



- ۵۸ - اروپا و آمریکا واردات پوشاک از آسیا را کاهش می‌دهند
- ۵۹ - افزایش سرمایه‌گذاری در صنعت پوشاک مالزی
- ۶۰ - شستشوی لباس‌ها میکروالیاف آزاد می‌کند
- * تولید و تجارت پنبه
- ۶۱ - گزارش ماهانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (اول نوامبر ۲۰۱۸)
- ۶۳ - نیم‌نگاهی بر کشت و صنعت پنبه در ایران
- ۶۵ - پنبه‌کاران مانع از مشکلات خود می‌گویند
- ۶۶ - ریشه‌کن شدن کرم سرخ از مزارع پنبه آمریکا
- * مقاله علمی
- ۶۷ - بررسی اثر قطر اسپیندل و مدت زمان کارکرد آن بر روی خواص نخ ورتکس
- * محیط کسب و کار
- ۷۲ - گزارش سهولت کسب‌وکار ۲۰۱۹ بانک جهانی منتشر شد
- ۷۴ - کشورهای در حال توسعه چگونه پیش‌تاز بهبود محیط کسب‌وکار شدند
- * تحلیل اقتصادی
- ۷۶ - صادرات را به دست خود خفه نکنیم
- ۸۰ - سردرگمی صادرکنندگان و تولیدکنندگان
- ۸۱ - راه تحقق رشد اقتصادی در فضای تحریم
- * مدیریت، بازاریابی
- ۸۳ - چرا شرکت‌های ایرانی نوآوری نمی‌کنند؟ (بخش چهارم)
- ۸۶ - راه ساده برای افزایش فروش در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط
- * بخشی انگلیسی
- ۹۵

- * سرمقاله
- ۲ - علل عقب ماندگی بخش تولید از قافله جهانی
- * خبرنامه
- ۴
- به بهانه درگذشت سیدسلمان بارانی بهمهانی مدیرعامل شرکت نیک‌ریس
- * گزارش
- ۱۱
- گزارشی از مراسم نکوداشت دکتر محمد حقیقت کیش
- ۱۲
- ضیافت انجمن صنایع نساجی ایران به مناسبت هزارمین جلسه هیئت مدیره
- ۱۷
- * دیدگاه
- گفتگو با رئیس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران
- ۲۱
- * گزارش
- ۲۶ - نشست وزیر صنعت با گروهی از تولیدکنندگان پوشاک
- ۲۹ - گزارشی از نشست انجمن طراحان لباس و پارچه ایران با صاحب‌نظران
- ۳۲ - چشم انداز صنایع نساجی کشور
- ۳۵ - دو عامل مرگ کسب‌وکارها
- ۳۷ - برخی نهادها به دنبال تصاحب اموال پلی‌اکریل
- ۳۹ - رکود سنگین گریبانگیر بازار پوشاک مردانه
- ۴۱ - نگاهی به زندگی محمد اعتماد مدیرعامل پوشاک ماکسیم
- * رشد نقدینگی
- ۴۴ - روند و عوامل رشد نقدینگی سه دهه اخیر در ایران / احسان سلطانی
- * دنیای نساجی
- ۴۹ - گزارشی از نمایشگاه اینتما آسیایی سال ۲۰۱۸
- ۵۵ - برنامه ترکیه برای ۵۰۰ میلیارد دلار صادرات نساجی
- ۵۶ - چشم انداز بازار مواد شیمیایی نساجی



- مطالب نویسندگان لزوماً نظر نشریه صنعت نساجی و پوشاک نیست.
- نشریه در حکم و اصلاح و کوتاه کردن مقالات رسیده و ویرایش آنها آزاد است.
- نقل یا ذکر مأخذ 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

مسئول روابط عمومی: سعیده شکوری

هماهنگی و اجرا: مهندس حسین کیانی

همکاران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، دکتر شاهین کاظمی،

زهره بهادیوند چگینی، سارا حیات داودی، عباس خسروی، زهرا نظری، سیدکامران باقری

امور چاپ: چاپ ایده آل، خیابان دماوند، اول سی متری نیروی هوایی، خیابان خوب، پلاک ۱۱

تلفن: ۷۷۶۹۱۸۵۳

آدرس دفتر مجله: تهران، خیابان سهروردی شمالی، خیابان توپچی، پلاک ۳، کدپستی: ۱۵۵۸۸۴۳۱۳، تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (۱۰ خط) - فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲

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

E-mail: info@sanatnassaji.com

www.sanatnassaji.com



علل عقب ماندگی بخش تولید از قافله جهانی

جمشید بصیری

متعددی را دنبال می‌کند. «کاهش قیمت تمام‌شده محصولات تولیدی و افزایش رقابت‌پذیری واحدهای تولیدی»، «نوسازی خط تولید و ارتقای فناوری واحدها به منظور تداوم حضور در بازار»، «اصلاح ساختار واحدهای تولیدی اعم از خط تولید، منابع انسانی مالی و مدیریتی»، «افزایش راندمان، کاهش ضایعات، تکمیل خطوط، کاهش شدت مصرف انرژی در فرآیند تولید و محصولات تولیدی»، «استفاده حداکثری از ظرفیت‌های تولیدی و افزایش بهره‌وری»، «ارتقای کیفیت محصولات تولیدی به منظور توسعه صادرات»، «افزایش توان رقابت تولید داخل در برابر واردات» و «پیگیری فرآیند پیوستن کامل کشور به سازمان تجارت جهانی»، به عنوان اهداف اصلی در چارچوب طرح نوسازی و بازسازی صنایع باید در کانون توجه قرار گیرند.

بر اساس گزارش کمیسیون صنایع، یکی از چالش‌های مهمی که بنگاه‌های صنعتی کشور را با مخاطره جدی روبه‌رو کرده، عوامل تسریع‌کننده‌ای است که باعث کهولت و فرسودگی بنگاه‌های صنعتی شده است. بر این اساس، کوتاه شدن چرخه عمر محصولات به یک پدیده عادی و روزمره تبدیل شده است. اگر یک شرکت یا سازمان در چنین محیطی نتواند خود را با تکنولوژی روز تطبیق دهد توان رقابت را از دست

داده و از ابعاد دیگر غافل شده‌اند، مسیر نوسازی صنعتی در عمل به بیراهه رفته و راهکارهای سیاستی نیز نتیجه معکوس داده است. همچنین با وجود آنکه ۲۰ درصد از احکام حمایت از تولید به منابع مالی به ویژه تسهیلات بانکی اختصاص داشته اما همچنان دریافت تسهیلات بانکی به‌عنوان چالشی اساسی مطرح است و بسیاری از افرادی هم که در صف دریافت تسهیلات قرار دارند، دارای بدهی معوق بانکی هستند. این در حالی است که بازسازی صنعتی تنها محدود به تزریق پول به بنگاه‌ها نیست و از ابعاد بسیار وسیع‌تری برخوردار است. ایجاد توسعه در فرآیندهای تولید، فناوری، بازار، ارتقای نیروی انسانی و سرمایه‌گذاری، برخی دیگر از ابعاد مغفول‌مانده در نوسازی صنعتی به حساب می‌آیند. در واقع نوسازی صنعتی یک فرآیند جامع است که از دانش فنی و نیروی انسانی تا تولید محصول و تسهیل امور قانونی را در بر می‌گیرد.

به‌طور کلی نوسازی و بازسازی صنایع و واحدهای تولیدی صرفاً محدود به تغییر تکنولوژی یا ماشین‌آلات نمی‌شود و اقداماتی از جمله «اصلاح ساختار مالی»، «نیروی انسانی» و «سرمایه» در تدوین دستورالعمل‌ها و رویه‌های اجرایی ضروری است و باید مدنظر قرار گیرد. در حقیقت، نوسازی و بازسازی صنایع کشور، اهداف

کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی ایران در گزارشی که به تازگی منتشر شده، ضمن بررسی عوامل فرسودگی شرکت‌ها و بنگاه‌های تولیدی-صنعتی و همچنین موانع بازسازی و نوسازی صنایع کشور، راهکارها و پیشنهادهای را هم برای اصلاح مسیر نوسازی صنعتی و افزایش بهره‌وری و رقابت‌پذیری بنگاه‌های تولیدی کشور ارائه کرده است که در ادامه به مهم‌ترین مطالب مندرج در این گزارش اشاره می‌نماییم.

بررسی مواد قانونی مندرج در برنامه‌های اول تا ششم توسعه نشان می‌دهد که ۱۶۰ ماده و ۳۵۸ حکم مربوط به حمایت از تولید در این قوانین وجود دارد؛ اما به‌نظر می‌رسد این مواد و احکام، اثرگذاری لازم برای رفع معضل عقب‌ماندگی تولید را نداشته‌اند. بررسی‌ها نشان می‌دهد اقدامات حمایتی در مسیر نوسازی و بازسازی صنایع کشور، چندان در مسیر متوازن و کارشناسی حرکت نکرده است. حاکم شدن سیاست‌های ناصحیح در نوسازی صنعتی که همواره خود را در قالب حمایت‌های مستقیم مالی نشان داده است نه تنها به ارتقای صنعتی منجر نشده بلکه در عمل باعث عقب افتادن صنایع کشور در ابعاد مختلف شده است. در واقع به دلیل آنکه سیاست‌گذاران کشور، حمایت و پشتیبانی از صنایع را صرفاً از زاویه تزریق مستقیم پول مورد توجه قرار

سطح پایینی بازدهی داشته باشند. در کنار مشکلات بیرونی بنگاه‌ها، علل اصلی این رکود شامل کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش، فرسودگی خطوط تولید، ضعف فناوری و البته مشکلات مدیریتی می‌شود. همچنین پرداخت نشدن سهم هدفمندی یارانه‌ها و قوانین رنگارنگی که بر فضای اقتصاد و صنعت حاکم شده، به تعبیری باعث شده است که صنعت بیمار شود. کشورهایی که در دنیا صاحب کرسی‌های اقتصادی هستند، کشورهای تولیدکننده صنعتی هستند. در واقع کلیتی به نام صنعت است که باعث می‌شود یک کشور در نظام جهانی، جایگاه ویژه‌ای به خود اختصاص دهد.

بر اساس دیدگاه بخش خصوصی در هیچ کشوری سابقه نداشته است که اولویت‌های اقتصادی و صنعتی، پیش از طراحی استراتژی تعیین شده باشد. از سوی دیگر تشتت آرا در سیاست‌گذاران و نبود یک نگرش منظم و واحد در مورد راهکارهای رشد تولید داخلی، فقدان یک استراتژی مشخص توسعه صنعتی و نبود یک نهاد مرکزی مدیریت‌کننده، آسیب‌های جدی به نوسازی و بازسازی صنایع وارد کرده است. در پایان، به‌عنوان راهکارهای سیاستی و پیشنهادی برای اصلاح مسیر نوسازی صنعتی می‌توان موارد مختلفی را برشمرد که در این زمینه، آسان کردن و افزایش سرمایه‌گذاری، کاهش تصدی‌گری و سامان‌دهی وضعیت تولید، وضع تعرفه‌های مناسب برای ورود ارزان و آسان مواد اولیه، فناوری و ماشین‌آلات به کشور، نوسازی با تمرکز بر صنایع اولویت‌دار، به‌روزرسانی صنایع با شناسایی دقیق و لزوم تغییر کاربری صنایع کشور و اصلاح نحوه تخصیص منابع برای نوسازی صنایع، می‌تواند زمینه‌ساز نوسازی و بازسازی صنعتی کشور در مسیر اصلاحی و صحیح شود.

برخوردار شود. موضوع نوسازی صنایع و افزایش کیفیت محصولات تولید، زمانی در افکار عمومی مطرح شد که مسئله الحاق ایران به سازمان توسعه تجارت جهانی و باز شدن مرزها روی تولیدات رقابتی سایر کشورها پیش آمد. از این رو بیشتر ذهن صاحبان صنایع و مدیران از فرآیند نوسازی صنایع متوجه دریافت تسهیلات و اعتبارات شده و کمتر بنیان‌ها و ریشه‌های نوسازی مورد نظر قرار گرفته است. در واقع نوسازی صنایع فقط به تجهیز و به‌روز کردن خط تولید خلاصه نمی‌شود، بلکه باید در فرآیند نوسازی به مدیریت مالی و سایر عوامل تولید از جمله نیروی انسانی توجهی ویژه شود.

فرسودگی و استهلاک نیروی انسانی نیز چندان دست کمی از استهلاک تجهیزات تولید ندارد. مسئله تورم نیروی انسانی غیرکارآمد در بنگاه‌ها و هزینه‌های ناشی از آن، واحدهای تولیدی و صنعتی را با این واقعیت روبه‌رو کرده که باید در ترکیب نیروی انسانی تغییراتی ایجاد کنند. به نظر می‌رسد در شرایط اجرای طرح نوسازی صنایع، عملی شدن طرح جذب نیروی انسانی کارآمد در واحدهای صنعتی، این امکان را با خود به همراه دارد که توان واحدها برای انتخاب نیروی انسانی و نوسازی ساختاری واحدها افزایش یابد. از همین منظر، به دلیل آنکه اکثر واحدهای تولیدی و صنعتی با فقر مدیریتی روبه‌رو هستند، نیازمند جذب نیروی انسانی متخصص و کارآمد هستند.

از سوی دیگر، بررسی‌ها نشان می‌دهد که تعداد قابل‌توجهی از شرکت‌های صنعتی کوچک و متوسط کشور نیمه‌فعال هستند و سایر فعال‌ها با حداقل ظرفیت کار می‌کنند. همچنین برخی از صنایع بزرگ نیز تنها با ۵۰ درصد ظرفیت فعال هستند و همین نکته باعث می‌شود که صنایع وابسته و زیرمجموعه آنها نیز به همین نسبت در

می‌دهد. وابستگی به مسیر گذشته و عدم تلاش برای تغییر و نرفتن به سوی روش‌ها و مدل‌های جدید کسب‌وکار، عدم انتخاب شرکای استراتژیک دارای اهلیت مناسب، محدود کردن بنگاه‌ها به روش تامین منابع مالی محدود و خروج دارایی‌های فکری و سرمایه‌های انسانی، شرکت‌ها را به سوی فرسودگی و اضمحلال هدایت می‌کند.

برای برون‌رفت از این مشکل، مدیران اجرایی شرکت‌ها و سازمان‌ها می‌توانند به ایجاد، گسترش یا اصلاح منابع سازمان یا شرکت کمک کنند. همچنین روش‌های مدرن مدیریت منابع انسانی از جمله کاهش سطوح ساختار سازمانی، به‌کارگیری قابلیت‌های عملیاتی جدید برای رویارویی با محیط اقتصادی آشفته، شناسایی روندهای بازار و فناوری‌های جدید باعث می‌شود تا سازمان‌ها از فرسودگی و کهنوت به سوی بالندگی حرکت کنند. البته نوسازی صنعتی محورهای بسیاری را در می‌گیرد. همانطور که در ابتدا ذکر شد، توسعه نظام‌های تولید، فناوری، بازار، سرمایه‌گذاری و ارتقای منابع انسانی، در صدر فهرست محورهای نوسازی صنعتی قرار دارند. در واقع به یک معنا نوسازی صنعتی یک فرآیند جمعی است که همه ابعاد سخت‌افزاری، نرم‌افزاری یا نیروی انسانی، دانش فنی، فناوری طراحی، تولید محصول، توسعه بازار، توسعه مدیریت، تسهیل امور قانونی و افزایش کمی و کیفی تولیدات واحدهای صنعتی موجود در یک حوزه صنعتی را شامل می‌شود.

البته باید توجه داشت نوسازی تجهیزات و دستگاه‌های تولیدی واحدهای صنعتی، در کیفیت محصولات تولیدی نیز تاثیرگذار است. نهادینه شدن این موضوع باعث می‌شود تا نه تنها بازارهای موجود حفظ شود، بلکه همواره با افزایش کیفیت، موضوع رقابت‌پذیری و حضور در بازار جهانی از اولویت خاصی

دستورالعمل نحوه بازگشت ارز حاصل از صادرات ابلاغ شد

ب) بیش از یک میلیون یورو تا سه میلیون یورو

- مکلفانند ۵۰ درصد ارز صادراتی را به سامانه نیما واگذار نمایند.
- تبصره: تا سقف یک میلیون از فروش ارز در سامانه نیما معاف است.
- مابقی ارز را می‌باید به طرق زیر به چرخه اقتصاد بازگردانند:
- در ازای واردات کالا و خدمات مورد نیاز چرخه تولید یا تجارت خود پس از ثبت سفارش استفاده نمایند (واردات در مقابل صادرات خود).
- به صورت مستقیم جهت واردات کالا با تشخیص وزارت صنعت، معدن و تجارت به واردکنندگان دیگر پس از ثبت سفارش واگذار نمایند (واردات در مقابل صادرات غیر).
- به صورت حواله یا اسکناس به بانک‌ها و صرافی‌های مجاز با ثبت در سامانه نظارت ارز (سنا) عرضه نمایند.

ج) بیش از سه میلیون یورو تا ده میلیون یورو

- مکلفانند ۷۰ درصد ارز صادراتی را در سامانه نیما عرضه نمایند.
- تبصره: تا سقف یک میلیون یورو از فروش ارز در سامانه نیما معاف است.
- مابقی ارز را بایستی به طرق زیر به چرخه اقتصاد بازگردانند:
- در ازای واردات کالا و خدمات و هزینه‌های بازاریابی مورد نیاز چرخه تولید یا تجارت خود پس از ثبت سفارش استفاده نمایند (واردات در مقابل صادرات خود).

د) بیش از ده میلیون یورو

- مکلفند ۹۰ درصد ارز صادراتی را در سامانه نیما عرضه نمایند.
- تبصره: تا سقف یک میلیون یورو از فروش ارز در سامانه نیما معاف است.
- مابقی ارز را بایستی به طریق زیر به چرخه اقتصاد بازگردانند:
- در ازای واردات کالا و خدمات و هزینه‌های بازاریابی مورد نیاز چرخه تولید یا تجارت خود پس از ثبت سفارش استفاده نمایند.
- تبصره: فروش در سامانه نیما بیش از درصد مشخص شده در هر یک از سه دسته فوق، امکان‌پذیر است.

۴- کلیه صادرات انجام گرفته از تاریخ ۱۳۹۷،۰۱،۲۲ مشمول این مصوبه خواهد بود.

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای نحوه بازگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کشور را ابلاغ کرد. در این بخشنامه تمام صادرکنندگان مکلف به ارایه تعهد برگشت ارز هستند و بانک مرکزی مکلف است صرفاً برای واردات کالا و خدمات صادرکنندگانی تأمین ارز کند که نحوه بازگشت ارز آنها به چرخه اقتصادی کشور مطابق ساختار تعیین شده در دستورالعمل این بانک باشد.

در این بخشنامه آمده است؛ در اجرای بند «۱» مصوبه شماره ۹۷۴۰۵ مورخ ۱۳۹۷،۰۷،۲۳ شورای عالی هماهنگی اقتصادی و حسب تصمیمات کمیته بند «۲» مصوبه یادشده از یک سو و در راستای تسهیل اجرای دستورالعمل شماره ۹۷،۲۱۰۷۸۲ مورخ ۱۳۹۷،۰۶،۲۰ از سوی دیگر، بدین وسیله نحوه بازگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کشور به شرح زیر ابلاغ می‌شود:

- ۱- کلیه صادرکنندگان کالا و خدمات مکلف به ارائه تعهد بابت برگشت ارز حاصل از صادرات خود به چرخه اقتصادی کشور می‌باشند.
- ۲- بانک مرکزی مکلف است صرفاً برای واردات کالا و خدمات صادرکنندگانی تخصیص و تأمین ارز نماید که نحوه بازگشت ارز آنها به چرخه اقتصادی کشور مطابق ساختار ذیل مشخص باشد.
- ۳- بازگشت ارز حاصل از صادرات صادرکنندگانی که مجموع صادرات سالانه آنها تا یک میلیون یورو، بیش از یک میلیون یورو تا سه میلیون یورو، بیش از سه میلیون یورو تا ده میلیون یورو و بیش از ده میلیون یورو است، به شرح ذیل باشد:

الف) تا یک میلیون یورو

- از فروش ارز در «سامانه نیما» معاف است.
- در ازای واردات کالا و خدمات مورد نیاز چرخه تولید یا تجارت خود پس از ثبت سفارش استفاده نمایند (واردات در مقابل صادرات خود).
- به صورت مستقیم جهت واردات کالا با تشخیص وزارت صنعت، معدن و تجارت به واردکنندگان دیگر پس از ثبت سفارش واگذار نمایند (واردات در مقابل صادرات غیر).
- به صورت حواله یا اسکناس به بانک‌ها و صرافی‌های مجاز با ثبت در سامانه نظارت ارز (سنا) عرضه نمایند.

تغییرات در وزارت صنعت، معدن و تجارت



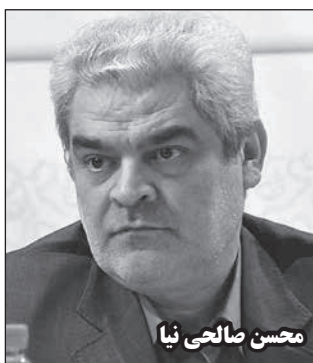
عباس قبادی



محمد رضا مودودی



فرهاد مقیمی



محسن صالحی نیا

که تا پیش از این عهده دار معاونت توسعه صادرات کالا و خدمات سازمان توسعه تجارت ایران بود با حکم وزیر صنعت، معدن و تجارت، با حفظ سمت خود، به سرپرستی این سازمان منصوب شد. مودودی مشاور وزیر اسبق صنعت، معدن و تجارت و از سال ۹۴ به عنوان معاون سازمان توسعه تجارت ایران مشغول به خدمت است.

همچنین علاوه بر سه تغییر فوق الذکر و در پی اجرای قانون منع به کارگیری بازنشستگان، مجتبی خسروتاج ریاست کل سازمان توسعه تجارت ایران، در نامه ای به رضا رحمانی، وزیر صنعت، معدن و تجارت، بر استعفای پیشین خود تأکید کرد و از وی خواست تا سرپرست جدید معرفی شود. بر این اساس، محمد رضا مودودی

وزیر صنعت، معدن و تجارت در احکامی جداگانه سه معاون خود را منصوب کرد. بر این اساس محسن صالحی نیا به عنوان مدیرعامل شرکت صنایع کوچک و شهرک های صنعتی و فرهاد مقیمی به عنوان معاون وزیر در امور صنایع منصوب شدند. عباس قبادی نیز به عنوان معاون وزیر در امور بازرگانی داخلی انتخاب شد.

قیمت فرش ماشینی ۴۰ درصد افزایش یافته است

وضعیت مطلوبی را داشته باشد. کمالیان در خصوص مشکلات صادرات و واردات در این صنف، گفت: طی سالیان اخیر فرش های کمتر از ۶ متر از کشورهایی همچون بلژیک و ترکیه وارد می شد، اما اکنون با توجه به شرایط فعلی اقتصاد، این امر محقق نمی شود. این مقام مسئول در پایان گفت: در حال حاضر اکثر دستگاه های مدرن روز، توسط واردکنندگان تامین می شود و می توانند تمام نیازهای داخلی (چه سنتی و فانتزی) را برطرف کنند.



فروش فرش ماشینی بیشتر شده است و اگر بازار کمبودی را تجربه نکند، می تواند

رئیس اتحادیه فروشندگان فرش ماشینی گفت: در شش ماه ابتدای سال، قیمت فرش ماشینی بین ۳۵ تا ۴۰ درصد افزایش داشته است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، محمد هادی کمالیان با اشاره به اینکه افزایش نرخ دلار تأثیر مستقیم بر بازار دارد، گفت: ۸۰ درصد مواد اولیه تولید فرش ماشینی به صورت وارداتی تأمین می شود.

رئیس اتحادیه فروشندگان فرش ماشینی و موکت، تصریح کرد: در نیمه دوم سال،

آغاز ممنوعیت فروش پوشاک خارجی بدون شناسه

حداقل کاهش می‌یابد و حمایت از اجرای این تصمیم به نفع تولید داخل است. وی با اشاره به ممنوعیت واردات پوشاک خارجی تصریح کرد: نمایندگی پوشاک خارجی که اکثراً در شمال شهر مستقر هستند با این اقدام امکان واردات ندارند و نمی‌توانند ادعای نمایندگی کنند و به زودی اجناس موجود آنها تمام می‌شود که این فرصتی برای فروش پوشاک داخلی است.

صادقی عنوان کرد: نمایندگی‌های کالاهای خارجی و فروشندگان اقلام برند با هماهنگی اتاق اصناف و با اختیاراتی که قانون نظام صنفی تعریف کرده است می‌توانند کالاهای با کیفیت تولید داخل را عرضه کنند. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران در پایان گفت: برخی برندهای پوشاک می‌توانند با تولید مشترک داخلی اقدام به فروش کالای پوشاک کنند.



شدن نرخ ارز قدرت اقتصادی کشور را در عرصه بین‌المللی در نقطه بهینه قرار داده است. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران با بیان اینکه با تصمیم جدید واردات ۱۴۰۰ قلم کالا ممنوع شده است گفت: برخی از این کالاهای اقلامی هستند که هدف مبارزه با قاچاق کالا و ارز هستند و با این اقدام در کنار افزایش نرخ ارز، انگیزه ورود کالاهای قاچاق به

یدالله صادقی رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران، در کمیسیون مبارزه با قاچاق کالا و ارز استان با اشاره به اجرای طرح اسناد الکترونیکی در واردات و صادرات کالاهای برای مبارزه با قاچاق کالا و ارز از سوی دستگاه‌ها گفت: در حال حاضر هر کالایی که وارد کشور می‌شود شناسه دارد و واردکننده باید کالا را در سامانه جامع تجارت ثبت کند تا بتواند سایر مراحل ورود و توزیع کالا را انجام دهد.

به گزارش فارس، وی افزود: همه انبار کالاهای رجیستر و شناسه‌دار هستند و تنها آن‌دسته از کالاهای وارداتی بیمه می‌شوند که وسایل نقلیه حمل‌کننده آن دارای شناسه باشد و به این ترتیب عملیات کنترل کالاهای از مبدأ، مسیر گمرک تا مقصد و نهایتاً مرحله خرده‌فروشی نظارت می‌شود. صادقی با اشاره به اجرای سیاست جدید ارزی و مزایای آن تصریح کرد: تک‌نرخ

واسطه‌های تامین مواد اولیه پوشاک حذف می‌شوند

دولتی انجام می‌شود نظارت دارد تا مواد اولیه به قیمت ارز دولتی به دست تولیدکنندگان برسد نه ارز روز. وی تأکید کرد: تلاش ما این است که تولیدات ایرانی با قیمت واقعی به دست مصرف‌کننده برسد. گفتنی است کارگروه بررسی و پیگیری تامین مواد اولیه واحدهای تولیدی پوشاک استان تهران با حضور اعضای هیأت امنای بازار، رئیس‌ان اتحادیه‌های پوشاک، پیراهن‌دوزان، کشفافان، خیاطان و چرم‌اواخر شهر یورماه امسال تشکیل شد. باتوجه به اینکه بسیاری از واحدهای نساجی کشور نیز در تهران دفتر فروش دارند، عمده فعالیت‌های مربوط به تامین مواد اولیه صنایع فعال در حوزه پوشاک با هماهنگی این کارگروه در استان تهران پیگیری می‌شود.

بانک مرکزی را برای اختصاص ارز دولتی به واردکنندگان مواد اولیه پوشاک خواستار شد و گفت: اینک تاجرانی وجود دارند که داوطلب واردات مواد اولیه هستند اما از آنجاکه ارز دولتی اختصاص پیدا نمی‌کند این کار انجام نمی‌شود. دبیر کارگروه بررسی و پیگیری تامین مواد اولیه واحدهای تولیدی پوشاک استان تهران با اعلام حمایت از تاجرانی که با این گروه همکاری کنند اضافه کرد: با توجه به نرخ ارز دولتی برآورد قیمت محصول صورت می‌گیرد تا مواد اولیه با هزینه متعارف به دست تولیدکنندگان برسد.

توکل گفت: این کارگروه از تاجران واردکننده مواد اولیه‌ای که در کشور تولید نشود حمایت می‌کند و از سوی دیگر بر روی وارداتی که با ارز

دبیر کارگروه بررسی و پیگیری تامین مواد اولیه واحدهای تولیدی پوشاک استان تهران گفت: حذف واسطه‌ها در تامین مواد اولیه این صنعت با جدیت در دستور کار است و نظارت‌های کامل اعمال می‌شود تا قیمت‌ها به صورت غیرمتعارف افزایش پیدا نکنند. محمد توکلی همچنین با اشاره به نشست اعضای این کارگروه با مسئولان دولتی توضیح داد: در این جلسه مقرر شد در ذیل کارگروه هشت کمیته از جمله کشفاف و جوراب، پیراهن و مانتو، جین و کتان، کت و شلوار تک، خرج کار، چرم مصنوعی و طبیعی و نیز رنگ و پتروشیمی تشکیل شود. به گفته وی، پنج نفر از تولیدکنندگان پوشاک و اتحادیه نیز در این کمیته‌ها حضور خواهند داشت. به گزارش ایرنا، توکلی در ادامه همکاری

دولت دارد فاتحه صنعت پوشاک را می‌خواند

واردات تأمین می‌شود. وی با اعلام اینکه از نیاز ۷۰ درصدی پوشاک گردباف به مواد اولیه در سال جاری فقط یک درصد نیاز وارد شده است، تصریح کرد: با وعده و وعید که نمی‌توان به صنعت کمک کرد.

این عضو انجمن صنایع پوشاک ایران اضافه کرد: ۲۰ روزی است که به هیچ کدام از فعالان صنایع نساجی کشور تخصیص ارزی انجام نشده، با این شرایط مگر می‌شود کار کرد؟! افتخاری با ابراز اینکه عملاً بازار شب عید خود را امسال از دست داده‌ایم، متذکر شد: هرگونه تصمیم برای صنعت پوشاک اثر خود را در زمستان سال آینده خواهد گذاشت و به همین دلیل مسئولین باید در اسرع وقت به فکر حمایت از این صنعت باشند.



گشایشی برای مواد اولیه واحدهای تولیدی به‌وجود نیامده و متأسفانه واحدهای تولیدی تا پایان سال مجبور به تعطیلی هستند.

این عضو هیئت مدیره اتحادیه پوشاک تهران گفت: بیش از ۹۰ درصد الیاف پوشاک گردباف و ۷۰ درصد پوشاک تخت از محل

یک عضو انجمن صنایع پوشاک با تأکید بر اینکه اگر تصمیم جدی برای تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی پوشاک گرفته نشود فاتحه این صنعت را باید خواند، گفت: در حال حاضر کف کارخانه مواد اولیه کافی وجود ندارد و هیچ کس هم پاسخگوی این شرایط نیست. مجید افتخاری در گفتگو با خبرگزاری تسنیم، با اشاره به اینکه قرار بود از اول مردادماه امسال به‌روی پوشاک خارجی کد شناسه کالا قرار گیرد، اظهار داشت: متأسفانه نه‌تنها این کار انجام نشد بلکه نصب کد شناسه کالا در پوشاک ایرانی هم اجرایی نشد. وی با بیان اینکه در حال حاضر تأمین مواد اولیه برای صنایع پوشاک کشور بسیار سخت شده است، افزود: با وجود تمام صحبت‌ها و مکاتبات هیچ

ایران؛ هشتمین تولیدکننده ابریشم در جهان

با اولویت زنان سرپرست خانوار روستایی از زمینه‌ها و مفاد همکاری در این تفاهم‌نامه هستند. به گفته وی، پرورش کرم ابریشم می‌تواند مواد اولیه مورد نیاز صنایع فرش‌بافی، پزشکی، نظامی و الکترونیک را تولید کند و در عین حال بخشی از زنان روستایی را مشغول و یک درآمد نسبی خوب ایجاد کند.

رئیس مرکز توسعه نوغانداری با اشاره به این که ۹۶ درصد پرورش کرم ابریشم در هفت استان کشور صورت می‌گیرد، بیان کرد: استان گیلان با ۴۰ درصد و خراسان رضوی با ۳۰ درصد به ترتیب رتبه‌های نخست و دوم نوغانداری را به خود اختصاص داده‌اند. وی گفت: ۹۰ درصد تولید ابریشم جهان در کشورهای آسیایی انجام می‌شود و چین با تولید ۱۴۲ هزار تن در رتبه نخست و هند با تولید ۳۲ هزار تن در رتبه دوم قرار دارند.

فعالیت نوغانداری به سرمایه کمی نیاز دارد، اظهار کرد: با عقد تفاهم‌نامه میان معاونت امور تولیدات دامی وزارت جهاد کشاورزی و معاونت اشتغال و خودکفایی کمیته امداد امام خمینی (ره) می‌توان از ظرفیت‌ها و نیروی انسانی تحت پوشش این نهاد برای افزایش تولید پيله ابریشم و اشتغال‌زایی استفاده کرد.

این مقام مسئول ادامه داد: ایجاد تشکلهای کشاورزی مردم‌نهاد و مساعدت در بازاریابی، خرید تضمینی، ایجاد زنجیره‌های تولید، پرورش کرم ابریشم در مناطق جغرافیایی مساعد با اولویت استان‌های گیلان، مازندران، گلستان، خراسان رضوی، آذربایجان شرقی، اصفهان و خراسان شمالی، کسب درآمدهای جانبی خانوارهای روستایی و شهری میان مددجویان مورد حمایت کمیته امداد

یک مقام مسئول گفت: ایران با تولید ۱۲۰ تن ابریشم رتبه هشتم در جهان را به خود اختصاص داده است. عدیل سروی رئیس مرکز توسعه نوغانداری کشور در مراسم امضای تفاهم‌نامه همکاری میان معاونت امور تولیدات دامی وزارت جهاد کشاورزی و معاونت اشتغال و خودکفایی کمیته امداد امام خمینی (ره) گفت: توسعه توتستان‌ها در اراضی شیبدار و مناطق مستعد و بهسازی و نوسازی توتستان‌ها، تأمین منابع مالی و تسهیلات برای احداث این باغات را در حمایت از نوغانداری کشور پیگیری می‌کنیم.

به گزارش افکارنیوز، وی تصویب بیمه نوغانداران، ایجاد صندوق حمایت از نوغانداری و تأمین تخم نوغان را از دیگر اقدامات حمایتی از این تولیدکنندگان برشمرد. سروی با بیان این که

بازسازی پلاسکو کند پیش می‌رود



نور فعالیت داشته باشند.

انتقال از یک ساختمان معروف و شناخته‌شده ممکن است تاثیر سویی روی بازار کسبه داشته باشد. منصور تیرگر ضمن تایید این مطلب اظهار داشت: انتقال به

ساختمان پلاسکو یکی از نمادهای تولید و توزیع پوشاک کشور بود. اکنون بیش از ۲ سال از حادثه آتش‌سوزی ساختمان آن می‌گذرد. بازسازی مجتمع در چه مرحله‌ای است؟ منصور تیرگر رئیس مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک در ارتباط با فرایند بازسازی این مجتمع گفت: پلاسکو در زمینه تولید و توزیع و فروش جایگاه مهمی داشت و متخصصان خوبی از این سه حوزه، در آن فعالیت می‌کردند. متأسفانه روند بازسازی بسیار کند پیش می‌رود. بسیاری از کسبه پلاسکو هم از این حوزه خارج شده‌اند و چه‌بسا فقط ۳۰ درصد از آنها در مجتمع

مجتمع نور هم نتایج منفی داشته است و چه خوب است که حمایت رسانه‌ای بیشتری از آنها به عمل آید که کارشان در محل جدید یعنی مجتمع نور هم رونق بگیرد اما متأسفانه این گونه نشده است. تیرگر در ادامه افزود: البته سریع نبودن عملیات بازسازی چندان جای تعجب ندارد چون سال‌هاست که سیاست شهرداری‌ها تمرکززدایی از مراکز تجاری واقع در مرکز شهر است. باین‌حال باید حمایت بیشتری از این کسبه به عمل می‌آمد اما این‌گونه نشد و بسیاری از قول‌ها و وعده‌هایی که داده شد محقق نگردید و متأسفانه کسبه، آسیب بسیار زیادی دیدند.

دولت تولید را رها کرده و مدام حرف از بسته حمایتی می‌زند

تولیدکنندگان را سرگردان کردند. جالب اینجاست در برخی از موارد رفع مشکلات اداری را موکول به دریافت پول می‌کنند. وی در ادامه صحبت‌های خود به محدودیتهای بانکی تولیدکنندگان نیز اشاره کرد و گفت: متأسفانه بخشی از تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی از کشور چین انجام می‌شود اما محدودیتهای بانکی باعث شده تا نتوانیم معاملات را انجام دهیم، به‌نحوی که پول در کشور چین و در تهران هست اما خط اعتباری بانکی برای نقل و انتقال وجود ندارد. رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت تهران، مهم‌ترین سیاست دولت در شرایط فعلی را رفع محدودیتهای بانکی عنوان کرد و گفت: باید در این رابطه تصمیم جدی صورت گیرد. البته علاوه بر این تولیدکنندگان نیز باید به حفظ نیروی انسانی خود پرداخته و مانع از دست دادن آنها شوند.

امیدی به دولت نداشته و تمام تمرکز خود را به توانمندی خود قرار دهند. رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت تهران اضافه کرد: به نظر من در حال حاضر امکانات دولت محدود است و به‌نوعی دولت در لاک دفاعی برای عبور از شرایط تحریم قرار گرفته است طبیعتاً نمی‌توانیم توقعی از او داشته باشیم. البته دولت نیز نباید وعده‌های متعدد داده و مدام از حل مشکلات بخش تولید صحبت کند. مرتضوی با اشاره به اینکه البته ترخیص کالاها از گمرک و محاسبه مابه‌التفاوت نرخ ارز در برخی از کالاها بخشی از مشکلات را برطرف کرده است، تصریح کرد: امروز باید توجه زیادی به ارتقای کارآمدی سیستمها در دولت انجام شود. نباید وقتی تولیدکننده‌ای کالایی از بورس می‌خرد چند ماه معطل اسناد و ثبت اداری آنها باشد. به‌جرات می‌توانم بگویم بخشی از این سیستمها فقط با معطل کردن کارها

رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت تهران با اشاره به معطلی چندماهه تولیدکنندگان در ثبت اسناد اداری گفت: دولت تصمیم جدی برای نقل و انتقال پول بگیرد. محمدرضا مرتضوی در گفتگو با خبرگزاری تسنیم، با اشاره به اینکه اتفاقات این روزهای اقتصاد کشور و عدم تصمیم مناسب باعث شده مردم و به‌ویژه واحدهای تولیدی با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو شوند، اظهار داشت: دولت مدام از بسته‌های حمایتی خود برای جامعه صحبت می‌کند اما متأسفانه هیچ تدبیری برای حل مشکلات واحدهای تولیدی به کار نگرفته است. وی با اعلام اینکه باید در این شرایط با حمایت از تولیدکننده داخلی سطح فروش کالا افزایش پیدا کرده و به‌نوعی اعتماد مردم به محصول ایرانی افزایش پیدا کند افزود: متأسفانه هیچ گشایشی برای حل مشکلات واحدهای تولیدی از سوی دولت اتخاذ نشده و همین موضوع عاملی شده تا تولیدکنندگان



واردات پوشاک ممنوع شد ولی قاچاق متوقف نشد

اولیه واحدهای تولیدی داخلی مساعدتی انجام نشود، خطر افزایش قاچاق در سطح بازار و تعطیلی واحدهای تولیدی به وجود خواهد آمد. وی تصریح کرد: روند تامین مواد اولیه واحدهای تولیدی بسیار کند است که همین امر در کنار نوسانات نرخ ارز و عدم ترخیص کالاها از گمرکات، بر حجم مشکلات واحدهای تولیدی اضافه کرده است.

برخی تصور می کنند چون واردات پوشاک ممنوع است پس حجم قاچاق پوشاک هم کاهش پیدا می کند در حالی که همچنان قاچاق پوشاک صورت می گیرد و خبری از برخورد نیست.

به گزارش تسنیم، دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک افزود: در حال حاضر بازار پوشاک همچنان با قاچاق کالا روبه رو است و اگر در تامین مواد

دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک با اعلام اینکه ممنوعیت واردات پوشاک باعث شده تا بهانه عدم برگزاری جلسات دستورالعمل ساماندهی عرضه کنندگان پوشاک خارجی ایجاد شود، گفت: باید فکر اساسی برای تامین مواد اولیه واحدهای تولیدی شود. سعید جلالی قدیری با اشاره به اینکه براساس اولویت بندی کالا واردات پوشاک ممنوع است، اظهار داشت:

حذف کارت بازرگانی به رشد بازار پوشاک کمک می کند



رئیس اتحادیه پیراهن دوزان و پیراهن فروشان گفت: دولت می تواند در چهار ماه آینده این فرصت را به تجار بدهد که بدون کارت بازرگانی، مواد اولیه وارد کنند چرا که اگر این امر رخ دهد چرخ صنعت به حرکت درآورده می شود. وی با اشاره به اینکه در صنعت پوشاک با کمترین هزینه بیشترین اشتغال زایی را خواهیم داشت تصریح کرد: در حال حاضر کشور توان تولید مواد اولیه را ندارد، اما اگر راهکار جدیدی برای آن ارایه شود ظرفیت تولید وجود دارد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مجتبی درودیان، با اشاره به اینکه اگر ارز نیمایی به تجار داده شود بسیاری از مشکلات مرتفع خواهد شد افزود: این امر می تواند به تجار و تولیدکنندگان کمک کند که افزایش قیمتی برای پوشاک رخ ندهد. رئیس اتحادیه پیراهن دوزان و پیراهن فروشان، با بیان اینکه مشکل اصلی پوشاک، مواد اولیه است اظهار کرد: هم اکنون ۵۰ درصد ظرفیت کارخانجات به دلیل کمبود مواد اولیه تعطیل شده است. به گفته درودیان، به دلیل این مشکلات درشش ماه ابتدای سال جاری، رشدی در پوشاک نداشتیم.

درودیان گفت: تامین کنندگان مواد اولیه تولید پیراهن و پوشاک در انتظار تامین ارز از طریق سامانه نیما هستند. وی در رابطه با شرایط بازار پیراهن گفت: با وجود تغییر فصل و ثبات نسبی دلار در محدوده قیمت ۱۴ هزار تومان، تغییری در بازار پیراهن رخ نداده است. بازار زمانی از رکود خارج می شود که اقتصاد و نرخ دلار به

ثبات واقعی دست پیدا کند که این موضوع عاملی خواهد شد تا تجار و فعالان از بابت نوسانات شدید نرخ ارز نگرانی نداشته و تامین مواد اولیه تولید و دوخت پیراهن را پیگیری کنند. وی با بیان اینکه بازار همچنان در رکود به سر می برد، خاطرنشان کرد: آنچنان تقاضایی از سوی مردم وجود ندارد و این در حالی است که با توجه به نرخ دلار، قیمت تمام شده یک پیراهن برای تولیدکننده در حدود ۱۲۰ هزار تومان و حداقل قیمت عرضه به مشتری در حدود ۱۵۰ هزار تومان است. درودیان در زمینه تامین ارز برای تامین مواد اولیه تولید پیراهن، اظهار کرد: کارگروهی در زمینه تامین ارز برای واردات مواد اولیه تولید پیراهن و پوشاک تشکیل شده تا ارز از طریق سامانه نیما در اختیار فعالان قرار گیرد.

عملکرد آماری بخش منسوجات و پوشاک در ۶ ماهه ۹۷

گروه	۶ ماهه ۹۷			۶ ماهه ۹۶			درصد تغییر	
	تعداد	سرمایه (میلیارد ریال)	اشتغال (نفر)	تعداد	سرمایه (میلیارد ریال)	اشتغال (نفر)	تعداد	سرمایه (میلیارد ریال)
جواز تاسیس صادرشده در بخش ساخت منسوجات و پوشاک								
منسوجات	۴۰۹	۳۳۸۴۲,۲	۱۲۷۳۵	۳۷۸	۲۵۶۴۲,۴	۹۵۷۱	۸,۲	۳۲,۰
پوشاک	۳۴۵	۸۶۴۰,۷	۱۱۷۶۷	۲۵۴	۴۹۴۴,۵	۸۳۳۴	۳۵,۸	۷۴,۸
پروانه بهره برداری صادرشده در بخش ساخت منسوجات و پوشاک								
منسوجات	۱۱۵	۷۵۱۳,۹	۲۲۱۸	۱۱۱	۶۴۸۸,۱	۲۷۲۶	۳,۶	۱۵,۸
پوشاک	۳۶	۲۶۱,۱	۶۸۱	۲۷	۴۵۹,۳	۷۴۷	۳۳,۳	-۴۳,۱
پروانه بهره برداری ایجاد شده در بخش ساخت منسوجات و پوشاک								
منسوجات	۶۸	۴۸۹۲,۴	۱۳۱۴	۷۸	۴۷۷۳,۹	۲۱۲۸	-۱۲,۸	۲,۵
پوشاک	۳۳	۲۵۸,۹	۶۴۷	۲۰	۳۵۱,۱	۶۶۲	۶۵,۰	-۲۶,۲

آمار تولید محصولات منتخب نساجی در ۶ ماهه ۹۷							
نام محصول	واحد سنجش	شهریور ۹۷	مرداد ۹۷	تغییر (درصد)	۶ ماهه ۹۷	۶ ماهه ۹۶	تغییر (درصد)
الیاف و تاپس پلی استر	هزار تن	۱۸,۵	۱۸,۵	۰,۰	۹۷,۸	۹۶,۱	۱,۸
نخ پلی استر	هزار تن	۲۱,۰	۲۱,۰	۰,۰	۱۱۹,۵	۱۱۴,۶	۴,۳
الیاف اکریلیک	هزار تن	۰,۰	۰,۰	۰	۱,۶	۰,۰	۰
نخ سیستم پنبه‌ای و ترکیبی الیاف مصنوعی	هزار تن	۱۹,۰	۱۹,۰	۰,۰	۱۰۵,۷	۱۰۳,۵	۲,۲
فرش ماشینی	هزار مترمربع	۶۵۰۰,۰	۶۵۰۰,۰	۰,۰	۴۰۴۶۱,۰	۴۱۲۲۳,۰	-۱,۸

صادرات بخش منسوجات و پوشاک در ۶ ماهه ۹۷					
گروه	وزن (هزار تن)		ارزش (میلیون دلار)		تغییر (درصد)
	۹۷ ماهه	۹۶ ماهه	۹۷ ماهه	۹۶ ماهه	وزن / ارزش
منسوجات	۹۲,۶	۶۲,۴	۴۲۳,۳	۲۸۹,۴	۴۸,۴ / ۴۶,۳
پوشاک	۲,۲	۱,۶	۲۳,۷	۲۰,۶	۳۹,۶ / ۱۵,۰
واردات بخش منسوجات و پوشاک در ۶ ماهه ۹۷					
گروه	وزن (هزار تن)		ارزش (میلیون دلار)		تغییر (درصد)
	۹۷ ماهه	۹۶ ماهه	۹۷ ماهه	۹۶ ماهه	وزن / ارزش
منسوجات	۶۹,۶	۱۳۶,۹	۲۳۸,۳	۴۱۱,۰	-۴۹,۲ / -۴۲,۰
پوشاک	۰,۴	۱,۸	۶,۸	۲۲,۱	-۷۸,۰ / -۶۹,۳

استخراج: ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» از گزارش وزارت صنعت، معدن و تجارت



به بهانه درگذشت سیدسلمان بارانی بهبهانی مدیرعامل فقید مجتمع تولیدی نیکریس

آبان ماه ۱۳۹۷ آقای سیدسلمان بارانی بهبهانی مالک و مدیرعامل کارخانجات نیکریس زنجان دار فانی را وداع گفتند. ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» ضمن عرض تسلیت این ضایعه به خانواده محترم آن مرحوم، توجه خوانندگان گرامی را به زندگی نامه مرحوم بهبهانی که توسط خود ایشان نگاشته شده، جلب می نماید:

اینجانب سیدسلمان بارانی بهبهانی فرزند سید حسین متولد ۱۳۴۶ هستم. پس از گذراندن دوران تحصیلات متوسطه و دوران مقدس سربازی از آنجایی که عشق و علاقه ای به کار تولید و ایجاد اشتغال در وجود خود داشتم با تشویق و همکاری برادران خود و همزمان با ادامه تحصیلات دانشگاهی در زمینه نساجی، موفق شدم با پشت سر گذاشتن زحمات فراوانی در سال ۱۳۶۹ یک واحد ریسندگی به نام پرنخ با بهترین و مدرن ترین ماشین آلات آلمانی در استان مرکزی احداث و حدود ۳۰۰ نفر پرسنل بکارگیری نمایم و با این عمل کمک شایانی به ایجاد اشتغال برای جوانان این استان نمودم. این واحد تولیدی با ظرفیت کامل در

سه شیفت کاری فعالیت داشت و تا سال ۱۳۸۴ در اختیار اینجانب بود و در کنار این مجموعه، در سال ۱۳۷۴ همزمان با فعالیت شرکت پرنخ موفق شدم اولین خط تولید نوار تفلن با نام تجاری آسیا را در ایران در استان مرکزی احداث و راه اندازی نمایم و با این کار از خروج ارز برای خرید این محصول جلوگیری کنم و همچنین در سال ۱۳۷۶ نیز موفق به احداث اولین خط تولید توپ پینگ پنگ در ایران (استان مرکزی) با همان برند آسیا شدم که بدین ترتیب نیز حدود ۱۵۰ نفر در این واحدها مشغول به کار شدند. در سال ۱۳۷۴ نیز اقدام به خرید شرکت نیکرنگ (رنگرزی و تکمیل پارچه) در شهرستان زنجان نمودم و از آنجایی که شروع کار در واحد نیکرنگ بنده را مصمم به توسعه و تکمیل زنجیره تولید نمود، اقدام به تاسیس مجتمع تولیدی نمودم و بر این اساس سعی کردم که وقت و سرمایه خود را متمرکز نمایم. بنابراین پس از واگذاری واحد فوق اقدام به خرید زمین های اطراف واحد نیکرنگ نمودم و در سال ۱۳۷۶ استارت ساخت واحد ریسندگی این مجتمع تولیدی (که با تغییر نام

نیکرنگ به نیکریس بود) زده شد و در نتیجه سالی به مساحت ۱۴ هزار متر احداث و با خرید و نصب بهترین ماشین آلات روز دنیا و کارشناسان مجرب (داخلی و خارجی) این واحد را در سال ۱۳۷۹ به بهره برداری رساندم و از آنجایی که تصمیم برای کامل نمودن زنجیره تولید داشتم در سال ۱۳۸۲ واحد بافندگی را نیز با خرید و نصب ماشین آلات آلمانی افتتاح کردم و در ادامه تکمیل نمودن پروسه تولید در سال ۱۳۸۴ نیز واحد رنگرزی پارچه افتتاح گردید. در سال های اخیر نیز خط رنگرزی نخ و الیاف نیز به خطوط تولید این مجتمع تولیدی اضافه گردید و در سال ۱۳۹۶ نیز موفق به راه اندازی واحد دوزندگی و تولید پوشاک نیز شدم تا بدین ترتیب خطوط تولید از صفر تا صد در زمینی به مساحت ۱۱ هکتار و زیر بنای ۳۵۰۰۰ متر در اختیارمان باشد. بدینوسیله با تلاش فراوان اینجانب در این مجتمع ۷۰۰ نفر پرسنل در خطوط تولید و حدود ۷۰ نفر نیز در دفتر مرکزی مشغول به کار می باشند که تولیدات مذکور نیز از کیفیت قابل توجهی برخوردار است. روحشان شاد و یادشان گرامی.



گزارشی از مراسم نکوداشت دکتر محمد حقیقت کیش تجلیل از ۴۰ سال خدمت صادقانه و خالصانه

و در یک کلام دریافت حقیقت و آموزش آن به دانشجویان و همکاران، اشاره کرد. آنچه باعث شده در تمام این سال‌ها جناب آقای دکتر حقیقت کیش همواره در مرکز ثقل فعالیت دانشکده باشند، اخلاق والا، حسن همکاری و مقدم داشتن منافع دانشکده و دانشگاه بر سایر امور، انجام خدمت خالصانه و وطن‌دوستی، حسن خلق و آموزش تجربیات و اخلاق به نیروهای جوان، عدم وابستگی به هرگونه جناح‌بندی سیاسی و اجتماعی، مهربانی، دلسوزی و صمیمیت ایشان با اساتید هیئت علمی و کارکنان دانشکده می‌باشد. در اینجا لازم می‌دانم از زحمات تمامی همکاران در دانشکده و دانشگاه به خصوص جناب آقای مهندس طباطبایی مدیر امور فرهنگی و روابط عمومی که در طی چند ماه گذشته برای تهیه و تدارک این مراسم زحمت کشیدند تشکر و قدردانی نمایم.»

بعد از صحبت‌های دکتر لطیفی، نوبت به **دکتر اسفندیار اختیاری** نماینده مردم یزد در مجلس شورای اسلامی و از دانش‌آموختگان سابق دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه پلی‌تکنیک در مقطع دکترا رسید. دکتر اختیاری بعد از عرض سلام و ادب خدمت اساتید و حاضرین در جلسه گفت: «امروز همگی جمع شده‌ایم تا از زحمات مرد بزرگی یاد کنیم که برای همه ما تلاش بسیار زیادی انجام داده است. قبل از هر چیز باید از فردی تشکر کنم که اگر حمایت ایشان نبود قطعاً آقای دکتر

بعد از ظهر دوشنبه ۲۱ آبان ۱۳۹۷ مراسم نکوداشت دکتر محمد حقیقت کیش با حضور رئیس دانشگاه صنعتی امیرکبیر، نماینده مردم یزد در مجلس شورای اسلامی، جمعی از اساتید دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر، نمایندگان تشکلهای نساجی و پوشاک، جمعی از صنعتگران و تولیدکنندگان عرصه نساجی، و همچنین جمع زیادی از دانشجویان، در سالن آمفی تئاتر دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر برگزار شد.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، بعد از تلاوت آیاتی چند از کلام‌الله مجید و پخش سرود جمهوری اسلامی ایران، مجری مراسم پشت تربیون قرار گرفت و بعد از خیرمقدم و خوشامدگویی به حاضرین، از **دکتر مسعود لطیفی** ریاست دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر خواست که پشت تربیون قرار بگیرد. دکتر لطیفی با اشاره به اینکه مراسم امروز به منظور بزرگداشت مقام علمی دکتر محمد حقیقت کیش برگزار شده گفت: «اینجانب افتخار داشتم طی ۴۰ سال گذشته به عنوان دانشجو، همکار و همسفر در خدمت ایشان باشم و از تجربیات ایشان استفاده نمایم. از خصوصیات بارز جناب آقای دکتر حقیقت کیش می‌توان به ژرف‌اندیشی، ژرف‌نگری علمی، مطالعه مداوم و یادگیری مستمر جدیدترین منابع علمی، علاقمندی به فناوری‌های نوین آموزشی و پژوهشی

به ما آموزش دهند، از ایشان سپاسگزاری می‌کنم که به ما یاد دادند وقتی علم یاد می‌گیریم، تواضع داشته باشیم. ایشان به ما یاد دادند که تلاش کنیم و سعی کنیم مسئولیت‌پذیر باشیم. از طرف همه دانشجویان سابق از ایشان سپاسگزاری می‌کنم و امیدوارم همیشه شاد، تندرست و پیروز باشند.»

بعد از صحبت‌های دکتر اختیاری، کلیبی حاوی گفتگوی صمیمانه با دکتر حقیقت‌کیش پخش شد و سپس آقای **مهندس مظاهری** از اساتید بزرگ و پیشکسوت دانشکده مهندسی نساجی به عنوان سخنران بعدی در جایگاه قرار گرفت. وی در سخنان خود گفت: «در اولین سال فعالیتیم در پلی‌تکنیک تهران تدریس دروس رنگزری و تکمیل به بنده محول گردید. در اولین کلاسی که آغاز کردم با تعداد ۱۸ دانشجو، دوست و برادر عزیزم دکتر حقیقت‌کیش از جمله دانشجویان بودند. تمرکز ایشان بر دروس و سوال‌هایی که مرتباً مطرح می‌کردند را هرگز فراموش نخواهم کرد. گهگاه دروس جلسات قبل را مطرح می‌کردند و مباحث خاص را به میان می‌آوردند و درخواست پاسخگویی داشتند و تا قانع نمی‌شدند بحث را رها نمی‌کردند. با توجه به اینکه دانشگاه پلی‌تکنیک تهران اولین دانشگاهی بود که مهندسی نساجی داشت، در آن زمان کتابخانه‌ها چندان مجهز به کتب و مقالات نساجی نبودند. از اینترنت نیز خبری نبود. به یاد دارم همواره دکتر حقیقت‌کیش عزیز در تلاش بود تا به کتب، نشریات و مقالات روز

حقیقت‌کیش نمی‌توانستند ۴۰ سال همراه ما باشند و آن فرد کسی نیست جز سرکار خانم حقیقی همسر دکتر حقیقت‌کیش. [تشویق حضار]

حیف شد که بر اساس قانونی که نباید تصویب می‌شد اساتید و بزرگان ما بازنشسته شده‌اند و این مراسم‌ها باید به یادشان برگزار شود. خوشبختانه وزارت علوم و دانشگاه‌ها می‌توانند از تلاش‌های این اساتید در قالب مشاوره استفاده کنند ولی ای‌کاش می‌شد مانند گذشته تمام وقت از این اساتید بهره‌مند شویم. من به اندازه ۳۵ سال که با دانشگاه پلی‌تکنیک ارتباط داشته‌ام می‌توانم راجع به دکتر حقیقت‌کیش صحبت کنم ولی نه فرصت این کار هست و نه به خودم اجازه می‌دهم این میزان وقت از حضار بگیرم. اجازه دهید راجع به دکتر نکته‌ای بگویم. یک روز موقعی که ما دانشجویان دور هم جمع بودیم و صحبت می‌کردیم ایشان جمله‌ای به ما گفتند که سعی می‌کنم همواره به آن توجه کنم. ایشان گفتند نگویید شهرتان، دانشگاهتان یا کشورتان. با این نوع صحبت کردن نه شهرتان ساخته می‌شود و نه دانشگاه و کشورتان؛ بلکه بگویید شهرم، دانشگاهم و کشورم و سعی می‌کنم آن را درست کنم. ایشان فارغ‌التحصیل آمریکا بودند و به راحتی می‌توانستند از ایران خارج شوند ولی ایستادند و برای دانشکده، دانشگاه، شهر و کشورشان تلاش کردند. این مرد به ما صبروری، پشتکار داشتن و بی‌تفاوت نبودن را یاد دادند. در پایان از آقای دکتر حقیقت‌کیش سپاسگزاری می‌کنم که سعی کردند علوم جدید را

علوم، تحقیقات و فناوری
- ریاست انجمن علوم و فناوری مهندسی نساجی ایران
- عضو کارگروه توسعه دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت معلمان دبیرستان‌های فنی و حرفه‌ای در تابستان ۶۳
- عضو کارگروه توسعه برنامه مطالعات ۴ ساله برای مسائل فنی صنایع نساجی
- عضو کمیسیون‌های مختلف تدوین استانداردهای ملی الیاف و پلاستیک
- دبیر ستاد رفاهی اساتید دانشگاه
- راهنمایی تعداد زیادی از رساله‌های دکتری و پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و کارشناسی. ایشان صاحب تالیفات متعددی هستند که از آنجمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:
- خلاصه نظریه‌ها و مسائل خواص فیزیکی الیاف، پلیمرهای مصنوعی، آمار عملی در نساجی، پلی‌پروپیلن، میکروسکوپ و میکروسکوپی در پلیمر و نساجی، خلاصه نظریه‌ها و مسائل خواص فیزیکی الیاف (ویرایش جدید) و بیش از ۸۳ مقاله ISI و ۱۱۸ مقاله کنفرانسی و ۱۶ ثبت اختراع.

فیزیک الیاف، ۴) تکسچرایزینگ، ۵) روش تحقیق در مهندسی.

مقطع تحصیلات تکمیلی:

۱) فیزیک الیاف پیشرفته، ۲) مکانیک ساختاری نخ، ۳) روش‌های پیشرفته میکروسکوپی در نساجی، ۴) خواص مکانیکی و رئولوژیکی الیاف نساجی، ۵) شناسایی و تجزیه و تحلیل ساختارهای نانو لیفی با اشعه ایکس.

دکتر حقیقت‌کیش در طی ۴۰ سال خدمات با ارزش خود مسئولیت‌های اجرایی زیر را نیز برعهده داشته است:

- مدیریت گروه مهندسی پلیمر دانشگاه پلی‌تکنیک تهران

- ریاست دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر (مدت ۶ سال)

- رئیس قطب علمی هویت‌یابی‌های نوین در نساجی

- ریاست علمی فدراسیون آسیایی انجمن صنایع نساجی (FAPTA)

- عضو و رئیس کمیته برنامه‌ریزی نساجی وزارت

دکتر محمد حقیقت‌کیش در سوم دیماه ۱۳۲۰ در شهر آواده استان فارس متولد شد و تحصیلات مقاطع ابتدایی و متوسطه خود را در شهرستان آواده، کازرون و شیراز به پایان رساند و برای ادامه تحصیل راهی تهران گردید. وی جزو فارغ‌التحصیلان سال‌های نخست مقطع کارشناسی رشته مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی‌تکنیک تهران) می‌باشد که در سال ۱۳۴۴ کارشناسی مهندسی نساجی را از دانشگاه پلی‌تکنیک اخذ نمود و پس از انجام خدمت سربازی جهت ادامه تحصیل راهی آمریکا شد.

وی در سال ۱۳۵۳ موفق به اخذ مدرک کارشناسی ارشد در رشته تکنولوژی نساجی از دانشگاه کارولینای شمالی و در سال ۱۳۵۷ موفق به اخذ درجه دکترا در رشته علوم الیاف و پلیمر شد. دکتر حقیقت‌کیش شهریور سال ۱۳۵۷ به ایران بازگشت و به تدریس در دانشکده مهندسی نساجی و پلیمر آن زمان در دانشگاه پلی‌تکنیک تهران مشغول گردید.

موضوعات آموزشی که در طی سالیان متمادی توسط وی ارائه شده عبارتند از:

مقطع کارشناسی:

۱) علوم الیاف، ۲) فیزیکی الیاف، ۳) ساختمان

که تعداد زیادی از تحصیلکرده‌های داخلی و همچنین خارج تحصیلکردگان به‌وطن برگشته، مجدداً به خارج برمی‌گشتند. علاقه وافر دکتر به علم و تدریس سبب شد تا دکتر در پلی‌تکنیک تهران مشغول گردد. ایشان بیش از ۴۰ سال است در پلی‌تکنیک تهران مشغول هستند و تعداد زیادی فارغ‌التحصیل به صنعت نساجی مملکت معرفی کردند. از جمله محسنات دکتر حقیقت‌کیش می‌توان به دقیق بودن، تمرکز در کارها و علاقه وافر به علم و دانش اشاره کرد. آرزوی طول عمر با عزت برای دکتر حقیقت‌کیش عزیز دارم و امیدوارم سالیان سال قادر باشند کلیه دانشجویان، اساتید و دوستان خود را به فیض برسانند.»

بعد از سخنان مهندس مظاهری، نوبت به **دکتر احمد معتمدی** رئیس دانشگاه امیرکبیر رسید. دکتر معتمدی در ارتباط با دکتر حقیقت‌کیش گفت: ایشان از اساتید قدیمی و برجسته دانشگاه به ویژه حوزه نساجی کشور است، متأسفانه بنده از دانشجویان هم رشته‌ای دکتر حقیقت‌کیش نبودم که بتوانم از کلاس‌های این استاد بزرگوار در دانشگاه استفاده کنم اما پس از اینکه سال ۵۷ از دانشگاه امیرکبیر فارغ‌التحصیل شدم، ایشان بعد از تحصیل در یکی از دانشگاه‌های معتبر خارجی، فعالیت علمی خود را در دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه پلی‌تکنیک آغاز کردند.

وی ادامه داد: دانشگاه صنعتی امیرکبیر در ۴۰ سال پیش به گستردگی امروز نبود و در آن زمان این دانشگاه بسیار کوچک و ۱۰۰۰ دانشجو در اختیار داشت اما در همین زمان تصمیم دکتر حقیقت‌کیش برای ورود به کشور و فعالیت در این دانشگاه جای تقدیر و قدردانی دارد. چرا که در آن سال‌ها که همزمان با پیروزی انقلاب اسلامی بود بسیاری کشور را ترک و مهاجرت کردند. اما دکتر حقیقت‌کیش با روحیه خدمت و تلاشی که داشته‌اند در کشور ماندند و بیش از ۴۰ سال فعالیت‌های علمی و مسئولیت‌های اخلاقی و اجتماعی خود را انجام دادند.

رئیس دانشگاه صنعتی امیرکبیر گفت: با توجه به اینکه اعتقادی به بازنشتی در حوزه علمی به ویژه بازنشتی اساتید در دانشگاه‌ها ندارم اما بنا بر قانون باید آن را اجرا کنیم. البته ممکن است به لحاظ اداری با اجرای قانون وضعیت فعالیت آنها تغییراتی داشته باشد ولی از لحاظ خدمت هر اندازه که افراد باتجربه‌تر باشند خدمات بیشتری را می‌توانند به جامعه دانشگاهی ارائه کنند.



دسترسی داشته باشد.

آخرین ماه‌های فارغ‌التحصیلی ایشان در پلی‌تکنیک تهران بود. روزی با ایشان در ارتباط با صنعت نساجی و دانشگاه صحبت داشتم. به ایشان عرض کردم یک واحد نساجی جهت تولید الیاف هایبالک در کرج برای اولین بار افتتاح گردیده که کلیه کادر فنی آن واحد را مهندسین ایتالیایی و آلمانی به عهده دارند. جلسه‌ای بین بنده، دکتر حقیقت‌کیش و صاحب آن واحد نساجی تشکیل شد و بعد از چند دقیقه که صاحب آن واحد با دکتر مصاحبه کرد، بلافاصله آمادگی خود را برای استخدام دکتر اعلام نمود. مهندس حقیقت‌کیش آن زمان در واحد مشغول به فعالیت شدند و بعد از یک ماه مطلع شدم که صاحب آن واحد ایشان را به سمت رئیس قسمت رنگرزی منصوب و مهندس آلمانی را اخراج کرده است. باعث خوشحالی من بود. از صاحب واحد در این باره سوال کردم که ایشان گفتند که طی این یک ماه کلیه فعالیت‌های مهندس حقیقت‌کیش را زیر نظر داشته و ایشان مردمی دقیق، باحوصله و بسیار فداکار است. دکتر یک سال بیشتر آنجا نبود و روزی به من زنگ زد و عزمش را برای رفتن به آمریکا جهت ادامه تحصیل با من در میان گذاشت. دکتر به آمریکا تشریف برد و بعد از گذراندن چندین سال با اخذ درجه دکترا به وطن برگشت.

در اینجا لازم است متذکر شوم دکتر حقیقت‌کیش موقعی به وطن برگشت





دکتر محمد حقیقت کیش، مهندس رضا حمیدی

مهندسی نساجی دانشگاه پلی تکنیک پشت تربون قرار گرفت. وی در سخنان خود گفت: «بنده ورودی سال ۵۴ دانشگاه هستم و در سال ۵۷ توفیق شاگردی آقای دکتر را داشتم. بنابراین امروز حدود ۴۰ سال است که بنده افتخار شاگردی ایشان را دارم. معمول است که در اینگونه مراسم خدماتی که افراد انجام داده اند را مطرح می کنند و قطعاً بسیاری از اقدامات و اتفاقات خوب دانشکده مهندس نساجی به دست دکتر حقیقت کیش اتفاق افتاده است. منتهی بد نیست بعضی وقت ها به این نکته توجه کنیم که در مدتی که در جایی فعالیت داشته ایم چه کارهای بعضاً نادرستی از دستان برمی آمده که انجام دهیم ولی نکرده ایم که این هم قابل تقدیر و قدردانی است. مثلاً اگر تربون دستان بود حرفی نزدیم که برای مردم گرفتاری درست شود یا اگر مسئولی بودیم از مقام مان سوءاستفاده نکردیم که این هم به نوعی اثبات شرافت افراد و مسئولان است.

من قصد دارم به سیاهه ای از کارهایی که این مرد بزرگ می توانست انجام دهد ولی انجام نداد و شرافت معلمی خود را حفظ کرد اشاره کنم. آقای دکتر حقیقت کیش با وجود مرتبه علمی بالا، هیچگاه فعالیت در مقطع کارشناسی را ترک نکردند و مشابه ۴۰ سال قبل، هنوز هم با همان شور و شوق زایدالوصف در مقطع کارشناسی فعالیت می کنند. آقای دکتر حقیقت کیش کار معلمی خود را هیچگاه با فعالیت های اقتصادی نیامیختند و همیشه معلم

معمدی افزود: رویه من در دانشگاه امیرکبیر به این صورت هست که اساتید و دانشجویان بیش از گذشته بتوانند از تجربه، توانمندی و علم اساتید بازنشته به ویژه اساتید پیشکسوت در حوزه علمی استفاده نمایند. بنابراین همکاری دکتر حقیقت کیش با دانشگاه امیرکبیر به هیچ عنوان قطع نخواهد شد بلکه دانشجویان بیشتر از گذشته می توانند از خدمات این استاد بزرگوار بهره ببرند.

پس از صحبت های دکتر معمدی، دکتر رهایی رئیس سابق دانشگاه صنعتی امیرکبیر نیز به توصیف ویژگی های علمی و شخصیتی دکتر حقیقت کیش پرداخت و گفت: ایشان از اساتید به نام و پیشکسوت در صنعت نساجی کشور است که نقش بزرگی در اعتلای دانشگاه صنعتی امیرکبیر داشته است. در واقع این استاد در تمام مسندهایی که در این دانشگاه حضور داشتند چه در مسند ریاست دانشکده مهندسی نساجی و چه در مسئولیت هایی که در دوره تحصیلات تکمیلی دانشگاه بر عهده داشتند همچنین در شورای برنامه ریزی آموزش عالی، آثار بسیار ثمربخشی از خود به جا گذاشتند.

وی در ادامه تصریح کرد: از آنجایی که دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه امیرکبیر به عنوان مادر دانشکده های نساجی سراسر کشور مطرح است و به حق این جایگاه را کسب کرده است، نقش دکتر حقیقت کیش که یکی از پیشکسوتان این عرصه است نقش بسیار بدیل و تعیین کننده است. به طوری که شاگردان زیادی در این دانشگاه توسط آن بزرگوار تربیت شده است. ایشان همچنین جایگاه علمی بسیار اثرگذاری هم در این دانشگاه و هم در سایر دانشگاه های کشور از خود به جا گذاشته است.

رئیس سابق دانشگاه صنعتی امیرکبیر خاطرنشان کرد: دکتر حقیقت کیش در تدوین برنامه های آموزشی سراسر کشور در رشته نساجی در دوره های مختلف کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری یکی از تصمیمات اثرگذار و ماندگار را از خود به جا گذاشتند. در واقع نام این استاد بزرگوار به دلیل تصمیم گیری های بسیار کلیدی و موثر در عرصه آموزش نساجی دانشگاهی کشور در وزارت علوم به عنوان فردی بی بدیل ثبت شده است.

بعد از صحبت های دکتر رهایی، کلبی از صحبت های تعدادی از دانشجویان سابق دکتر حقیقت کیش و همچنین پیامی از طرف دختر ایشان که در ایران حضور نداشتند، پخش شد. سپس دکتر حسین امیرشاهی عضو هیئت علمی دانشکده



دکتر اسفندیار اختیاری



دکتر مسعود لطیفی



نفر اول: دکتر احمد معتمدی، نفر دوم: مهندس مظاهری

پشت تربیون قرار گرفت و پیام یکی از شاگردان دکتر حقیقت کیش را که در آمریکا تلفنی به وی اعلام کرده بود، خطاب به دکتر حقیقت کیش مطرح کرد و در پایان برای دست‌بوسی خدمت ایشان رفت.

در پایان مراسم نیز نوبت به خود **دکتر حقیقت کیش** رسید تا دقایق کوتاهی برای حاضرین صحبت کند. ایشان ضمن تشکر از تمامی بزرگوارانی که زحمت کشیدند و به این مراسم تشریف آوردند، از تمامی همکاران و دوستانی که با وجود مخالفت وی، طی چندین ماه امکانات و شرایط لازم را برای برگزاری مراسم امروز مهیا کردند تشکر و قدردانی کرد. همچنین ایشان از دکتر لطیفی ریاست دانشکده که به نمایندگی از تمامی اساتید دانشکده مهندسی نساجی مقدمات برگزاری جلسه امروز را فراهم کردند تشکر نمود. دکتر حقیقت کیش از دانشجویانی که در این جلسه شرکت کردند و نیز کلیه حضار گرامی که در طول دو ساعت برگزاری جلسه حوصله کرده و به مباحث مطرح شده گوش دادند قدردانی کرد. ایشان گفت: ما می‌آییم و می‌رویم ولی آنچه می‌ماند علم، دوستی و صداقت است. برای یک استاد و معلم بزرگترین افتخار این است که هیچکدام از دانشجویان او دانشجو باقی نمی‌مانند و بعد از مدتی، به اساتیدی بهتر از خود او تبدیل می‌شوند. این موضوع باعث خوشحالی بنده است و باز هم از تشریف‌فرمایی تمامی شما عزیزان تشکر می‌کنم.

بودند. آقای دکتر حقیقت کیش با وجود ۴۰ سال سابقه تدریس و گذشت ۲۰ سال از زمانی که اولین دانشجوی دکتر خود را فارغ‌التحصیل کردند، هیچگاه در این موضوع عطش بی‌اندازه نداشتند و تعداد افرادی که دوره دکترای خود را زیر نظر این بزرگوار گذراندند کمتر از ۱۰ نفر است که نسبت به سابقه طولانی فعالیت ایشان، عدد کوچکی است. آقای دکتر حقیقت کیش هیچگاه در دام تولید اسناد علمی که شاید کمترین استفاده را برای کشور داشته باشد، نیفتادند و بنده هم تلاش کرده‌ام چنین ویژگی‌ای را از ایشان سرلوحه کار خودم قرار دهم. آقای دکتر حقیقت کیش می‌توانست با یک اشاره تعدادی موقعیت برای فعالیت‌های بعدی و راه‌اندازی مراکز آموزشی برای خود فراهم کند ولی ایشان بزرگوارانه به این نوع امکانات پشت پا زدند و از این فرصت‌ها گذشتند. و ده‌ها مورد دیگر. امیدوارم سایه این مرد بزرگ همواره بر سر این دانشکده باشد و یکایک ما این فرصت را داشته باشیم که از لحظه لحظه مصاحبت با ایشان بیشتر بهره ببریم.

بعد از سخنان دکتر امیرشاهی کلیپ دیگری حاوی صحبت‌های اساتید و اعضای هیئت علمی فعلی دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر در ارتباط با ویژگی‌ها و خصایص علمی و اخلاقی دکتر حقیقت کیش پخش شد. بعد از پخش این کلیپ، **دکتر علیمردان شیبانی** عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران



نفر اول: دکتر علیرضا رهایی

ضيافت انجمن صنايع نساجي ايران به مناسبت هزارمين جلسه هيئت مديره



هاشمی نژاد، فاتح، منصور یاسینی و حسین عمومی فعالیت خود را آغاز کرد و ۱۰ روز بعد، حسن کورس - مالک و بنیانگذار کارخانجات چیت ری - در اولین سمینار صنایع نساجی ایران که در شانزدهم اردیبهشت ماه برگزار شد، خبر تاسیس این سندیکا را به اطلاع عموم رساند.

اسناد و مدارک موجود در انجمن گواهی می دهد که سندیکا پس از انجام تشریفات قانونی در سال ۱۳۴۸ با همکاری اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران و وزارت کار و امور اجتماعی در تاریخ ۱۳۴۹/۱۰/۱۴ تحت شماره ۴۵۸ اداره کل سازمان های کاری و کارفرمایی وزارت کار و امور اجتماعی به نام «سندیکای کارفرمایان صنعت نساجی پنبه ای و الیاف مصنوعی ایران» ثبت شد.

انجمن صنایع نساجی ایران به عنوان قدیمی ترین تشکل نساجی کشور، توجه خوانندگان گرامی را به تصاویری از این مراسم باشکوه نیز جلب می نمایم. (با این توضیح که تعدادی از عکس ها از کانال تلگرام انجمن صنایع نساجی استخراج شده)

تاریخچه انجمن صنایع نساجی

انجمن صنایع نساجی ایران از ششم اردیبهشت سال ۱۳۴۰ تحت عنوان «سندیکای صنایع نساجی و پنبه ای» توسط رادمردان توانایی همچون آقایان اکبر لاجوردیان، ضیاء طاهری، حاج حسن تفضلی، حاج عبدالله مقدم، مصطفی فرمان آرا، حاج احمد پورقدیری، علی کاشانی پور، ناصر پورکاشانی، قاسم هاشمی، محسن

شامگاه روز سه شنبه ۲۹ آبانماه ۱۳۹۷ ضیافت انجمن صنایع نساجی ایران به مناسبت هزارمین جلسه هیئت مدیره این انجمن، با حضور مسئولان دفتر نساجی وزارت صنعت، معدن و تجارت، نماینده مردم اصفهان و رئیس فراکسیون حمایت از صنعت نساجی مجلس، و همچنین جمع کثیری از صنعتگران، کارآفرینان، پیشکسوتان، اساتید دانشگاه و فعالان عرصه نساجی و پوشاک کشور، در طبقه نهم اتاق بازرگانی ایران برگزار گردید.

این مراسم در فضایی صمیمی و به دور از تشریفات و سخنرانی های مرسوم برگزار شد و چهره های شناخته شده صنایع نساجی کشور از قدیم تا جدید، با یکدیگر تجدید دیدار و تجدید خاطره نمودند.

در ادامه، ضمن اشاره مختصر به تاریخچه



آقایان لاجوردی، موسوی لاریکائی، کاظمی، آهنکریان



از راست: خانم ها افسانه مجرای، کتار نمرانی

به عنوان اعضای اصلی و آقایان بهمنی، هاشمی نژاد و فاخر نیز بازرس سندیکا بودند. بنابر اسناد موجود، آقایان اکبر لاجوردیان رئیس سندیکا، قاسم هاشمی نایب رئیس، مصطفی فرمان آرا خزانه دار و یونس روحانی منش دبیر کلی سندیکا را بر عهده داشتند.

می باشند که آقایان طاهری، اکبر لاجوردیان، قاسم شاهی، عمومی، حسن تفضلی، محمد صادق فاتح، ناصر پورکاشانی، بنکدارپور، مقدادی، مصطفی فرمان آرا، مسئولیت اعضای اصلی هیئت مدیره را بر عهده داشتند و آقایان حسین همدانیان و احمد پورقدیری

یونس روحانی منش، دبیر سندیکا در سال های ۱۳۵۵ تا ۱۳۵۸ در جزوه تاریخچه صنعت نساجی ایران از انتشارات سندیکای صنایع نساجی ایران در سال ۱۳۵۵ تعداد اعضای این سندیکا را تا آن زمان همان سال، ۳۱ شرکت عنوان می کند که به شرح جدول زیر

شماره	نام شرکت	نام مدیر
۱	ریسندگی و بافندگی کاشان	آقای حسن تفضلی
۲	مخمل و ابریشم کاشان	آقای اکبر لاجوردیان
۳	ریسندگی و بافندگی ری	آقای قاسم هاشمی
۴	ریسندگی و بافندگی شهناز اصفهان	آقای منصور متین
۵	یزدباف (سهامی عام)	آقای جواد شرقی
۶	پیله تکس	آقای مصطفی فرمان آرا
۷	سهامی ریسندگی و بافندگی فرنخ	آقای محسن هاشمی نژاد
۸	نساجی مازندران (سهامی عام)	آقای حسین عمومی
۹	صنعتی جهان (سهامی عام)	آقای شریفی
۱۰	ریسندگی و بافندگی فخرایران	آقای نوح نژاد
۱۱	نساجی یارس	آقای ناصر پورکاشانی
۱۲	اطلس یاف	آقای احمد پورقدیری
۱۳	تخکیر	آقای خسرو شاهی
۱۴	شهرضای جدید	آقای جلیل یکدانه
۱۵	نخریسی و نساجی خسروی اصفهان	آقای سیروس احمدی
۱۶	کارخانجات جیت سازی بهشهر	آقای کلاهی
۱۷	باقکار (سهامی خاص)	آقای شجاعی
۱۸	کارخانجات تولیدی ممتاز (سهامی خاص)	آقای منصور یاسینی
۱۹	ریسندگی رحیم زاده و شرکاء	آقای سید محمد کتبی
۲۰	ریسندگی و بافندگی نجف آباد	آقای منصور قدوشیم
۲۱	سیمین اصفهان (سهامی خاص)	آقای جواد فرصت
۲۲	ریسندگی ناهید	آقای محمود کسالیان
۲۳	کارخانجات پروین اصفهان	آقای احمد صیرقیان پور
۲۴	نساجی ساهی	آقای امیر هوشنگ اعتمادیه
۲۵	کارخانجات ریسندگی و بافندگی قومنا	آقای حمید کوروس
۲۶	نخریسی یزد (کارخانه اقبال)	آقای سید ابوالقاسم روهنی
۲۷	نختاب قیروزان تبریز (سهامی خاص)	آقای مرتضی رحیمزاده خونی
۲۸	ریسندگی و بافندگی جنوب	آقای سلطانیان زاده
۲۹	کارخانجات مقدم (کارخانه چاپ) (سهامی خاص)	آقای عبدالله مقدم
۳۰	ریسندگی و قرقره نختاب اصفهان (سهامی خاص)	آقای جعفر جهان پناه
۳۱	سعادت نساجان یزد	آقایان دیهیمی و تبریزی زاده



آقایان عامری، کاردان، زینی



آقایان نیلفروش زاده، شبانی، کاظمی، حکیمی، شهبازی نژاد



آقایان منزوی زاده، ثراقی، بصیری



آقایان غلامرضا علیمزدانی، علیمحمد شریفی



آقایان مروستی، ضرابیه



آقایان مقدسی، حائری



آقایان صالحی، امشبائیان، فخار



آقایان نصرتی، آیت اللهی



آقایان فرزاد، حسن کاردان، سعید منزوی زاده



از راست: آقایان صفی نژاد، شیریناری، ضرابی، اسماعیل پور



حضور انجمن نساجی و پوشاک استان البرز در مراسم



افزایش نرخ ارز؛ فرصتی برای صنعت پوشاک

گفتگوی ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» با آقای ابوالقاسم شیرازی رئیس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران

تولیدکننده، حدود ۱۱ هزار فروشنده پوشاک و حدود ۱۰۰۰ واحد فروشنده سبسمونی در تهران دارای پروانه فعالیت از اتحادیه پوشاک هستند. تولیدکنندگان پوشاک عمدتاً در پاساژها، فروشگاه و مجتمع‌های تجاری از جمله ساختمان پلاسکو که متأسفانه فرو ریخت، کار می‌کنند. فروشندگان پوشاک به صورت عمده در مناطقی مانند میدان امام حسین، سه راه جمهوری، ولیعصر، ونک، هفت حوض، پشت اداره گذرنامه، خیابان آذربایجان، خیابان بهار، بازار تهران و همچنین به صورت پراکنده در سایر نقاط تهران مشغول به کار هستند. همچنین واحدهای فروش سبسمونی عمدتاً در خیابان بهار و سنائی به طور فشرده و بقیه واحدها به صورت پراکنده در سطح تهران فعالیت می‌کنند.

اتحادیه پوشاک با ۷ نفر عضو هیئت مدیره و یک بازرس اداره می‌شود. انتخابات اتحادیه نیز سال گذشته در آذرماه برگزار گردید. اقدامات زیادی به خصوص در زمینه آموزش که جزو اهداف اصلی هیئت مدیره است، انجام گرفته است. ما از چند سال قبل، با راه‌اندازی مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک به اهمیت مقوله آموزش توجه داشته‌ایم. اعتقاد ما بر این است که برای ارتقای کارمان در حوزه تولید و صنعت پوشاک، خدمات، فروشندگی و بازرگانی و نیز در رسته‌هایی مانند طراحی که زیربنای



بند از سال ۱۳۷۲ در اتحادیه پوشاک عضو هیئت مدیره هستم. تعداد اعضای اتحادیه در سال ۷۲ رقم ۷۰۰ تولیدکننده و فروشنده بود که امروز به حدود ۱۸ هزار پروانه کسب در حوزه تولید و فروش رسیده است. البته بالغ بر ۵ هزار واحد بدون مجوز شامل ۲ هزار واحد تولید و ۳ هزار واحد فروش نیز شناسایی و به اتحادیه فراخوانده شده‌اند و کارهای قانونی برای کسب پروانه را طی می‌کنند. اتحادیه پوشاک در سه رسته شامل تولیدکننده پوشاک، فروشنده پوشاک و رسته سبسمونی پروانه فعالیت صادر می‌کند. در حال حاضر حدود ۶ هزار واحد

به عنوان اولین سوال، از سوابق خودتان و نیز اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران برای خوانندگان مجله صحبت بفرمایید.

ضمن عرض سلام و خیر مقدم به حضرتعالی و عرض سلام و احترام ویژه خدمت آقای مهندس بصیری که پیشکسوت و بزرگ صنعت نساجی کشور هستند، من ابوالقاسم شیرازی هستم مسئول اتحادیه صنف لباس و پوشاک تهران و رئیس کمیسیون کشوری پوشاک در اتاق اصناف ایران.

تولید پوشاک است و همچنین تامین پارچه و مواد اولیه، باید موضوع آموزش و پژوهش و ارتقای دانش را دنبال نماییم. با راه اندازی مرکز پژوهش‌ها تاکنون پژوهش‌های زیادی در ارتباط با صنعت پوشاک کشور انجام گرفته و همچنین ارتباط بین‌المللی اتحادیه تقویت شده است.

از طرف دیگر، برای اینکه مقوله مدهای وارداتی در کشور ساماندهی شود بهترین کار را در این دیدیم که با برندهای خارجی و تشکلهای صنعتی خارجی از کشور به خصوص در آسیا و اروپا ارتباط و تعامل داشته باشیم تا بتوانیم از اقداماتی که آنها برای ارتقای جایگاه خود در سطح جهان انجام داده‌اند، الگوبرداری و بهره‌برداری نماییم و در داخل ایران با استفاده از ظرفیت طراحان متعهد داخلی، هم مدهای ایرانی اسلامی را با توجه به جغرافیای وسیع کشور طراحی نماییم و هم مدهای وارداتی را با توجه شرایط فرهنگی و اقلیمی کشور بومی‌سازی کنیم. همانطور که می‌دانید لباس و پوشاک یک نشان فرهنگی است و ما باید به این نشان فرهنگی، پویایی و شخصیت ببخشیم. بنابراین طراحی و مد در کار پوشاک به خصوص در بخش پارچه مهم است. در حال حاضر، ظرفیت‌های خوبی در صنعت نساجی کشور برای تولید پارچه وجود دارد که باید امروز تحرک جدیدی پیدا کند و واحدهای تولیدی باید از اینکه فقط یک سری نقشه و الگوی به‌خصوص را تولید کنند، خارجی شوند. تولیدکنندگان پارچه کشور باید به‌روز شوند و ما هم باید از آنها بخواهیم که طرح‌های نوآورانه، جدید و عامه‌پسند که برای مردم جذابیت دارد، تولید کرده و بومی‌سازی کنند تا در نهایت به پوشاک دوخته‌شده که مورد استقبال مردم قرار گیرد، برسیم.

بنابراین موضوع آموزش در اتحادیه پوشاک اهمیت به‌سزایی دارد. در این مدت کلاس‌های آموزشی در اتحادیه راه‌اندازی کرده‌ایم و حتی

از دانشگاه فرانسه برای برگزاری سمینار و کارگاه‌های آموزشی در داخل دعوت کردیم که خوشبختانه پاسخ مثبت دادند. در همین راستا، به این نتیجه رسیدیم که لازم است با انجمن‌ها و تشکلهای نساجی تعامل بیشتری برقرار کنیم چراکه صنعت نساجی با وجودی که یک صنعت مستقل از پوشاک است، اما رشد و توسعه هر دو صنعت در گرو این است که با یکدیگر همگام و همسو شوند و در هم تنیده شوند تا یک خروجی مناسبی در صنعت پوشاک شاهد باشیم. این اتفاق فقط از طریق تعامل نزدیک با صنعتگران متعهد نساجی رخ می‌دهد که جا دارد از جناب آقای مهندس بصیری و سایر دوستانی که به عنوان مدیران ارشد در انجمن‌های نساجی حضور دارند تشکر کنیم که از دو سال قبل باب این تعاملات گشوده شد و تا به امروز هم ادامه دارد.

چند ماه است که کارگروهی تحت عنوان کارگروه بررسی و پیگیری تامین مواد اولیه واحدهای تولید پوشاک تشکیل شده است. لطفا در مورد چرایی و چگونگی تشکیل این کارگروه و اهداف و برنامه‌های آن توضیح بفرمایید.

در بحث مواد اولیه و پارچه، نیاز بخشی از تولیدی‌های ما قطعاً از داخل تامین می‌شود و اولویت تولیدکنندگان نیز این است که از پارچه وطنی استفاده کنند. در بخش مردانه، چند تولیدکننده پارچه بنام در کشور فعالیت می‌کنند که بخش اعظمی از مصرف تولیدکنندگان لباس مردانه را تامین می‌کنند. در بخش زنانه و در حوزه مانتو، پارچه‌های داخلی به صورت ۱۰۰ درصد می‌تواند تامین‌کننده نیاز تولیدکنندگان مانتو باشد ولی در برخی قسمت‌ها مثل لباس‌های زینتی و مجلسی، بخش عمده پارچه مورد نیاز از جمله انواع ژورته‌ها، حریرها، کرپ‌ها وارداتی است. حتی در بخش چادر زنانه

نیز بخش عمده وارداتی است. در بخش شلوار کتان و جین، با اطلاعاتی که دارم بخشی از آن در داخل تامین می‌شود ولی عمده پارچه‌های کتان و جین وارداتی است. در مورد لباس بچگانه شرایط فرق می‌کند و نیازمند پارچه‌های متنوع با رنگ، جنس و دوخت متفاوت هستیم که بخش عمده مواد اولیه آن وارداتی است و در بخشی از آن هم به خصوص در حوزه تریکو و کشباف نیازی به واردات نداریم و خوشبختانه در حوزه پارچه‌ها و پوشاک گردیاف و کشباف مشکل چندان در کشور وجود ندارد.

وقتی بحران افزایش نرخ ارز اتفاق افتاد، در حوزه تامین مواد اولیه وارداتی مشکلاتی به وجود آمد. البته افزایش نرخ ارز و واقعی شدن آن به نوعی خواست اکثریت صنعتگران بود تا هزینه واردات بالا برود ولی چون این افزایش به صورت ناگهانی و یکباره اتفاق افتاد، و با برخی هیجانات بازار نیز تقارن پیدا کرد، به یکباره حتی زمینه عرضه پارچه داخلی هم در این شرایط که از خردادماه آغاز شد، به مخاطره افتاد و دسترسی به پارچه داخلی با مشکل مواجه شد. در مورد پارچه وارداتی نیز با توجه به اینکه واردات پارچه مانند پوشاک ممنوع اعلام شد و در اولویت‌های ۳ و ۴ قرار گرفت، پارچه وارداتی هم کمیاب شد و قیمت آن به یکباره افزایش پیدا کرد. از طرف دیگر، شرایط بازار نیز به سمتی پیش رفت که همه فروش‌ها از حالت مدت‌دار به نقدی تغییر گرایش پیدا کرد که معضل مضاعفی را برای تولیدکنندگان پوشاک که از نقدینگی لازم برای خرید نقدی برخوردار نبودند، به وجود آورد. مجموعه این عوامل باعث شد دسترسی تولیدی‌های پوشاک به مواد اولیه و پارچه داخلی و وارداتی با مشکلات جدی مواجه شود و کارخانجات کوچک و متوسط در خطر تعطیلی قرار گرفتند. البته این معضل در مورد کارخانجات بزرگ و به خصوص صنعتی کمتر بود چراکه این کارخانجات معمولاً بین ۳ تا ۶ ماه ذخیره مواد اولیه در انبار دارند ولی



داخلی حدود ۱۰ روز و در مورد پارچه‌های وارداتی در حدود ۱۵ روز می‌باشد.

اعضای کارگروه در حال حاضر چه افرادی هستند؟

ریاست این کارگروه را مهندس صادقی رئیس محترم سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران عهده‌دار هستند که وزیر محترم صنعت به ایشان اختیار کشوری داده‌اند. در جلسه‌ای که خدمت آقای دکتر رحمانی وزیر محترم صنعت بودیم ایشان گفتند که با تمام قدرت و قوت از توزیع مواد اولیه و رساندن آن به دست تولیدکنندگان حمایت می‌کنم و هر کاری هم لازم باشد در این راه انجام دهند را فروگذار نخواهند کرد تا تولیدکنندگان بتوانند بازار داخلی را تامین کنند و انشالله در آینده بتوانیم پوشاک خود را صادر کنیم. جناب آقای درستی نایب رئیس اول اتاق اصناف به عنوان ناظر در این کارگروه عضو اصلی هستند. همچنین آقای توکلی به عنوان نماینده هیئت امنای بازار تهران، عضو اصلی و دبیر کارگروه هستند. علاوه بر این، اتحادیه‌های ذیربط که پیشتر خدمتتان عرض کردم نیز نمایندگانی در این کارگروه دارند. ضمن اینکه چند نفر از کارشناسان خبره در مورد پارچه‌های تخت مثل آقای الیاسی از تولیدی ال‌سی‌من و دکتر افتخاری از تولیدی مانتو عصر جدید، آقای دکتر تیرگر رئیس مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک و همچنین نماینده گروه تولیدی صنعتی نیکوتن‌پوش در این کارگروه حضور دارند.

آیا در آینده، برنامه‌ای برای حضور نمایندگان کارخانجات صنعتی و نیز تشکلهای صنعتی پوشاک، در این کارگروه لحاظ شده است؟ یا فعالیت این کارگروه مختص واحدهای کوچک و متوسط و اتحادیه‌های صنفی می‌باشد؟

خدمت شما عرض کنم این کارگروه به

بدون معطلی و تشریفات، پارچه‌ها از طریق کسانی که کارت بازرگانی دارند و می‌توانند قانونمند این کار را انجام دهند، وارد کشور شده و از طریق کارگروه بین متقاضیان واجد شرایط توزیع شود. به حمدالله بعد از گذشت چند ماه از تشکیل کارگروه، هم کارخانجات داخلی به کارگروه اعلام آمادگی کرده‌اند و هم تولیدی‌های پوشاک با دادن تعهد در مورد تولید باکیفیت و قیمت مناسب تحت نظارت اتاق اصناف و کارگروه، و عرضه محصولات در فروشگاه‌ها و مغازه‌ها طبق تمامی ضوابط، از این کارگروه برای تامین مواد مورد نیازشان استفاده کرده‌اند. (چند روز بعد از انجام مصاحبه اولین پارت پارچه‌های داخلی و اولین پارت پارچه‌های وارداتی مثل پارچه جین، بین اولین گروه از متقاضیان این پارچه که تولیدکنندگان پوشاک معتبر و دارای پروانه کسب هستند، در مراسمی با حضور مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت و تعدادی از نمایندگان مجلس، به صورت علنی و شفاف توزیع شده است)

سطح فعالیت این کارگروه آیا صرفاً مختص به تهران است یا به کل کشور اختصاص دارد؟

در ابتدا و با توجه به اینکه شروع بحران در بازار تهران بود، اولویت فعالیت این کارگروه در تهران بود ولی در آینده نزدیک، به تمام روسای اتحادیه‌های پوشاک استان تهران و همچنین به تمام روسای اتحادیه پوشاک مراکز استان‌ها پیامک می‌دهیم و در مورد فعالیت کارگروه اطلاع‌رسانی می‌نماییم تا در صورتی که تولیدکنندگان پوشاک هر شهر یا شهرستان نیز دچار مشکل مواد اولیه هستند، درخواست‌های آنها از جانب اتحادیه همان شهر به کارگروه منتقل شود و کارگروه نیز اقدامات لازم برای رفع مشکل را در اسرع وقت انجام دهد. مدت زمانی که از زمان ثبت درخواست تا تامین سفارش طول می‌کشد در مورد کارخانجات

تولیدی‌های کوچک و متوسط که فقط در اتحادیه پوشاک تهران ۶ هزار واحد از این نوع وجود دارد، با مشکل مواجه شدند. به همین طریق، معضل تامین مواد اولیه در سراسر کشور و نه فقط تهران گسترش پیدا کرد و کارگاه‌ها به دلیل کمبود مواد اولیه و گران شدن آن، و همچنین کمبود نقدینگی حتی برای خرید نخ و زیپ، در آستانه تعطیلی قرار گرفتند.

مجموعه این شرایط و اعتراضات صورت گرفته باعث شد که آقای شریعتمداری وزیر وقت صنعت، معدن و تجارت جویای موضوع از هیئت امنای بازار تهران شود که آنها نیز نبود یا کمبود پارچه و مواد اولیه را عامل این اعتراضات اعلام کردند. در نتیجه، وزیر وقت صنعت به مهندس صادقی ریاست محترم سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران دستور دادند که هیئت امنای نمایندگان بازار را فراخوانده و مطالباتشان را احصا کنند تا در چارچوب قانون خواسته آنها تامین شود. خوشبختانه این اتفاق افتاد و تعامل بین هیئت امنای بازار تهران و سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران و اتاق اصناف و اتحادیه‌های صنفی مرتبط از جمله اتحادیه پوشاک تهران، اتحادیه خیاطان، اتحادیه پیراهن‌دوزان، اتحادیه کشفاف و اتحادیه تهیه لوازم چرم، برقرار گردید و نهایتاً بر اساس پیشنهاد وزیر محترم صنعت و احکامی که از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران صادر شد، کارگروه بررسی و پیگیری تامین مواد واحدهای پوشاک تشکیل گردید. نتیجه اقدامات این کارگروه نیز به اینجا رسید که کارخانجات داخلی تولید پارچه در صورت تمایل، خود را به کارگروه معرفی کنند تا از طریق این کارگروه، پارچه‌های تولیدی آنها بین تولیدکنندگان طالب و دارای شرایط تحویل شده و آنها نیز کالای با کیفیت خوب و قیمت مناسب را تولید و روانه بازار کنند. همچنین در مورد پارچه‌های وارداتی نیز مقرر شد که

شکل خودجوش و از بازار تهران شکل گرفته و بیشتر با هدف تامین نیاز بنگاه‌های کوچک و متوسط تشکیل شده است. ضمن اینکه عمده تولیدی‌های پوشاک در کشور جزو واحدهای کوچک و متوسط هستند. در مورد تشکلهای صنعتی که می‌فرمایید تعداد اعضای آنها قابل قیاس با اعضای اتحادیه‌های صنفی پوشاک در تهران و دیگر شهرها نیست و با در نظر گرفتن تهران و شهرستان‌ها، شاید تعداد واحدهای صنفی از ۳۰ هزار مورد نیز تجاوز نکند. ضمن اینکه واحدهای صنفی بر خلاف واحدهای صنعتی، حداکثر برای چند هفته تا یک ماه، مواد اولیه مورد نیازشان را تامین می‌کنند ولی کارخانجات صنعتی پوشاک که بین ۱۰۰ تا ۳۰۰ کارگر دارند حداقل بین ۳ تا ۶ ماه نیازشان به مواد اولیه را از پیش تهیه می‌کنند لذا اعضای تشکلهای صنعتی پوشاک در اولویت اول فعالیت این کارگروه قرار نگرفته‌اند. اما این بدان معنی نیست که تشکلهای صنفی از صنعتی جدا باشند. این موضوع به سرکار خانم محرابی مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت منتقل شده و ایشان در جریان هستند و اگر لازم باشد سرکار خانم محرابی باید به آقای مهندس صادقی یا کارگروه بررسی و پیگیری تامین مواد اولیه واحدهای پوشاک نامه‌نگاری کنند تا تشکلهای صنعتی زیرمجموعه نیز در این کارگروه عضو شده و دخیل شوند و هیچ مانعی هم در این زمینه وجود ندارد.

در مقطع فعلی، اتحادیه پوشاک تهران چه اقداماتی را برای حمایت از واحدهای پوشاک در سطح تولید، توزیع و فروش انجام می‌دهد؟

کاری که ما در اتحادیه باید انجام دهیم این است که خواسته‌ها و مطالبات تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک را دسته‌بندی کرده و بعد از انجام کار کارشناسی و تحقیقاتی، در قالب یک طرح پخته به دولت و مجلس ارائه کرده

و این حقوق را استیفا نماییم. طبیعتاً واحدهای پوشاک نمی‌توانند به صورت پراکنده حرف‌های خود را به گوش کسی برسانند ضمن اینکه ممکن است در برخی موارد حرف آنها منطقی نباشد یا حتی منطقی باشد ولی لحن و گویش آنها نامناسب باشد. اتحادیه در اینجا وظیفه دارد با توجه به بازوها و ابزارهای که در اختیار دارد از جمله مرکز پژوهش‌ها، مرکز مطالعات و مرکز علمی و همچنین مشاوران خوبی که در اختیار دارد، مطالبات واحدهای پوشاک را دریافت کرده و سپس بررسی و کارشناسی نماید تا موارد صحیح و به‌حق را به شکل قانونی از مسئولان ذیربط مطالبه نماید.

در جاهایی هم که ممکن است دولت ناخواسته با تصمیماتی که می‌گیرد سد راه تولیدکنندگان شود مثلاً در زمینه اخذ مالیات بر ارزش افزوده و فشاری که این مالیات بر قیمت تمام‌شده تولیدکنندگان می‌آورد، ما در اتحادیه وظیفه داریم هر اقدامی که می‌توانیم را برای مزیت‌دار کردن تولید این واحدها انجام دهیم. به عنوان مثال، کاری کنیم که هزینه‌های پارچه و خرج کار و هزینه‌های سربار تولیدکنندگان کاهش یابد تا واحدهای تولیدی که تولید باکیفیت انجام می‌دهند، بتوانند در برابر کالاهای خارجی در بازار رقابت نمایند. در همین التهابات اخیر بازار که بازار پارچه دچار آشفته‌گی و نابسامانی شد، اتحادیه پوشاک ورود پیدا کرد و دولت نیز استقبال کرد. قطعاً دولت نمی‌تواند جواب واحدهای تولیدی را به صورت جداگانه بدهد ولی اگر تشکلی که مورد اعتماد واحدهای تولیدی است پا پیش بگذارد و مسائل را با دولت در میان بگذارد، قطعاً دولت هم در مقام پاسخگویی بر خواهد آمد. آنچه که در جریان تشکیل کارگروه مذکور و اقدامات بعدی آن اتفاق افتاده، به این خاطر است که دولت به کارگروه اعتماد کرده است. ضمن اینکه ما در اتحادیه پوشاک از محل حق عضویت اعضا، هزینه‌های مربوط به جلسات کارگروه از جمله

اختصاص محل مرکز پژوهش‌های اتحادیه برای برگزاری جلسات، کاغذ، پذیرایی و ... را تقبل کرده‌ایم که نمونه دیگری از اقدامات حمایتی اتحادیه پوشاک برای واحدهای تولیدی است.

افزایش شدید و ناگهانی نرخ ارز، در کنار مشکلاتی که در زمینه تامین مواد اولیه به وجود آورده، چه پیامدهای مثبت یا منفی دیگری برای واحدهای تولیدی پوشاک داشته است و چه چشم‌اندازی در این زمینه متصور هستید؟

همانطور که اکثر کارشناسان اقتصادی اعلام کرده‌اند، نرخ ارز باید به رقم واقعی خود می‌رسید چراکه دولت چندین سال برای ثابت نگه داشتن آن هزینه کرده بود و در مقطع فعلی دیگر توان آن را نداشت. لذا باید بپذیریم که نرخ ارز باید به قیمت واقعی خود برسد. این افزایش اگرچه چالش چندماهه برای صنعت پوشاک ایجاد کرده، اما ظرفیت خوبی را هم در حوزه تولید و هم در حوزه فروش پوشاک به دنبال داشته است چراکه امروز دیگر نیازی به اعمال تعرفه بالا برای واردات نداریم و همین افزایش نرخ ارز بزرگترین تعرفه برای مقابله با واردات بی‌رویه است. بنابراین اگر تولیدکنندگان پارچه و پوشاک کشور که عمدتاً از افراد غیور و غیرتمند کشور هستند، تلاش کنند که در وهله اول کالای باکیفیت را تولید و به بازار عرضه کنند تا اعتماد مردم به کالای ایرانی بار دیگر جلب شود، آنگاه به مرور ضمن افزایش گرایش مردم به پوشاک ایرانی، تولیدکنندگان نیز به سود مدنظر خود خواهند رسید.

به اعتقاد من، افزایش نرخ ارز این اعتماد به نفس را در تولیدکنندگان پارچه و پوشاک ایجاد می‌کند که می‌توانند در برابر کالای وارداتی و حتی قاچاق رقابت کنند چراکه توجیه اقتصادی واردات و قاچاق نسبت به زمانی که مثلاً دلار ۳۸۰۰ تومان بود،



بنابراین شما معتقدید در مقطع فعلی جریان ورود برندهای درجه دو و سه ترکیه یا چین به بازار کم شده است؟

خوشبختانه همینطور است البته ممکن است هنوز از باقی مانده اجناس گذشته در بازار وجود داشته باشد ولی قطعا با گذشت زمان، ورود این نوع پوشاک کاهش بیشتری هم خواهد داشت.

نکته پایانی جنابعالی را می‌شنویم؟

هر آنچه که در این مصاحبه عرض کردم با بضاعت اندک خودم مطرح کردم و گرچه در تشکلهای دیگر قطعا اساتید مجرب و فرهیخته‌ای داریم که من با این صحبت‌ها زیره به کرمان برده‌ام. به عنوان کسی که تقریباً از سال ۱۳۵۱ در کار پوشاک هستم و حتی دوران دبیرستان نیز در کنار درس روزانه به کار پوشاک سبک می‌پرداختم، سختم این است که امروز باید با همه وجود و پوست و استخوان از صنعت نساجی و پوشاک حمایت کنیم. صنعت نساجی و به خصوص پوشاک، صنعتی با ارزش افزوده بالاست و در صنعت پوشاک با کمترین هزینه یک تولیدی و بنگاه کوچک راه می‌افتد و اشتغال و راندمان بالایی هم دارد. از آنجایی که پوشاک و خیاطی از دیرباز جزو هنرهای مردم این سرزمین بوده و اساتید بنامی هم در این حوزه فعالیت داشته‌اند، و همچنین مردم ایران هم عموماً به لباس اهمیت می‌دهند، لذا امیدوارم و خواهش می‌کنم که شما و هرکسی که دستی در کار رسانه و اطلاع‌رسانی دارد، عرق مردم را نسبت به مصرف کالای ایرانی افزایش دهید و امید تولیدکنندگان به فعالیت در چشم‌انداز آینده را بالا ببرید که این امید به آینده، اتفاق‌نظر و دست‌به‌دست هم دادن با وحدت ملی، می‌تواند صنعت پوشاک را که در این سال‌ها حقوقش تضییع شده، به جایگاه اصلی خود بازگرداند.

بود و آیا هنوز هم موضوعیت دارند؟

قانون بد داشتن بهتر از نداشتن قانون و بی‌قانونی است. در گذشته همین دستورالعمل واردات هم نبود و به نوعی هرج و مرج حاکم بود. این دستورالعمل از همان ابتدا وحی آسمانی نبود و ایراداتی هم داشت ولی بودن آن بهتر از نبودنش بود چراکه بازار را ساماندهی کرد. قطعا در گام بعدی می‌توان روی این دستورالعمل کار کرد و ضمن برطرف کردن نقاط ضعف، نقاط قوت آن را هم ارتقا داد. البته باید توجه کنیم اگر قرار بود دستورالعمل به شکل قبلی ادامه پیدا کند، درست است که برندهای خارجی باید در داخل تولید می‌کردند، اما به نوعی رقیب بخش فروش هم می‌شدند کما اینکه برندهای خارجی تا همین چند ماه پیش با توجه به توان مالی گسترده‌ای که داشتند و حمایت‌های دولت متبوعشان، ضمن در اختیار گرفتن فروشگاه‌های بزرگ و ارائه کالاهای متنوع و ارزان در ابعاد گسترده، به تدریج در حال تسخیر تک‌تک بازارهای فروش ما بودند.

اما امروز به برکت افزایش نرخ ارز و مقرون‌به‌صرفه نبودن واردات، خیلی از برندهای خارجی در حال تخلیه فروشگاه‌های خود هستند در حالی که قبلاً حتی برندهای داخلی را به پاساژهای مهم راه نمی‌دادند. اینها همه نتایج افزایش نرخ ارز است و نباید صرفاً به شوک دو یا سه ماهه ناشی از آن نگاه کنیم. افزایش نرخ ارز آثار و برکات بسیار خوبی را به همراه داشته و در مقطع فعلی، تولید و فروش پوشاک در مصونیت نسبی قرار گرفته است. البته ما به هیچ وجه مصونیت کامل در برابر واردات نمی‌خواهیم چراکه این موضوع تولیدکنندگان داخلی را به مرور فشل خواهد کرد. باید برندهای خارجی در سطح برندهای معتبر اروپایی برای مخاطبان خاص در کشور وجود داشته باشند تا تولیدکنندگان داخلی نیز برای ارتقای سطح کیفی محصولات خود تلاش کنند.

به شدت کاهش یافته و رقابت‌پذیری تولیدکنندگان داخلی به مراتب بیشتر شده است. بنابراین اگر تولیدکنندگان ما با عرق و تعصب وارد عرصه تولید شوند، مردم نیز شرایط اقتصادی کشور را درک کرده و قطعا از پوشاک داخلی استقبال خواهند کرد.

البته ما با واردات پوشاک در سطح عالی و درجه یک کاملاً موافقیم چراکه این نوع پوشاک مخاطب خاص خود را دارد؛ ولی تا پیش از افزایش اخیر نرخ ارز، شرایط به نحوی بود که عمده‌تأ پوشاک درجه دو و سه وارد کشور می‌شد که مخاطب آن عمده‌تأ اقشار آسیب‌پذیر جامعه بودند و هم تولیدکنندگان و هم مصرف‌کنندگان از این موضوع لطمه می‌خوردند. اما در مقطع فعلی اگر هم به فرض فردی تصمیم بگیرد که با نرخ فعلی دلار پوشاک وارد کشور کند، این تولیدکنندگان داخلی هستند که باید آنقدر اعتماد به نفس و توانمندی داشته باشند که از نظر کیفیت و قیمت با آن رقابت کنند و اگر در این شرایط هم نتوانند با کالای وارداتی رقابت کنند، قطعا مشکل از خود تولیدکنندگان است. من به زرس قاطع عرض می‌کنم امکانات و ظرفیت‌های کشور در حوزه پارچه و پوشاک به نحوی است که می‌توانیم حرف اول را بزنیم و اگر شرایط و بسترها مناسب باشد ظرف یک تا یک سال و نیم آینده، می‌توانیم به صادرات خوبی هم دست پیدا کنیم.

در چند سال گذشته تصمیمات مختلفی برای قانونی کردن واردات پوشاک به کشور و جلوگیری از قاچاق گسترده انجام گرفت که از آنجمله می‌توان به کاهش تعرفه واردات پوشاک، انعقاد تعرفه ترجیحی با ترکیه و همچنین دستورالعمل ساماندهی نمایندگی برندهای خارجی پوشاک در کشور اشاره کرد. تکلیف این تصمیمات در شرایط فعلی چه خواهد



نشست وزیر صنعت، معدن و تجارت با چمی از تولیدکنندگان پوشاک ۱۳۹۷/۸/۲۶

در نشست وزیر صنعت با گروهی از تولیدکنندگان پوشاک مطرح شد: حمایت دولت از تامین مواد اولیه صنعت پوشاک

برای توسعه تولید این صنعت در کشور فراهم است و ما باید از بسترهای موجود برای بهبود صنعت پوشاک بهره‌مند شویم. به گفته رحمانی اگر تشکله‌ها در کنار وزارت صنعت قرار بگیرند صنعت پوشاک اعم از کیف، کفش، لباس و... را می‌توان در داخل کشور توسعه داد و علاوه بر پوشش بازار داخلی، محصولات ایرانی را به کشورهای همسایه صادر نمود.

رحمانی با تاکید بر بهره‌مندی از نظرات بخش خصوصی و مشارکت با این بخش در تصمیم‌سازی تصریح کرد: در حوزه سیاست‌ها و ماموریت‌های وزارت صنعت

تسهیل شود. وزیر صنعت، معدن و تجارت به تشریح شرایط فعلی کشور و نقش بخش خصوصی در برون‌رفت از این شرایط پرداخت و گفت: برنامه‌ریزی برای توسعه صنعت پوشاک و پوشش بازار ۸۰ میلیونی ایران و کشورهای همسایه هدف‌گذاری بسیار حایز اهمیتی است و از هیچ کوششی برای تحقق این هدف فروگذار نخواهیم بود.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به مزیت سرمایه‌گذاری در این صنعت تصریح کرد: با توجه به سابقه تاریخی ایران در تولید پوشاک فرصت مهمی

روز پنجشنبه ۲۴ آبان‌ماه ۱۳۹۷ نشست صمیمی وزیر صنعت، معدن و تجارت با تولیدکنندگان پوشاک در راستای حمایت از تولید داخلی، تامین مواد اولیه و تنظیم بازار برگزار شد. در این نشست که در محل مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک تهران برگزار گردید، رضا رحمانی وزیر جدید صنعت، معدن و تجارت، تشکیل تشکلی توسط فعالان صنوف پوشاک برای بهبود وضعیت تولید را اقدامی ارزشمند توصیف کرد و گفت: این مدل باید توسط سایر فعالان بخش خصوصی انجام شود تا با هم‌فکری و تعامل یکدیگر مشکلات پیش روی تولید



نظیر تامین، تولید، صنوف، بازار و... هر کمکی بتوانیم برای توسعه این صنعت انجام خواهیم داد. رحمانی با اشاره به حمایت دولت در راستای تامین مواد اولیه مورد نیاز این صنعت گفت: ظرفیت‌های کوچک در تولید داخلی باید با کمک تشکلهای تخصصی در کنار هم تجمیع شوند تا توسعه صنعت پوشاک شکل بگیرد.

وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه خواستار تدوین برنامه‌ای مدون از وضعیت صنعت پوشاک در ایران با ترسیم افق آینده برای هر بخش و برنامه‌ریزی برای توسعه این صنعت با لحاظ تمام ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های مستتر در این صنعت شد. وی در بخش دیگری از سخنانش به افزایش نرخ ارز اشاره و خاطرنشان کرد: تحریم‌ها و محدودیت‌های ایجاد شده می‌تواند فرصتی برای بهره‌مندی از توانمندی‌های موجود در کشور نظیر توسعه صادرات صناعی مانند فرآورده‌های معدنی، فرش، صنایع دستی و... باشد. وی با اشاره به اینکه دولت نقش کاتالیزور و تسریع‌کننده دارد، تاکید کرد: البته در شرایط کنونی نباید محصولات مورد نیاز مردم بی‌رویه از کشور خارج شود.

به گفته رحمانی کالاهای سوبسیدی و یارانه‌ای که ارز دولتی دریافت می‌کنند باید به دست مردم برسد و نباید صادر شود البته برای صادرات کالاها با لحاظ عوارض گمرکی می‌توان فضایی ایجاد کرد که بازار صادراتی با مشکل روبه‌رو نشود. رحمانی در ادامه توجه به توسعه صنایع های تک و دانش‌بنیان را از دیگر برنامه‌های وزارت صنعت برشمرد و گفت: توسعه صادرات این صنایع در کنار محصولات معدنی باید در اولویت قرار

استفاده شده تا به صادرات رسیده است. وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه تسهیل و رفع موانع تولید را از دغدغه‌های مقام معظم رهبری و رئیس جمهوری برشمرد و گفت: ۳ میلیون واحد صنفی، با ۷ میلیون ظرفیت اشتغال و همچنین ۸ هزار اتحادیه در کشور وجود دارد که اگر بخشی از این ظرفیت‌ها به کار گرفته شود تحول بزرگی در کشور رخ خواهد داد. رحمانی ادامه داد: صندوق توسعه ملی نیز اعتباراتی برای توسعه تولید در نظر گرفته که با همکاری تشکلهای می‌توانیم از این منابع برای توسعه صنایع و افزایش ظرفیت تولید استفاده نماییم.

بگیرد. وزیر صنعت، معدن و تجارت تسهیل فرآیند صادرات را از دیگر برنامه‌های این بخش برشمرد و گفت: با اجرای تمهیداتی صادرکنندگان می‌توانند با شرایط بهتر و سهل‌تری اقدام به صادرات کنند. به گفته رحمانی واحدهایی که ارز دولتی می‌گیرند و یا ارز نیمایی دریافت می‌کنند، از ظرفیت تولید ملی، منابع داخلی و فرصت‌های کشور بهره‌مند شده اند و به همین دلیل باید ارز حاصل از صادرات را به کشور بازگردانند. وزیر صنعت تصریح کرد: ارزی که تامین می‌شود به راحتی به‌دست نیامده و از ظرفیت‌های کشور





نقش اصناف در حفظ آرامش بازار

رحمانی در ادامه به تامین و تنظیم بازار داخلی نیز اشاره و ایجاد تعادل و فراوانی در بازار را از دغدغه‌های دیگر رئیس جمهوری عنوان کرد و گفت: مواد مورد نیاز مردم باید با قیمت مناسب و به وفور در بازار موجود باشد و تحقق این مهم با همکاری اصناف اجرایی خواهد شد. وی با اشاره به نظارت بر بازار مصرف افزود: اصناف با نظارت مستمر بر بازار در کنار سازمان حمایت و سایر دستگاه‌های نظارتی می‌توانند آرامش را در بازار حفظ نمایند و مانع از کارشکنی عده‌ای اندک در بازار داخلی شوند.

تامین مواد اولیه پوشاک

شایان ذکر است کارگروه بررسی و پیگیری تامین مواد اولیه پوشاک در تهران با همکاری هیئت امنای بازار، اتحادیه، اصناف و وزارت صنعت، معدن و تجارت اواخر شهریور امسال تشکیل و دبیر آن با حکم رئیس سازمان صنعت استان تهران مشغول به فعالیت شد. این اتحادیه تهیه و تامین مواد اولیه تولیدکنندگان حوزه پوشاک را با قیمت مناسب (زیر نرخ بازار) پیگیری می‌کند.

مردم را کاهش دهیم. رئیس اتاق اصناف تهران همچنین از جمله اهداف اصلی این نهاد را نظارت بر قیمت‌ها برشمرد.

ابراهیم درستی نایب رئیس اول اتاق اصناف تهران هم در این زمینه گفت: همیشه تصمیم‌گیری‌ها برای اتاق اصناف وقتی پشت درهای بسته انجام شده با شکست همراه بوده است. وی بر تسریع در ترخیص کالاها در گمرک و اقدامات حمایتی بانک مرکزی از تولیدکنندگان و اصناف تاکید کرد و در ادامه با بیان اینکه دنبال افزایش شفافیت در فعالیت‌های اتحادیه‌ها هستیم، گفت: تولیدکنندگان، ارز مورد نیاز خود را نباید از طریق دلالان دریافت کنند بلکه باید از طریق ارز نیمایی (سامانه تامین ارز برای تولیدکنندگان از طرف بانک مرکزی) تامین شود وگرنه با اختلاف قیمت ۱۵ درصدی مواجه خواهیم شد.

لازم به ذکر است در جلسه اخیر کارگروه تامین مواد اولیه پوشاک، حواله پارچه جین با قیمت ۳۹ هزار و ۶۰۰ تومان (۲۰ هزار تومان زیر نرخ بازار) به تولیدکنندگان ارائه و اعلام شد که در هفته‌های آتی هم پارچه‌های پیراهنی، شلواوی و ... به آنها تحویل خواهد شد.

در همین رابطه، رئیس اتاق اصناف با بیان اینکه از ظرفیت‌های اتاق اصناف می‌توان در حوزه‌های مختلف بهره کافی برد اظهار داشت: ماحصل فعالیت‌های اصناف تشکیل اولین کارگروه در حوزه پوشاک بود که فعالیت‌های بسیار خوبی در تامین مواد اولیه با قیمت مناسب برای تولیدکنندگان انجام داده است. قاسم نوده فراهانی با بیان اینکه حل مشکلات صنوف از طریق بزرگان صنف و معتمدان را دنبال می‌کنیم، بیان کرد: مشکلات باید در کارگروه مطرح و مورد کارشناسی قرارگیرد تا بتوانیم از طریق بهبود وضعیت اقتصادی، نگرانی‌ها و مشکلات



گزارشی از نشست انجمن طراحان لباس و پارچه ایران با صاحب نظران تشکیل شورای مشورتی برای رشد جایگاه طراحی لباس

کشور دشوار شده ولی من هم در انجمن طراحان و هم در انجمن صنایع پوشاک بحث شورای مشورتی را مطرح کرده‌ام تا بتوانیم از مشورت تک تک اعضا و صاحب نظران استفاده کنیم.

سپس آقای هاکوپیان از مهندس جمشید بصیری مدیر مسئول ماهنامه صنعت نساجی و پوشاک خواست در این زمینه مطالبی را مطرح کرده و عزیزان حاضر را ترغیب به عضویت در این شورای مشورتی نمایند. مهندس بصیری در ابتدای عرایض خود ضمن ابراز خوشحالی از حضور در جمع حاضر، از اینکه حدود ۵۴ سال از عمر خود را در صنعت نساجی گذرانده ابراز خوشحالی کرد و گفت: من در تمام این ۵۴ سال تلاش زیادی کردم تا افراد و گروه‌های مختلف را دور هم جمع کنم. تا یک مدت و در اوایل انقلاب خیلی موفق بودم. در آن مقطع جامعه در یک تب و تاب خاصی به سر می‌برد و انسان‌ها به این باور رسیده بودند که بدون کمک همدیگر نمی‌توان کار را جلو برد. ولی متأسفانه با تغییراتی که قسمت‌های مختلف کشور پیش آمد، این روحیه همفکری و کار تیمی از بین رفت. و شرایط فعالیت انجمن‌ها و تشکل‌ها نیز تغییر کرد و گروه‌ها و افراد مختلف در انجمن‌ها و بخش‌های



آقایان سومبات هاکوپیان، جمشید بصیری، شاهین فاطمی، خانم صدیقه پاک‌بین

از اعضای هیئت مدیره و نیز کسانی که از گذشته با انجمن همکاری و همراهی داشته‌اند قدردانی کنیم. همچنین در اساسنامه جدید انجمن که در مجمع عمومی تصویب شد، شورای مشورتی تعریف شده که از بین افرادی که در بخش‌های مختلف صنعتی-دانشگاهی و جامعه طراحی کشور حضور دارند، شورای مشورتی متشکل از ۵ تا ۷ نفر تشکیل شود. وی از حضار خواست برای عضویت در این شورا داوطلب شوند چراکه این کار باید داوطلبانه و با میل و رضایت قلبی افراد باشد. هاکوپیان گفت: البته شرایط اقتصادی

روز چهارشنبه ۲۳ آبان‌ماه ۱۳۹۷ نشست انجمن طراحان لباس و پارچه ایران با تعدادی از صاحب نظران، اساتید و صنعتگران برجسته، به منظور ارتقای جایگاه این رشته و هنر صنعت و نیز تشکیل شورای مشورتی جهت رشد جایگاه طراحی و صنعت پوشاک ایران، برگزار گردید.

در ابتدای این جلسه آقای سومبات هاکوپیان رئیس هیئت مدیره انجمن طراحان لباس و پارچه ایران، ضمن عرض خیر مقدم و خوشامدگویی به اساتید حاضر در جلسه، گفت: یکی از اهداف تشکیل این جلسه آن است که

و علاقه است که می‌تواند افراد را وارد این حوزه کند و باید راهی باز کرد که نظرات مشورتی صاحب‌نظران به گوش مسئولان امر رسیده و متعاقباً از سوی دست‌اندرکاران امر ترتیب اثر داده شود. قطعاً می‌توان این راه را با قدری صبر و حوصله پیدا کرد.

سومبات هاکوپیان در ادامه صحبت‌های مهندس بصیری گفت: درست است که امروز شرایط مه‌آلود است و نمی‌توانیم مسیر پیش رو را ببینیم ولی باید با مه‌شکن حرکت کنیم. در همین مقطع نیز برخی از تولیدکنندگان کشور کارهای بزرگی انجام می‌دهند و شدنی است ولی شرایط قدری سخت‌تر است و شرایط و شرایط شایه کار تغییر کرده است. ما از شورای مشورتی می‌خواهیم که این کمک را به ما کنند و در این مقطع از تاریخ که شرایط ویژه‌ای در کشور حاکم است و موضوع طراحی هم نقش ویژه‌ای



نیست. با این حال، پیشنهاد جناب هاکوپیان و تشکیل شورای مشورتی بسیار امر پسندیده‌ای است ولی سوال این است که مشورت قرار است به چه کسانی داده شود و آیا گوش شنوایی وجود دارد یا خیر؟ در اینجا فقط عشق

مختلف شروع به راه‌اندازی شکل در گوشه و کنار کشور کردند. مهندس بصیری ادامه داد: در چند سال اخیر مسائل به شدت سیاسی شده و برای آخرین بار که بنابه درخواست همکاران وارد انجمن صنایع نساجی ایران شدم نهایتاً به نقطه‌ای رسیدم که نمی‌شود در این کشور کار کرد. چراکه افق اقتصادی اصلاً روشن نیست و کسی نمی‌داند باید سرمایه‌گذاری کرد یا همان روندهای قبلی را ادامه داد. اکثر کسانی هم که با آنها در ارتباط بودم در سردرگمی به سر می‌بردند. در چنین شرایطی خیلی سخت است که بتوان کار کرد در نتیجه اجبار کردن کسی به اینکه وارد جمعی شود و زمان بگذارد ولی هیچ نتیجه‌ای نگیرد خیلی دلسردکننده است. این نوع کارها خیلی گذشت و بزرگواری می‌خواهد تا فرد وارد وادی‌ای بشود که هیچ چشم‌اندازی برای آن متصور



و آقای دکتر کلهرنیا استاد دانشگاه، آقای دکتر حکمت مدیر گروه طراحی لباس دانشگاه آزاد واحد تهران جنوب، آقای ایزدپناه عضو انجمن طراحان، مهندس سلامتی عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی، خانم دکتر طالبپور و خانم دکتر فریود عضو هیئت علمی دانشگاه الزهراء، خانم دکتر مقدم عضو هیئت علمی دانشگاه هنر، خانم دکتر قاسمیان مدیر گروه طراحی لباس دانشگاه علم و فرهنگ، خانم دکتر کاظمی مدیر گروه طراحی لباس واحد ۳۸ فرهنگ و هنر.

در نهایت مقرر شد در اولین جلسه شورای مشورتی انجمن طراحان لباس و پارچه ایران، در مورد اهداف و برنامه‌های این شورا، خواسته‌هایی که از اعضا وجود دارد و نیز زمان برگزاری جلسات، بحث و تبادل نظر صورت گیرد.



ایران اعلام کردند:

دکتر شاهین فاطمی مدیرعامل چرم درس، خانم صدیقه پاک‌بین مشاور انجمن طراحان، دکتر روح‌الله باقرزاده عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی نساجی پلی‌تکنیک، آقای دکتر واعظ

پیدا کرده و از همه مهم‌تر، تمام سازمان‌ها خوشبختانه مقوله طراحی را به ویژه در صنعت نساجی و پوشاک پذیرفته‌اند، ما را یاری نمایند. در حال حاضر ما احتیاج داریم که از فکرهای آکادمیک و خلاق افراد صاحب‌نظر استفاده کرده و با هم مشکلات را حل کنیم. بی‌تردید هیچ‌کس در این راه جز خودمان نمی‌تواند به ما کمک کند و ما از عزیزان می‌خواهیم در ماه دو ساعت از وقتشان را در این شورای مشورتی برای پیشبرد کار در اختیار ما قرار دهند تا بتوانیم از تجربیات و حتی موقعیت اجتماعی شما در این راه استفاده کنیم.

بعد از این صحبت‌ها، آقای هاگوپیان از اعضای حاضر در جلسه خواست برای حضور در شورای مشورتی اعلام آمادگی نمایند که در نهایت اسامی زیر آمادگی خود را برای عضویت در شورای مشورتی انجمن طراحان لباس و پارچه



در یک برنامه رادیویی بررسی شد: چشم انداز صنایع نساجی کشور



مهدی یکتا



محمدرضا منصوری



علیمردان شبانی



حسن نیلفروش زاده

کمبود جدی پنبه مواجهیم، اما با مشکلات بسیاری برای واردات این ماده اولیه حیاتی دست و پنجه نرم می‌کنیم. وی افزود: تا ۱۵ سال پیش، مواد اولیه پتروشیمی را از خارج کشور تأمین می‌کردیم و خوشبختانه با اتکا به همت متخصصین متعهد کشور، مجتمع‌های پتروشیمی راه‌اندازی شدند اما آرزوی امروز ما (صنعتگران نساجی) این است که ای‌کاش گشایش اعتبار و واردات مواد اولیه پتروشیمی مانند گذشته امکان‌پذیر بود چون مواد اولیه خارجی به مراتب آسان‌تر و سریع‌تر از مواد اولیه پتروشیمی‌های داخلی در اختیارمان قرار می‌گرفت.

دکتر شبانی، تأمین سرمایه در گردش را یکی از نیازهای اساسی تولیدکنندگان برشمرد و گفت: امروز قیمت‌ها، ساعتی گران می‌شوند و به افزایش سردرگمی و آشفتگی تولیدکننده دامن می‌زنند. عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران ضمن اعلام نگرانی بابت امرار معاش کارگران گفت: در صورت تداوم شرایط نامساعد فعلی، کارخانه‌ها چاره‌ای جز تعدیل

ایران یادآور شد: آقای مهندس شافعی رئیس اتاق ایران در یکی از جلسات پارلمان بخش خصوصی ابراز داشت که وظیفه دولتمردان در دوران تحریم، تسهیل فضای کسب‌وکار برای تولیدکنندگان، بازرگانان و فعالان صنعتی و تولیدی است نه این‌که شرایط را دشوارتر کنند! وی یادآور شد: در مصاحبه‌های مختلف، بارها اعلام کرده‌ام که از تحریم‌های خارجی به هر حال عبور می‌کنیم اما تحریم‌های داخلی آسیب‌های بسیاری به تولید و صنعت وارد می‌کند. به اعتقاد دکتر شبانی، نمی‌توان خود را به سال ۱۴۰۴ رساند و به رتبه سوم منطقه در صنعت نساجی دست یافت در حالی که بهره بانکی بیش از ۱۸ درصد است!

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران ضمن بیان این مطلب که در صنعت نساجی، نیازمند تهیه مواد اولیه باکیفیت هستیم، گفت: در کشور ما میزان تولید پنبه (به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مواد اولیه مورد نیاز واحدهای نساجی)، در بهترین حالت ۶۰ هزار تن است در حالی‌که نیاز واحدهای نساجی ۱۸۰-۲۰۰ هزار تن است پس با

در برنامه رادیویی چشم‌انداز (کاری از رادیو اقتصاد) مهندس حسن نیلفروش‌زاده دبیرکل انجمن صنایع نساجی ایران، دکتر علیمردان شبانی عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران، دکتر محمدرضا منصوری عضو کمیسیون صنایع و اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی و مهندس مهدی یکتا کارشناس صنعت نساجی و پوشاک، به بیان وضعیت صنعت نساجی و جایگاه این صنعت اشتغال‌زا در اقتصاد کشور با توجه به اهداف سند چشم‌انداز پرداختند.

به گزارش انجمن صنایع نساجی ایران، دکتر علیمردان شبانی در این برنامه، ۹۸ درصد کارخانجات نساجی را متعلق به بخش خصوصی دانست و افزود: این نکته مزیت بسیار مهمی برای صنعت نساجی به شمار می‌آید؛ همچنین محصولات این صنعت مورد نیاز تمام افراد جامعه است و ارزش افزوده بسیار بالایی دارد. وی افزود: اغلب بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های دولتی با نام حمایت از تولید صادر می‌شوند در حالی‌که همگی ضد تولید هستند!

عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی

تکنولوژی‌های موجود با هیچ‌گونه کمبودی مواجه نیستیم اما نگرانی و دغدغه اصلی ما تغییر مداوم قوانین و مقررات است که موجب افزایش هزینه‌های تولید می‌شود.

دکتر محمدرضا منصوری ادامه داد: تولیدکنندگان نساجی باید از خود بپرسند چرا موفق به صادرات محصولات خود نمی‌شوند؟ باید مسائل تولید مانند استفاده از تکنولوژی‌های به‌روز، توجه به نوآوری و خلق محصولات مبتنی بر نیاز و سلیقه بازار را به صورت ریشه‌ای و در کنار آموزش نسل جوان لحاظ نماییم.

همچنین به گفته مهندس نیلفروش‌زاده، حجم تولید فرش ماشینی در ایران حدود ۱۰۰ میلیون مترمربع است و میزان صادرات آن در سال ۱۳۹۶، حدود ۴۰۰ میلیون دلار بود. در این محصول هم هنر ایرانی وجود دارد و هم از تکنولوژی‌های روز استفاده می‌شود، این محصول رقیب چندانی در منطقه ندارد و از ترکیه هم جلوتر هستیم اما فعالان فرش ماشینی، علی‌رغم سرمایه‌گذاری‌های بالا و واردات ماشین‌آلات مدرن، معطل مواد اولیه هستند. متأسفانه قیمت مواد اولیه طی مدت بسیار کوتاه، افزایش پیدا می‌کند در حالی که منابع مالی سرمایه‌گذار بخش خصوصی باید اجازه تحمل تغییرات ۴-۶ درصدی افزایش قیمت مواد اولیه را بدهد نه تغییرات ۳۰۰ درصدی را! وی خطاب به عضو کمیسیون صنایع گفت: چه اتفاقی در بودجه ۹۷ افتاده که پس از گذراندن سال ۹۶ و آغاز سال ۹۷، یک‌باره با تغییرات سرسام‌آور قیمت مواد اولیه و ... مواجه شدیم؟ برخی، تحریم‌های بین‌المللی را عامل اصلی این وضعیت می‌دانند اما به اعتقاد من نقش تحریم در این زمینه بیشتر از ۲۰-۱۰ درصد نیست. واقعیت این است که سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های ما نادرست است.

عضو هیئت مدیره انجمن نساجی ایران

ما قوانین و مقررات گاه به صورت روزانه تغییر می‌کند!

مهندس نیلفروش‌زاده اذعان داشت: سرمایه‌گذار به امنیت اجتماعی هم نیاز دارد، باید فضای جامعه به نحوی باشد تا قدرت خرید مردم روز به روز تحلیل نرود این در حالی است که شاهد کاهش بنیه اقتصادی مردم هستیم؛ در این شرایط چگونه می‌توان به برنامه‌ریزی یا سرمایه‌گذاری فکر کرد؟! این صنعتگر تأکید کرد: سرمایه‌گذار نیازمند امنیت سیاسی هم هست، سرمایه‌گذار باید بداند تا شش ماه آینده عوامل بیرونی چه تأثیری در روند اقتصادی کشور خواهند داشت. وقتی تغییرات، ناگهانی و خلق‌الساعه شکل می‌گیرند، سرمایه‌گذاری چه توجیهی دارد؟! وی یادآور شد: سال ۹۷ چه اتفاقی افتاد که به طور ناگهانی، سیاست‌های پولی کشور تمام معادلات اقتصادی و صنعتی را به هم ریخت و تولیدکننده برای اداره واحد تولیدی، به سرمایه در گردش سه برابری نیاز پیدا کرد؟! سوال اینجاست که چطور می‌توان در مقابل این تغییرات دوام آورد؟

در ادامه دکتر محمدرضا منصوری عضو کمیسیون صنایع و کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی طی ارتباط تلفنی با برنامه رادیویی چشم‌انداز اظهار داشت: از دیرباز تاکنون، صنایع نساجی کشور خوش‌نام و مطرح بوده است اما به دلیل همگام نشدن با تکنولوژی‌های جدید، بسیاری از واحدهای فعال این صنعت دچار رکود شدند و برخی کشورها مانند ترکیه گوی سبقت را از ما ربودند؛ پس لازم است به سمت بهره‌گیری از تکنولوژی‌های مدرن حرکت کنیم تا به رشد و توسعه در صنعت نساجی دست یابیم؛ اگرچه نیازمند سرمایه‌گذاری‌های کلان در این بخش هستیم.

مهندس نیلفروش‌زاده هم گفت: از نظر موقعیت جغرافیایی، دسترسی به منابع و ذخایر طبیعی و زیرزمینی، نیروی انسانی مستعد و

نیرو ندارند که این امر خیل عظیم بیکاران را به وجود می‌آورد و ناهنجاری‌های متعدد اجتماعی، اقتصادی و ... در پی دارد. به راستی گناه کارگران چیست که به خاطر ندانم‌کاری برخی مسئولان، بیکار می‌شوند؟! وی در پایان ضمن اشاره به توانمندی‌های بالای صنعت نساجی مانند وجود متخصصین دلسوز و مجرب، بهره‌گیری از ماشین‌آلات مدرن و به‌روز، و دسترسی به بازار کشورهای همسایه، تأکید کرد: همه ما (بخش خصوصی، دولت، مجلس و ...) در یک قایق نشسته‌ایم. اگر خدای ناکرده کوچک‌ترین اتفاقی برای این قایق رخ دهد، همگی غرق خواهیم شد.

نیاز سرمایه‌گذار به امنیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی

مهندس حسن نیلفروش‌زاده عضو هیئت مدیره انجمن نساجی ایران نیز ضمن تأیید سخنان دکتر شیبانی، عنوان داشت: لازمه رشد و ترقی صنعت، ایجاد بسترهای مناسب جهت دستیابی به اهداف توسعه‌ای است و در این میان مالکیت بخش خصوصی، یکی از مزایای صنعت نساجی می‌باشد در غیر این صورت شاهد وضعیت به مراتب وخیم‌تر و بدتری بودیم. وی تصریح کرد: بخش خصوصی، طبق ضوابط و اصول مشخص به فعالیت می‌پردازد اما اختیارات و امکانات در اختیار دولت و مجلس و امثالهم قرار دارد.

به گفته عضو هیئت مدیره انجمن نساجی ایران، برای رسیدن به رتبه سوم منطقه و پنجاهم جهان، باید یکسری اختیارات و امنیت‌هایی توسط دولت، مجلس و ... به بخش خصوصی اعطا شود. وی، سرمایه‌گذاری را لازمه رشد اعلام کرد و گفت: بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری به امنیت اقتصادی نیازمند است و باید در جریان قوانین و مقررات قرار بگیرد تا بتواند حداقل برای یک‌سال آینده خود برنامه ریزی کند، اما متأسفانه در کشور

تصریح کرد: میزان وابستگی صنعت نساجی به پتروشیمی بسیار بالاست و از ۴۵۰ هزار تن مواد اولیه مورد نیاز، حدود ۲۰۰ هزار تن از طریق پتروشیمی‌های داخل تأمین می‌شود اما مجتمع‌های پتروشیمی کشور، نیازهای داخلی را تأمین نمی‌کنند و صادرات را ترجیح می‌دهند. چطور حاکمیت نمی‌تواند مانع این جریانات شود؟!

دکتر منصوری نیز بیان داشت: تعدادی شرکت صوری راه‌اندازی شده که هیچ گونه تولیدی ندارند اما مواد پتروشیمی عرضه‌شده در بورس را تهیه می‌کنند و در اختیار واحدهای پایین‌دستی قرار می‌دهند. مقرر شده ظرف یک هفته برنامه اصلاحی این مورد توسط وزیر صنعت ارائه شود و فکر می‌کنم با حذف شرکت‌های صوری، بخش عمده‌ای از مشکلات صنایع پایین‌دستی برطرف شود.

مهندس نیلفروش‌زاده در جواب گفت: این مطلب صحت چندانی ندارد. متأسفانه شبکه پتروشیمی کشور از مقررات تبعیت نمی‌کند و باید دقیق‌تر به موضوع ارائه مواد اولیه و وجود شرکت‌های صوری نگاه کرد.

دکتر منصوری در جمع‌بندی پایانی صحبت‌هایش گفت: عمده مشکل فعلی، عدم توانمندی و آموزش نیروهای انسانی است. دنیا به سرعت در حال حرکت به سوی رشد و توسعه است ولی مباحث آموزشی در کشور ما، متعلق به سال‌های دور است که باید به صورت ریشه‌ای حل و فصل شوند.

مهندس نیلفروش‌زاده نیز مسائل مورد اشاره دکتر منصوری در زمینه بهره‌گیری از تکنولوژی‌های روز و آموزش نیروی انسانی را مورد تأیید قرار داد و گفت: واقعیت این است که هنوز مسائل کوچک‌تر را حل نکرده‌ایم تا به موضوعات کلان‌تر مانند آموزش نیروی انسانی بپردازیم. وی ادامه داد: اهداف کمی و کیفی برای سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ تدوین شده است اما باید دانست برنامه مذکور به چه بستری برای

اجرا نیاز دارد. صنعت نساجی دارای شاخه‌های متعددی مانند سیستم پنبه‌ای است. حجم تولید محصولات سیستم پنبه‌ای در کشور ما ۴۰۰ هزار تن است در حالی که حجم تولید پنبه در داخل کشور ۵۰-۴۰ هزار تن بیشتر نیست. برای رفع این کمبود، قوانین و مقررات بسیار سخت و غیرمنطقی وضع شده تا مجبور شویم از کشورهای خاص مانند ترکمنستان پنبه وارد کنیم. دولت در راستای جبران کسر مواد اولیه یا باید به صورت مستقیم وارد میدان شود و یا به بخش خصوصی اجازه واردات آزادانه پنبه از کشورهای مختلف جهان را بدهد.

عضو هیئت مدیره انجمن نساجی ایران اعلام کرد: در بخش تولید پارچه به حدود ۲ میلیارد مترمربع پارچه نیاز داریم اما فقط ۶۰ درصد این نیاز توسط واحدهای داخلی رفع می‌شود. همان‌طور که مشاهده می‌کنید با کسری بسیار بزرگی مواجهیم که جز با سرمایه‌گذاری برطرف نخواهد شد پس باید بستر سرمایه‌گذاری‌های کلان در صنعت نساجی مهیا شود و تنگ‌نظری‌ها را کنار بگذاریم.

مهندس مهدی یکتا کارشناس صنعت نساجی و پوشاک نیز در برنامه رادیویی چشم‌انداز ابراز داشت: شرایط اقتصادی و صنعتی کشور از زمان تدوین سند چشم‌انداز تا امروز تفاوت‌های بسیاری کرده است، در نتیجه تفکراتی که هنگام تدوین این سند وجود داشت، در شرایط فعلی قابل دستیابی نیستند. وی اضافه کرد: صنایع نساجی و پوشاک، بیش از رقابت در بازارهای جهانی در داخل کشور به رقابت مشغول است! در واقع غیر از بخش‌هایی مانند فرش ماشینی و موکت، در بافندگی تار-پودی، پارچه‌بافی و پوشاک به شدت در حال نبرد و رقابت با رقیبان متعدد هستیم.

به گفته مهندس یکتا، رقیب نخست ما، چین و کشورهای اطراف آن مانند تایوان، بنگلادش، کامبوج و ویتنام هستند که طی سال‌های اخیر به رشد و توسعه قابل توجهی در صنعت نساجی

و پوشاک رسیده‌اند. رقیب بعدی ما، ترکیه است. این کشور، مواد واسط و محصولات را روانه کشور ما می‌کند که از نظر سطح قیمت و کیفیت در سطح بالاتری از محصولات چینی قرار دارد و اساساً بازار این دو محصولات، در یک رده و گروه جای نمی‌گیرند. منتها مشکل ما با هر دو رقیب، قیمت تمام‌شده و کیفیت است که صد درصد وابستگی به مواد اولیه (اعم از الیاف و نخ و پارچه) دارد. این کارشناس صنعت نساجی و پوشاک، خواستار قرارگیری الیاف مهم از جمله پنبه و اکریلیک و برخی نخ‌های تخصصی برای واحدهای نساجی و پوشاک کشور در گروه کالاهای اساسی جهت واردات شد.

مهندس نیلفروش‌زاده در جمع‌بندی پایانی این گفتگوی رادیویی گفت: یکی از نامه‌های مهم انجمن صنایع نساجی ایران به وزیر صنعت، همین موضوعی است که مورد اشاره آقای مهندس یکتا قرار گرفت منتها منابع ارزی کشور محدود است و از مسئولان خواهش می‌کنیم سیاست‌ها را به صورت کارشناسی شده، درست و دقیق به افکار عمومی منتقل کنند. وی اذعان داشت: تغییر نرخ ارز در تمام کشورها رخ می‌دهد اما باید تصمیمات صحیح جهت افزایش قدرت خرید مردم اتخاذ شود.

مهندس نیلفروش‌زاده، سخنان خود را با ذکر آمار و ارقام تولید در بخش‌های مختلف صنعت نساجی به پایان برد. وی گفت: در بخش مواد اولیه سیستم ریسندگی پنبه‌ای، تقریباً خودکفا هستیم. در قسمت تولید پارچه، حدود ۶۰ درصد تولید می‌کنیم که به تبع آن باید سرمایه‌گذاری جهت رفع کمبود صورت گیرد. در بخش رنگرزی و تکمیل پارچه نیز تقریباً ۶۰ درصد تولید داریم پس نیازمند سرمایه‌گذاری در این قسمت نیز هستیم. در بخش پوشاک نیز با کمبودهایی مواجهیم البته ظرفیت و پتانسیل صنعت پوشاک ایران بسیار بالاست.



سودآوری بنگاه‌های صنعتی در ایران از چه عواملی تاثیر می‌پذیرد؟

دو عامل مرگ کسب و کارها



فضای کسب و کار بر سودآوری صنایع کارخانه‌ای در ایران چه تاثیری دارد؟ ارزیابی‌ها حاکی از آن است که اثر فضای کسب و کار تاثیر معناداری بر سودآوری بنگاه‌های صنعتی در ایران نداشته است. علت این امر را می‌توان در دو موضوع مورد واکاوی قرار داد. آسیب‌شناسی‌ها نشان می‌دهد از یک طرف، در کشورهای صادرکننده نفت مانند ایران، مداخله و گسترش بیش از حد دولت در اقتصاد و استفاده از دلارهای نفتی در دوران رونق، دو عامل اساسی مرگ کسب و کارها بوده‌اند.

این در حالی است که روش پیش گرفته از سوی دولت‌های متکی به درآمدهای نفتی، دو پیامد رشد منفی (تعداد مرگ پیش از تولید) کسب و کارها در بخش صنعت در دوره رونق و رشد منفی کسب و کارها در همه بخش‌ها در دوره رکود را به همراه داشته است. از طرف دیگر در بیشتر مطالعات، انحصار بازدارنده‌ترین عامل در فضای کسب و کار ایران شناخته شده است و با توجه به سهم کنونی بخش عمومی غیردولتی از اقتصاد و روند فزاینده آن در ارتباط با شیوه کنونی خصوصی‌سازی، انحصار دولتی به انحصار بخش عمومی غیردولتی تبدیل شده است.

اصلاح مقررات کسب و کار و بهبود شاخص‌های مزبور در عرصه جهانی نه تنها گامی مثبت و اساسی در جهت تقویت جنبه مشارکت بخش خصوصی در عرصه اقتصاد و ارتقا و تسهیل ورود فناوری به کشور است، بلکه بررسی‌ها نشان می‌دهد مادامی که فضای کسب و کار بهبود نیابد، بهبود عملکرد بنگاه‌ها و به‌طور کلی رشد بخش خصوصی امکان‌پذیر

مسیرهای اثرگذاری آن پرداخته است.

عوامل موثر بر عملکرد بنگاه‌ها

براساس ارزیابی‌های صورت گرفته عملکرد و فعالیت‌های بنگاه‌های اقتصادی متأثر از عوامل متعددی است که می‌توان آنها را در دو دسته کلی عوامل داخلی و خارجی طبقه‌بندی کرد. در عوامل داخلی موثر بر عملکرد بنگاه‌ها، دو محور عوامل مرتبط با فرد (مانند مهارت‌های مدیریتی، صلاحیت مدیران، کیفیت نیروی کار، مسائل روان‌شناختی و جامعه‌شناختی و...) و عوامل ساختاری مرتبط با ساختار و وضعیت بنگاه مورد توجه است. از این دسته عوامل می‌توان به سن و اندازه بنگاه، ساختار حقوقی بنگاه، میزان مشارکت سرمایه خارجی، بهره‌وری عوامل تولید، هزینه تبلیغات و... اشاره کرد. اما عوامل خارجی دارای چه تقسیم‌بندی هستند؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد در عوامل خارجی (محیطی) موثر بر عملکرد بنگاه، دو

نخواهد شد. در این میان کاهش رقابت‌پذیری بنگاه‌ها و گسترش بخش غیررسمی از پیامدهای محیط نامناسب کسب و کار است. گسترش بخش غیررسمی اقتصاد، برای دولت به مفهوم کاهش درآمد مالیاتی، برای فعالان اقتصادی غیررسمی به معنی محروم ماندن از منابع تامین مالی رسمی و برای بنگاه‌های رسمی به مفهوم قرار گرفتن در رقابت ناسالم با فعالان غیررسمی است. در مطالعات داخلی انجام گرفته در زمینه صنعت، به عوامل موثر بر عملکرد صنعت از جمله اندازه صنعت، سرمایه، ثبات اقتصاد کلان، تحقیق و توسعه، تبلیغات و... اشاره شده است، اما در زمینه اثر فضای کسب و کار بر عملکرد صنایع مطالعاتی وجود ندارد. باتوجه به اهمیت این مسئله، «فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی» معاونت امور اقتصادی وزارت اقتصاد، در تازه‌ترین گزارش خود به بررسی تاثیر فضای کسب و کار بر عملکرد صنایع کارخانه‌ای در ایران و

دسته عوامل مرتبط با صنعت (مانند میزان رشد صنعت، نوع و طبقه‌بندی صنعت، اندازه صنعت، میزان تمرکز در صنعت، نرخ ورود، شدت صادرات و میزان تحقیق و توسعه صنعت، نوآوری و سودآوری صنعت و...) و عوامل کلان اقتصادی (مانند سطح بیکاری، رشد تولید ناخالص داخلی و نرخ بهره) مطرح هستند.

براساس ارزیابی‌های صورت گرفته دسته اول (عوامل داخلی)، در تسلط و قدرت بنگاه‌ها بوده به‌طوری که عملکرد و کارایی بنگاه به‌طور مستقیم با آنها سنجیده می‌شود. دسته دوم (عوامل خارجی)، خارج از اراده و اختیار بنگاه‌ها بوده است. برخی از این متغیرهای مورد نیاز برای افزایش تولید و گسترش کسب‌وکار، که با وجود تاثیر بسیار بر عملکرد بنگاه‌های اقتصادی، خارج از تسلط و قدرت بنگاه‌ها است، به‌عنوان «فضای کسب‌وکار» شناخته شده‌اند. در این حالت مدیران بنگاه‌ها نمی‌توانند این عوامل را تغییر داده یا بهبود بخشند. به عبارتی فضای کسب‌وکار در گروه عوامل خارجی (محیطی) قرار می‌گیرد.

در ادامه این گزارش به بررسی تاثیر فضای کسب‌وکار (به‌عنوان یک عامل محیطی تاثیرگذار) بر عملکرد بنگاه‌های صنعتی می‌پردازیم. فضای کسب‌وکار، عوامل موثر بر عملکرد واحدهای اقتصادی مانند کیفیت دستگاه‌های حاکمیت، ثبات قوانین و مقررات، کیفیت زیرساخت‌ها و... است که تغییر این عوامل فراتر از اختیارات و قدرت مدیران بنگاه‌های اقتصادی است. به عبارتی فضای کسب‌وکار یک محیط نهادی است که قواعد بازی را مشخص می‌کند و تمامی کسب‌وکارهای اقتصادی در آن شکل می‌گیرند، ادامه حیات می‌یابند یا در آن ورشکست شده و از آن خارج می‌شوند. فضای نامناسب کسب‌وکار (به‌عنوان یک عامل محیطی)، سودآوری یک بنگاه را به شیوه‌های متعددی مانند «افزایش هزینه‌های تولید»، «اندازه نامناسب بنگاه‌ها و امکان از بین

رفتن تعامل بین بنگاه‌های کوچک و بزرگ»، «کاهش امکان مشارکت‌های مالی»، «عدم توانایی در ایجاد شبکه» و «حرکت بنگاه‌ها به سمت اقتصاد غیررسمی» تحت تاثیر قرار می‌دهد.

افزایش هزینه‌های تولید: بنگاه‌ها با دو نوع هزینه روبه‌رو هستند، یکی هزینه‌ای که بنگاه پرداخت می‌کند و دیگری هزینه‌ای که محیط تحمیل می‌کند که موجب اختلال در ساختار بازار از طریق کاهش انگیزه کارآفرینان برای ورود به بازار و در نتیجه ایجاد انحصار و افزایش تمرکز می‌شود. از طرفی کاهش قدرت رقابت‌پذیری بنگاه‌ها موجب کاهش سطح کارایی در آنها و عملکرد ضعیف آنها می‌شود. بقا در بازارهای خارجی نیازمند کاهش قیمت‌ها و ارتقای قدرت رقابت‌پذیری بنگاه‌هاست. این کمترین مشکلی است که محیط نامناسب در کسب‌وکار ایجاد می‌کند.

اندازه نامناسب بنگاه‌ها و امکان از بین رفتن تعامل بین بنگاه‌های کوچک و بزرگ: فضای نامناسب کسب‌وکار باعث می‌شود که به‌طور نامناسبی بزرگ شوند و مسوولان بنگاه حس کنند اگر کار را به دیگری بسپارند، مشکلات غیرقابل کنترلی ایجاد می‌شود. بنابراین واحدهایی را ایجاد می‌کنند که در آن تخصصی ندارند و از این رو متحمل هزینه اضافی می‌شوند. از طرفی هر چه تمرکز در صنعت بیشتر باشد فضا برای فعالیت بنگاه‌های جدید دشوارتر می‌شود.

کاهش امکان مشارکت‌های مالی: وقتی نظام قضایی نامناسب باشد یا امنیت به درستی تضمین نشده باشد، امکان مشارکت مالی در اقتصاد پایین می‌آید. به عبارتی کاهش سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در بخش صنعت، موجب کاهش تولید، رکود و کوچک ماندن مقیاس بنگاه‌ها و خروج آنها از صنعت یا حرکت به سمت اقتصاد غیررسمی می‌شود. عدم توانایی در ایجاد شبکه: در کشورهایی

که نظام قضایی و حقوقی یکپارچه و روان دارند، شبکه‌سازی بسیار راحت است. امروزه این شبکه‌ها هستند که با یکدیگر در رقابت هستند. شعار نوین «یا شبکه‌ای تولید کن یا تولید نکن»، به دلیل اهمیت تولید شبکه‌ای در ایجاد بهره‌وری و قدرت رقابت‌پذیری است. با توجه به اینکه یکی از ویژگی‌های بنگاه‌های موفق، برخورداری از این قدرت رقابت‌پذیری است و در عین حال ویژگی بارز بنگاه‌های ناموفق، عدم برخورداری از این قدرت است، از دلایل مهم ناکامی و عملکرد ضعیف شرکت‌های تولیدی و خدماتی در بازارهای بین‌المللی، رقابت‌پذیری آنها در بازارهای هدف جهانی است.

حرکت بنگاه‌ها به سمت اقتصاد غیررسمی: فعالیت در اقتصاد غیررسمی منجر به کوچک ماندن بنگاه‌ها می‌شود. زمانی که مقررات کسب‌وکار بنگاه‌ها پرهزینه و دردسرساز باشد، بنگاه‌ها به فعالیت در بخش غیررسمی متمایل می‌شوند و از آنجا که امکان سرمایه‌گذاری‌های بزرگ و گسترش فعالیت‌های بنگاه‌ها در بخش غیررسمی میسر نیست، مقیاس این بنگاه‌ها کوچک مانده و به شرایط صرفه‌های ناشی از مقیاس نمی‌رسد و در نتیجه رشد اقتصادی و اشتغال کمتری ایجاد می‌شود. اصلاح و بهبود فضای کسب‌وکار می‌تواند سبب کاهش هزینه و ریسک راه‌اندازی کسب‌وکار جدید شده و فضای انتقال بنگاه‌ها از بخش غیررسمی به بخش رسمی و رشد و گسترش آنها را فراهم کند.

باتوجه به نتایج به دست آمده در این گزارش پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاران به دنبال افزایش سرمایه و بهبود کیفیت نیروی انسانی از طریق افزایش دانش، بهداشت، ایمنی و... باشند تا از این طریق سودآوری صنایع کارخانه‌ای افزایش یابد. همچنین بهبود فضای کسب‌وکار باید به‌گونه‌ای باشد (از طریق حذف انحصارات دولتی) که شاهد اثرات مثبت آن بر صنایع کارخانه‌ای باشیم.



رئیس هیئت مدیره شرکت پلی اکریل ایران مطرح کرد برخی نهادها به دنبال تصاحب اموال پلی اکریل

۸۰۰ میلیون تومانی این شرکت در هیئت اجرایی، افزود: با مذاکره و بخشودگی مالیاتی، سه میلیارد و ۸۰۰ میلیارد تومان آن مفاصاحساب شده است، همچنین بدهی این مجموعه به تامین اجتماعی ۴۳ میلیارد تومان بود که با رایزنی‌های صورت گرفته بیش از ۱۰ میلیارد تومان تخفیف بخشودگی گرفته و بقیه بدهی‌ها تقسیت و حدود ۷ میلیارد تومان را به عنوان پیش پرداخت تهاتر کردیم.

پورسیدی با بیان اینکه برای بخشودگی و تخفیف بدهی‌های خود در حال مذاکره با مجلس، دولت، وزارت اقتصاد و همچنین بانک‌های تجارت، ملی، ملت و ... هستیم، افزود: اولویت پرداخت بدهی‌های این شرکت پرداخت حقوق کارگران است. از سوی دیگر علاقه‌ای به فروش املاک و مستغلات خود نداریم، البته در حال تلاش هستیم تا خط تولید را دوباره تحویل بگیریم. وی با اشاره به اینکه برخی نهادها همچون تامین اجتماعی، بانک‌ها، مالیات و ... برای دریافت طلب خود به دنبال تملک اموال این شرکت هستند، گفت: برای اینکه اموال شرکت پلی اکریل ایران وارد مزایده نشود در پی مذاکره با تامین اجتماعی، بانک‌ها و ... برای تهاتر و بخشودگی بدهی‌های خود هستیم. وی با تاکید بر اینکه به دنبال



محمد جواد پورسیدی

شده است، تاکید کرد: از زمان استقرار هیئت اجرایی در مدت ۲۵ ماه گذشته، طی دو ماه گذشته حقوق کارگران این کارخانه به طور کامل پرداخت شده و قرار است در ماه‌های آینده علاوه بر پرداخت حقوق، معوقات کارگران نیز پرداخت شود.

رئیس هیئت مدیره شرکت پلی اکریل ایران با اشاره به اینکه به دنبال کوچک‌سازی و چابک‌سازی پلی اکریل هستیم، گفت: هیئت مدیره به دنبال پرداخت دیون شرکت‌های خود است، همچنین در یک ماه گذشته بالغ بر ۱۰ میلیارد تومان از بدهی‌های شرکت پلی اکریل ایران پرداخت شده است. وی با اشاره به بدهی مالیاتی ۱۱ میلیارد و

رئیس هیئت مدیره شرکت پلی اکریل ایران با بیان اینکه علاقه‌ای به فروش املاک و مستغلات خود نداریم و دوباره خط تولید را تحویل خواهیم گرفت، گفت: اگر خطوط اکریلیک پلی اکریل راه نیفتد علاوه بر روزمرگی به عقب بازخواهیم گشت. محمدجواد پورسیدی در جمع خبرنگاران، با بیان اینکه فعالیت شرکت پلی اکریل ایران در سه بخش شرکت، کارخانه و بورس است، اظهار کرد: مطابق ماده ۱۴۱ قانون تجارت، کارخانه پلی اکریل و مباحث مربوط به تولید با هیئت اجرایی دولت است، اما بحث شرکت و بورس تحت نظارت هیئت مدیره است. وی با بیان اینکه طی دو ماه گذشته وضعیت کارخانه بهتر

تعیین تکلیف اموال پلی اکریل هستیم، تصریح کرد: جرائم بانکی این شرکت به بانک‌ها ۱۰۴ میلیارد تومان است و امیدواریم در این مسیر از بخشودگی تمام بانک‌ها استفاده کنیم تا عمده مشکلات شرکت برطرف شود.

رئیس هیئت مدیره شرکت پلی اکریل ایران با تاکید بر اینکه به دنبال آن هستیم تا هر جایی را در توقیف داریم، با مذاکره تعیین تکلیف کنیم، افزود: بخشی از مشکلات پلی اکریل مربوط به مسائل جاری کشور است و با محدودیت‌های ایجاد شده دچار مشکلاتی شده‌ایم، با این حال شرکت پلی اکریل به شرط بخشودگی جرائم و تخفیف با بخش‌های مختلف مذاکره می‌کند. وی در خصوص وضعیت کارگران پلی اکریل و بازگشت آن‌ها به کار، اظهار کرد: حوزه پرسنلی و تولید مربوط به هیئت اجرایی است، اما حدود ۱۶۰۰ نفر از پرسنل به طور کامل به کار بازگشته‌اند و بین ۶۰ تا ۸۰ درصد تولید پلی استر و DMT کارخانه پلی اکریل فعال شده است، البته هیئت اجرایی در تلاش است کارخانه به هیئت مدیره پلی اکریل ایران بازگردد و خط تولید اکریلیک به عنوان بیشترین محل درآمد، راه‌اندازی شود.

پورسیدی با بیان اینکه اگر هیئت مدیره و سهام‌داران در مدیریت شرکت و یا کارخانه توانایی اداره نداشته باشند، هیئت اجرایی وارد کار می‌شود، یادآور شد: در حال حاضر مقوله پرسنلی و تولید در اختیار هیئت اجرایی است، اما بحث شرکت‌های بازرگانی و خدمات‌بندی

زیرمجموعه هیئت مدیره است، البته شرکت پلی اکریل ایران به دنبال تولید درآمدزا و نه هزینه‌بر است. وی همچنین با اشاره به اینکه زیان انباشته شرکت حدود ۶۵۰ میلیارد تومان است، گفت: در دوره فعلی و مطابق آخرین گزارش حدود ۱۰۰ میلیارد تومان به زیان انباشته این شرکت اضافه شده است و چیزی حدود ۱۱۵۰ میلیارد تومان نیاز به افزایش سرمایه داریم که با تصویب مجامع قانونی باید انجام شود.

رئیس هیئت مدیره شرکت پلی اکریل ایران با بیان اینکه به دنبال افزایش نرخ ارز و با توجه به این که عمده دستگاه‌ها وارداتی است می‌توان از این محل افزایش خوبی داشته باشیم که منوط به مجوز بورس است، افزود: بخش اموال و دارایی‌های شرکت‌های گروه هیچ‌گاه در محاسبات حساب نشده است، البته شرکت DMT، الیاف زاینده‌رود، شرکت فنی مهندسی فن گستر و شرکت ماهشهر و ... ظرفیت خوبی دارند و هیئت مدیره به افزایش سرمایه خوشبین است. وی در ادامه با بیان اینکه ۶۵ درصد کارخانه پلی اکریل اصفهان در دو ماه گذشته فعال شده است، افزود: در حال حاضر کارخانه پلی اکریل با ۳۸ درصد توان خود آن هم در بخش پلی استر فعال است، همچنین مجموع تولید روزانه کارخانه به خصوص پلی استر ۱۳۰ تن است.

پورسیدی با بیان اینکه شرکت پلی اکریل ایران یکی از شرکت‌های گروه است، اما کارخانه در اختیار ما نیست در حالی که گردش عمده مالی ما از

این محل است، اظهار کرد: از آنجایی که از کارخانه نمی‌توانستیم درآمدزایی کنیم، به سراغ کاهش هزینه‌ها رفتیم و به دنبال انحلال شرکت‌های کوچک بدون کارایی هستیم. وی با بیان اینکه حدود ۸ میلیارد تومان بخشودگی مالیات داریم و البته برخی بدهی‌ها را به صفر رساندیم و همچنین ۳٫۸ میلیاردی تومان بدهی دیگر خود را نقد پرداخت کردیم، تاکید کرد: با توجه به اینکه در سال گذشته امکان پرداخت بدهی‌های خود را نداشتیم تامین اجتماعی به دنبال ضبط و مزایده ویلاهای ما بود، اما با مذاکرات صورت گرفته مقرر شد بدهی ۷ میلیارد تومانی به تامین اجتماعی تهاتر شود. رئیس هیئت مدیره شرکت پلی اکریل ایران با تاکید بر اینکه به دنبال مذاکرات نتیجه‌بخش هستیم، تصریح کرد: عمده مشکلات ما بحث جرائم است که در صورت حل این موضوع بخش بزرگی از دیون شرکت پلی اکریل ایران حل خواهد شد. وی با اعتقاد بر اینکه اگر خطوط اکریلیک پلی اکریل راه نیفتد علاوه بر روزمرگی به عقب باز خواهیم گشت، ابراز امیدواری کرد: با تحویل کارخانه به هیئت مدیره در مدت ۴۵ روز تمام خطوط می‌توانند به ۸۰ درصد ظرفیت خود برسند. پورسیدی با بیان اینکه مصرف سالانه اکریلیک کشور ۱۵۰ هزار تن است که ظرفیت تولید ما به شرطی تولید کامل یک سوم است، گفت: اگر وارد تولید شویم، دولت می‌تواند در بخش تعرفه به ما کمک کند.



رکود سنگین گریبانگیر بازار پوشاک مردانه

ظرفیت بالای این رسته شغلی در توسعه فرصت‌های شغلی مشهود و ملموس می‌شود، اما در طول پنج تا شش سال اخیر رکود عجیب و تعجب‌آوری گریبانگیر تولیدات داخلی کت و شلوار شده است. شجاعی تصریح کرد: تا سه سال پیش در عرصه دوخت و تولید کت و شلوار مشغول فعالیت بودم، اما با توجه به هزینه‌های بالای کارگاه و کاهش ملموس تقاضا برای کت و شلوار داخلی، به ناچار در حوزه توزیع مشغول فعالیت شدم که البته این فضا، شرایط چندان متفاوتی با عرصه تولید ندارد، زیرا حلقه‌های تولید و توزیع به هم پیوسته هستند و به تبع اختلال در هر یک از بخش‌های مذکور، بخش دیگر را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد. وی افزود: تنها تفاوت حوزه توزیع با

ظرفیت بالا برای اشتغال‌زایی
بر همین اساس یکی از توزیع‌کنندگان کت و شلوار در استان البرز با اشاره به ضرورت حمایت مضاعف دستگاه‌های ذی‌ربط از این صنف اظهار کرد: در میان زیرگروه منسوجات، رسته کت و شلوار از حوزه‌هایی به شمار می‌رود که دارای قابلیت اشتغال‌زایی فراوانی است به صورتی که برای تولید یک دست کت و شلوار غالباً حدود چهار نفر مشغول فعالیت می‌شوند که البته ممکن است در برخی مناطق، یک خیاط، به تولید و دوخت کت و شلوار مبادرت ورزد، اما در تولیدات انبوه، حداقل چهار تا پنج نفر برای دوخت و تولید یک دست کت و شلوار مشغول کار می‌شوند. فرهاد شجاعی افزود: با چنین اوصافی،

کاهش قدرت خرید مردم شرایطی را برای تولیدکنندگان به وجود آورده که به دنبال آن، تقاضا برای خرید اجناس خارجی بسیار بیشتر از تولیدات داخلی است. مصرف‌کنندگان می‌گویند کیفیت برخی از اجناس ایرانی، قابل قبول نیست بنابراین باید برای خرید جنس مورد نیاز و با قیمت و تنوع مناسب، سراغ اجناس خارجی رفت.

این در حالی است که اگرچه در برخی حوزه‌ها، کیفیت نامطلوب تولیدات داخلی، ذهنیتی نامطلوب را در اذهان و افکار عمومی ایجاد کرده اما در خصوص برخی تولیدات داخلی همچون پارچه‌های ایرانی و به تبع آن کت و شلوارهای دوخت ایران، این موضوع مصداقی ندارد چراکه همواره کیفیت اغلب پارچه‌ها و کت و شلوارهای ایرانی، قابل قبول بوده است. با این حال فعالان بازار این حوزه معتقدند که در حال حاضر نه تنها برای تولیدات ایرانی رونقی وجود ندارد بلکه از کالاهای خارجی هم چندان استقبال نمی‌شود چرا که قدرت خرید مردم به شدت کاهش یافته به طوری که آنها به کلی قید خرید برخی کالاها را زده‌اند. از این رو چنان رکودی در بازار این کالا حاکم شده که به دنبال آن تولید کت و شلوار نیز با کاهش ۵۰ درصدی روبه‌رو شده و بعید نیست تا چند وقت دیگر، بسیاری از تولیدکنندگان در این صنف بیکار شوند.



تولید در این است که در بخش توزیع، بعضاً برخی با خرید و عرضه کت و شلوارهای ارزان قیمت و بی کیفیت خارجی، به صورت نیم بند به فعالیت خود استمرار می بخشند که با افزایش قیمت ماه های اخیر، این بخش نیز مانند گذشته آنچنان که باید سودآور و مطلوب نظر نیست و قطعاً این شرایط برای اقتصاد و آینده این صنعت مطلوب و امیدوار کننده نخواهد بود. این فعال در عرصه توزیع کت و شلوار در ادامه گفت: در شرایطی که قیمت تمام شده برخی کت و شلوارهای خارجی، پایین تر از کت و شلوار تولید شده داخلی است، به طور حتم تقاضا برای چنین محصولاتی بیشتر می شود چرا که قدرت خرید مردم با کاهش شدیدی روبه رو شده است.

ارائه محصول بی کیفیت

مرتضی نجمیان، یکی دیگر از توزیع کنندگان کت و شلوار در استان البرز با اشاره به نقش تعیین کننده خرید محصولات داخلی برای حمایت از کالای وطنی گفت: حصول این امر مستلزم تامین پیش نیازهای خاص به خود و تدبیر است و در صورت مهیا شدن آن بدون تردید اقبال به تولیدات ایرانی افزایش پیدا می کند. وی افزود: در شرایطی که بسیاری از مردان ایرانی مطلع هستند که کت و شلوارهای ایرانی از لحاظ کیفیت، مطلوب و مرغوب هستند، اما به مرور، تمایل به خرید کت و شلوارهای ارزان قیمت خارجی بیشتر می شود که این موضوع معلول علت مشخص و روشنی است که باید آن را در

قیمت تمام شده پایین تر محصولات مذکور جست و جو کرد.

نجمیان تصریح کرد: بسیاری از کت و شلوارهای ارزان قیمت خارجی، از لحاظ ظرافت در دوخت و ظاهر بسیار چشم نواز هستند، اما کیفیت پارچه آن نامطلوب است که البته علت بی کیفیت بودن آن نیز نظام رده بندی کیفی و قیمتی است که برخی تولیدکنندگان خارجی برای محصولات خود تعریف و تعیین کرده اند. بنابراین واردکننده با واردات پارچه های نامرغوب یا کت و شلوارهای دوخته شده بی کیفیت محصولی به مشتری عرضه می کند که دوام و قوام چندان ندارد. این توزیع کننده کت و شلوار در استان البرز در ادامه گفت: در یک سال اخیر و به خصوص در سال جاری شرایط آنچنان بحرانی شده که نه تنها برای خرید کت و شلوار تولید داخل بلکه برای محصول خارجی با قیمت نازل (در مقایسه با نرخ و قیمتی که کت و شلوارهای ایرانی دارند) نیز تقاضای چندان وجود ندارد.

سخت ترین مقطع اقتصادی

سیروس رضایی، یکی از فروشندگان کت و شلوار در غرب استان تهران نیز ضمن انتقاد شدید از بی توجهی مسوولان ذی ربط نسبت به وضعیت اقتصادی جامعه گفت: میزان فروش کت و شلوار پیش از ایام محرم و صفر، از اسفند که ماه پایانی سال و آغاز سال جدید و عید نوروز است نیز بیشتر می شود، زیرا به دلیل ایام محرم و صفر، مراسم عروسی زوجین تا پیش از فرارسیدن این دو

ماه عزیز انجام می شود، اما متأسفانه در مرداد و شهریور امسال بنده با ۱۸ سال سابقه در این عرصه، بدترین دوران کاسبی و فعالیت در این رشته را از حیث رونق اقتصادی تجربه کردم و طرح این موضوع اغراق نیست که کساد سنگین اینچینی، تاکنون به این میزان، سابقه نداشته است. رضایی گفت: افزایش قیمت ها از یک سو و به تبع آن کاهش قدرت خرید مردم از سوی دیگر بازار مذکور را به شدت تحت الشعاع قرار داده و امید آن داریم که با تدابیر اتخاذ شده روزه ای باز شود در غیر این صورت پیش از فرا رسیدن سال، مجبور به تعطیل کردن مغازه خواهیم شد.

کاهش ۵۰ درصدی تولید

همچنین حبیب طهماسبی نیک، رییس اتحادیه خیاطان زنانه و مردانه ضمن اشاره به رکود سنگین حاکم بر بازار کت و شلوار عنوان کرد: بهترین دوزندگان کت و شلوار در داخل کشور، ظرفیت تولیدی خود را تا ۵۰ درصد کاهش داده اند و به تبع رکود بازار، بخشی از تولیدکنندگان از چرخه تولید خارج و حذف شده اند. وی در تشریح مشکلات پیش روی این صنف گفت: در حال حاضر اکثریت قریب به اتفاق تولیدکنندگان با کمبود نقدینگی مواجه هستند و به همین دلیل وقتی برای اخذ تسهیلات به بانکها مراجعه می کنند با سودهای تسهیلاتی بالا مواجه می شوند. در نهایت همین موضوع آنها را از دریافت تسهیلات نیز منصرف می کند و به فعالیت خویش در این رشته خاتمه می دهند.



نگاهی به زندگی محمد اعتماد مدیرعامل پوشاک ماکسیم از کار در بخش آگهی روزنامه تا تولید لباس



«یک مشتری راضی همیشه ۲۰ نفر را با خودش می‌آورد و یک مشتری ناراضی ۸۰ نفر را با خودش می‌برد.» این مهم‌ترین شعاری است که محمد اعتماد در زندگی کاری‌اش برای جذب مشتری دارد؛ کارآفرینی که از کودکی کار را شروع کرد و حالا با گذشت بیش از ۸ دهه از زندگی و ۷ دهه از فعالیت‌های کاری می‌گوید باید مشتری را راضی نگه داشت.

او ۱۱ شهریورماه سال ۱۳۱۵ به دنیا آمد. پدرش حاج محمدکاظم اعتماد شوشتری از کشاورزان و بازرگانان خوزستان بود. نام فامیلی‌شان در ابتدا چیت‌ساز بود که پدرش به دلیل تشابه به شغل چیت‌سازی آن را به اعتماد تغییر داد. پدرش بین اهواز و شوشتر در منطقه ویس که بسیار خوش آب و هوا بود و سرچشمه رود کارون آنجا قرار داشت مزارع و باغ‌های بسیاری داشت و کارگران بسیاری را استخدام کرده بود. او سال‌های دوران کودکی را در شهر اهواز و در خانه‌ای دوطبقه که در خیابان فردوسی، چهارراه وکیلی قرار داشت، گذراند. خانواده او مذهبی بودند و پدرش خانه‌ای را برای زندگی‌شان انتخاب کرده بود که پنجره‌هایش رو به مسجد باز می‌شد. او در کتاب خاطراتش که دانشگاه علم و صنعت منتشر کرده است، گفته: «پدرم همیشه دوست داشت که نماز

گفت، از اهواز به تهران مهاجرت کردند. «من به غیر از خودم یک خواهر و دو برادر بزرگ‌تر هم داشتم. خواهرم که از همه بزرگ‌تر بود همراه شوهرش در تهران زندگی می‌کرد؛ بعد از فوت پدر، مادر ماندن در اهواز را صلاح ندید و همین شد که خانه و زندگی را فروخت و همگی به تهران نقل مکان کردیم، آن زمان من ۱۲ ساله بودم.» با مهاجرت خانواده اعتماد به تهران وظیفه تامین دخل و خرج خانواده به عهده سه برادر از جمله محمد اعتماد گذاشته شد. آنها، هم درس می‌خواندند و هم کار می‌کردند. محمد اعتماد دوران دبستان را در مدرسه‌ای

را به جماعت بخوانیم اما دوست نداشت که خانم‌ها به مسجد بروند به همین دلیل پنجره‌ای رو به مسجد باز کرده بود که مادر می‌توانست صدای اذان را بشنود و نماز بخواند. اگر همین امروز هم به شهر اهواز و چهارراه وکیلی بروید می‌توانید حوزه علمیه و مسجد را ببینید که هنوز پابرجاست. در زمان جنگ تحمیلی خانه ما به طور کلی ویران شد.»

البته محمد اعتماد و خانواده‌اش سال‌ها پیش از شروع جنگ و بعد از اینکه پدرش حاج محمدکاظم اعتماد چند سال قبل از انقلاب در نجف اشرف دار فانی را وداع

در خیابان ری، خیابان آب منگل پشت سر گذاشت و دوران دبیرستان هم در مدرسه شبانه دکتر قریب تحصیل کرد. «روزها را کار می‌کردم و شب‌ها درس می‌خواندم و در امتحانات هم به صورت متفرقه شرکت می‌کردم. برای چرخاندن چرخ‌های زندگی مجبور به کار کردن بودم و از طرفی هم علاقه بسیاری به درس خواندن داشتم. من ادبیات را خیلی دوست داشتم و همیشه از این درس نمره‌های خیلی خوبی می‌گرفتم. پدرم وصیت کرده بود که هیچ‌گاه وارد کار سیاسی نشوید و برای دولت هم کار نکنید اما برادرهایم هر دو وارد کار بانکی شدند و البته به رتبه‌های خیلی بالای مدیریتی هم رسیدند ولی من دوست داشتم به وصیت پدرم عمل کنم و همین شد که بعد از گرفتن سیکل به دنبال پیدا کردن کاری مناسب افتادم.» برادر محمد که مدیر یکی از بانک‌ها بود او را به مدیرعامل یک شرکت تولید فرش معرفی کرد و او هم پس از یک مصاحبه کاری محمد اعتماد را به عنوان انباردار پذیرفت و به این صورت اولین کار جدی زندگی‌اش را شروع کرد. البته حضور او در این شغل چندان ماندگار نشد زیرا بعد از مدتی از سوی یک از افرادی که به این شرکت رفت و آمد داشت با پیشنهاد وسوسه‌کننده‌ای روبه‌رو شد و در نهایت به کار جدیدی مشغول شد که مسیر زندگی‌اش را برای سال‌های بسیاری تعیین کرد و باعث شد تا سرمایه مناسبی بتواند جمع‌آوری کند.

ورود به روزنامه و تبلیغات

«مدتی بود که حس می‌کردم شخصی به نام حسین قریشی که در روزنامه کیهان کار می‌کرد من را زیر نظر دارد. روزی پیشم آمد و گفت: تو چقدر در اینجا حقوق می‌گیری؟ گفتم: چیزی در حدود صد و پنجاه تومان.

بی‌معطلی گفتم: می‌آیی روزنامه کیهان با حقوق سیصد تومان کار کنی؟ گفتم البته که می‌آیم و این‌گونه شد که با او وارد بخش آگهی‌های روزنامه کیهان شدم.»

محمد اعتماد شور و علاقه بسیاری به کار در بخش آگهی‌های روزنامه نشان داد و تلاش کرد تا ایده‌های جدیدی را با خود به روزنامه ببرد و بتواند علاوه بر اینکه به بخش آگهی‌ها سامان دهد، درآمد روزنامه را هم زیاد کند. «آن زمان همه آگهی‌ها در صفحات مختلف پراکنده بودند و فکر کردم چه خوب می‌شود اگر تمام این آگهی‌ها در یک صفحه متمرکز شود و روزنامه صفحه آگهی‌ها داشته باشد. از طرف دیگر تمام آگهی‌ها برای تهران بود و از شهرستان‌ها کسی آگهی نمی‌داد. جوان بودم و عاشق کار و اینکه سری توی سرها در بیاورم؛ برای همین نزد مدیر روزنامه رفتم و پیشنهاد دادم که تمام آگهی‌ها را در یک صفحه جمع کنند. او سردبیر را که آدم خیلی مهمی بود به آنجا دعوت کرد و پیشنهادم را در میان گذاشتم. بعد هم او خندید و چند لیچار گفت و رفت ولی من به روی خودم نیاوردم و به مدیر روزنامه گفتم حالا مصمم هستم که حتما این کار را انجام بدهم و آگهی برای یک صفحه جمع کنم و خبرش را ده روز دیگر به شما می‌دهم. همان روز از دفتر روزنامه که در کوچه نکبسا بود (محل ساختمان فعلی) تا میدان فردوسی پیاده رفتم و در مورد آگهی دادن و فواید آن در روزنامه به فروشگاه‌های مختلف توضیح دادم و توانستم کلی آگهی بگیرم. یادم هست ۱۴ روز بعد مدیر روزنامه من را خواست و پرسید پس آگهی‌ها و صفحه آگهی چی شد؟ و من که دستم پر بود جواب دادم همه آگهی‌ها آماده است و تا یک ماه تمام آگهی شما را گارانتی می‌کنم.»

محمد اعتماد با توجه به انرژی‌ای که برای کار می‌گذاشت و استفاده از خلاقیتش در کار تبلیغات خیلی زود پیشرفت کرد تا جایی که در کنار کار در روزنامه کیهان به همراه آقای قریشی که راه را برای حضورش در روزنامه فراهم کرده بود شرکتی به نام مودت را تاسیس کردند؛ البته این شرکت با توجه به سهم اندکی که قریشی به محمد اعتماد داده بود (۳۰ درصد که بعد به ۵۰ درصد افزایش یافت) چندان پابرجا نماند و باعث شد که محمد اعتماد به فکر راه‌اندازی شرکت خودش بیفتد. «شرکت تبلیغات کسری را درست زمانی که ۳۳ ساله بودم راه‌اندازی کردم، آن زمان تقریباً ۱۵ سال بعد از ورودم به روزنامه کیهان بود. با اینکه برای این روزنامه کار می‌کردم ولی در شرکت با روزنامه‌ها، مجلات و نشریات دیگری هم مثل سپید و سیاه، تهران مصور، اطلاعات و... همکاری داشتم و برای آنها نیز آگهی می‌گرفتم. آن دوران گواهی‌های مربوط به کارم را هم از سازمان فرهنگ و هنر گرفته بودم و خیلی زود هم توانستم به عنوان یکی از پنج نفر اتحادیه و عضو هیئت مدیره شرکت‌های تبلیغاتی انتخاب شوم؛ روز رأی‌گیری از ۲۹ نفری که حضور داشتند ۲۸ نفر به من که از همه جوان‌تر بودم رأی داده بودند و تنها خودم بودم که فرد دیگری را انتخاب کردم.»

در آن سال‌ها محمد اعتماد بیشترین آگهی‌ها را از بانک ملی و شرکت‌های فروش لوازم آرایشی و بهداشتی مانند لان‌کاستر، لوراف بلنداکس و مارگارت آستور می‌گرفت و دفتر کارش در طبقه سوم ساختمان پلاسکو بود ولی بعد با افزایش مشتری‌ها و گسترش کارش به خصوص در حوزه ساخت تبلیغات تلویزیونی، ساختمانی سه‌طبقه در خیابان کریم‌خان زند خریداری کرد که طبقه

کرده‌ام و کت را در ماشین لباس‌شویی انداخته و شسته‌ام. به کت نگاهی کردم و گفتم از محصولات ماست که ۸ سال پیش تولید شده و حالا نیاز به عوض کردن آستر و تعمیرات دیگر دارد. آن را به یکی از کارکنان برای تعمیر سپردم و پس از یکی دو روز کت آماده شد و آن را به مشتری تحویل دادم. آن فرد می‌خواست پول بدهد که قبول نکردم و با تعجب چرایی کار را پرسید و من پاسخ دادم که به خاطر احت رami که برای مشتری قایل هستم، آن را مجدداً درست کردیم و او با رضایت بسیار زیادی از پیش ما رفت.»

محمد اعتماد معتقد است رسیدن به هدف در زندگی تنها با کار، کار و کار همراه با پشتکار و صداقت ممکن است و امکان ندارد فردی این خصایص را داشته باشد و در کارش موفق نشود. او می‌گوید با پشت میز نشستن هرگز هیچ جوانی به موفقیت نمی‌رسد و خود او با وجود اینکه دفتر کار زیبایی دارد، همیشه علاقه‌مند است که بیشتر در محیط اجرایی حضور داشته باشد. «در ۲۲ سال گذشته ۱۴ بار تحت عمل جراحی قرار گرفته‌ام که دو عمل مربوط به بیماری سرطان و قلب بوده است و با وجود این، روزی ۱۲ ساعت کار می‌کنم و بیشتر روزها صبحانه را در محل کار صرف می‌کنم. حتی عصر پنج‌شنبه‌ها که تعطیل هستم انگار چیزی را گم کرده‌ام. در این روزگار که اکثر جوان‌ها کار نمی‌کنند و تن به کار نمی‌دهند معتقدم اگر کسی واقعاً جویای کار باشد و بخواهد کار کند، کار مناسب برایش پیدا می‌شود اما بخشی از جوانان راستش اهل کار کردن نیستند و دنبال کاری هستند که ساعت کمتر و حقوق بیشتری داشته باشد. می‌خواهند نابرده رنج، گنج به دست بیاورند که این ممکن نیست.»

چیزی که بیش از هرچیز باعث توسعه کار آنها شد، رفتن برندهای خارجی از ایران و نبود رقیب بود. «مدت زمانی بالغ بر بیست سال طول کشید تا ماکسیم تبدیل به یک برند معروف شد ولی از همان ابتدای کار هم مشتری‌های زیادی جذب کردیم. یادم هست مثلاً اگر در یک روز تعداد ۱۸۰ عدد پیراهن تولید می‌کردیم، به علت آنکه تولیدکنندگان این رشته، ایران را ترک کرده بودند و فقط ما و چند نفر دیگر تولید می‌کردیم، موفق بودیم و درست ساعت هفت صبح فروشندگان پوشاک برای خرید از ما نوبت می‌گرفتند و زمانی که کارکنان جنس‌ها را از زیرزمین به صورت دوجین دوازده‌تایی می‌آوردند، خریداران بدون توجه به رنگ و سایز حتی همه را یکجا می‌خریدند.

در حال حاضر شرکت پوشاک ماکسیم برای فروش محصولات خود ۲۷ شعبه در سراسر کشور دارد که ۲۴ شعبه آن مخصوص آقایان و ۳ شعبه‌اش مخصوص بانوان است. این شرکت همچنین سالانه با تعداد زیادی از شرکت‌های دولتی و خصوصی قرارداد می‌بندد و پوشاک پرسنل را تولید می‌کند؛ برای نمونه از سال ۱۳۶۱ تاکنون این برند ماکسیم است که پیمانکار انحصاری ایران ایر است و برای کاپیتان‌ها، مهمان‌داران و نیروهای این شرکت لباس تولید می‌کند. شرکت ماکسیم از سال ۱۳۹۲ از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان یکی از شرکت‌های زنجیره‌ای معرفی شد و هم‌اکنون عضو اتحادیه پوشاک تهران و اتحادیه کشوری پوشاک و فروشگاهه‌ای زنجیره‌ای است. برای محمد اعتماد همیشه مشتری‌مداری حرف اول و اصلی را در زندگی کاری‌اش زده است. «روزی دیدم یک مشتری پیش من آمد و از کیسه، کتی مچاله‌شده را درآورد و گفت من اشتباه

اول آن با سقف حدود ۶ متر مخصوص فیلم‌برداری‌ها بود و در طبقه دوم و سوم آن هم کارهای تبلیغاتی و دفتری انجام می‌داد. البته این روند تا اواخر سال ۱۳۵۷ ادامه داشت زیرا با پیروزی انقلاب و تحولات سیاسی به یکباره وضعیت آگهی‌ها سقوط کرد و تقریباً کار تبلیغات تعطیل شد و مدتی نگذشت که محمد اعتماد مجبور شد کار را در مشاغل دیگر و سرمایه‌گذاری در کارهای مختلف دنبال کند. او در ابتدا با همراهی دو دوست خود شرکت چاپ راه‌اندازی کرد ولی مدتی نگذشت که متوجه شد به این کار علاقه‌ای ندارد و آن را رها کرد ولی بعد از آن به فکر تولید پوشاک افتاد و در واقع بار دیگر مسیر زندگی‌اش تغییر پیدا کرد. «در آبان‌ماه سال ۱۳۵۸ با مشارکت آقای احمد عدلی شرکتی را با هدف تولید پوشاک با نام ایران یونایتد و با برند ماکسیم راه‌اندازی کردیم. البته اول وارد کار تریکوبافی شدیم. ماشین‌آلات متعددی را از خارج وارد کردم. کار ما به این صورت بود که نخ را به کارخانه‌ای تحویل می‌دادیم و بعد آنها به ما تریکوی خام تحویل می‌دادند که در ساختمان شماره ۱۳۶ خیابان مطهری، بخار می‌دادیم، می‌دوختیم و پس از بسته‌بندی روانه بازار می‌کردیم. مدتی از تولید تریکوها نگذشت که سراغ تولید پیراهن مردانه رفتیم. البته فروش پیراهن در زمستان کم بود و به همین خاطر شلوار تولید کردیم و بعد هم دیدیم که شلوار کت می‌خواهد و این جوری شد که کم‌کم تمام لباس‌های مردانه را تکمیل کردیم و هم‌اکنون از جوراب تا پالتو همه‌چیز تولید می‌کنیم. البته در کنار محصولات مردانه، در بخش زنان هم تولیداتی داریم.»

در سال‌های شروع به کار برند ماکسیم، در کنار تولید محصولات باکیفیت آن



روند و عوامل رشد نقدینگی سه دهه اخیر در ایران



احسان سلطانی پژوهشگر اقتصادی

مقدمه

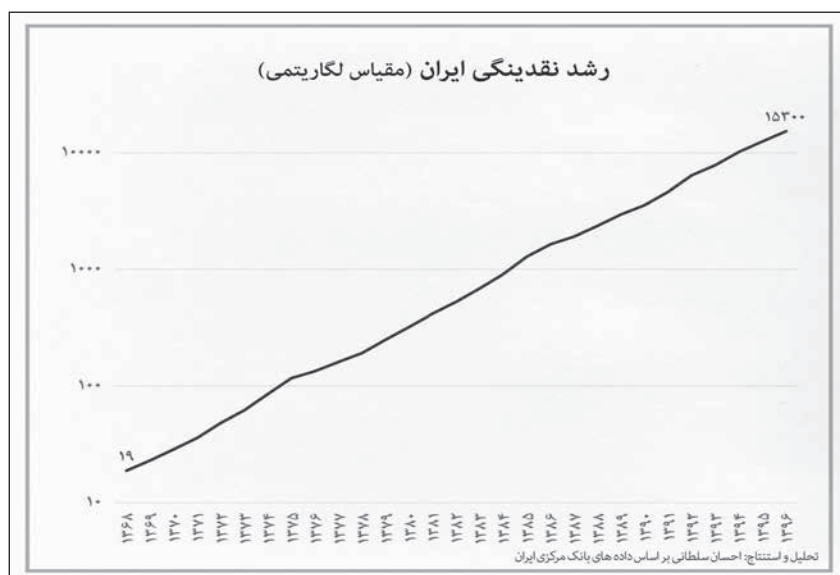
حجم نقدینگی کشور به ۱۶۵۰ هزار میلیارد تومان در مرداد ماه سال ۱۳۹۷ بالغ گردید. رشد مستمر نقدینگی یکی از مهم‌ترین معضلات ساختاری اقتصادی کشور به شمار می‌رود و به سنت مالوف همه دولت‌ها مبدل شده است. در طول ۳۰ سال که از پایان جنگ تحمیلی می‌گذرد، حجم نقدینگی بیش از ۱۱۰۰ برابر بالا رفته است. نرخ رشد میانگین سالانه نقدینگی در هر سه دهه دولت سازندگی، اصلاحات و مهرورزی و همچنین ۵ سال اول دولت اعتدال ۲۷ درصد می‌باشد.

حجم نقدینگی سه دهه اخیر در اثر سه عامل اصلی «خلق نقدینگی توسط بانک‌ها»، «استقراض دولت و بانک‌ها از بانک مرکزی» و «افزایش نرخ ارز» ایجاد شده است که به خصوص نقش بانک‌های خصوصی و دولت در سال‌های اخیر برجسته می‌باشد. ایجاد نقدینگی (پول بدون پشتوانه) و افزایش نرخ ارز دو روی یک سکه هستند که از طریق تنزل شدید ارزش پول ملی منجر به اخذ مالیات تورمی از عامه مردم شده و مخارج رو به ازدیاد دولت و وابستگان آن را فراهم می‌کنند.

رشد نقدینگی در دوره ۸۶-۱۳۶۸

نقدینگی حاصل ضرب پایه پولی (پول پر قدرت) در ضریب فزاینده (قدرت خلق نقدینگی توسط بانک‌ها) است. پایه پولی از «خالص دارایی‌های خارجی بانک مرکزی»، «بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی»، «خالص بدهی بخش دولتی به بانک مرکزی» و «خالص سایر اقلام» تشکیل می‌گردد. در دوره ۱۳۶۸-۹۶ میانگین رشد سالانه حجم نقدینگی و پایه پولی به ترتیب ۲۷.۱ و ۲۱ درصد بود. در این دوره بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی از میانگین رشد سالانه ۳۴ درصد





برخوردار بود و ضریب فزاینده ۴ برابر گردید.

در دولت های پنجم و ششم، افزایش خالص بدهی بخش دولتی و پس از آن بالا رفتن بدهی بانک ها به بانک مرکزی مهم ترین عوامل ایجاد نقدینگی بودند. همچنین باید به ۱۰ برابر شدن خالص دارایی های خارجی بانک مرکزی (در اثر افزایش قیمت رسمی ارز) اشاره کرد. در دولت های هفتم و هشتم، در اثر افزایش قیمت رسمی ارز، خالص دارایی های خارجی بانک مرکزی به شدت افزایش پیدا کرد که عامل اصلی ایجاد نقدینگی بود. افزایش ۶۲ درصدی ضریب فزاینده عامل مهم بعدی در رشد نقدینگی محسوب می شود.

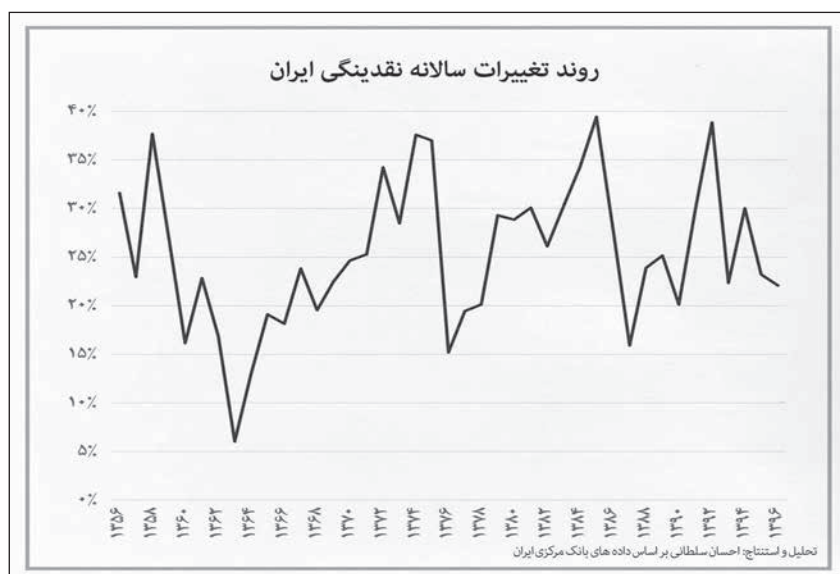
در دولت های نهم و دهم، افزایش دارایی های خارجی بانک مرکزی (به علت فروش ارز به بانک مرکزی در سال های ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۷ و پس از آن افزایش قیمت رسمی ارز در سال ۱۳۹۲) و همچنین افزایش ۱۵ برابری بدهی بانک های دولتی به بانک مرکزی، عوامل اصلی ایجاد نقدینگی بودند. در طول سه دهه اخیر، بالا رفتن ضریب فزاینده نقش کلیدی در ایجاد نقدینگی ایفا کرده است، به صورتی که اگر ضریب فزاینده ثابت باقی مانده بود، حجم نقدینگی یک چهارم میزان کنونی بود. رشد ضریب فزاینده به ترتیب در دولت های «یازدهم و دوازدهم» و «هفتم و هشتم» از دیگر دولت ها بالاتر است. ضریب فزاینده با شیب تند تقریباً یکنواختی در ده سال اخیر رشد پیدا کرد و میزان آن دو برابر گردید.

رشد نقدینگی در ۵ سال گذشته

بر اساس داده های بانک مرکزی، ۷۰ درصد حجم نقدینگی کشور (۱۱۵۰ هزار

بدهی بانک های خصوصی به بانک مرکزی می شود، به صورتی که در این مدت بیش از ۲۰۰۰ درصد رشد پیدا کرد. در همین مدت بدهی بانک های دولتی به بانک مرکزی ۶ درصد کاهش یافت. هم اکنون خالص بدهی دولت به بانک مرکزی خیلی پایین است و به ۲۴۰۰ میلیارد تومان (۱.۱ درصد از کل پایه پولی) تنزل پیدا کرده است. بانک های خصوصی فقط در تیرماه سال جاری

میلیارد تومان) در طی ۵ ساله منتهی به تیر ماه ۱۳۹۷ خلق شده است. در این مدت حجم نقدینگی ۲۳۴ درصد، پایه پولی ۱۳۰ درصد و پول ۱۰۰ درصد رشد یافت. سهم پول از رشد نقدینگی ۵ ساله اخیر ۹.۶ درصد و سهم سپرده سرمایه گذاری مدت دار ۸۴.۵ درصد می باشد. از ۱۲۴ هزار میلیارد تومان رشد پایه پولی ۵ ساله اخیر، ۹۳ هزار میلیارد تومان (۷۴ درصد پایه پولی) مربوط به



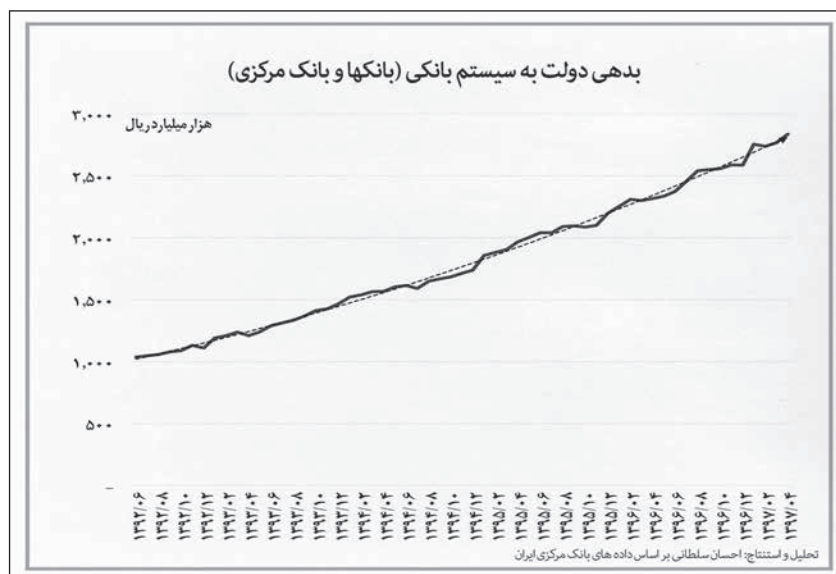
بانک‌ها»، «رشد دارایی‌های خارجی بانک مرکزی در افزایش نرخ ارز»، «افزایش بدهی بانک‌های دولتی در دهه‌های هفتاد و هشتاد و بدهی بانک‌های خصوصی در سال‌های اخیر به بانک مرکزی» و «افزایش بدهی دولت به سیستم بانکی» چهار عامل اصلی رشد حجم نقدینگی در سه دهه اخیر به شمار می‌رود.

ترکیب نقدینگی

نقدینگی از پول (اسکناس و مسکوک و سپرده‌های بانکی جاری) و شبه‌پول (سپرده‌های بانکی مدت‌دار) تشکیل می‌شود. در دوره ۹۶-۱۳۶۸ حجم اقتصاد ایران ۳ برابر و شاخص قیمت کالاها و خدمات ۱۲۱ برابر افزایش یافت. در این دوره حجم پول ۲۱۸ برابر شد، بنابراین نرخ افزایش پول از نرخ رشد اسمی اقتصاد بیشتر نیست. بر خلاف دیگر اقتصادهای جهان بخش کوچکی از نقدینگی ایران را پول تشکیل می‌دهد که فقط ۱۳ درصد آن شامل پول است و ۸۰ درصد آن شامل سپرده سرمایه‌گذاری مدت دار می‌شود. در دهه ۷۰ سهم پول از نقدینگی کشور بین ۴۶ تا ۴۹ درصد بود که از ابتدای دهه ۸۰ تا کنون روند تنزلی طی کرده است. در میانه سال ۲۰۱۸ میلادی، در منطقه یورو سهم پول ۶۶ درصد و سهم سرمایه‌گذاری مدت ۲۸ درصد از نقدینگی بود. در سال ۱۳۸۱ سهم پول از نقدینگی ایران با منطقه یورو یکسان بود. سهم پول از نقدینگی در کشورهای انگلستان، ژاپن، کانادا و عربستان سعودی بین ۵۱ تا ۶۵ درصد می‌باشد.

رشد نقدینگی و نرخ ارز

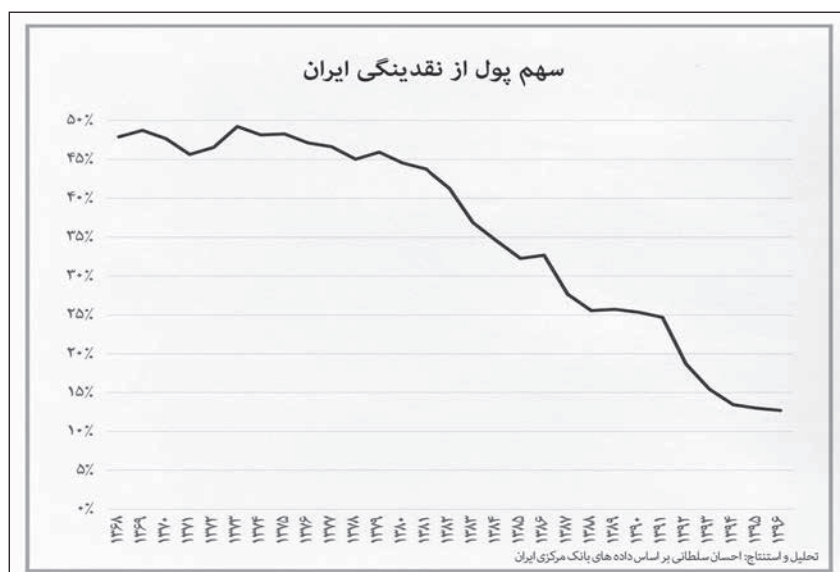
در یک اقتصاد مبتنی بر بازار، محاسبه



استقراض بانک‌های خصوصی از بانک مرکزی می‌باشد. در ۵ سال اخیر ضریب فزاینده (قدرت خلق نقدینگی توسط بانک‌ها) به شدت بالا رفت و از نسبت ۵ به ۷.۳ رسید. رشد نقطه به نقطه سالانه نقدینگی از ۳۰ درصد در نیمه اول سال ۱۳۹۵ به ۲۰ درصد در نیمه اول سال ۱۳۹۷ کاهش یافت. نقدینگی در ایران دولت‌ساخته است. «بالا رفتن توان خلق نقدینگی توسط

۹۳۰۰ میلیارد تومان (معادل ۳ ماهه یارانه نقدی) از بانک مرکزی استقراض کردند تا بتوانند به فعالیت خود ادامه دهند. در طی یک سال منتهی به مرداد ماه سال ۱۳۹۷، بدهی بانک‌های خصوصی به بانک مرکزی نزدیک به دو برابر گردید و به میزان ۴۸ هزار میلیارد تومان بالا رفت که با توجه به افزایش پایه پولی به میزان ۳۸ هزار میلیارد تومان، واضح است که مهم‌ترین عامل ایجاد نقدینگی





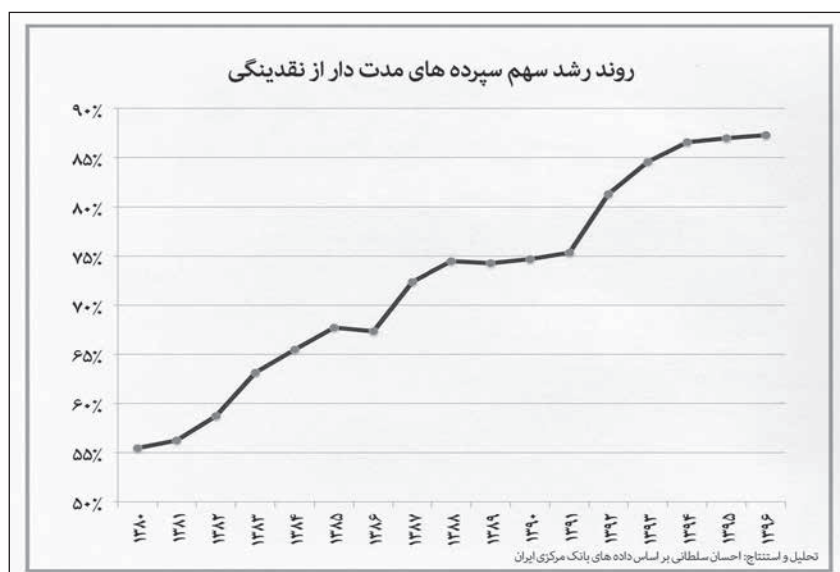
نرخ تبدیل ارز موثر حقیقی بر اساس پارامترهای مختلفی از جمله شاخص ضمنی تعدیل کننده تولید ناخالص داخلی، نرخ تورم سبد کالاها و خدمات صادراتی و وارداتی، نرخ تورم مصرف کننده، نرخ تورم تولید کننده، نرخ سود بانکی و هزینه حقیقی نیروی کار (در مقایسه با ترکیب کشورهای طرف معاملات اقتصادی) محاسبه می شود. در این راستا انتخاب سال پایه اهمیت بالایی دارد و خروجی را تحت تاثیر خود قرار می دهد. در اقتصاد ایران دولت (۶۰ درصد) و بنگاه های شبه دولتی (۳۰ درصد) عرضه کننده اصلی ارز با فروش منابع خام و اولیه هستند و بازار عمیق ارزی مبتنی بر فعالیت بخش خصوصی مولد مانند اقتصادهای مبتنی بر بازار موضوعیت ندارد.

رشد نقدینگی به عنوان عامل افزایش شدید نرخ ارز معرفی شده است که مانند تفاضل تورم داخلی و جهانی در یک دوره کوتاه مدت کارشناسی نیست. به طور کلی قدرت برابری خرید (یا شاخص قیمت ها) با نرخ ارز ارتباط برقرار می کند و این بدعت جدیدی است که نرخ ارز بر اساس نقدینگی تعیین گردد. در خصوص رشد نقدینگی شایان ذکر است که تاثیرات عواملی مانند (۱) ترکیب نقدینگی، (۲) تولید ناخالص داخلی و عمق زنجیره های ارزش و (۳) توسعه بازارها و تامین مالی بایستی مد نظر قرار گیرد.

بر اساس داده های بانک مرکزی در طول دوره ۵۶-۱۳۴۰ که نرخ ارز ۷ درصد کاهش یافت، حجم نقدینگی ۳۷ برابر و در دوره ۸۹-۱۳۷۸ که نرخ ارز ۲۰ درصد افزایش یافت، حجم نقدینگی ۱۵ برابر گردید. در طول ۱۰ سال اخیر حجم نقدینگی در شش کشور عربی عضو شورای همکاری خلیج فارس بین

در دوره ۱۵-۲۰۰۱ میلادی، نرخ رشد نقدینگی کشورهای به ترتیب ویتنام، چین، روسیه، امارات متحده عربی، هند، پاکستان، برزیل، عربستان سعودی و ترکیه، بین ۵ تا ۱۸ برابر رشد نرخ ارز بود. گزارش انستیتوی اقتصاد آلمان نشان می دهد که در سال های اخیر همبستگی بین رشد حجم نقدینگی و نرخ تورم در کشورهای منطقه یورو وجود نداشته است.

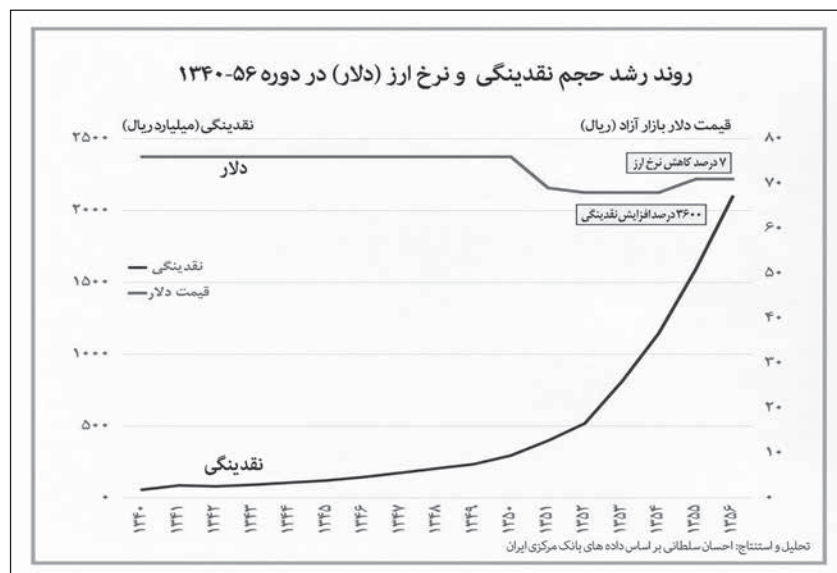
۱۲۵ تا ۳۵۲ درصد افزایش پیدا کرد، اما در پنج کشور نرخ تبدیل ارز ثابت ماند و فقط در یک کشور ۱۲ درصد بالا رفت. در ۵۰ سال اخیر حجم نقدینگی عربستان سعودی ۷۵۰ برابر (۲۵ برابر آمریکا) گردید، اما پول ملی این کشور ۱۷ درصد در برابر دلار آمریکا تقویت شد. در دوره های زمانی، اغلب کشورها دارای نرخ های رشد نقدینگی به مراتب بالاتر از نرخ افزایش ارز هستند. به عنوان مثال



تورم استفاده کرده‌اند. مالیات تورمی کم و بیش روند مالوف دولت‌ها و به خصوص در زمان کسری بودجه است. دولت‌ها از یک سو با استقراض از بانک‌ها یا بانک مرکزی پول بی‌پشتوانه به اقتصاد تزریق کرده‌اند و از سوی دیگر با افزایش نرخ ارز قیمت‌ها را بالا برده‌اند. در این چرخه باطل تقدم و تاخر خاصی بین دو عامل افزایش نرخ ارز و نقدینگی نمی‌توان قائل شد، زیرا در اصل هر دو در جهت تامین هزینه‌های رو به تزاید دولت‌ها و وابستگان آنها به کار گرفته می‌شود. اقدامات دولت‌ها در دو محور افزایش نرخ ارز یا تزریق پول بی‌پشتوانه، در عمل منجر به کاهش ارزش پول ملی و اخذ مالیات تورمی از طبقات پایین و متوسط شده است.

با وجود روند مستمر رشد نقدینگی تسهیلات‌دهی بانک‌ها، در دو دهه اخیر هر سال از سهم بخش‌های صنعتی و کشاورزی از تسهیلات بانکی کاسته شده است. روند مستمر خلق پول برای تامین مخارج رو به رشد دولت‌ها و فعالیت بخش‌های شبه‌دولتی و شبه خصوصی وابسته آنها، در عمل منجر به تشکیل یک اقتصاد ضعیف، غیرمردمی و نامولد گردیده است.

مولفه مهم و کلیدی اصلاح ساختاری اقتصاد ایران، احیای بخش خصوصی مولد و مقابله با فعالیت‌های اقتصادی پرفساد رانتی یا نامولد دولت‌ها و بخش‌های شبه‌دولتی یا شبه خصوصی وابسته به آنها است. افزایش دستوری و تصنعی نرخ ارز، چنان چه تا کنون تجربه شده و هم‌اکنون نیز ملاحظه می‌شود، در جهت تامین منافع کلان رانتی، با اخذ مالیات تورمی صورت می‌گیرد و منجر به تضعیف اقتصاد و بخش‌های مولد، ایجاد نقدینگی و نرخ‌های تورم بالا، فساد گسترده و افزایش فقر و نابرابری‌های اجتماعی می‌گردد.

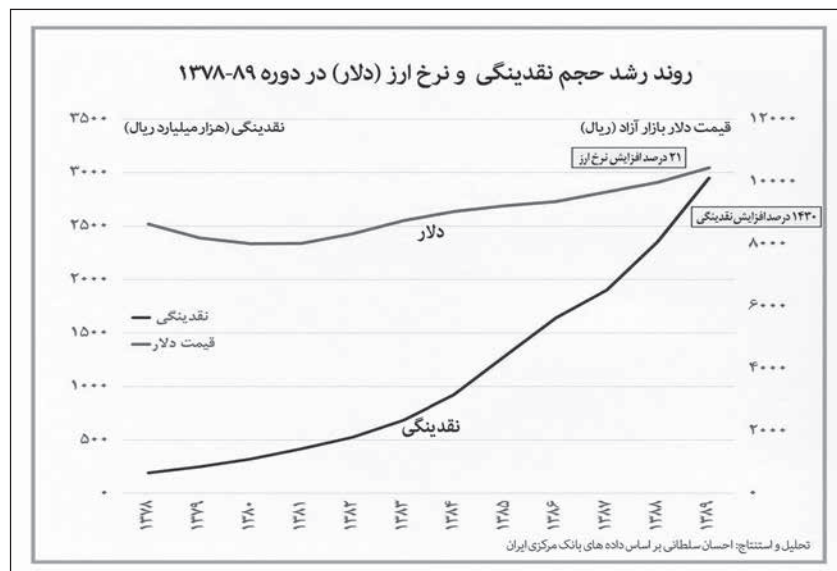


آن کاهش ارزش (قدرت خرید) ارزهای خارجی بود. در دوره‌های افزایش قیمت نفت، قیمت‌های کالاها و به خصوص کالاهای اساسی بالا می‌رود و تورم جهانی از طریق واردات به اقتصاد کشور منتقل می‌گردد.

در سه دهه اخیر دولت‌ها به انحاء گوناگون موجبات خلق نقدینگی را فراهم آورده‌اند و در همین حال از آن به عنوان مستمسکی برای توجیه افزایش نرخ ارز و

جمع بندی

در اقتصاد ایران که بر اساس صادرات ثروت‌های ملی (مواد خام و اولیه) و از سوی دیگر واردات مواد واسطه‌ای و کالاهای مصرفی کار می‌کند، نرخ برابری (قدرت) پول ملی در برابر ارزهای خارجی عامل اصلی تعیین‌کننده نرخ تورم می‌باشد. در دو دوره نیمه اول دهه ۵۰ و دهه ۸۰ شمسی که با وجود برابری نرخ ارز، نرخ تورم بالا بود، علت





گزارشی از نمایشگاه ایتما آسیایی سال ۲۰۱۸



علیرضا هاشمی

نمایشگاهی خالص نمایشگاه به این کشور اختصاص داشت. در بین دیگر غرفه‌داران آسیایی، ژاپن با در اختیار داشتن فضایی به وسعت ۳۵۰۰ مترمربع در جایگاه دوم و تایوان با فضایی در حدود ۲۵۰۰ مترمربع در جایگاه سوم قرار داشت. همچنین در بین غرفه‌داران اروپایی، کشور آلمان با فضایی نزدیک به ۶۴۰۰ مترمربع در رتبه نخست قرار داشت و بعد از آن، ایتالیا با در اختیار داشتن ۵۲۰۰ مترمربع و سوئیس با ۲۶۰۰ مترمربع در رده‌های بعدی قرار داشتند.

بر حسب اقلام مختلف محصول، بخش ریسندگی با تصاحب ۲۲ درصد از کل فضای

را به ثبت رساندند. حدود ۲۰ درصد از بازدیدکنندگان نمایشگاه از خارج چین آمده بودند. از بین مشارکت‌کنندگان برون‌مرزی، بازدیدکنندگان هندی در رده نخست قرار داشتند که این موضوع، رشد چشمگیر صنعت نساجی این کشور را منعکس می‌کند. بعد از هند، بازدیدکنندگان ژاپن، چین، تایوان، کره جنوبی و بنگلادش، در جایگاه بعدی از حیث تعداد قرار داشتند.

در بین غرفه‌داران و مشارکت‌کنندگان، کشور چین بیشترین تعداد را به خود اختصاص داده بود و بیش از ۶۸ هزار مترمربع از فضای

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، نمایشگاه ITMA Asia+CITME سال ۲۰۱۸ به عنوان نمایشگاه پیشرو قاره آسیا در زمینه ماشین‌آلات نساجی، بعد از ۵ روز نمایش هیجان‌انگیز محصولات و نیز برقراری ارتباطات گسترده بین کسب‌وکارها، با موفقیت به پایان رسید. ششمین دوره این نمایشگاه ترکیبی، روزهای ۱۵ تا ۱۹ اکتبر در مرکز همایش‌ها و نمایشگاه‌های شانگهای برگزار شد و بیش از ۱۰۰ هزار بازدیدکننده از ۱۱۶ کشور و منطقه جهان از آن بازدید کردند. بازدیدکنندگان داخلی این رویداد نیز در قیاس با سال ۲۰۱۶ افزایش ۱۰ درصدی



نتایج مثبت نمایشگاه امسال خوشحال هستیم.

رئیس CTMA نیز گفت: خیل عظیم بازدیدکنندگان از این نمایشگاه ترکیبی، مهر تاییدی بر شهرت و اعتبار ITMA Asia+CITME به عنوان موثرترین فضا برای صنعت ماشین‌آلات نساجی می‌باشد. ما همچنان باید بهترین اقدامات را برای ارائه بهترین تکنولوژی‌ها از شرق و غرب برای خریداران چینی و آسیایی انجام دهیم.

گفتنی است کل فضای نمایشگاهی ITMA Asia+CITME سال ۲۰۱۸ به صورت ناخالص ۱۸۰ هزار مترمربع و متشکل از ۷ سالن بوده است. مجموعاً ۱۷۳۳ غرفه‌گذار از ۲۸ کشور و منطقه جهان، جدیدترین محصولات خود در عرصه تکنولوژی و ماشین‌آلات نساجی را به نمایش گذاشتند که عمده آنها در زمینه اتوماسیون و تولید پایدار و همچنین تولید منسوجات فنی و مواد بی‌بافت متمرکز بودند. دوره بعدی نمایشگاه ITMA Asia+CITME در اکتبر ۲۰۲۰ در مرکز همایش و نمایشگاه ملی در شهر شانگهای برگزار خواهد شد.

در ادامه، به کم و کیف حضور شرکت‌ها و انجمن‌های معتبر ماشین‌آلات نساجی در سطح جهان، در نمایشگاه ایتما آسیایی سال ۲۰۱۸ می‌پردازیم:

Itma

شرکت ایتالیایی Itma بر این باور است که بافندگان تارپودی در سراسر جهان همیشه شایسته جدیدترین و پیشرفته‌ترین تکنولوژی‌های موجود در بازار هستند. این شرکت در نمایشگاه ITMA Asia امسال، جدیدترین راهکارها و تکنولوژی‌های خود را در زمینه بافندگی تارپودی به نمایشگاه گذاشت. نسل دوم ماشین بافندگی



ماشین‌آلات نساجی چین (CTMA) و شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی چین (CIEC) سازماندهی و برگزار شد. رئیس CEMATEX در ارتباط با این نمایشگاه گفت: استقبال مخاطبان از برگزاری این نمایشگاه ترکیبی بسیار چشمگیر بوده است. تعداد زیادی از خریداران باکیفیت در این رویداد حضور داشتند و غرفه‌داران نیز توانستند به بخش زیادی از اهداف کسب‌وکار خود دست پیدا کنند. ما بابت دستاوردها و

نمایشگاه، بزرگترین بخش بود. بعد از آن، بخش ماشین‌آلات تکمیل با ۲۰ درصد از فضای نمایشگاه، بخش بافندگی حلقوی با ۱۹ درصد از فضای نمایشگاه و بافندگی تارپودی با ۱۷ درصد از فضای نمایشگاه، بزرگترین بخش‌های نمایشگاه امسال بودند. نمایشگاه ITMA Asia+CITME توسط کمیته اروپایی تولیدکنندگان ماشین‌آلات نساجی (CEMATEX) و شرکای چین آن شامل شورای صنعت نساجی، انجمن





تاری پودی مخصوص پارچه جین با عنوان R95002denim مزیت‌های فوق‌العاده‌ای را برای بافندگان پارچه جین به ارمغان می‌آورد. صرفه‌جویی قابل توجه در هزینه‌ها، کیفیت عالی پارچه و ایجاد تجربه فوق‌العاده برای مصرف‌کنندگان، ویژگی‌های کلیدی این ماشین جدید محسوب می‌شوند. این ماشین باعث صرفه‌جویی در مصرف انرژی شده و با دستگاه تکامل‌یافته iSAVERTM که ضایعات لبه کار را از پارچه حذف می‌کند، مجهز شده است.

همچنین ماشین R90002 دیگر ماشینی است که صرفه‌جویی قابل توجه در مصرف انرژی ایجاد می‌کند. ارگونومی این ماشین، از طریق تسهیل دسترسی بافنده به بخش‌های مختلف دستگاه در جریان انجام عملیات روزانه، به شکل چشمگیری راحتی کاربر و اپراتور دستگاه را تضمین می‌کند.

ماشین R9500 مخصوص پارچه حوله‌ای نیز در زمینه بافت پارچه حوله‌ای رده بالا در سراسر جهان پیش‌تاز است. عملکرد پیوسته ماشین در مورد پارچه‌های تخصصی به خصوص پارچه‌های فنی و همچنین وجود دستگاه‌های اختصاصی برای هر کاربرد، R9500 را به یک ماشین کامل برای تولید طیف کاملی از منسوجات فنی از جمله برای ظریف‌ترین نخ‌های تک فیلامنت، نخ‌های چند فیلامنتی با استحکام بالا، و پارچه‌هایی با پود چندان، تبدیل کرده است. همچنین با توجه به کاهش قابل توجه استفاده از مواد اولیه و تولید ضایعات، ماشین مذکور یک رویکرد زیست‌سازگار در زمینه تولید پارچه ارائه می‌دهد.

گفتنی است Iteima بزرگترین شرکت خصوصی در زمینه ارائه تکنولوژی‌ها و راهکارهای پیشرفته بافندگی تاری پودی، شامل پیشرفته‌ترین ماشین‌آلات بافندگی تاری پودی، قطعات یدکی و دستگاه‌های

یکپارچه می‌باشد.

Picanol

شرکت Picanol نیز در نمایشگاه ITMA Asia+CITME امسال جدیدترین ماشین بافندگی رایپر با نام GTMax-I 3.0 را رونمایی کرد. در این ماشین، درایو پودگیر بازطراحی شده به همراه درایو شانه بسیار تقویت شده، همزمان به کار رفته‌اند و علاوه بر این، پلتفرم الکترونیکی پیشرفته با عنوان BlueBox به منظور دستیابی به سرعت تولید بالاتر، در ماشین تعبیه شده است. به‌روزرسانی ماشین مذکور با تمرکز بر ارگونومی و راحتی کاربران، انجام گرفته است.

شرکت پیکانول ۴ ماشین از این نوع را در نمایشگاه عرضه کرد. از بین آنها، ماشین GTMax-I 3.0 مخصوص بافت تاری پودی پارچه‌های جین، و ماشین دیگر مخصوص بافت پارچه پرده‌ای با طرح راه راه است. همچنین یک نوع از ماشین مذکور برای پارچه دکوراسیون با ژاکارد بوده و نوع دیگر در زمینه بافت لیبل می‌باشد.

ماشین‌های دیگری که در غرفه پیکانول به نمایش درآمد، دو ماشین OptiMax-I

۱۹۰ سانتی‌متری برای بافندگی تاری پودی الیاف پاراآرامید و نیز تولید پارچه پیراهنی بود. همینطور برای ماشین‌های ایرجت، دو ماشین اومنی پلاس یکی برای بافت پارچه‌هایی با وزن پایین و دیگری برای بافت پارچه ملافه‌ای به نمایش درآمد. در غرفه اشتوبلی نیز ماشین مخصوص بافت پارچه حوله‌ای ژاکارددار با نام TERRYplus Summum جهت بافت پارچه حوله‌ای با کیفیت بالا در معرض دید عموم قرار گرفت.

Rieter

شرکت ریتر مستقر در سوئیس، یکی از عرضه‌کنندگان پیشرو در زمینه سیستم‌های ریسندگی الیاف کوتاه است و همچنین تمام فرآیندهای مقدمات ریسندگی را پوشش می‌دهد. این شرکت در نمایشگاه ITMA Asia ۲۰۱۸ جدیدترین راهکارهای خود را در زمینه ریسندگی دیجیتال در سالن یک، به نمایش گذاشت. ریتر با راهکارهای جدید در زمینه ریسندگی دیجیتال، فصل جدیدی را در فرآیند دیجیتالی شدن کارخانجات ریسندگی گشوده است. پلتفرم جدید برای سیستم ریسندگی اپن‌اند در

فوق‌العاده در قالب تکنولوژی APEX3 امکان نمونه‌سازی مجازی را فراهم می‌کند تا از این طریق، تأییراتی که فرآیند نمونه‌سازی فیزیکی از نظر زمان و هزینه برای تولید پوشاک می‌گذارد، به حداقل برسد. با این روش جدید تولید، چرخه تولید آنقدر می‌تواند کوتاه شود که «تولید در لحظه بر اساس تقاضا» بدون محدود شدن در چرخه‌های فصلی، امکان‌پذیر گردد. این موضوع باعث می‌شود مرحله طراحی محصول گسترده‌تر شده و امکان آنالیز دقیق تقاضای مشتریان فراهم گردد.

علاوه بر این، نمونه‌های مجازی در سطح خرده‌فروشی و برای سنجیدن میزان پذیرش محصولات آینده توسط مشتریان می‌تواند به کار رود و به کمک داده‌های به دست آمده، تقاضای مشتریان پیش‌بینی شود. چنین بازخوردهایی برای تنظیم فرآیند تولید و بهینه‌سازی موجودی انبار به منظور جلوگیری از ایجاد موجودی فروش‌نرفته، قابل استفاده است. مجموعه موارد ذکر شده باعث خواهد شد ضمن حداکثر شدن سود شرکت‌ها، معضلاتی نظیر کمبود موجودی، موجودی فروش‌نرفته، از دست رفتن فرصت فروش، و از همه مهم‌تر ضایعات تولید، از طریق یک فرآیند تولید هوشمند، سریع و پایدار، به صفر برسد. تمامی این دستاوردها، در ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های جدید شرکت Shima Seiki که در نمایشگاه ITMA Asia امسال عرضه شده بود، تحقق پیدا کرده است.

VDMA

بیش از ۸۰ شرکت عضو انجمن ماشین‌آلات نساجی آلمان (VDMA)، تکنولوژی‌های جدید نساجی را در نمایشگاه ITMA Asia معرفی کردند. این شرکت‌ها تقریباً تمام انواع ماشین‌آلات نساجی را با تمرکز بر ریسندگی، منسوجات بی‌بافت، بافندگی تارپودی، بافندگی حلقوی، بافندگی حلقوی تار، و



بالای نخ وجود دارد. این ماشین‌ها با توجه به طیف نامحدود کاربردها و نیز طول کامل ماشین حتی برای تمامی نخ‌های ویژه، به مشتریان امکان می‌دهند که انعطاف‌پذیری بالایی در تولید داشته باشند.

Shima Seiki

شرکت Shima Seiki تولیدکننده پیشرو در زمینه ماشین‌آلات ترکیبافی تخت، جدیدترین تکنولوژی‌ها و نیز بلندپروازی‌های آینده خود را در سالن ۴ نمایشگاه عرضه کرد. ترکیب تکنولوژی بافندگی پیشگام شرکت با نام Wholegarment که امکان می‌دهد بلافاصله بعد از بافت پارچه، پوشاک به صورت کامل و بدون نیاز به اتصال یا دوخت در مرحله بعدی تولید شود، با سیستم طراحی SDS- ONE APEX3 3D انقلابی را در زنجیره تامین بخش بافندگی از نظر انعطاف‌پذیری در تولید و نیز پشتیبانی از روندهای جدید بازار به وجود می‌آورد که سیستم طراحی ذکر شده در نمایشگاه ITMA Asia امسال به نمایش درآمد. همچنین مفهوم «سیستم مد جامع» شرکت Shima Seiki و قابلیت شبیه‌سازی

نمایشگاه امسال عرضه شد ضمن اینکه سیستم‌های دیجیتال قبلی ریتیر شامل Uptime و SPIDERweb نیز در سیستم جدید ریسندگی دیجیتال گنجانده شده است. ریتیر همچنین ماشین‌های ریسندگی رینگ G 37 و G 38 و همچنین ماشین‌آلات ریسندگی کامپکت K 47 و K 48 را به نمایش گذاشت. ضمن اینکه ماشین‌های K 42 و G 32 همچنان در سبد محصولات ریتیر قرار دارند.

ماشین‌های ۸ سری ریتیر برای بازارهایی ایده‌آل هستند که دسترسی به نیروی کار ماهر محدود است و نیاز بالایی به انعطاف‌پذیری و کیفیت نخ وجود دارد. در تمامی این ۸ مدل، مشتریان از بالاترین درجه اتوماسیون، عملکرد بالا و انعطاف‌پذیری کامل برای تولید نخ‌های استاندارد و ویژه بهره خواهند برد. این مزیت‌های بر اساس سیستم انتقال الکترونیک، سیستم یکپارچه مانیتور دوک‌ها (ISM) و دستگاه یکپارچه نخ نیم‌تاب حاصل می‌شوند که تمامی آنها در نمایشگاه امسال به نمایش درآمدند.

ماشین‌های ۷ سری ریتیر برای بازارهایی طراحی شده که کمبود نیروی کار مسئله نیست ولی نیاز به انعطاف‌پذیری و کیفیت



تکمیل پوشش دادند. مجموع فضایی که توسط تولیدکنندگان ماشین‌آلات نساجی آلمان پر شده بود، بیش از ۷۰ هزار مترمربع بود که در قیاس با نمایشگاه سال ۲۰۱۶ تقریباً ۱۵ درصد افزایش نشان می‌داد.

«موفقیت در گرو انتخاب محصول اورجینال است»، شعاری بود که انجمن ماشین‌آلات نساجی آلمان برای حضور در نمایشگاه برگزیده بود. تکنولوژی اورجینال سنگ‌بنای نوآوری است. در جریان یک کنفرانس مطبوعاتی در حاشیه نمایشگاه، ۱۸ سخنران از اعضای مشهور VDMA نشان دادند که چگونه تکنولوژی اورجینال می‌تواند نقش مهمی در تلاش‌های چین و دیگر کشورهای آسیایی جهت افزایش کارایی منابع در صنعت نساجی داشته باشد و تکنولوژی اطلاعات و فرآیندهای تولید را به یکدیگر مرتبط نماید. سرفصل مطالبی که توسط شرکت‌ها ارائه شده عبارتند از: اتوماسیون، ارتقای عملکرد، کیفیت، راهکارهای توسعه پایدار (مواد اولیه، انرژی، صرفه‌جویی در آب)، صنایع نسل ۴ (در چین تولید هوشمند نامگذاری شده)، نرم افزار و ...

TMAS

تولیدکنندگان پیشرو ماشین‌آلات نساجی از انجمن ماشین‌آلات نساجی سوئد (TMAS) نیز در نمایشگاه ITMA Asia+CITME ۲۰۱۸ مشارکت کردند. تولیدکنندگان سوئدی سرمایه‌گذاری سنگینی در تحقیق و توسعه انجام می‌دهند چراکه نوآوری تکنولوژیکی اساسا در فرهنگ سازمانی شرکت‌های سوئدی نهاده شده است. در این نمایشگاه، آنها چگونگی استفاده از هوش مصنوعی و داده‌های مختلف را برای تولید سفارشی جهت برآورده کردن نیازهای واقعی مشتریان به نمایش گذاشتند.

شرکت IRO سوئد، طیف وسیعی از تجهیزات تغذیه نخ را به نمایش گذاشت

که برای تامین نیاز ماشین‌آلات پیشرفته و مدرن بافندگی تار پودی، طراحی و بهینه‌سازی شده‌اند. شرکت Eltex سیستم جدید مانیتورینگ تنش نخ بر روی صفحه نمایشگر موسوم به Eltex EyETM را معرفی کرد. این سیستم، تنش روی نخ در تمام موقعیت‌های واقعی را رصد کرده و کاربران قادرند فوراً هرگونه موقعیت اشتباه را تشخیص دهند. سیستم مذکور کمک زیادی به افزایش کیفیت چله نخ می‌کند و نتیجه

استفاده از آن، کاهش مشکلات نه تنها در مرحله چله‌پیچی بلکه در مرحله بعدی یعنی بافندگی تار پودی یا تافتینگ می‌باشد. شرکت Eton Systems ایده منحصر به فرد خود را در زمینه هندلینگ مواد اولیه به نمایش گذاشت که با هدف ارتقای راندمان، افزایش تولید و ردیابی کامل طراحی شده است. این ماشین‌ها یک سیستم دریافت اطلاعات در لحظه و ابزارهای ضروری برای ارتقای فرآیند تولید از طریق برنامه‌های



را تولید می‌کند و می‌تواند برای نیازهای مختلف بازطراحی شود. سیستم کنترل فرآیند این تکنولوژی برای عملیات آسان، تقریباً منحصربه‌فرد است.

Karl Mayer

حضور شرکت Karl Mayer در نمایشگاه ایتامی آسیایی ۲۰۱۸ عمدتاً به نمایش استراتژی دیجیتال این شرکت معطوف بود. رونمایی از برند دیجیتال اختصاصی شرکت موسوم به KM.ON و ارائه راهکارهای دیجیتالی مربوطه و نیز کارخانه دیجیتال Karl Mayer ایده‌هایی هستند که در پس طراحی این برند قرار دارند. این شرکت همچنین تکنولوژی‌های بافندگی حلقوی تارری خود را از لحاظ حفاظت از محیط زیست ارتقا داده بود. هم شرکت‌های بافندگی تارری پودی و هم شرکت‌های بافندگی حلقوی علاقمند به تکنولوژی TERRY.ECO شرکت کارل مایر شده بودند که برای تولید زیست‌سازگار کالاهایی با خاب حلقوی از جمله پارچه حوله‌ای به کار می‌رود. بافندگی حلقوی تارری در قیاس با بافندگی تارری پودی، مزیتی را برای تولید این نوع منسوجات دارد به این صورت که: فرآیندهای آهارزنی و آهارزدائی مقادیر زیادی منابع را مصرف کرده و سطح بالایی از فاضلاب و روان‌آب را ایجاد می‌کند که استفاده از ماشین‌های بافندی حلقوی تارری نظیر TM 4 TS-EL که مصرف انرژی کمی دارند، می‌تواند در این زمینه راهگشا باشد و جلوی این مشکلات را بگیرد. چشمگیرترین ماشین‌ها در بخش بافندی حلقوی تارری، ماشین‌های بافت تریکو با سه میله راهنما هستند که در این بخش، ماشین HKS 3-M,280 و TM3 به نمایش درآمد. شرکت Karl Mayer همچنان دو ماشین توربافی را در این رویداد در معرض دید عموم قرار داد که ماشین OJ 83/1 B باند توری ظریف را تولید می‌کند.



کاهش ریسک‌های مربوط به کیفیت می‌کند که در نمایشگاه عرضه شده بود. در این زمینه، امنیت اطلاعات، حداقل کردن اطلاعات، و شفافیت بسیار مهم هستند. این بدان معناست که داده‌های مورد استفاده در سایت کارخانجات باید تا جای ممکن دور از اپراتورها بوده و در صورت نیاز فقط به مرکز داده‌های مشتریان شرکت Oerlikon انتقال پیدا کند. همچنین روبات تمیزکننده با سیستم کنترل هوشمند برای تمیزکردن نخ‌ریس‌ها (اسپینترها) از دیگر مواردی بود که توسط این شرکت به نمایش گذاشته شد. مزیت مهم این روبات‌ها خودکار بودن است و سیستم کنترل هوشمند به ماشین و فرآیندها متصل می‌شود. سپس اطلاعات مربوط به تمام نقاط تمیز شده، چرخه‌ها و زمان‌ها در سیستم مدیریت دستگاه ذخیره می‌شود. شرکت Oerlikon همچنین برای اولین بار سیستم Staple FORCE S1100 را در نمایشگاه معرفی کرد. این سیستم در حقیقت یک کارخانه تک‌مرحله‌ای است که در یک فرآیند می‌ریسد، می‌کشد، چین می‌دهد، برش می‌دهد، و بسته‌بندی می‌کند و بیج‌های کوچک و حداکثر ۱۵ تن در روز

نرم‌افزاری قدرتمند را در خود دارد. همچنین شرکت ES Automate سیستم‌های خودکار با عملکرد بالا را معرفی کرده که درجه اطمینان بالایی دارد و به منظور برآورده کردن نیازهای خاص مشتریان طراحی شده است.

Oerlikon

شرکت Oerlikon فعال در حوزه الیاف مصنوعی، تکنولوژی دیجیتال خود را در نمایشگاه ITMA Asia+CITME در معرض دید عموم قرار داد. تکنولوژی‌هایی نظیر هوش مصنوعی، یادگیری ماشین، یا ارتباط نوآورانه انسان ماشین (HMI)، پل ارتباطی بین مواد اولیه و جریان اطلاعات برای استفاده مشتریان ایجاد می‌کند که این سرفصل‌ها، کانون توجه صحبت‌های نمایندگان Oerlikon در نمایشگاه بود. در نمایشگاه امسال، شرکت Oerlikon دید کلی در زمینه پیشرفت‌های جدید در حوزه دیجیتالی شدن زنجیره فرآیند «از مذاب تا نخ، الیاف و نان‌وون» ارائه کرد. راهکار دیجیتالی آینده موسوم به AIM4DTY کمک زیادی به شناسایی خطاهای احتمالی ناشی از ماشین‌های تکسچرینگ و متعاقباً

برنامه ترکیه برای ۵۰۰ میلیارد دلار صادرات نساجی

برای شاغلین در این صنعت ایجاد خواهد کرد.

نگاهی به بازار پارچه‌های جین

ترکیه به عنوان یکی از قطب‌های اصلی تولید پارچه جین در جهان شناخته می‌شود و صادرات پارچه جین، ۹ درصد از کل صادرات محصولات نساجی این کشور را تشکیل می‌دهد. همچنین بر اساس آمار موسسه آمار ترکیه، سهم این کشور از کل صادرات پارچه جین در جهان، حدود ۹ درصد می‌باشد. ارزش صادرات جین ترکیه در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ به ترتیب ۳۷۸،۳ میلیون دلار و ۳۹۳،۶ میلیون دلار اعلام شده است. البته در سال ۲۰۱۷ ارزش صادرات پارچه جین این کشور با کاهش ۶،۴ درصدی مواجه شده و رقم ۳۶۸،۵ میلیون دلار بوده است.

عمده صادرات پارچه‌های جین توسط ترکیه به مقصد آفریقای شمالی، اروپا و شرق دور انجام می‌گیرد. کشورهای تونس، مصر، ایتالیا، مراکش و بنگلادش ۵ بازار اصلی برای پارچه جین ساخت ترکیه هستند. در سال ۲۰۱۷، ترکیه ۵۲ میلیون دلار پارچه جین به تونس صادر کرده است. در همین سال، ارزش صادرات جین به مصر ۴۷،۴ میلیون دلار بوده است. همچنین میزان صادرات به ایتالیا به عنوان سومین بازار بزرگ برای پارچه جین ترکیه، رقم ۴۰ میلیون دلار اعلام شده است. این سه کشور مجموعاً حدود ۳۸ درصد از کل صادرات پارچه جین توسط ترکیه را به خود اختصاص می‌دهند.



قادر به تولید آنهاست و نیز افزایش کیفیت عمومی تمام کالاهای نساجی ساخت ترکیه، می‌باشد. دولت این کشور مشوق‌های اقتصادی متعددی در قالب کمک بلاعوض و یارانه، به منظور تشویق شرکت‌های نساجی به انجام فعالیت‌های تحقیق و توسعه، در نظر گرفته؛ با این هدف که سهم هزینه‌های تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی این کشور، از ۱،۸ درصد در سال ۲۰۱۸ به ۳ درصد تا سال ۲۰۲۳ افزایش پیدا کند.

دولت ترکیه همچنین قصد دارد تعداد مشاغل غیررسمی را در صنعت نساجی و پوشاک کاهش دهد. این هدف از طریق تمرکز بر کارکنان زن در صنعت پوشاک که عمدتاً به شکل پیمانی یا خارج از خانه کار می‌کنند، محقق خواهد شد (تولید پوشاک در خانه جزو مشاغل رسمی در ترکیه است). همچنین چارچوبی برای افزایش تعداد موقعیت‌های شغلی نیمه‌وقت و کارآموزان در نظر گرفته شده که انعطاف‌پذیری بالاتری را

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، ترکیه به دنبال آن است که ارزش صادرات نساجی خود را تا سال ۲۰۲۳ به رقم ۵۰۰ میلیارد دلار برساند. در راستای تحقق این هدف، ترکیه به دنبال برخی سرمایه‌گذاری‌ها و اصلاحات در بخش نساجی است. دولت این کشور قصد دارد ۱۳ هزار کیلومتر جاده و همچنین ۱۲ هزار کیلومتر خطوط ریلی جدید را جهت تسهیل در فرآیند حمل و نقل، به شبکه خود اضافه کند. ترکیه همچنین به دنبال آن است که تعداد مراکز لجستیکی خود را از ۸ به ۲۱ مرکز تا سال ۲۰۲۳ افزایش دهد. این اقدام کمک می‌کند که نرخ صادرات کالاهای نساجی به مقصد اتحادیه اروپا به حداکثر رسیده و در عین حال، هزینه‌های بالای نیروی کار تعدیل شود.

از جمله برنامه‌های دیگر ترکیه برای ارتقای ارزش صادرات نساجی، افزایش میزان مواد اولیه تخصصی که این کشور

چشم انداز بازار مواد شیمیایی نساجی

بازار ۲۷ میلیارد دلاری

صنایع نساجی، و توسعه صنایع بسته‌بندی، می‌باشند که همگی مستلزم استفاده از مقادیر بسیار زیادی مواد شیمیایی نساجی هستند. موسسه Grand View Research شرکت مشاوره و تحقیقات بازار مستقر در آمریکا، پیش‌بینی کرده که بازار مواد شیمیایی نساجی ساخت آمریکا با نرخ رشد سالانه ۳,۸ درصد بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۵ مواجه خواهد بود و ارزش خالص آن به ۹۳۰,۱ میلیون دلار تا سال ۲۰۲۵ خواهد رسید.

باید توجه داشت قیمت پایین پوشاک به اصلاح فست فشن نیز میزان مصرف مواد شیمیایی مرتبط با نساجی را افزایش داده است. از آنجایی که تولیدکنندگان پوشاک همواره برای کاهش هزینه‌های خود تحت فشار قرار دارند، آنها معمولاً مواد شیمیایی ارزان را در پارچه‌های خود استفاده می‌کنند که این موضوع، نگرانی‌ها در مورد سلامت انسان‌ها و محیط زیست را افزایش می‌دهد. به منظور جلوگیری از این نگرانی‌ها، ضروری است خرده‌فروشان استفاده از مواد شیمیایی گران‌قیمت‌تر با حداقل مواد سمی را در زنجیره تامین، ترویج کرده و گسترش دهند.

صنعت مبلمان منزل، محرک رشد بازار

بررسی موسسه Grand View Research همچنین تاکید می‌کند که صنعت مبلمان منزل، بازار مصرف مواد شیمیایی نساجی را در سال‌های ۲۰۱۵، ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ تحت سیطره خود قرار داده است. مواد شیمیایی مورد استفاده در بخش پوشش‌دهی و آهارزنی، با سهمی به ارزش ۶۳۵۳,۵ میلیون دلار، پرمصرف‌ترین اقلام در این حوزه محسوب می‌شود که در سال ۲۰۱۵ بیش از ۳۰ درصد از کل تقاضای جهانی را به خود اختصاص داده است. بخش چاپ نیز از جمله بخش‌های نوظهور



گروه مترجمین مجله: آنطور که موسسه Business Wire گزارش کرده، پیش‌بینی می‌شود ارزش بازار جهانی مواد شیمیایی نساجی، از رقم ۲۱,۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ به رقم ۲۷,۵۶ میلیارد دلار تا سال ۲۰۲۲ افزایش پیدا کند. انتظار می‌رود این بازار نرخ رشد سالانه ۳,۴ درصد را در دوره مورد بررسی تجربه کند. همگام با افزایش تمرکز طراحان برای تصاحب سهم بیشتر از بازار، طرح‌های مورد استفاده در منسوجات نیز پیچیده‌تر و متنوع‌تر شده که اجرای آنها، به فرآیندهای بیشتری نیاز دارد. در نتیجه، مواد شیمیایی مورد استفاده و سایر تجهیزات عملیاتی نیز افزایش پیدا خواهد کرد. داده‌های موسسه تحقیقات بازار Allied نشان می‌دهد عوامل و فاکتورهای متعددی در رشد بازار مواد شیمیایی نساجی دخیل هستند. این عوامل شامل: توسعه صنعت پوشاک، افزایش تقاضای مصرف‌کنندگان برای منسوجات و پوشاک نوآورانه و طرح‌دار، تکامل مواد شیمیایی دوستدار محیط زیست برای



محدودیت‌ها

گفتنی است در کنار روند رو به رشد بازار مواد شیمیایی نساجی، محدودیت‌های اصلی در این بازار شامل تأثیرات منفی مواد شیمیایی بر محیط زیست و نیز مقررات زیست‌محیطی سختگیرانه کشورها می‌باشد. با این حال، نوآوری‌های اخیر که ایده‌های نوآورانه در زمینه پارچه‌های ضد میکروبی، لوکس و ضد لک را وارد حوزه نساجی کرده، می‌تواند دامنه استفاده از مواد شیمیایی را در صنعت نساجی گسترده‌تر نماید. انتظار می‌رود ظهور تکنولوژی‌هایی نظیر «منسوجات استریلیزه» زمینه‌های بیشتری را برای رقابت در بازار طی سال‌های آینده به وجود آورد.

لازم به ذکر است اتحادیه اروپا از ژانویه ۲۰۰۸ مقرراتی موسوم به «دستورالعمل یکپارچه کنترل و جلوگیری از آلودگی (IPPC)» را به اجرا گذاشته و در کنار آن، مقرراتی را در زمینه ثبت، ارزیابی، مجوزدهی و اعمال محدودیت برای مواد شیمیایی مختلف را اعمال می‌کند. طرح‌های ابتکاری نظیر REACH تقاضا برای مواد شیمیایی نساجی در اروپا را به شدت کاهش داده است. همچنین کشورهای نظیر هلند و آلمان استفاده از برخی مواد شیمیایی نساجی که محیط زیست و سلامت انسان‌ها را به مخاطره می‌اندازد، ممنوع کرده‌اند.

برای مصرف مواد شیمیایی است و محبوبیت پارچه‌های چاپی رو به افزایش است.

فعالان و بازیگران کلیدی در بازار مواد شیمیایی نساجی عبارتند از:

Covestro AG, Lonsen Inc., Archroma, BASF, Dow Chemical Company, Bayer AG, Huntsman International LLC and Sumitomo Chemicals.

البته علاوه بر این شرکت‌ها، تعداد زیادی از شرکت‌های دیگر نیز در این بازار مشغول به فعالیت هستند.

آسیا، کانون رشد بازار

بر اساس این گزارش، انتظار می‌رود منطقه آسیا اقیانوسیه سری‌ترین رشد را در زمینه استفاده از مواد شیمیایی نساجی داشته باشد. در سال ۲۰۱۷، بازار این منطقه سهم ۶۳٫۳۵ درصدی از بازار جهانی مواد شیمیایی نساجی از لحاظ میزان مصرف، به خود اختصاص داده است. گزارش موسسه Transparency Market Research نیز نشان می‌دهد کشورهای چین و هند مجموعاً بیش از ۷۰ درصد این بازار در منطقه آسیا را در اختیار دارند. همچنین بنگلادش حدود ۸۰۰ میلیون دلار انواع رنگ و مواد شیمیایی نساجی را در هر سال مصرف می‌کند.

موسسه مکنزی برای سال ۲۰۲۵ پیش‌بینی کرد اروپا و آمریکا واردات پوشاک از آسیا را کاهش می‌دهند

کشورهای همجوار نظیر مکزیک (برای آمریکا) و ترکیه (برای اروپا) به جای چین، بنگلادش و ویتنام، تولید نمایند. به این ترتیب، برندها قادر خواهند بود که پوشاک مورد نظرشان را در مدت زمان کمتری، وارد عرصه خرده‌فروشی و شبکه توزیع نمایند. به خصوص که با توجه به تغییرات روزانه عرصه مد، خریداران و مصرف‌کنندگان مایل هستند پوشاک مورد نیازشان را در زمان کمتر و با هزینه کمتر دریافت کنند.

بر اساس گزارش مکنزی، برای تولید یک جفت شلوار جین در چین و صادرات آن به ایالات متحد آمریکا، ۱۲,۰۴ دلار هزینه لازم است. این هزینه برای تولید در مکزیک و صادرات به آمریکا، ۱۰,۵۷ دلار است. همچنین تولید یک جفت شلوار جین در چین و صادرات آن به اروپا ۱۲,۴۶ دلار هزینه دارد در حالی که تولید آن در ترکیه و صادرات به اروپا ۱۲,۰۸ دلار هزینه خواهد داشت. بنابراین هزینه تولید پوشاک در ترکیه یا مکزیک در قیاس با چین کمتر است. در کنار این موضوع، ۳۰ روز طول می‌کشد تا کالا از چین به مقصد ایالات متحد حمل شود در حالی که مدت زمان ارسال کالا از مکزیک به آمریکا ۲ روز و از ترکیه به آلمان بین ۳ تا ۶ روز است. البته هزینه‌های تولید در بنگلادش به مراتب کمتر از چین است و لذا بنگلادش از این حیث در موقعیت بهتری قرار دارد.

نزدیک و حرکت به سمت اتوماسیون. هر دو این مولفه‌ها باید مورد توجه قرار گرفته و به طریق پایدار پیگیری شوند. برندها و خرده‌فروشان پوشاک در اروپا و ایالات متحد آمریکا در آینده نزدیک قادر نخواهند بود که کسب‌وکارشان را به روش‌های مرسوم انجام دهند و انتظار رونق و پیشرفت نیز داشته باشند.

برندهای خارجی ناگزیر به اجرای برنامه‌های جدید هستند چراکه هزینه تولید در کشورهای آسیایی به دلیل افزایش دستمزدها در این کشورها بالا خواهد رفت. برندها و خریداران در اروپا و آمریکا در آینده باید پوشاک خود را در

گروه مترجمین مجله: بر اساس گزارشی که موسسه مکنزی به تازگی منتشر کرده، طی ۱۰ سال آینده برندها و خریداران عمده در منطقه اروپا و آمریکا، احتمالاً واردات پوشاک آماده از کشورهایی نظیر چین، بنگلادش و ویتنام را کاهش خواهند داد. یافته‌های این گزارش بعد از نظرسنجی از ۱۸۰ برند، خریدار و مدیر اجرایی به دست آمده است.

این گزارش تاکید می‌کند که شرکت‌های پوشاک موفق در آینده، شرکت‌هایی هستند که ارتقای زنجیره ارزش پوشاک را در دو جبهه دنبال کنند: تامین منابع از جغرافیای



دفتر توسعه سرمایه گذاری مالزی اعلام کرد افزایش سرمایه گذاری در صنعت پوشاک مالزی



اساس آمارهای دولتی، ۳,۶۷ میلیارد دلار درآمد برای این کشور به همراه داشته است. دفتر توسعه سرمایه گذاری مالزی به صنعت پوشاک مالزی جهت انطباق با اتوماسیون و استفاده از الگوها و تکنولوژی های تولید هوشمند در فرآیندهای تولید، کمک می کند. این دفتر کنفرانس مد و طراحی ۲۰۱۸ را در سپتامبر امسال در مالزی برگزار کرده و تلاش کرده از طریق گردهم آوردن پژوهشگران، طراحان، تولیدکنندگان مواد اولیه و ...، صنعت مد و پوشاک مالزی را به سطوح جدیدی از توسعه برساند.

علاوه بر این، جنگ تجاری بین آمریکا و چین، مزیت هایی را برای کشورهای تولیدکننده پوشاک در منطقه جنوب شرقی آسیا از جمله مالزی به همراه داشته است. با توجه به اینکه تولیدکنندگان نساجی و پوشاک چینی، به دلیل افزایش هزینه ها و شاید پرهیز از مواجهه با تعرفه های آمریکا، به دنبال انتقال خطوط تولید خود هستند، کشورهای منطقه آسه آن از جمله مالزی جزو مقاصد اولویت دار در این زمینه محسوب می شوند.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، در پی عملکرد چشمگیر بخش نساجی و پوشاک مالزی در سال ۲۰۱۷، سرمایه گذاری مستقیم خارجی در این بخش در سال جاری میلادی افزایش داشته است. بر اساس اعلام رسمی دفتر توسعه سرمایه گذاری مالزی (MIDA)، در فاصله ژانویه تا ژوئن ۲۰۱۸ مجموعاً ۵۸,۷۳ میلیون دلار سرمایه گذاری در بخش نساجی و پوشاک این کشور انجام گرفته که از این میزان، ۲۶,۸۷ میلیون دلار مربوط به سرمایه گذاری مستقیم خارجی بوده است. بر اساس این گزارش، در سال گذشته میلادی مجموعاً ۱۰۲ میلیون دلار سرمایه گذاری در قالب ۱۲ پروژه، در بخش نساجی و پوشاک مالزی انجام گرفته که از این میزان، ۷۷,۳۵ میلیون دلار یعنی ۷۵,۲ درصد، توسط سرمایه گذاران خارجی تزریق شده است. تمامی این پروژه ها روی هم رفته ۱۸۵۰ فرصت شغلی از جمله برای مهندسان، مسئولان کنترل کیفیت، و تکنسین های با مهارت بالا، ایجاد کرده است.

دفتر توسعه سرمایه گذاری مالزی بر مبنای عملکرد خوب نیمه اول امسال پیش بینی می کند که سرمایه گذاری ها در بخش نساجی و پوشاک، در کل سال ۲۰۱۸ ادامه پیدا خواهد کرد. بانک توسعه آسیایی نیز افزایش سرمایه گذاری مستقیم خارجی در مالزی در طول سال ۲۰۱۸ را مثبت ارزیابی کرده است. واقعیت این است که برخی سرمایه گذاری ها که در حوزه تکنولوژی دیجیتال انجام گرفته، خوش بینی ها را افزایش داده و افق های جدیدی را برای صنعت نساجی و پوشاک مالزی ایجاد کرده است. همین موضوع نیز فعالان این بخش را ترغیب کرده که به دنبال بازارهای بکر و کشف نشده رفته و نیز حرکت به سمت اهداف بلندپروازانه در حوزه تولید را در دستور کار قرار دهند.

در سال ۲۰۱۷ بخش نساجی و پوشاک روی هم رفته، جایگاه یازدهم را در صادرات کالاهای تولیدی مالزی داشته و بر

شستشوی لباس‌ها میکروالیاف آزاد می‌کند

آلودگی منابع آبی در سراسر جهان بازی می‌کند. این صنعت همچنین به شدت انرژی‌محور است و ۱,۲ میلیون تن گاز دی‌اکسید کربن یعنی بیش از مجموع انتشار ناشی از پروازهای بین‌المللی و حمل و نقل دریایی، منتشر می‌کند. بر اساس گزارش موسسه مکنزی که اوایل امسال منتشر شده، پیش‌بینی می‌شود رشد سالانه تقاضای جهانی برای پوشاک از ۱,۵ درصد در سال ۲۰۱۶ به ۳,۵ تا ۴,۵ درصد تا پایان سال ۲۰۱۸ برسد و احتمالاً در سال‌های آینده نیز ادامه پیدا خواهد کرد.

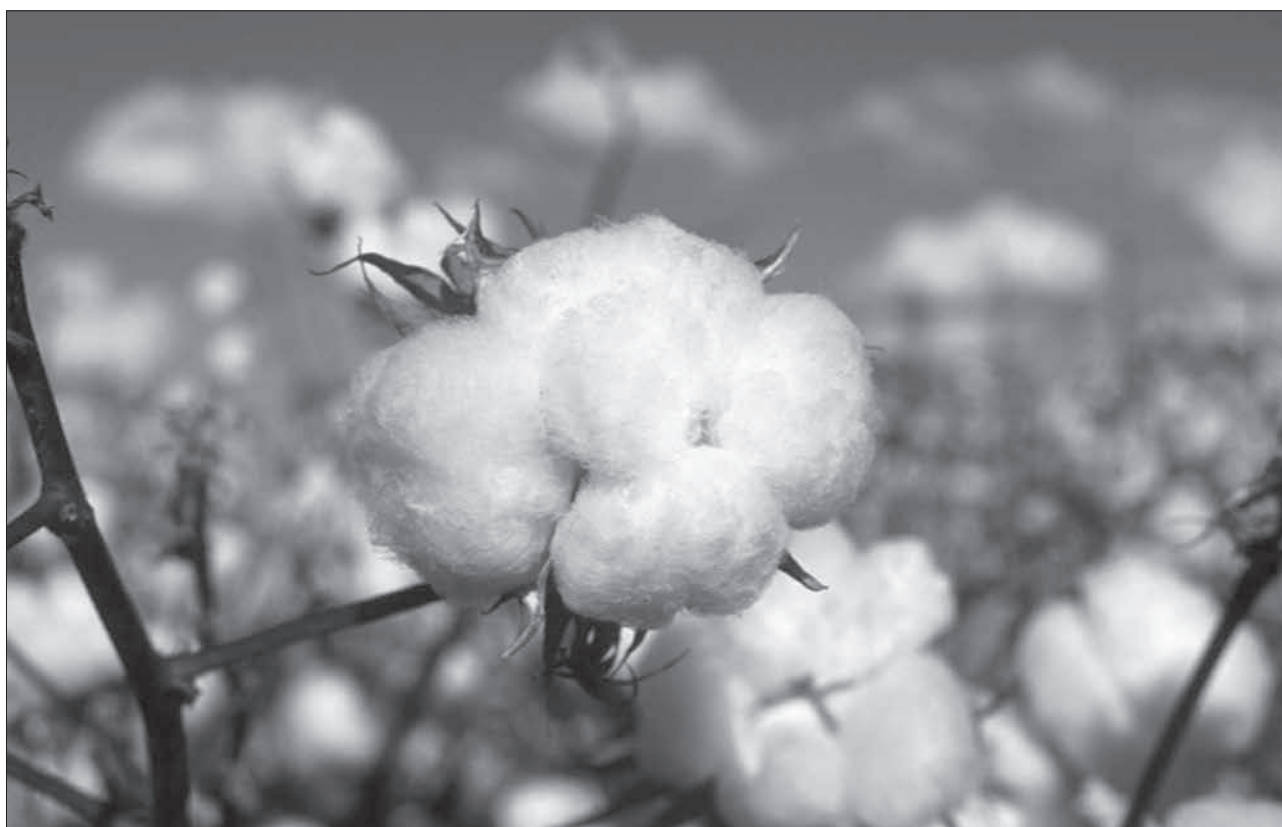
در این زمینه باید اقدامات فوری برای مقابله با تولید پسماندها و ضایعات در چرخه عمر تک‌تک اقلام پوشاک انجام گیرد. این اقدامات شامل اصلاح فرآیندهای آب‌محور در جریان پروسه تولید نظیر حذف رنگ‌های اضافی و مقابله با دور ریختن پوشاک در پایان چرخه عمر آن، می‌باشد. در حال حاضر، سه‌پنجم یا ۶۰ درصد از کل پوشاک تولیدی، تنها یک سال بعد از تولید روانه مراکز دفن زباله شده یا سوزانده می‌شود.

لازم به ذکر است که صنعت پوشاک یکی از چندین و چند صنعتی است که از طریق انتشار آلودگی در هوا و آب و تولید حجم زیادی از ضایعات که در نهایت دفن شده یا سوزانده می‌شود، اثر سه‌گانه بر محیط زیست می‌گذارد.

بر اساس گزارشی که به تازگی منتشر شده، بیش از یک‌سوم از تمام میکروپلاستیک‌هایی که در اقیانوس‌ها منتشر می‌شوند، مربوط به منسوجات مصنوعی استفاده‌شده در صنعت مد و پوشاک است. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، هر بار که یک قلم لباس شسته می‌شود، بالغ بر ۷۰۰ هزار الیاف میکروپلاستیک وارد اقیانوس‌ها می‌شوند که این ذرات توسط آبزیان بلعیده شده، وارد زنجیره غذایی می‌گردد و احتمالاً در بشقاب‌های شام خانواده‌ها قرار می‌گیرد.

در این زمینه نحوه نگهداری بعدی از پوشاک نقش مهمی در آلودگی‌های پلاستیکی و کربنی ایفا می‌کند. راه برون‌رفت از این معضل آن است افراد لباس‌های خود را در دماهای کمتری بشویند، از کیسه‌های لباسشویی شبکه‌ای (مش‌دار) برای گیر انداختن نخ‌های آزاد شده استفاده کنند، از خشک‌کن‌های ضربه‌ای کمتر استفاده نمایند و یا فیلترهایی را در ورودی لوله فاضلاب ماشین لباسشویی نصب کنند. تحقیقات انجام‌شده توسط اتحادیه بین‌المللی حفاظت از طبیعت (IUCN) در گزارشی اشاره می‌کند که طبق محاسبات، ۳۴,۸ درصد از کل میکروپلاستیک‌های منتشرشده در اقیانوس‌ها ناشی از خشکشویی منسوجات سینتتیک و مصنوعی است. صنعت مد به شدت وابسته به آب است و نقش قابل‌ملاحظه‌ای در





گزارش ماهانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (اول نوامبر ۲۰۱۸)

پیش‌بینی رکورد ۲۷,۵ میلیون تن برای مصرف جهانی

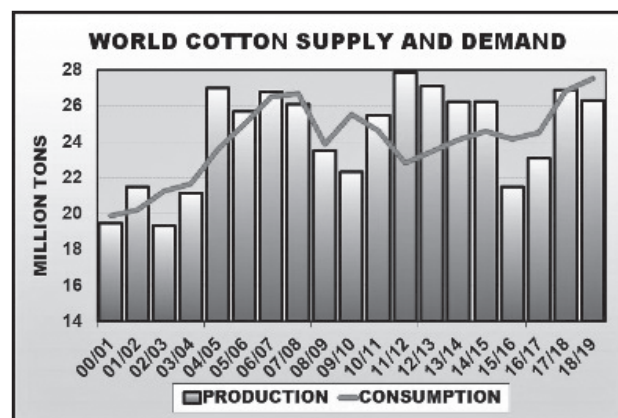
فصل زراعی جاری رقم ۶,۰۵ میلیون تن خواهد بود که ۵ درصد نسبت به فصل زراعی گذشته کمتر است. با این حال، هند همچنان به عنوان بزرگترین تولیدکننده پنبه در جهان با سهم ۲۳ درصد از کل تولید جهانی، مطرح خواهد بود. در مورد چین، انتظار می‌رود تولید پنبه این کشور رقم ۵,۸ میلیون تن باشد که ۲ درصد نسبت به فصل زراعی گذشته کمتر خواهد بود. در مورد ایالات متحد آمریکا نیز میزان تولید پنبه در فصل زراعی جاری رقم ۴,۳ میلیون تن پیش‌بینی می‌شود که در قیاس با فصل زراعی گذشته ۶ درصد کاهش نشان می‌دهد. البته شرایط نامطلوب آب‌وهوایی اخیر در ایالت

گروه مترجمین مجله: در شرایطی که تولید جهانی پنبه در فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ تحت تاثیر افزایش قیمت‌ها و متعاقبا افزایش سطح زیرکشت، با افزایش مواجه شد، کمیته مشورتی جهانی پنبه (ICAC)، رشد بیشتر تولید جهانی در فصل زراعی ۲۰۱۸-۱۹ را متصور نیست چراکه انتظار می‌رود سطح زیر کشت در این فصل زراعی کاهش پیدا کند. پیش‌بینی می‌شود سه تولیدکننده اصلی پنبه در جهان یعنی هند، چین و ایالات متحد آمریکا با کاهش تولید در فصل زراعی ۲۰۱۸-۱۹ مواجه باشند. بر اساس جدیدترین پیش‌بینی ICAC، تولید پنبه هند در

جدیدترین پیش‌بینی کمیته مشورتی جهانی پنبه، از ثبت رکورد ۲۷,۵ میلیون تن، برای مصرف جهانی پنبه حکایت می‌کند که این رقم در قیاس با فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ افزایش ۳ درصدی نشان می‌دهد. در فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ نیز میزان مصرف جهانی پنبه افزایش ۹ درصدی را نسبت به فصل زراعی ماقبل ثبت کرده بود.

بر مبنای برآوردهای فعلی در مورد عرضه و تقاضا، موجودی جهانی پنبه تا تاریخ ۳۱ جولای ۲۰۱۹ به ۱۷,۷ میلیون تن کاهش پیدا خواهد کرد که ۶ درصد در مقایسه با مدت مشابه سال قبل کمتر است. این کاهش ۶ درصدی، موجودی جهانی پنبه را به رقمی در سطح ۷ سال قبل خواهد رساند. نگاهی به آمار گذشته نشان می‌دهد موجودی پایان دوره پنبه در جهان از ۲۳ میلیون تن در فصل زراعی ۲۰۱۴-۱۵ به ۱۸,۹ میلیون تن در پایان فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ کاهش پیدا کرده که مبین افت ۲۲ درصدی در این بازه زمانی است.

با وجود اینکه موجودی پنبه چین به رقم تقریبی ۸,۲ میلیون تن تا ۳۱ جولای امسال کاهش پیدا کرده است (کمترین میزان از فصل زراعی ۲۰۱۱-۱۲)، اما میزان موجودی پنبه در خارج از چین برای سومین فصل زراعی متوالی با افزایش همراه بوده و از رقم ۱۰ میلیون تن تا تاریخ ۳۱ جولای ۲۰۱۸ عبور کرده است. این میزان ذخایر پنبه در خارج از چین، از نظر تاریخی بی‌سابقه است.



جورجیا (دومین منطقه بزرگ تولید پنبه در آمریکا بعد از تگزاس) در این پیش‌بینی لحاظ نشده است.

در غرب آفریقا، افزایش سطح کشت، افزایش حمایت و سرمایه‌گذاری دولت احتمالاً منجر به تقویت تولید پنبه در این منطقه شده و میزان تولید را به رکورد ۱,۳ میلیون تن در فصل زراعی ۲۰۱۸-۱۹ خواهد رساند. در مورد استرالیا، پیش‌بینی می‌شود میزان تولید پنبه در فصل زراعی جاری در قیاس با فصل زراعی گذشته ۴۴ درصد کاهش پیدا کند که این موضوع از دسترسی محدود به منابع آبی در این کشور نشئت می‌گیرد. در مقابل، انتظار می‌رود در کشور برزیل میزان تولید پنبه به دلیل افزایش سطح زیر کشت، افزایش پیدا کند و به رکورد چشمگیر ۲,۳ میلیون تن بالغ گردد.

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

۲۰۱۸-۱۹		۲۰۱۷-۱۸		۲۰۱۶-۱۷		دوره
تغییرات ماهانه	میزان	تغییرات ماهانه	میزان	تغییرات ماهانه	میزان	شرح
۰,۳۶	۲۶,۳۱	-۰,۰۲	۲۶,۸۹	۰,۰۰	۲۳,۰۸	تولید
۰,۰۰	۲۷,۵۳	-۰,۱۰	۲۶,۸۱	-۰,۰۲	۲۴,۵۰	مصرف
-۰,۱۵	۹,۷۸	-۰,۰۳	۹,۰۰	۰,۰۰	۸,۰۹	واردات
-۰,۱۵	۹,۷۸	-۰,۰۳	۹,۰۰	۰,۰۰	۸,۱۸	صادرات
۰,۵۲	۱۷,۶۷	۰,۰۹	۱۸,۸۹	۰,۰۱	۱۸,۸۱	موجودی آخر دوره
۸۹		۸۸		۸۳		شاخص Cotlook A (سنت/پوند)

نیم‌نگاهی بر کشت و صنعت پنبه در ایران



پنبه از نمونه محصولات بسیار مهم و حائز اهمیت در صنعت نساجی و تولید پوشاک و البسه در جهان به شمار می‌رود؛ حوزه‌ای که کشور ایران به عنوان یکی از عرصه‌های قابل توجه تولید این محصول، از سابقه و عقبه‌ای دیرین برخوردار است. تولید و کشت پنبه همواره از فعالیت‌های بسیار مهم در جهان به شمار می‌رفته و در حال حاضر با توجه به اهمیت این محصول استراتژیک در تولید پوشاک و البسه، نقش تعیین‌کننده آن در توسعه صنعت نساجی غیرقابل انکار است.

تولید پنبه را می‌توان نقطه اتصال دو حوزه زراعت و صنعت نساجی نام نهاد و با این اوصاف، پیشرفت و رونق در حوزه اشاره شده باعث رشد و شکوفایی عرصه زراعتی کشت این محصول از یکسو و توسعه صنعت نساجی و تولید پنبه از دیگر سو خواهد شد. بنابر مطالعات انجام شده، پنبه به واسطه نوع الیاف و ظرافت آن به انواع و اقسام مختلفی تقسیم‌بندی می‌شود و هرچه طول الیاف این محصول بیشتر باشد به همان میزان بر ظرافت و کیفیت آن افزوده خواهد شد.

اساساً یکی از شاخصه‌ها و مولفه‌های تعیین‌کننده در کیفیت یک لباس، را می‌توان در نوع و درصد پنبه به کاررفته در آن جستجو کرد. علیرغم اهمیت این محصول، متأسفانه در طی چهار دهه اخیر، میزان تولید پنبه در کشور با کاهش و تنزل همراه بوده است. مجدم جعفر شهلائی‌نژاد، عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در گفتگویی

در این عرصه را از دیگر مشکلات و چالش‌های پیش روی این فعالیت تولیدی عنوان می‌کند. در حال حاضر، در برخی از کشورهای اروپایی، استفاده از لباس‌هایی با نخ پنبه برای برخی گروه‌های سنی، نه تنها توصیه و پیشنهاد می‌شود بلکه امری اجباری و ضروری محسوب می‌شود. چنین اهمیت و ضرورتی، موید نقش تعیین‌کننده این محصول در حفظ سلامت جامعه (به خصوص برای برخی از گروه‌های سنی) است.

(اساساً یکی از دلایل بالا بودن قیمت پوشاک بچگانه و البسه نوزاد، به میزان خلوص پنبه و نوع کیفیت به کار گرفته شده این محصول در تولید آن معطوف می‌شود که البته ظرافت دوخت و برخی از مولفه‌های دیگر در افزایش خیره‌کننده و

رادیویی (در قالب برنامه‌ای تحت عنوان کالای ایرانی) در این خصوص اظهار کرد: تولید پنبه در کشور اندک است و این در شرایطی است که نزدیک به ۴۵ سال پیش، میزان تولید پنبه در کشور به ۲۵۰ هزار تن رسیده بود و پس از آن (و در طی دهه‌های اخیر) این حجم از تولید به تدریج با کاهش همراه شده است. وی در تشریح و واکاوی عوامل موثر در کاهش تولید پنبه در ایران می‌گوید: عدم تشویق و ترغیب کشاورزان یکی از دلایل مهم در تنزل میزان کشت و تولید پنبه به شمار می‌رود و این در شرایطی است که در برخی از کشورهای توسعه‌یافته همچون آمریکا، اسپانیا و غیره از پنبه به عنوان محصولی استراتژیک یاد می‌شود. شهلائی‌نژاد، کوچک بودن مساحت اراضی کشت پنبه و وجود برخی مافیاهای

بالا بودن قیمت چنین لباس‌هایی موثر است که با توجه به موضوعیت گزارش، طرح آن در این مجال، ضروری به نظر نمی‌رسد) عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران ضمن تاکید بر موضوع فوق (نقش پنبه در سلامت عمومی جامعه) اظهار کرد: میزان تولید پنبه در کشور حدود ۳۵ هزار تن برآورد می‌شود و به واقع از این محصول می‌توان تحت عنوان طلای سفید یاد کرد.

پیش‌بینی ۱۰۰ هزار هکتار اراضی زیر کشت پنبه تا پایان برنامه ششم توسعه
چندی پیش ابراهیم هزارجریبی مجری طرح پنبه معاونت امور زراعت جهاد کشاورزی با اشاره به پیش‌بینی انجام‌شده برای تامین داخلی ۷۰ درصد از پنبه مورد نیاز کشور تا پایان برنامه ششم توسعه گفت: تا پایان این مقطع، می‌باید میزان کشت پنبه در کشور به ۲۹۲ هزار تن افزایش یابد و به تعبیری برای دستیابی به چنین هدفی، باید ۲۸ هزار و ۹۴ کیلوگرم پنبه در هر هکتار کشت شود. وی می‌گوید: تا پایان برنامه ششم توسعه، سطح زیر کشت پنبه به ۱۰۰

هزار هکتار خواهد رسید. هزارجریبی توسعه کشت نشایی را یکی از ضروریات تحقق این امر (افزایش میزان تولید پنبه) عنوان می‌کند و بنابر اظهارات وی تا پایان برنامه ششم توسعه، مقرر است از ۱۰۰ هزار هکتار زمین زیر کشت پنبه پیش‌بینی شده، ۴۰ هزار هکتار با کشت نشائی و ۶۰ هزار هکتار به واسطه کشت مستقیم عملیاتی شود.

زنجیره تولید نساجی

از کشت پنبه تا تهیه پوشاک

توسعه فرصت‌های شغلی به واسطه جلب و جذب انگیزه کشاورزان برای فعالیت در این حوزه، در سایه سودآوری ناشی از کشت این محصول خاص، یکی از ضروریاتی است که با تکیه بر آن می‌توان از بار سنگین مشکلات بیکاری در کشور کاست. بدون تردید، توسعه تولید در هر حوزه‌ای به کاهش مشکلات بیکاری و افزایش فرصت‌های شغلی می‌انجامد و در صورت بالا بودن تقاضا برای محصول تولیدشده، این فرآیند و هدف با سهولت هرچه بیشتری انجام خواهد شد.

بازار بین‌المللی پنبه در جهان موید این واقعیت است که همواره تقاضای بالا و قابل توجهی برای خرید و تهیه آن وجود دارد که البته تحقق شایسته‌تر این امر برای تولیدکنندگان پنبه در ایران، مستلزم اقدامات حمایتی هرچه بیشتر دستگاه‌های ذیربط، مناسب و مطلوب بودن مناسبات بین‌المللی، بازاریابی حرفه‌ای و تبلیغات گسترده است.

عبدا... کاشفی، یکی از فعالان عرصه زراعت و کشاورزی در گفتگو با باشگاه خبرنگاران جوان، گفت: تولید هر محصول زراعی، نیازمند حمایت و پشتیبانی است و یقیناً در خلاء و فقدان پشتیبانی لازم، انگیزه لازم در کشاورزان برای کشت محصولات هدف‌گذاری‌شده به‌وجود نخواهد آمد. وی افزود: به اعتقاد بنده، تبلیغات گسترده یکی از ضروریات توسعه کشت محصولات کشاورزی از جمله پنبه به شمار می‌رود؛ امری که متأسفانه در ایران به نحو شایسته‌ای، عملیاتی و محقق نشده است. کاشفی گفت: بسیاری از زارعان و کشاورزان از توان کافی برای پرداخت هزینه‌های تبلیغاتی برخوردار نیستند و قطعاً با تسهیل این امر، شاهد افزایش ضریب تقاضای داخلی و خارجی برای خرید و تهیه محصولات کشاورزی خواهیم بود و همین موضوع می‌تواند به مثابه سکوی پرتابی برای رشد و توسعه هرچه بیشتر حوزه زراعت و کشاورزی در کشور محسوب شود. آنچنان که اظهار نظر برخی مسئولان نشان می‌دهد، دستور کارهایی با هدف استفاده هرچه بیشتر از ظرفیت‌های بالقوه شغلی موجود و نهان در کشت و تولید پنبه مد نظر قرار گرفته، امری که هزارجریبی با طرح موضوع پیگیری زنجیره تولید نساجی از کشت پنبه تا تهیه پوشاک داخلی، نوید آن را داده است.



پنبه کاران «مانه» از مشکلات خود می گویند

بیش از ۶۰ هزار ریال خریداری می شود لذا خرید تضمینی انجام نمی شود. وی بیان کرد: برداشت پنبه از اواسط شهریور آغاز و تا اواخر دی ماه ادامه دارد که تاخیر در برداشت به دلیل کمبود نیروی کارگر است. وی اظهار داشت: افزایش سطح زیر کشت در این شهرستان نسبت به سال گذشته ۵ درصد بوده است و امیدوار هستیم با برطرف شدن مشکلات پنبه کاران و نرخ بالای پنبه شاهد افزایش سطح زیر کشت این محصول باشیم.

مدیر جهاد کشاورزی شهرستان مانه همچنین در خصوص نبود دستگاه های برداشت پنبه گفت: بالا بودن قیمت کمباین موجب شده تا کسی متقاضی خرید آن نباشد. وی افزود: در سال گذشته چند نفر از کشاورزان متقاضی تسهیلات برای خرید کمباین بودند و به بانک معرفی شدند که متأسفانه با ضمانت های سنگینی از سوی بانک مواجه و از خرید آن منصرف شدند. وی بیان کرد: جهاد کشاورزی برای خرید کمباین برداشت پنبه ۸۰ درصد مبلغ آن را پرداخت می کند اما یکی دیگر از دلایل بی رغبتی کشاورزان برای خرید کمباین به صرفه نبودن آن و نداشتن توجیه اقتصادی است.

گفتنی است شهرستان ۱۱۰ هزار نفری مانه و سملقان در ۴۵ کیلومتری غرب بجنورد واقع شده است و به عنوان قطب کشاورزی استان خراسان شمالی محسوب می شود و هر ساله ۷ درصد پنبه استان را تامین می کند. هم اکنون سه مرکز خرید در این شهرستان آماده تحویل پنبه کشاورزان است و کارخانه نخیسی نیز یکی از پتانسیل های بالقوه برای کشاورزان پنبه کار این دیار است.

مشکلات پنبه کاران است که امیدواریم با تامین کمباین های مورد نیاز برای برداشت مکانیزه محصول در سال های بعد، مشکلات برطرف شود. وی افزود: امسال هزینه های تمام شده این محصول به علت افزایش قیمت نهاده ها چون بذر، کود، حمل و نقل، اجاره آب و زمین نسبت به سال گذشته بالاتر است و اگر خود شخص مالک نباشد اصلاً به صرفه نیست.

رحمت ناطقی یکی دیگر از پنبه کاران بخش مانه گفت: روزهای اول که پنبه در این شهرستان برداشت شد خریدارانی از استان گلستان حضور داشتند و پنبه را کیلویی ۷۰ هزار ریال خریداری می کردند اما، گفته شده که خرید پنبه موجب شیوع آفت در استان دیگر می شود به همین دلیل اجازه خروج این محصول داده نمی شود. وی افزود: این موضوع در کاهش شدید قیمت پنبه تاثیر داشته و کشاورزان بیش از هر زمان دیگر متضرر شده اند. این کشاورز تصریح کرد: همیشه در زمان برداشت پنبه در کشور متأسفانه واردات بی رویه باعث پایین آمدن نرخ آن می شود که سالیان سال است که کشاورزان با آن روبه رو هستند و مسئولان مربوطه باید فکر اساسی در این رابطه داشته باشند.

مدیر جهاد کشاورزی شهرستان مانه و سملقان گفت: سالانه ۱۷ هزار و ۵۰۰ تن پنبه از سطح پنج هزار هکتار اراضی زیر کشت برداشت می شود. هادی قهرمانیان افزود: سالانه یک هزار تا یک هزار و ۱۰۰ هکتار از کشت پنبه شهرستان به روش مکانیزه کشت و مابقی نیمه مکانیزه کشت می شود. وی نرخ تضمینی پنبه را با توجه به کیفیت آن ۳۰ هزار ریال عنوان کرد و افزود: با توجه به اینکه در سال جاری پنبه با قیمت

پنبه کاران مانه و سملقان که از این دیار به عنوان قطب تولید پنبه استان خراسان شمالی یاد می شود هم اکنون با مشکلاتی روبه رو هستند و ادامه این وضعیت، برداشت محصول را غیراقتصادی کرده است. شهرستان مانه و سملقان حدود ۷۰ درصد و ش پنبه خراسان شمالی را تامین می کند که به گفته کارشناسان کشاورزی، مرغوب ترین پنبه استان با تلاش کشاورزان این خطه تولید می شود. پنبه یکی از گیاهان صنعتی مهم دنیا است که در بسیاری از صنایع به خصوص نساجی و روغن خوراکی کاربرد فراوانی دارد و به نوعی گیاه راهبردی محسوب می شود.

یکی از پنبه کاران روستای کیکانلوی مانه و سملقان گفت: بیش از ۳۰ سال است که به شغل کشاورزی مشغول هستم و هر سال ۱۶ هکتار از اراضی کشاورزی ام را به کشت پنبه اختصاص می دادم اما، به علت مشکلات زیاد امسال فقط ۳ هکتار از این محصول را کشت کردم. به گزارش ایرنا، نعمت الله خیر اظهار داشت: هم اکنون هم باید روزانه ۳۰ تا ۴۰ نفر کارگر محصول را جمع آوری کند اما، به علت هزینه های زیاد کاشت، داشت و برداشت سود چندانی عاید کشاورز نمی شود.

نبود کمباین برداشت پنبه در مانه

یکی دیگر از کشاورزان پنبه کار در بخش مانه گفت: برداشت محصول به صورت دستی برای کشاورز سودی ندارد که این خود یکی از علل اصلی افزایش هزینه ها و قیمت تمام شده محصول است. محسن رحیمی افزود: کمبود کارگر مورد نیاز در زمان برداشت پنبه از جمله

وزارت کشاورزی ایالات متحد اعلام کرد: ریشه کن شدن کرم سرخ از مزارع پنبه آمریکا

گروه مترجمین مجله: دبیر بخش کشاورزی ایالات متحد آمریکا روز ۱۹ اکتبر ۲۰۱۸ در بیانیه‌ای اعلام کرد که بعد از حدود ۱۰۰ سال، پنبه آمریکایی از کرم سرخ ویرانگر نجات پیدا کرده و این آفت از مزارع پنبه این کشور ریشه کن شده است. با توجه به اقدامات نظارتی و کنترلی دقیقی که توسط وزارت کشاورزی آمریکا انجام گرفت، این وزارتخانه در بیانیه‌ای خطاب به دپارتمان‌های کشاورزی، صنعت پنبه و پنبه‌کاران آمریکا، از ریشه کن شدن کرم سرخ از تمامی مناطق تولید پنبه ایالات متحد خبر داد.

تا پیش از این دستاورد، مقابله با آفت کرم سرخ سالانه ده‌ها میلیون دلار برای تولیدکنندگان پنبه آمریکا هزینه همراه داشت و بازده مزارع را نیز کاهش می‌داد. اما در نتیجه این موفقیت، وزارت کشاورزی آمریکا قرنطینه داخلی برای کرم سرخ را برخواهد داشت و محدودیت‌های مربوط به فعالیت‌های داخلی و بین‌المللی بخش پنبه آمریکا، تا حدود زیادی کاهش خواهد یافت. برچیده شدن مقررات مربوط به کرم سرخ، فعالیت بخش پنبه آمریکا را در بازارهای داخلی و بین‌المللی تسهیل خواهد کرد چراکه کشاورزان با محدودیت‌های کمتری از جمله الزام ضدعفونی کردن محصول، مواجه خواهند بود. این پیشرفت مطلوب باعث خواهد شد کشت پنبه در تمام گسترده بخش جنوبی آمریکا انجام گیرد. در پی این موفقیت، پنبه‌کاران آمریکایی از

ایالت‌های مختلف با یکدیگر متحد شده‌اند تا یک برنامه هماهنگ و یکپارچه را برای ارتقای کشت پنبه اجرا کرده و ۸۰ درصد از هزینه‌های این برنامه را نیز خودشان متقبل شوند. این تلاش هماهنگ، ارزش مشارکت، سرمایه‌گذاری و تحقیقات انجام گرفته را جهت خدمت‌رسانی به کشاورزان و پنبه‌کاران آمریکایی نشان می‌دهد. آفت کرم سرخ نخستین بار در سال ۱۹۱۷ و در شهر هرنه ایالات تگزاس کشف شد. تلاش‌های گسترده‌ای توسط سرویس توسعه تعاونی آمریکا با هماهنگی یکایک تولیدکنندگان انجام گرفت تا این آفت از مزارع تگزاس حذف شود. اما در سال ۱۹۱۹ آفت کرم سرخ در ایالت لوئیزیانا نیز مشاهده شد. در دهه ۱۹۳۰، این آفت دوباره به منطقه «ریو گراند ولی» در ایالت تگزاس هجوم آورد. تا اواسط دهه ۱۹۵۰ کرم سرخ در تمامی ایالت‌های اطراف تگزاس شیوع پیدا کرده و حتی در سال ۱۹۶۳ به کالیفرنیا رسید.

در سال ۱۹۵۵، سرویس بازرسی سلامت حیوانات و گیاهان زیرمجموعه وزارت کشاورزی آمریکا، مقرراتی داخلی در زمینه کرم سرخ وضع کرد. در رأس این برنامه‌ها، پنبه تولیدی در ۱۰ ایالت شامل آریزونا، آرکانزاس، کالیفرنیا، لوئیزیانا، نیومکزیکو، اوکلاهاما، تگزاس، نوادا، میسی سیپی، و میسوری، تحت قرنطینه برای این آفت قرار گرفت. بسیاری از این آلودگی‌ها از

طریق برنامه‌های مشترک ایالتی، فدرال و صنعتی، سرکوب شدند. تا سال ۲۰۰۳، تنها ایالت‌های آریزونا، کالیفرنیا، نیومکزیکو و تگزاس، همچنان تحت این مقررات قرار داشتند.

ریشه کن شدن کرم سرخ حاصل سال‌ها تحقیقات انجام گرفته توسط بخش تحقیقات کشاورزی وزارت کشاورزی ایالات متحد آمریکاست و شامل اقداماتی همچون کاشت پنبه تراریخته، استفاده از فرومون حشرات برای ایجاد اختلال در جفتگیری آفات، انتشار حشرات استریل برای جلوگیری از بازتولید آفات، و بررسی گسترده مزارع می‌باشد. بسیاری از یافته‌های تحقیقاتی توسط بخش تحقیقات کشاورزی، تبدیل به استراتژی‌های مدیریتی شده و توسط بخش بازرسی سلامت حیوانات و گیاهان آمریکا و پنبه‌کاران این کشور برای مقابله با آفت کرم سرخ استفاده شده است. گفتنی است ایالات متحد آمریکا یکی از کشورهای پیشرو جهان در زمینه تولید و تجارت پنبه است. بر اساس برآوردهای صنعتی، بخش پنبه آمریکا سالانه نزدیک به ۲۷ میلیارد دلار محصولات و خدمات ارائه می‌کند و ضمن ایجاد صدها هزار شغل در سراسر زنجیره تامین پنبه، نزدیک به یک‌سوم از پنبه خام مورد نیاز جهان را تامین می‌نماید. وزارت کشاورزی آمریکا نیز نقش فرصت‌آفرین، کارفرما و وام‌دهنده را در این صنعت ایفا می‌نماید.



بررسی اثر قطر اسپیندل و مدت زمان کارکرد آن بر روی خواص نخ و رتکس

ترجمه: سارا حیات داودی - عباس خسروی

چکیده

در این مطالعه به تاثیر قطر و پریود زمانی تمیز کردن اسپیندل بر روی خواص نخ ۱۰۰ درصد ویسکوز MVS پرداخته می شود.

نخ MVS با چهار نوع اسپیندل با قطرهای ۱،۱ - ۱،۲ - ۱،۳ و ۱،۴ میلیمتر و در دوره های کارکرد صفر، ۱، ۲، ۳ و ۴ ماه تولید و پارامترهای نایکخواختی، موثینگی، ازدیاد طول، استحکام و کار تا حد پارگی آن آزمایش شده است. نتایج نشان می دهد قطر بزرگتر اسپیندل باعث موثینگی بالاتر، نایکخواختی و استحکام کمتر می گردد. لایه تشکیل شده بر روی اسپیندل با زیاد شدن دوره کاری زیاد می شود. این پوشش در دو منطقه مختلف مورد بررسی قرار گرفته است: لبه حفره ورودی (TIP ZONE) و سطح حفره اسپیندل. بعد از چهار ماه کار پوشش روی اسپیندل برای نخ ۱۰۰ درصد ویسکوز MVS در حالت بحرانی قرار می گیرد.

مقدمه

ماشین ریسندگی MVS یکی از موفق ترین ماشین های تولید نخ با استفاده از تکنولوژی جریان گربادی می باشد که به وسیله کمپانی ژاپنی

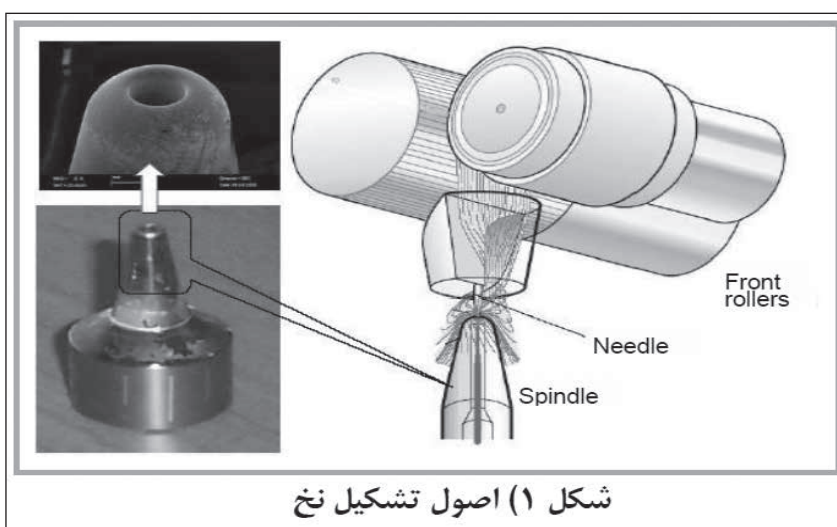
بالا بردن تکنولوژی MVS انجام شده است. مطالعه زیر تلاشی جهت جمع آوری اطلاعاتی در رابطه با تاثیر پارامترهای فرآیند بر خصوصیات نخ MVS می باشد.

اصول تشکیل نخ

در سیستم MVS فیتله نهایی به یک سیستم کشش آپرونی چهار غلتکی تغذیه می شود. پس از خروج از غلتک جلویی الیاف به نازل هوا نزدیک می شوند و به وسیله نیروی جریان هوای نازل شروع به تابیده شدن می کنند. این تاب تمایل به تسری به طرف بالا دارد. در این نقطه یک عکس العمل خمشی در نوک سوزن

موراتا به بازار عرضه شده است. این تکنولوژی نسبتا جدید یک مزیت چشمگیر نسبت به رینگ، اپن اند و سیستم جت دارد. یکی از مزایای بزرگ MVS قابلیت تولید نخ با سرعت بالا نسبت به سیستم های دیگر ریسندگی است. با اینکه تعداد ماشین های MVS در حال حاضر در کارخانجات کم می باشد ولی تعداد این ماشین ها با سرعت رو به افزایش است.

تاکنون مطالعات محدودی توسط محققان به منظور ایجاد مدل هایی جهت بررسی، فرآیند تشکیل و خواص نخ های MVS به منظور بهینه کردن و



شکل (۱) اصول تشکیل نخ

اسپیندل بر اساس تجربه انتخاب شده است. برای آزمایش ۳ عدد بوبین ۱۵۰ گرمی تولید شده است.

اثر قطر اسپیندل و مدت زمان کار اسپیندل بر روی خصوصیات نخ ۱۰۰ درصد ویسکوز **MVS** شامل میزان نایکنواختی (**CV%**) موئینگی، ازدیاد طول تا حد پارگی، استحکام و کارپارگی مورد بررسی قرار گرفته است. نمونه‌ها با اوسترستر ۳ جهت نایکنواختی و موئینگی و با اوستر **TENSOJET** جهت استحکام، ازدیاد طول تا حد پارگی و کارپارگی مورد آزمایش قرار گرفته شده است. موئینگی همچنین با دستگاه **ZWIEGLE ۵۶۶** اندازه‌گیری شده است. جهت آزمون معنی‌داری نتایج از **ANOVA** دوطرفه و جهت مقایسه میانگین‌ها از **NEWMAN KEULS(SNK)** استفاده شده است. همچنین جهت مشاهده پوشش روی اسپیندل از میکروسکوپ الکترونی مدل

توخالی کشیده می‌شود و نخ تولیدشده پس از عبور از نخ پاک‌کن و پارافین بر روی بوبین پیچیده می‌شود.

مواد و روشی آزمایش

فیتیله کارد از سه مرحله کشش به منظور تولید فیتیله **ktex^{۳,۵}** عبور داده می‌شود و سپس فیتیله مذکور به منظور تولید نمونه نخ با نمره **۲۰tex** (**۳۰Ne**) با شرایط جدول یک به ماشین ورتکس تغذیه می‌گردد.

نازل با زاویه ۷۰ درجه، سرعت تولید ۳۵۰ متر بر دقیقه، فشار هوای **۰,۵mpa**، گيج غلطک‌های بالای ۴۳-۴۳-۴۹ و گيج غلطک‌های پایینی ۴۳-۴۳-۴۴,۵ بر روی ماشین **MVS۸۵۱** و مشخصات اسپیندل ذکر شده در جدول ۱ جهت تولید مورد استفاده قرار می‌گیرد. قطر اسپیندل بر اساس کاتالوگ ماشین **MVS۸۵۱** انتخاب شده است. پریود زمانی کار

جلوی این نفوذ تاب به بالا را می‌گیرد. بنابراین مقداری از قسمت رویی الیاف که از نقطه تماس غلتک جلویی خارج شده‌اند از دسته الیاف کشش‌یافته جدا می‌شوند (در تصویر این الیاف در فاصله سوزن و اسپیندل دیده می‌شود). بعد از اینکه الیاف وارد روزنه شدند قسمت رویی الیاف شروع به پیچیدن بر اثر نیروی جریان هوای ورتکس که بالای اسپیندل توخالی وجود دارد می‌کنند. الیاف بالای اسپیندل روی الیاف مغزی پیچیده می‌شوند و نخ **MVS** از درون اسپیندل

جدول ۱) شرایط ریسندگی

ردیف	قطر اسپیندل (میلیمتر)	مدت زمان کارکرد اسپیندل (ماه)
۱	۱,۱	۰
۲	۱,۱	۱
۳	۱,۱	۲
۴	۱,۱	۳
۵	۱,۱	۴
۶	۱,۱	۵
۷	۱,۲	۰
۸	۱,۲	۱
۹	۱,۲	۲
۱۰	۱,۲	۳
۱۱	۱,۲	۴
۱۲	۱,۲	۵
۱۳	۱,۳	۰
۱۴	۱,۳	۱
۱۵	۱,۳	۲
۱۶	۱,۳	۳
۱۷	۱,۳	۴
۱۸	۱,۳	۵
۱۹	۱,۴	۰
۲۰	۱,۴	۱
۲۱	۱,۴	۲
۲۲	۱,۴	۳
۲۳	۱,۴	۴
۲۴	۱,۴	۵

جدول ۲) نتایج کیفی محصول تولیدی

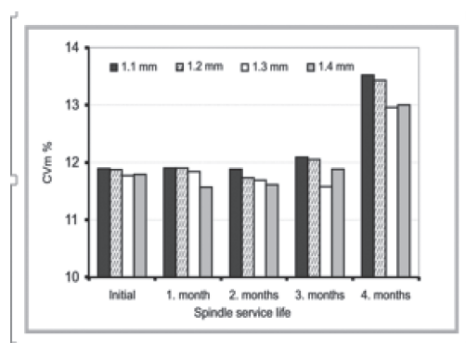
	CVm, %	H (Uster index)	S ^۳	Num. of hairs	
				(۱ mm class)	(۲ mm class)
Spindle diameter					
۱,۱ mm	۱۲,۲۵ a	۳,۳۲ d	۱۴,۶۷ c	۵۲۹۹,۸۷ d	۱۵۶,۳۳ c
۱,۲ mm	۱۲,۱۹ a	۳,۵۰ c	۱۳,۱۳ c	۶۰۲۶,۵۳ c	۱۵۴,۶۷ c
۱,۳ mm	۱۱,۹۷ b	۳,۷۶ b	۲۳,۰۰ b	۸۰۲۰,۲۰ b	۲۵۲,۷۳ b
۱,۴ mm	۱۱,۹۷ b	۴,۳۰ a	۹۳,۴۰ a	۱۲۲۳۵,۶۷ a	۶۳۰,۰۷ a
Spindle working period					
Initial	۱۱,۸۳ bc	۳,۴۹ e	۴۱,۰۰ a	۸۰۰۹,۵۰ a	۳۱۸,۸۳ a
After ۱ months	۱۱,۸۰ cd	۳,۵۶ d	۲۶,۷۵ b	۸۲۶۴,۹۲ a	۲۹۰,۷۵ ab
After ۲ months	۱۱,۷۳ d	۳,۷۲ b	۳۹,۷۵ a	۷۴۲۸,۱۷ b	۲۸۷,۵ ab
After ۳ months	۱۱,۹۰ b	۳,۶۵ c	۲۸,۴۲ b	۷۷۹۷,۵۰ ab	۲۶۸,۰۸ b
After ۴ months	۱۳,۳۳ a	۴,۱۸ a	۴۴,۲۳ a	۷۹۷۷,۸۰ a	۳۲۷,۰۸ a

تولیدشده با قطرهای ۱،۱ و ۱،۲ میلیمتر دیده نمی‌شود و همچنین نتایج مشابهی در مورد خصوصیات نایک‌نواختی نخ تولیدشده با اسپیندل قطرهای ۱،۳ و ۱،۴ میلیمتر حاصل گردیده است. ولی تفاوت معنی‌داری بین دو گروه ۱،۱، ۱،۲ و ۱،۳، ۱،۴ میلیمتر مشاهده می‌گردد. با کاهش قطر اسپیندل از ۱،۳mm به ۱،۲mm یک افزایش میزان نایک‌نواختی معنی‌دار در بین دو گروه محصول تولیدی رخ می‌دهد. توجیهی که در این رابطه محتمل به نظر می‌رسد این است که تعداد الیاف آزادی بیشتری برای مرتب قرار گرفتن شان در کنار هم در اسپیندل با قطر بزرگتر دارند. به عبارتی حد ریسندگی بالاتر رفته و یکنواختی بیشتر می‌شود.

تولید لایه روی اسپیندل نسبت به زمان کار آن برای اسپیندل با قطرهای متفاوت در شکل ۳ آورده شده است. هم‌زمان با افزایش زمان کار اسپیندل لایه رسوب تشکیل‌شده روی اسپیندل نیز افزایش می‌یابد. این لایه در دو منطقه مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. سطح حفره و منطقه بالای اسپیندل که در شکل ۴ و ۵ دیده می‌شود. نتایج آزمایش SNK در جدول ۲ نشان می‌دهد که افزایش زمان کار اسپیندل معمولاً به طور معنی‌داری باعث افزایش نایک‌نواختی نخ می‌گردد. بالاترین میزان نایک‌نواختی مربوط به نخ MVS تولیدشده با اسپیندلی که مدت ۴ ماه کار می‌کند می‌باشد.

دلیل محتمل جهت بالا بودن نایک‌نواختی نخ MVS با اسپیندل با طول زمان کارکرد طولانی‌تر می‌تواند اثر مخرب رسوب روی اسپیندل (لایه تشکیل‌شده روی اسپیندل) بر تشکیل نخ می‌باشد.

جهت بررسی موئینگی، نخ تولیدشده



شکل ۲) میزان نایک‌نواختی محصول تولیدی با قطر اسپیندل متفاوت و در زمانهای مختلف

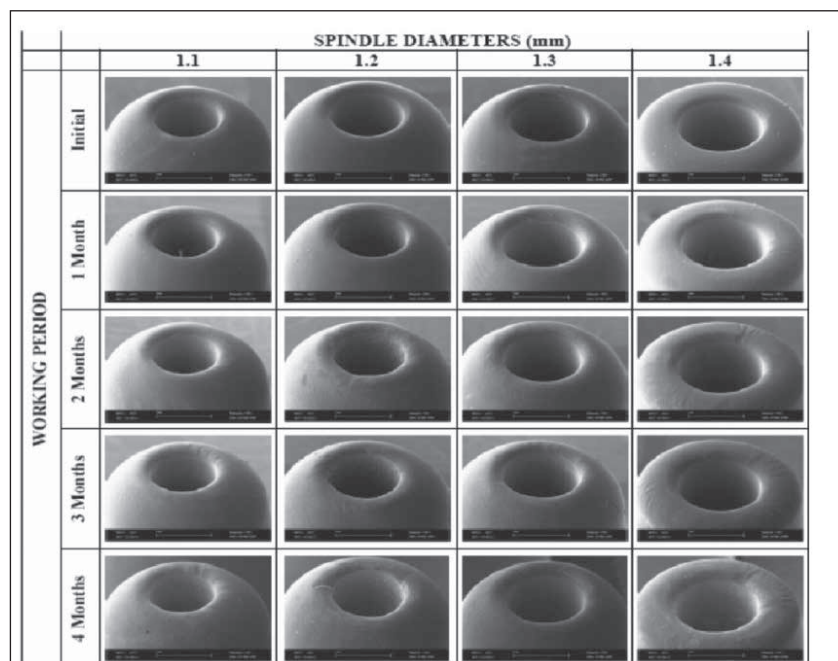
LEO۴۴۰ استفاده شده است.

نتایج و بحث

در جدول ۲ خلاصه نتایج میزان نایک‌نواختی و موئینگی نخ MVS تولیدشده با قطرهای اسپیندل و در دوره‌های زمانی ذکرشده در جدول ۱ آورده شده است. با توجه به بررسی نتایج با استفاده از

ANOVA قطر اسپیندل و زمان کارکرد اسپیندل و مجموع هر دو فاکتور، تاثیر معنی‌داری بر روی نایک‌نواختی و موئینگی نخ MVS دارد.

شکل ۲ نتایج اندازه‌گیری میزان نایک‌نواختی نخ را نشان می‌دهد. از نتایج SNK (جدول ۲) تفاوت معنی‌داری بین میانگین نایک‌نواختی نخ MVS



شکل ۳) تصاویر میکروسکوپ الکترونی اسپیندل در دوره‌های کارکرد مورد آزمایش

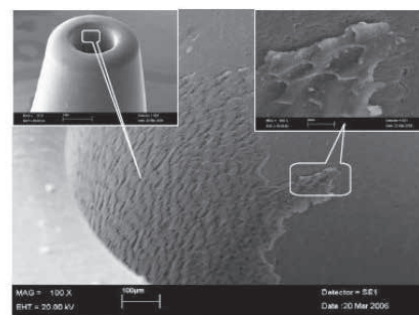
به اصطحکاک بیشتر بین الیاف در نخ تولیدشده با اسپیندل با قطر کمتر می‌باشد. از آنجائی که قطر اسپیندل کمتر آزادی کمتری به دسته الیاف در هنگام ورود به اسپیندل می‌دهد اصطحکاک بیشتری بین الیاف به وجود می‌آید و نتیجه آن کمر بند سفت‌تر، تاب بیشتر و نخ چگال‌تر می‌باشد. درمورد استحکام نخ تولیدشده با قطر اسپیندل‌های ۱،۱، ۱،۲، ۱،۳ و ۱،۴ میلیمتر تفاوت معنی‌داری دیده نمی‌شود.

میانگین ازدیاد طول در نقطه پارگی و کارپارگی در نخ تولیدشده با اسپیندل با قطر ۱،۳ میلیمتر از کلیه محصولات دیگر بیشتر است (جدول ۳)

استحکام، ازدیاد طول در نقطه پارگی نخ تولیدشده با اسپیندل با زمان کارکرد ۴ ماه به طور معنی‌داری کمتر از نخ تولیدشده با اسپیندل با زمان کارکردهای ۱ تا ۳ ماه می‌باشد. پوشش روی اسپیندل بعد از ۳ ماه کارکرد به صورت محسوسی افزایش پیدا می‌کند (شکل‌های ۵، ۴، ۳) بعد از ۴ ماه کار در نقطه بالایی اسپیندل (TIPZON) این میزان بیشتر می‌شود. به علاوه سطح حفره اسپیندل تاثیر منفی بر روی آرایش‌یافتگی الیاف و در نتیجه کاهش بیشتر خصوصیات مکانیکی نخ **MVS** می‌گردد.

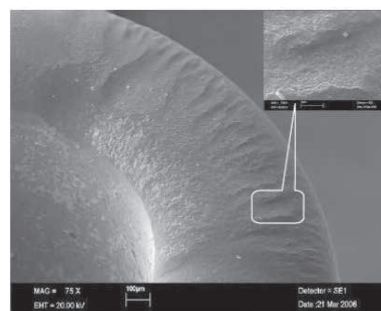
موئینگی بیشتری پیدا می‌کند. کارکرد طولانی‌تر اسپیندل شاخص موئینگی اوست را بالا می‌برد. این روند برای سایر پارامترهای موئینگی مشهود است. شکل ۶ نتایج شاخص موئینگی اوستر در طول زمان‌های کارکرد متفاوت را نشان می‌دهد. شکل ۷ و ۸ استحکام و ازدیاد طول در نقطه پارگی نخ **MVS** در طول زمان‌های متفاوت کارکرد اسپیندل و قطرهای مختلف را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج **ANOVA**، زمان کارکرد اسپیندل، قطر اسپیندل و ترکیب هر دو عامل بر روی استحکام، ازدیاد طول تا حد پارگی و کارپارگی نخ **MVS** تاثیر معنی‌داری دارد.

همانگونه که در جدول ۳ نشان داده شده است بین خواص مکانیکی نخ **MVS** تولیدشده با قطرهای اسپیندل ۱،۱ و ۱،۲ میلیمتر تفاوت معنی‌داری دیده نمی‌شود. کمترین میزان استحکام، ازدیاد طول تا حد پارگی و کارپارگی مربوط به محصول تولیدشده با قطر اسپیندل ۱،۴ میلیمتر می‌باشد (جدول) دلیل اصلی این مسئله مربوط



شکل ۴) تصویر میکروسکوپ الکترونی سطح حفره

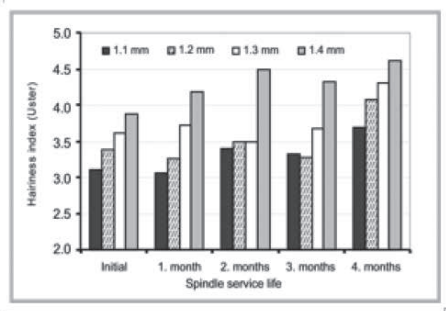
اسپیندل با قطر ۱،۴ میلیمتر بعد از چهار ماه



شکل ۵) تصویر میکروسکوپ الکترونی از نوک اسپیندل

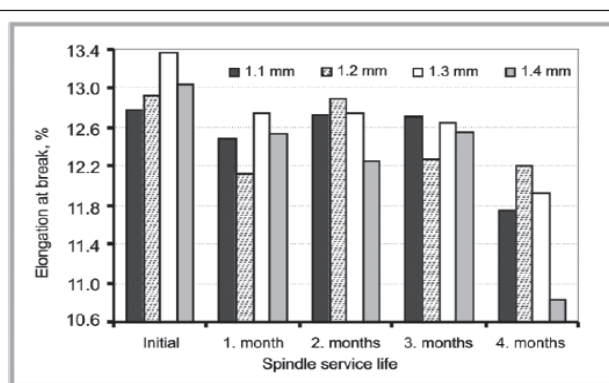
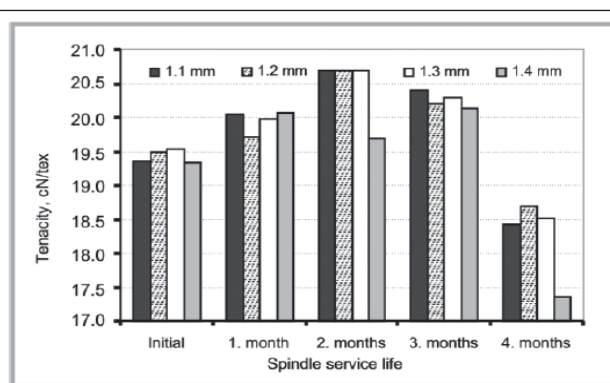
با قطر ۱،۴ میلیمتر بعد از چهار ماه

با هر دو دستگاه **USTER TESTER 3**، **ZWEIGL G566** مورد آزمایش قرار گرفت. بدین منظور موئینگی نخ با اندازه‌گیری تعداد پرزهای ۱mm، ۲mm و میزان **S3** که نمایانگر کل تعداد پرزهای ۳ تا ۵ میلیمتر در سطح نخ می‌باشد و همچنین شاخص موئینگی اوستر اندازه‌گیری شد. آزمون **SNK** در جدول ۲ نشان می‌دهد اسپیندل با قطر کمتر نخ با موئینگی کمتر تولید می‌کند. دسته الیاف آزاد بیشتری در اسپیندل با قطر بزرگتر امکان جابجایی دارند. بنابراین مقداری از تاب از بین می‌رود و کمر بند تشکیل شده شل می‌شود و نخ



شکل ۶) میزان شاخص موئینگی (اوستر) محصول تولیدی

با قطر اسپیندل متفاوت و در زمان‌های مختلف



شکل ۸ و ۷) میزان استحکام و ازدیاد طول محصول تولیدی با قطر اسپندل متفاوت و در زمان‌های مختلف

نتیجه‌گیری

یافته‌های ما نشان می‌دهد که خصوصیات مختلف نخ **MVS** متاثر از قطر اسپندل و زمان کارکرد آن می‌باشد. با استفاده از اسپندل با قطر بزرگتر نخ با میزان موئینگی بیشتری تولید می‌شود. زمانی که دسته الیاف آزاد بیشتری هنگام

ورود به اسپندل وجود داشته باشند (با توجه به قطر بیشتر اسپندل) کمربند تشکیل شده حول الیاف شل‌تر و به دنبال آن نخ با موئینگی بیشتر تولید می‌شود. با قطر اسپندل ۱٫۳ و ۱٫۴ میلیمتر نخ با نایک‌نواختی کمتری در مقایسه با قطر اسپندل‌های ۱٫۱ و ۱٫۲

میلیمتر تولید می‌شود.

قطر اسپندل میزان سفت بودن الیاف کمربندی را مشخص می‌کند. با قطر اسپندل ۱٫۴ میزان اصطکاک کمتری بین دسته الیاف به وجود می‌آید و در نتیجه پارامترهای مربوط به استحکام نخ کمتر می‌شود. بهترین میزان ازدیاد طول تا حد پارگی با نخ تولیدشده با قطر اسپندل ۱٫۳ میلیمتر به دست می‌آید. انتخاب قطر اسپندل نه تنها به نمره نخ و مواد اولیه بستگی دارد بلکه به نوع مصرف نهایی محصول **MVS** نیز بستگی دارد.

رسوب روی اسپندل یک مشکل مهم است که بر روی خواص نخ **MVS** تاثیر منفی می‌گذارد. رسوب روی اسپندل بیشتر در ناحیه حفره و سر اسپندل اتفاق می‌افتد. بعد از ۴ ماه استفاده از اسپندل تاثیر پوشش روی اسپندل بر روی خصوصیات مانند نایک‌نواختی، موئینگی، استحکام، ازدیاد طول تا حد پارگی و کارپارگی نخ **MVS** بسیار بحرانی‌تر می‌شود. باید توجه داشت نتایج مربوط به این پوشش بر روی اسپندل مختص این مطالعه و الیاف و شرایط مورد استفاده در این مطالعه می‌باشد و در مورد الیاف دیگر نتایج می‌تواند متفاوت باشد.

جدول ۳) تاثیر قطر اسپندل و مدت زمان کارکرد آن بر خصوصیات مکانیکی محصول

	Tenacity, cN/tex	Elongation, %	B-work, cN·cm
Spindle diameter			
۱٫۱ mm	۱۹٫۷۸ a	۱۲٫۴۹ b	۱۴۹۴٫۴۷ b
۱٫۲ mm	۱۹٫۷۶ a	۱۲٫۴۹ b	۱۴۹۴٫۲۷ b
۱٫۳ mm	۱۹٫۸۰ a	۱۲٫۶۹ a	۱۵۱۵٫۸۰ a
۱٫۴ mm	۱۹٫۳۲ b	۱۲٫۲۴ c	۱۴۴۳٫۴۰ c
Spindle working period			
Initial	۱۹٫۴۴ d	۱۳٫۰۳ a	۱۵۵۹٫۵۸ b
After ۱ months	۱۹٫۹۵ c	۱۲٫۴۷ c	۱۵۵۳٫۳۳ b
After ۲ months	۲۰٫۴۴ a	۱۲٫۶۵ b	۱۵۹۳٫۶۷ a
After ۳ months	۲۰٫۲۶ b	۱۲٫۵۴ c	۱۵۶۶٫۳۳ b
After ۴ months	۱۸٫۲۵ e	۱۱٫۶۷ d	۱۱۶۲٫۰۰ c

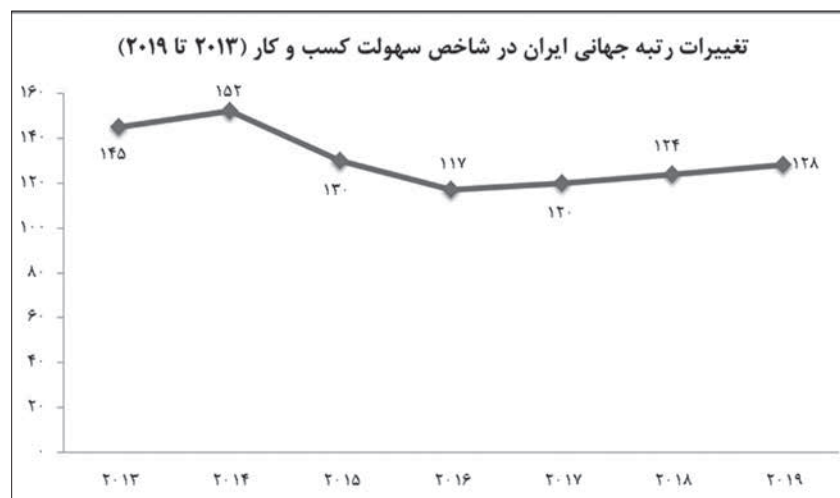
گزارش سهولت کسب و کار ۲۰۱۹ بانک جهانی منتشر شد جایگاه ایران: ۱۲۸ از ۱۹۰ با ۴ پله نزول

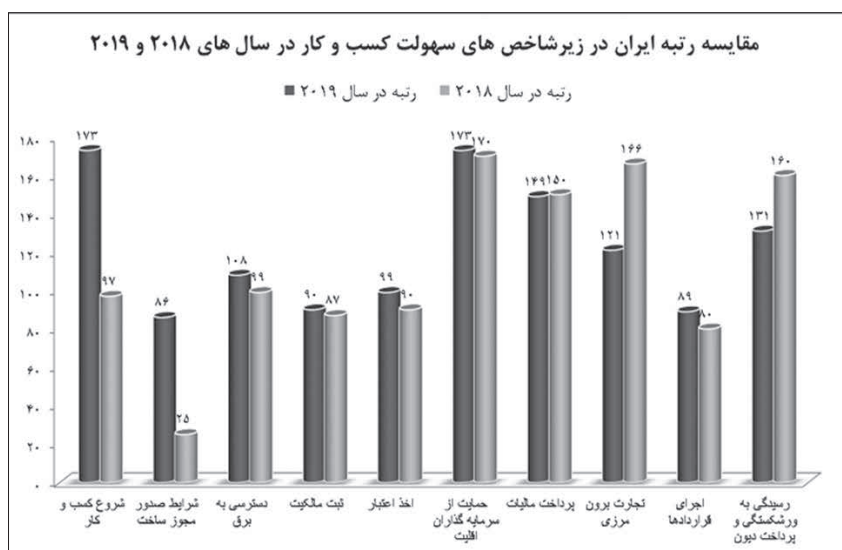
هند، توگو، کنیا، ساحل عاج، ترکیه و رواندا بهترین بهبود را نسبت به گزارش پیشین تجربه کردند. لازم به ذکر است «بانک جهانی» اولین نسخه از این گزارش خود را در سال ۲۰۱۳ و با بررسی ۵ شاخص برای ۱۳۳ کشور منتشر کرد.

مروری بر وضع «سهولت کسب و کار ایران»
همان طور که اشاره شد در رتبه بندی «سهولت کسب و کار ۲۰۱۹» ایران با کسب نمره ۵۶٫۹۸ در رده ۱۲۸ قرار گرفت؛ وضعیتی که از لحاظ نمره بهبود و از لحاظ رتبه نسبت به گزارش ۲۰۱۸ تنزل یافته است. در این باره بهبود نمره ایران حکایت از اقداماتی دارد که در یک سال اخیر برای ارتقای سهولت انجام کسب و کار صورت گرفته است. به گزارش «بانک جهانی»، در ایران اقداماتی در زمینه سهولت پرداخت مالیات ها اجرایی شده است. این اقدامات عبارتند از: معرفی سیستم آنلاین برای اظهارنامه کمک های امنیت اجتماعی، ایجاد سیستم آنلاین استرداد مالیات ارزش افزوده، اصلاح سیستم آنلاین مربوط به مالیات بر درآمد شرکت ها و امکان پرداخت تعهدات مالیاتی اضافی در بانک ها. از دیگر اقداماتی که «بانک جهانی» برای بهبود سهولت کسب و کار ایران مطرح کرده، در زمینه تجارت فرامرزی است. این اقدام مربوط به ارتقای سیستم «پنجره واحد تجارت فرامرزی» است که منجر به سهولت صادرات و واردات کشور خواهد شد. از دیگر نکات مهم گزارش جدید «بانک جهانی»، وضعیت ایران در هر یک از شاخص ها - و زیرشاخص های مربوط به آنها - است.
بر این اساس، در شاخص «شروع کسب و کار»

با نمره ۸۵٫۲۴، دانمارک با نمره ۸۴٫۶۴، هنگ کنگ با ۸۴٫۲۲، کره جنوبی با ۸۴٫۱۴، گرجستان با ۸۳٫۲۸، نروژ با ۸۲٫۹۵، آمریکا با ۸۲٫۷۵، انگلیس با ۸۲٫۶۵ و مقدونیه با ۸۱٫۵۵ و امارات با ۸۱٫۵۸ نیز به ترتیب در رده های دوم تا یازدهم این رتبه بندی قرار دارند. یکی دیگر از نکات این گزارش، وضعیت ایران در «سهولت کسب و کار» است. در این رتبه بندی، ایران با کسب نمره ۵۶٫۹۸ در رده ۱۲۸ قرار گرفت. در این بررسی نمره ایران نسبت به نسخه ۲۰۱۸، بهبود یافته در حالی که رتبه آن ۴ پله ای نزول کرده است (در گزارش ۲۰۱۸، ایران با کسب نمره ۵۶٫۴۸ در رده ۱۲۴ جای داشت). در انتهای این رتبه بندی نیز، کشورهای سومالی با نمره ۱۹٫۹۸، اریتره با ۲۳٫۰۷، ونزوئلا با ۳۰٫۶۱، یمن با ۳۲٫۴۱ و لیبی با ۳۳٫۴۴ به ترتیب در رده های ۱۹۰ تا ۱۸۶ قرار گرفتند. بر اساس بررسی های «بانک جهانی» که از ژوئن ۲۰۱۷ تا مه ۲۰۱۸ صورت گرفته است، کشورهای افغانستان، جیبوتی، چین، آذربایجان،

«بانک جهانی» جدیدترین گزارش «سهولت انجام کسب و کار» خود را برای سال ۲۰۱۹ منتشر کرد. در شانزدهمین نسخه از این گزارش، وضعیت «سهولت کسب و کار» ۱۹۰ کشور در ۱۱ حوزه قوانین مربوط به کسب و کار مورد بررسی قرار گرفته است. البته در محاسبه نمره کل «سهولت کسب و کار» کشورها تنها از ۱۰ شاخص ابتدایی استفاده شده است. این یازده شاخص عبارتند از: «شروع کسب و کار»، «دریافت مجوزهای ساخت»، «دریافت برق»، «ثبت مالکیت»، «دریافت اعتبار»، «حمایت از سرمایه گذاران خرد»، «پرداخت مالیات»، «تجارت فرامرزی»، «اجرای قراردادهای حل و فصل ورشکستگی» و «مقررات بازار کار». بر این اساس در رتبه بندی «سهولت کسب و کار ۲۰۱۹»، نیوزیلند توانست با کسب نمره ۸۶٫۹۵ به عنوان آسان ترین کشور برای انجام کسب و کار در رده نخست بایستد (بدون تغییر نمره و رتبه نسبت به گزارش پیشین). پس از نیوزیلند، کشورهای سنگاپور





تعاملات اقتصادی را تقویت و از مشارکت های اقتصادی در برابر سوءاستفاده ها و اغراض سودجویانه محافظت می کنند. چنین قوانینی در شکل دهی انگیزه های بازیگران اقتصادی به شیوه ای که نتیجه آن تقویت رشد و توسعه اقتصادی است، تعیین کننده هستند. به علاوه، «کیفیت قوانین» در اینکه چطور منافع اقتصادی در جوامع توزیع می شود، اینکه جوامع چگونه هزینه های استراتژی ها و سیاست های توسعه ای خود را تامین مالی می کند، نقشی حیاتی دارد.

بهبود یافته، در ۴ شاخص «شروع کسب و کار»، «دریافت مجوز ساخت»، «ثبت مالکیت» و «اجرای قراردادهای» نزول کرده و در ۲ شاخص «دریافت اعتبار» و «حمایت از سرمایه گذاران خرد» بدون تغییر مانده است.

لازم به ذکر است بنیان اصلی «سهولت کسب و کار» این مفهوم است که فعالیت های اقتصادی از قوانین شفاف، منسجم و منطقی سود می برند. این قوانین حقوق مالکیت را تنظیم و شفاف سازی، حل اختلافات را آسان تر، پیش بینی

ایران با نمره ۶۷,۷۹ در جایگاه ۱۷۳ قرار گرفت. بر اساس آمارهای «بانک جهانی» تعداد پرونده های شروع کسب و کار ایران به طور میانگین ۱۰,۵ مورد است. همچنین این فرآیند حدود ۷۲,۵ روز طول می کشد و هزینه ای معادل ۱,۲ درصد درآمد سرانه نیاز دارد. در شاخص «دریافت مجوزهای ساخت» نمره ۶۹,۱۱ و رتبه ۸۶ برای ایران اعلام شده است. تعداد پرونده های مورد نیاز ۱۶ و زمان مورد نیاز در این زمینه ۱۳۰ روز است. در شاخص «دریافت برق» ایران توانست با نمره ۶۸,۸۶ در جایگاه ۱۰۸ بایستد. در ایران برای دریافت برق نیاز به گذراندن ۶ پرونده است که نیاز به زمان ۷۷ روزه و هزینه ای معادل ۹۲۳ درصد درآمد سرانه دارد. در شاخص «ثبت مالکیت» نمره ۶۳,۹۸ و رتبه ۹۰ برای ایران گزارش شده است. برای ثبت مالکیت در ایران نیاز به زمان ۳۱ روزه، گذراندن ۶ پرونده اداری و هزینه ای معادل ۵,۷ درصد ارزش دارایی است. در شاخص «دریافت اعتبار» نیز نمره ۵۰,۰ و رتبه ۹۹ برای ایران حاصل شده است. همچنین در شاخص «حمایت از سرمایه گذاران خرد» نمره ۳۳,۳۳ و رتبه ۱۷۳، در شاخص «پرداخت مالیات» نمره ۵۶,۷۸ و رتبه ۱۴۹، در شاخص «تجارت فرامرزی» نمره ۶۶,۲۰ و رتبه ۱۲۱، در شاخص «اجرای قراردادهای» نمره ۵۸,۲۱ و رتبه ۸۹ و در نهایت در شاخص حل و فصل ورشکستگی نمره ۳۵,۵۷ و نمره ۱۳۱ برای ایران گزارش شده است.

در رتبه بندی ۲۰۱۹، بهترین جایگاه ایران چه از لحاظ نمره و چه رتبه مربوط به شاخص «دریافت مجوزهای ساخت» است. در این شاخص ایران توانست با کسب نمره ۶۹,۱۱ در رتبه ۸۶ قرار گیرد (البته نمره و رتبه این شاخص نسبت به گزارش سال قبلی کاهشی چشمگیر یافته است). بدترین عملکرد ایران نیز مربوط به شاخص «حمایت از سرمایه گذاران خرد» است که با امتیاز ۳۳,۳۳ در جایگاه ۱۷۳ ایستاده است. در گزارش «سهولت کسب و کار» امسال، از میان ۱۰ شاخص، نمره ایران در چهار شاخص «دریافت برق»، «پرداخت مالیات»، «تجارت فرامرزی» و «حل و فصل ورشکستگی»

وضعیت ایران در رتبه بندی «سهولت کسب و کار ۲۰۱۹»				
شاخص	رتبه ۲۰۱۹	نمره ۲۰۱۹	نمره ۲۰۱۸	رتبه ۲۰۱۸
کل	۱۲۸	۵۶,۹۸	۵۶,۴۸	۱۲۴
شروع کسب و کار	۱۷۳	۶۷,۷۹	۸۵,۱۶	۹۷
دریافت مجوزهای ساخت	۸۶	۶۹,۱۱	۷۸,۰۷	۲۵
دریافت برق	۱۰۸	۶۸,۸۶	۶۸,۴۳	۹۹
ثبت مالکیت	۹۰	۶۳,۹۸	۶۴,۱۶	۸۷
دریافت اعتبار	۹۹	۵۰,۰۰	۵۰,۰۰	۹۰
حمایت از سرمایه گذاران خرد	۱۷۳	۳۳,۳۳	۳۳,۳۳	۱۷۰
پرداخت مالیات	۱۴۹	۵۶,۷۸	۵۶,۵۷	۱۵۰
تجارت فرامرزی	۱۲۱	۶۶,۲۰	۴۶,۱۱	۱۶۶
اجرای قراردادهای	۸۹	۵۸,۲۱	۵۹,۰۷	۸۰
حل و فصل ورشکستگی	۱۳۱	۳۵,۵۷	۲۳,۹۳	۱۶۰

وقتی همه خوابیم

کشورهای در حال توسعه چگونه پیشتاز بهبود محیط کسب و کار شدند

شده است؟ این ۱۰ کشور در سال گذشته در مجموع ۶۲ مورد اصلاح مؤثر در مقررات داشته‌اند و بیشترین اصلاحات در زمینه کاهش زمان، هزینه و رویه‌های شروع کسب و کار بوده است. تمرکز افغانستان بر تقویت چارچوب‌های قانونی کسب و کار است. حمایت از سرمایه‌گذاران خرد، تدوین قوانین جدید مربوط به مؤسسات با مسئولیت محدود و توجه به حاکمیت شرکتی از جمله اقدامات این کشور در سال گذشته بوده است.

جیبوتی کجای اصلاحات محیط کسب و کار است؟

جیبوتی و هند تنها کشورهایی هستند که دو سال متوالی در این فهرست قرار گرفته‌اند. همچنین جیبوتی تنها کشور منطقه منا (خاورمیانه و شمال آفریقا) در این فهرست است. این کشور برنامه‌های اصلاحی خود را با هدف تقویت چارچوب‌های قانونی دنبال می‌کند. جیبوتی نیز مانند افغانستان با بهبود خلأهای قانونی توانسته است امور مربوط به شروع کسب و کار، مجوز ساخت و ساز، ثبت مالکیت، دریافت اعتبار، حمایت از سرمایه‌گذاران خرد، تجارت برون مرزی و حل و فصل ورشکستگی را بهبود دهد.

پنجره واحد تجاری: چشم‌انداز چین به تجارت برون مرزی

چین در سال گذشته تلاش‌هایی بر افزایش کارایی فرآیندهای کسب و کار را دنبال کرده و

«تجارت برون مرزی»، «اجرای قراردادهای»، «حل و فصل ورشکستگی» و «مقررات بازار کار» است. از موارد مهمی که برای ارزیابی و امتیازدهی به هر یک از این شاخص‌ها استفاده می‌شود، زمان، هزینه و رویه‌های لازم برای انجام آن است. بررسی ۱۹۰ کشور در بازه زمانی می ۲۰۱۷/۲۰۱۸ تا ژوئن ۱۳۹۶/۲۰۱۸ خرداد ۱۳۹۷ نشان می‌دهد در مجموع ۳۱۴ مورد اصلاحات قانونی در ۱۲۸ کشور برای بهبود محیط کسب و کار صورت گرفته که حدود یک سوم آن‌ها در کشورهای آفریقایی انجام شده است.

پیشتازی همسایه شرقی در بهبود محیط کسب و کار

۱۰ کشوری که بیشترین بهبود در فضای کسب و کار را در سال گذشته تجربه کرده‌اند، شامل کشورهای آسیایی و آفریقایی است و افغانستان پیشتاز این اصلاحات است. البته سایر همسایه‌های ایران نیز از این تغییرات بی‌بهره نبوده‌اند. جمهوری آذربایجان و ترکیه جزو ۱۰ کشوری هستند که بیشترین اقدامات برای بهبود محیط کسب و کار را در پیش گرفته‌اند و در کنار آن‌ها، جیبوتی، چین، هند، توگو، کنیا، ساحل عاج و رواندا ۱۰ کشور برتر در تغییرات تسهیل‌کننده کسب و کار هستند.

بیشترین تغییر در امتیاز، مربوط به افغانستان با ۱۰٫۶۴ نمره بهبود و پس از آن چین و هند با بیش از هشت امتیاز است. اما چه تغییراتی موجب بهبود محیط کسب و کار در این کشورها

گزارش سالانه بانک جهانی از محیط کسب و کار، معمولاً نگاه‌ها را به کشورهای برتر جلب می‌کند، اما این گزارش، کشورهایی که بیشترین اصلاحات را داشته‌اند نیز معرفی می‌کند. ۱۰ کشوری که در سال گذشته بیشترین اصلاحات در زمینه محیط کسب و کار را داشتند، کشورهای آسیایی و آفریقایی بودند. تمرکز اصلاحات در کشورهای آسیایی بر نهادسازی و قوانین تسهیل‌کننده و در کشورهای آفریقایی بر دیجیتال کردن فرآیندها بوده است. بررسی اقدامات انجام شده در این کشورها به دو دلیل قابل توجه است: درس‌هایی که برای سایر کشورها دارند و موقعیت آینده آن‌ها در منطقه و جهان. همچنین وضعیت محیط کسب و کار یک کشور می‌تواند به عنوان راهنمای سرمایه‌گذاران خارجی عمل کند.

در گزارش‌های سالانه بانک جهانی که اولین مورد آن در سال ۱۳۸۲/۲۰۰۳ منتشر شد، شاخص‌هایی که بر کسب و کار بنگاه‌های اقتصادی تأثیرگذارند اندازه‌گیری می‌شوند. به این صورت که امتیاز هر شاخص محاسبه می‌شود و از ترکیب آن‌ها شاخص کل به دست می‌آید. پس از آن، کشورها بر اساس امتیاز کل، رتبه‌بندی می‌شوند.

تعداد این شاخص‌ها از پنج مورد در گزارش اولیه به ۱۱ مورد در گزارش سال جاری رسیده است که شامل «شروع کسب و کار»، «مجاز ساخت و ساز»، «انشعاب برق»، «ثبت مالکیت»، «دریافت اعتبار»، «حمایت از سرمایه‌گذاران خرد»، «پرداخت مالیات»،



اعتبار، تجارت برون مرزی و اجرای قراردادهای را بهبود داده است. یکی از اقدامات مؤثر این کشور را می‌توان راه‌اندازی سامانه‌های آنلاین برای امور مربوط به مالیات شرکت‌ها و مالیات بر ارزش افزوده دانست.

ترکیه و دولت الکترونیک

دولت ترکیه، بهبود فرآیندهای الکترونیکی کردن اسناد و شفافیت اطلاعات را در دستور کار قرار داده است. به‌طوری‌که برای استانبول و دیگر شهرها، وبسایت‌هایی طراحی شده که اطلاع‌رسانی درباره مقررات، جداول هزینه‌ها و پیش‌نیازهای لازم برای مجوزهای ساخت‌وساز را بر عهده دارند. همچنین وزارت دادگستری این کشور، نتایج تمام دادگاه‌های تجاری، دادگاه‌های مدنی و دعوای مربوط به مالکیت معنوی و صنعتی و نیز دادگاه‌های محلی استانبول را از سال ۲۰۱۴ منتشر می‌کند. در زمینه دسترسی به اعتبار نیز «مرکز ریسک انجمن بانکداری ترکیه» اطلاعات اعتباری را با استفاده از هفت شرکت ارتباطی به اشتراک می‌گذارد.

رواندا

این کشور نرم‌افزار سازمان مالیاتی را جایگزین سامانه‌های صدور فاکتور الکترونیکی کرده است. این نرم‌افزار که به‌صورت رایگان در اختیار کسب‌وکارها قرار می‌گیرد فرآیند پرداخت مالیات بر ارزش افزوده را نسبت به روش قبلی ساده‌تر می‌کند. همچنین در بحث مدیریت زمین، وبسایتی برای حل دعوای مالکیت زمین راه‌اندازی کرده که در آن آمارهای مربوط به نتایج حل اختلاف و شرح آن‌ها ذکر شده است. در زمینه صادرات محصولات کشاورزی نیز با معرفی یک سیستم آنلاین برای صادرات محصولات، صدور اسناد تجاری به‌صورت الکترونیکی انجام می‌شود.

تجهیزات بندرگاهی، تقویت مدیریت و بهبود جریان اسناد الکترونیکی اشاره کرد. هند برای تسهیل صدور مجوز ساخت‌وساز و متمرکز کردن این فرآیند، دو سامانه آنلاین را طراحی و اجرا کرده است. اقدام دیگر این کشور تسریع صدور انشعاب برق است که اکنون ظرف ۱۵ روز انجام می‌شود.

توگو

راه‌اندازی سامانه‌های آنلاین مالیات شرکت‌ها و مالیات بر ارزش افزوده از اقدامات این کشور آفریقایی برای تسهیل پرداخت مالیات است. توگو همچنین با راه‌اندازی یک سامانه آنلاین برای ثبت شرکت‌ها، مدت زمان انتخاب نام برای شرکت را کاهش داده است. راه‌حل‌های مبتنی بر دیجیتال‌سازی در زمینه ثبت دارایی‌ها نیز به کار گرفته شده‌اند. توگو با توسعه برنامه‌های دیجیتال‌سازی، تحولی در مدرن‌سازی شیوه‌های مدیریت زمین به وجود آورده است که در یکی از این پروژه‌ها تا ماه فوریه/بهمن سال جاری ۹۷٫۲ درصد اسناد زمین پایتخت این کشور، اسکن و ثبت خواهند شد.

کنیا

سیستم آنلاین مالیاتی کنیا که عملیات مربوط به مالیات بر ارزش افزوده را تسهیل کرده، عامل مؤثر در بهبود رتبه این کشور بوده است. همچنین وزارت زمین و برنامه‌ریزی فیزیکی در کنیا با راه‌اندازی یک سامانه آنلاین به‌عنوان سیستم مدیریت مالی شهروند الکترونیک این امکان را برای زمین‌داران فراهم کرده است که با تعیین آنلاین اجاره‌بها، امکان دریافت، پرداخت و تسویه از طریق سیستم را داشته باشند.

ساحل عاج

ساحل عاج رویه‌های مجوز ساخت دریافت

به‌عنوان مثال، زمان دسترسی به انشعاب برق در این کشور کاهش یافته و پرداخت بابت حق انشعاب نیز به‌صورت آنلاین انجام می‌شود که منجر به سرعت و سهولت دسترسی به انشعاب برق شده است. همچنین در رابطه با تجارت برون مرزی، با راه‌اندازی پنجره واحد تجاری ارتباط بین گمرک‌ها، سازمان مالیاتی، بنادر، وزارت بازرگانی و سایر نهادهای مرتبط با صادرات و واردات از طریق یک سامانه واحد انجام می‌شود.

اصلاحات نهادی در جمهوری آذربایجان

جمهوری آذربایجان با راه‌اندازی یک پنجره واحد اقدامات نهادی را در پیش گرفته که زمان و هزینه فرآیندهای تجاری را کاهش داده است. به‌عنوان مثال با راه‌اندازی این پنجره واحد، زمان لازم برای اخذ مجوز ساخت به ۸۰ روز و هزینه آن به حدود هفت هزار و ۵۰۰ دلار کاهش یافته است. همچنین برای تسهیل دسترسی به اعتبار، نهادهای اعتبارسنجی و سیستم یکپارچه ثبت وثایق را طراحی و اجرا کرده است.

برنامه سه‌ساله هند برای تسهیل تجاری

عامل تأثیرگذار بر بهبود رتبه هند، تمرکز بر ساده‌سازی فرآیندهای کسب‌وکار بوده است. این کشور با تدوین «برنامه اقدام ملی تسهیل تجارت» در سال ۲۰۱۷ برنامه دارد در مدت سه سال کارایی تجارت خارجی در این کشور را بهبود دهد. این اقدامات کاهش زمان بررسی مدارک و مستندات در امور صادرات و واردات را به دنبال داشته‌اند به‌طوری‌که صادرکنندگان امور مربوط به فروش را به‌صورت الکترونیکی انجام می‌دهند و بازرسی فیزیکی تنها برای حدود ۵ درصد از محموله‌ها الزامی است.

از دیگر اقدامات هند در زمینه تسهیل تجارت برون مرزی می‌توان به سرمایه‌گذاری در

صادرات را به دست خود خفه نکنیم



حسین سلاح‌پوری نایب رئیس اتاق ایران

متأسفانه به دلایل گوناگون در دام این راهبرد افتاد و با توجه به بیراهه‌روی‌ها به توسعه صناعی به شدت نیازمند انواع حمایت، اقدام کرد. کره جنوبی، برزیل، تایلند و برخی کشورها نیز این راهبرد را به دلیل اینکه نگاه ناسیونالیستی پشت آن بود پذیرفتند. اما کشورهایی مثل کره جنوبی و تایلند زودتر از دیگر کشورها به این نتیجه رسیدند که منابع کافی برای حمایت دایمی از تولیدات صنعتی غیررقابتی ندارند و نمی‌توانند تا ابد به مصرف‌کنندگان بگویند باید کالای داخلی خریداری کنند. این کشورها به ویژه کره جنوبی از دهه ۱۹۷۰ راهبرد توسعه صادرات را برای توسعه انتخاب کرد و اکنون یک کشور کامیاب در جهان به حساب می‌آید. ترکیه در همسایگی ایران نیز از همین راهبرد پیروی کرده و اکنون یکی از صادرکنندگان بزرگ به حساب می‌آید.

هم راهبرد، هم ضرورت روز

اقتصاد ایران در همین دهه ۱۳۹۰ با دو شوک بزرگ مواجه شده که به لحاظ شباهت شگفت‌انگیز و به لحاظ

ارزی داشته باشیم، اما به نظر می‌رسد باز هم قرار است فرصت‌سوزی کنیم.

راهبرد توسعه صادرات

راهبرد توسعه صادرات در دنیا و به ویژه در کشورهای توسعه‌نیافته زمانی به مدار بحث‌های راهبردی آمد که راهبرد جایگزینی واردات با ناکامی مواجه شد و کشورهایی در جنوب شرق آسیا از رفتن و ادامه دادن در مسیر آن راهبرد امتناع کردند.

بر اساس راهبرد جایگزینی واردات، کشورها باید با دوری از واردات کالاهای با دوام مثل اتومبیل، یخچال، لباسشویی و حتی کالاهایی مثل پارچه و پوشاک از بازارهای جهانی، با احداث واحدهای تولیدی این کالاها در داخل، ضمن حفظ ارزشهای معتبر در داخل به مرور به تولید این کالاها اقدام کنند و به یک کشور صنعتی تبدیل شوند. بر اساس این راهبرد، چنین رویکردی موجب کاهش وابستگی کشورهای پیرامون به کشورهای مرکز خواهد شد. راهبرد جایگزینی واردات بیشتر از سوی چپ‌اندیشانی مثل آندره گوندرفرانک ترویج می‌شد. ایران نیز

داوری درست و تلخی درباره ایران به ویژه در میدان اقتصاد در میان فعالان اقتصادی وجود دارد که ما سلطان از دست دادن فرصت هستیم. به طور مثال گفته می‌شود با آزاد شدن چندین کشور از وجود امپراتوری شوروی در مرزهای ایران و آشکار شدن فرصت استفاده از بازار بکر و دست نخورده برای صادرات انواع کالا، خدمات فنی و مهندسی و حتی خدماتی مثل گردشگری برای ایران اما هیچ استفاده کارآمدی از این بازارها نشد. ایران اگر با برنامه‌ای از پیش اندیشیده با بازار کشوری مثل افغانستان برخورد می‌کرد یک بازار مطلوب و پایدار داشت اما این اتفاق نیز به شکل کارآمد و پایدار نیفتاد. در شرایطی که ایران آمادگی داشت در مسیر انتقال نفت و گاز کشورهای مثل ترکمنستان و آذربایجان قرار گیرد و درآمد قابل‌اعتنایی به دست می‌آورد، اما این فرصت نیز از دست رفت. اکنون در شرایط پاییز ۱۳۹۷ که کشور باید در مسیر توسعه صادرات غیر از نفت قرار گیرد تا زیر تهدیدهای آمریکا به دلیل تحریم نفت، از محل‌های دیگر درآمد

و فراهم کردن شرایط مساعد برای دادن علامت درست به بازارهای دیگر تصمیم گرفتند که دلارپاشی کنند، اقتصاددانان و فعالان اقتصادی بارها به دولت هشدار دادند که این تصمیم پیامدهای همه‌جانبه و چندبعدی دارد اما دولت کار خود را انجام داد. نتیجه تصمیم یادشده، فروریختن تعادل در بازارهای متعدد بود. این موضوع شرایطی را برای دولت آماده کرد که خودزنی در ابعاد گوناگون به سرعت در دستور کار قرار دهد. دولت با صدور ده‌ها بخشنامه متضاد و متناقض پس از سیاست سرکوب ارزی به همه بخش‌های اقتصاد از جمله به صادرات نیم‌بند قبلی نیز آسیب زد که در ادامه به برخی از دلایل آن اشاره خواهیم کرد. بدیهی است که ادامه این روند به تضعیف تاریخی و بنیادین مقوله صادرات می‌رسد که امیدواریم در همین مرحله متوقف شود.

اولویت بازار داخل

مدیران دولتی در ایران کارنامه و سابقه ناکارآمدی در زمینه استمرار صادرات دارند و یکی از مسایلی که همیشه به آن استناد می‌کنند توجه به بازار داخلی با نگاه سیاسی است. تاکنون بارها شاهد بوده‌ایم که وقتی نرخ ارزهای معتبر در بازار ایران روندی صعودی را تجربه می‌کند، صادرات کالاها واجد مطلوبیت می‌شود و تمایل به توسعه صادرات افزایش می‌یابد. در این وضعیت که توسعه صادرات در دستور کار است ناگهان معلوم نمی‌شود چرا بازار کالاها صادراتی با کمبود آن کالا و افزایش شدید

داده است به لحاظ رشد و توسعه صادرات در مقایسه با کشورهای مثل کره جنوبی، ترکیه، مالزی و سایر کشورهای توسعه‌خواه کمترین رشد کیفی و حتی کمی را داشته است. نخستین و بزرگترین دلیل عدم رشد و توسعه صادرات ایران به ذهنیت جامعه تصمیم‌گیر در حوزه اقتصاد سیاسی باز می‌گردد. مدیران اداره کننده اقتصاد در نیم قرن اخیر اعتقاد به توسعه صادرات نداشته و ندارند و تنها در حرف و بر روی کاغذ از این مقوله دفاع می‌کنند. پس از این عامل که در صدر عوامل ناکامی ایران به حساب می‌آید باید به سطح توسعه‌یافتگی صنعتی ایران اشاره کنیم. واقعیت تلخ این است که ایران به دلیل ناسازگاری با روندهای عمومی اقتصاد جهانی، توانایی نوسازی تکنولوژیک در صنعت را تجربه نکرده و به همین دلیل از بازار بزرگ صادرات صنعتی سهمی نزدیک به صفر دارد. بیشترین ارزش صادراتی کالاهای ایرانی در همین دهه اخیر به صادرات فرآورده‌های پتروشیمی و میعانات گازی برمی‌گردد که با صادرات نفت خام فاصله اندکی دارند. از سوی دیگر ایران در همه این سال‌ها و حتی پیش از انقلاب نرخ ارز را مقوله‌ای تثبیت شده تلقی کرده و به همین دلیل انگیزه‌های توسعه صادرات را از علاقه‌مندان و بازرگانان سلب کرده است.

خودزنی صادراتی

پس از آنکه دولت و بانک مرکزی در زمستان ۱۳۹۶ به جای تأسیس بازار ارز

اجرایی تأسفاور است. ایران در اوایل دهه حاضر دو تنگنای پرش بلند ارز و تشدید تحریم‌ها را تجربه کرد که پیامدهای دهشتناکی داشته‌اند. یکی از این پیامدها، سقوط درآمد ارزی به دلیل تحریم صادرات نفت بود. در حالی که تصور می‌شد این تجربه تلخ منجر به اتخاذ راهبرد توسعه صادرات برای ایران شود اما شاهد چنین اقدامی نبودیم و کشور پس از رفع تحریم نفتی دوباره در ریل قدیمی به حرکت ادامه داد تا اینکه دوباره در نیمه نخست امسال با همان دو تنگنا مواجه شدیم. آمریکا با همه نیروی اقتصادی و سیاسی خود ایران را زیر فشار تحریم قرار داده و دوباره شاهد جهش نرخ ارز در بازار هستیم. داستان تکرار می‌شود و ایران به‌زودی با کمبود درآمد ارزی مواجه خواهد شد.

آیا کشور این دو تجربه تلخ را مورد توجه قرار خواهد داد و به راهبرد توسعه صادرات احترام خواهد گذاشت؟ اگرچه با توجه به نکاتی که در ادامه به آن اشاره خواهد شد این اتفاق بعید است که رخ دهد اما از سوی دیگر می‌توان امید داشت در این روزهای سخت، جامعه رهبری اقتصادی ایران به این نتیجه برسد که راهبرد یادشده را تمام و کمال و به‌صورت پایدار در دستور کار قرار دهند. از سوی دیگر در این وضعیت که ایران نیاز به درآمد ارزی بزرگ دارد تا کاهش درآمد ارزی ناشی از تحریم نفت را جبران کند، ضرورت ایجاد می‌کند که توسعه صادرات را در دستور کار قرار دهیم.

تنگناهای توسعه صادرات

ایران در تمامی نیم قرن اخیر نشان

قیمت مواجه می‌شود و کاسه و کوزه‌ها بر سر صادرات می‌شکند. دولت‌های مختلف در کشور و حتی دولت فعلی در این موارد بلافاصله تصمیم به منع صادرات همین دسته کالاها می‌گیرند. در روزهای تازه‌سپری شده شاهد بودیم که صادرات گوجه فرنگی ممنوع شد چرا که گفته شد به دلیل توسعه صادرات گوجه فرنگی، بازار داخلی با افزایش قیمت مواجه شده است. اعلام نارضایتی شهروندان از گرانی گوجه فرنگی با تصمیم فوری دولت برای ایجاد محدودیت همراه شد. این اتفاق به معنای بی‌اعتمادی بیشتر خریداران و واردکنندگان محصولاتی است که صادرات آن‌ها با تهدید و تحدید دولتی مواجه شده است. کارشناسان باور دارند دولت به جای اینکه چنین تصمیم سختی بگیرد می‌توانست در تعامل با شهروندان، از آن‌ها بخواهد به دلیل وضعیت موجود تحمل کنند تا توسعه صادرات ایران با شکست و نوسان مواجه نشود. این کار ساده و آسانی است که به محض ایجاد اندکی نارضایتی شهروندان یک مقوله با ارزش مثل توسعه صادرات دستور توقف بدهیم. یادمان باشد که توسعه صادرات نیازمند سعه صدر و شجاعت است.

پیمان سپاری ارزی

در ماجرای افزایش نرخ ارز در دو مقطع اوایل دهه ۱۳۹۰ و این روزهایی که در آن قرار داریم، روش‌ها و راهبردی ثابت و زیان‌آوری را از سوی مدیران اقتصادی شاهد بوده و هستیم. دقت در روش اداره افزایش نرخ ارز در ۶ ماهه اول امسال

نشان می‌دهد دولت دوازدهم همان روش دولت دهم را در دستور کار قرار داد و اجرا کرد. به این معنی که دولت یک نرخ می‌خکوب شده را برای هر دلار به مثابه نرخ رسمی اعلام کرد و پس از آن به همه فعالان اقتصادی دستور داد باید از این نرخ اطاعت کنند. این دلار ۴۲۰۰ تومانی در شرایطی نرخ رسمی شد که نرخ هر دلار در بازار در همان روزها به ۸ هزار تومان هم رسیده بود.

از پیش معلوم است که صادرکنندگان کالا هرگز به لحاظ ذهنی و تئوریک آمادگی این را نداشتند که وقتی هر دلار آن‌ها در بازار تا دو برابر نرخ رسمی خریداری می‌شد، این نرخ را بپذیرند. دولت قرص و محکم ایستاده بود که باید دلارهای صادراتی به نرخ هر دلار معادل ۴۲۰۰ تومان فروخته شود و صادرکنندگان به لحاظ ذهنی این را نمی‌پذیرفتند. پیمان‌سپاری ارزی سابقه ۹۰ ساله قانونی و اجرایی دارد و تجربه نشان داده که این قانون به دلیل نادیده گرفتن منطق اقتصادی و ناسازگاری با منفعت شخصی به مثابه عامل تحریک فعالیت اقتصادی هرگز اجرای کامل را تجربه نکرده است. به نظر می‌رسد ادامه پیمان‌سپاری ارزی و مجبور کردن صادرکنندگان به اینکه دلار خود را به قیمت دولتی عرضه کنند هرگز فایده‌ای برای جامعه ندارد و به پنهان‌تر شدن مناسبات و رانتی‌تر و فاسدتر شدن فضای کسب‌وکار منجر خواهد شد.

دولت می‌داند و می‌بیند که صادرکنندگان حاضر نیستند با این وضعیت فعالیت کنند و بهتر است با واقعیت‌ها کنار آید و اجازه

دهد بازار آزاد شکل گیرد. در ماه‌های گذشته دیدیم که دولت با سرسختی مانع ایجاد بازار ثانویه می‌شد و ناگزیر شد بعدها این بازار را بپذیرد و حالا شنیده می‌شود بازار سومی نیز شکل گرفته است. سخت‌گیری دولت در این میدان بدون تردید به تأسیس بازارهای چهارم و پنجم نیز منجر خواهد شد. اگر بازار آزاد شکل بگیرد از این رانت و هدرروی منابع ارزی و گسترش فساد دور خواهیم شد. اگر دولت ادعا می‌کند که پیمان‌سپاری ارزی منجر به کاهش رشد نرخ تبدیل دلار به ریال شده باید سری به بازار بزند. در حالی که هرروز شاهد نرخ اعلام شده در شبکه نیما و شبکه دیگر هستیم اما بازار آزاد ارز است که با وجود حجم شاید کم دادوستد، آدرس قیمت‌ها را می‌دهد.

اتاق ایران با درک شرایط و وضعیت خاص اقتصاد کشور از دولت تقاضا کرده است با پذیرش واقعیت‌ها، به سوی بازار ارز آزاد حرکت کند. اما اگر تا آن روز فاصله زمانی زیادی مانده، بهتر است که برخی سخت‌گیری‌ها را کاهش دهد. در صورتی که دارندگان ارز اعم از ارز صادراتی که در آینده ممکن است اتفاق بیفتد و دارندگان ارز از گذشته احساس آرامش کنند و بدانند که دولت و بانک مرکزی متعهد هستند که مالکیت آن‌ها را محترم بشمارند احتمالاً با شتاب بیشتری دلارهای خود را به بازار عرضه خواهند کرد. در این صورت می‌توان انتظار داشت در پی روند و بازه زمانی مطلوب بازار ثانویه و بازار آزاد ارز به سمت هم گرایش نشان دهند و از برآیند این برخورد نرخ تعادلی بازار



تعادل خارج می‌کند. دولت ممکن است برای حفظ بازارهای صادراتی و کاهش قیمت تمام‌شده با هدف رقابت‌پذیر کردن صادرات نیز مزیت‌هایی را برای کالاهای خاصی لحاظ کند در این صورت باز هم احتمال به هم خوردن تعادل در بازارها وجود دارد. در شرایط حاضر به نظر می‌رسد ماجرای افزایش قیمت تمام‌شده به دست دولت، به انداختن جسم فرسوده صادرات به چاه کمک خواهد کرد.

چه باید کرد؟

در سطرهای بالا یادآور شدم که رفتار دولت در تحولات ارزی راهی برای خفه کردن صادرات کشور بوده است و ادامه این رویکرد می‌تواند این فرصت طلایی که برای توسعه صادرات فراهم شده را به‌رغم فضای مساعدی که شاهد آن هستیم به تهدید تبدیل کند؛ کما اینکه این اتفاق افتاده است. به نظر می‌رسد اگر قرار است توسعه صادرات به مثابه راهبرد توسعه کشور در کانون توجه باشد، باید از برخی دستورهای اکید دست برداریم. باز کردن راه برای واردات مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای و برداشتن دستور پیمان‌سازی ارزی برای گام‌های نخست یک ضرورت تمام‌عیار است. دولت دوازدهم باید راهبرد را انتخاب و برای یک بار دستورالعمل اجرایی را صادر کند و دست از سر بازار ارز بردارد تا توسعه صادرات رخ دهد. دولت می‌تواند دست‌کم با رفع موانع مقرراتی و حذف بخشنامه‌های متناقض، فضای امنی را به گسترش فعالیت‌های صادراتی فراهم کند.

قیمت در اندازه‌های گوناگون باقی نگذاشته است. مارپیچ افزایش نرخ ارزهای معتبر در بازار و افزایش قیمت کالاها و خدمات که هنوز کامل نشده است و روندی عجیب را سپری می‌کند به شتابان شدن نرخ تورم منجر شده است. به همین دلیل است که تولید صنعتی با نرخ‌های جدید اتفاق می‌افتد. پیش‌بینی‌ها از نرخ تورم امسال دامنه بازی دارد و از ۳۰ تا ۶۰ درصد برای امسال از سوی نهادهای گوناگون بر زبان آمده است. اگر کف این نرخ را در برابر نرخ متوسط تورم در جهان قرار دهیم، خواهیم دید دست‌کم نرخ تورم ایران ۵ برابر میانگین نرخ تورم جهانی است. در این حالت است که قدرت رقابت‌پذیری تولیدات صادراتی ایران در دنیای پر از رقابت، باز هم کاهش را تجربه خواهد کرد. در دنیای امروز که در بازاریابی صادراتی پایین آوردن نرخ‌های فروش در اندازه‌های بسیار کوچک، حرف اول را می‌زند، نمی‌توان از خریدار خواست منتظر باشد تا نرخ تورم در ایران کاهش پیدا کند و تولیدکننده ما بار دیگر قدرت رقابتی خود را به دست آورد. در گذشته معمولاً دولت برخی از کالاها را از پیمان‌سازی معاف می‌کرد که البته نیز به تبعیض و به هم خوردن تعادل منجر خواهد شد. به طور مثال دولت تصمیم می‌گیرد صادرات فرش را به دلیل حفظ بازارهای سنتی از پیمان‌سازی ارزی معاف کند. نخستین کاری که یک بازرگان می‌کند این است که سرمایه‌اش را به این بازار می‌آورد و انسجام بازار صادراتی این کالا را از

ارز پدیدار شود. این نرخ بدون تردید در صورت ثبات و پایداری و مصون ماندن از دستکاری و دست‌اندازی مقام‌های دولتی و همچنین باز شدن روزه‌های امید برای ثبات در تصمیم‌گیری‌ها منفعت عمومی را برآورده خواهد کرد. دولت نیز می‌تواند با پذیرش نرخ آزاد ارز و اطمینان از ثبات قیمت در این بازار به منابع ریالی مطمئن دست یابد و با این منابع بخشی از قدرت خرید گروه‌های کم‌درآمد جامعه مثل معلمان، کارگران، کارمندان شاغل در پایین‌ترین رده شغلی و روستائینان را جبران کند.

این برای جامعه نخبگان و فرهیختگان یک اتفاق آزردهنده است که هرگاه شرایط سخت می‌شود نهاد دولت به قانون‌های فرسوده و منسوخ شده ۹۰ سال قبل برگردد و از تجربه‌های جهانی استفاده نکند. دنیای امروز با دانش نو و استفاده از تجربه‌های پیشین راه حل‌های کارساز در هر عرصه اقتصاد از جمله بازار ارز را در دست دارد و می‌توان به جای رفتارهای فرسایشی از این دانش استفاده کرد. نمی‌توان به صادرکننده امروز دستور داد پیمان ارزی بسپارد و چشم‌هایش را بر روی واقعیت ببندد. نتیجه و برآیند پیمان‌سازی ارزی و داستان‌های بعد از آن خفه کردن صادرات به دست خودمان است.

تورم فزاینده و قیمت تمام‌شده

نرخ تبدیل هر دلار آمریکا به ریال ایران در یک دوره کوتاه‌مدت تقریباً سه برابر شده است. این وضعیت برای عرضه‌کنندگان کالا راهی جز افزایش



سردرگمی صادرکنندگان و تولیدکنندگان



احمد صادقیان عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران

درباره شروع دور دوم تحریم‌های یک‌جانبه آمریکا و برنامه‌ریزی‌ای که دولت انجام داده است، می‌گوید: «صادرات دچار چالش‌های جدی است، بحث انتقال کالا، جابه‌جایی‌های مالی و پولی و هزینه‌هایی که به صادرکننده تحمیل می‌شود و سردرگمی برای برنامه‌ریزی نسبت به آینده معضلات جدی را به وجود آورده است که با شروع دور دوم تحریم‌ها؛ به خصوص تحریم‌های بانکی و مالی این مشکلات پیچیده‌تر هم خواهد شد. توجه داشته باشید که ما در صادرات کالا علاوه بر اینکه مشکلات خاص خودمان را داریم با دامپینگ کشورهای دیگر هم روبه‌رو هستیم؛ خیلی از کشورها حمایت‌های بسیار زیادی از واحدهای تولیدی و محصولات صادراتی خود انجام می‌دهند و این رقابت را در بازارهای جهانی بسیار دشوار می‌کند؛ مثلاً کشور ترکیه برای حضور قوی شرکت‌هایش در بازار آفریقا حدود ۳۰ درصد تعرفه‌ها را پرداخت می‌کند و در مقابل ما با وجود اینکه هزینه تولیدمان بالاست، مشکل نقل و انتقال پول و... را هم داریم و این حمایت‌ها را هم نداریم. مثلاً برای حضور در نمایشگاه‌های جهانی هیچگونه حمایت دولتی وجود ندارد. شرکت ما به عنوان یکی از اصلی‌ترین واحدهای تولید فرش ماشینی امسال بعد از ۲۰ سال حضور در نمایشگاه هانوفر آلمان، در این رویداد جهانی شرکت نخواهد داشت و انصراف داده‌ایم چون حتی تامین ارز نمایشگاه مشخص نیست.»

صادر شد و گروه‌بندی‌ها تغییر کرد؛ قیمت ارز نوسانات بسیار داشت و چالش‌های بسیاری را شکل داد. در حال حاضر شاهدیم که همین بی‌برنامگی‌ها باعث شده که تعهداتی برای واحدها به وجود بیاید. در ماه‌های گذشته شاهد بی‌ثباتی‌های بسیاری هستیم و در این بین واحدهای تولیدی نمی‌دانند باید چه کاری انجام دهند. ندانم‌کاری‌ها و بخشنامه‌های لحظه‌ای که صادر می‌شود و در فاصله کوتاهی نقض می‌شود، فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی را بسیار مشکل کرده است و هیچ فعال اقتصادی نمی‌تواند حتی برای فردای کسب‌وکارش برنامه‌ریزی کند. مثلاً یک بخشنامه‌ای صادر می‌شود و بند ۹ آن خیلی از واحدهای تولیدی را معاف و شامل ارز دولتی می‌داند ولی به فاصله یک هفته بخشنامه دیگری صادر می‌شود که همه چیز را تغییر می‌دهد و در این بین تعهداتی برای تولیدکنندگان ایجاد می‌شود اما کسی پاسخگو نیست؛ آن هم در شرایطی که یک سرمایه‌گذار و تولیدکننده برای دخل و خرج خود محاسبات دقیقی را انجام می‌دهد و تنها در شرایط خاصی هست که آن سرمایه‌گذاری توجیه اقتصادی دارد. وقتی همه چیز تغییر می‌کند در واقع کل آن برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری عوض می‌شود و کسی که وارد کار شده در واقع شرایط به او تحمیل می‌شود آن هم در حالی که با رکود اقتصادی روبه‌رو هستیم.»

صادقیان در بخش دیگری از صحبت‌هایش

عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران می‌گوید مدیران و مسئولان کشور باید هرچه سریع‌تر به داد فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان و صادرکنندگان برسند. احمد صادقیان درباره دریافت ارز از سامانه نیما می‌گوید: «شرکت ما از اردیبهشت درخواست دریافت ارز از سامانه نیما را داده و چندین پروفرما داشته‌ایم اما ارز کافی برای دریافت وجود نداشت و به تازگی توانسته‌ایم تنها یکی، دو تا از آن‌ها را به سختی و با قیمت‌های رقابتی که آن جا هست دریافت کنیم و با توجه به تأخیر به‌وجودآمده، الان واحدهای تولیدی و صنعتی ما دچار کمبود مواد اولیه و مشکلات بسیاری شده‌اند.»

او در ادامه می‌گوید: «امیدواریم در سامانه نیما کارها تسهیل شود و ارزی که پیش‌بینی می‌شد عرضه می‌شود، تحقق پیدا کند. قرار بود ظرف ۶ ماه ابتدایی سال ۲۰ میلیون دلار ارز در این سامانه عرضه شود ولی رقم بسیار کمتری تحقق پیدا کرده است و کمبود ارز در این سامانه محسوس است.»

او که مدیرعامل شرکت تک ماکارون و عضو هیئت مدیره شرکت فرش ستاره کویر یزد است، در پاسخ به این سوال که مهم‌ترین مشکلاتی که واحدها با آن دست و پنجه نرم می‌کنند، چیست؟ گفت: «بحث تامین مواد اولیه یکی از مباحث اساسی برای واحدهای تولیدی است و الان شاهد یک سردرگمی در این زمینه هستیم. در بخش صادرات هم بخشنامه‌های متعدد ارزی که

راه تحقق رشد اقتصادی در فضای تحریم



بهرام شکوری فعال اقتصادی

حداقل محدودیت مواجه هستند. همچنین به جرأت می‌توان گفت بازگشت تحریم‌های آمریکا پیش‌تر از اجرایی شدن رسمی آن با شکل‌گیری جو روانی منفی، تأثیر خود را بر اقتصاد ایران گذاشته است به‌طوری‌که پیش از اعلام رسمی رئیس‌جمهور آمریکا برای خروج از برجام شاهد بی‌ثباتی در بازار ارز، تعلل مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در انجام هر تصمیمی و به‌طور کلی انجماد در بازار بودیم، در واقع همه بخش‌های جامعه از مدت‌ها قبل از اعلام تصمیم نهایی آمریکا به نوعی منتظر بودند تا ببینند چه خواهد شد. درحالی‌که اکنون با مشخص شدن موضع آمریکا، کشورهای اروپایی و سایر کشورهایی که با آنها مناسبات تجاری داریم، به لحاظ ثبات سیاسی و در نهایت اقتصادی به تعادل نسبی رسیده‌ایم و تکلیف فعالان اقتصادی مشخص شده است.

به‌طور مثال، یکی از بخش‌های اثرگذار در اقتصاد که با بالاترین سطح مواجه بود و اکنون وضعیت آن و سایر صنایع و واحدهای وابسته به آن مشخص شد، تولید و صادرات نفت بوده است. تولید و صادرات نفت از مهم‌ترین کانال‌های تأثیرگذار تحریم‌ها است که به دلیل اقتصاد نفتی ایران، این متغیر قابلیت نفوذ و اثرگذاری بر سایر متغیرهای اقتصادی را دارد؛ اما نکته قابل‌توجه در این متغیر مهم، عدم تحقق رویای آمریکا در به صفر رساندن صادرات نفت ایران بوده است که نشان از عدم اعمال قدرت آمریکا بر سایر کشورهای جهان دارد تا جایی که با عقب‌نشینی از مواضع خود، ناچار به اعطای معافیت ۶ماهه برای چند کشور واردکننده نفت از ایران شد. از طرفی عربستان سعودی، بزرگ‌ترین صادرکننده نفت جهان، در ۱۱ نوامبر ۲۰۱۸، خبر از کاهش صادرات نفت خود در ماه آینده میلادی داد، درحالی‌که انتظار می‌رفت این کشور برای پوشش

خروج آمریکا از برجام و بازگرداندن تحریم‌ها، اثرات مستقیم و غیرمستقیمی بر اقتصاد ایران خواهد گذاشت که در نهایت باعث ایجاد برخی محدودیت‌ها علیه اقتصاد ایران خواهد شد، اما این دوره از تحریم‌ها تفاوت زیادی با دور قبلی دارد. در این دوره از تحریم‌ها تمامی کشورها مخالف بدعهدی آمریکا، و حامی ایران هستند این درحالی است که در دور قبلی تحریم‌ها، تمامی کشورها حامی سیاست‌های آمریکا بوده‌اند و اقتصاد ایران چندجانبه در معرض فشار قرار داشت.

از طرف دیگر تحریم‌های اولیه سازمان ملل، اقتصاد ایران را در شوک اقتصادی و سیاسی قرار داد درحالی‌که تحریم‌های یکجانبه آمریکا در فضایی اجرایی می‌شود که تجربه تحریم‌های قبلی، راه‌های مقابله را تا حدی برای اقتصاد ایران آشنا ساخته است. از دیگر نکات متفاوت این دور از تحریم‌ها با تحریم‌های سازمان ملل، ایجاد فرصت برای رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط و بخش خصوصی کشور است؛ چراکه تحریم‌ها عمدتاً با شناسایی صنایع بزرگ و تأثیرگذار در اقتصاد کشور، سعی در اعمال محدودیت در روند فعالیت این شرکت‌ها داشته‌اند به‌طوری‌که شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران بزرگ خارجی را از همکاری با این واحدهای بزرگ و اغلب دولتی بازداشته است. درحالی‌که بنگاه‌های کوچک و متوسط خارجی و سرمایه‌گذاران خرد خارجی که در بازاری مانند آمریکا سهم قابل‌توجهی نداشته و منافع آنها تهدید نمی‌شود، با کاهش ارزش پول ملی ایران، فرصت را غنیمت شمرده و با تزریق منابع مالی و تجربه خود، همکاری با بنگاه‌های کوچک و متوسط را کلید زده‌اند.

از طرف دیگر، بنگاه‌های کوچک و متوسط ایرانی به دلیل آنکه فعالیت‌های خود را چراغ خاموش پیش می‌برند و کمتر در تیررس آمریکا قرار دارند، در برقراری مناسبات بین‌المللی با

کاهش عرضه نفت ایران، عرضه نفت خود را در بازارهای جهانی افزایش دهد. در نهایت معافیت ۶ ماهه آمریکا برای واردکنندگان نفت از ایران، همچنین سیاست عرضه نفت عربستان، فرصت مناسبی برای کشور است تا با کاهش وابستگی خود به اقتصاد نفتی، از لطامت احتمالی کاهش صادرات نفت در آینده مصون بماند که البته تحقق آن مستلزم تقویت بخش خصوصی و افزایش سهم تولید و صادرات غیرنفتی کشور خواهد بود. به طور مثال، در راستای افزایش سهم بخش خصوصی در اقتصاد کشور، طرح عرضه نفت خام در بورس، فرصتی مناسب برای بخش خصوصی فراهم آورده تا به طور شفاف در فروش و صادرات نفت خام نیز مشارکت کنند. به طور کلی، در این فضای اقتصادی که تحریم‌های آمریکا بیشتر بر صنایع و واحدهای دولتی سایه افکنده، تقویت بخش غیرنفتی و افزایش سهم صادراتی آن، تنها با حمایت از صنایع کوچک و متوسط و بخش خصوصی محقق می‌شود. در این راستا نیاز است تا دولت با رسیدگی و توسعه هرچه بیشتر زیرساخت‌های فیزیکی (جاده، ریل، آب و...) و غیرفیزیکی (قوانین، مقررات، آیین‌نامه‌ها، مالیات و...)، به جای آنکه به عنوان رقیب بخش خصوصی منابع خود را اتلاف کند، با حمایت از بخش خصوصی شرایط کسب‌وکار را برای فعالان اقتصادی مهیا سازد و با واگذاری‌های بنگاه‌های دولتی به بخش خصوصی هم از حجم وظایف

جانبی خود کم کند و هم ادامه چرخه فعالیت این بنگاه‌ها را تضمین کند. از جمله این حمایت‌ها می‌توان به عدم اعمال سیاست‌های انقباضی دولت مانند افزایش نرخ مالیات برای پوشش کسری بودجه خود اشاره کرد؛ چراکه اعمال تحریم‌ها به نوبه خود هزینه بنگاه‌داری را افزایش می‌دهد و حاشیه سود آنها را متاثر خواهد ساخت، بنابراین انتظار می‌رود قوه مقننه و مجریه با درک از وضعیت گران‌شدن پروسه تولید، برای حفظ حاشیه سود سرمایه‌گذاران، از افزایش نرخ مالیات که می‌تواند در توجیه‌پذیری و اقتصادی شدن یک فعالیت اقتصادی تاثیر بگذارد، در این فضای اقتصادی چشم‌پوشی کند و حتی معافیت‌های مالیاتی جدیدی برای بنگاه‌ها در نظر بگیرد. از دیگر موارد حمایتی دولت که می‌تواند نقش بسزایی در ادامه جریان حیات اقتصادی جامعه داشته باشد، بهبود محیط کسب‌وکار، کیفیت قوانین و مقررات و نهادسازی‌های مبتنی بر این قوانین است. به عبارتی فعالان اقتصادی برای شروع یا ادامه کسب‌وکار خود نیاز به ثبات در قوانین، حداقل در ۱۰ سال آتی دارند تا بتوانند برنامه تولید با صرفه اقتصادی را تدوین و بر اساس آن فعالیتشان را ادامه دهند؛ چراکه سرمایه‌گذار نباید به دلیل وجود خلأهای قانونی و در نتیجه برخوردهای سلیقه‌ای با فعالان اقتصادی از ورود به بازار ایران دلسرد شود. بنابراین پایش مستمر قوانین از طریق ایجاد شفافیت و کارآمدی، نقش بسزایی

در تحقق این امر دارد. در این راستا تشکلهای بخش خصوصی می‌توانند با بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌های کارشناسی در تدوین و پایش مقررات به کمک قوه مقننه و قوه مجریه مبادرت ورزند. چراکه بخش دولتی به سبب تعدد وظایف، زمان کافی برای بررسی دقیق در یک حوزه خاص را ندارد و صرفاً مشکلات را به صورت کلان رصد می‌کند و بر اساس آن تصمیم‌گیری می‌کند که در این تصمیم ممکن است منافع گروه‌های خرد و متوسط نادیده گرفته شود یا حتی مسبب چالش‌های بزرگی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط شود. این درحالی است که تشکلهای تخصصی به دلیل ذی‌نفع بودن در بهبود فضای کسب‌وکار خود، مسائل و مشکلات را موشکافانه بررسی می‌کنند. در پایان با تاکید بر اینکه تحریم‌ها توان بیشتری برای متاثر کردن اقتصاد ایران ندارند، باید با بهره‌گیری از فرصت‌های ایجادشده، تکیه بر توان و پتانسیل‌های داخلی، درک برخی محدودیت‌ها و افزایش هزینه‌های تولید و یافتن راه‌حلی برای جبران آن، ثبات در تصمیم‌گیری‌های دولت، تقویت و حمایت از تولید و صادرات غیرنفتی، حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط، مشارکت بخش خصوصی در سیاست‌گذاری‌ها و پایش قوانین، اجرای خصوصی‌سازی واقعی، نه تنها می‌تواند آرزوی آمریکا در مورد رکود و انجماد اقتصادی ایران را نقش بر آب کرد، بلکه امید است رشد و توسعه اقتصادی کشور را بتوان به رخ کشید.





چرا شرکت‌های ایرانی نوآوری نمی‌کنند؟ (بخش چهارم)

نویسنده: سید کامران باقری مشاور مدیریت

این ذهنیت، باعث می‌شود مدیران در حدی به نوآوری بپردازند که کوچک‌ترین تغییری در کارکردهای عملیاتی و کلیدی شرکت انجام نشود! بنابراین حتی زمانی که مدیر ارشد بر نوآوری تاکید دارد، افراد جدیدی در شرکت جذب و در ساختمان یا طبقه مجزایی متمرکز می‌شوند. بازدهی و سرمایه‌گذاری‌هایی هم انجام می‌شود، اما بین این فعالیت‌ها و فعالیت‌های کلیدی سازمان هیچ ارتباط ارگانیک و نظام‌مندی برقرار نمی‌شود. به عبارتی، جزیره‌ای به نام نوآوری در شرکت ایجاد می‌شود. برای مثال، فرد یا گروهی در شرکت

و کارهای جدیدی بکنند تا نوآور شوند! از این منظر، نوآوری یک افزودنی دلبخواهی است! این ذهنیت نادقیق یکی از موانع مهم نوآوری در شرکت‌های ایرانی است. این ذهنیت می‌تواند به تصمیمات اشتباه بینجامد، زیرا نوآوری را در تقابل با کارکردهای عملیاتی و کلیدی شرکت قرار داده و در نتیجه آن را در حد امری با اولویت دست‌چندم پایین می‌آورد. کارهای عملیاتی و کلیدی را که نمی‌توان معطل نگه داشت و منابع لازم را به آنها اختصاص نداد، اما لابد نوآوری را می‌توان بعداً شروع کرد!

برخی از مدیران ایرانی که مایلند شرکت‌شان نوآور باشد و از این راه رشد بیشتری را تجربه کنند می‌پرسند: «برای نوآور شدن باید چه کار جدیدی انجام دهیم؟» من معتقدم که این پرسش دقیق نیست. ریشه این پرسش، در یک ذهنیت نادقیق از نوآوری است. ذهنیتی که نوآوری را جدا از کسب‌وکار روزانه شرکت می‌داند. گویی شرکت‌ها برای بقا باید یکسری کارهای واجب را حتماً انجام دهند؛ کارهایی که نمی‌توان از آنها دست برداشت یا در انجام آنها کوتاهی کرد. اما اگر مایل بودند می‌توانند از آن کارهای واجب فراتر رفته

متولی نوآوری می‌شوند اما همچنان همان محصولات قبلی به همان شیوه قبلی تولید شده و به همان روش‌های پیشین وارد همان بازارهای موجود می‌شوند! تصمیمات به همان شیوه قبلی اخذ می‌شوند و قدرت تاثیرگذاری بر تصمیمات همچنان کاملاً در اختیار مدیران عملیاتی است و فرد متولی نوآوری و دیدگاه‌های وی جایگاهی در تصمیمات مهم و کلیدی سازمان ندارد. واضح است که پس از مدتی، چون نوآوری در کسب‌وکار شرکت جریان نمی‌یابد، مدیران به این نتیجه نادرست می‌رسند که سرمایه‌گذاری در نوآوری از ابتدا اشتباه بوده و همان جزیره نوآوری در عمل تعطیل می‌شود.

برخی مدیران با این استدلال که نوآوری ماهیتی خلاق دارد و جنس نیروی انسانی درگیر در فعالیت‌های نوآورانه با کارکنان حوزه عملیات روزانه شرکت متفاوت است، همان رویکرد جزیره‌ای به نوآوری را دنبال می‌کنند. یعنی یک واحد نوآوری در شرکت تشکیل می‌شود که ارتباط ارگانیک و پیوسته‌ای با مابقی واحدها و بخش‌های سازمان ندارد. این رویکرد جزیره‌ای یک آسیب مهم دیگر هم دارد. وقتی فرآیند نوآوری با کسب‌وکار اصلی شرکت پیوسته نباشد، مثل کارکردهای دیگر تحت تاثیر اهداف راهبردی شرکت قرار نمی‌گیرد. در نتیجه فعالیت‌های نوآورانه ساز جداگانه‌ای می‌زنند و از اهداف راهبردی شرکت تبعیت نمی‌کنند یا کاملاً با آن هم‌راستا نیستند. همین ساز و نوای مجزا، فعالیت‌های نوآورانه را تا حدودی ناکارآمد می‌کند به گونه‌ای که اثر آن بر خروجی‌های قابل سنجش شرکت ناچیز خواهد بود. همین ناکارآمدی باعث شکنندگی و آسیب‌پذیری فرآیند نوآوری می‌شود. پس از مدتی این ساز ناکوک تضعیف و نهایتاً تعطیل می‌شود.

شاید بپرسید اگر پرسش «برای نوآور شدن باید چه کار جدیدی انجام دهیم؟» نادرست است، پرسش صحیح چه می‌تواند باشد؟ پرسش صحیح این است که «کدام کارهای ما مانع نوآوری است؟» شرکت‌ها در بدو شکل‌گیری معمولاً چابک و نوآور هستند. شکل‌گیری بیشتر شرکت‌ها نتیجه تشخیص صحیح یک خلأ در بازار و به‌کارگیری روشی نوین برای پرکردن آن جای خالی است. اما به مرور زمان، نگاه‌ها، ارزش‌ها، مهارت‌ها، ساختارها و فرآیندهایی در شرکت شکل می‌گیرند که هدف آنها کمک به انجام بهتر و کارآمدتر فعالیت‌های روتین و تکراری است. به همین دلیل به تدریج چابکی، انعطاف‌پذیری و نوآوری از این شرکت‌ها رخت برمی‌بندد و آینه نوآوری آنها زنگار می‌گیرد.

لازمه زنده کردن نوآوری در این شرکت‌ها، زدودن این زنگارهاست. به عبارت دیگر، نوآوری بیش از اینکه از جنس آرایش باشد، از جنس پیرایش است. شرکت‌ها باید موانع نوآوری را یک به یک از خود بزدايند. موانعی که در طول زمان شکل می‌گیرند و سد راه نوآوری می‌شوند. شرکت‌ها در راه نوآوری باید در نگاه‌ها، ارزش‌ها، مهارت‌ها، ساختارها و فرآیندهای اساسی کسب‌وکار خود کاوش کرده و از آینه نوآوری زنگارزدایی کنند. از قضا بسیاری از این زنگارها و موانع نوآوری، بیش از اینکه فیزیکی و سخت‌افزاری باشند، ذهنی و نرم‌افزاری‌اند. به همین دلیل تغییر مسیر شرکت‌های جافتاده به سمت نوآوری، معمولاً پس از یک تحول فکری نزد مدیران شرکت رخ می‌دهد. نکته مهم این است که این زنگارزدایی را باید روی آینه اصلی شرکت اعمال کرد نه اینکه آینه جدیدی خرید یا ساخت.

تاثیر شرایط اقتصادی بر نوآوری

در شرایطی که قیمت دلار و سایر ارزهای خارجی به سرعت در حال افزایش است، مجالی برای نوآوری نداریم. زمانی که به دلیل تحریم‌های بین‌المللی، قدرت تامین برخی اقلام مواد اولیه را نداریم و خط تولیدمان متوقف مانده، صحبت از نوآوری بی‌معناست. زمانی که دولت دم‌به‌دم سیاست‌های خود را تغییر می‌دهد و هر دم آیین‌نامه یا محدودیتی جدید ابلاغ می‌شود، چطور می‌توان برای نوآوری برنامه‌ریزی کرد؟ زمانی که مشتری‌های اصلی‌مان توان پرداخت بدهی‌های انباشته‌شان را ندارند و شرکت‌مان با بحران نقدینگی روبه‌رو شده، نوآوری در اولویت آخر قرار می‌گیرد.

سال‌هاست که جملات بالا را هر روز به شکل‌ها و لحن‌های مختلف از مدیران ارشد شرکت‌های ایرانی می‌شنوم. اما قبل از قضاوت درباره صحت یا دقت این گزاره‌ها، اجازه دهید نگاهی دقیق‌تر به معنای این پرسش‌ها و پیش‌فرض‌های آنها بیندازیم. پیام اصلی جملات بالا این است که شرایط اقتصادی ایران برخلاف دیگر کشورها بسیار متلاطم و بی‌ثبات است. اینکه در چنین شرایطی، کسب‌وکارها برای بقا تلاش می‌کنند و گرفتار مشکلات بسیار جدی هستند و رفع آن مشکلات، اولویت نخست‌شان است و نمی‌توانند به نوآوری فکر کنند. به همین دلیل در اقتصاد متلاطم ایران نمی‌توان نوآور بود و تجربه شرکت‌های نوآور در دیگر کشورها را نمی‌توان به ایران تعمیم داد. اکنون با هم بینیم که پیش‌فرض طرح این موارد چه گزاره‌هایی می‌توانند باشند. نخستین پیش‌فرض این است که نوآوری، ویژه محیط‌های باثبات و قابل پیش‌بینی است. بنابراین شرکت‌ها فقط در کشورهایی که ارزش پول ملی آنها کم‌وبیش ثابت باشد



اگر شرکتی به علت محدودیت‌های تحریم، در تامین یک یا چند قطعه یا ماده اولیه با مشکل روبه‌رو شده، شاید باید با نوآوری در فرآیند تامین خود راهی برای دور زدن تحریم‌ها بیابد. این شرکت شاید بتواند با رویکردی متفاوت، تامین‌کنندگان بالقوه داخلی را شناسایی و با توانمندسازی آنها، نه تنها قطعات یا مواد مورد نظر خود را از داخل تامین کند، بلکه فرصت‌های درآمدی جدیدی را از راه مشارکت با این تامین‌کنندگان خلق کند. اگر شرکتی محصولات تولیدی‌اش را فقط در بازار ایران عرضه می‌کرده و اکنون با افزایش قیمت ارز و کاهش ارزش پول ملی با مشکل تامین ارز لازم برای واردات مواد اولیه روبه‌رو شده است، باید بتواند با نوآوری در حوزه بازار و بازاریابی، راهی برای صادرات محصولات خود بیابد. ورود به بازارهای صادراتی، شاید مستلزم انجام تغییرات اندک در محصولات یا بسته‌بندی آنها باشد. گشودن بازار صادرات نه تنها می‌تواند مشکل تامین را برای چنین شرکتی حل کند، بلکه می‌تواند امکان افزایش درآمدها و شناسایی فرصت‌های مناسب کسب‌وکار در بازارهای جدید را هم برایش فراهم آورد.

توضیحات و مثال‌های بالا نشان می‌دهد که محیط متلاطم کسب‌وکار، پدیده‌ای ویژه ایران نیست و نوآوری می‌تواند رویکردی کاملاً موثر در مواجهه با تلاطم و بحران باشد. شرکت‌های پیشرو آموخته‌اند که نه تنها نوآوری آنها را از بحران‌ها می‌رهاند، بلکه سبب کشف فرصت‌های بزرگ و پایدار درآمدزایی در حوزه‌های جدید و ناشناخته می‌شود. به شما اطمینان می‌دهم که در تک‌تک بحران‌ها و محدودیت‌های محیط کسب‌وکار ایران، فرصت‌هایی ناب برای نوآوری و رشد نهفته است.

از ۴۰ درصدی از بازار جهانی گوشی تلفن همراه، سلطان بلامنازع این بازار جذاب بود. اما اندکی غفلت از نوآوری‌های حوزه نرم‌افزار و به ویژه مدل کسب‌وکار نوآورانه شرکت اپل، در مدتی کوتاه به سقوط و شکست این شرکت بزرگ ختم شد. بنابراین محیط کسب‌وکار در دیگر کشورها بحران‌ها و تلاطم خاص خود را دارد. بحران‌هایی که با توجه به محیط نسبتاً بسته اقتصاد ایران و تعرفه‌های وارداتی بسیار بالا، شرکت‌های ایرانی کمتر از آنها متأثر می‌شوند.

دومین پیش‌فرض فراگیر این است که اگر شرکتی درگیر مشکلات و بحران ناشی از تلاطم محیط اطراف خود باشد، چاره‌ای ندارد جز اینکه نوآوری را از اولویت خارج کند. برای نمونه، اگر شرکتی دچار بحران نقدینگی است، سخن راندن در باب نوآوری اشتباه است. متأسفانه این پیش‌فرض هم به شدت اشتباه است. البته این اشتباه تا حد زیادی ریشه در برداشت نادقیق و محدود از نوآوری دارد. کسی که نوآوری را فقط به توسعه و عرضه محصولی کاملاً جدید خلاصه می‌کند و آن را هم در گرو سال‌ها پژوهش و صرف هزینه فراوان می‌داند، صد البته که نوآوری را در زمان مشکلات کنار می‌گذارد. اما نوآوری مفهومی بسیار وسیع‌تر دارد که تغییرات ارزش‌آفرین برای شرکت‌ها را پوشش می‌دهد. این تغییرات به هیچ وجه به تغییرات بنیادین در محصول محدود نیست. برای نمونه اگر شرکتی با مشکل کمبود نقدینگی روبه‌رو است، شاید علت آن وابستگی شدید به یک یا چند مشتری در صنعتی خاص باشد. در این صورت، شرکت باید تلاش کند تا با نوآوری و تغییر در کانال توزیع، بازار هدف یا حتی مدل کسب‌وکارش، کانال‌های درآمدی جدیدی برای خود خلق کند.

و سیاست‌های کلان اقتصادی‌شان تغییرات ناگهانی نداشته باشند، می‌توانند نوآوری کنند. شاید این پیش‌فرض با این استدلال شکل گرفته که نوآوری امری بلندمدت و پرریسک است و در فضای تغییرات شدید محیطی و ریسک محیطی بالا، غیرممکن است.

متأسفانه این پیش‌فرض صحیح نیست. اگر چه ارزش پول ملی یا سیاست‌های اقتصادی در کشورهای پیشرو ثبات بیشتری دارند، اما این امر به معنای ثبات بیشتر محیط کسب‌وکار نیست. در بیشتر کشورهایی که اقتصاد آنها از سازوکارهای بازار آزاد تبعیت می‌کند، عوامل دیگری همچون فشار رقابت یا سرعت بالای تحولات فناوری مسبب تلاطم و عدم قطعیت‌های شدید هستند. برای نمونه، شرکت‌های اروپایی شاهد حضور فزاینده و بی‌سابقه رقبای چینی هستند. هر روز در قاره سبز صدها شرکت چینی از راه می‌رسند که به لطف قوانین مشوق کسب‌وکار و تعرفه‌های پایین واردات به کشورهای اروپایی، محصولات و خدماتی بسیار ارزان قیمت ارائه می‌کنند.

از سوی دیگر، هر روزه هزاران اختراع در جهان ثبت می‌شوند و با فاصله زمانی اندکی در دل محصولات و خدمات جدید به بازار عرضه می‌شوند. اختراعاتی که باعث بهبود عملکرد، افزایش کیفیت یا کاهش هزینه محصولات و خدمات موجود می‌شوند. این محصولات و خدمات هم به شکل بی‌سابقه‌ای در قالب مدل‌های کسب‌وکار جدید به بازار می‌رسند. غفلت از این اختراعات و مدل‌های کسب‌وکار، نه تنها شرکت‌های کوچک و متوسط که حتی شرکت‌های بزرگ و جاافتاده را هم زمین می‌زند. شرکت نوکیا را حتماً هنوز به یاد می‌آورید. شرکتی که با سهم بیش

۱۴ راه ساده برای افزایش فروش در کسب و کارهای کوچک و متوسط

به شما مراجعه کنند؟

۳- سعی کنید اسامی مشتریان را یاد بگیرد و به خاطر بسپارید. خطاب کردن افراد با نام یا نام خانوادگی آنها حس صمیمیت را برمی‌انگیزد. به همین دلیل بعضی کسب و کارها که مشترک دارند (مانند تاکسی تلفنی‌ها) در سیستم خود نام افراد را ذخیره می‌کنند تا وقتی زنگ تلفن‌شان به صدا در می‌آید، نام مشترک روی موبایل‌شان نمایش داده شود و آنها به محض برداشتن گوشی بگویند: سلام خانم/ آقای ...

۴- با مشتریان روابط انسانی برقرار کنید. یکی از این راه‌ها، ابراز محبت به کودکان آنهاست. مردم فرزندان خود را دوست دارند و اگر کسی به فرزندان‌شان محبت کند، حتما درصدد جبران بر می‌آیند. اگر کسب و کارتان مورد مراجعه روزمره مردم است (مثلا میوه فروش هستید) چه اشکالی دارد بیسکوییت‌هایی را در نظر بگیرید که وقتی کسی با فرزندش وارد مغازه‌تان شد، یکی از آنها را با لبخند و مهربانی به کودکش دهید؟ این کار را برخی رستوران‌ها با دادن بادکنک به کودکان انجام می‌دهند.

۵- مشتری را سردرگم نکنید. این تصور که اگر اقلام موجود در مغازه تنوع بسیار داشته باشد فروش‌تان نیز بالا خواهد رفت، مردود است. در یک تحقیق در آمریکا، یک بار قفسه‌های یک فروشگاه را پر از انواع مربا کردند؛ هرچند تعداد بازدیدکننده‌ها بالا رفت ولی فروش پایین آمد. وقتی تعداد مرباها را کاهش دادند، میزان فروش به طور چشمگیری افزایش یافت.

محققان می‌گویند مغز انسان در برابر تنوع بیش از اندازه، دچار تردید می‌شود و وقتی مردد شد، امکان این که صورت مسئله را پاک کند و خرید را به زمان یا فروشگاه دیگری واگذار کند، زیاد می‌شود. اگر رفتار بازهای قدیمی را بررسی کنید می‌بینید که آنها معمولا سه یا چهار طاقه پارچه را از قفسه پایین می‌آورند و به

ممکن است شما یک فروشنده باشید؛ مثلا صاحب یک سوپر مارکت محلی یا مدیر یک فروشگاه لوازم خانگی یا پوشاک. در این صورت شما نیز مانند همه فروشنده‌های سراسر جهان دوست دارید بیشتر بفروشید. در اینجا چند راهکار ساده و عملیاتی را برای افزایش فروش‌تان مرور می‌کنیم:

۱- اگر برخی از محصولاتی که شما در فروشگاه‌تان دارید از رسانه‌ها تبلیغ می‌شود باید خوشحال باشید ولی این بدان معنا نیست که لازم نیست شما کاری بکنید و سیل مشتریان به فروشگاه شما روانه خواهند شد. در اینجا شما باید از تکنیک «یادآور» استفاده کنید. مردم شب در تلویزیون تبلیغ محصولی را می‌بینند یا صبح در مترو، آن تبلیغ را در موبایل یا روزنامه مشاهده می‌کنند و سپس درگیر زندگی می‌شوند. بنابراین الزامی نیست که وقتی از جلوی فروشگاه شما می‌گذرد، آن تبلیغ را به یاد بیاورند. اینجاست که شما باید با نصب تابلویی در برابر دیدگان افرادی که از مقابل فروشگاه شما می‌گذرند یا داخل آن می‌گردند، تبلیغی که قبلا دیده‌اند را به آنان یادآوری کنید. با دیدن تابلوی یادآور، آنچه فرد در تبلیغات دیده است، برایش تداعی می‌شود و احتمال خرید بالا می‌رود. بی دلیل نیست که برخی تولیدکننده‌ها همراه محصولات خود، پوسترهایی به فروشگاه می‌دهند که مثلا قسمت جدید فلان سریال رسید.

۲- از بازی سازی (گیمیفیکیشن) استفاده کنید؛ بازی سازی یعنی این که روندی را تعریف کنید که مشتری به مدت طولانی شما را همراهی کند. مثلا یک پیتزا فروشی، کارتی را با ۱۰ خانه مربعی چاپ می‌کند و به مشتریانش می‌دهد. با هر بار خرید، یکی از خانه‌ها توسط صندوقدار مهر می‌شود و با پر شدن همه خانه‌ها، یک پیتزای رایگان به مشتری داده می‌شود. این کارت ساده می‌تواند انگیزه‌ای برای مراجعه مکرر مشتری به آن رستوران شود، البته اگر غذایش واقعا خوشمزه باشد. ببینید چگونه می‌توانید نفعی برای مشتریان‌تان تعریف کنید تا آنها در شرایط برابر برای خرید



می‌آید و ممکن است با دیدن آنها یکی را نیز در لحظه آخر بردارد.

۱۰- از روش «ایجاد محدودیت» استفاده کنید. مثلاً اگر می‌خواهید کالا یا خدماتی را با تخفیف ارائه دهید یا برای یک کلاس آموزشی ثبت نام کنید تصریح کنید که مثلاً فقط تا پایان روز دوشنبه می‌توانید از این فرصت استفاده کنید یا فقط ۲۰ عدد از این گوشی‌ها با این قیمت عرضه خواهد شد و تجربه ثابت کرده است که وقتی مشتریان احساس کنند که ممکن است فرصتی از دست‌شان برود، تمایل‌شان برای خرید بیشتر خواهد بود.

۱۱- بکوشید مدت توقف مشتری در فروشگاه‌تان را افزایش دهید. این توصیه به ویژه برای فروشگاه‌های بزرگ بسیار حائز اهمیت است. نورپردازی مناسب، پخش موسیقی ملایم در فضا، تعبیه جاهایی نرم و راحت برای نشستن و استراحت مشتریان، پراکندن رایحه‌ای نرم در محیط و ... روش‌های متعارفی برای افزایش مدت حضور مشتری در فروشگاه هستند. حتی فروشگاه‌ها و مراکز تجاری بزرگ، ساعت دیواری نیز در محیط نصب نمی‌کنند و به فضای بیرون پنجره نمی‌گذارند تا مشتریان متوجه گذر زمان نشوند.

۱۲- مشتری را غافلگیر و شاد کنید. مثلاً می‌توانید گاهی بدون هیچ مقدمه‌ای به مشتری تخفیف دهید و او را از این تخفیف ناگهانی خوشحال کنید یا هدیه‌ای به او بدهید و حس قدرشناسی‌اش را برانگیزید. بکوشید «حس خوب مشتری» با برند شما تلفیق شود.

۱۳- وقتی مشتری لیست خریدش را به شما اعلام کرد، می‌توانید در تکمیل آن، پیشنهادهایی به او داشته باشید. مثلاً اگر کت و شلواری خریده، می‌توانید پیراهنی که ست آن است را به مشتری پیشنهاد کنید یا به مشتری رستوران بعد از سفارش غذا بگویید که سالاد خوبی هم دارید یا زیتون پروده جدیدتان ارزش امتحان کردن را دارد.

۱۴- بانک اطلاعات مشتریان داشته باشید. به مشتریانی که قبلاً خرید داشتند و الان نه، تماس بگیرید و جویای حال‌شان شوید و از ایشان بپرسید که چه مشکلی وجود دارد که دیگر سراغ شما نمی‌آیند؛ ممکن است نقدی داشته باشند که کسب‌وکارشان را نجات دهد. استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت روابط مشتریان (CRM) می‌تواند روابط شما با مشتریان‌تان را بهبود بخشد و فروش‌تان را بالا ببرد.

مشتری نشان می‌دهند و این گونه نیست که همزمان ۱۵ طاقه را به مشتری عرضه و او را سردرگم کنند. آنها تنها وقتی طاقه‌های جدید را می‌آورند - باز هم به صورت قطره چکانی - که مشتری از سه چهار طاقه اول، چیزی را پسند نکند.

۶- رفتارشناس‌ها می‌گویند عموم مردم تحت تأثیر رفتار اکثریت هستند. در خیلی از کتابفروشی‌های معتبر، بخشی را اختصاص می‌دهند به «پرفروش‌ترین‌های ماه». آنها می‌دانند که وقتی فردی بداند فلان محصول با استقبال مواجه شده است، تمایل بیشتری به آن خواهند داشت. بنابراین به مشتریان خود بگویید که فلان محصول چقدر با استقبال مواجه بوده و به قول بازاریان قدیمی «هر کی برده راضی بوده». پس، محصولات پرفروش‌تان را معرفی کنید.

۷- مردم دوستدار اطلاعات هستند. درباره محصولات می‌فروشید مطالعه کنید و اطلاعات کافی به دست بیاورید تا وقتی با مشتری صحبت می‌کنید، او را غنی از اطلاعات کنید. مردم وقتی اطلاعات کافی از یک محصول داشته باشند، با رغبت بیشتری آن را می‌خرند. اگر مشتری بداند که موتور داخل این مخلوط‌کن ساخت فلان کمپانی است، جنس بدنه‌اش از آلیاژ خاصی است که مقاومت‌اش را بالا می‌برد، تنها به اندازه یک لامپ ۶۰ وات مصرف می‌کند و ۲۴ ماه ضمانت تعویض دارد، حتماً راحت‌تر تصمیم به خرید می‌گیرد تا این که یک مخلوط‌کن را روی یک قفسه فروشگاه ببیند. اوقات بیکاری‌تان در فروشگاه را به خواندن بروشورهای محصولاتی که می‌فروشید بپردازید و با استفاده از اینترنت و افراد مجرب، به صورت مستمر اطلاعات خود درباره محصولات‌تان را افزایش دهید.

۸- اگر کالایی را ندارید، در پاسخ به مشتری نگویید: نه! متأسفانه موجود نداریم. بلکه از این قبیل جملات استفاده کنید:
- از آن بهترش را داریم.
- برند دیگری داریم که می‌تواند نیازتان را برآورده کند.
- تا دو روز دیگر خواهیم آورد.

۹- کالاهایی که جزو ضروریات نیستند را درست مقابل چشم و دست مشتریان قرار دهید. کمتر کسی به یک سوپرمارکت می‌آید تا یک شکلات رنگی بخرد ولی خیلی‌ها هر روز به سوپرمارکت می‌روند تا شیر و ماست بخرند. بنابراین اگر یخچال لبنیات پشت ویتترین‌ها باشد مشکلی ایجاد نمی‌کند ولی شکلات‌های رنگی باید روی پیشخوانی باشد که مشتری برای حساب کردن پول به آنجا

اطلاعات مشترک

نام خانوادگی:	نام:
کد ملی:	محل تولد:
آخرین مدرک تحصیلی:	رشته تحصیلی:
نام مدیرعامل:	نام شرکت:
سمت در محل کار:	زمینه فعالیت:

اطلاعات پستی

استان:	شهر:	شهرستان:
آدرس:		
پیش شماره:	تلفن ثابت:	
فکس:	موبایل:	
کد پستی:	صندوق پستی:	
ایمیل:	وبسایت:	

هزینه اشتراک

اشتراک یکساله با پست سفارشی (تهران):	۱۲۰,۰۰۰ تومان
اشتراک یکساله با پست عادی (تهران):	۱۰۰,۰۰۰ تومان
اشتراک یکساله با پست سفارشی (شهرستان):	۱۴۰,۰۰۰ تومان
اشتراک یکساله با پست عادی (شهرستان):	۱۲۰,۰۰۰ تومان

راهنمای اشتراک

لطفا پس از واریز وجه اشتراک، تصویر فیش بانکی یا رسید واریز را به همراه فرم تکمیل شده، به آدرس دفتر یا شماره فکس مجله ارسال نمایید و جهت پیگیری اشتراک با روابط عمومی نشریه «خانم شکوری» تماس حاصل فرمایید.

حساب سیبا بانک ملی به شماره ۰۱۰۵۱۷۳۲۱۵۰۰۹ به نام نشریه صنعت نساجی و پوشاک
حساب بانک پاسارگاد به شماره ۰۱-۷۰۹۷۰۹۰-۸۰۰-۲۳۰ به نام جمشید بصیری طهرانی
شماره کارت بانک پاسارگاد ۵۰۲۲۲۹۱۰۷۳۰۷۲۹۹ به نام جمشید بصیری طهرانی

آدرس دفتر مجله: تهران، خیابان سهروردی شمالی، خیابان شهید توپچی، پلاک ۳۰
تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (۱۰ خط) فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲ کد پستی: ۱۵۵۸۸۴۳۱۳

and stringent environmental regulations. However, recent innovations, which embed innovative ideas of anti-microbial, luxurious, and stain-resistant fabrics, allow these chemicals to reach a wider segment of audiences. Emerging technology such as the establishment of steril-

ised textiles is expected to increase competition in the years to come.

The European Union implemented the Integrated Pollution Prevention and Control (IPPC) directive from January 2008, along with Emissions Trading System (ETS) and regulation on registration, evalua-

tion, authorization, and restriction of chemicals. Initiatives like REACH have significantly reduced the demand for textile chemicals in Europe. Countries such as the Netherlands and Germany have banned some textile chemicals that pose a threat to the environment and human health.

WASHING CLOTHES RELEASES MICROFIBERS

More than a third of all microplastics released into the oceans are from synthetic textiles used in the fashion industry, according to a new report. Each time an item of clothing is washed, up to 7,00,000 microscopic fibers make their way into oceans, where they are swallowed by sea life and become incorporated into the food chain, potentially ending up on dinner plates says a study by The Institution of Mechanical Engineers. Garment aftercare affects an item's carbon footprint. A way out is for individuals to wash their clothes at a lower temperature, use mesh laundry bags to catch threads, rely on tumble dryers less often or install filters on washing machine waste pipes. Research by the International Union for the Conservation of Nature (IUCN), cited in the report, calculated that 34.8 per cent of releases of microplastics in the oceans are due to the laundry of synthetic textiles.

Fashion is a thirsty industry, one that contrib-

utes significantly to water pollution globally. It also is energy-intensive, producing 1.2 billion tons of Co2 equivalent— more emissions than international flights and maritime shipping combined. Annual growth in global demand for clothing is projected to increase from 1.5 per cent in 2016 to between 3.5 and 4.5 per cent by the end of 2018 and is likely to continue to grow, according to McKinsey & Company released earlier this year..

Urgent action needs to be taken to tackle the waste produced over the lifecycle of an item of clothing. This includes addressing water-intensive processes during manufacturing, such as removing excess dyes, and tackling the problem of disposing of a garment at the end of its life. Three-fifths of all clothing produced is sent to landfill or incinerated within a year of being made.

The garment industry is one of many industries that has a threefold impact with emissions to air, water, and large amounts of waste produced for landfill and incineration.

GLOBAL TEXTILE CHEMICALS MARKET TO BE WORTH \$27.56 BN BY 2022

As per Business Wire, the global textile chemicals market is expected to reach \$27.56 billion by 2022 from \$21.80 billion in 2016. The market is expected to grow at a CAGR of 3.4 per cent during the period. With designers focused on grabbing a bigger share of the market, designs are becoming fancier requiring more processing; increasing chemical use and other operational footprints.

Growth drivers

Allied Market Research data shows, significant factors are contributing to the growth of textile chemicals market. These include development of apparel industry, rising consumer demand for innovative and styled clothing products, evolution of environmentally friendly chemicals required by textiles industries, and development of packaging industries, that require a large amount of textile chemicals.

A US-based market research and consulting company, Grand View Research views

that the US product market for textile chemicals is anticipated to grow at a CAGR of 3.8 per cent from 2016 to 2025 to reach a net worth of \$930.1 million by 2025. Low price of fast fashion garments is also increasing consumption of technical textiles. As garment makers are always under pressure to reduce costs, they opt for low price chemicals in their fabrics. This is increasing health and environment concern. To prevent this, retailers need to promote high-value less hazardous chemicals in the value chain.

Home furnishing applications drive up market

The Grand View Research study also points out home furnishing applications dominated the textile chemicals-Global textile chemicals market to be worth 27.56 bn by 2022 Study 001 market in 2015, 2016 and 2017. Coating and sizing chemicals were the largest consumed products category with a total worth of \$6,353.5 million, accounting for over 30 per cent of global demand in 2015.

Printing being the last step and, the popularity of printed fabric is increasing. The key players in textile chemicals market include: Covestro AG, Lonsen Inc., Archroma, BASF, Dow Chemical Company, Bayer AG, Huntsman International LLC and Sumitomo Chemicals. And there are many other major players.

Asia-Pacific: Strong growth centre

The report further highlights, Asia-Pacific region is the fastest growing market in textile chemicals space. In 2017, the Asia Pacific market had a share of 63.35 per cent in the global textile chemicals market in terms of consumption. The report by the Transparency Market Research reveals China and India accounted for more than 70 per cent share in Asia Pacific. Bangladesh consumes about \$800 million worth of dyes and chemicals every year.

Limitations of the industry

The major limitations of the textile chemicals include adverse effects of chemicals on the environment



THAI COMPANY DEVELOPS TEXTILES FROM WASTE

A Thai company Saha Pathana has partnered with Global Chemical, a petrochemical refiner, to develop textile products using plastic waste. In this partnership, Global will bring its expertise in the petrochemical business and manufacturing of plastic resin by incorporating innovative and groundbreaking technology.

The combined strengths of the two organisations will ensure the promise of long-term business and simultaneously maximise the potential for Thai businesses, while also corresponding with the growing trend of green business across the world. Global will also provide technological knowhow and support for transforming plastic waste into textile products.

The companies will focus on developing products that are less environmentally damaging, while bringing high standards to the task of reducing Thailand's waste problems. Textile products created from plastic waste are an interesting business, as the global shift of sustainability and environmental protection continues to rise. Apart from creating high-value textile products from plastic waste, the business collaboration also aims at expanding into both domestic and international markets. The tie-up will also extend efforts to pursue corporate social responsibility activities such as exhibitions and community development activities.

INVISTA LAUNCHES THREE NEW TECHNOLOGIES FOR LYCRA

Invista, owner of Lycra, Thermolite and Coolmax brands, and an innovation leader in the legwear segment, has introduced three latest hosiery innovations at the fifth edition of Lycra Fiber Moves conference that took place in Lake Como, Italy on October 18, 2018.

The first of these included the Lycra Fusion True To You technology, a patent-pending innovation allowing the creation of transparent 3D hosiery that delivers a natural-looking shine to the legs. The innovation is a combination of a new Lycra Fusion yarn with new 3D knitting construction, therefore combining the 'no ladder' benefits to the fit and uniformity, all in a natural shine sheer hose.

The Thermolite FIR technology comprises a spun

dyed black fibre embedded with special ceramic pigments that absorbs the wearer's infrared radiation and reflects it back to them as heat energy. This improves the body's heat retention and keeps legs warmer, longer. Knitted with Lycra Black technology, it fulfils consumers' expectation for true black leggings that won't fade or wash out after wearing or washing.

The third technology was Lycra Made to Fit You technology, originally created for knee-highs, which has been expanded to offer the same benefits to stay-ups (thigh-highs). The technology uses a patent-pending construction that can be knitted on a standard hosiery machine. It features a single-layer tube with a special knit structure on the edge to limit roll-over.

ISTANBUL YARN FAIR OPENS IN FEBRUARY 2019

Istanbul Yarn Fair will be held from February 28 to March 2, 2019. This event showcases products like knitted fabrics, cotton yarns, cotton blended yarns etc. in the textile, fabrics and yarns industry. It is a platform where professional visitors, buyer groups and investors from Eurasia and Africa will meet and exchange information.

This is the world's second biggest yarn fair. It brings together the international textile industry. It hosts participants and visitors from various countries to become a sales and marketing platform that shapes the international yarn trade and textile production.

The fair is the most important commercial gath-

ering of the international yarn industry. It stands out as an opportunity not to be missed for yarn companies that want to access new markets.

Turkey is a major yarn manufacturer. Istanbul Yarn Fair allows the formation of new distribution channels while increasing the export opportunities of the yarn industry in Turkey. As a reflection of the Turkish yarn industry, Istanbul Yarn Fair is opening up new markets in parallel with the growth trend. The fair aims to create new export and import opportunities for the industry. Among the fabric manufacturers are those of knitted fabrics, tricot, underwear, hosiery, blankets, denims, home textile, carpets, yarns, technical and military textiles.

DYSTAR OPENS LABS ACROSS ASIA

DyStar will open more Texanlab offices across South Asia to provide end-to-end solutions throughout the whole supply chain. These are: ISO 17025 certified, specialised testing laboratories. DyStar provides colorants, specialty chemicals and services to the textile industry. The company has a strategy for reducing its production footprint by 20 per cent for every ton of production by 2020. This goal relates to resources used for production, such as energy, water and raw materials, in addition to addressing the subsequent outputs of greenhouse gas emissions, waste and wastewater.

Energy consumption and greenhouse gas emissions are, however, not at the stage DyStar had

targeted due to the impact of three newly acquired production sites. The company has undertaken intensive efforts to ensure that its less efficient acquisitions are supported to align with the rest of the company.

The company's product portfolio is broader than ever but the newer product ranges come with the added advantage of being, on an average, less resource intensive to manufacture. This and other factors, including active efforts to improve operational efficiency across existing production sites, have helped the company surpass four of its six 2020 targets. The aim is to be a responsible supplier and a profitable business in these changing times.



CHINA REMAINS LARGEST GLOBAL CASHMERE SUPPLIER

As per a research report on the Global Fashion Luxury Cashmere Clothing Consumption Market, China is the world's largest supplier of raw materials, accounting for about 70 per cent of cashmere in the world, while Italy is China's largest export destination, in April 2017; Italy imported 98 tonne of cashmere from China, accounting 78 per cent of the month's exports.

Due to its rapid economic growth, China remains the largest cashmere consumption market, in the world. Many famous brands have

set up offices in China including: Loro Piana and Brunello Cucinelli. Although China is the largest cashmere garment manufacturer, its own brand market share is low. Most of these exist as OEM. This has led to local enterprises in China at the bottom of the interests of the value chain for a long time.

Over the next five years, LPI (LP Information) projects cashmere clothing will register a 3.9 per cent CAGR in terms of revenue, reach US\$ 3,230 million by 2023, from US\$ 2,580 million in 2017.

HUGE BENEFITS FOR VIETNAM FROM EU FTA LIKELY

The free trade agreement with the EU is expected to benefit Vietnam by expanding export markets and engaging deeper into the global value chain. Negotiations for the deal have ended after six years. With a commitment to cutting down import taxes by over 99 per cent, the deal will bring about great chances for Vietnamese firms to strengthen exports, especially in products Vietnam holds strengths in, such as garments and textiles, footwear, agro-fishery, and timber.

In particular, products that have never been sold in the EU due to tariff barriers will be able to access the market with a competitive

price. The FTA will help increase Vietnam's export revenue by four per cent to six per cent a year in the ten years after it takes effect. This is true especially for the garment and textile sector.

As Vietnam's and the EU's export products and economic structures are supplementary without direct competition, the benefit from the deal is huge. However, along with the opportunities, Vietnam will also face some challenges from the FTA from 2019 onwards. Enterprises who wish to export goods to the EU will have to show certificates of origin for their products in order to enjoy the Generalised System of Preferences.

ICAC GLOBAL COTTON CONSUMPTION FORECAST AT 27.5 MILLION TONNES

According to the November 2018 Cotton report, next season the industry is likely to see declining numbers in many major categories. Due to uncertainties in the world economy and trading market, the International Cotton Advisory Committee (ICAC) Secretariat has revised its global consumption forecast for 2018-19 downward to 27.5 million tonnes. Global production is also expected to decrease in 2018-19, from 27 million tonnes to 26.3 million

tonnes, and although Brazil and West Africa are expected to see upticks in planted area, they are unlikely to be significant enough to offset losses in Australia, China, India and the United States. The decline in global ending stocks continues as well, finishing the 2017-18 season at 18.9 million tonnes — down 22% from 2014-15's record-high of 23 million tonnes. The trend is expected to continue next year, with the projected 6% decrease further eroding stocks

to 17.7 million tonnes, the lowest number seen since 2011-12.

Other highlights include:

- Total ending stocks in China are expected to drop to 8.2 million tonnes, representing the lowest levels since 2011-12.
- China's stocks-to-use ratio also continues its decline, falling to 93% for the first time since 2011-12.
- Outside of China, cotton stocks increased for the third season in a row, surpassing 10 million tonnes.



ITMA ASIA + CITME 2018 ENJOYS SUCCESSFUL PRESENTATION

ITMA Asia + CITME 2018, the region's leading textile machinery exhibition, ended successfully after five days of exciting product demonstrations and business networking. The sixth combined exhibition, held from October 15-19 in Shanghai, was visited by over 100,000 from 116 countries and regions. Domestic visitors were up 10 per cent compared to 2016 show.

About 20 per cent of the visitors came from outside of China. Of the overseas participants, Indian visitors topped the list,

reflecting the strong growth of its textile industry. Following closely were trade visitors from Japan, China Taiwan, Korea and Bangladesh, said a press release issued jointly by CEMATEX, and its Chinese partners – the Sub-Council of Textile Industry, CCPIT (CCPIT-Tex), China Textile Machinery Association (CTMA) and China International Exhibition Centre Group Corporation (CIEC).

"Response to the combined show has been very strong. There was a larger pool of qualified buyers and most of our exhibitors were able to achieve

their business objectives. We are delighted with the positive outcome from our latest event," said CEMATEX president Fritz P Mayer.

"The strong turnout of visitors to the combined show reinforces the reputation of ITMA Asia + CITME as the most effective business platform in China for the industry. We shall continue to do our best to present the best technologies from both east and west to Chinese and Asian buyers," added Wang Shutian, president of CTMA.

The total exhibition area at ITMA Asia + CITME 2018 grossed 180,000 square metres and spanned seven halls. A total of 1,733 exhibitors from 28 countries and regions demonstrated their latest technological products that focus on automation and sustainable production.

Following the successful staging of the 2018 edition, the next ITMA Asia + CITME will be held in October 2020 at the National Exhibition and Convention Centre (NECC) in Shanghai.



San'at Nassaji va pooshak

Scientific, Technical and Economical Magazine
Vol.36 , No. 295 , Dec.2018 , ISSN 2008-3939

Index



*In the
Name
of God*

*ITMAAsia + CITME 2018 enjoys successful presentation

- ITMA Asia + CITME 2018, the region's leading textile machinery exhibition, ended successfully after five days of exciting product demonstrations and business networking...[page95](#)

* ICAC global cotton consumption forecast at 27.5 million tonnes

- Due to uncertainties in the world economy and trading market, the International Cotton Advisory Committee (ICAC) Secretariat has revised its global consumption forecast for 2018-19 downward to 27.5 million tonnes...[page94](#)

* China remains largest global cashmere supplier

- As per a research report on the Global Fashion Luxury Cashmere Clothing Consumption Market, China is the world's largest supplier of raw materials, accounting for about 70 per cent of cashmere in the world...[page93](#)

* Huge benefits for Vietnam from EU FTA likely

- The free trade agreement with the EU is expected to benefit Vietnam by expanding export markets and engaging deeper into the global value chain. Negotiations for the deal have ended after six years...[page93](#)

* Istanbul Yarn Fair opens in February 2019

- Istanbul Yarn Fair will be held from February 28 to March 2, 2019. This event showcases products like knitted fabrics, cotton yarns, cotton blended yarns etc...[page92](#)

* DyStar opens labs across Asia

- DyStar will open more Texanlab offices across South Asia to provide end-to-end solutions throughout the whole supply chain. These are: ISO 17025 certified, specialised testing laboratories. DyStar provides colorants, specialty chemicals and services to the textile industry...[page92](#)

* Thai company develops textiles from waste

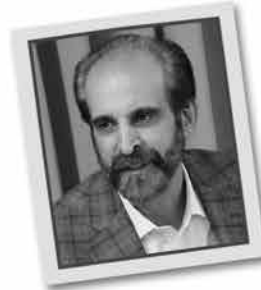
- A Thai company Saha Pathana has partnered with Global Chemical, a petrochemical refiner, to develop textile products using plastic waste. In this partnership, Global will bring its expertise in the petrochemical business and manufacturing of plastic resin by incorporating innovative and groundbreaking technology...[page91](#)

* Invista launches three new technologies for Lycra

- Invista, owner of Lycra, Thermolite and Coolmax brands, and an innovation leader in the legwear segment, has introduced three latest hosiery innovations at the fifth edition of Lycra Fiber Moves conference that took place in Lake Como, Italy on October 18, 2018...[page91](#)

* Global textile chemicals market to be worth \$27.56 bn by 2022

- As per Business Wire, the global textile chemicals market is expected to reach \$27.56 billion by 2022 from \$21.80 billion in 2016. The market is expected to grow at a CAGR of 3.4 per cent during the period...[page90](#)



Holder of License & Chairman: Engineer Jamshid Bassiri

Executive Director: Engineer Alireza Hashemi

Editor of Technical Articles: Engineer Mohammad Nikpanje

Design & Layout: Hamidreza Ghaemi

Public Relations Officer: Saeedeh Shakoori

Coordination: Engineer Hossein Kiani

Colleagues of this Issue: Engineer Nima Bassiri, Engineer Ehsan Soltani, Dr.Shahin Kazemi, Zohre Chegini, Sara Hayatdavoodi, Abas Khosravi, Zahra Nazari, Kamran Bagheri

Printing Affairs: No.11, Khoob St., Si Metri-ye- Niroo Havayi, Damavand St., IDEAI Printing office, Tel: 77691853

Address: 1st Floor, No.30, Toupchi St., North Sohrevardi Ave., Tehran **Tel:** +98(021) 88516799, **Postal code:** 1558844313

Layout, Design & Printing Supervision: Tarh Saz Gohar www.tsgir.com



Sponsored By:

