



به نام آنکه جان را فکرت آموخت
ماهنامه علمی، پژوهشی و صنعتی
نساجی امروز
سال بیست و دوم، شماره دویست و چهارم،
بهمن ۱۳۹۸
ISSN 1735-2177

فهرست عناوین مقالات

- ▼
- **سرمقاله**
 ۲. تحریم صنایع نساجی و مشکلات پیش رو / مدیرمسئول.....
- **دیدگاه**
 ۳. امیدمان را به آینده از دست ندهیم.../ علیمردان شیبانی.....
 ۵. هوای تولید ابری است! مهدی ضابطی.....
 ۷. حضور مستمر در رویدادهای جهانی و موفقیت در توسعه بازارهای صادراتی اسعید منزوی زاده.....
 ۱۰. نگاهی به HEIMTEXTIL 2020 / سعید حقیقی.....
 ۱۳. شرایط دشواری پیش‌روست/ غلامرضا سلامتی.....
 ۱۵. ماندن در عرصه تولید و رقابت، هنر است/ عباس رضایی.....
 ۲۰. درک نیاز مشتری و ارائه طرح‌های جدید در دنیای کف‌پوش‌ها/ شهرام شاه‌بابایی.....
- **گزارش**
 ۲۲. در جنگ اقتصادی تمام عیار به سر می‌بریم/ مینا بیانی.....
 ۳۸. صادرات غیرنفتی؛ یکی از راه‌های دور زدن تحریم/ امیرحسین امامی رئوف.....
 ۴۳. توان رقابت؛ ضامن حیات یک صنعت/ اکرم باقری توسناتی.....
 ۴۸. بررسی فرصت‌های پیش روی ایران در اتحادیه اوراسیا/ شبنم سادات امامی رئوف.....
- **گزارش ویژه**
 ۵۶. بررسی اقتصادی تولید پنبه در ایران/ دفتر مطالعات زبرننایی (گروه کشاورزی) مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.....
- **اطلاع‌رسانی**
 ۶۱. نوآوری در تولید مواد شیمیایی سبزتر/ آزاده موحد.....
- **جامعه متخصصین نساجی ایران**
 ۶۲. سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی و دومین نمایشگاه مدارکس (مد، لباس و کفش) اصفهان.....
 ۶۴. جایگاه خلاقیت در رشد و شکوفایی اقتصاد و صنعت/ سیدمحمد مقدسی.....
 ۶۶. تجارت ترجیحی با اوراسیا نیاز به بازنگری دارد؟/ علیرضا حائری.....
- **نساجی در وب**
 ۶۸. وب‌نگار نساجی امروز/ مینا بیانی.....
- **تاریخ نساجی ایران**
 ۸۳. پژوهشی در سیر تکامل لباس ایرانیان در ادوار مختلف/ اکبر شیرزاد.....
- **تاسیسات و تغییرات شرکت‌های نساجی**
 ۸۶. تغییرات/ مینا بیانی.....
 ۹۱. تاسیسات.....
- **تکنولوژی نساجی**
 ۹۲. بررسی تاثیر همزمان نمره نخ بود و طرح بافت بر خواص پارچه/ سمیرا موحدی، هوشنگ نصرتی.....
- **فرم اشتراک**

■ **صاحب امتیاز و مدیر مسئول:**

مهندس سید شجاع الدین امامی رئوف

■ **سر دبیر:** مهندس سعید جلالی قدیری

■ **سرویس خبر و گزارش:** مینا بیانی

(دبیر سرویس)، شبنم سادات امامی رئوف

■ **سرویس علمی و اطلاع‌رسانی:**

دکتر شامین کاظمی - مهندس محسن

شنبه - دکتر محمدعلی توانایی - مهندس

آزاده موحد (دبیر سرویس)

■ **سرویس بین الملل:** تهمینه مولانا

■ **پذیرش آگهی و روابط عمومی:**

مهندس سید ضیاء الدین طباطبایی

■ **امور مشترکین:**

مهندس مهدیه درویش کوشالی

■ **همکاران تحریریه این شماره:**

سید امیرحسین امامی - سید ضیاء الدین

امامی رئوف - منیره السادات مطهری فرد - نرجس

جمالی - نگین اسفندیاری - اکرم باقری - ناصر

رحیمی گرکانی

■ **طراح و گرافیک:**

مهندس سارا نظام الاسلامی

■ **چاپخانه:** نفیس نگار

■ **صحافی:** آبتوس

■ **طراحی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی:**

آتلیه نساجی امروز

■ **تلفن:** ۰۶۸۲۰۶۶۹۰

■ **وبسایت:**



■ **تلگرام:**

جهت دریافت اخبار
 نساجی و پوشاک به
 کانال تلگرام بپیوندید



■ **آدرس دفتر مجله:**

خ آزادی - خ اسکندری جنوبی - تقاطع

کلهر - پلاک ۱۶۵ - طبقه اول

■ **صندوق پستی:** ۱۶۳۹-۱۳۱۸۵

■ **تلفن:** ۰۶۸۲۰۶۶۹۰

www.NassajiEmrouz.com

info@nassajiemrouz.com

تحریم‌های صنایع نساجی و مشکلات پیش رو



سرمقاله



۱- اگرچه موضوع تحریم‌های بین‌المللی سال‌هاست که گریبانگیر اقتصاد و صنعت کشور شده و تقریباً تمام آحاد جامعه با آثار تحریم‌ها دست و پنجه نرم می‌کنند چه در دوره‌ای که آن را کاغذ پاره می‌نامیدند و چه در دورانی که برجام آمد تا آبی باشد بر آتش تحریم‌ها.

موضوع تحریم‌ها اگرچه سال‌هاست گریبانگیر صنایع کشورمان و فعالین صنعتی چه در تأمین مواد اولیه و ماشین‌آلات و قطعات و چه در نقل و انتقال پول و چه در زمینه واردات محصولات خود با مشکلات عدیده مواجهند و هزینه‌های مالی مضاعفی را بابت دور زدن تحریم‌ها متحمل می‌شوند؛ به خصوص در صنایع نساجی و پوشاک که سال‌هاست با فعالیت صنعت در ارتباط نزدیک‌تری هستیم؛ شاهدیم که حلقه تحریم‌ها تنگ‌تر شده و گسوی صنعت را به سختی می‌فشارد.

حلقه‌هایی که با به روی کار آمدن ترامپ و خروج امریکا از برجام عرصه را بر اقتصاد کشور تنگ‌تر کرده بود؛ اکنون به صنایع نساجی کشور رسیده است؛ صنعتی که به دلیل اشتغال‌زایی بالای خود و مزیت‌های نسبی و ارزش زنجیره تولید می‌توانست نقطه اتکایی برای دولت در حمایت از اقتصاد و تولید ملی و ایجاد اشتغال باشد.

هنوز زمان زیادی از اعلام اولویت‌های صنعتی کشور و اعلان صنایع نساجی و پوشاک به‌عنوان یکی از اولویت‌ها نگذشته بود که ترامپ، صنایع نساجی ایران را نیز به لیست تحریم‌های خود اضافه نمود و اگرچه با تحریم‌های مالی و بانکی، عملاً صنایع و اقتصاد کشور با مشکلات بسیاری مواجه بود؛ لیکن در این مرحله که صنعت نساجی نیز به طور مستقیم در لیست تحریم‌ها گنجانده شده است؛ شاهد نگرانی‌های جدی‌تری در تأمین مواد اولیه، قطعات، ماشین‌آلات و خدمات فنی و مهندسی مرتبط با آن هستیم.

هنوز چندماهی پیشتر از برگزاری ایتمای بارسلون نمی‌گذرد که در همین نمایشگاه، بسیاری از فعالین صنعت نساجی کشور از نحوه تعامل و برخورد شرکت‌های خارجی در مواجهه با ایرانیان گلایه‌مند بودند و عدم ارائه سرویس به ایران را عامل پسرفت صنعت نساجی کشور در سال‌های پیش رو می‌دانستند و اکنون با اعمال تحریم‌های جدید، این نگرانی‌ها تشدید می‌شود. اگرچه توقع بر این بود که دولت با جمع‌بندی تجربیات و توانمندی‌های امنیتی و اطلاعاتی خود از قبل برنامه‌ریزی‌های لازم در جهت مقابله با تحریم‌ها صورت می‌داد و با پیش‌بینی شرایط نسبت به مواجهه با تحریم‌های مختلف، شرایط بهتری را فراهم می‌نمود اما هنوز هم دیر نیست و دولتمردان باید نسبت به تدبیر به موقع و مناسب در این خصوص اقدام نماید.

به هر حال وقتی سیاست‌های کلی نظام در زمینه استقلال و مبارزه با استکبار چنین ايجاب می‌کند که با تکیه بر اقتصاد مقاومتی و تولید ملی، اقتصاد کشور را اداره کند؛ پس متناسب آن ارکان نظام هم باید نسبت به برنامه‌ریزی و تدبیر در این خصوص اقدام کنند تا بار فشار تحریم‌ها صرفاً بر دوش فعالین اقتصادی و صنعتی و به تبع آن آحاد مردم قرار نگیرد. لذا توقع فعالین صنعت نساجی کشور این است که دولت محترم و همه مسئولین امنیتی و اقتصادی کشور نسبت به تدوین راهبرد ملی در مبارزه با تحریم‌ها و تأمین امنیت تولید و سرمایه‌گذاری و حمایت در جهت تأمین مواد اولیه مورد نیاز و ... اقدام نمایند تا از تعطیلی واحدها و بیکاری گسترده آحاد مردم که خود بزرگ‌ترین مخاطره اجتماعی، سیاسی و اقتصادی این روزهای کشور است، جلوگیری به عمل آید که تسهیل قوانین و مقررات در جهت رونق فضای کسب و کار و تولید ملی میتواند مهمترین راهبرد دولت در این خصوص باشد.

۲- بهمن ماه امسال مجله نساجی امروز، بیست و دومین سال انتشار خود را آغاز می‌نماید. خداوند را شاکریم که در طول بیست و یک سال گذشته توانسته‌ایم علی‌رغم تمام مشکلات و تنگناهایی که در زمینه کاغذ، چاپ و ... داشته‌ایم، در کنار شما باشیم. فرصت را مغتنم شمرده و از همکاران عزیز و محترم این سال‌ها که با علم، فکر، ایده و هنر خود ما را همراهی کردند، از مخاطبین فهیم، صبور و پرمه‌ری که با نظرات و پیشنهادات سازنده خود چه از طریق مکاتبه و ایمیل و پیامک و چه به صورت تلفنی و حضوری، یاور و پشتیبان ما بودند و همچنین از مدیران و کارآفرینان عزیز و گرانقدری که با درج مصاحبه‌ها، دیدگاه‌ها و تبلیغات؛ زمینه انتشار مجله را فراهم نمودند؛ سپاسگزاریم. به امید آن که در آینده نیز بتوانیم بهتر و موثرتر در خدمت جامعه صنایع نساجی و پوشاک کشور باشیم.



تهیه و تنظیم: مینا بیانی

امیدمان را به آینده از دست ندهیم...

اشاره:

دکتر شیبانی با اشاره به استقبال بازدیدکنندگان دموتکس ۲۰۲۰ از غرفه‌های ایرانی حاضر در این رویداد معتبر افزود: «نوعی سردرگمی محسوس در اغلب مشتریان پیرامون نحوه اجرای قراردادهای تجاری با ایران و چگونگی انتقال پول دیده می‌شد. ضمن این‌که متأسفانه تحریم ظالمانه اخیر صنعت نساجی ایران توسط آمریکا که مصادف با برگزاری دموتکس اعلام گردید این سردرگمی را برای غرفه‌داران و بازدیدکنندگان دو چندان نموده بود زیرا تحریم صنعت نساجی، امکان صادرات یا واردات محصولات تولیدی و مواد اولیه وارداتی را تقریباً غیرممکن می‌کند.»

وی در بخش دیگر این گفت‌وگو تصریح کرد: «تا پیش از تحریم اخیر، صنعتگران و فعالان بخش خصوصی به شیوه‌های مختلف، راهی برای تعاملات تجاری با سایر کشورها پیدا می‌کردند اما طی ۷-۸ ماه گذشته، لحظه به لحظه فشارهای ظالمانه و غیر منطقی تحریم‌های بین‌المللی بیشتر شده و بسیاری از روزه‌های کوچک واردات مواد اولیه، قطعات یدکی و ماشین‌آلات و صادرات کالای نساجی تقریباً مسدود شده‌اند.»

۹ ارزیابی شما از سطح کیفی و کمی دموتکس هانوفر چیست؟

نمایشگاه دموتکس امسال ۱۰ تا ۱۳ ژانویه ۲۰۲۰ (۲۰ تا ۲۳ دی ۹۸) مثل همیشه در شهر هانوفر آلمان برگزار گردید بر اساس چیدمان مورد توافق سال قبل ۳ سالن اولیه نمایشگاه متعلق به فرش‌های دستباف بود اگر چه تعداد غرفه‌داران ایرانی فرش دستباف به طور محسوس کاهش پیدا کرده بود اما همچنان فرش دستباف ایران سرآمد و پیشتاز کشورهایی مانند هند، چین و افغانستان که داعیه تولید فرش‌های دستباف را دارند بود. از سالن پنج به بعد متعلق به فرش و دیگر کفپوش‌های ماشینی بود فرش‌های زیبا و کفپوش‌های متنوع تافتینگ بسیار خود نمایی می‌کرد؛ در نمایشگاه امسال دیگر خبری از عرضه موکت نمدی نبود. سالن هشت که مانند همیشه انعکاس‌دهنده پیام دموتکس بود امسال مفاهیمی همچون صنعت سبز و حفظ محیط زیست (ATMYSAPHERE) به عنوان شعار دموتکس ۲۰۲۰ انتخاب شده بود.

حدود ۶۰ کشور در دموتکس ۲۰۲۰ با ۱۴۰۰ غرفه حضور داشتند و اغلب شرکت‌کنندگان به خصوص کشورهای مطرح مانند بلژیک، آلمان و فرانسه ایتالیا به ارائه کفپوش‌های مدرن، بسیار جذاب و چشمگیر خود پرداخته بودند.

سالن ۹ تا ۱۲ به قطعات و کفپوش‌های طرح چوب، لمینیت و پارکت‌های بسیار چشم نواز اختصاص داشت اما در مجموع می‌توان گفت دموتکس امسال نسبت به سال گذشته کم‌رونق‌تر و خلوت‌تر بود. شاید به این دلیل که نمایشگاه دموتکس در سال‌های اخیر علاوه بر آلمان در دیگر نقاط دنیا مثل ترکیه، چین آمریکای شمالی و آمریکای جنوبی برگزار می‌گردد و صنعتگران و فعالان صنعت کفپوش ترجیح می‌دهند با

توجه به هزینه‌های بالای حضور در این رویداد معتبر جهانی، در نمایشگاه‌های نزدیک به کشور خود حضور پیدا کنند به‌نظر می‌رسد که دموتکس هانوفر به تدریج مرکزیت خود را به سایر هم‌تایان خود انتقال می‌دهد و شاید در آینده دیگر شاهد برگزاری همه ساله این نمایشگاه نباشیم؛ به یاد دارم در سال‌های گذشته، به دلیل استقبال از این نمایشگاه تردد در راهروها و سالن‌ها به راحتی امکان‌پذیر نبود در حالی که امسال بازدیدکنندگان در فضایی نسبتاً خلوت و آرام قدم می‌زدند!

از ایران شرکت‌های صاحب‌نام و معتبری مانند قالی سلیمان، فرش فرهی، فرش ماهور، فرش قیطران، سروش پایتخت، افشار زرینه، یلدای کویر کاشان، الماس کویر، بوریا و ... حضور داشتند که به دلیل طرح‌های فاخر فرش سنتی ایران مورد استقبال بازدیدکنندگان قرار داشت اما نوعی سردرگمی محسوس در اغلب مشتریان پیرامون نحوه اجرای قراردادهای تجاری با ایران و چگونگی انتقال پول دیده می‌شد. ضمن این‌که متأسفانه تحریم ظالمانه اخیر صنعت نساجی ایران توسط آمریکا که مصادف با برگزاری دموتکس اعلام گردید این سردرگمی را برای غرفه‌داران و بازدیدکنندگان دو چندان نموده بود زیرا تحریم صنعت نساجی، امکان صادرات یا واردات محصولات تولیدی و مواد اولیه وارداتی را تقریباً غیرممکن می‌کند. خوشبختانه مدیر کل دفتر صنایع نساجی وزارت صمت سرکار خانم مهندس محرابی به همراه رایزن بازرگانی سفارت ایران در آلمان، جزو بازدیدکنندگان از دموتکس و غرفه‌های شرکت‌کنندگان بودند که قطعاً بازدید مسئولان مستقیم صنعت نساجی کشور و دیدن فضای نمایشگاه و امکانات غرفه‌داران می‌تواند در فرایند برگزاری نمایشگاه‌های مشابه در ایران مفید به‌فایده باشد اگر چه باید اذعان کرد که نمایشگاه نساجی و کفپوش امسال تهران بسیار

خوب و با استقبال موثر غرفه داران و بازدید کنندگان مواجه بود تولید کنندگان فرش ماشینی ایران، الگوبرداری بسیار خوبی از طرح‌ها و نقشه‌های زیبا و ایرانی‌پسند فرش دستباف به عمل آورده بودند اما باید توجه کنیم این نوع طرح و نقشه بیشتر مورد توجه اقشار طرفدار طرح‌های سنتی و قدیمی کشورهای مختلف قرار می‌گیرد و نسل جوان امروز به دنبال طرح‌های مدرن، فانتزی و متنوع هستند که این که سایر کشورها (از بلژیک گرفته تا هند) مانور بسیار خوبی در ارائه چنین محصولات جدیدی داده بودند.

آیا تولید کنندگان ایرانی در مسیر تولید منطبق

با نیاز، خواسته و سلیقه مشتریان بین‌المللی کام برمی‌دارند؟

بله خوشبختانه توجه بسیاری به این بخش شده اما هنوز زیربنای تولید فرش ماشینی در ایران، سنتی و مبتنی بر نقوش فرش فاخر دستباف است که البته این نوع فرش هم مشتریان خاص خود را دارد در یکی از غرفه‌های ایرانی، قالیچه ابریشمی بسیار زیبا، جذاب و منحصر به فردی به نمایش گذاشته شده بود که تشخیص آن از قالیچه دستبافت ابریشم قم هم برای بسیاری از بازدید کنندگان هم حتی برای متخصصین امر بسیار مشکل بود؛ ضمن این که در مقایسه با فرش دستبافت قیمت مناسب و مقرون به صرفه این تولیدات برای مخاطبان بسیار جذاب بود.

حضور کشورهایمانند هند، چین و ترکیه را در

دموتکس ۲۰۲۰ امسال چگونه ارزیابی می‌کنید؟
در دموتکس سال گذشته هندی‌ها حضور بسیار چشمگیری داشتند به طوری که دو سالن به شرکت کنندگان این کشور اختصاص یافته بود اما امسال تنها در یک سالن بزرگ به ارائه فرش با طرح‌های جدید و مدرن، کوسن‌های متنوع رنگارنگ و سایر تولیدات کفپوش‌ها پرداخته بودند. البته باید اذعان کرد که در زمینه فرش دستباف قابل مقایسه با نام و آوازه فرش ایران نیستند و در مورد فرش ماشینی نیز از تولید کنندگان اروپایی به مراتب عقب‌تر هستند. حضور شرکت‌های ترکیه و چین نیز قابل توجه بود.

عرضه فرش ماشینی مبتنی بر چاپ دیجیتال در

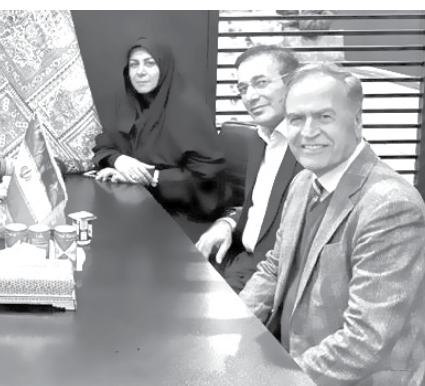
دموتکس امسال چه جایگاهی داشت؟ آیا این نوع تکنولوژی، رقیبی برای صنعتگران فرش ماشینی به شمار می‌آید؟

بله فرش و موکت‌های متنوع و متعددی توسط دستگاه‌های

چاپ دیجیتال - عمدتاً شرکت‌های اروپایی - عرضه شده بود که جذابیت‌های خاصی برای اغلب بازدید کنندگان داشت، طرح و رنگ‌بندی برخی از این فرش‌ها به اندازه‌های طبیعی و زنده بود که در نگاه اول تصور می‌شد در مقابل یک تابلوی نقاشی ایستاده‌اید. اگرچه بهره‌گیری از چاپ دیجیتال در صنعت فرش ماشینی به معنای از دست رفتن کامل جایگاه فرش ماشینی بافته شده نیست اما با تغییر نسل و نگرش جوانان نسبت به مقوله مد، شاهد افزایش تقاضا برای کفپوش‌های چاپ دیجیتال هستیم.

دیدگاه شما در مورد تحریم اخیر صنعت نساجی

ایران توسط آمریکا چیست؟



تا پیش از تحریم اخیر، صنعتگران و فعالان بخش خصوصی به شیوه‌های مختلف، راهی برای تعاملات تجاری با سایر کشورها پیدا می‌کردند اما طی ۷-۸ ماه گذشته، لحظه به لحظه فشارهای ظالمانه و غیرمنطقی تحریم‌های بین‌المللی بیشتر شده و بسیاری از روزه‌های کوچک واردات مواد اولیه، قطعات یدکی و ماشین‌آلات و صادرات کالای نساجی تقریباً مسدود شده‌اند. مسلماً اگر صنایع کشور با تحریم‌های بیشتر و حادثتری مواجه شوند؛ شاهد توقف کارخانجات و روند افسارگسیخته بیکاری جوانان این مرز و بوم خواهیم بود. امیدوارم این تحریم‌ها به نحوی برطرف شوند زیرا تداوم شرایط دشوار و نامساعد فعلی از ظرفیت تحمل فعالان بخش خصوصی دارد خارج شود، تمام روزه‌های ارتباط با بازارهای بین‌المللی یکی پس از دیگری بسته می‌شوند و نمی‌دانیم چه آینده‌ای پیش روی صنعت نساجی ایران قرار دارد؟ اصولاً فلسفه و دلیل تحریم این صنعت توسط آمریکا چیست؟ مگر تولید کنندگان نساجی، سازنده تسلیحات یا مواد رادیواکتیو هستند که باید چنین ظالمانه از دسترسی به بازار مواد اولیه و ماشین‌آلات و صادرات محصول خود محروم شوند؟! تصور کنید شهری مانند کاشان - مرکز فرش ماشینی

ایران - امکان واردات الیاف اکریلیک را به طور کامل از دست بدهد؛ آن‌گاه چه فاجعه‌ای پیش خواهد آمد؟ تولید کنندگان داخلی، مواد اولیه مورد نیاز را از کدام منبع یا مرجع تهیه کنند تا خطوط تولیدشان متوقف نشود؟ در این شرایط آیا می‌توان از صادرات سخن گفت؟ متأسفانه در حال حاضر مسیر پیش رو بسیار پیچیده است و باید هر چه سریع‌تر فکر عاجلی برای عبور از این بحران صورت گیرد.

بارها به این نکته اشاره کرده بودم که در گذشته تحریم‌های داخلی بعضاً بیشتر از تحریم‌های بین‌المللی، آسیب‌رسان هستند اما امروز معتقدم اگر چه تحریم‌های داخلی کماکان به قوت خود باقی است، اما کفه تبعات منفی تحریم‌های خارجی سنگین و سنگین‌تر گردیده است.



اعتقاد شما سال ۹۸ برای صنعتگران نساجی چگونه سپری شد؟

محاسبات منطقی در مورد شرایط اقتصادی، تولیدی و صنعتی فضا را به نحوی ترسیم نمی‌کند که امروز مقابل همدیگر بنشینیم و از امید به آینده صحبت کنیم ولی گویی معجزه یا دست غیبی در کشور ما وجود دارد که همچنان واحدهای تولیدی به کار ادامه می‌دهند، علی‌رغم تمام موانع و چالش‌ها در مورد تولید و صادرات برنامه‌ریزی می‌نمایند و حقوق و دستمزد کارگران خود را حتی المقدور به موقع می‌پردازند. در مجموع به اعتقاد من می‌توان گفت وضعیت شرکت‌ها و واحدهای تولیدی نساجی از سال گذشته، بدتر نشده است البته یقیناً امسال کمتر شاهد اجرای طرح‌های توسعه‌ای در صنعت نساجی بودیم اما حداقل یازده ماه را به نحوی پشت سر گذاشتیم و امیدوارم شب عید را نیز با کمترین چالش و مشکل پشت سر بگذاریم.

مطلب‌نهایی

اگر چه شرایط صنعت و اقتصاد کشور، متعادل نیست اما نباید تحت هیچ شرایطی امیدمان را به آینده از دست بدهیم...

تهیه و تنظیم: سیدضیاءالدین امامی رؤف

اشاره:

مدیرعامل فرش ماهر - یکی از غرفه‌داران ایرانی حاضر در دموتکس هانوفر - ابراز داشت: «بسیاری از بازدیدکنندگان با ترس، تعجب و نگرانی در غرفه‌های ایرانیان حضور پیدا می‌کردند! اما در مجموع تمایل بسیاری به معامله با تولیدکنندگان ایرانی دارند و ریسک بسیار بالای تعامل با ایران را می‌پذیرند. در دموتکس امسال به روال سال‌های گذشته موفق به انعقاد قراردادهایی نیز شدیم اما مشکل اصلی ما انتقال پول است. در گذشته از طریق صرافی‌ها این کار امکان‌پذیر بود اما در حال حاضر به دلایل مختلف دیگر چنین امکانی وجود ندارد.»

مهدی ضابطی با اشاره به حضور مقامات دولت ترکیه و بازدید آنها از تک تک غرفه‌های این کشور در دموتکس هانوفر گفت: «متأسفانه این اتفاق هیچ‌گاه در کشور ما رخ نمی‌دهد و آن قدر حلقه اطرافیان مقامات دولتی هنگام بازدید از نمایشگاه‌های داخلی گسترده و شلوغ است که صرفاً از چند غرفه خاص بازدید می‌کنند و می‌روند!» ضابطی در مورد تحریم صنعت نساجی توسط دولت آمریکا ابراز داشت: «زیرا اغلب مواد اولیه واحدهای نساجی وارداتی است و طبق صحبت‌های شرکت‌های خارجی، تمام تعاملات با ایران طی ۹۰ روز آینده متوقف خواهد شد. به نظر می‌رسد شرایط دشواری پیش رو خواهیم داشت و دور زدن این تحریم بسیار سخت به نظر می‌رسد اما نباید کار را تعطیل کند و سرانجام راهی پیدا می‌شود.»

وی در مورد افزایش فشار نهادها و سازمان‌های مختلف دولتی به خصوص سازمان امور مالیاتی بر بخش تولید گفت: «نمی‌دانیم اصولاً تمایلی به بقای واحدهای تولیدی دارند یا خیر! در چنین شرایطی به اصطلاح باید هوای تولیدکنندگان را داشته باشند تا آنان به تولید ادامه دهند و مانع بیکاری صدها نیروی شاغل شود.» متن این گفت‌وگو با نظر تان می‌گذرد:



هوای تولید، ابری است!

۴ امسال به‌عنوان یکی از غرفه‌داران ایرانی در نمایشگاه دموتکس هانوفر حضور داشتید. هدف شما از حضور در دموتکس چه بود و اصولاً حضور غرفه‌های ایرانی در چنین نمایشگاهی از نظر اقتصادی و فنون بازاریابی رقابتی مناسب به نظر می‌رسد؟

با توجه به تمرکز فرش ماهر بر صادرات فرش ماشینی، علی‌رغم افزایش چندبرابری هزینه‌های شرکت در دموتکس حضور در این نمایشگاه لازم به نظر می‌رسید. البته تعداد شرکت‌کنندگان دموتکس هر سال کمتر از دوره گذشته می‌شود و دلیل این امر گستره برگزاری دموتکس در سراسر دنیا از ترکیه تا مکزیک است و هریک از بازدیدکنندگان و شرکت‌کنندگان تصمیم می‌گیرند در نمایشگاهی که کمترین فاصله جغرافیایی را با کشورشان دارند، حضور یابند. در دموتکس امسال ۱۱ شرکت فعال صنعت فرش ماشینی حضور داشتند که برخی از آنان رضایت چندانی از شرکت در دموتکس هانوفر نداشتند زیرا با گذشت زمان، بازارها تخصصی‌تر می‌شود و نیاز به شناخت و تحلیل ذائقه و سلیقه مشتریان مختلف به‌عنوان یک ضرورت، اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد. طبق آمارهای موجود حدود ۶۷ درصد از بازدیدکنندگان دموتکس ۲۰۲۰، اروپایی بودند که تمایل چندانی به طرح و نقشه‌های کلاسیک فرش ایرانی نشان نمی‌دادند. این امر، کار را برای تولیدکنندگان صادرات‌محور فرش ماشینی بسیار دشوار می‌کند زیرا باید به بررسی و ارزیابی دقیق سلیقه و تنوع ملیت مشتریان خود در بازارهای بین‌المللی بپردازند. در تولید فرش‌های مدرن و فانتزی فاصله بسیاری با ترکیه داریم اما می‌توان این فاصله را به حداقل رساند و در این بخش از بازار فرش ماشینی دنیا اثرگذار باشیم. در مورد حضور تولیدکنندگان ایرانی هم باید بگویم به دلیل فقدان حمایت و پشتیبانی دولت از غرفه‌داران ایرانی و عدم تقبل بخشی از هزینه‌های حضور در نمایشگاه‌های معتبر جهانی، هزینه‌های شرکت در دموتکس ارقام بسیار سنگینی را به خود اختصاص می‌دهد. شرکت‌کنندگان ترکیه تحت حمایت همه جانبه دولت خود قرار دارند و طبق شنیده‌ها ۵۰-۷۰



درصد هزینه‌های شرکت در این نمایشگاه را دولت برعهده می‌گیرد. این در حالی است که بودجه مرکز توسعه صادرات ایران برای چنین اموری بسیار ناچیز است و عملاً هزینه‌های ما را تحت پوشش قرار نمی‌دهد.

۴ با توجه به تحریم‌ها و دشواری‌های انتقال پول، چگونه معاملات انجام می‌شود و اصولاً خریداران بین‌المللی بر چه مبنایی حاضر به معامله با ایران می‌شوند؟

بسیاری از بازدیدکنندگان با ترس، تعجب و نگرانی در غرفه‌های ایرانیان حضور پیدا می‌کردند! اما در مجموع تمایل بسیاری به معامله با تولیدکنندگان ایرانی دارند و ریسک بسیار بالایی تعامل با ایران را می‌پذیرند. در دموتکس امسال به روال سال‌های گذشته موفق به انعقاد قراردادهایی نیز شدیم اما مشکل اصلی ما انتقال پول است. در گذشته از طریق صرافی‌ها این کار امکان‌پذیر بود اما در حال حاضر به دلایل مختلف دیگر چنین امکانی وجود ندارد و در ارتباط با چین (که ظاهراً ارتباطی با تحریم‌های بین‌المللی ندارد) با مشکلات متعدد همچون ریسک بسیار بالای بازگشت پول روبرو هستیم؛ متأسفانه در چنین شرایطی صادرات هیچ جذابیتی برای تولیدکنندگان ایرانی ندارد. حتی ترکیه نیز به دلیل محدودیت‌های موجود تمایلی به کار با ایران ندارد.

نکته جالب توجه حضور مقامات دولت ترکیه و بازدید آنها از تک تک غرفه‌های این کشور در دموتکس هانوفر بود اما این اتفاق هیچ‌گاه در کشور ما رخ نمی‌دهد و آن قدر حلقه اطرافیان مقامات دولتی هنگام بازدید از نمایشگاه‌های داخلی گسترده و شلوغ است که صرفاً از چند غرفه خاص بازدید می‌کنند و می‌روند. هیچ‌گاه پای صحبت غرفه‌داران نمی‌نشینند تا در جریان مشکلات، چالش‌ها و نقاط ضعف و قوت تولیدکنندگان ایرانی قرار گیرند؛ به نظر می‌رسد این بازدید سریع مقامات از غرفه‌ها بیشتر حالت تشریفاتی دارد.

۴ فرصتی برای بازدید از سالن‌های مختلف دموتکس را پیدا کردید؟ حضور شرکت‌های

ترکیه، چین و هند را چگونه مشاهده کردید؟ بخشی از فعالان فرش‌های ماشینی و دستباف ایران با توجه به شرایط دشوار پیش آمده به پاکستان و افغانستان روی آورده‌اند و سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی در این کشورها انجام داده‌اند و برخلاف ایرانیان، هیچ‌گونه منع و محدودیتی برای صادرات ندارند. شرکت‌کنندگان هندی نیز در زمینه طراحی، نقشه و رنگ‌بندی به پیشرفت‌های فوق‌العاده‌ای رسیده‌اند و با ارائه طرح‌های به روز و جذاب، مخاطبان بسیاری را به خود جلب کرده بودند و آنان نیز آزادانه به صادرات محصولات خود به بازدیدکنندگان کشورهای مختلف می‌پرداختند و به راحتی با کشورهای صاحب سبک در طراحی ارتباط برقرار می‌کردند که مسلماً این امر در طولانی‌مدت هند را به یکی از تولیدکنندگان مطرح فرش ماشینی دنیا تبدیل خواهد کرد.

چینی‌ها در ارائه فرش‌های ماشینی متکی بر چاپ دیجیتال متمرکز شده بودند؛ در ایران هم برخی از تولیدکنندگان به بهره‌گیری از دستگاه‌های چاپ دیجیتال فرش ماشینی تمایل دارند اما می‌دانند که هیچ‌گاه جای بافت، طرح و نقشه‌های فرش ماشینی رایج را نخواهد گرفت و بعید می‌دانم در آینده نیز چاپ دیجیتال تهدید جدی برای تولیدکنندگان فرش ماشینی دنیا باشد.

۴ به اعتقاد شما تأثیرات تحریم صنعت نساجی ایران توسط آمریکا بر روند فعالیت‌های این صنعت چگونه خواهد بود؟

فکر می‌کنم تحریم صنعت نساجی کار را بسیار سخت می‌کند زیرا اغلب مواد اولیه واحدهای نساجی وارداتی است و طبق صحبت‌های شرکت‌های خارجی، تمام تعاملات با ایران طی ۹۰ روز آینده متوقف خواهد شد. به نظر می‌رسد شرایط دشواری پیش رو خصوصاً با اهییم داشت و دور زدن این تحریم بسیار سخت به نظر می‌رسد اما نباید کار را تعطیل کند و سرانجام راهی پیدا می‌شود. فکر می‌کنم در صورت قطع واردات مواد اولیه مانند الیاف، ظرفیت تولید داخل قادر به پوشش نیاز واحدهای موجود نیست و در صورت عدم واردات

الیافی مانند اکریلیک، نخ‌های پلی‌استر خلأ موجود بازار را پر می‌کنند.

۴ سال ۹۸ برای صنعتگران نساجی چگونه گذشت؟

سال ۹۸ برای تولیدکنندگان نساجی بسیار سخت بود و اغلب آنان از نظر منابع مالی در تنگناهای جدی قرار گرفته‌اند. در مقطعی از زمان قیمت ارز تا ۴ برابر افزایش یافت در حالی که منابع اختصاص یافته سیستم بانکی به واحدهای تولیدی همان رقم سه سال پیش است!

بازار داخلی فرش ماشینی نیز چندان مساعد نیست زیرا قدرت خرید مردم به شدت کاهش پیدا کرده و فرش ماشینی در اولویت نخست خرید آنان قرار ندارد و می‌توانند خرید فرش را به سال‌های بعد موکول کنند و منابع مالی خود را صرف امور ضروری‌تر نمایند. تمایل به خرید اقساط افزایش چشمگیری پیدا کرده است زیرا بودجه مردم کفاف خرید آنی را نمی‌دهد. فشار نهادها و سازمان‌های مختلف دولتی به خصوص سازمان امور مالیاتی بر بخش تولید بیشتر شده است و نمی‌دانیم اصولاً تمایلی به بقای واحدهای تولیدی دارند یا خیر! در چنین شرایطی به اصطلاح باید هوای تولیدکنندگان را داشته باشند تا آنان به تولید ادامه دهند و مانع بیکاری صدها نیروی شاغل شود.

۴ به اعتقاد شما در گام نخست دولت برای خروج واحدهای صنعتی و تولیدی از بحران‌ها و مشکلات فعلی چه اقدامی باید انجام دهد؟

باید صادرات تقویت شود زیرا میزان تولید تقریباً سه برابر نیاز داخلی است و باید فکری برای این حجم مازاد شود. اگر دولت خواهان تلاوم گردش چرخ اقتصاد کشور است باید توجه و تمرکز خود را بر صادرات اختصاص دهد. صادرات نیازمند تعامل سازنده با سایر کشورها و تلاش برای یافتن بازارهای صادراتی محصولات ایرانی است، قطعاً انجام چنین اقداماتی از عهده فعال بخش خصوصی خارج است و دولت باید نقش خود را در این زمینه به درستی ایفا نماید.

تهیه و تنظیم: شبنم سادات امامی رئوف

اشاره:

یکی از نمایندگان شایسته ایران در نمایشگاه دموتکس ۲۰۲۰، شرکت قالی سلیمان بود که به گفته مدیرعامل این مجموعه، بزرگ‌ترین غرفه شرکت‌های ایرانی در دموتکس هانوفر به شمار می‌آید.

سعید منزوی‌زاده، یکی از پرچمداران صنعت فرش ماشینی دنیا را ترکیه اعلام کرد که اگرچه در کیفیت، تنوع و ارائه محصولات خاص، چند گام عقب‌تر از فرش ماشینی ایران هستند اما به دلیل عدم محدودیت و قرار نگرفتن در شرایط دشوار تحریم، می‌توانند محصولات خود را به طور گسترده‌تر در بازارهای جهانی عرضه نمایند. وی، هدف از حضور در این رویداد جهانی را گسترش بازارهای صادراتی دانست و اذعان داشت: «از نظر اقتصادی و فنون بازاریابی نسبت به رقیبان خود توانمند نیستیم اما قدمت و سابقه درخشان تولید فرش در ایران، یکی از مزیت‌های ما در بازارهای جهانی است.» مدیرعامل قالی سلیمان، ضمن اشاره به رونمایی از «فرش ابریشم‌نما» و «فرش ضدلک و آنتی باکتریال» در دموتکس ۲۰۲۰ اظهار داشت: «هدف قالی سلیمان حضور مداوم در دموتکس است حتی اگر طی ۲-۳ سال به بهره اقتصادی هم نرسیم زیرا صادرات، فعالیتی کوتاه‌مدت و گذرا نیست و باید به صورت مستمر در بازارهای جهانی شرکت کرد.»

دیدگاه



حضور مستمر در رویدادهای جهانی و موفقیت در توسعه بازارهای صادراتی

نمایشگاه دموتکس ۲۰۲۰ را از نظر ارائه محصولات جدید، طراحی‌های متنوع و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های مدرن در ارائه کفپوش‌های نسجی (به خصوص چاپ دیجیتال) چگونه ارزیابی می‌کنید؟

دموتکس ۲۰۲۰ نسبت به سال قبل دارای نقاط ضعف و قوت بسیاری بود که همگی قابل بررسی و تحلیل هستند. شرکت‌های فعال در صنعت کفپوش و فرش ماشینی که در نمایشگاه حضور داشتند، سعی کرده بودند آخرین محصولات و دستاوردهای خود را در دموتکس هانوفر ارائه نمایند. در بخش چاپ دیجیتال، محصول خاص یا خارق‌العاده‌ای عرضه نشده بود شاید به این دلیل که چاپ دیجیتال محبت تازه‌ای در صنعت فرش ماشینی محسوب می‌شود و هنوز مزایا و معایب این تکنولوژی جدید به طور کامل مورد شناسایی قرار نگرفته است.

چاپ دیجیتال در برخی از انواع فرش ماشینی مورد استفاده قرار گرفته و به نتایج مطلوب رسیده اما در بعضی از گونه‌ها هنوز به دستاورد قابل توجهی دست نیافته است. اغلب غرفه‌داران و شرکت‌کنندگان فرش ماشینی به عرضه فرش‌های مدرن و شانه‌های بالا روی آورده بودند که تفاوت‌های بسیاری با طرح‌های مدرن سال گذشته آنان داشت.

۴ چه کشورهایی در بخش فرش ماشینی و دستباف پرچمدار و پیشرو بودند؟ حضور شرکت‌های ترکیه، چین و هند را چگونه مشاهده کردید؟

یکی از پرچمداران صنعت فرش ماشینی دنیا، ترکیه است به این دلیل که ارتباطات مستمری با بازارهای بین‌المللی برقرار کرده‌اند. اگرچه در کیفیت، تنوع و ارائه محصولات خاص، چند گام عقب‌تر از فرش ماشینی ایران هستند اما به دلیل عدم محدودیت و قرار نگرفتن در شرایط دشوار تحریم، می‌توانند محصولات خود را به طور گسترده‌تر در بازارهای جهانی عرضه نمایند. کما اینکه در موتورهای جست‌وجوی اینترنتی، نخستین گزینه برای فرش ماشینی، ترکیه اعلام می‌شود نه ایران.





چین و هند نیز تلاش‌های چشمگیری در زمینه تولید فرش انجام داده‌اند به طوری که پاپیون هند در دمو تکس ۲۰۲۰ بسیار فعال بود البته هنوز به سطح ترکیه نرسیده‌اند و شاید بیشتر به دنبال اشتغال‌زایی در بخش فرش دستباف هستند و فرش‌های دستباف نه چندان باکیفیت تولید می‌کنند.

چین نیز در زمینه فرش ماشینی پیشرفت چندانی نداشت که بتوان با فرش ماشینی ترکیه مورد مقایسه قرار داد. واقعیت این است که در ارائه محصولات مدرن، ترکیه حرف اول را می‌زند اما در بخش فرش‌های کلاسیک همچنان ایران، پیش‌تاز است و چین و هند در تولید فرش ماشینی و دستباف، دنباله‌رو این دو کشور هستند.

۴ بازدیدکنندگان این نمایشگاه بیشتر چه کسانی بودند؟ بازدیدکنندگان چه کشورهایی بیشتر از غرفه شرکت شما بازدید به عمل آورند؟

طبق آمار، دمو تکس هانوفر امسال با کاهش ۲۰ درصدی بازدیدکنندگان نسبت به سال گذشته مواجه بود که مسلمانان امر هیچ ارتباطی به تحریم‌های ایران یا مشکلات اقتصادی کشور ما ندارد. به اعتقاد من «دسترسی آسان فعالان کف‌پوش و فرش ماشینی به اینترنت» و «برگزاری متوالی دمو تکس‌های مختلف در سراسر جهان» دو علت مهم در کاهش استقبال بازدیدکنندگان از دمو تکس هانوفر محسوب می‌شود به طوری که پس از دمو تکس هانوفر، شاهد برپایی سه دمو تکس منطقه‌ای (با فاصله زمانی اندک) در آمریکا، چین و ترکیه خواهیم بود. حضور در دمو تکس به‌عنوان بازدیدکننده هیچ محدودیتی ندارد و در غرفه قالی سلیمان پذیرای بازدیدکنندگان از پنج قاره بودیم.

۴ به محصولات عرضه شده توسط قالی سلیمان در دمو تکس هانوفر اشاره نمایید. استقبال مخاطبان چگونه بود؟

هدف کلان ما این است که به‌عنوان یک شرکت پیش‌بردار در تولید نخ و فرش ماشینی، برای گسترش صادرات و توسعه بازارهای داخلی همواره باید ایده و طرح‌های نو داشته باشیم در غیر این صورت از عرصه

۴ آیا حضور غرفه‌های ایرانی در دمو تکس هانوفر از نظر اقتصادی و فنون بازاریابی رقابتی مناسب به نظر می‌رسد؟ با توجه به تحریم‌ها و دشواری‌های انتقال پول، چگونه معاملات انجام می‌شود و اصولاً خریداران بین‌المللی بر چه مبنایی حاضر به معامله با ایران می‌شوند؟

به هر حال از نظر اقتصادی و فنون بازاریابی نسبت به رقیبان خود توانمند نیستیم اما قدمت و سابقه درخشان تولید فرش در ایران، یکی از مزیت‌های ما در بازارهای جهانی است. شروع دمو تکس امسال با «وقوع حادثه دلخراش سقوط هواپیمای اوکراینی» و «اعلام تحریم صنایع نساجی ایران توسط دولت آمریکا» همزمان بود که این دو خبر ناگوار، تعاملات تجاری شرکت‌کنندگان ایرانی را تحت‌الشعاع خود قرار داد به طوری که اغلب مشتریان از بیم تحریم شدن توسط آمریکا، از ورود به غرفه‌های ایرانیان خودداری کردند و ترجیح دادند ارتباط با ایران را به حداقل برسانند.

در مجموع باید گفت تحریم‌های موجود، انتقال پول و هزینه‌های آن را برای صنعتگران ایرانی بسیار دشوار و سنگین می‌کند. در مقابل باید به مشتریان جدید قیمتی ارائه دهیم تا علی‌رغم تمام سختی‌ها و مصائب تجارت با ایران، حاضر به معامله با ما باشند، طبعاً وجود این شرایط نامطلوب، صادرات فرش ماشینی از ایران را با مشکلات جدی‌تر مواجه می‌کند.

۴ هدف قالی سلیمان از حضور در دمو تکس به‌عنوان یکی از غرفه‌داران ایرانی چه بود و تا چه اندازه به اهداف خود دست یافت؟

قالی سلیمان حدود ۱۰ سالی است که به طور مستمر در نمایشگاه‌های دمو تکس شرکت می‌کند و هدف و چشم‌انداز ما از این حضور، گسترش بازارهای صادراتی است. البته وضع تحریم‌های ظالمانه بین‌المللی و مشکلات و چالش‌های ایجاد شده ناشی از تحریم‌ها نتوانسته ما را از حضور پررنگ در دمو تکس منع کند و همواره از اولین دوره حضور در دمو تکس تا امروز، سیاست مجموعه را بر اساس مشارکت مداوم در این رویداد معتبر بین‌المللی قرار داده‌ایم. به اعتقاد ما برای موفقیت در توسعه بازارهای صادراتی باید با تمام قدرت و توان در نمایشگاه دمو تکس حضور یافته تا به نتایج مثبت و موثر دست پیدا کنیم. طبعاً در میانه راه با توجه به چالش‌های فراوان در کشور با دست‌اندازها و موانع بسیاری مواجه می‌شویم اما همچنان به هدف والا و ارزشمند خود برای رسیدن به بازارهای بین‌المللی یعنی حضور مستمر در دمو تکس، پایبند هستیم؛ نکته مسلم این که هنوز زمان طولانی از اتمام دمو تکس ۲۰۲۰ سپری نشده و بررسی و تحلیل بازخورد بازدیدکنندگان، نیازمند گذشت زمان (یک تا دو ماه) است.

هوایمایی چند کشور مختلف و پس از ۱۷-۱۸ ساعت سرانجام به آلمان رسیدیم.

هدف قالی سلیمان حضور مداوم در دموتکس است حتی اگر طی ۲-۳ سال به بهره اقتصادی هم نرسیم زیرا صادرات، فعالیتی کوتاهمدت و گذرا نیست و باید به صورت مستمر در بازارهای جهانی شرکت کرد.

۴ حضور در دموتکس هانوفر به عنوان غرفه دار را به سایر صنعتگران ایرانی توصیه می کنید؟

مدیران قالی سلیمان بر این باورند که برای کسب موفقیت و گسترش صادرات در عرصه‌های بین‌المللی، باید در نمایشگاه‌های معتبر بین‌المللی به عنوان یک شرکت موفق و مطرح حضور پیدا کنیم. اگر یک مجموعه تولیدی بخواهد حضور کوتاه مدتی در دموتکس داشته باشد؛ با توجه به هزینه‌ها و مشکلات فراوان، حضور در این نمایشگاه را به سایرین توصیه نمی‌کنم.

در نمایشگاه‌های بین‌المللی باید شرکت‌های توانمندی حضور یابند که برنامه‌های مستمر برای صادرات تدوین کرده‌اند نه این که یک سال به دموتکس بیایند و سال آینده شرکت نکنند... متأسفانه بعضی از همکاران ما این رویه را پیش گرفته‌اند و تصور می‌کنند با یک مرتبه حضور در دموتکس، می‌توانند به ارقام قابل توجهی در زمینه صادرات و فروش بین‌المللی برسند. با وجود شرکت‌های معظم، استاندارد و ارائه‌کننده محصولات با کیفیت و متنوع که بتوانند از عهده هزینه‌های سنگین شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی همچون دموتکس برآیند، قطعاً حضور مداوم در دموتکس را به آنان توصیه می‌کنم زیرا در صورت شرکت مستمر تولیدکنندگان موفق و مطرح ایرانی در دموتکس، باعث ارتقای برند فرش ایران در عرصه‌های جهانی و کسب اعتبار بیشتر برای فعالان فرش ماشینی و دستیاف ایران خواهد شد. از سوی دیگر با حضور پرپرا و موثر بزرگان یک صنعت در نمایشگاه خارجی، تمام فعالان آن صنعت می‌توانند در اموری مانند قیمت‌گذاری، نحوه صادرات، فروش محصول و ... به تفاهم برسند.

خصوصی صورت تقبل می‌شود.

مانند سال گذشته به عنوان بزرگ‌ترین غرفه شرکت‌های ایرانی در دموتکس هانوفر حضور داشتیم و این حضور حدود دو میلیارد تومان برای مجموعه هزینه در پی داشت و جای تأسف است که هیچ‌گونه کمک و حمایت دولتی در این بخش از ما به عمل نیامد. فکر می‌کنم حداکثر میزان کمک دولت در اعطای تسهیلات ویژه در بخش صادرات ۲۰ میلیون تومان است که پرداخت آن به صادرکنندگان حدود یک سال به طول می‌انجامد!

۴ آیا در دوره‌های بعدی دموتکس هانوفر نیز

به عنوان غرفه‌دار حضور خواهید یافت؟

حضور در دموتکس برای مجموعه‌ای که هدف آن گسترش صادرات است، باید همیشگی و مستمر باشد به همین دلیل از امروز برای شرکت در دموتکس سال آینده برنامه‌ریزی کرده‌ایم؛ مگر این که اتفاقات خاص و غیرقابل پیش‌بینی رخ دهد و منجر به عدم حضور ما شود. همان‌طور که می‌دانید ۴۸ ساعت پیش از آغاز به کار دموتکس ۲۰۲۰، به دلیل سانحه سقوط هوایمایی اوکراینی و از دست رفتن شماری از انسان‌های عزیز، پروازهای ایران به اروپا مختل شد و از طریق خطوط

رقابت عقب خواهیم ماند. به لطف خداوند امسال نیز قالی سلیمان با ارائه محصولات جدید و متنوع در دموتکس هانوفر حضور داشت، پس از انجام مطالعات یک‌ساله و شش ماه فعالیت‌های اجرایی توانست از «فرش ابریشم‌نما» در این نمایشگاه رونمایی نماید و با برطرف نمودن ایرادات رقیبان خود، محصولی ارائه داد که به اعتقاد اکثر کارشناسان فنی جزو بهترین فرش‌های ابریشم‌نمای بازار فرش ماشینی دنیا محسوب می‌شود.

همچنین «فرش ضدلک و آنتی باکتریال» نیز برای اولین بار در بازار جهانی ارائه کردیم که مورد استقبال بازدیدکنندگان قرار گرفت و بسیاری از مشتریان قدیمی و جدید قالی سلیمان، خرید آن را به عنوان محصول خاص در برنامه کاری خود قرار دادند.

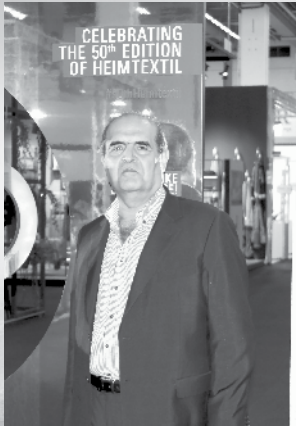
۴ آیا جهت حضور در دموتکس از حمایت‌های

دولتی نیز بهره‌مند شدید یا این حضور با تکیه

بر سرمایه‌های بخش خصوصی شرکت بود؟

متأسفانه نه تنها در نمایشگاه‌های خارجی بلکه در کلیه فعالیت‌های اقتصادی و صنعتی، حمایت‌های دولت در شعار خلاصه می‌شود و در اجراء از حمایت‌های واقعی دولت بهره‌ای نمی‌بریم و تمام هزینه‌ها توسط بخش





نگاهی به HEIMTEXTIL 2020

تهیه و تنظیم: سعید حقیقی - مشاور خطوط ریسندگی نساجی

کشور چین با ۵۶۳ غرفه، کشور هند با ۴۰۵ غرفه، ترکیه با ۳۹۷ غرفه، آلمان با ۲۷۱ غرفه، پاکستان با ۲۳۰ غرفه، ایتالیا با ۱۷۴ غرفه و اسپانیا با ۱۰۶ غرفه دارای بیشترین حضور را در نمایشگاه داشتند. از کشور ایران نیز دو شرکت در نمایشگاه حاضر بودند. (شکل ۳)

نمایشگاه HEIMTEXTIL یا منسوجات خانگی در نمایشگاه بزرگ فرانکفورت آلمان در ژانویه ۲۰۲۰ در حالی به استقبال پنجاهمین سالگرد برگزاری خودش می‌رفت که ۲۸۹۵ شرکت از ۶۴ کشور دنیا در آن حضور داشتند. (شکل ۱ و ۲)



شکل ۳



شکل ۲



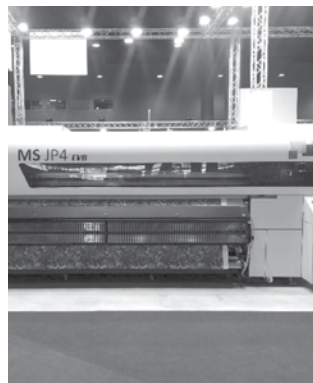
شکل ۱



شکل ۷



شکل ۶



شکل ۵



شکل ۴

در سالن‌های ۴ و ۴-۱ و ۴-۲ تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان پارچه‌های دکوراتیو، رومبلی و طراحی داخلی حاضر بودند. (شکل ۸-۱۱) سالن‌های ۶ و ۶-۱ و ۶-۲ به اضافه سالن‌های ۱۰ و ۱۰-۱ و ۱۰-۲ و ۱۰-۳ شامل تمامی شرکت‌های آسیایی بودند که به عرضه محصولات خود در اشکال مختلف بودند. (شکل ۱۲-۱۵)

حاضرین در سالن ۳ نمایشگاه شامل طراحان پارچه و شرکت‌های فروشنده نرم افزار طراحی، معرفی تکنولوژی‌های نو در نساجی و چاپ دیجیتال بودند. (شکل ۴ و ۵) در سالن ۱-۳ تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان کاغذهای دیواری حضور داشتند. (شکل ۶ و ۷)



شکل ۱۱



شکل ۱۰



شکل ۹



شکل ۸



شکل ۱۴



شکل ۱۳



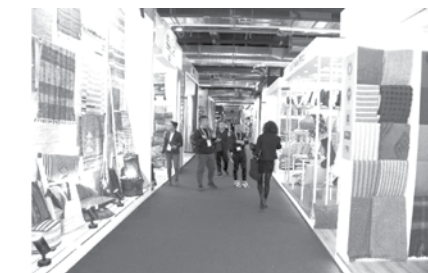
شکل ۱۲



شکل ۱۷



شکل ۱۶



شکل ۱۵



شکل ۲۰



شکل ۱۹



شکل ۱۸

رویداد بود.

دو شرکت حضور یافته در این نمایشگاه از ایران «شرکت کیمیا پلی استر قم» و «شرکت جهان اروم ایاز» بودند.

ایران با تولیدات بی شماری که در این زمینه دارد از غایبان بزرگ این نمایشگاه بود که یکی از دلایل آن می تواند خوب بودن بازار فروش داخلی باشد و یا عدم اطلاع رسانی مناسب توسط سازمان هایی که مرتب تبلیغ صادرات محوری می کنند اما از برگزاری یک جلسه برای توجیه تولیدکنندگان دریغ می کنند.

اشکال دیگر عدم حضور نمایندگان صنفی و تشکلهای نساجی مرتبط با این نمایشگاه بود که می توانستند با حضور در این نمایشگاه و ارائه یک DVD اطلاعات تولیدکنندگان ایرانی را در اختیار مراجعین و بازدیدکنندگان قرار دهند.

امیدوارم در صورت رفع تحریمها (که اینک گریبان گیر صنعت نساجی شده) تولیدکنندگان ایرانی بتوانند با حضور چشمگیر خود در سال آینده معرف محصولات خوب ایرانی در این نمایشگاه باشند.

سالن ۸ شامل تولیدکنندگان و عرضه کنندگان پوشش پنجره به اشکال مختلف اعم از پرده، کرکره و غیره بود. (شکل ۱۶ و ۱۷) سالن ۹ شامل تولیدکنندگان و عرضه کنندگان محصولات نساجی مورد استفاده در آشپزخانه مانند رومیزی، دستمال سفره و... بود. سالن ۱۱ به تشکهای هوشمند اختصاص داشت. سالنهای ۱۲ و ۱۳-۱۴ هم به روتختی و روبالشی و حولههای حمام اختصاص یافته بود. (شکل ۱۸-۲۰)

در تمام سالنهای نمایشگاه به کرات شاهد محصولاتی از پرده و پارچه بودی که از مواد بازیافتی تولید شده بود زیرا تبلیغات کشورها و گروههای طرفدار محیط زیست شرایطی را در جوامع ایجاد نموده که خریداران متقاضی تولیداتی هستند که گواهی بازیافت دارند و این موضوع متأسفانه آن گونه که باید هنوز در ایران کلید نخورده است. (شکل ۲۱ و ۲۲)

بخشی در نمایشگاه به معرفی نوآوریها در زمینه تهیه محصولات از بازیافت ضایعات میوهها اختصاص یافته بود. (شکل ۲۳-۲۷) اما نکته حائز اهمیت عدم حضور شرکت های ایرانی در این



شکل ۲۳



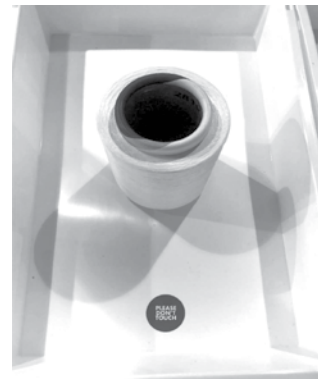
شکل ۲۲



شکل ۲۱



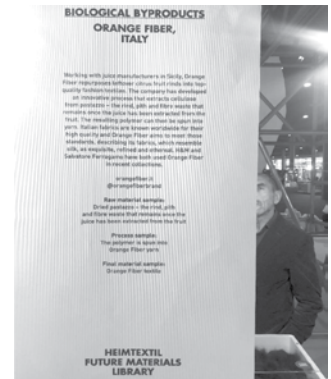
شکل ۲۷



شکل ۲۶



شکل ۲۵



شکل ۲۴



تهیه و تنظیم: مینابیانی

گفت‌وگو با مهندس غلامرضا سلامتی - مدیر عامل شرکت بوريا

در مورد ایران بدین صورت آماده نشده است. البته در زمینه فرش، خوشبختانه نیاکان ما این فرهنگ‌سازی را در مورد فرش ایرانی انجام داده‌اند و مزیت ما بهره‌مندی فرش دستباف از تاریخ چندین هزارساله فرهنگ و تمدن ایران است که ناخودآگاه موجب پذیرش فرش ایران در بازارهای جهانی می‌شود به طوری که مخاطبان دنیا این محصول را به‌عنوان یک کالای فاخر، باکیفیت و معتبر می‌شناسند اما در سایر عرصه‌ها مانند نرم‌افزارهای تخصصی دارای چنین مزیتی نیستیم و اطمینان داشته باشید در صورت فقدان صبغه تاریخی، فرش ایران با مشکلاتی بیش از این جهت حضور در بازارهای بین‌المللی مواجه بود.

ولی با همه این موارد واقعیت این است که فرش ایران هنوز جایگاه ارزشمند خود را در دنیا حفظ کرده است و برخی از مشتریان خارجی با تکیه بر سابقه تاریخی و ذهنی خود نسبت به فرش دستباف و ماشینی تمایل به معامله با ایران دارند و سعی می‌کنند دشواری‌ها و سختی‌های تجارت با کشور ما را بپذیرند و برخی هم نیز به علت مشکلات در انجام امور ابتدایی یک تجارت حاضر

« دیدگاه شما در مورد نمایشگاه دموتکس ۲۰۲۰ چیست و با توجه به تحریم‌های ایران، حضور شرکت‌کنندگانی ایرانی در این رویداد جهانی تا چه میزان مقرون به صرفه و توجیه‌پذیر است؟

وقتی کشوری در صادرات کالا موفق است چندین پارامتر از جمله توان و تخصص تولیدکننده، سیاست‌گذاری‌های حمایتی دولت‌ها و ... در کسب این موفقیت موثر هستند متأسفانه در کشور ما نه تنها سیاست‌های حمایتی توسط دولت انجام نمی‌شود بلکه موانع و محدودیت‌هایی در امر صادرات به وجود می‌آورند! منظور از سیاست‌های حمایتی تزریق پول نیست بلکه برای مثال دولت ژاپن در دهه‌های گذشته و یا دولت کره جنوبی در حال حاضر برای موفقیت در بازارهای صادراتی، ابتدا فرهنگ کشور خود را در قالب ساخت سریال‌های تلویزیونی یا فعالیت گسترده گروه‌های مختلف موسیقی به سایر نقاط دنیا منتقل کردند تا به این ترتیب ذهن مخاطبان را برای پذیرش کالاهای ژاپنی و کره‌ای مهیا سازند.

این در حالی است که ذهن مصرف‌کننده خارجی

شرایط
دشواری
پیش‌روست

اشاره:

شرکت بوريا یکی از نمایندگان ایران در دموتکس ۲۰۲۰ است که بخشی از فعالیت‌های آن در زمینه ارائه برنامه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مرتبط با صنعت فرش ماشینی می‌باشد. این شرکت توانست با ارائه قابلیت جدیدی در نرم‌افزارهای خود، میزان به هم‌ریختگی نقشه فرش نسبت به شیوه‌های رایج در سایر نرم‌افزارهای طراحی فرش را به حداقل برساند و با اطلاع‌رسانی‌های گسترده‌ای که انجام دادیم، موفق به جذب مخاطبان بسیاری از کشورهای مختلف (بلژیک، آلمان، پرتغال، اسپانیا، برزیل، روسیه و آمریکا) شد.

مهندس سلامتی ضمن ارائه توضیحات فوق ادامه داد: « فرش ایران هنوز جایگاه ارزشمند خود را در دنیا حفظ کرده است و برخی از مشتریان خارجی با تکیه بر سابقه تاریخی و ذهنی خود نسبت به فرش دستباف و ماشینی تمایل به معامله با ایران دارند و سعی می‌کنند دشواری‌ها و سختی‌های تجارت با کشور ما را بپذیرند. و برخی هم نیز به علت مشکلات در انجام امور ابتدایی یک تجارت حاضر به پذیرش ریسک نیستند.»

مدیرعامل بوريا اذعان داشت: « شرایط پرنوسان و دشواری پیش‌روی ماست و معتقدیم اگر اعتبار شرکت، متضمن کیفیت محصولات یک واحد تولیدی باشد همواره می‌توان به ارائه محصولات جدید در بازار فکر کرد.»

در ماه‌های پایانی سال و پیش از اتفاقات دی ماه، بازار به ثبات نسبی رسیده بود و با کاهش قاچاق (به دلیل افزایش شدید نرخ دلار و مقرون به صرفه نبودن واردات غیرقانونی) بار دیگر انگیزه و امید در دل‌های صنعتگران (به ویژه تولیدکنندگان پوشاک) زنده شد تا به سرمایه‌گذاری‌های جدید بپردازند و اغلب به دنبال توسعه واحدهای تولیدی خود بودند

به پذیرش ریسک نیستند. قطعاً در صورت عدم امکان گشایش اعتبار اسنادی، ریسک تجارت به سمت تولیدکننده ایرانی سوق پیدا می‌کند و بعضی از تولیدکنندگان ایرانی برای رفع این مشکل اقدام به ثبت شرکت در کشورهای اروپایی می‌نمایند که البته در دسرهای خاص خود را دارد. در مجموع باید عنوان کرد دموتکس هانوفر به‌عنوان بزرگترین و معتبرترین نمایشگاه فرش و کفپوش دنیا محسوب می‌شود و مخاطبان آن به مراتب بیشتر از نمایشگاه‌های مشابه است اگرچه امسال تعداد بازدیدکنندگان نسبت به دوره گذشته کمتر بود.

۴ حضور شرکت بوری در نمایشگاه دموتکس ۲۰۲۰ چگونه بود؟

از سال ۲۰۰۵ تاکنون در تمام دوره‌های دموتکس هانوفر حضور داشته‌ایم؛ البته سال‌های ابتدایی به ارائه نرم‌افزارهای بوری می‌پرداختیم اما در حال حاضر علاوه بر نرم‌افزار، ماشین تافت روباتیک (روبو تافت) را به بازار ارائه می‌دهیم که خوشبختانه با استقبال چشمگیر مخاطبان روبرو شده است. امسال قابلیت جدیدی در نرم‌افزار بوری ایجاد کرده بودیم که برای طراحان فرش در سراسر دنیا بسیار مهم و کاربردی است به این ترتیب که با تغییر ابعاد نقشه، میزان بهم ریختگی نقشه فرش نسبت به شیوه‌های رایج در سایر نرم‌افزارهای طراحی فرش کاهش پیدا می‌کند و با اطلاع‌رسانی‌های گسترده‌ای که انجام دادیم، موفق به جذب مخاطبان بسیاری از کشورهای مختلف (بلژیک، آلمان، پرتغال، اسپانیا، برزیل، روسیه و آمریکا)

شدیم؛ همچنین سیاست‌های انحصارگرایانه‌ای که شرکت رقیب ما در دنیا برای نرم‌افزار طراحی فرش در پیش گرفته، باعث شده بسیاری از کاربران به سمت بهره‌گیری از سایر نرم‌افزارهای موجود از جمله نرم‌افزار طراحی فرش بوری روی آورند؛ به همین دلیل دموتکس امسال برای بوری بسیار مطلوب بود و امیدوارم با پیگیری‌های بعدی به انعقاد قراردادهای تجاری منتهی شود. به امید خداوند طی دو ماه آینده از ویرایش جدید نرم‌افزار طراحی فرش رونمایی خواهد شد.

۴ فرصت کردید از سایر غرفه‌های دموتکس بازدید به عمل آورید؟ حضور سایر کشورها را به چه صورت دیدید؟

فرصت چندانی نداشتیم و روز آخر در زمان بسیار کوتاه توانستیم به سایر سالن‌های بروم. اما دو سالی است برگزارکنندگان دموتکس، فرمت چیدمان غرفه‌ها و سالن‌ها را تغییر داده‌اند برای مثال سال گذشته پاریس هند در سالن ۳ حضور داشتند اما امسال به سالن ۸ منتقل شده بودند. سالن ۳ در مسیر رفت و آمد بازدیدکنندگان قرار دارد و موقعیت بسیار خوبی برای غرفه‌داران هندی بود اما سالن ۸ چنین مزیتی ندارد و اغلب غرفه‌های هندی خلوت و خالی از بازدیدکننده به نظر می‌رسید. واقعیت این است که هندی‌ها تصمیم دارند به بزرگ‌ترین تولیدکننده فرش دنیا تبدیل شوند زیرا چین به دلیل فرهنگ مردم خود در استفاده از کفپوش‌های چوبی، سرمایه‌گذاری‌های چندانی در زمینه تولید فرش انجام نمی‌دهند بنابراین هندی‌ها با تکیه بر نیروی کار ارزان، طراحی‌های مدرن و اروپایی پسند، جای خالی چینی‌ها را پر می‌کنند و با تمام توان در دموتکس حضور پیدا می‌کنند.

تولیدکنندگان نخ از ترکیه حضور پررنگ و موثری داشتند، همچنین غرفه‌های بسیار بزرگی به نمایش فرش ماشینی ترکیه اختصاص پیدا کرده بود اگرچه به نظر می‌رسید تعداد شرکت‌کنندگان ترکیه نسبت به سال گذشته کمتر شده بود.

۴ حضور بازدیدکنندگان ایرانی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
بازدیدکنندگان ایرانی هم در سالن‌های مختلف دموتکس رفت و آمد داشتند البته از سالن ۱۱ که مختص تافت بود، ایرانی‌ها کمتر سر می‌زدند اما نسبت به سال قبل مذاکرات تجاری بهتری با ایرانی‌ها انجام دادیم.

۴ امسال برای فعالان صنایع نساجی چطور گذشت؟

بازار ایران در سال ۹۸ نوسانات بسیار شدیدی را تجربه کرد و در مقطعی از زمان به دلیل کمبود مواد اولیه و نوسان نرخ دلار، تولید در تمام بخش‌های صنعت نساجی به سختی و با مشقت فراوان انجام می‌شد. در ماه‌های پایانی سال و پیش از اتفاقات دی ماه، بازار به ثبات نسبی رسیده بود و با کاهش قاچاق (به دلیل افزایش شدید نرخ دلار و مقرون به صرفه نبودن واردات غیرقانونی) بار دیگر انگیزه و امید در دل‌های صنعتگران (به ویژه تولیدکنندگان پوشاک) زنده شد تا به سرمایه‌گذاری‌های جدید بپردازند و اغلب به دنبال توسعه واحدهای تولیدی خود بودند اما در حال حاضر شاهد رکود مجدد بازار هستیم و سرمایه‌گذاران و صنعتگران در حالت تعلیق و انتظار به سر می‌برند و امکان برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های توسعه‌ای وجود ندارد.

۴ مطلب نهایی

شرایط پر نوسان و دشواری پیش روی ماست و معتقدیم اگر اعتبار شرکت، متضمن کیفیت محصولات یک واحد تولیدی باشد همواره می‌توان به ارائه محصولات جدید در بازار فکر کرد و براین اساس برای سال ۹۹، ارائه چندین محصول جدید را در شرکت بوری پیش‌بینی کرده‌ایم و امیدواریم با ارائه محصولات متنوع و کاربردی و خدمات پس از فروش گسترده، همچنان حضور موفق و موثری در صنایع نساجی کشور داشته باشیم.



تهیه و تنظیم: سید امیرحسین امامی رئوف

ماندن در عرصه تولید و رقابت، هنر است



اشاره

مدیرعامل گروه بازرگانی دیبانسج، علی‌رغم وزن سنگین مشکلات به آینده نساجی بسیار امیدوار است و ادامه داد: «آن قدر طی سال‌های اخیر با فشارها و عوامل محیطی ضد اقتصادی و کسب و کار دست و پنجه نرم کرده‌ایم؛ که دیگر به معنای واقعی کلمه واکسینه شده‌ایم!» به اعتقاد وی، در صورت تداوم روند فعلی و عدم ایجاد مشکل یا مانع خاصی، ۲-۳ سال آینده وضعیت نساجی بهتر خواهد شد زیرا بسیاری از کارخانه‌ها به سمت سرمایه‌گذاری‌های جدید و نوسازی ماشین‌آلات خطوط تولید پیش رفته‌اند. رضایی، یکی از چالش‌های اصلی فعالان صنایع مختلف از جمله نساجی را افزایش محدودیت‌های داخلی برای صنعتگران اعلام کرد و گفت: «در حال حاضر برای ثبت سفارش از لحظه ثبت درخواست در سامانه، کمترین زمان برای ارزیابی اولیه ۳۵ روز است، اگر در مرحله نخست، اسناد مورد تأیید قرار بگیرند، مراحل بعدی کار همچون در تخصیص ارز و... انجام می‌شود، اما اگر به هر دلیلی اسناد رد شوند، ثبت سفارش تا دو ماه به طول می‌انجامد. کاری که سال ۹۶ و پیش از تیرماه ۹۷، طی نیم ساعت انجام می‌شد!» مشروح این گفت‌وگو از نظر تان می‌گذرد:

در مورد شرایط این روزهای دیبانسج نیز توضیحاتی ارائه نمایید...

حدود دوازده سالی است که در زمینه تهیه و تأمین رنگ‌های نساجی (با تمرکز بر رنگ‌های دیسپرس، ری‌اکتیو و کاتیونیک) مشغول کار هستیم و از سال ۱۳۹۲ به طور جدی در این بازار شناخته شدیم. طی دو سال اخیر به دلیل تغییر سیاست‌های کاری و اجرای مدل مشارکتی میان تأمین‌کنندگان و ذی‌نفعان، جهش بسیار خوبی را تجربه کردیم. خوشبختانه ارتباطات بسیار خوب و مستمری با تشکل‌های نساجی برقرار کرده‌ایم و بارها به صورت قراردادی، مواد اولیه اعضای تشکل‌ها را تأمین و در اختیارشان قرار داده‌ایم. دیبانسج برای سال آینده چندین طرح توسعه مدنظر قرار داده است و به سمت واردات کالاهای تخصصی‌تر پیش خواهد رفت. با توجه به تعاملات فنی و تکنولوژیک با تأمین‌کنندگان، رنگ را با دانش فنی در اختیار صنعتگران نساجی کشور قرار می‌دهیم.

ارزیابی شما از وضعیت فعلی صنایع نساجی کشور چیست؟

طی بازدید از اکثر کارخانه‌های نساجی به این نتیجه رسیده‌ام که حجم مواد اولیه مصرفی آنان در حال افزایش است، بسیاری از مشتریان به سمت نوسازی و بازسازی ماشین‌آلات خطوط تولید خود حرکت می‌کنند پس می‌توان این نشانه‌ها را به فال نیک گرفت. البته امیدواریم این وضعیت موقتی نباشد. در مجموع باید عنوان کنم تا امروز از افزایش حجم کار و روند تولید، شرایط خوب بوده است و طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته این روند تا سال ۱۴۰۰ تداوم خواهد داشت. یکی از مسائل موثر در بهبود نسبی بازار، ممنوعیت رسمی واردات پارچه و منسوجات بافته شده است اما از سوی دیگر، اتفاقاتی که طی ۲-۳ ماه اخیر در کشورهای اطراف مانند عراق و افغانستان رخ داد، تأثیرات جدی در بازار نساجی گذاشت و به اعتقاد بعضی از مدیران کارخانه‌های نساجی، حدود ۳۰-۳۵ درصد محصولاتشان توسط واسطه به

عراق صادر می‌شد که در افزایش سرمایه در گردش و رفع مشکلات نقدینگی کارخانه‌ها بسیار راه‌گشا بود.

اردیبهشت و خرداد امسال با تشدید تحریم‌های آمریکا، حدود ۲۰-۲۵ روز مرادوات مالی بانک مرکزی با بانک کولون چین هم متوقف شد و در همان ایام، تحریم کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران نیز عملیاتی شد و مشکلات فعالان صنعتی شکل جدی‌تر به خود گرفت برای مثال در گذشته، کشتی‌ها ۱۷ تا ۲۰ روزه از بنادر چین به بنادر ایران می‌رسیدند اما این رقم به حدود ۳۰ روز رسیده است! امروز که این مصاحبه را انجام می‌دهیم (دی‌ماه ۹۸) اثرات تحریم‌ها که دست و پاهای فعالان صنعتی را بسته بود، کمرنگ‌تر از گذشته شده است و بیشترین مشکلاتمان از مسائل داخلی نشأت می‌گیرند کما این که کشتیرانی کشور مورد تحریم قرار می‌گیرد و مدیران آن راه‌حلی

برای مقابله با آن پیدا می‌کنند یا بانک مرکزی به شیوه‌های مختلف تعاملات مالی را ادامه می‌دهد اما مشکلات داخلی فشارها و محدودیت‌های مضاعفی بر دوش تولیدکنندگان و صنعتگران وارد می‌کند. به عبارت بهتر محدودیت‌هایی برای فعالان بخش خصوصی اعمال شد که در واقع زمان انجام کار را برای آنان طولانی‌تر کرد، منجر به توقف بسیاری از خطوط تولید شد و افزایش قیمت محصولات نهایی را به همراه داشت، اتفاقی که اردیبهشت، خرداد و تیرماه امسال رخ داد.

نکته دیگری که بر روند تهیه و تأمین مواد اولیه واحدهای نساجی اثر بسیار منفی گذاشت، انفجار یکی از مجتمع‌های عظیم تولید مواد اولیه رنگ در چین (اول فروردین ۹۸) بود. وسعت این فاجعه به اندازه‌ای جدی بود که به گفته دولت چین ۳۰۰ نفر کشته شدند و اجساد بسیاری

از کشته‌شده‌ها هرگز پیدا نشد. انفجار این مجتمع چند هزار متر مربعی، وسعتی مانند انفجار بمب اتم داشت و نه تنها یکی از منابع تولید مواد اولیه رنگ چین را به طور کامل از بین برد بلکه باعث توقف فعالیت کارخانه‌های اطراف نیز شد؛ به این ترتیب قیمت پایه رنگ دو برابر و عرضه آن نصف شد.

امسال به دلیل آشفتگی فراوان بازار نخ، با تقاضاهایی از سمت مشتریان خود در مورد تأمین نخ مواجه شدیم. در مقطعی که از طریق اتاق مبادله دلار ۲ هزار و ۷۰۰ تومانی دریافت می‌کردیم، دولت نخ را شامل این قانون ندانست زیرا بخش عمده‌ای از کارخانه‌های داخلی به ظرفیت مناسبی برای تولید نخ رسیده بودند. در حال حاضر نه تنها در حوزه نخ پنبه، بلکه در حوزه پلی‌استر و ویسکوز هم اتفاقات خوبی در کشور رخ داده است.



توجه داشته باشیم که حدود ۹۰-۸۵ درصد از قیمت تمام شده پارچه به نخ اختصاص دارد در حالی که نقش رنگ در قیمت تمام شده پارچه تکمیل شده، حدود ۶-۷ درصد است؛ پس نمی‌توان منکر نقش و اهمیت چشمگیر نخ در روند تولید محصولات نساجی شد

قوانین و مقررات برای انسان‌های عادی اعمال می‌شود و تقریباً هیچ قانونی برای ژن خوب‌ها و گروه‌های رانتهی مصداق ندارد! یک نمونه بسیار کوچک آن را در اختصاص غرفه‌های نمایشگاه نساجی تهران تجربه کردیم. چگونه در عرض دو دقیقه تمام غرفه‌ها به صورت آنلاین، رزرو می‌شوند؟! خوشبختانه امسال ارتباطات کاری بسیار خوبی با تشکل‌های نساجی برقرار کردیم و این تعامل باعث شد در زمینه ثبت سفارش مورد حمایت تشکل‌ها قرار بگیریم.

در مورد وضعیت بازار، تولید و فروش رنگ‌های نساجی نیز توضیحاتی ارائه نمایید. بسیاری از فرایندهای تولید رنگ‌های دیسپرس بسیار خطرناک، آتش‌زا و آسیب‌رسان به محیط زیست هستند و به همین دلیل بیش از ۹۵ درصد رنگ‌های نساجی دنیا در دو کشور چین و هند تولید می‌شود و از حدود پنجاه سال پیش تاکنون تولید رنگ در اروپا ممنوع اعلام شده‌است و کارخانه‌ها، تولید رنگ را در فاز نخست به کشورهای اروپای شرقی و سپس تمام پتنت‌های موجود را به کشورهای جنوب شرقی آسیا (تایوان، کره جنوبی، هند و چین) منتقل کردند. امکان تولید بخش عمده‌ای از رنگ‌های مورد نیاز واحدهای نساجی (از جمله رنگ‌های دیسپرس، کاتیونیک، اسیدی و...) در کشور ما به دلیل مسائل فنی، تکنولوژیکی و زیست محیطی وجود ندارد. به تازگی چندین شرکت در حوزه

باشند. یکی از چالش‌های اصلی فعالان صنایع مختلف از جمله نساجی، افزایش محدودیت‌های داخلی برای صنعتگران است. در حال حاضر برای ثبت سفارش از لحظه ثبت درخواست در سامانه، کمترین زمان برای ارزیابی اولیه ۳۵ روز است، اگر در مرحله نخست، اسناد مورد تأیید قرار بگیرند، مراحل بعدی کار همچون در تخصیص ارز و... انجام می‌شود، اما اگر به هر دلیلی اسناد رد شوند، ثبت سفارش تا دو ماه به طول می‌انجامد. کاری که سال ۹۶ و پیش از تیرماه ۹۷، طی نیم ساعت انجام می‌شد!

«آیا دلیل یا توضیحی برای این تأخیر ارائه می‌شود؟»

این‌گونه استدلال می‌شود که هدف از اعمال چنین محدودیت‌هایی، کنترل تقاضا برای دریافت ارز است. تا مهر سال ۹۷، رنگ در گروه کالایی یک قرار داشت و ارز ۴۲۰۰ تومانی به آن تعلق می‌گرفت، اما پس از مهر ۹۷، رنگ به گروه کالایی دو منتقل شد و دلار هشت هزار تومانی برای آن اختصاص یافت، عملاً دلار هشت هزار تومانی تا پایان سال، تغییرات بسیاری را تجربه کرد تا جایی که خرداد و تیر امسال به دلار ۱۱ هزار و ۸۰۰ تومانی رسید.

فرایند تخصیص ارز همچون گذشته ادامه دارد و با مشکل خاصی در این زمینه روبرو نیستیم ظاهراً دولت، دسترسی خوبی به یوان، یورو، روپیه، لیر و... دارد و تخصیص ارز نیز به سرعت انجام می‌شود بنابراین بخش عمده‌ای از مشکلات صنعتگران و فعالان نساجی از جنس مسائل داخلی است. البته نمی‌توان منکر اثرات نوسان نرخ ارز بر بازار شد اما به نظر می‌رسد محدودیت‌ها و مشکلات داخلی بر عملکرد سازمان‌های ایرانی به مراتب اثرگذارتر و پررنگ‌تر هستند. توجه داشته باشیم که معمولاً تمام ابعاد

بازار نخ مانند بازار رنگ نیست. بازار نخ را تعدادی از فروشندگان عمده نخ، کنترل می‌کنند و بعضی از کارخانه‌های ایرانی به سمت سرمایه‌گذاری در این حوزه حرکت کرده‌اند و ظرفیت‌های تولید خود را توسعه داده‌اند اما متأسفانه قادر به رفع تمام نیاز صنایع نساجی کشور نیستند لذا در حوزه‌هایی که محدودیت تأمین از منابع داخلی وجود دارد، قاعدتاً باید واردات به صورت قانونی انجام شود، اما به اعتقاد من، مناقشه و اختلافات امروز حول محور واردات نخ‌هایی است که در کشور تولید می‌شود اما به دلیل سود هنگفت برخی، واردات همچنان ادامه دارد. مسأله جدی اغلب واحدهای نساجی در بخش نخ مربوط به نخ‌های پنبه‌ای است و در سایر موارد، مشکلات به مراتب کمتر است. توجه داشته باشیم که حدود ۹۰-۸۵ درصد از قیمت تمام شده پارچه به نخ اختصاص دارد در حالی که نقش رنگ در قیمت تمام شده پارچه تکمیل شده، حدود ۶-۷ درصد است؛ پس نمی‌توان منکر نقش و اهمیت چشمگیر نخ در روند تولید محصولات نساجی شد. همه می‌دانیم یکی از چالش‌های جدی امسال که بخش عمده‌ای از کارخانه‌های نساجی را درگیر خود کرد؛ این بود که تولیدکنندگان، نخ را با قیمت‌های بالا خریدند اما پس از فرایند بافت، رنگ‌رزی، تکمیل و تبدیل به محصول نهایی، یک‌باره قیمت نخ به شدت پایین آمد و تولیدکنندگان دچار زیان‌های هنگفت شدند.

به اعتقاد من دولت باید از تولیدکننده محصولات باکیفیت و قیمت مناسب و قابل رقابت با مشابه وارداتی حمایت کند نه تولیدکننده‌ای که با توجه به عدم واردات، نخ درجه چندم با قیمت بالاتر به صنعتگران به فروش برساند و آنها نیز برای عدم توقف خطوط تولید، چاره‌ای جز خرید نداشته

بخش عمده‌ای از مواد تعاونی توسط تولیدکنندگان داخلی تهیه می‌شود که البته بازار بسیار آشفته‌ای دارد و تعداد تأمین‌کنندگان آن برخلاف رنگ، فراوان هستند. بسیاری از آنان، مواد غلیظ را پس از واردات، رقیق و آماده مصرف می‌کنند، بعضی هم تمام مراحل تولید مواد تعاونی نساجی را داخل کشور انجام می‌دهند

تولید پیگمنت، فعالیت‌هایی انجام داده‌اند البته مواد اولیه مصرفی آنها به صورت خمیر وارد می‌شود و پس از انجام عملیات تکمیلی به روی آن، در قالب پیگمنت به فروش می‌رسد. واقعیت این است که تولید رنگ طبق استانداردهای زیست محیطی قیمت محصول نهایی را چندین برابر افزایش می‌دهد و یک کارخانه تولید رنگ برای تولید محصولات غیرآلاینده محیط زیست، حداقل ۲ تا ۵ برابر رقم سرمایه‌گذاری راه‌اندازی کارخانه به منابع مالی نیاز دارد.

طی بازدید از یک کارخانه معتبر و طراز اول تولید رنگ در هند، متوجه شدم بخشی به ارزش ۱۰ میلیون دلار توسط متخصصین آلمانی برای تصفیه آب مورد نیاز کارخانه در آستانه راه‌اندازی است، این در حالی بود که خط تولید کارخانه مذکور با ۳-۴ میلیون دلار قابلیت پیاده‌سازی داشت.

در کشوری مانند چین، اغلب کارخانه‌های بزرگ تولید رنگ، فرسنگ‌ها دورتر از شهر و خالی از سکنه مستقر می‌شدند تا پساب‌ها را در دریا، رودخانه و طبیعت رها کنند اما در حال حاضر دولت این اجازه را به آنان نمی‌دهد. به همین دلیل کاهش عرضه جهانی، افزایش قیمت را به همراه داشت؛ کما این که در سال‌های گذشته رنگ مشکی را ۱/۵ دلار می‌خریدیم و امسال قیمت آن تا هشت دلار هم افزایش پیدا کرد، مشتریان هم این افزایش قیمت جهانی را پذیرفته‌اند اما محدوده قیمت‌ها در تلورانس بسیار نزدیک سر جای خود قرار دارند.

حدود سه سال پیش یکی از بزرگان صنف رنگ جلساتی با حضور اغلب واردکنندگان رنگ برای همفکری و هم‌افزایی در زمینه واردات و قیمت‌گذاری انواع رنگ برگزار شد اما در همان جلسات اولیه، اختلاف نظرهای بسیاری شکل گرفت و عملاً اتخاذ سیاست‌های منطقی جهت ساماندهی واردات رنگ به حال خود رها شدند... واردکنندگان علی‌رغم روابط دوستانه و صمیمانه با همدیگر، در مباحث کاری چندان به همدیگر نزدیک نیستند و هر کدام سیاست‌ها و منافع خود را دنبال می‌کنند؛ هرچند این امر در فضای رقابت سالم طبیعی است مگر این که خدای ناکرده کسی بخواهد به قیمت کسب سود و منافع بیشتر، بازار فروش دیگران را دچار اختلال کند یا کار غیراخلاقی انجام دهد.

«اتحادیه یا تشکلی به‌عنوان متولی یا هماهنگ‌کننده مسائل مربوط به واردات رنگ وجود دارد؟»

خیر. متأسفانه در این صنف مرجعی تحت‌عنوان سیاستگذار یا هماهنگ‌کننده وجود ندارد. مجموعه ما (دیپان‌سج) به‌عنوان عضو انجمن صنایع نساجی ایران در کنار واحدهای ریسندگی، بافندگی و ... قرار می‌گیرد و بسیاری از اوقات منافع ما هم‌عرض سایر دوستان نیست. برای مثال کارخانه رنگ‌رزی تمایل دارد که رنگ با قیمت ارزان‌تری در اختیارش قرار دهیم در حالی که ما خواهان ارائه محصول با حاشیه سود معقول‌تری هستیم. چندین بار مذاکراتی میان واردکنندگان رنگ‌های نساجی برای راه‌اندازی یک تشکل هماهنگ‌کننده و موثر انجام شد اما به دلایل مختلف به سرانجام نرسید چون تعداد نفرات اصلی این صنف و واردکنندگان شاخص رنگ در ایران زیاد نیست که بازار و مشتریان خود را دارند با

حاشیه سود بالا به کارشان ادامه می‌دهند پس تمایلی برای شکل‌گیری یک تشکل ندارند.

«در زمینه مواد تعاونی و شیمیایی نساجی نیز همین شرایط مصداق دارد؟»

بخش عمده‌ای از مواد تعاونی توسط تولیدکنندگان داخلی تهیه می‌شود که البته بازار بسیار آشفته‌ای دارد و تعداد تأمین‌کنندگان آن برخلاف رنگ، فراوان هستند. بسیاری از آنان، مواد غلیظ را پس از واردات، رقیق و آماده مصرف می‌کنند، بعضی هم تمام مراحل تولید مواد تعاونی نساجی را داخل کشور انجام می‌دهند. البته تولید مواد تخصصی‌تر مانند نرم‌کن‌های سیلیکونی در کشور بسیار محدود است و اغلب از ترکیه، چین و هند وارد می‌شوند. نوع محصول هم به نحوی است که امکان قاچاق آن وجود ندارد البته کم‌اظهاری و بداظهاری در گمرکات همچنان پابرجا هستند! در مورد ثبت سفارش‌های بانکی، قاعدتاً امکان کم‌اظهاری وجود ندارد و منطقی و مقرون به صرفه هم نیست.

سال گذشته به دلیل بروز مشکلاتی در ثبت سفارش بانکی، بعضی از همکاران به خصوص واردکنندگان رنگ‌های ری‌اکتیو، از دفاتر شرکت‌های هندی در ترکیه، رنگ می‌خریدند و وارد می‌کردند. سال گذشته رنگ قاچاق نیز در بازار عرضه شد که حجم آن بسیار ناچیز بود زیرا جابجایی کارتن‌های ۲۵ کیلوگرمی کار ساده‌ای نیست و هر لحظه امکان ریزش آن وجود دارد. قاچاق کالاهاهی مقرون به صرفه است که نیاز به تجهیزات خاص برای حمل و نقل ندارد و ارزش مالی آنها نیز به مراتب بالاتر از رنگ و مواد شیمیایی است.

«بسیاری از صنعتگران معتقدند نقطه ضعف

علی‌رغم وزن سنگین مشکلات به آینده نساجی بسیار امیدوارم و آن قدر طی سال‌های اخیر با فشارها و عوامل محیطی ضد اقتصادی و کسب و کار دست و پنجه نرم کرده‌ایم؛ که دیگر به معنای واقعی کلمه واکنشیده شده‌ایم!

نامساعد اقتصادی فعلی، ماندن در عرصه تولید و رقابت، هنر است و صنعتگران نوپا با اراده، همت و پشتکار بسیار می‌توانند به موفقیت برسند، در مسیر تولید با توکل به خداوند، مشکلاتی برطرف می‌شوند که جز با یاری خداوند امکان‌پذیر نیست و اگر صدها نفر بخواهند در این راه برای تولیدکننده مانع‌تراشی کنند، به موفقیت نخواهند رسید؛ کما این‌که سال ۹۴ یکی از واردکنندگان بسیار قدرتمند و متمول، اعلام کرده بود کمتر از شش ماه، دیبانشج را از میدان خارج خواهد کرد و سراغ کارخانه خارجی که نمایندگی انحصاری آن را برعهده داریم، رفته بود اما کاری از پیش نبرد و به دلیل رفتار صادقانه با مشتریان و اعتقاد به اصل «حرکت از ما و برکت از خدا» حجم واردات رنگ ما از این شرکت خارجی چندین برابر افزایش یافته است.

«حسن ختام این گفت‌وگو...»

علی‌رغم وزن سنگین مشکلات به آینده نساجی بسیار امیدوارم و آن قدر طی سال‌های اخیر با فشارها و عوامل محیطی ضد اقتصادی و کسب و کار دست و پنجه نرم کرده‌ایم؛ که دیگر به معنای واقعی کلمه واکنشیده شده‌ایم! فکر می‌کنم در صورت تداوم روند فعلی و عدم ایجاد مشکل یا مانع خاصی، ۲-۳ سال آینده وضعیت نساجی بهتر خواهد شد زیرا بسیاری از کارخانه‌ها به سمت سرمایه‌گذاری‌های جدید و نوسازی ماشین‌آلات خطوط تولید پیش رفته‌اند.

پارچه‌هایی می‌پردازند که مختص البسه راحتی، تی‌شرت، تونیک و... بانوان است و اصولاً کار چاپ به روی آنها انجام نمی‌شود.

«آیا به کسی که قصد سرمایه‌گذاری یا فعالیت صنعتی در کشور را دارد، توصیه (یا پیشنهاد) حضور در صنعت نساجی را ارائه می‌دهید؟!»

آقای فیل نایت - کارآفرین و بنیانگذار شرکت نایکی- در کتاب کفش باز نوشته است «پیش از ورود به صنعت کفش از خود پرسیدم هر انسانی حداقل یک جفت کفش به پا می‌کند که با توجه به جمعیت انسان‌ها در کره زمین، ضریب استهلاک کفش و ... نیاز به کفش، رقم بسیار بالایی را به خود اختصاص می‌دهد»؛ این عدد در صنعت پوشاک چندین برابر بیشتر است و حتی در مواردی از حوزه غذا نیز وسیع‌تر است پس بدون شک بازار نساجی بسیار بزرگ و گسترده است، ارزش افزوده زیادی در آن وجود دارد و حاشیه سود در بخش‌های مختلف این صنعت، بالاست و فکر می‌کنم حدود ۳۰۰-۴۰۰ مجوز راه‌اندازی واحدهای جدید نساجی توسط وزارت صمت در سال جاری ارائه شده است.

فعالیت در مقیاس واحدهای کوچک و متوسط نساجی و پوشاک نیز امکان‌پذیر است درحالی‌که اصلاً نمی‌توان با سرمایه‌گذاری‌های محدود وارد برخی از صنایع دیگر شد. اما بازار نساجی و پوشاک بسیار سخت و پیچیده است و یکی از حلقه‌های آخر صنعت یعنی بازار (به مفهوم فرهنگی) همچنان سنتی باقی مانده‌اند، منطبق با الگوهای سنتی اداره می‌شوند. در مجموع معتقدم کسی که می‌خواهد وارد صنعت نساجی شود باید بدانند با بازاری بسیار بزرگ، پیچیده و فضای رقابتی بسیار تنگاتنگ روبرو خواهد بود و تحت حمایت و همراهی دولت قرار نمی‌گیرد. در شرایط

صنایع نساجی کشور، بخش رنگرزی و تکمیل است. به این معنا که یک تکمیل یا رنگرزی نامناسب، تلاش واحدهای ریسندگی و بافندگی برای تولید محصولات باکیفیت را به هدر می‌دهد. دیدگاه شما در این مورد چیست؟

این اعتقاد تا حدودی صحیح است اما نمی‌توان نظر قطعی داد و ضعف یک مجموعه رنگرزی یا تکمیل را به تمام فعالان این بخش تعمیم داد مثلاً در رنگرزی و تکمیل پارچه‌های رومبلی، هیچ‌گونه مشکل یا نقصی وجود ندارد اما تکمیل پارچه کت و شلواری یا پارچه پرده‌ای بسیار ظریف داستان دیگری دارد. در ترکیه ماشین‌آلات مدرن و به‌روز متعلق به ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ چنین پارچه‌های ظریفی تولید می‌کنند در حالی‌که همین ماشین‌ها در ایران ساخت ۲۰۱۰ هستند! ضمن این‌که سطح دسترسی به نخ و مواد اولیه مصرفی، تکنولوژی و ماشین‌آلات میان تولیدکننده ترکیه و ایران تفاوت‌های زیادی با هم دارند که در کیفیت محصول نهایی بسیار تأثیرگذار است در مجموع باید بپذیریم بخش رنگرزی و تکمیل نساجی ایران در مقایسه با سایر کشورها، مختصری عقب‌تر می‌باشد.

*در حال حاضر شاهد توسعه روزافزون بهره‌گیری از چاپ دیجیتال در صنایع نساجی هستیم. آیا این تکنولوژی برای فعالان و واردکنندگان رنگ‌های نساجی، تهدیدکننده نیست؟

حرکت به سمت چاپ دیجیتال، گریزناپذیر است و بخشی از بازار منسوجات را به خود اختصاص خواهد داد اما با شناختی که از بازار امروز داریم، نه تنها این فناوری جدید را به‌عنوان یک فرصت ارزیابی می‌کنیم بلکه اساساً بازار چاپ دیجیتال نمی‌تواند رقیب جدی برای رنگرزی باشد زیرا بسیاری از مشتریان ما به رنگرزی و تکمیل

درک نیاز مشتری و ارائه طرح‌های جدید در دنیای کفپوش‌ها



تهیه و تنظیم: سید ضیاءالدین امامی رفوف

۴ ضمن معرفی مقدماتی شرکت Bensiva، به محصولات، فعالیت‌ها، اهداف و چشم‌اندازهای آن اشاره نمایید.

شرکت بنسیوا در ابتدای سال ۱۳۹۷ توسط بنده با تکیه بر سابقه فعالیت در حوزه تامین و تولید مواد اولیه صنعت نساجی و همچنین علاقه‌مندی به حوزه فرش، با مشارکت و همکاری مهندس لطیفی -از طراحان فعال در حوزه فرش- و با همکاری تیمی از نیروهای حرفه‌ای طراحی، بازاریابی و مشاوران برجسته در حوزه فرش تاسیس شده است. هدف این شرکت صادرات فرش ماشینی بر مبنای درک نیاز مشتری و استفاده از طرح و نقش‌های متنوع و جدید بوده است که با تحقق این هدف، قابلیت رقابت با کشورهای پیشرو در این صنعت را داشته باشد.

۴ نمایشگاه دمو تکس ۲۰۲۰ را از نظر ارائه محصولات جدید، طراحی‌های متنوع و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های مدرن در ارائه کفپوش‌های نسجی (به خصوص چاپ دیجیتال) چگونه ارزیابی می‌کنید؟

نمایشگاه دمو تکس آلمان در زمینه فرش و کفپوش و معماری در جهان فعالیت می‌کند و تولیدکنندگان و تجار ایرانی نیز در این نمایشگاه، فرش‌های دستباف و ماشینی خود را در معرض نمایش قرار می‌دهند. سابقه حضور تجار ایرانی در این نمایشگاه دارای قدمت بسیاری است و فرش‌های دستباف و ماشینی ایران در این نمایشگاه بسیار معروف هستند؛ به طوری که در چند دهه اخیر، ایران توانسته جایگاه خود را در عرضه آنها به دست آورد.

محصولات جدید همانند سال‌های گذشته توسط شرکت‌های با سابقه و حتی شرکت‌های جدیدتر با درک نیاز مشتری و براساس شناخت دقیق بازارها از بابت طرح‌های جدید و با تلفیق رنگ‌های جذاب‌تر و با تعداد محدودتر رنگ و همگون در قالب فرش‌های سبک‌تر و با پایل کوتاه و بعضاً با نخ‌های با ظرافت کم، عرضه گردیده‌اند.

گفت‌وگو با مهندس شهرام شاه‌بابایی - رئیس هیئت مدیره شرکت بنسیوا

اشاره:

مهندس شاه‌بابایی هدف از شرکت در دمو تکس ۲۰۲۰ را شناخت دقیق مشتریان با فرهنگ‌ها و اقلیم‌های متنوع و درک بهتر از بازار فرش جهانی و کسب مهارت و پیدا کردن اثرگذاری مناسب برای سال‌های بعد عنوان کرد و گفت: «از آنجا که ایران در نمایشگاه هانوفر، فاقد پایوبون (علی‌رغم اینکه ایران را به عنوان کشور صادر کننده فرش دستباف و ماشینی در جهان می‌شناسند) بوده، مساعدتی در خصوص پرداخت هزینه‌ها وجود نداشته و طبعاً آجاره فضای نمایشگاهی و هزینه‌های انتقال نمونه کالا و سایر هزینه‌ها بسیار بالا بوده که معمولاً در سال اول شرکت در نمایشگاه جز برای شرکت‌کننده‌ای که با اقبال خوب در جذب مشتری روبرو گردیده باشد، توجیه اقتصادی نخواهد داشت.»
وی اضافه کرد: «سابقه حضور تجار ایرانی در این نمایشگاه دارای قدمت بسیاری است و فرش‌های دستباف و ماشینی ایران در این نمایشگاه بسیار معروف هستند؛ به طوری که در چند دهه اخیر، ایران توانسته جایگاه خود را در عرضه آنها به دست آورد.»

به لحاظ محدودیت‌ها و مشکلات موجود، امکان شرکت در نمایشگاه را نخواهند داشت ولی کالای تولیدی‌شان می‌تواند بخشی از بازار یا پتانسیل لازم را برای عرضه دارا باشد و Bensiva می‌تواند این خلأ را پر نماید.

۴ بازدیدکنندگان این نمایشگاه بیشتر چه کسانی بودند؟ بازدیدکنندگان چه کشورهایی بیشتر از غرفه شرکت شما بازدید به عمل آورند؟

اکثریت بازدیدکنندگان این نمایشگاه افراد متخصص و صاحب سبک در صنعت فرش و نساجی بوده‌اند. علاوه بر متخصصین در این نمایشگاه به عنوان بازدیدکننده، از دیگر شهرهای آلمان نیز در این نمایشگاه حضور یافته بودند. بازدیدکنندگانی از کشورهای آلمان، چین و هند در غرفه Bensiva حضور یافتند.

۴ به محصولاتی عرضه شده توسط Bensiva در دموتکس هانوفر اشاره نمایید. استقبال مخاطبان چگونه بود؟

در این نمایشگاه شرکت Bensiva فرش‌های ماشینی خود با طراحی ویژه را ارائه نموده بود و استقبال خوبی صورت گرفت.

۴ آیا جهت حضور در دموتکس از حمایت‌های دولتی نیز بهره‌مند شدید یا این حضور با تکیه بر سرمایه‌های بخش خصوصی شرکت بود؟ شرکت Bensiva جهت حضور در نمایشگاه از حمایت‌های دولتی بهره‌مند نشده و با تکیه بر سرمایه خصوصی در نمایشگاه شرکت کرده است.

۴ در دوره‌های بعدی دموتکس هانوفر نیز به عنوان غرفه‌دار حضور خواهید یافت؟ با توجه به اهداف ذکر شده برای حضور در دموتکس، شرکت Bensiva در سال‌های بعدی نیز شرکت خواهد نمود.



با فرهنگ‌ها و اقلیم‌های متنوع و درک بهتر از بازار فرش جهانی و کسب مهارت و پیدا کردن اثرگذاری مناسب برای سال‌های بعد بوده است.

۴ آیا حضور غرفه‌های ایرانی در دموتکس هانوفر از نظر اقتصادی و فنون بازاریابی رقابتی مناسب به نظر می‌رسد؟ با توجه به تحریم‌ها و دشواری‌های انتقال پول، چگونه معاملات انجام می‌شود و اصولاً خریداران بین‌المللی بر چه مبنایی حاضر به معامله با ایران می‌شوند؟

از آنجا که ایران در نمایشگاه هانوفر، فاقد پایون (علی‌رغم اینکه ایران را به عنوان کشور صادرکننده فرش دستباف و ماشینی در جهان می‌شناسند) بوده، مساعدتی در خصوص پرداخت هزینه‌ها وجود نداشته و طبعاً اجاره فضای نمایشگاهی و هزینه‌های انتقال نمونه کالا و سایر هزینه‌ها بسیار بالا بوده که معمولاً در سال اول شرکت در نمایشگاه جز برای شرکت‌کننده‌ای که با اقبال خوب در جذب مشتری روبرو گردیده باشد، توجیه اقتصادی نخواهد داشت. بسیاری از تولیدکنندگان

۴ چه کشورهایی در بخش فرش ماشینی و دستباف پرچمدار و پیشرو بودند؟ حضور شرکت‌های ترکیه، چین و هند را چگونه مشاهده کردید؟

این نمایشگاه مشتمل بر ۱۱۰۵ غرفه در ۱۱ سالن برگزار گردید که اغلب از پنج کشور آلمان، ترکیه، چین، هند و ایران در آن شرکت نموده بودند البته ۱۶۴ شرکت از آلمان، ۱۹۱ شرکت از ترکیه، ۴۳۲ شرکت از چین، ۲۹۸ شرکت از هند و ۲۰ شرکت از ایران حضور داشته‌اند. از ۲۰ شرکت ایرانی حاضر در نمایشگاه، ۶ شرکت در حوزه فرش دستباف و ۱۴ شرکت در حوزه فرش ماشینی فعالیت داشته‌اند.

در این نمایشگاه شرکت‌های هندی، چینی و ترک خیلی جدی حاضر شده بودند و تلاش داشتند سهم بازارشان را در سطح بین‌المللی توسعه بدهند.

۴ هدف شما از حضور در دموتکس به عنوان یکی از غرفه‌داران ایرانی چه بود و تا چه اندازه به اهداف خود دست یافتید؟

هدف از شرکت در نمایشگاه، شناخت دقیق مشتریان



در جنگ اقتصادی تمام عیار به سر می‌بریم

تهیه و تنظیم: مینا بیانی

اشاره:

هفتمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ایران «ایران مد ۲۰۱۹»، با مجوز رسمی از سازمان توسعه تجارت ایران و بنیاد ملی مد و لباس اسلامی ایرانی و نظارت و همکاری «اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران»، «انجمن صنایع پوشاک ایران» و «اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران» در سالن‌های B و ۳۸A و B و ۴۱A محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برپا شد.

در مراسم افتتاحیه این نمایشگاه مهندس افسانه محرابی - مدیر کل دفتر نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صمت - ابراهیم درستی - نماینده وزیر صمت در اصناف کشور و عضو هیئت رئیسه اتاق اصناف ایران و تهران، الیاس حضرتی - رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس - پیمان زندگی - رئیس مرکز اصناف و بازرگانان - ابوالقاسم شیرازی - اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران - و روسای تشکل‌های صنایع پوشاک حضور داشتند.

این نمایشگاه توانست ۱۱۸ شرکت داخلی را در گروه‌های کالایی پوشاک زنانه، مردانه، بچه‌گانه و پارچه لباسی دور هم جمع کند. کل فضای سرپوشیده (ناخالص) ایران مد ۱۱۷۰۵ متر مربع، متراژ (مفید) سرپوشیده داخلی ۷۳۱۹/۵ متر مربع و متراژ (مفید) سرپوشیده خارجی ۹۲ متر مربع بود.

تنها شرکت‌کننده خارجی ایران مد از کشور چین بود و این نشان می‌دهد نمایشگاه ایران مد، در جذب شرکت‌کنندگان خارجی به دلایل مختلف عملکرد چندان قابل توجهی نداشته و تمام تمرکز خود را بر ارائه توانمندی‌های تولیدکنندگان پوشاک ایرانی گذاشته است.

در صورت مقایسه ایران مد امسال با مشابه سال گذشته متوجه می‌شویم که در بخش متراژ کل نمایشگاه، رشد ۴۰ درصدی را تجربه کرده و از ۸۳۸۴/۵ متر مربع به ۱۱۷۰۵ متر مربع رسیده است. تعداد شرکت‌های داخلی نیز از ۶۹ شرکت به ۱۱۸ شرکت رسیده که بیانگر رشد ۶۸ درصدی است. در زمینه شرکت‌های خارجی نیز ایران مد سال گذشته، موفق به جذب شرکت‌کننده خارجی نشد در حالی که امسال دو شرکت از چین در ایران مد حضور داشتند. متراژ کل شرکت‌های داخلی نیز از رقم ۴۷۲۸/۲۰ متر مربع به ۷۳۱۹/۵ متر مربع افزایش یافت و به این ترتیب به رشدی ۵۳ درصد دست یافت.

نهمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ایران



گفت‌وگو با تعدادی از غرفه‌داران ایران مد ۹۸

تولید پارچه با استفاده از پشم شتر

«شرکت نیک‌ریس زنجان» بیست سال سابقه فعالیت در صنایع نساجی کشور را دارد و کلیه مراحل ریسندگی، بافندگی و رنگرزی (نخ و پارچه) در این مجموعه انجام می‌شود. ۹۰ درصد تولیدات نیک‌ریس، پارچه‌های تریکو (کشپاف) است و حدود ۷۰-۸۰ درصد نیاز کشور در این بخش را برطرف می‌نماید.

پیمان رئوف‌پناه - مدیرعامل - پس از ارائه توضیحات فوق ادامه داد: یکی از برندهای مطرح صنعت نساجی شناخته می‌شویم و محصولاتمان تا چهارماه آینده پیش فروش شده‌اند و سفارشات کاری که دریافت می‌کنیم برای ۱۵ فروردین ۹۹ به بعد است.

وی گفت: طی ۲۰ سال تولید، مدرن‌ترین دستگاه‌های نساجی را نصب و راه‌اندازی کرده‌ایم و به تازگی دو طرح توسعه را با موفقیت به ثمر رسانده‌ایم؛ براین اساس هشت تن پارچه رنگرزی شده با اشتغال‌زایی برای ۷۵ نفر به ظرفیت کارخانه افزوده خواهد شد، بخش بافندگی نیک‌ریس نیز اواسط فروردین سال آینده فعالیت خود را آغاز می‌کند.

به گفته رئوف‌پناه، ظرف دو سال آینده چهار سوله ۱۲ هکتاری با هدف راه‌اندازی سالن جدید ریسندگی و بافندگی احداث خواهد شد. تمام ماشین‌آلات مورد نیاز از کشورهای آلمان و سوئیس تهیه شده‌اند که خوشبختانه مدیران این شرکت‌ها به دلیل شناخت قبلی نیک‌ریس و اعتمادی که طی بیست سال کسب کرده‌اند، در زمینه فروش ماشین‌آلات محدودیتی برای ما به وجود نیاورده‌اند اما در زمینه واردات مواد اولیه با مشکل انتقال ارز مواجهیم. لازم به توضیح است که ۹۰ درصد مواد اولیه مصرفی مانند رنگ، پنبه و ماشین‌آلات وارداتی هستند و تولید داخلی ندارند. مدیرعامل نیک‌ریس خاطر نشان کرد: اگر دولت تمهیداتی برای رفع نیاز واحدهای ریسندگی به مواد اولیه بیندیشد، در رفع بخش عمده‌ای از مشکلات صنعتگران کمک شایان توجهی انجام داده است.



موافق ممنوعیت واردات پوشاک هشتم

وی یادآور شد: دو سال پیش با همت زنده‌یاد بهبهانی- مالک و بنیانگذار نیک‌ریس- با نام تجاری «زامینی‌پوشان» به دوخت پوشاک پرداختیم اما متأسفانه به دلیل پیچیدگی‌های خاص حوزه دوخت و عدم تسلط کافی نسبت به مقوله طراحی و مد، ترجیح دادیم بر تخصص اصلی نیک‌ریس یعنی تولید نخ و پارچه متمرکز شویم اما جالب است بدانید سالیانه حدود ۵۰-۱۰۰ محصول جدید به بازار عرضه می‌کنیم که بسیاری از آنها در کشورهای همسایه مانند ترکیه تولید نمی‌شوند و پارچه‌های کشف‌شده مورد نیاز شعبات برخی از برندهای این کشور مانند «ال سی وای کی کی» و «دی فکتو» در ایران را تأمین می‌کنیم.

رئوف پناه در مورد نمایشگاه پوشاک تهران گفت: با توجه به مدیریت جوان مجموعه طی یک‌سال گذشته- خانواده زنده‌یاد بهبهانی- نیاز به معرفی هیئت مدیره جدید در بازار وجود داشت که با حضور در نمایشگاه این هدف تحقق یافت. همچنین برقراری ارتباط مستقیم با تولیدکنندگان پوشاک و تعامل با مصرف‌کنندگان واقعی جهت رفع نیازهای آنان به مواد اولیه مرغوب، از سایر اهداف نیک‌ریس برای شرکت در ایران مد محسوب می‌شوند. در این نمایشگاه برای اولین بار پارچه با استفاده از پشم شتر ارائه کرده‌ایم که تعداد تولیدکنندگان آن در دنیا انگشت‌شمار هستند. قیمت این نوع پارچه در مقایسه با سایر پارچه‌های نیک‌ریس ۱۰ درصد ارزان‌تر است، لطافت و گرمای خاص خود را دارد و اغلب برندهای مطرح پوشاک برای خرید پارچه مذکور اعلام آمادگی کرده‌اند.

«شرکت ویستور» به مدیریت سید محمدعلی یاسینی در زمینه تولید و پخش انواع پوشاک زنانه (تی‌شرت، بلوز، تاپ، تونیک، سارافون، شلوارک، شلوار، مانتو، نیم‌تنه و ساپورت ورزشی) فعال است و حجم تولیدات ماهیانه ویستور حدود ۷۰ الی ۶۰ قطعه پوشاک می‌باشد.

وی اظهار داشت: ۸۰ درصد مواد اولیه همچون نخ و پارچه از تولیدکنندگان داخلی تأمین می‌شود که کیفیت و قیمت قابل قبولی دارند اما تجهیزات جانبی و بخشی از پارچه‌های مختص پوشاک ورزشی، وارداتی هستند. یاسینی ادامه داد: به‌عنوان تولیدکننده موافق ممنوعیت واردات پوشاک هشتم زیراتوان و استعداد تولیدکنندگان پوشاک کشور بسیار بالاست که کم‌این که کاهش قاچاق پوشاک، شوک بزرگی به تولیدکنندگان ایرانی وارد کرد و انگیزه بسیاری از آنان را جهت ارائه محصولات باکیفیت و طبق سلیقه مصرف‌کنندگان افزایش داد، البته تولیدکنندگان مطرح و باسابقه در این زمینه مشکلی ندارند زیرا مردم محصولات آنان را به‌عنوان پوشاک با دوام و متنوع می‌شناسند.

مدیرعامل ویستور، خواهان تداوم مبارزه با قاچاق پوشاک شد و ابراز امیدواری کرد برخی تولیدکنندگان پوشاک کشور (به خصوص برندهای متفرقه و بدون نام و نشان) از این شرایط سوءاستفاده نکنند و با توجه به عدم واردات پوشاک خارجی و افزایش نرخ دلار، محصولات خود را بدون توجه به اصول کیفی و استفاده از مواد اولیه درجه دوم و سوم، با قیمت‌های

گزارف و غیرمنطقی روانه بازار مصرف نکنند. وی تصریح کرد: در سال‌های دور استفاده از مواد اولیه درجه چندم، کاستن از کیفیت کالای صادراتی، تحویل ناقص و نیمه‌کاره سفارشات مشتریان خارجی باعث شد حجم قابل توجهی از بازارهای صادراتی کشورهای همسایه را از دست بدهیم و به اعتقاد من این کار خیانت بزرگی در حق صنعت پوشاک و تولیدکنندگان خوش‌نام و موفق این صنعت است. به اعتقاد این تولیدکننده، طی دو سال اخیر فرصت بسیار ارزشمند و خوبی برای صادرات به وجود آمده که باید با ارائه محصولات مرغوب و متنوع، اعتماد مصرف‌کنندگان را نسبت به پوشاک ایرانی احیاء نماییم و بازارهای از دست رفته را به دست آوریم.

یاسینی، «عدم حمایت تشکل‌ها و اتحادیه‌های پوشاک و حتی در بعضی موارد مشکل‌تراشی آنان برای تولیدکنندگان» و «قوانین مربوط به بیمه‌های کارگری» را از چالش‌های مهم فعالان صنعت پوشاک قلمداد کرد و گفت: طبق قانون، حق بیمه تأمین اجتماعی برای کارگاه‌های تولیدی تا ۵ نفر کارگر ۱۰ درصد و بیش از ۵ نفر ۳۰ درصد است اما این قانون غیرمنصفانه می‌باشد زیرا نگرانی و دغدغه ذهنی کارفرمایان در صورت گسترش واحد تولیدی و اشتغال‌زایی بیشتر به دلیل پرداخت حق بیمه بالاتر، افزایش پیدامی‌کند.

شرکت ویستور نیز برای نخستین بار در نمایشگاه پوشاک تهران حضور داشت. یاسینی در این زمینه گفت: برای عرض اندام و نمایش محصولات تشکیل



بهمن راقه‌بانه - مدیرعامل نیک‌ریس زنجان



سید محمد علی یاسینی (سمت راست) - مدیرعامل شرکت ویستور



صادق خسرو زاد - مدیرعامل تولیدین



و قابل رقابت به خارجی‌ها در نمایشگاه شرکت کردیم و با استقبال خوب فروشگاه‌داران ایرانی هم روبرو شدیم اما به ما قول حضور بازدیدکنندگان و غرفه‌داران خارجی را داده بودند و به همین دلیل مترجمین عربی و انگلیسی در غرفه خود مستقر کردیم که متأسفانه این وعده عملی نشد.

نوسان شدید نرخ دلار؛ یکی از معضلات تولیدکننده

«شرکت تولیدین» از سال ۱۳۹۰ تولید پوشاک کژوال و عصر زنانه (کت مانتویی، سارافون، شومیز، کت بلند، کت و دامن، کت و سارافون، کت و شلوار و مانتو) را آغاز کرده است، در حال حاضر نزدیک به ۵۰ نفر (به صورت مستقیم) در این واحد تولیدی مشغول کار هستند و محصولات تولیدین توسط عاملین فروش در سراسر کشور توزیع می‌شود.

صادق خسرو زاد - مدیرعامل - اضافه کرد: به تازگی بخشی از مواد اولیه را از کارخانه‌های مطرح و معتبر کشور تهیه می‌کنیم اما به دلیل کیفیت نه چندان ایده‌آل برخی از مواد اولیه داخلی، بخش عمده‌ای از مواد اولیه ما وارداتی هستند که به دلایل مختلف از جمله افزایش هزینه‌های گمرکی، بسیار دیر به دستمان می‌رسند.

وی گفت: پیش از اعلام ممنوعیت واردات پوشاک باید زیرساخت‌های لازم جهت تأمین مواد اولیه مدنظر قرار می‌گرفت زیرا این موضوع، دغدغه نخست تمام تولیدکنندگان ایرانی است. همچنین ضعف تولید تجهیزات جانبی (آکسسوری) در صنعت پوشاک بسیار مشهود می‌باشد و همواره در زمینه تأمین آکسسوری دچار مشکل می‌شویم.

به اعتقاد خسرو زاد، یکی از معضلات تولیدکننده نوسان شدید نرخ دلار است که توازن خرید و فروش را (به خصوص در شب عید) به هم می‌زند. «کمبود نیروی متخصص و آموزش دیده به خصوص خیاط ماهر و حرفه‌ای» یکی دیگر از مشکلات صنعت پوشاک است.

مدیرعامل تولیدین اذعان داشت: یکی از تولیدکنندگان پارچه ترکیه معتقد است طراحان این کشور باید از طراحان ایرانی الگوبرداری کنند؛ به لطف خداوند در این

زمینه نیازی به ایده سایر کشورها - حتی ترکیه - نداریم. خسرو زاد که برای بار دوم به‌عنوان غرفه‌دار در نمایشگاه ایران مد حضور داشت، گفت: یکی از اهداف حضور ما سنجش توانمندی‌های تولیدین در کنار سایر تولیدکنندگان مطرح و خوش‌نام پوشاک است و خوشبختانه به این هدف دست پیدا کردیم.

وی در پایان گفت: تبلیغات تلویزیونی در جذب مخاطب بسیار اثرگذار است اما بهتر بود تبلیغات بیشتر و فراگیرتری در مورد نمایشگاه پوشاک تهران انجام می‌شد.

افزایش نرخ دلار؛ یک تهدید، یک فرصت

«شرکت بای‌سز» از سال ۱۳۷۲ به طور تخصصی تولید شلوارهای زنانه را آغاز کرد، از سال ۱۳۹۰ تولید دامن و شومیز را به سید محصولات خود افزود و حجم تولیدات ماهیانه این شرکت بالغ بر هشت هزار قطعه است. محصولات بای‌سز به صورت B2B توزیع می‌شوند و این مجموعه خود را مقید به رفع نیاز کسب‌وکارهای B2C می‌داند.

حسین منیعی - مدیرعامل - ادامه داد: تا سه سال پیش تمام مواد اولیه مصرفی بای‌سز از ترکیه و چین تهیه می‌شد اما در حال حاضر حدود ۷۰ درصد از ترکیه و چین و ۳۰ درصد از محصولات داخلی تأمین می‌شود. وی افزایش نرخ دلار را برای تولیدکنندگان پوشاک یک فرصت و یک تهدید برشمرد و گفت: هر کالایی از نیروی کار، مواد اولیه و آکسسوری شکل می‌گیرد و بالا بودن نرخ دلار، می‌تواند محصولات ما را خارج از کشور با قیمت مناسب‌تری عرضه کند اما قطعاً برای مصرف داخلی، قیمت محصولات ما گران است و مصرف‌کنندگان به دلیل کاهش توان اقتصادی، در خرید دچار مشکل می‌شوند.

منیعی افزود: مخاطبان بای‌سز اقشار متعلق به دهک ۷ و ۸ است و معمولاً این افراد، محصولات مورد نیاز خود را خارج از کشور استفاده می‌کنند؛ در نتیجه محصولات ما قابل رقابت با مشابه خارجی هستند.

مدیرعامل بای‌سز بیان داشت: جهان به سمت یکپارچگی حرکت می‌کند لذا از واردات پوشاک گریزی نیست اما واردات قانونمند و رسمی، تولیدکنندگان



حسین موسوی - مدیرعامل بای سز



پویا رضاخانی - مدیرعامل کارن



نیست

منیعی در مورد نمایشگاه ایران مد گفت: نمایشگاه، بهترین و مطمئن‌ترین شکل عرضه کالا است و نمایشگاه امسال می‌توانست با همکاری رسانه ملی در تبلیغات و اطلاع‌رسانی گسترده‌تر و جذب بازدیدکنندگان بیشتر به مراتب بهتر و موفق‌تر عمل کند. ازدحام و شلوغی روز اول این نمایشگاه بیشتر به دلیل دید و بازدید صنعتگران و همکاران با همدیگر بود و به صورت موردی، مشتریانی از شهرهای مختلف مشاهده می‌شد؛ ای کاش مدیران تمام فروشگاه‌های سراسر ایران از این نمایشگاه بازدید به عمل می‌آورند و شاهد نمایش محصولات با کیفیت و رقابت‌پذیر ایرانی می‌شدند.

در بخش تریکو بسیار قدرتمند هستیم

«مجموعه تولید و پخش پوشاک بچه‌گانه کارن» هفت سالی است که به طور تخصصی تولید پوشاک بچه‌گانه را آغاز کرده و کلیه مراحل تولید شامل بافت پارچه، رنگرزی، تکمیل، طراحی، برش، چاپ، گلدوزی، دوخت، بخار و بسته‌بندی محصولات توسط ۴۰ نفر نیروی در داخل مجموعه انجام می‌شود.

پویا رضاخانی - مدیرعامل - ضمن بیان این مطلب که نهایت تلاش خود را برای استفاده از مواد اولیه مرغوب به عمل می‌آوریم و تمام مواد اولیه مصرفی ما، تولیدات باکیفیت داخلی است، افزود: به دلیل افزایش چندبرابری قیمت پارچه در زمینه قیمت تمام شده با مشکلاتی مواجه هستیم.

وی ادامه داد: ۱۵ خرداد امسال در نمایشگاه بغداد شرکت کردیم و توانستیم کانال‌های موثری جهت صادرات پیدا کنیم اما واقعیت این است که علی‌رغم پرداخت هزینه‌های هنگفت اخذ غرفه به یک شرکت بی‌نام و نشان و گمنام، هیچ تبلیغات و اطلاع‌رسانی برای برپایی این نمایشگاه در بغداد صورت نگرفته بود، تعداد بازدیدکنندگان بسیار اندک بود و مجبور شدیم کاتالوگ‌های شرکت را شخصاً در بازار بغداد توزیع نماییم! نکته جالب مورد اشاره کسبه بازار بغداد این بود که می‌گفتند کل بازار پوشاک عراق در دست ترکیه است و ایرانیها به دلایل مختلف مانند هزینه‌های بالای

ایرانی هیچ مشکلی با ورود برندها و کالاهای خارجی ندارند منتها به این شرط که واردکنندگان تمام عوارض گمرکی را بپردازند.

وی خاطر نشان کرد: تمام محصولات عرضه شده در نمایشگاه پوشاک تهران، قابل رقابت با محصولات خارجی هستند؛ مگر کالای خارجی چه فاکتورهایی دارد که ما از آن بی‌بهره‌ایم؟!

منیعی ضمن اشاره به رشد و توسعه صنعت پوشاک طی چند سال اخیر گفت: تمام محصولات بای سز دارای ضمانت‌نامه هستند و در صورت وجود مشکل یا نقص در کالا، مصرف‌کنندگان نهایی می‌توانند آن را مرجوع و با کالای نو تعویض نمایند.

به گفته وی، امروز در یک جنگ اقتصادی تمام عیار به سر می‌بریم، بدون شک سربازان و نیروهای رزمنده این جنگ، تولیدکنندگان و صنعتگران هستند که به حمایت و همراهی مسئولان دولتی نیاز دارند اما متأسفانه بسیاری از قوانین و مقررات کشور ضد تولید هستند. دولت برای تأمین نقدینگی و هزینه‌های کشورداری به بخش تولید و صنعت فشار وارد می‌کند و تولیدکننده بارها و بارها به عناوین مختلف باید مبالغی به سازمان‌های دولتی بپردازد و مصرف‌کننده نهایی کالا را چند برابر قیمت خریداری می‌کند.

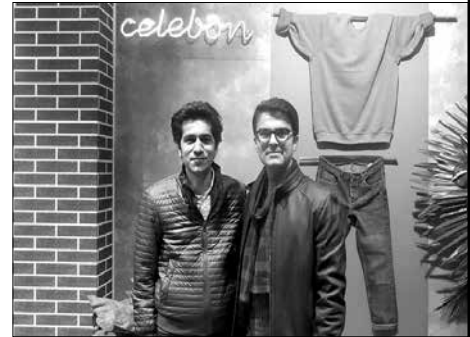
مدیرعامل بای سز تصریح کرد: تولیدکنندگان کشوری مانند ترکیه، بدون هیچ‌گونه محدودیتی به فعالیت ادامه می‌دهند در حالی که ما به صورت بسته، محدود و مواجه با مزاحمت‌های متعدد سازمان‌های دولتی به تولید می‌پردازیم.

این صنعتگر، خواسته اصلی تولیدکنندگان را تصویب قوانین در جهت تسریع تولید و افزایش اشتغال‌زایی دانست نه اعطای وام و تسهیلات بانکی. لذا از دولتمردان می‌خواهیم یا تصویب قوانین مزاحم و ضدتولید را متوقف کنند یا قوانین در جهت تسهیل کارآفرینی شکل بگیرد.

وی اذعان داشت: صنعت پوشاک بسیار مظلوم واقع شده و بودجه و منابع مالی که دولت برای صنایعی مانند فولاد و خودروسازی در نظر می‌گیرد چندین برابر این صنعت مظلوم است در حالی که اشتغال‌زایی و کارآفرینی در پوشاک قابل مقایسه با هیچ صنعتی



در زمینه خلیلی - مدیرعامل تولیدی پوشاک کودک من



رفت و آمد و اقامت در عراق، سالی یکبار به این جا می آیند و می روند! اما تولیدکنندگان پوشاک ترکیه در قالب گروه های ۱۰-۲۰ نفره به عراق می آیند و حتی در بازار بغداد، جهت پخش محصولات خود مغازه اجاره می کنند. ضمن این که هنگام حضور در نمایشگاه های ترکیه هیچ هزینه ای تقبل نمی کنیم و تمام هزینه ها برعهده دولت ترکیه است، کلیه سفارشاتمان نیز در عرض یک هفته از استانبول به بغداد می رسد.

رضاخانی خاطر نشان کرد: این قبیل سیاستگزاری ها در بخش صادرات برعهده دولت است که متأسفانه در کشور ما وجود ندارد و با ارز آزاد راهی نمایشگاه بغداد شدیم، بدون این که تجار و بازرگانان موثر عراق توسط اتاق های مشترک بازرگانی ایران و عراق به ما معرفی شوند.

مدیرعامل پوشاک کارن ابراز داشت: بازار بسته ای داریم که فقط با خودمان در ارتباط هستیم! در حالی که عراق، فرصت بسیار خوب و بزرگی برای گسترش تعاملات تجاری و بازرگانی است اما متأسفانه هیچ توجه، سیاستگزاری و حمایتی از سوی دولت در این بخش مشاهده نمی کنیم.

وی به مشکلات گمرکی و محدودیت های فراوان در صادرات به عراق نیز اشاره کرد و گفت: بسیاری از اوقات محموله های صادراتی در مرز مهران بیست روز تا یک ماه متوقف می مانند که در این مدت، پوشاک صادراتی از مد می افتد و ارزش اولیه خود را از دست می دهد.

یکی دیگر از مشکلات صنعت پوشاک به گفته رضاخانی، تأمین نقدینگی است. تمام مواد اولیه مصرفی به صورت نقدی خریداری می شود و به این ترتیب نقدینگی سال گذشته ما به صفر رسید و تمام سرمایه خود را به خرید مواد اولیه اختصاص دادیم اما همچنان مواد اولیه (مانند پارچه تکمیل شده) را نقدی و نهایتاً در قالب چک ۴۵ روزه در اختیارمان قرار می دهند اما از سوی دیگر قادر به فروش نقدی یا دریافت چک کوتاه مدت از مشتریان نیستیم.

وی ضمن اعلام موافقت با ممنوعیت واردات پوشاک گفت: کاهش قاچاق صرفاً به دلیل اراده و خواست دولت است هرچند افزایش نرخ دلار نیز در آن

بی تأثیر نیست. رضاخانی با اشاره به این مطلب که در بخش تریکو بسیار قدرتمند هستیم و هیچ چیزی از تولیدکننده ترکیه کم نداریم، افزود: صنعت نساجی و پوشاک ترکیه از نظر برش، تکنولوژی پارچه، بافت و رنگرزی بسیار مدرن و به روز است در نتیجه تنوع محصولات آنان به مراتب بالاتر از تولیدکنندگان ایرانی است اما از نظر کیفیت دوخت و توانایی دوزندگان ایرانی به به هیچ عنوان توان رقابت ندارند و همین موضوع باعث می شد بسیاری از بازدیدکنندگان نمایشگاه بغداد تصور کنند این غرفه متعلق به ترکیه است و باورشان نمی شد چنین محصولات با کیفیتی، تولید ایران است.

مدیرعامل پوشاک کارن اذعان داشت: نمایشگاه امسال (ایران مد) بسیار پر بار و تحسین برانگیز است و بازدید از سالن های مختلف نمایشگاه و مشاهده محصولات متنوع و قابل رقابت داخلی، حس سربلندی و سرافرازی به بازدیدکنندگان می دهد؛ به همین دلیل این نمایشگاه را دلگرم کننده و موثر می دانم.

اولویت نخست ما بهره گیری از پارچه های ایرانی است

«تولیدی پوشاک کودک من» حدود پنج سالی است که به تولید پوشاک دخترانه یک تا پانزده ساله می پردازد و ۶۷ نفر به صورت مستقیم و غیرمستقیم در این مجموعه فعال هستند.

مرضیه خلیلی - مدیرعامل - عنوان داشت: در ابتدای امر بخش عمده ای از مواد اولیه مورد نیاز ما وارداتی بود اما طی یک سال گذشته و آشنایی با تولیدکنندگان توانمند و مطرح پارچه، سعی کردیم مواد اولیه را از کارخانه های ایرانی تهیه کنیم که

وی ادامه داد: تمام محصولات این شرکت با ضمانت تعویض در اختیار مشتریان قرار می گیرد و مشتریان می توانند در صورت عدم رضایت از کیفیت محصول آن را مرجوع نمایند.

خلیلی یادآور شد: تصمیم به استفاده از پارچه های باکیفیت ایرانی ارتباطی به افزایش نرخ ارز نداشت و در واقع اولویت نخست ما بهره گیری از پارچه های ایرانی است و این موضوع را میان مشتریان نیز نهادینه کرده ایم. البته نمی توان منکر تبعات افزایش نرخ ارز بر



بهنام رفیعی - مدیرعامل زی‌زاد



پس از طی مراحل ثبت‌نام توسط عرضه‌کننده امکان‌پذیر است. همچنین با توجه به مسائل خاص در حمل و نقل اجناس به‌صورت عمده، خریداران و فروشندگان باید مدارکی دال بر اصالت و حقیقی بودن هویت خود برای زی‌زاد ارسال نمایند تا مراحل بعدی خرید و فروش انجام شود.

رفیعی ادامه داد: جلوگیری از واردات بی‌رویه پوشاک صد در صد در رونق این صنعت موثر است اما متأسفانه در اغلب موارد، مبارزه با قاچاق به صورت نیمه‌کاره انجام می‌شود و به نظر می‌رسد قدرت بزرگی مانع از تحقق این امر است.

این فعال صنعت پوشاک تصریح کرد: به جرئت می‌توان گفت بخش عمده‌ای از پوشاک تولید داخل، از نظر کیفیت و طراحی، توان رقابت با پوشاک خارجی را دارد کما این‌که در بسیاری از مواقع، تشخیص میان پوشاک تولید ترکیه و ایران دشوار به نظر می‌رسد!

به‌گفته رفیعی، قاچاق با توجه به افزایش نرخ دلار و هزینه بالای واردات، کاهش پیدا کرده برای مثال قیمت پیراهنی که شاید در گذشته ۱۰ هزار تومان عرضه می‌شد امروز به ۴۰ هزار تومان رسیده است، لذا ادامه کار برای واردکننده و قاچاقچی مقرون به صرفه نیست.

رفیعی به‌عنوان مدیر تولید و عضو هیئت مدیره «شرکت بهشوران رفیعی» نیز شناخته می‌شود؛ این شرکت به رنگرزی پوشاک خام، سنگ‌شویی و تکمیل‌های فناوری پیشرفته می‌پردازد. وی در مورد مواد اولیه مصرفی این مجموعه گفت: تمایل بسیاری به استفاده از مواد اولیه ساخت ایران داریم اما کیفیت این مواد بسیار پایین است لذا مجبور به واردات هستیم. از سوی دیگر هزینه‌های تولید ۴-۵ برابر افزایش یافته در حالی که قیمت تمام شده محصولات را نهایتاً ۲ برابر افزایش داده‌ایم.

رفیعی تصریح کرد: در زمینه رنگرزی طبیعی فعالیت‌هایی انجام داده‌ایم که در دنیا تازگی دارد. این نوع رنگرزی، کاملاً ارگانیک و فاقد مواد شیمیایی است، بعضی از این رنگ‌ها خواص پزشکی نیز دارند و در فکر تولید محصولاتی هستیم که تأثیرات مثبت بر بدن مصرف‌کننده داشته باشد. ارائه البسه ضد UV

صنعت پوشاک کشور شد.

مدیرعامل پوشاک کودک من، ضمن اعلام موافقت با ممنوعیت واردات پوشاک گفت: کیفیت بالای محصولات ما، باعث جلب اعتماد بسیاری از مشتریان نسبت به توان تولیدکنندگان ایرانی شده است و به لطف خداوند پاسخ این اعتماد را با تولید محصولات متنوع، باکیفیت و قابل رقابت داده‌ایم.

خلیلی یادآور شد: بخشی از تجهیزات جانبی پوشاک، وارداتی هستند که با توجه به تحریم‌ها، سخت‌تر از گذشته تأمین می‌کنیم.

وی، بزرگ‌ترین چالش صنعت پوشاک را کمبود نیروی انسانی آموزش‌دیده و مجرب دانست و گفت: متأسفانه طرز تفکر اغلب نیروها به خصوص فارغ‌التحصیلان دانشگاه، با صنعت همخوانی ندارد و صرفاً بر مباحث تئوریک مسلط هستند و آموزش صحیحی در مورد شناخت بازار مصرف و ... به آنان ارائه نشده است؛ در این زمینه لازم است دپارتمان‌های آموزشی در سراسر استان‌ها با هدف تربیت نیروی‌های باتجربه راه‌اندازی شوند.

خلیلی اذعان داشت: برای اولین بار است که در ایران مد شرکت کرده‌ایم و استقبال بازدیدکنندگان بسیار خوب و قابل توجه است؛ ضمن این‌که برخلاف پوشاک خارجی، محصولات ما قابلیت تعویض یا رجوع را دارند.

پلت‌فرمی برای عمده‌فروشی آنلاین پوشاک

«زی‌زاد» به‌عنوان پلت‌فرم عمده‌فروشی آنلاین پوشاک زنانه، مردانه، بچه‌گانه، کفش، کیف دستی، لوازم جانبی و... فعال است. زی‌زاد بر اساس پلت‌فرم مارکت پلیس (Market Place) طراحی شده که بستری برای تولیدکننده و یا تأمین‌کنندگان کالا محسوب می‌شود که اجناس خود را در یک فروشگاه بزرگ به معرض نمایش قرار دهند، در واقع شبیه به بازارچه‌های سنتی در دنیای واقعی و بستری را فراهم می‌کند تا تولیدکنندگان در یک فضای فروشگاه‌ای، کالاهای خود را به فروش برسانند.

بهنام رفیعی - مدیرعامل - ابراز داشت: تولیدکنندگان می‌توانند محصولات خود را جهت فروش در این سایت به ثبت برسانند البته نمایش قیمت محصولات،



حسن مختاری (سمت راست) - مدیر عامل خانه پیراهن ایران



محمدرضا حیدری - مدیر عامل تولیدی کلاه شایان



برای خانم‌های باردار و حرکت به سمت حفظ محیط زیست و توجه به سلامت انسان‌ها از سایر برنامه‌های شرکت به‌شوران رفیعی است. وی، هدف از حضور در ایران مد را معرفی فعالیت‌های زی‌زاد به فعالان صنعت پوشاک کشور اعلام کرد و از حضور در این نمایشگاه ابراز خرسندی نمود.

ممنوعیت واردات پوشاک؛ جدا شدن از بدنه اقتصاد جهانی

«خانه پیراهن ایرانیان» مجموعه‌ای مولتی برند است و به صورت مستقیم نزدیک به ۴۰۰ نفر در آن مشغول فعالیت هستند.

حسن مختاری - مدیر عامل - گفت: تا امروز به دلیل محدودیت‌ها و رسیدن به استانداردهای مدنظر در استفاده از مواد اولیه مصرفی، همگی این مواد خارجی هستند البته تمایل بسیاری به استفاده از پارچه تولید داخل داریم کما این که نمونه پارچه مورد نیاز را برای اکثر تولیدکنندگان پارچه کشور ارسال کردیم. قطعاً برای ما در این زمینه ملیت اهمیت چندانی ندارد و کیفیت مهم است و امیدواریم تولیدکنندگان پارچه بتوانند محصول مورد نظر ما را تأمین نمایند.

وی گفت: به دلیل تحریم‌ها و افزایش نرخ ارز با مشکلات بسیاری در زمینه تهیه مواد اولیه خارجی روبرو هستیم اما بازار هدف و فلسفه وجودی خانه پیراهن ایرانیان و برند سرا آلبا (اولین برند این مجموعه که سال آینده وارد مقوله خرده‌فروشی خواهد شد) دهک‌های بالای جامعه است که امروز به دلیل شرایط فعلی اقتصادی و خروج برندهای خارجی پوشاک، قادر به رفع نیاز خود به پوشاک نیستند لذا کمتر در قیمت دچار مشکل هستیم اما در بخش تأمین مواد اولیه، محدودیت‌های بسیاری وجود دارد لذا به مذاکره با تولیدکنندگان داخلی روی آورده‌ایم.

مختاری افزود: به هیچ‌عنوان با ممنوعیت واردات پوشاک موافق نیستم چون این امر به‌معنای جدا شدن از بدنه اقتصاد جهانی است. اگر خواهان پیشرفت هستیم باید در یک فضای آزاد با تمام کشورها ارتباط برقرار نماییم. تحریم‌ها را نیز مثبت نمی‌بینیم هر چند این ممنوعیت‌ها و تحریم‌ها در مقطع کوتاهی از زمان،

فضاهای خالی به نفع تولید داخل ایجاد می‌کند. برای مثال در دهک‌های بالا جامعه (مشتریان خانه پیراهن ایرانیان) هیچ برند رقیبی وجود ندارد و اغلب برندهای موجود داخلی به واسطه حضور برندهای خارجی، بازار هدف خود را دهک‌های پایین‌تر انتخاب می‌کردند اما این فرصت ایجاد شده را مقطعی ارزیابی می‌کنم.

مدیرعامل خانه پیراهن ایرانیان تصریح کرد: به طور قطع کیفیت، طراحی و تنوع محصولات این مجموعه قابل رقابت با مشابه خارجی هستند البته بازار هدف ما، مخصوص برندهای سطح بالای جامعه است و قانع کردن مشتریان این بخش، بسیار متفاوت‌تر و دشوارتر از تولیدکنندگان سایر دهک‌هاست.

وی ضمن اشاره به نبود سیستم‌وزنجیره تأمین یکپارچه در کشور گفت: کمتر سازمانی را در صنعت پوشاک سراغ داریم که برای رقابت کلی (از تمام جهات) ساخته و پرداخته شده باشد. به اعتقاد من هر اندازه بیشتر در دریای اقتصاد جهانی شنا کنیم، مجبور خواهیم شد نوع رفتارها، نگرش‌ها، سبک کسب و کارها را به فرهنگ جهانی نزدیک کنیم و دیگر نمی‌توان با اتکا به یک نقطه قوت، بازار را به انحصار محصولات خود درآوریم.

ممنوعیت واردات پوشاک؛

فرصتی برای رشد و توسعه پوشاک کشور

از فعالیت «تولیدی کلاه شایان» حدود ۲۵ سال سپری می‌شود و در حال حاضر حجم تولید روزانه آن ۷۰۰ تا ۱۲۰۰ قطعه کلاه مردانه و بچه‌گانه است، حدود بیست نفر به صورت مستقیم و پنجاه نفر به صورت غیر مستقیم در این مجموعه مشغول فعالیت هستند و ۹۰ درصد محصولات آن توسط بنکداران تهران و سایر استان‌ها توزیع می‌شود.

محمدرضا حیدری - مدیر عامل - افزود: بخش عمده‌ای از مواد اولیه مورد نیاز توسط واحدهای داخلی و مابقی که تولید داخل ندارند، از طریق واردات تأمین می‌شوند. خوشبختانه طی چند سال اخیر، کیفیت و تنوع مواد اولیه داخلی رضایت‌بخش و چشمگیر شده است.

به گفته مدیرعامل کلاه شایان، ممنوعیت واردات پوشاک در رونق تولید داخلی موثر است زیرا به تولیدکنندگان فرصت رشد و توسعه فعالیت‌هایشان را



محمد مهدی قمی پور - مدیر عامل پوشاک دوگل



علی اصغر بیات (سمت راست) - مدیر عامل پوشاک دوگل



ترتیب سهم بازار تولید کنندگان داخلی کاهش می‌یابد. به اعتقاد این صنعتگر، توان تولید کنندگان ایرانی در ارائه محصولات با کیفیت و رقابت پذیر بسیار بالاست و در صورت ایجاد بسترهای لازم برای توسعه فعالیت‌های آنان، شاهد توسعه صنعت پوشاک کشور خواهیم بود. مدیر عامل دوگل یادآور شد: تولید، چراغ نیست که صبح آن را خاموش و شب روشن کنیم! راه اندازی مجدد واحدهای تولیدی متوقف بسیار دشوار و زمان بر است و تولید کنندگانی که از مدار کار خارج شود به سختی به جای خود باز خواهد گشت. مدیر عامل پوشاک دوگل که شرکت متبوعش سابقه حضور در هفت دوره برگزاری ایران مدا دارد، هدف از شرکت در نمایشگاه را آشنایی با مخاطبین جدید، به روز رسانی اخبار و اطلاعات صنعت پوشاک و ... اعلام کرد.

وجود تولید کنندگان قدرتمند، خلاق، باسلیقه و خوش فکر

«شرکت تولیدی گارسی» به مدیریت علی اصغر بیات بیست سالی است که به تولید پوشاک راحتی و البسه زیر می‌پردازد. وی گفت: توزیع محصولات را به صورت سنتی در قالب بنگداری آغاز کردیم اما با پیشرفت تکنولوژی‌های ارتباطی، از طریق شبکه‌های اجتماعی با مشتریان فراوانی آشنا شده‌ایم که نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود را در مورد محصولات مختلف گارسی به صورت مستقیم با ما در میان می‌گذارند و نقش شبکه‌های اجتماعی در معرفی برند خود به مردم را بسیار موثر می‌دانم.

بیات اضافه کرد: متأسفانه به دلیل قاچاق بی‌رویه پوشاک از چین و ترکیه، با چالش‌های متعددی مواجه شد اما از ۴-۵ سال پیش، درب‌هایی به روی تولید کنندگان وطنی باز شد که شکوفایی و رونق تولید آنان را به همراه داشت. ما نیز از این فرصت نهایت استفاده را به عمل آوردیم و با بهبود کیفیت محصولات خود، سعی کردیم خلأ اجناس با کیفیت خارجی را در کشور پر نماییم.

بیات ابراز داشت: اگرچه برخی از مواد اولیه وارداتی (الیاف طبیعی پنبه از پاکستان و هند) هستند اما به لطف خداوند، کارخانه‌های ایرانی که با بهره‌گیری از

می‌دهد. از سوی دیگر افزایش نرخ دلار، توجیه قاچاق را از بین برد که این امر نیز فرصت مناسبی در اختیار تولید کنندگان جهت ارائه محصولات متنوع و با کیفیت قرار می‌دهد.

حیدری به لزوم حمایت دولت از تولید کنندگان پوشاک به خصوص واحدهای کوچک تأکید کرد و در ادامه گفت: برای سومین بار است که در نمایشگاه ایران مدبا هدف معرفی محصولات مختلف تولیدی کلاه شایان به‌عنوان غرفه‌دار حضور پیدا کرده‌ایم و از این حضور بسیار راضی هستیم.

توان بالای تولید کنندگان ایرانی در ارائه محصولات با کیفیت و رقابت پذیر

«شرکت پوشاک دوگل» از سال ۱۳۶۸ فعالیت خود را در زمینه تولید پوشاک زنانه (شومیز، تونیک، تاپ، بلوز و تی شرت) و مردانه (البسه زیر، جوراب، تی شرت و سلوارهای راحتی) آغاز و با هدف ارتقای کیفیت و تنوع به سراغ تهیه مواد اولیه مرغوب و به‌روز حرکت کرد. محمد مهدی قمی پور - مدیر عامل - افزود: یکی از دغدغه‌های همیشگی تولید کنندگان، نوسان کیفیت و قیمت مواد اولیه است به همین دلیل با شناسایی مبدأ مواد اولیه، تلاش کردیم این مشکل را به حداقل برسانیم.

وی گفت: تفاوت قیمت کالای مرغوب با کالای غیر مرغوب چندان فاحش نیست به همین دلیل مصرف کننده نهایی ترجیح می‌دهد کالای مرغوب و اورجینالی را تهیه کند که نسبت به کیفیت بالای آن مطمئن است. همچنین به‌عنوان تولید کننده برایمان بسیار مهم است محصولی به مشتریان ارائه دهیم که نتوانند آن را جایگزین کالای دیگری نمایند.

قمی پور در مورد ممنوعیت واردات پوشاک گفت: برای ایجاد رقابت سالم باید میان عرضه کالاهای داخلی و خارجی، توازن و تعادل به وجود آورد اما زمینه‌های ایجاد این رقابت سالم در کشور ما وجود ندارد برای مثال یک شرکت خارجی، پس از اخذ مجوزهای قانونی، اقدام به واردات از مبادی رسمی می‌کند اما در واقع بیست درصد کالاهای خود را به صورت قانونی و مابقی را به صورت غیرقانونی وارد می‌نماید! به این

شرکت نقش کلک و رنگ



تکنولوژی‌های روز دنیا، به تولید مواد اولیه مرغوب (به ویژه نخ‌های پنبه‌ای) می‌پردازند، بخش عمده‌ای از نیاز ما به مواد اولیه را برطرف می‌نمایند.

به گفته مدیرعامل گارسی، واردات تکنولوژی و دانش فنی تولید در ارتقای کمی و کیفی تولیدات نساجی و پوشاک بسیار موثر و راه‌گشا هستند اما واردات محصولات آماده که تولید بهتر و باکیفیت‌تر آن در ایران امکان‌پذیر است، ضربه بزرگی به این صنعت وارد می‌کند

بیات اعلام کرد: تاحدودی افزایش نرخ ارز در کاهش قاچاق پوشاک موثر است به طوری که در گذشته اغلب سفرهای خارجی با هدف واردات چمدانی و کالای همراه مسافر انجام می‌شد اما در حال حاضر در پروازهای خارجی مسافرانی حضور دارند که بیشتر برای گردش و تفریح می‌روند نه خرید کالاهای خارجی و واردات چمدانی.

وی اذعان داشت: بدون اغراق می‌توان گفت پوشاک تولید داخل از نظر طراحی، تنوع و کیفیت، توان رقابت با نمونه وارداتی را دارد. در ایران تولیدکنندگان قدرتمند، خلاق، باسلیقه و خوش فکر فراوانی داریم که ایده‌های آنان برای حرکت در مسیر تسخیر بازارهای منطقه غیرقابل انکار است. بسیار خرسندم که بگویم استفاده از پوشاک مرغوب ایرانی مورد توجه مردم قرار گرفته است و به درستی دریافت‌اند اگر با هزینه بیشتر، محصول باکیفیت داخلی را بخرند قطعاً در رونق تولید داخل و حفظ اشتغال هموطنان خود سهیم خواهند بود. به خصوص در زمینه البسه زیر که تماس مستقیم با بدن انسان دارد و استفاده از مواد اولیه نامرغوب و بی‌اف بازیافتی آسیب‌های جبران‌ناپذیری به سلامت انسان وارد می‌کند.

مدیرعامل گارسی، مهم‌ترین چالش فعلی صنعت پوشاک را تعامل دوایر دولتی و وزارتخانه‌های مرتبط با تولید دانست که همکاری گسترده‌ای با تولیدکنندگان بخش خصوصی ندارند. متأسفانه شرایط به نحوی است که تولیدکنندگان از گسترش واحدهای تولیدی خود واهمه دارند زیرا اشتغال‌زایی و تولید بیشتر مترادف با فشارهای مضاعف سازمان‌های دولتی مانند بیمه، مالیات، دارایی و ... است! به جای تخصیص مشوق‌ها

و معافیت‌های تولیدی از سوی سازمان امور مالیاتی، به عناوین مختلف باید به این سازمان مبالغ بیشتری بپردازیم.

بیات اعلام کرد: به توصیه دوستان برای نمایش محصولات قابل رقابت و متنوع خود برای اولین بار در نمایشگاه ایران مد به‌عنوان غرفه‌دار حضور پیدا کرده‌ایم. سطح کیفی برپایی نمایشگاه بسیار بالاست و انتظار چنین استقبال چشمگیری از سوی مردم نداشتیم.

افزایش کثتش بازار نسبت به خرید پوشاک تولید داخل

زمینه فعالیت «شرکت نقش کلک و رنگ» چاپ سیلک و چاپ سابلمیشن بر روی پوشاک و پارچه (به خصوص پارچه‌های پنبه‌ای و ویسکوز) با استفاده از دستگاه‌های تمام اتوماتیک است.

جواد مولایی - مدیرعامل - ادامه داد: کیفیت، قیمت و حجم تولیدات این مجموعه نسبت به سایر همکاران قابل رقابت است و تخصص و تکنیک ما در بخش چاپ سابلمیشن افسست منحصر به فرد می‌باشد. به جرئت اعلام می‌کنم توان انجام چاپ افسست با کیفیت به مراتب بالاتر از پلاتر را داریم.

وی گفت: با توجه به مشکلات مربوط به تهیه رنگ، خط جدیدی با هدف تولید رنگ در شرکت راه‌اندازی کرده‌ایم که از نظر کیفی، قابل رقابت با رنگ‌های ترکیه‌هستند.

مولایی خاطر نشان کرد: برخی از آلیاژها (مانند تیتان) و مواد اولیه مصرفی ما تولید داخل ندارند لذا باید وارد شوند اما به دلیل تحریم و نوسانات بسیار شدید نرخ ارز، امکان تهیه آنها دشوار است و گاهی اوقات مجبوریم برای ادامه کار، مواد اولیه خارجی را چندین برابر بالاتر از قیمت واقعی تهیه کنیم. برای مثال تیتان مصرفی ما کیلویی بیست هزار تومان بود اما پس از نوسانات ارزی، قیمت آن به صد هزار تومان افزایش پیدا کرد!

مدیرعامل کلک و رنگ اعلام کرد: کمتر تولیدکننده‌ای پیش از ممنوعیت واردات پوشاک ریسک افزایش حجم تولید را می‌پذیرفت اما در حال حاضر اغلب تولیدکنندگان تیراژ کار خود را افزایش داده‌اند زیرا کثتش بازار نسبت به خرید پوشاک تولید داخل در



احسان خرداد - مدیرعامل کوک تریکو



رشان قوبدل - مدیرعامل اریکه فرشتگان



مدیرعامل کوک تریکو تصریح کرد: تا زمانی که توان برابری تولیدکنندگان نساجی و پوشاک با محصولات خارجی وجود نداشته باشد، نباید واردات صورت گیرد اما در صورت تولید محصولات با کیفیت بالا و قابل رقابت با مشابه خارجی، واردات هیچ گونه مشکل و اختلالی در بازار ایجاد نخواهد کرد.

به اعتقاد خرداد، افزایش نرخ ارز در مهار واردات اجناس خارجی بسیار مفید است اما به شرط این که خدشه‌ای در واردات مواد اولیه مورد نیاز واحدهای صنعتی به وجود نیورد.

وی گفت: خوشبختانه طی دو سه سال اخیر اعتماد مردم نسبت به کیفیت پوشاک داخلی افزایش پیدا کرده و از خرید کالای ایرانی ابایی ندارند که این موضوع برای ما تولیدکنندگان بسیار دلگرم کننده است و باعث می شود با انگیزه و اشتیاق بیشتری به تولید ادامه دهیم.

خرداد ضمن بیان این مطلب که برای دومین سال در نمایشگاه ایران مد با هدف معرفی کوک تریکو به بازدیدکنندگان و جلب اعتماد آنان نسبت به توان بالای تولیدکنندگان ایرانی حضور داریم؛ گفت: افزایش تعداد شرکت کنندگان نسبت به سال گذشته بسیار محسوس و مطلوب است و مشاهده محصولات با کیفیت، متنوع و خلاقانه تولیدکنندگان ایرانی به راستی جای افتخار و خرسندی دارد.

توان رقابت با پوشاک ترکیه

«شرکت اریکه فرشتگان» تولیدکننده پوشاک کودک و نوجوان به مدیریت رضا قوبدل است. وی ابراز داشت: برای تولید محصولات با کیفیت از مواد اولیه خارجی استفاده می کنیم زیرا کیفیت برخی مواد اولیه تولید داخلی چندان مطلوب نیست اگرچه تأمین مواد اولیه خارجی با توجه به نوسان نرخ ارز دشوارتر از گذشته انجام می شود.

قوبدل گفت: با ممنوعیت واردات پوشاک، شرایط تولید و رقابت برای تولیدکنندگان ایرانی هموارتر شده است و شاهد ایجاد فرصت خوبی برای عرضه پوشاک با کیفیت داخلی هستیم، امیدوارم این وضعیت ادامه پیدا کند. به اعتقاد مدیرعامل اریکه فرشتگان، کیفیت تولیدات این مجموعه به مراتب بالاتر از مشابه ترکیه است و

حال افزایش است؛ بنابراین ممنوعیت واردات پوشاک در رونق و افزایش حجم تولید واحدهای پوشاک ثمربخش و مفید می باشد اما به تدریج با مشکل نقدینگی و عدم ثبات بازار روبرو خواهند شد.

این صنعتگر ابراز داشت: به عنوان یک تولیدکننده باید چندین ماه در گمرکات معطل واردات ماشین آلات و مواد اولیه بمانم، در این مدت سرمایه در گردش را کد باقی می ماند و چه بسا تاریخ مصرف مواد اولیه منقضی هم می شوند در حالی که قاچاقچی همچنان بدون مشکل به کار خود ادامه می دهد! به اعتقاد من حمایت مسئولان از تولید باید عملی باشد نه در سطح حرف و شعار....

مولایی ادامه داد: دومین بار است در نمایشگاه پوشاک تهران حاضر شده ایم و به طور کلی دیدگاه مثبتی نسبت به حضور در نمایشگاه داریم.

افزایش اعتماد مردم نسبت به کیفیت پوشاک ایرانی

«شرکت کوک تریکو» در زمینه تولید پیراهن مردانه با اشتغال زایی مستقیم برای حدود ۷۰ نفر به فعالیت می پردازد و محصولات این شرکت به صورت مستقیم در اختیار فروشگاه‌های سراسر کشور قرار می گیرد.

احسان خرداد - مدیرعامل - عنوان داشت: تمام تلاش خود را برای ارائه پیراهن‌های با کیفیت به عمل می آوریم و همین موضوع باعث جلب اعتماد و نظر مشتریانی که در گذشته از ترکیه پوشاک وارد می کردند؛ شده است.

وی ادامه داد: چند سالی است که مواد اولیه را از تولیدکنندگان داخلی تهیه می کنیم که کیفیت مناسبی دارند اما تأمین مواد اولیه به خصوص پارچه و اکسسورهای پوشاک که در ایران تولید نمی شوند؛ بسیار دشوار است و حتی برای تهیه یک مدل دکمه، هفته‌ها منتظر می مانیم! اگرچه مبارزه با قاچاق بسیار منطقی و مطلوب است و باید جلوی قاچاق پوشاک دوخته شده را گرفت اما باید در گمرکات کشور، تمهیداتی برای تریخیص سریع مواد اولیه و ماشین آلات وارداتی که تولید داخل ندارند، اندیشیده شود. در واقع مهم ترین مشکل فعلی تولیدکنندگان صنعت پوشاک، دسترسی به مواد اولیه مانند پارچه، ملزومات و ماشین آلات است که بسیار دیر به دستمان می رسد.

نیستیم بلکه در اغلب موارد سطح کیفی محصولات ایرانی بالاتر است.

مدیر تولید سارینا، «کمبود نیروی انسانی کارآمد» را مهم‌ترین چالش صنعت پوشاک کشور برشمرد و گفت: طی دو سال گذشته به دلیل نوسان نرخ دلار، تعداد زیادی از کارگران ماهر ایرانی به کشورهای همسایه مهاجرت کردند.

انصاری یادآور شد: اولین بار است در نمایشگاه پوشاک تهران شرکت کرده‌ایم، نمایشگاهی که سطح تبلیغات و اطلاع‌رسانی آن بسیار ضعیف می‌باشد. به یاد دارم که آخرین روز نمایشگاه سال گذشته، متوجه برگزاری آن شدیم! امسال هم حدود ۷۰-۸۰ درصد بنکداران و تک‌فروشی‌های شهرستان‌ها که برایشان دعوت‌نامه حضور در نمایشگاه را ارسال کردیم، هیچ اطلاعی از آن نداشتند.

وی، هدف از حضور سارینا در ایران مد را برندسازی و جذب مشتریان بیشتر دانست و گفت: خوشبختانه تا حدود بسیاری به اهدافمان دست یافته‌ایم.

لزوم حمایت جدی و همه جانبه دولتمردان از تولیدکنندگان

«شرکت آریان» با بیست سال سابقه، تولیدکننده البسه زیر کودکان است و در تولید تمام محصولات خود از مواد اولیه مرغوب تولید داخل استفاده می‌کند که به اعتقاد سعید زیبا قامت - مدیرعامل - کیفیت آنها به مراتب بالاتر از نخ‌های هند و پاکستان است؛ بخش عمده‌ای از محصولات این مجموعه توسط بنکداران توزیع می‌شود.

وی، واردات بی‌رویه پوشاک را مانع رشد و شکوفایی تولیدکنندگان کشور و موثر در بیکاری نیروهای شاغل واحدهای تولیدی به دلیل عدم توان رقابت با محصولات ارزان قیمت قاچاق دانست و افزود: این موضوع باعث تعطیلی بسیاری از واحدهای تولیدی شده است.

زیبا قامت اذعان داشت: با افزایش نرخ دلار، سود واردات تا حدود بسیاری کاهش پیدا کرد و بسیاری از فروشگاه‌ها و مراکز فروش پوشاک شمال شهر تهران برای تأمین پوشاک به سراغ تولیدکنندگان داخلی

این موضوع مورد تأیید تمام مشتریان و مخاطبان ما می‌باشد و کمتر شرکت تولیدی چنین پتانسیلی دارد لذا تقریباً رقیب جدی در بازار داخلی نداریم.

بزرگ‌ترین چالش‌های صنعت پوشاک به زعم وی، «ضعف مدیران ایرانی در بهره‌گیری صحیح از منابع انسانی»، «دشواری‌های تأمین مواد اولیه» و «مشکلات دریافت وام و تسهیلات بانکی» است.

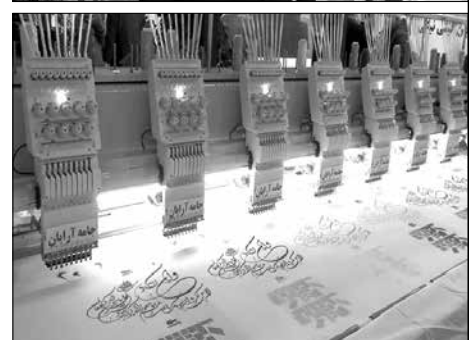
قویدل گفت: امسال برای اولین بار در ایران مد حضور یافته‌ایم و بازخورد خوبی از بازدیدکنندگان گرفته‌ایم؛ اگرچه تعداد تولیدکنندگان پوشاک کودک در این رویداد چندان قابل توجه نیست.

مهم‌ترین چالش صنعت پوشاک کشور؛ کمبود نیروی انسانی کارآمد

تولیدات «پوشاک سارینا» با ۳۸ سال سابقه کار، بلوز، شومیز، تونیک و لباس‌های نیمه‌رسمی زنانه است، توزیع محصولات به دو شکل عرضه مستقیم و عمده‌فروشی انجام می‌شود و بخش عمده مواد اولیه مصرفی، به دلیل نبود مشابه داخلی، وارداتی است که به دلیل نوسان نرخ ارز و تحریم‌ها، تهیه مواد اولیه به سختی صورت می‌گیرد.

مسعود انصاری - مدیر تولید - ضمن ابراز مخالفت با ممنوعیت واردات پوشاک اظهار داشت: باید پوشاک خارجی از طریق مبادی رسمی وارد کشور شود و تولیدکننده داخلی در شرایط برابر با حریف رقابت کند. برای موفقیت در عرصه رقابت می‌توان از تجارب سایر کشورها در زمینه ارتقای کیفیت محصولات استفاده کرد. در کشوری مانند ترکیه، واردات پوشاک با کیفیت و سطح بالای چینی مشکلی ندارد به این ترتیب تولیدکنندگان ترکیه برای حفظ سهم بازار، تمام تلاش خود را برای ارائه محصولات با کیفیت و متنوع به عمل می‌آورند و به تدریج سطح کیفی تولیدات ترکیه در مقابل یک حریف قدرتمند جهانی افزایش پیدا می‌کند.

وی ضمن بیان این مطلب که کیفیت و تنوع پوشاک داخلی قابل رقابت با مشابه خارجی است، گفت: در زمینه تولید پوشاک زنانه مانند دامن، بلوز، شومیز، شلوار و ... نه تنها از کیفیت پوشاک ترکیه عقب‌تر





رفنا مهاجرانی (سمت راست) - رئیس هیئت مدیره رنگین نخ صبا



هادی ارفعی (سمت راست) - مدیر عامل دودوک



ندارد اما با قاچاق به شدت مخالفم چون قاچاقچی با واردات پوشاک ارزان قیمت، توان تولیدکننده داخلی را به تدریج از بین می‌برد البته با توجه به افزایش نرخ دلار، شاهد کاهش قاچاق پوشاک هستیم و این امر تأثیرات به مراتب بیشتری در مقایسه با فعالیت‌های ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و تشکل‌های پوشاک کشور در زمینه مهار قاچاق داشت.

این تولیدکننده یادآور شد: به شما اطمینان می‌دهم در صورت ایجاد فضای مناسب برای تولید و صادرات توسط دولتمردان به خصوص تمرکز بر مبارزه با قاچاق، ظرف ۲-۳ سال آینده توان رقابت تولیدکنندگان پوشاک با برندهای ترکیه به مراتب بیشتر شود.

مهاجرانی اضافه کرد: با توجه به پتانسیل بالای بازار داخل، تصمیم داریم جایگاه خود را در کشور تثبیت و آن‌گاه برنامه‌های صادراتی تدوین نماییم.

رئیس هیئت مدیره RNS ابراز داشت: بزرگ‌ترین چالش فعلی صنعت پوشاک را «قاچاق» می‌دانم و دولت با اتخاذ راهکارهای قاطعانه و مستمر می‌تواند آن را مهار نماید.

وی در مورد نمایشگاه پوشاک ایران نیز گفت: هدف ما از حضور در این نمایشگاه افزایش شعبات و نمایندگی‌های RNS و همچنین شناساندن این برند به مصرف‌کنندگان ایرانی است.

تحریم‌ها و افزایش سرسام‌آور قیمت مواد اولیه وارداتی

«شرکت دودوک» از سال ۱۳۶۸ تاکنون در زمینه تولید و پخش پوشاک بچه‌گانه فعال است و حدود ۶۵ نفر به صورت مستقیم در این مجموعه مشغول کار هستند.

هادی ارفعی - مدیرعامل - گفت: ۹۰ درصد مواد اولیه مصرفی، تولید داخل و ۱۰ درصد وارداتی (چین و ترکیه) است که از کیفیت فوق‌العاده مواد اولیه داخلی بسیار راضی هستیم. توجه داشته باشیم که تحریم‌ها در افزایش سرسام‌آور قیمت مواد اولیه وارداتی بسیار اثرگذار است برای مثال پارچه‌ای را که دو سال پیش، کیلویی ۲۵-۳۰ هزار تومان می‌خریدیم امروز کیلویی ۱۴۰-۱۳۰ هزار تومان تهیه می‌کنیم!

آمدند و پس از مشاهده کیفیت بالا، طرح‌های متنوع و قیمت مناسب پوشاک ایرانی، پشتیبانی را در چشمان بسیاری از آنان دیدم که چقدر دیر به یاد تولیدات داخلی افتاده‌اند.

مدیرعامل پوشاک آریان، خواستار حمایت جدی و همه جانبه دولتمردان از تولیدکنندگان شد و این حمایت را در رشد و بالندگی تولیدات ایرانی موثر عنوان کرد.

وی ضمن ابراز رضایت از کمیت و کیفیت برپایی نمایشگاه ایران مد گفت: اولین بار است که حضور در نمایشگاه ایران مد را تجربه می‌کنیم و سال‌های آینده نیز حتماً حضور خواهیم داشت.

توان رقابت تولیدکنندگان پوشاک با برندهای ترکیه ظرف چند سال آینده

«شرکت رنگین نخ صبا با نام تجاری RNS» دارای سابقه ۱۰ ساله در تولید پوشاک زنانه (انواع تاب، تی‌شرت، پیراهن، سارافون، لباس‌های ورزشی، لباس‌های راحتی، لباس‌های نیمه مجلسی، شلوارهای رسمی و شلوارهای کژوال، اکسسوری و جوراب) و مردانه (انواع تی‌شرت، پولشرت، پیراهن، هودی، سویشرت، انواع شلوار، لباس‌های راحتی، اکسسوری و جوراب) است.

در تولیدات RNS که حدود ۷۰ نفر مشغول کار هستند، مواد اولیه طبیعی مانند پنبه، کتان و رنگ‌های طبیعی استفاده می‌شود. محصولات RNS ۹ سال، میان فروشگاه‌های زنجیره‌ای مانند رفاه، هایپرستار و ... پخش می‌شد اما کمتر از یک سال است که با ورود به خرده‌فروشی و راه‌اندازی پنج شعبه فروش به ارائه محصولات خود ادامه می‌دهد و طبق برنامه، تعداد شعبات به رقم بیست خواهد رسید.

رضا مهاجرانی - رئیس هیئت مدیره - عنوان داشت: ۹۰ درصد مواد اولیه مصرفی داخلی و ۱۰ درصد وارداتی هستند، پارچه‌های تولید داخل (به خصوص پارچه‌های تاری - پودی) با کیفیت اما تنوع آنها در مقایسه با نمونه‌های خارجی کمتر است.

وی تصریح کرد: واردات رسمی پوشاک از طریق مراجع قانونی و با پرداخت حقوق و عوارض گمرکی اشکالی

جوراب‌های صادراتی، تولید داخل ندارند که یکی از مشکلات بزرگ اغلب تولیدکنندگان، تهیه و تأمین این قبیل مواد اولیه است.

فرهادی تصریح کرد: برنامه‌ریزی بلندمدت به دلیل وابستگی به مواد اولیه، قطعات و ماشین‌آلات وارداتی تقریباً غیرممکن است. برای مثال آذر سال گذشته، با کمبود نخ مشکی مواجه شدیم و همین موضوع روال کار را تا حد بسیاری از اختیار ما خارج کرد! متأسفانه به دلیل فقدان روال عادی در بازار، نسبت به تهیه به موقع مواد اولیه اطمینان کامل نداریم لذا فرصت برنامه‌ریزی هدفمند برای صادرات را از دست می‌دهیم. مدیرعامل

پا آرا اضافه کرد: بهتر است به جای از میدان در کردن رقیبان، برنامه‌ریزی‌های منسجم، دقیق و کاربردی تدوین نماییم تا علی‌رغم حضور رقیبان قدرتمند در بازار، حرف‌های زیادی برای گفتن داشته باشیم و با ارائه محصولات باکیفیت و متنوع، در عرصه رقابت با سایر کشورها پیروز شویم.

وی ضمن انتقاد نسبت به عدم تعهد و وجدان کاری بسیاری از نیروهای شاغل در واحدهای تولیدی و صنعتی افزود: متأسفانه برخی افراد برای محیط‌امرار معاش خود، قداست قائل نیستند لذا متولیان امر باید توجه ویژه‌ای به فرهنگ‌سازی نشان دهند تا مانند اغلب کشورها شاهد حضور شرکت‌های باسابقه بیش از ۵۰ و ۶۰ ساله باشیم. شرکت‌هایی که متکی به شخص نیستند و مجموعه پس از فوت یا کناره‌گیری بنیانگذار و مدیر اصلی، در قالب یک گروه متعهد و دلسوز تا سال‌های متمادی به کار ادامه می‌دهند.

فرهادی تصریح کرد: صنعت پوشاک با اتکا به توانمندی‌های کارآفرینان بخش خصوصی به تولید ادامه می‌دهد بدون این‌که مورد حمایت جدی مسئولان امر قرار گیرد. این تولیدکننده جوراب اضافه کرد: برای پنجمین بار در نمایشگاه ایران مد شرکت کرده‌ایم اما جای فرهنگ‌سازی در استفاده از کالای تولید داخل بسیار خالی است.

وجود رقیب خارجی برای رشد صنعت پوشاک کشور الزامی است

«شرکت جوراب نازی» دارای بیست سال سابقه تولید جوراب است و مواد اولیه مصرفی به گفته حسین

به اعتقاد وی افزایش نرخ ارز یا ممنوعیت واردات پوشاک، تغییر چندانی در حجم قاچاق پوشاک به وجود نیاورده و همچنان شاهد واردات غیرقانونی پوشاک به کشور هستیم.

ارفعی گفت: واقعیت این است که جوانان خوش‌فکر و خوش‌ذوق و تولیدکنندگان پیشکسوت و متعهد بسیاری در صنعت پوشاک فعال هستند؛ کسانی که طی ۳۰-۴۰ سال کار مستمر، حتی یک قطعه پوشاک از چین و ترکیه وارد نکرده‌اند اما باید ببذیریم ماشین‌آلات مدرن و به روز در اختیار نداریم، تعاملات ما با کشورهای صاحب‌نام پوشاک مانند ایتالیا، چندان چشمگیر نیست در حالی که ترکیه، با کپی‌برداری از پوشاک ایتالیایی و صادرات آن به سایر کشورها، درآمدهای ارزی خود را افزایش می‌دهد.

مدیرعامل دودوک اذعان داشت: یکی از مشکلات مهم تولیدکنندگان، وجود بروکراسی‌های اداری است. هیچ نهاد و مسئولی، پشتیبان صادرکنندگان نیست، برای کوچک‌ترین حرکت در راستای گسترش فعالیت‌های تولیدی باید مبالغی به سازمان‌های مختلف دولتی بپردازیم!

این تولیدکننده پوشاک اضافه کرد: سومین مرتبه است که در نمایشگاه ایران مد شرکت می‌کنیم و از کیفیت برپایی آن بسیار راضی هستیم، تولیدکنندگان پوشاک با تمام توان، به عرضه محصولات جذاب، متنوع و باکیفیت خود پرداخته‌اند و نمایشگاه امسال به مراتب قوی‌تر و موفق‌تر از سال گذشته است.

متولیان امر به فرهنگ‌سازی توجه ویژه نشان دهند

«شرکت پا آرا» سال ۱۳۷۰ با هدف تولید جوراب (زنانه، مردانه و بچه‌گانه) راه‌اندازی شده است و به گفته بیان‌اله فرهادی -مدیرعامل- با مشاهده رضایت و اعتماد مردم نسبت به محصولات پا آرا، به احساس رضایتی دست پیدا می‌کنم که هیچ‌حسی با آن قابل مقایسه نیست. این شرکت تولیدکننده جوراب‌های نانو و جوراب مختص بیماران دیابتی است که محصولی کم‌نظیر در دنیا محسوب می‌شود.

وی ادامه داد: بیش از ۸۰ درصد مواد اولیه مصرفی ما خارجی است و معمولاً نخ‌های مورد استفاده در



بیان‌اله فرهادی -مدیرعامل جوراب پا آرا





شرکت جوراب نازی

نازی-مدیرعامل- از چین و ترکیه و بخشی نیز از شرکت‌های مطرح ایرانی تهیه می‌شود که طی دو سال اخیر کیفیت و قیمت مناسبی به خصوص پیدا کرده‌اند. وی ضمن ابراز مخالفت با ممنوعیت واردات پوشاک، گفت: با توقف واردات رسمی، از تولید محصولات به روز، متنوع و باکیفیت عقب خواهیم افتاد زیرا در بازار هیچ رقیبی وجود ندارد که تولیدکننده را برای ارتقای سطح کمی و کیفی ترغیب نماید. مدیرعامل شرکت جوراب نازی اذعان داشت: محصولات این مجموعه از نظر کیفیت و تنوع طرح به مراتب برتر از مشابه ترکیه است.



علیرضا احدزاده- مدیرعامل جوراب پاتریس

«تهیه به موقع مواد اولیه» و «کمبود نیروی انسانی متخصص» به اعتقاد این صنعتگر، چالش اصلی فعالان صنعت پوشاک ایران محسوب می‌شوند. وی اظهار داشت: برای دومین بار در نمایشگاه پوشاک تهران به‌عنوان شرکت‌کننده و با هدف «توسعه بازار فروش» حضور پیدا کرده‌ایم اما با توجه به عدم استقبال بازدیدکنندگان خارجی توفیق چندانی حاصل نشد. همچنین سال گذشته شاهد بازدید هیئت خارجی از نمایشگاه بودیم اما امسال این اتفاق رخ نداد.



واحیده سلیمی- معاونت استراتژی پوشاک آر تامد

قاچاق همچنان سودآور است

«کارخانجات نساجی و پوشاک آر تا مد» با بهره‌گیری از ۸۰۰ نفر پرسنل در زمینه تولید نخ پنبه، پارچه جین، پارچه حلقوی، رنگرزی، بوبین رنگ کنی، تخت‌بافی انواع پوشاک به فعالیت می‌پردازد و مواد اولیه مصرفی این گروه تولیدی (الیاف پنبه، نخ و رنگ و مواد شیمیایی) از داخل و خارج کشور تأمین می‌شود.



واحیده سلیمی- معاونت استراتژی پوشاک آر تامد و عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران- ادامه داد: به دلیل تحریم، واردات مواد اولیه (به‌ویژه از کشور آلمان) محدود شده و همچنین با مشکل زمانی ترخیص کالا روبرو هستیم، از سوی دیگر تغییر نرخ ارز (به خصوص در قیمت رنگ) بسیار تأثیرگذار است.



به گفته وی، تأمین قطعات که بخش حیاتی صنعت نساجی محسوب می‌شود نیز با مشکلات عدیده مواجه است و در بعضی موارد با عدم امکان خرید و واردات روبرو هستیم، در بخش تهیه مواد اولیه داخلی

ترجیح می‌دهیم از نخ‌های ایرانی استفاده کنیم

«شرکت تولیدی احدزاده با نام تجاری پاتریس» تولیدکننده جوراب‌های فانتزی (زنانه، مردانه، بچه‌گانه و ورزشی) با حجم تولید ماهیانه چهار هزار جین در دو شیفت کاری است. محصولات پاتریس علاوه بر عرضه مستقیم، در قالب فروش آنلاین (از طریق سایت اختصاصی پاتریس)، تک‌فروشی و عمده‌فروشی سراسر کشور توزیع می‌شود.

ترجیح می‌دهیم از نخ‌های ایرانی استفاده کنیم

علیرضا احدزاده- مدیرعامل- ابراز داشت: تا دو سال پیش از نخ‌های پنبه‌ای ترکیه استفاده می‌کردیم اما به دلیل افزایش قیمت ارز، تحریم‌ها و ... به مواد اولیه تولید داخل روی آوردیم و به مرور زمان متوجه کیفیت بالای نخ‌های ایرانی شدیم و در حال حاضر علی‌رغم وجود نخ‌های ترکیه در بازار، همچنان ترجیح می‌دهیم از نخ‌های ایرانی استفاده کنیم البته با مشکل تأمین به موقع مواد اولیه مواجهیم و همین امر رقابت



احمد عبدالرزاقی - مدیر فروش و بازاریابی الیف تکسچر پوز



نیز گاهی با مشکلات ناشی از توقف فروش یا افزایش ناگهانی قیمت‌ها دست و پنجه نرم می‌کنیم.

سلیمی ضمن موافقت با ایجاد تعادل در واردات پوشاک عنوان داشت: زمانی که واردات پوشاک آزاد بود، اگر به همان نسبت، تولیدکنندگان داخلی مورد حمایت قرار می‌گرفتند و فضا برای تولید و عرضه مهیا می‌شد، قطعاً برندهای داخلی (به خصوص در بخش عرضه) به ارتقاء کیفیت محصولات خود اهمیت بیشتری می‌دادند.

وی اذعان داشت: در صورتی که امکان نمایش و فروش کالاهای ایرانی را در مراکز مطرح خرید فراهم می‌کردیم و آنها را در کنار برندهای خارجی قرار می‌دادیم، انگیزه و تلاش آنان برای هم‌ردیف شدن از نظر کیفی در ذهن برندهای داخلی دوچندان می‌شد.

معاونت استراتژی و پوشاک آرتامد خاطر نشان کرد: نمی‌توان گفت خلأ حضور برندهای خارجی در بازار، توسط تولیدکنندگان ایرانی به سرعت پر خواهد شد زیرا سازماندهی صنعت پوشاک نیازمند زیرساخت‌هایی در حوزه آموزش، طراحی و تکنولوژی دارد که دستیابی به آنها زمان‌بر خواهد بود، البته با توجه به انگیزه و علاقه تولیدکنندگان سرعت ایجاد این فرآیند افزایش یافته است و امیدوارم برندها و دست اندرکاران با همدلی، همراهی و یکدلی این ساختار را به گونه‌ای شکل دهند که امکان توسعه و گسترش ظرفیت فعالیت‌های تولیدی وجود داشته باشد.

عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، حضور رسمی برندهای خارجی (با توجه به دستورالعمل تدوین شده واردات) را در ارتقاء سطح کیفی، طراحی، دانش تولید، عرضه و سازماندهی تولیدات داخل بسیار موثر دانست و افزود: تاثیر افزایش نرخ دلار در کاهش قاچاق را کمرنگ می‌دانم زیرا با توجه به افزایش قیمت مواد اولیه در داخل، همچنان قاچاق سودآور است.

سلیمی، تبعات منفی تحریم‌ها در واردات و تأمین مواد اولیه، قطعات، ماشین‌آلات و همچنین مسائل بانکی را متذکر شد و گفت: فعالیت‌های علمی و مدون بعضی از برندها در تعامل با سایر کشورها قابل تقدیر

است و همچنان شاهد ارتباط با مدارس طراحی و مد، حضور اساتید و مربیان و متخصصین خارجی و اعزام دانشجویان برای آموزش برون مرزی در حیطه برنامه‌های و استراتژی آنها هستیم.

وی تأکید کرد: تولید برای برندهای خارجی ما را به نتیجه رساند که امکانات بالقوه موجود می‌تواند رضایت آنان را جلب نماید و باعث شد در راستای برنامه نویسی علمی به سمت تولید برای برندهای داخلی و ارائه مشاوره به آنان و بهره‌گیری از تجربیات تولیدکنندگان سایر کشورها سوق یابیم و در این زمینه خدمات چشمگیری به مشتریان ارائه دهیم؛ گفتنی است برای برخی برندها، پوشاک چین و تریکو تولید کرده‌ایم که با مشارکت در عمده فروشی و خرده‌فروشی، محصولات را به فروش رسانده‌ایم.

سلیمی در پاسخ به این سوال که راهکارهای شما برای رفع مشکلات صنعت پوشاک چیست؛ به موارد زیر اشاره کرد:

* تأمین مواد اولیه، سهولت تأمین و تثبیت قیمت، این اطمینان را به تولیدکنندگان خواهد داد که برنامه میان مدت خود را تدوین و براساس آن ایجاد و توسعه طرح‌ها را در استراتژی سازمانی خود بگنجانند.

* امکان ارتباط با حوزه‌های فعال خارجی در زمینه طراحی و آموزش و تأمین به گونه‌ای فراهم شود که نرخ این دسترسی را به حداقل برسد.

* همکاری مراکز خرید در نمایش و عرضه محصولات داخلی می‌تواند به ایجاد و موفق شدن یک برند داخلی بسیار کمک نماید.

* سهولت تأمین سرمایه در گردش و نقدینگی

وی در پایان عنوان داشت: نمایشگاه ایران مدامسال نسبت به سال‌های گذشته به دلیل توجه خاص دولت و بخش خصوصی از سطح کیفی قابل قبولی برخوردار بود و در مجموع نمایشگاه را محل تجدید دیدارها و یادآوری حضور موثر در بازار و معرفی جدیدترین رویدادها و دستاوردهای شرکت‌کنندگان می‌دانم که به لطف خداوند اغلب شرکت‌کنندگان از حضور در ایران مد رضایت داشتند.

گزارش



تهیه و تنظیم: سید امیرحسین امامی رئوف

صادرات غیر نفتی؛ یکی از راه‌های دور زدن تحریم



اشاره:

آئین معرفی و تجلیل از صادرکنندگان نمونه استان تهران در هتل ارم تهران با حضور رئیس اتاق تهران، استاندار تهران، رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران، رئیس سازمان توسعه تجارت، رئیس سازمان برنامه و بودجه استان تهران، مدیرکل استاندارد استان تهران، اعضای هیات نمایندگان و هیات رئیسه اتاق تهران و ایران، صادرکنندگان، صنعتگران، تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی برگزار شد. در این مراسم که ۱۵ صادرکننده به عنوان صادرکننده نمونه استان تهران براساس عملکرد سال ۱۳۹۷ معرفی شدند؛ شرکت تولیدی و صنعتی رسول اصفهان (قالی سلیمان) به مدیریت عاملی سعید منزوی زاده در گروه کالایی نساجی و پوشاک مورد تجلیل قرار گرفت.



گزارشی از برگزاری مراسم آئین معرفی و تجلیل از صادرکنندگان نمونه استان تهران

حاجی پور اعلام کرد: حدود ۴۲ متقاضی در گروه‌های کالایی همچون لوازم خانگی و اداری، کشاورزی، صنایع غذایی و پتروشیمی ثبت نام کردند و نهایتاً ۳۲ پرونده تکمیل شد. به گفته وی بیشترین پرونده‌های تکمیل شده در حوزه کشاورزی، محصولات شیمیایی و فلزات وابسته، خدمات فنی مهندسی و محصولات غذایی بوده است. معاون کسب‌وکار اتاق بازرگانی تهران درباره معیارهای انتخاب صادرکنندگان نمونه گفت: این معیارها شامل درآمد ارزی حاصل از صادرات، حفظ و توسعه بازارهای هدف و فعالیت‌های بازاریابی، عضویت در تشکل صادراتی و مهارت‌های فنی و تخصصی شرکت در امر صادرات بوده است. حاجی پور با بیان اینکه از بین ۳۲ پرونده حدود ۱۵ صادرکننده نمونه مورد تشویق قرار می‌گیرند، تصریح

سیاست‌های ارزی، ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های صادراتی، نوسانات نرخ ارز، محدودیت دسترسی به بازارهای صادراتی، افزایش هزینه‌های صادرات و مشکلات ناشی از انتقالات ارز رقم خورده است. معاون کسب‌وکار اتاق بازرگانی تهران هدف از برگزاری این مراسم را شناسایی صادرکنندگان فعال و تشویق آنان به ادامه فعالیت در راستای توسعه فرهنگ صادراتی عنوان کرد و گفت: اولین آئین‌نامه تشویق صادرکنندگان نمونه به سال ۷۷ باز می‌گردد و در سال ۹۶ برگزاری این مراسم به اتاق بازرگانی واگذار شد. وی درباره فرایند انتخاب صادرکنندگان نمونه استان تهران توضیح داد: فرایند ثبت‌نام در شهریور امسال آغاز و مهلت تحویل مدارک تا ۲۲ آبان تمدید شد. سپس اتاق بازرگانی تهران کارشناسی مقدماتی روی پرونده‌های تشکیل شده را آغاز کرد.

شناسایی صادرکنندگان فعال و تشویق آنان به ادامه فعالیت

در ابتدای مراسم، هومن حاجی‌پور - معاون کسب‌وکار اتاق بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی تهران - گفت: از ۸ صادرکننده نیز به عنوان صادرکنندگان شایسته تقدیر، تجلیل به عمل خواهد آمد که از این تعداد ۶ صادرکننده نیز در سطح ملی انتخاب شده‌اند. به گفته وی، برگزاری این نشست با حضور خانواده صادراتی کشور فرصت مغتنمی است تا کارنامه صادراتی استان تهران مورد بررسی قرار گیرد؛ این اجلاس در حالی برگزار می‌شود که اقتصاد کشور با چالش‌های متعدد داخلی دست و پنجه نرم کرده و مسیر صادرات هموار نیست. حاجی‌پور با بیان اینکه معرفی صادرکنندگان نمونه بر اساس ارزیابی عملکرد سال ۹۷ بنگاه‌ها صورت گرفته است، افزود: این عملکرد که در مسیر

ارز که در سال ۹۷ تحت فشار بود، اما حداقل بسیاری از وارداتی که با ارز ارزان وارد کشور می‌شد، متوقف شد و فضا در بسیاری از کشورهای هدف صادراتی برای کالاهای ایرانی، رقابتی شد. اما اکنون وقت آن است که دید که چه موانعی سر راه صادرات است و آن را برداشت تا بتوان به تولیدات صادرات محور تکیه بیشتری کرد.

خوانساری گفت: بسیاری از دست اندرکاران و تصمیم‌گیران صادراتی، به توسعه صادرات اعتقاد دارند و بر این موضوع، اشراف دارند. در شهریورماه امسال وزارت صمت تصمیم گرفت که تعرفه برخی کالاها را به بهانه اینکه مواد خام هستند، افزایش دهد تا آنها را به سمت تولید هدایت کند؛ در این میان کالاهایی همچون سنگ آهن و سنگ‌های تزئینی با افزایش تعرفه مواجه شدند.

وی افزود: در این میان اتاق بازرگانی اعتراضات گسترده‌ای شد اما به هر حال جلوی صادرات کالای خام را گرفتند، پس ۲۵ درصد تعرفه قرار دادند، اما ارزیابی مجدد انجام شد که نشان داد صادرات برخی کالاها ۹۰ درصد کاهش یافته بود، اما اکنون تصمیم گرفتند که ۲۵ درصد به ۱۰ درصد کاهش یابد، اما اولین سوال این است که باید دستگاهی پاسخگو باشد که اگر ۲۵ درصد کارشناسی بوده، چرا صادرات ۹۰ درصد افت کرد، آن هم در زمانی که نیاز به صادرات داریم و هر یک دلاری که برای کشور حاصل شود، مشکلات زیادی را حل می‌کند.

خوانساری گفت: بازی کردن با تعرفه‌ها به صورت غیرکارشناسی یا ممنوعیت و محدودیت برخی کالاها، ریسک بالایی دارد و پشت آن هزاران مساله وجود دارد، به این معنا که صادرکنندگان یک سال تلاش می‌کنند بازاری را به دست آورند، اما برخی تصمیمات یک نفر را ممکن است از عرش به فرش برده یا برعکس عمل کند، پس باید مجموعه تصمیم‌گیران به صورت جزیره‌ای عمل نکرده و با بخش خصوصی و تشکل‌های تخصصی، همفکری کنند.

وی افزود: در مورد تحریم‌هایی که امریکا اعمال می‌کند، حتی بازه زمانی برای اجرا وجود داشته و گفته می‌شد که شش ماه یا سه ماه دیگر اجرایی

کرد؛ همچنین ۸ صادرکننده به عنوان صادرکنندگان شایسته تقدیر معرفی می‌شوند که از این تعداد ۶ صادرکننده نیز در سطح ملی انتخاب شده‌اند که به لحاظ آیین نامه‌ای، امکان انتخاب مجدد آنها بعنوان صادرکننده نمونه استان تهران وجود نداشت.

به گفته حاجی‌پور پنج مقصد صادراتی اول شامل عراق با ۳۹ درصد، امارات با ۱۳ درصد، افغانستان با ۱۰ درصد، چین با ۹ درصد و هند با ۵ درصد بوده‌اند.

موانع را از پیش روی صادرات برداریم

مسعود خوانساری-رئیس اتاق بازرگانی تهران- گفت: اکنون وقت آن است که دید که چه موانعی سر راه صادرات است و آن را برداشت تا بتوان به تولیدات صادرات محور تکیه بیشتری کرد.

وی گفت: اگر مشکل تحریم حل نشود، در سال ۹۹ نیز مشکلات زیادی رخ خواهد داد، این در حالی است که بودجه سال آینده نیز نشان می‌دهد که در شرایط تحریمی دچار مشکل است، این در حالی است که اقتصاد ایران در سال ۹۹ با همین مشکلات بودجه‌ای دست و پنجه نرم خواهد کرد.

خوانساری گفت: یکی از راه‌های اساسی که می‌توان به تحریم غلبه کرد؛ صادرات غیرنفتی است که یکی از راه‌های دور زدن تحریم و فرار، صادرات غیرنفتی است که با توجه به امکانات و پتانسیلی که در کشور وجود دارد، بیش از آنچه که صادر می‌کنیم، می‌توان صادرات را جهش داد.

وی اظهار داشت: ۱۵ کشور همسایه ایران هستند که در سال بالغ بر ۱۰۰۰ میلیارد دلار واردات دارند که بر این اساس، باید از این پتانسیل استفاده کرد. اما مهم‌تر این است که موانع را از پیش روی صادرات برداریم. این درحالی است که افزایش ناگهانی قیمت ارز ضربه زیادی به اقتصاد کشور زد و معیشت مردم را دچار مشکل کرد، اما فایده آن، این بود که اگر قیمت ارز واقعی شود، می‌توان به تولید و صادرات کشور تکیه کرد و به جای اینکه یارانه را به کالاهای خارجی دهیم، روی کالاهای ایرانی سرمایه‌گذاری کنیم

رئیس اتاق بازرگانی تهران ادامه داد: با وجود قیمت



حاجی‌پور-معاون کسب‌وکار اتاق تهران



خوانساری-رئیس اتاق تهران



به بخش خصوصی را راهکاری دیگری عنوان کرد که باید به طور جدی مورد توجه قرار گیرد. صادقی در همین رابطه به واگذاری روند انتخاب و معرفی صادرکنندگان نمونه استان تهران به اتاق تهران طی سه سال گذشته اشاره و فرآیند آن را مثبت ارزیابی کرد. به گفته وی، در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران، اتاق فکری برای واگذاری و تفویض اختیارات این سازمان دولتی به بخش خصوصی و تشکل‌ها ایجاد شده است.

درخواست تولیدکنندگان برای افزایش ظرفیت در استان تهران

در ادامه مراسم، محمد امامی‌امین - معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری تهران- گفت: در حوزه نظامات اداری مشکلات عدیده‌ای وجود دارد که این مشکلات، بخش عمده‌ای از موانع تولید و تجارت را تشکیل داده است.

وی با اشاره به ضرورت توسعه صادرات گفت: مانع اصلی افزایش سهم ایران در بازار ۷۰۰ تا ۸۰۰ میلیون نفری کشورهای همسایه، بوروکراسی اداری است. لازمه توسعه صادرات، تسهیل تولید است و اگر دست و پای صادرکنندگان بسته باشد، قطعاً صادرات رشد نخواهد کرد.

او افزود: با توجه به موانع و مشکلات موجود در سال ۹۷، تصور ما بر این بود که بخش عمده‌ای از صنایع تعطیل شوند، اما امسال بیش از ۹۰ درصد مراجعات به استانداری معطوف به درخواست تولیدکنندگان برای افزایش ظرفیت در استان تهران است؛ اما قانون ممنوعیت استقرار در شعاع ۱۲۰ کیلومتری مانع توسعه ظرفیت واحدهای تولیدی است.

امامی‌امین ادامه داد: در سال ۱۳۴۶ بر اساس مصوبه هیأت دولت وقت استقرار صنایع جدید در شعاع ۱۲۰ کیلومتری شهر تهران ممنوع شد اما این قانون مانع رشد استقرار صنایع نشده و صنایع کشور بیش از ۳۰ برابر در این محدوده رشد یافته است و این قانون صرفاً زحمتی را برای تولیدکنندگان ایجاد کرده است. معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری تهران با اشاره به اینکه استانداری نامه‌ای را برای لغو

می‌شود، اما ما بدون مقدمه تصمیمات تجاری گرفتیم، در حالیکه انتظار بر این است که همه تصمیم‌گیران، صادرکنندگان کشور را مدنظر قرار داده و از آنها نظرخواهی نمایند.

خوانساری گفت: باید از هر صادرکننده پرسیم که اگر قرار باشد صادرات به دو برابر برسد، چه تمهیداتی نیاز دارد و برای او فراهم کنیم، این کار پیچیده‌ای نیست.

تلاش برای رفع محدودیت استقرار واحدهای تولیدی در شعاع ۱۲۰ کیلومتری تهران

یداله صادقی - رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران- از تلاش این سازمان با همکاری استانداری تهران و سازمان محیط‌زیست برای رفع محدودیت استقرار واحدهای تولیدی در شعاع ۱۲۰ کیلومتری تهران، خبر داد و گفت: متن لایحه پیشنهادی تنظیم شده است و به زودی طی نشست با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت، استاندار تهران و رییس سازمان حفاظت محیط‌زیست این لایحه مورد بحث قرار می‌گیرد و برخی محدودیت‌های مربوط به عدم استقرار واحدهای تولیدی تا شعاع ۱۲۰ کیلومتری تهران برداشته خواهد شد.

صادقی از بخش خصوصی و نهادهای این بخش خواست همان‌طور که در تدوین این لایحه همراهی کردند، برای تصویب آن در دولت نیز مطالبه‌گری جدی داشته باشند.

وی با رفع این محدودیت امکان گسترش زنجیره محصولات واحدهای تولیدی در تهران و نوسازی کارخانه‌ها فراهم خواهد شد و رشد اشتغال و افزایش صادرات را نیز به همراه دارد.

صادقی سپس با اشاره به گفته‌های رییس اتاق تهران مبنی بر اینکه چه راه‌کارهایی می‌توان برای دو برابر شدن صادرات غیرنفتی کشور در پیش گرفت، افزود: در این رابطه، نهادها و دستگاه‌های تصمیم‌گیر کشور باید ملزم شوند که آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های مربوط به حوزه کسب‌وکار را از اتاق بازرگانی دریافت و مورد تصویب قرار دهند.

وی همچنین واگذاری تصدی‌ها و تفویض اختیارات





پس باید با تعامل و هم‌فکری و غم‌صادرکننده و تولیدکننده را خوردن، مشکلات را حل کنیم.

آمادگی برای کاهش تعرفه صادراتی به بازار کشورهای همسایه

آخرین سخنران مراسم تجلیل از صادرکنندگان نمونه استان تهران، حمید زادبوم - رییس سازمان توسعه تجارت ایران - بود. وی با اشاره به رقم صادرات ۳۱/۹ میلیارد دلاری و واردات ۳۱/۸ میلیارد دلاری کشور طی مدت ۹ ماهه امسال، گفت: با توجه به شرایط سختی که سال گذشته اقتصاد کشور و بنگاه‌ها با آن مواجه بودند، دست تمامی صادرکنندگانی که در مسیر ارزآوری برای کشور همچنان حضور دارند، باید بوسید.

سپس به پژوهش صورت گرفته در سازمان توسعه تجارت ایران اشاره کرد که بر اساس آن وضعیت اقتصاد و تجارت ۱۵ کشور همسایه ایران مورد بررسی قرار گرفته است. او با بیان اینکه میزان واردات این کشورها طی سال ۲۰۱۸ میلادی معادل ۱۱۶۰ میلیارد دلار بود، افزود: طبقه‌بندی کالایی واردات ۱۵ کشور همسایه ایران در حال حاضر تدوین و برای اطلاع صادرکنندگان کشور روی وبسایت سازمان توسعه تجارت در دسترس است.

زادبوم افزود: بر اساس ظرفیت امروز بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی کشور، از رقم ۱۱۶۰ میلیارد دلار واردات کشورهای همسایه، ۱۰۰ میلیارد دلار آن امکان تولید و صادرات از سوی ایران وجود دارد.

به گفته وی، طی سال گذشته ارزش صادرات غیرنفتی کشور به ۱۵ کشور همسایه معادل ۲۴ میلیارد دلار بود که با توجه به بازار این کشورها و ظرفیت کالاهای تولیدی در ایران، این رقم تا ۱۰۰ میلیارد دلار قابل افزایش است.

رییس سازمان توسعه تجارت سپس از آمادگی این سازمان برای کاهش تعرفه صادراتی به بازار کشورهای همسایه خبر داد و افزود: بخش خصوصی نیز باید در تولید گروه‌های کالایی که مورد پذیرش بازار کشورهای همسایه است اهتمام جدی داشته باشد.

این محدودیت به سازمان حفاظت محیط زیست ارسال کرده است، گفت: رییس سازمان با پیشنهاد استانداری موافق است اما بدنه این سازمان با آن مخالفت می‌کند که ما در حال رایزنی برای رفع ابهامات هستیم.

وی اظهار داشت: در استان تهران ۱۷ هزار کارخانه و ۷۲ هزار کارگاه وجود دارد که از این رقم، ۳۵ هزار کارگاه بالقوه کارخانه هستند، اما به دلیل منع استقرار در شعاع ۱۲۰ کیلومتری هنوز نتوانسته‌اند به کارخانه تبدیل شوند. این مساله منجر به افزایش قیمت تمام شده این واحدها شده است، به این سبب که آنها به دلیل دارا بودن پروانه صنفی نمی‌توانند مواد اولیه خود را از بورس خریداری کنند و باید نیازهای خود را از بازار تامین کنند.

او سپس با اشاره به اینکه قانون مالیات بر ارزش افزوده قانون بسیار مترقی است، توضیح داد: هدف این قانون آن است که هر کسی که مصرف بیشتری داشت، مالیات بیشتری هم بپردازد، اما در ایران، عکس این رویه اجرا می‌شود. به بیان دیگر، قانون مالیات بر ارزش افزوده، اصالتاً قانون مالیات بر مصرف است اما به دلیل آنکه نتوانسته‌ایم زیرساخت‌های مورد نیاز را ایجاد کنیم، از دیوار کوتاه تولیدکنندگان بالا رفتیم.

امامی‌امین افزود: حدود ۴ سال است که لایحه اصلاح قانون مالیات بر ارزش افزوده در مجلس گیر کرده و نمایندگان حاضر نیستند که از خود وقت بگذارند و هزینه کنند تا این قانون اصلاح شود. استدلال برخی از نمایندگان این است که اگر این قانون تبدیل به مالیات بر مصرف شود، مردم دلخور می‌شوند و این مساله روی انتخابات اثر می‌گذارد. واقعیت این است که یکی از ضد تولیدترین قوانین موجود همین قانون مالیات بر ارزش افزوده است و البته سازمان امور مالیاتی هم در این رابطه مقصر نیست و مجری قانون است. اما گلوگاهی که باید مشکل را حل کند، مشغول موارد دیگری است.

او گفت: اگر وزیر خارجه در نشست‌های خارجی در مقابل فشارهای سیاسی جنگ تن به تن می‌کند به اعتبار آن است که رزمندگان جنگ اقتصادی معبر را باز کرده تا کشور را از این شرایط عبور دهند.

۱۰- شرکت آوازه بازرگانی پارس به مدیرعاملی فهیمه صباغی ده‌آبادی در گروه کالایی کشاورزی / تره‌بار

۱۱- شرکت لوله‌گستر خادمی به مدیرعاملی محمدرضا خادمی ولی‌پور در گروه کالایی محصولات شیمیایی

۱۲- گروه صنعتی بوتان به مدیرعاملی محمدرضا عابدی میران در گروه کالایی لوازم خانگی و اداری

۱۳- شرکت دمنده به مدیرعاملی احمد بستانچی در گروه کالایی تجهیزات و ماشین‌آلات صنعتی

۱۴- شرکت مجتمع صنعتی آرتاویل تایر به مدیرعاملی علیرضا انصاری در گروه کالایی قطعات یدکی و مجموعه‌های خودرو

۱۵- شرکت مونکو ایران به مدیرعاملی علیرضا شیرانی در گروه کالایی خدمات فنی و مهندسی شایستگان تقدیر:

۱- شرکت تولیدی تک ماکارون به مدیرعاملی مهرداد نوری در گروه کالایی صنایع غذایی

۲- گروه صنعتی پاکشو به مدیرعاملی محمد عالمی در گروه کالایی محصولات شیمیایی

۳- شرکت تولیدی و صنعتی ممتاز سپند به مدیرعاملی سعیدآقا سلطانی در گروه کالایی محصولات شیمیایی (صادرکننده نمونه ملی)

۴- شرکت تولیدی کوشش رادیاتور به مدیرعاملی مهدی پونکی در گروه کالایی قطعات یدکی و مجموعه‌های خودرو (صادرکننده نمونه ملی)

۵- شرکت نفت بهران به مدیرعاملی اسعد عزیزی در گروه کالایی پتروشیمی پایه نفتی و وابسته (صادرکننده نمونه ملی)

۶- شرکت تعاونی توسعه کشاورزی و بازرگانی آرین به مدیرعاملی امیر تقدسی در گروه کالایی کشاورزی / تره‌بار (صادرکننده نمونه ملی)

۷- شرکت خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران‌دوستان به مدیرعاملی سیدمحمدعلی اشرف در گروه خدمات گردشگری (صادرکننده نمونه ملی)

۸- شرکت پارس تابلو به مدیرعاملی آرش نادعلیان در گروه خدمات فنی و مهندسی (صادرکننده نمونه ملی)

وی از اتاق تهران برای برگزاری سومین رویداد معرفی و تقدیر از صادرکنندگان نمونه سال ۹۸ استان تهران تقدیر کرد و گفت: اتاق تهران در حال حاضر، اتاق پیشرو در کشور است و این اتاق طی ادوار گذشته از نهادی صرف برای صدور کارت بازرگانی پارافراتر گذاشته و مطالعات کارشناسی و راهکارهای اتاق تهران به مرجعی قابل اطمینان برای دستگاه‌های دولتی تبدیل شده است به طوری که وبسایت اتاق تهران در حوزه اخبار و رویدادها، تحلیل‌ها و گفت‌وگوها و کارهای مطالعاتی و پژوهشی یکی از مراجع مطالعاتی بنده و همکارانم در سازمان توسعه تجارت است.

زادبوم در عین حال، از تشکیل کارگروه مشترک سازمان توسعه تجارت با اتاق تهران برای بررسی موافقت‌نامه اوراسیا و تعیین گروه‌های کالایی ورودی به تجارت آزاد ایران با این منطقه اقتصادی خبر داد.

فهرست صادرکنندگان نمونه استان تهران:

۱- شرکت نفت پارس به مدیرعاملی حمیدرضا خلیلی در گروه کالایی پتروشیمی پایه نفتی و وابسته

۲- شرکت شیشه کاوه فلوت به مدیرعاملی ابراهیم عسگریان در گروه کالایی مصالح ساختمانی

۳- شرکت جهان پروفیل پارس به مدیرعاملی حجت‌اله میراحمدپور در گروه کالایی فلزات و صنایع وابسته

۴- شرکت صنایع فروآلیاز ایران به مدیرعاملی لیلا رضایی در گروه کالایی فلزات و صنایع وابسته

۵- شرکت تولیدی و صنعتی رسول اصفهان (قالی سلیمان) به مدیرعاملی سعید منزوی‌زاده در گروه کالایی نساجی و پوشاک

۶- شرکت عالیفرد به مدیرعاملی ساسان میار در گروه کالایی صنایع غذایی

۷- شرکت شیر پاستوریزه پگاه تهران به مدیرعاملی سیدجعفر میر در گروه کالایی صنایع غذایی

۸- حسن شمس‌الهدی در گروه کالایی کشاورزی / خشکبار

۹- شرکت ویرامان به مدیرعاملی علیرضا دارچینیان در گروه کالایی کشاورزی / زعفران





توان رقابت؛ ضامن حیات یک صنعت

تهیه و تنظیم: اکرم باقری توستانی

اشاره:

اولین مجمع عمومی انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور با نظارت نماینده وزارت کار و حضور تولیدکنندگان، صنعتگران و فعالان صنعت پوشاک در محل انجمن صنایع پوشاک ایران برگزار و طی آن اعضای هیئت مدیره و بازرسان انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور انتخاب شدند.

نیز درست در همین نقطه زده شد و ایده آن با توجه صرف به این ضرورت شکل گرفت که برندها و عناوین معتبر تولید پوشاک در ایران اگر می‌خواهند جامه‌ای از نظم نوین اقتصاد جهانی بر تن کنند، باید در جغرافیای مدرن دانش‌اندوزی و دانش‌محوری قرار بگیرند که بستر لازم برای کسب صلاحیت رقابت را به وجود می‌آورد.

به یقین تمام برندهای حاضر در عرصه صنعت پوشاک ایران از سطح قابل قبول تعقل و دانش مولد برخوردارند اما نکته اینجاست که اجماع برندها در قالب یک انجمن و تشکلی که مدیریت توسعه یکپارچه و همگانی را در سطح فعالیت صنعتی برعهده می‌گیرد با قدرت بیشتری می‌تواند فاصله میان برندینگ در صنعت پوشاک ایران با سایر کشورهای صاحب‌نام را در این زمینه برطرف کند.

۲- مفاهیم نوین و شناسه‌های راهبردی برای پیشرفت، صنعت و فعالیت‌های مولد را بیشتر از هر کنش دیگری در اقتصاد به رسمیت می‌شناسند. این

فعالان اقتصادی چشم‌اندازی از قدرت و گستره وسیعی از رشد مطابق با استانداردهای روز را متصور شد.

بی‌جهت نیست که اندیشمندان، دنیای امروز را عرصه دانش‌محوری می‌دانند و بر این باورند که فقدان درک تحولات مدرن و همچنین فقدان توان لازم برای تجهیز عقلانیت متکی بر دانش، کنش‌های اقتصادی را به ظرفی محدود و کنشگران اقتصادی را به تماشاچیان و حاشیه‌نشینان فعل و انفعالات اقتصادی تبدیل می‌کند.

به همین جهت برای صاحب‌نظران، تئوریسین‌ها و راهبردها هیچ شکی باقی نمانده است که انسجام و دریافت نظم حاکم بر مقتضیات اقتصادی، وابستگی غیرقابل انکاری به دانش‌اندوزی و فهم تجربیات مدرن دارد. این فرمان بی‌ظنیر در واقع به حکمی فراگیر در فعل و انفعالات جهانی تبدیل شده است، نخستین جرقه‌های شکل‌گیری انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور،

نگاهی به چرایی انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور و چشم‌انداز فعالیت‌های آن در آینده

پس از پخش سرود ملی و تلاوت آیاتی از قرآن کریم و خوشامدگویی دبیر انجمن صنایع پوشاک به میهمانان حاضر در مجمع، پیام هیئت موسس توسط مجید فخار- عضو هیئت موسس انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور- خوانده شد.

«۱- در روزگار ما، تعاریف و مفاهیم اقتصادی روز به روز تغییرات و تحولات شگرفی را تجربه می‌کنند و فعالان اقتصادی نیز به موازات آگاهی از زمینه این تغییرات و چگونگی فهم تحولات، رابطه خود را با رشد و توسعه در این جغرافیای عظیم، تنظیم و هماهنگ می‌سازند. به عبارتی در دنیای اقتصادی امروز، آگاهی و تعقل در ماهیت کنش‌های اقتصادی و انسجام آنها برای دستیابی به اهداف، نقش اصلی را ایفا می‌کنند و بی‌شک بدون اطلاع از آنها نمی‌توان



تغییر داده‌اند. به واسطه همین فرایند و ظهور برندینگ در پوشاک، ارزش برند ۱۰ شناسه معروف در صنعت پوشاک جهان ابتدای سال ۲۰۱۹ بیش از ۹۰ میلیارد دلار تخمین زده شده است. گسترش برندینگ در صنعت پوشاک در شرایطی رخ می‌دهد که ارزش بازار جهانی این صنعت به ۱۸۰۰ میلیارد دلار رسیده است و پیش‌بینی می‌شود که در سال ۲۰۲۵ تا دو هزار و یکصد و ۱۰ میلیارد دلار افزایش یابد، این رقم در سال ۲۰۱۲، معادل هزار و یکصد و ۱۰ میلیارد دلار بود. مقایسه این ارقام، روند رو به گسترشی را در بازار جهانی پوشاک نشان می‌دهد.

حجم بازار پوشاک ایران بین ۱۲ تا ۱۵ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود، برآوردهای موجود نشان می‌دهد که سرانه مصرف پوشاک ایران در سال ۲۰۲۵ به رقم ۲۵۰ دلار و سرانه مصرف پوشاک چین به ۳۳۷ دلار خواهد رسید. کارشناسان بر این باورند که چین با رشد سرانه مصرف پوشاک در سال ۲۰۲۵، به دلیل تأمین نیاز داخلی از حضور موثر در بازارهای جهانی انصراف می‌دهد و سایر کشورها می‌توانند با توسعه برندینگ خود به حضور بهینه‌تری در بازارهای جهانی ببینند.

۴- ضرورت‌های شکل‌گیری انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور به نوعی

جاری و ساری سازد؛ با این هدف که در میان مدت صنعت پوشاک ایران بتواند با تقویت برندهای موجود، ایجاد برندهای جدید و شکل دادن مفهوم برند ملی در صنعت پوشاک، جایگاه این تولید ایرانی را در ذهن هموطنان و شهروندان جهانی ارتقاء دهد.

۳- صنعت پوشاک، صنعتی صاحب مزیت در دنیای امروز است که به واسطه تعامل سازنده‌ای که می‌تواند با محیط زیست برقرار کند و همچنین بیشترین ارزش افزوده تولید و اشتغال مولد را با کمترین سرمایه‌گذاری به وجود آورد؛ صنعت برجسته توسعه پایدار محسوب می‌شود؛ از سوی دیگر به‌عنوان اصلی‌ترین صنعت در ساخت مفهوم مد، جامعه‌شناسی مد و خلق فرایندهای تأثیرگذار، مهم‌ترین هنر-صنعت ساخت بشر محسوب می‌شود که تشخیص اجتماعی شهروندان را در هر گونه فرهنگ و مدل اجتماعی نمایندگی می‌کند به همین دلیل برندینگ در صنعت پوشاک، نماد واقعی در ایجاد تمایز، رشد ارزش افزوده نسبت به سرمایه‌گذاری‌های پایه، خلاقیت، نوآوری و گسترش ارتباطات اجتماعی محسوب می‌شود.

بارها تجربه شده که برندهای مطرح پوشاک با فتح ذهن مشتریان در هر نقطه‌ای از جهان، حتی معیارهای شناخته شده و مفاهیم واقعی کیفیت را

نکته نیز از مشخصه‌های دنیای امروز است که تولید را هم ضامن ارتقای دائمی رشد می‌داند و بهترین مولفه برای غلبه بر بحران‌ها و جبران شکست‌ها معرفی می‌کند.

در شکل‌گیری ایده انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور، با در نظر گرفتن این واقعیت جهانی و با تکیه بر این اصل که تولید، اولویت نخست ساخت سامانه توسعه است، مکانیزم شکل‌گیری انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور تعریف و تدوین شد.

تجربیات جهانی نشان می‌دهد که در دنیای امروز، هیچ چیزی بیشتر از توان رقابت، ضامن حیات یک صنعت نیست و دانش محوری در ساخت فعالیت‌های صنعتی، صلاحیت رقابت را برای هر کنشگر یا سازمان صنعتی به وجود می‌آورد، پس باید تصمیم شکل می‌گرفت که بتواند این رهیافت را به‌عنوان یک حرکت عمومی برای صنعت پوشاک کشور به‌عنوان یک انسجام ملی به تصویر بکشد.

در واقع انجمن برندهای پوشاک ایران می‌خواست نهادی غیردولتی باشد که به واسطه شکل‌گیری اتحاد در میان برندهای پوشاک ایران و افزایش توان عملیاتی آنها در فهم کارکردهای نوین، برندینگ را مطابق با الگوهای استاندارد در صنعت پوشاک ایران



در تشکل‌های فعال صنعت پوشاک بی‌شک از کارکردهای مفید انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور خواهد بود؛ لذا موازی کاری و قرار کردن کارکرد این انجمن با سایر انجمن‌ها و اتحادیه‌ها در یک ریل مشترک، فرضیه‌ای نادرست محسوب می‌شود چون برندینگ به معنای ساده نمای بیرونی یک صنعت را برای ایجاد تغییر مناسب در الگوی مصرف جامعه و یا حضور در اذهان مشتریان، بازاری و تجهیز می‌کند به عبارتی تمام فعالیت‌های صنعتی و رفتارهای اقتصادی یگ گروه صنعتی از مجرای برندینگ به جامعه معرفی می‌شود و به تعبیر دقیق‌تر، برندینگ می‌تواند ویتترین شفاف برای ارائه و معرفی تلاش تولیدکنندگان و مخاطبان و مشتریان باشد.

این فرایند کاملاً منطبق با داده‌های علمی و تجربیات عمیق اقتصادی صورت می‌گیرد که سالیان متمادی بر حجم آن افزوده شده است، به همین دلیل دست‌اندرکاران و مدیران انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور برای یکپارچگی اهداف و عملکردهای اجتماعی صنعت پوشاک باید راهبردهای مشخص و کارکردگرا مبتنی بر مفاهیم و آموزه‌های برندینگ طراحی کنند تا دستیابی به هدف مذکور تسهیل شود. این اتفاق در چارچوب منشوری

ارائه برنامه‌های راهبردی

۴-۶- همکاری با تمام تشکل‌های غیر دولتی و دولتی برای تسهیل در امر برندینگ از طریق تدوین برنامه‌های راهبردی برای برقراری ارتباط

۴-۷- ایجاد هسته پژوهش در حوزه برندینگ و ارائه خدمات آن به صنعت پوشاک

۴-۸- ایجاد ارتباط میان برندهای ایرانی با برندهای معتبر خارجی

۴-۹- برگزاری نمایشگاه‌های معتبر صرفاً جهت ارائه توانمندی برندینگ و توسعه سکوه‌های فروش

۴-۱۰- ایجاد ارتباطی دانش‌محور و عملیاتی با برندهای معتبر موجود در صنایع دیگر برای ایجاد برندینگ ترکیبی و افزایش سطح سرمایه‌گذاری مطلوب در صنعت پوشاک

۴-۱۱- اتصال برندهای بدون کارخانه به واحدهای تولیدکننده پوشاک معتبر

۵- انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور باید این باور را نهادینه کند که با کارکردی متفاوت در صنعت پوشاک کشور می‌تواند حلقه اتصال و اتحاد انجمن‌ها و اتحادیه‌های فعال در صنعت پوشاک کشور باشد. این مسأله از ذات پویا و منطبق بر دستورالعمل‌های روز برندینگ نشأت می‌گیرد، به همین دلیل ساخت منسجم و هماهنگ

مانیفیست عملیاتی آن را نشان می‌دهد و مبنای «چه باید کردها» را به خوبی تشریح و با دانش‌محوری مسیر تعقل در ایجاد برندینگ کارآمد در صنعت پوشاک را بیشتر هموار می‌کند و از این طریق توسعه روزافزون کسب و کارها، تولد کسب و کارهای نوپا، توسعه محصول، تغییر در نحوه ارائه کسب و کارهای قدیمی، کنترل بهینه حجم بالای هزینه‌های تبلیغات و بازاریابی و داشتن یک هویت ماندگار در اذهان، استراتژی اصلی توسعه بازار، بازاری و کسب اعتبار در صنعت پوشاک کشور باشد. برای این منظور مراحل اجرایی زیر، محورهای کلی فعالیت انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور در قالب موارد زیر ارائه می‌شود:

۴-۱- ساماندهی آموزش شاخه‌های مختلف و متنوع برندینگ برای تولیدکنندگان پوشاک

۴-۲- ساماندهی ارتباط با مراکز علمی برندینگ برای تولیدکنندگان پوشاک

۴-۳- تدوین و اجرای برنامه‌ها و هم‌چنین ارائه و پیشنهاداتی در سطح دولت برای گسترش حیطة فعالیت برندهای معتبر پوشاک

۴-۴- همراه کردن برندهای قدیمی پوشاک با اصول نوین برندینگ از طریق ارائه برنامه‌های راهبردی

۴-۵- بازاری سازی برای برندهای پوشاک از طریق



خلیل کاظمی - عضو اصلی هیئت مدیره



حمیده سادات وحیدیه - عضو اصلی هیئت مدیره



مجتاه طایغانی - عضو اصلی هیئت مدیره



رضا یاقوبی - عضو اصلی هیئت مدیره



آزور مهرپور - عضو اصلی هیئت مدیره



شهرام شکوفی - عضو اصلی هیئت مدیره

عضو هیئت موسس انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور در مورد بخش توزیع پوشاک هم عنوان داشت: در حال حاضر توزیع پوشاک به دو شکل «زنجیره‌ای مدرن» و «سنتی» انجام می‌شود که باید شیوه نخست توسط برندهای معتبر کشور تقویت و سازماندهی شوند.

به اعتقاد وی، اگر معتقدیم تولید پوشاک، لکوموتیو صنایع نساجی است باید بپذیریم برند در دنیای مدرن امروز، سوخت این لکوموتیو است و در صورت فقدان سوخت لازم، لکوموتیو حرکت نمی‌کند یا حرکتی شبیه شخم زدن زمین با گاو آهن خواهد داشت! بنابراین نقش برندینگ در صنعت پوشاک بسیار تعیین‌کننده است و باید مورد توجه ویژه تمام فعالان این صنعت قرار گیرد.

هاکوپیان، موانع پیش روی برندینگ در کشور را به این شرح اعلام کرد:

- ۱- عدم تعریف درست از برندینگ
- ۲- عدم آزادی در طراحی براساس سلیقه مشتری مبتنی بر فرهنگ فاخر و باوقار در کشور
- ۳- چالش‌های مربوط به هزینه‌های برندینگ: باید ارتباط میان مشتری و عرضه‌کننده ایجاد شود و قیمت را مشتری تعیین نماید.
- ۴- دشواری واردات مواد اولیه و تجهیزات جانبی:

صرف به منافع ملی امکان‌پذیر نخواهد بود.»

موانع پیش روی برندها و چاره‌اندیشی برای آنها
سومبات هاکوپیان - عضو هیئت موسس انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور - بیان داشت: زنجیره ارزش صنعت پوشاک از کشت پنبه شروع می‌شود تا پتروشیمی، الیاف، ریسندگی، بافندگی، تولید پارچه، ملزومات، طراحی، تولید پوشاک و بسته‌بندی و عرضه را در برمی‌گیرد و اولین کاری که باید انجام شود اتصال اجزای این زنجیره است و باید در مورد چگونگی انجام این کار، برنامه‌ریزی کرد.

وی با بیان این‌که صنعت پوشاک در بخش‌های ریسندگی و بافندگی مورد اجحاف قرار گرفته، افزود: خوشبختانه انجمن صنایع نساجی ایران جلسه‌ای را در این راستا برگزار می‌کند که طی آن نقطه نظرات تولیدکنندگان پوشاک شنیده خواهد شد.

هاکوپیان تصریح کرد: تولید پوشاک در قالب واحدهای صنعتی، صنفی، مزون‌ها، کارگاه‌های کوچک (موسوم به زیرپله‌ای) انجام می‌شود و هر کدام از آنها دارای مزیت‌ها و معایبی هستند که با قرار گرفتن در زنجیره برندها بسیاری از معایب برطرف خواهند شد.

رفتار انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور تدوین می‌شود.

۶- انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور پس از تأسیس و شکل‌گیری هسته اولیه مدیریتی باید دائم این باور را در خود تکرار کند که وظیفه‌ای سخت و دشوار برعهده گرفته است.

صنعت پوشاک ایران یکی از قدیمی‌ترین صنایع کشور محسوب می‌شود که طی چند سال گذشته موفق شده در اوج اجحاف‌ها، عدم همراهی سیاست‌گزاران و فقدان این درک مولد که صنعت پوشاک می‌تواند نجات‌دهنده زنجیره نساجی کشور باشد؛ حق خود را از روند سیاست‌گذاری‌های غلط بستاند و حتی برای پاسداری از منافع ملی، رو در روی قاچاق و و واردات بی‌ضابطه بایستد.

این صنعت اکنون بیش از هر چیز به خردورزی، تلاش و تقویت پایگاه‌های اجتماعی نیاز دارد که این امر با تقویت و گسترش برندینگ - که نقطه تماس با جامعه محسوب می‌شود- امکان‌پذیر خواهد بود؛ برای همین مدیران انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور در تمام دوره‌ها باید این اصل را در بطن منشور کاری خود قرار دهند که ساخت برندهای ملی و ایجاد صلاحیت رقابت صنعتی در میادین جهانی جز با کار، همت و توجه



بهار حاج سیدجوادی - بازرسی علی البدل

فرهاد طاهری درخش - بازرسی اصلی

صاحبان برندهای پوشاک کشور انجام شد.

نتیجه انتخابات اعضای هیئت مدیره انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک کشور (به ترتیب تعداد آرای کسب شده):

- ۱- آقای سجاد علیزاده- شرکت تولیکا طرح (برند تولیکا) / عضو اصلی
- ۲- خانم حمیده سادات زعیب‌زاده - شرکت آتی دانا (برند گراد) / عضو اصلی
- ۳- آقای خلیل کاظمی - شرکت مخمل پاسارد (برند زیروتن) / عضو اصلی
- ۴- آقای شهرام شکوفی- برند لاماساشدو/ عضو اصلی
- ۵- آقای اورمزد روشنفکر- برند آمشاسپند/ عضو اصلی
- عضو علی البدل اول هیئت مدیره: آقای رضا باقری- برند ایران پاکو
- عضو علی البدل دوم هیئت مدیره: آقای اسد رهبری- برند آلماجین
- بازرس اصلی: آقای فرهاد طاهری درخش- برند رامکات
- بازرس علی البدل: خانم بهار حاج سیدجوادی- برند وان تن

نمایشگاه‌ها، مجامع بین‌المللی و ... از برندهای ایرانی حمایت کند.

باید در قالب اعطای مشوق‌های صادراتی از صادرات و صادرکننده ایرانی زمینه را برای فعالیت آنان در بازارهای بین‌المللی هموار نماید.

وی در پایان از نماینده وزارت کار جهت همکاری و نظارت بر عملکرد مجمع سپاسگزاری نمود. در ادامه مراسم، پس از انتخاب و تشکیل اعضای هیئت رئیسه آقایان مجید فخار (به‌عنوان رئیس مجمع)، رمضان موسوی، احمد صادقی قهرودی و سماواتی مجمع به صورت قانونی شروع به کار نمود و با بررسی، اصلاح (برخی مواد اساسنامه) و تأیید آن توسط حضار، اعلام حق ورودی، رأی‌گیری در خصوص حق عضویت و تعیین روزنامه رسمی ادامه یافت که ضمن تعیین حق ورودیه (۵۰۰ هزار تومان)، حق عضویت سالیانه (۳ میلیون تومان)، انتخاب روزنامه کثیرالانتشار دنیای اقتصاد جهت درج آگهی‌ها و دعوت‌نامه‌های انجمن، نامزدهای عضویت در هیئت مدیره و بازرسی در فرصتی چند دقیقه‌ای به معرفی واحدهای متبوع خود، ذکر سوابق شغلی در صنعت پوشاک و انگیزه حضور در هیئت مدیره انجمن پرداختند؛ سپس انتخابات اعضای اصلی و علی‌البدل و بازرسان انجمن صنفی کارفرمایان

سازمان‌های مرتبط دولتی باید در تسهیلاتی جهت واردات مواد اولیه و ملزومات تولید پوشاک (به ویژه برای برندها) مدنظر قرار دهد. یک برند باید در واردات مواد اولیه مورد نیاز آزاد باشد، بدون محدودیت به تولید پردازد و به هر قیمتی که می‌خواهد، بفروشد. مشتریان به خوبی می‌دانند پول خود را صرف خرید کدام کالاها نمایند لذا با اطلاعات کامل از یک برند، خرید خود را انجام می‌دهند و صنعت پوشاک نیازمند آف‌بالاسر نیست. ۵- دریافت مالیات بر ارزش افزوده از تولیدکننده: این مالیات باید از انتهای زنجیره عرصه پوشاک یعنی مصرف‌کننده دریافت شود و در اخذ مالیات بر عملکرد نیز باید اظهارات اشخاص و شرکت‌ها محترم شمرده شوند.

۶- محدودیت درصدی از فروش در تبلیغات: این مورد باید حذف شود.

۷- وجود سایه شوم قاچاق پوشاک بر کشور: قاچاق، فرصت‌های برندهای داخلی را می‌سوزاند و به دلیل واردات پوشاک از مجاری غیرمتعارف، نمی‌توان هیچ قیمت عادلانه‌ای بر آن متصور شد.

۸- فقدان فضای مناسب برای رقابت برندهای ایرانی در عرصه‌های بین‌المللی: دولت می‌تواند با تقبل بخشی از هزینه‌های حضور برندها در



بررسی فرصت‌های پیش روی ایران در اتحادیه اوراسیا

*ارائه موافقت‌نامه تجارت ترجیحی ایران و اتحادیه

اوراسیا

دکتر علی زاهدطلبان - عضو هیئت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی و کارشناس ارشد توافق‌های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران - به بیان انواع ترتیبات تجاری و مراحل یکپارچگی اقتصادی پرداخت که در مرحله نخست قلمرو «تجارت ترجیحی» وجود دارد که طی آن کاهش بخشی از تعرفه‌های گمرکی مدنظر قرار می‌گیرد. در گام دوم یعنی قلمرو «تجارت آزاد» شاهد حذف تعرفه‌های گمرکی هستیم، گام سوم یعنی «اتحادیه گمرکی» نیز علاوه بر کاهش و حذف تعرفه‌های گمرکی، تعرفه‌های مشترک به وجود می‌آید. در مرحله بعد «بازار مشترک» است که در آن علاوه بر موارد فوق، یکسان‌سازی، تحرک و جابجایی عوامل مدنظر قرار دارد و در عالی‌ترین و پیشرفته‌ترین سطح تعاملات تجاری، «اتحادیه اقتصادی» وجود دارد که ضمن اجرای تمام موارد مذکور، هماهنگی سیاست‌های پولی، بودجه‌ای، مالیاتی، مالی و ... حکمفرماست که نمونه کامل آن «اتحادیه اروپا» می‌باشد.

وی با اشاره به این مطلب که روند همگرایی تجاری در ۷۰ سال اخیر، از شیب نسبتاً تندی برخوردار است؛ افزود: در سال ۱۹۹۴ (سال راه‌اندازی سازمان جهانی تجارت) حدود ۷۰ موافقت‌نامه ترجیحی در یکی از انواع فوق در دنیا به شکل فعال وجود داشت اما امروزه این رقم به ۳۰۲ موافقت‌نامه رسیده است.

دکتر زاهدطلبان اذعان داشت: میزان مشارکت کشورها یا مناطق جغرافیایی در سیر تحولات موافقت‌نامه‌ها یکسان نیست و اتحادیه اروپا با بیش از صد موافقت‌نامه تجاری در صدر و در رتبه‌های بعدی منطقه آسیای شرقی و آمریکای جنوبی قرار دارند. غرب آسیا (که شامل ایران هم می‌شود) نسبت به سایر مناطق در رده‌بندی آخر قرار دارد و در این منطقه شاهد کمترین مشارکت پیرامون انواع ترتیبات تجاری دنیا هستیم.

به گفته کارشناس ارشد توافق‌های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران، پیش‌تازان ترتیبات تجاری منطقه‌ای که دارای بیشترین ارزش تجارت جهانی هستند؛ عبارتند از اتحادیه اروپا، NAFTA (قرارداد



تهیه و تنظیم: شب‌نم سادات امامی رؤف

اشاره:

قرارداد تشکیل اولیه اتحادیه اقتصادی اوراسیا در ۲۹ مه ۲۰۱۴ میان کشورهای روسیه، بلاروس و قزاقستان منعقد و جایگزین اتحادیه گمرکی اوراسیا شد و سپس کشورهای ارمنستان و قرقیزستان نیز به عضویت آن درآمدند. این اتحادیه کار خود را به طور رسمی از اول ژانویه ۲۰۱۵ آغاز کرد. کشورهای عضو اوراسیا هم اکنون ۲۰ میلیون کیلومتر مربع مساحت و بیش از ۱۸۳ میلیون نفر جمعیت دارند که ۵.۲ درصد جمعیت جهان است. در روز اجرای این توافق‌نامه ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهور روسیه اعلام کرد: امروز ما یک مرکز رشد اقتصادی قدرتمند و جذاب ایجاد کرده‌ایم، یک بازار منطقه‌ای که بیش از ۱۸۰ میلیون نفر را به هم مرتبط می‌کند.

بر اساس این موافقت‌نامه، ایران از اتحادیه اقتصادی اوراسیا امتیازات گمرکی خاصی دریافت کرده و کشورهای این اتحادیه هم این امکان را خواهند داشت تا حجم صادرات خود به ایران را تا ۷۵ درصد افزایش دهند. ایران نیز می‌تواند با امتیازاتی که دریافت می‌کند، صادرات کالاهای خود به مقصد پنج کشور اوراسیایی را تا چند برابر افزایش دهد.

این امتیازات ۵۰۲ قلم کالاهای مختلف در حوزه‌های مواد غذایی، مواد مصرفی شیمیایی، محصولات ساختمانی، صدور خدمات فنی و مهندسی، محصولات صنعتی و محصولات کشاورزی از سوی اتحادیه اوراسیا و ۳۶۰ قلم کالا در همان موارد مشابه را از سوی ایران شامل می‌شود که در مجموع کل اقلام مشمول در موافقت‌نامه به ۸۶۲ مورد می‌رسد.

با هدف بررسی ابعاد موافقت‌نامه تجارت ترجیحی ایران و اتحادیه اوراسیا، سمیناری با همین عنوان و با حضور دکتر علی زاهدطلبان - عضو هیئت علمی موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی -، دکتر سیده فاطمه مقیمی - عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران - دکتر مجتبی شیبش‌چی‌ها - مدیر کل دفتر ارزش گمرک ایران، دکتر زهرا رهایی - مدیر عامل شرکت ناوک شیمی پخش -، صاحب‌نظران و فعالان صنعتی و صادراتی در سالن کنفرانس موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی برگزار شد.



توافق ترجیحی پیشین و اصلاح فهرست توافق‌های قبلی»، «مذاکره با اندونزی، مالزی، هند و سوریه برای عقد و ارتقای موافقت‌نامه تجارت ترجیحی» به گفته دکتر زاهدطلبان از توافق‌های تجاری در دست مذاکره ایران به شمار می‌آیند. وی با اعلام این مطلب که دسترسی آسان به بازار حدود ۷۰۰ میلیون نفری با ۱۵ کشور همسایه یکی

آزاد است. عضو هیئت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی سپس به شرح توافق‌های تجاری دو جانبه ایران به شرح جدول (۱) پرداخت. **توافق‌های تجاری چندجانبه ایران:** «مذاکره با پاکستان برای عقد موافقت‌نامه تجارت آزاد»، «مذاکره با ترکیه برای افزایش سطح پوشش

تجارت آزاد آمریکای شمالی) و آسه آن (اتحادیه کشورهای جنوب شرق آسیا) وی ادامه داد: ترکیه ۲۱ موافقت‌نامه تجارت آزاد با سایر کشورها منعقد و اجرا کرده است و تعداد زیادی در دست مذاکره دارد، حتی پاکستان که آن را به عنوان کشوری در حال توسعه تلقی می‌کنیم با تعداد زیادی از کشورها دارای توافق‌نامه تجارت ترجیحی و تجارت

جدول ۱- توافق‌های تجاری دو جانبه ایران

ردیف	کشور	تعداد ترجیحات تعرفه‌ای	تاریخ امضاء	آخرین وضعیت در سال ۹۸
۱	پاکستان	۳۰۹ کد ۶ رقمی اعطایی ۳۳۸ کد ۶ رقمی دریافتی	۲ خرداد ۸۵	در حال اجراست
۲	تونس	۲۵۶ کد ۴ و ۶۶ و ۸ رقمی اعطایی ۱۷۴ کد ۶ و ۸ رقمی دریافتی	۲۷ آبان ۸۶	در حال اجراست
۳	سوریه	موافقت‌نامه تجارت آزاد	۶ مرداد ۸۷	در حال اجراست
۴	کوبا	۴۴ کد ۸ رقمی اعطایی ۸۸ کد ۶ و ۸ رقمی دریافتی	۲۵ اردیبهشت ۸۷	در حال اجراست
۵	بوسنی	۱۷۰ کد ۶ رقمی اعطایی ۱۷۰ کد ۴ و ۶ رقمی دریافتی	۱۵ شهریور ۸۸	در حال اجراست
۶	ترکیه	۱۲۵ کد ۶ رقمی اعطایی ۱۳۹ کد ۶ رقمی دریافتی	۱۸ خرداد ۹۳	در حال اجراست
		مجموع امتیازات اعطایی در کل توافق‌های تجاری (به استثنای سوریه) ۹۰۴ ردیف تعرفه‌ای		
		مجموع امتیازات دریافتی در کل توافق‌های تجاری (به استثنای سوریه) ۹۰۹ ردیف تعرفه‌ای		

جدول ۲- توافق‌های تجاری چندجانبه ایرا

ردیف	کشور	وضعیت مذاکرات	وضعیت اجرا
۱	موافقت‌نامه تجارت ترجیحی ۸ کشور بزرگ اسلامی (D8)	به اتمام رسیده	از سال ۹۴ به اجرا گذاشته شده است
۲	موافقت‌نامه تجارت ترجیحی کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC)	به اتمام رسیده	ایران اخیراً فهرست امتیازات خود را ارائه نموده اما هنوز توافق اجرایی نشده است
۳	توافق تجارت ترجیحی در چارچوب سازمان همکاری‌های اگو	به اتمام رسیده	هنوز اجرایی نشده و قرار است مذاکرات مجدد صورت خواهد گرفت
۴	توافق تجاری ایران با اتحادیه اوراسیا	به اتمام رسیده	به تصویب نهایی رسیده و از ۵ آبان ۹۸ لازم‌الاجرا شده است.

از فرصت‌های مهم صادراتی اقتصاد ایران است، به معرفی اتحادیه اقتصادی اوراسیا پرداخت و گفت: فوریه سال ۱۹۹۹، قرارداد ایجاد اتحادیه گمرکی و منطقه واحد اقتصادی توسط بلاروس، قزاقستان، قرقیزستان، تاجیکستان و روسیه به امضا رسید و اکتبر سال ۲۰۰۰، جامعه اقتصادی اوراسیا توسط کشورهای مذکور تشکیل شد، جولای ۲۰۱۱، اتحادیه گمرکی میان بلاروس، قزاقستان و روسیه به وجود آمد و اول ژانویه ۲۰۱۵، موافقت‌نامه اتحادیه اقتصادی اوراسیا میان بلاروس، قزاقستان و روسیه اجرایی شد. در دوم ژانویه ۲۰۱۵ ارمنستان و ۱۵ آگوست ۲۰۱۵ قرقیزستان به عنوان اعضای رسمی اتحادیه اقتصادی اوراسیا درآمدند.

عضو هیئت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی یادآور شد: جمعیت اتحادیه اقتصادی اوراسیا ۱۸۲/۶ نفر، تولید ناخالص داخلی آن ۵ تریلیون دلار، نرخ بیکاری ۵/۴، درآمد سرانه ۲۷/۰۰۰ دلار و مساحت آن ۲۰ میلیون کیلومتر مربع است.

وی اذعان داشت: اتحادیه اوراسیا رتبه اول استخراج نفت و تولید گاز، رتبه سوم طول خط آهن، رتبه چهارم تولید انرژی برق و آهن و رتبه پنجم تولید فولاد جهان را در اختیار دارد.

کارشناس ارشد توافق‌های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران، ضمن بیان این مطلب که بیشترین حجم تجارت اوراسیا با جهان مربوط به روسیه است، گفت: از تجارت ۸۶۶ میلیارد دلاری اتحادیه اقتصادی اوراسیا با جهان در سال ۲۰۱۸ (مجموع صادرات و واردات)، ۶۸۷ میلیارد دلار آن توسط روسیه صورت گرفته است.

روند تجارت ایران اوراسیا طی ۵ سال اخیر به شرح جدول ۳ است.

دکتر زاهدطلبان، حجم تجارت ایران با اتحادیه اوراسیا را ۲/۶ میلیارد دلار (سهم ۰/۳ درصدی) برشمرد و گفت: عمده اقلام صادراتی ایران به اوراسیا عبارتند از «پسته، کیوی، سایر نفت‌های گازی، کشمش، خیار، خیارشور، خرما، دارو، سیمان‌های هیدرولیک، مس تصفیه شده، متانول و کلم» و در مقابل عمده اقلام وارداتی ایران از اوراسیا شامل «جو، ذرت دامی، روغن خام، کاتد و قطعات آن، آهن آلات (ضخامت کمتر از ۳ میلی‌متر)، چوب اره شده از کاج، کاغذ روزنامه به شکل رول یا ورق» است.

عضو هیئت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی خاطر نشان کرد: موافقت‌نامه موقت در راستای ایجاد ترتیبات تجارت آزاد بین ایران و اوراسیا پس از دو سال مذاکره در اردیبهشت سال ۹۷ امضاء شد. این موافقت‌نامه دو ماه پس از اعلام تصویب آن در مراجع قانونی کشورهای عضو اتحادیه و ایران یعنی ۵ آبان ۹۸ اجرایی شد. یک‌سال بعد از اجرای موافقت‌نامه موقت، مذاکره برای انعقاد موافقت‌نامه تجارت آزاد شروع خواهد شد و سه سال بعد از تاریخ اجرای شدن، چنانچه موافقت‌نامه تجارت آزاد نهایی نشده باشد، طرفین در خصوص تداوم موافقت‌نامه موقت، تصمیم‌گیری خواهند کرد.

به گفته این کارشناس، متن موافقت‌نامه، مفصل‌ترین و جامع‌ترین موافقت‌نامه‌ای است که تاکنون ایران منعقد کرده و شامل ۹ فصل «قواعد عمومی»، «تجارت کالا»، «راهکارهای تجارت»، «موانع فنی فرا راه تجارت»، «اقدامات بهداشتی و بهداشت

گیاهی»، «قواعد اجرا»، «تسهیل تجاری»، «حل و فصل اختلافات» و «مقررات پایانی» است.

وی گفت: از مهم‌ترین تعهدات طرفین در موافقت‌نامه اوراسیا می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

* اصل عدم تبعیض: یکی از اصول بنیادی گات که از کشورها می‌خواهد بین کالاها براساس مبدأ یا مقصدشان تبعیض قائل نشود

* اصل رفتار ملی در کل تجارت فی‌مابین: کشورها را ملزم می‌سازد با کالای وارداتی پس از ترخیص از گمرک به‌گونه‌ای رفتار کنند که از رفتار اعمال شده در مورد کالاهای تولیدی در داخل نامطلوب‌تر نباشد.

* اصل آزادسازی تجاری: کاهش و تثبیت نرخ‌های تعرفه (در حد کالاهای تحت پوشش) و ممنوعیت استفاده از موانع غیر تعرفه‌ای

* اصل انضباط تجاری (در حد کالاهای تحت پوشش) شامل عدم تبعیض، شفافیت، اطلاع‌دهی، در حد ضرورت برای تأمین اهداف مشروع و مبتنی بر اصول علمی و ارزیابی خطر

* استثنائات عمومی (ملاحظات اخلاقی، فرهنگی، امنیتی و مذهبی)

* اقدامات دفاع تجاری: شامل آنتی دامپینگ، اقدامات حفاظتی تجاری و اقدامات جبرانی (در مقابله با یارانه‌ها)

بنا بر اعلام کارشناس ارشد توافق‌های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران، اقلام اعطایی ایران به اوراسیا ۲۶۲ قلم (۷۳ درصد) در بخش صنعتی و ۹۸ قلم (۲۷ درصد) در بخش کشاورزی را در برمی‌گیرد، اقلام اعطایی اوراسیا به ایران نیز در بخش صنعتی ۳۷۶ قلم (۷۵ درصد) و ۱۲۶ قلم (۲۵ درصد) در

جدول ۳- روند تجارت ایران اوراسیا طی ۵ سال اخیر

کشور	سال ۱۳۹۴		سال ۱۳۹۵		سال ۱۳۹۶		سال ۱۳۹۷		سال ۱۳۹۸	
	صادرات	واردات	صادرات	واردات	صادرات	واردات	صادرات	واردات	صادرات	واردات
روسیه	۱۱۳/۱	۵۱۷/۴	۲۱۹/۰	۱۵۴۴/۱	۲۹۲	۷۲۷	۲۸۰	۱۳۴۲	۶۵/۴	۲۱۰/۶
قزاقستان	۱۳۷/۹	۸۷/۲	۱۷۳/۵	۲۱۰/۸	۱۶۸	۶۶/۷	۱۳۰/۴	۸۷	۱۵/۸	۲۲/۱
ارمنستان	۱۰۲/۱	۱۳/۳	۱۷۹/۲	۲۰/۹	۲۰۲	۲۵/۸	۱۵۸/۶	۲۲/۶	۱۹/۸	۱/۰۹
قرقیزستان	۲۲/۱	۱/۷	۲۶/۶	۳/۵	۳۸/۷	۶/۱	۳۳/۲	۱۱/۳	۷/۱	۳/۵
بلاروس	-/۴	۲۳/۶	۲/۵	۲۹/۲	۱/۷	۳۱/۹	۲۰/۷	۲۳/۹	-/۹	۵/۱
جمع کل	۴۳۹/۲	۶۴۳/۲	۶۰۰/۸	۱۸۰۸/۴	۷۰۲/۴	۸۵۷/۵	۶۰۵	۱۴۸۶	۱۰۹	۲۴۲/۳

کسب و کار»، «بهبود فرصت‌های سرمایه‌گذاری و انتقال فناوری»، «تمرین آزادسازی‌های تجاری بیشتر» و «کسب تجربه کسب و کار با سایر کشورها» اعلام کرد.

چالش‌های اجرایی پیش رو نیز به اعتقاد وی، «تشدید رقابت»، «بی‌ثباتی محیط تجاری»، «بی‌اطلاعی بخش خصوصی از حقوق و تعهدات» و «کمبود نیروی انسانی و متخصص در توافق‌های تجاری» هستند

کارشناس ارشد توافق‌های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران در پایان خاطر نشان کرد: مذاکرات تجارت آزاد از سال آتی شروع خواهد شد و طی یک دوره زمانی ۷ تا ۱۰ سال نزدیک به ۹۰ درصد کالاهای طرفین مشمول تعرفه صفر خواهند شد پس لازم است از هم‌اکنون بخش‌های خصوصی، تجار، تولیدکنندگان و دستگاه‌های دولتی خود را برای ورود به این فضای رقابتی آماده نمایند.

ایجاد یک ائتلاف تجاری جهت ایجاد بازار موفق
دکتر سیده فاطمه مقیمی - عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران - نیز ابراز داشت: کشورهای روسیه، بلاروس و قزاقستان اول



اقتصادی در حوزه اوراسیا همچون اختصاص زیرسامانه اختصاصی برای ذی‌نفعان، موافقت با حمل یکسره کالاها در روبه صادرات و واردات، پذیرش حداقل اسناد و مدارک مورد نیاز در راستای ترخیص کالا، تعیین کارگروه رصد و پایش روند مربوط به اجرای موافقت‌نامه، پذیرش گواهی مبدأ میان کشورهای ذی‌نفع به صورت الکترونیکی و ... تصریح کرد: مراجع ذی‌صلاح صدور و تأیید گواهی مبدأ در ایران اتاق بازرگانی ایران و اتاق‌های بازرگانی ۳۱ استان هستند.

دکتر زاهدطلبان، مهم‌ترین فرصت‌های پیش روی ایران در اتحادیه اوراسیا را «بهبود در دسترسی به بازار از طریق کاهش تعرفه‌ها»، «حذف موانع غیرتعرفه‌ای»، «انضباط تجاری و تثبیت فضای

بخش کشاورزی را شامل می‌شود. فهرست اعطای اوراسیا به تفکیک گروه‌های کالایی در جدول ۴ قابل مشاهده است.

عضو هیئت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی یادآور شد: از مهم‌ترین اقدامات انجام شده در راستای اجرایی شدن موافقت‌نامه سازمان توسعه تجارت ایران می‌توان به مواردی مانند برگزاری جلیات هماهنگی داخلی با حضور نمایندگان کلیه دستگاه‌های مرتبط، پیگیری رفع مشکل اعمال محدودیت‌های وارداتی برای اقلام مشمول امتیازات اعطایی، تشکیل مرکز توسعه تجارت و صادرات با اوراسیا اشاره نمود.

وی ضمن ارائه توضیحات تخصصی در مورد برنامه‌های گمرک برای ارائه تسهیلات به فعالان

جدول ۴- فهرست اعطای اوراسیا به تفکیک گروه‌های کالایی

متوسط نرخ تعرفه بعد از کاهش	متوسط نرخ تعرفه اوراسیا	قسمت‌های کالایی
۰/۸	۵/۴	حیوانات زنده، محصولات حیوانی
۵/۴	۱۰/۰	فلزات معمولی و مصنوعات آنها
۲/۷	۵/۵	ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی، ادوات برقی، اجزا و قطعات آنها، دستگاه‌های ضبط و پخش صوت، دستگاه‌های ضبط و پخش صوت و تصویر تلویزیونی، اجزا و قطعات و متفرقات این دستگاه‌ها
۰/۷	۵/۱	محصولات صنایع شیمیایی یا صنایع وابسته آن
۵	۱۰/۰	محصولات صنایع غذایی، نوشابه‌ها، آب‌گون‌های الکلی و سرکه‌ها، توتون، تنباکو و بدل ساخته آنها
۲/۷	۵	محصولات معدنی
۴/۲	۸/۵	محصولات نباتی
۱۱/۴	۱۴/۱	مروربد طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه‌گرانبها
۳/۱	۹/۶	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه‌نسوز، میکا یا از مواد همانند محصولات سرامیک، شیشه و مصنوعات از شیشه
۲/۹	۶/۳	مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته شده از این مواد، کاتوچو
۰/۱	۲/۵	مواد نسجی و مصنوعات از این مواد
۰	۲/۶	وسایل نقلیه زمینی، هوایی، آبی و تجهیزات ترابری مربوط به آنها

ژانویه ۲۰۱۵، ارمنستان ۲ ژانویه ۲۰۱۵، قزاقستان ۱۲ آگوست ۲۰۱۵ به عضویت اتحادیه اوراسیا درآمدند. واحد پول غیرنقدی مشترک برای اتحادیه اقتصادی اوراسیا به نام «یورزا» در سال ۲۰۰۹ توسط رئیس جمهور قزاقستان پیشنهاد شد. در سال ۲۰۱۲ ایده طرح واجد پول مشترک مطرح و در سال ۲۰۱۴ این طرح جهت تأسیس بانک مرکزی اوراسیا و واحد پول مشترک به نام «آلتین» جهت معرفی در سال ۲۰۱۵۲ ارائه شد.

دکتر مقیمی، ایجاد یک ائتلاف تجاری جهت ایجاد بازار موفق را در ابعاد اقتصادی، سیاسی و جغرافیایی قلمداد کرد و در ادامه به بیان توضیحاتی پیرامون انواع گروه‌های بازار شامل مناطق آزاد تجاری، اتحادیه گمرکی، بازار مشترک، اتحادیه اقتصادی و اتحادیه سیاسی پرداخت.

عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران اذعان داشت: در شرایط بحران و تحریم‌های ناجوانمردانه که از سوی مجامع بین‌المللی بر ایران سایه افکنده، ایران به دنبال راهکارهایی جهت گذر از بحران اقتصادی است. با انعقاد موافقت‌نامه تجارت ترجیحی میان ایران و اتحادیه اقتصادی

اوراسیا، فضای اقتصاد خارجی کشور تغییرات قابل توجهی را در آینده تجربه خواهد کرد.

به اعتقاد وی، اگرچه این اتحادیه جوان است و در مقایسه با اتحادیه‌های منطقه‌ای در سایر نقاط جهان، سابقه چندانی از همکاری‌های اقتصادی منطقه‌ای ندارد اما باید توجه داشت در حال حاضر تنها تشکل اقتصادی منطقه‌ای که ایران می‌تواند با آن تعامل داشته باشد، همین اتحادیه اقتصادی اوراسیاست و فعلاً گزینه دیگری پیش روی کشورمان نیست؛

همچنین باید به این مناسبات و تعمیق آن در بلندمدت نگاه کرد و بدانیم ایرن برای اولین بار با یک تشکل منطقه‌ای توافق‌نامه تجارت آزاد منعقد می‌کند. عضو سابق هیئت رئیسه اتاق ایران و روسیه با تأکید بر این که امضای موافقت‌نامه ترجیحی به منزله پیوستن ایران به اتحادیه اقتصادی اوراسیا نیست؛ گفت: فرایند الحاق ایران به این اتحادیه بیش از ۹ سال به طول می‌انجامد و این موافقت‌نامه قدم اول در این مسیر است.

رئیس اتاق مشترک ایران و گرجستان گفت: از میان ۵ کشور عضو اصلی این اتحادیه، فقط بلاروس هنوز به عضویت سازمان جهانی تجارت در نیامده و در جدول ۵- فهرست اعطایی ایران به تفکیک گروه‌های کالایی

حال الحاق به این سازمان است؛ به همین دلیل این کشورها زمان زیادی برای اجرای موافقت‌نامه در نظر نمی‌گیرند و در نهایت بعد از یک‌سال باید به سمت افزایش فهرست کالاهای مشمول تجارت ترجیحی برویم و در نهایت به سمت تجارت آزاد گام برداریم. به باور این فعال اقتصادی، با اجرای موافقت‌نامه مذکور ممکن است در برخی حوزه‌ها، تنش‌ها و مشکلات موقتی بروز کند اما برای توسعه روابط تجاری ناگزیر هستیم این جراحی را در حوزه تجارت خارجی انجام دهیم؛ ضمن این که موافقت‌نامه مورد اشاره یک معاهده برد-برد است و لزوماً ایران در کل آن برنده نخواهد بود اما در نهایت منافع آن بیشتر است.

دکتر مقیمی با تأکید بر رفع مشکلات حوزه توزیع گفت: کالاهایی که از سوی ایران مشمول تجارت ترجیحی شده‌اند، کالاهایی هستند که ما واردکننده عمده آنها هستیم و در مقابل، کالاهایی که از سوی اتحادیه اقتصادی اوراسیا مشمول تجارت ترجیحی شده کالاهایی است که جزو اقلام صادراتی ایران به شمار می‌آیند.

عضو سابق هیئت رئیسه اتاق ایران و روسیه، تعیین

قسمت‌های کالایی	متوسط نرخ تعرفه ایران	متوسط نرخ تعرفه بعد از کاهش
دستگاه‌های اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی	۲۹/۲	۲۸/۲
چربی‌ها، روغن‌های حیوانی یا نباتی، فرآورده‌های حاصل از تفکیک آنها	۲۰/۰	۱۰/۰
چوب، اشیای چوبی، زغال، چوب‌پنبه، اشیای چوب‌پنبه‌ای، مصنوعات حصیربافی یا سبدبافی	۹/۶	۷/۳
حیوانات زنده، محصولات حیوانی	۲۰/۷	۱۱/۶
خمیرچوب یا سایر مواد البافی سلولزی، کاغذ یا مقوا برای بازیافت، کاغذ مقوا و اشیای ساخته شده از آنها	۱۴/۲	۱۲/۹
فلزات معمولی و مصنوعات آنها	۱۹/۹	۱۳/۶
ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی، ادوات برقی، اجزا و قطعات آنها	۱۴/۵	۱۰/۹
محصولات صنایع شیمیایی یا صنایع وابسته آن	۲۱/۸	۱۴/۵
محصولات صنایع غذایی، نوشابه‌ها، آب‌گون‌های الکلی و سرکه‌ها، توتون و تنباکو و بدل ساخته شده آنها	۳۲/۴	۱۲/۳
محصولات معدنی	۵	۵
محصولات نباتی	۱۸/۳	۱۲/۱
مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گران‌بها یا نیمه‌گران‌بها، فلزات دارای روکش یا پوشش از فلزات گران‌بها	۱۲/۸	۱۳/۸
مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد، کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۸/۳	۸
مواد نسجی و مصنوعات از این مواد	۴۲/۲	۳۰/۳
وسایل نقلیه زمینی، هوایی، آبی و تجهیزات ترابری مربوط به آنها	۵/۵	۴/۹



دهد. با امضای موافقت‌نامه اوراسیا، ایران در معرض فرصت‌های جدید تجاری قرار خواهد گرفت و نیز راهی برای خروج از سیاست‌های تحریمی می‌یابد زیرا این عضویت برخلاف مسیر تحریمی آمریکاست. وی با اعلام این مطلب که اثر بخشی و جوانب مثبت اوراسیاگرایی ایران بیشتر از تبعات منفی آن است، افزود: طبق بررسی‌ها، یک‌سوم تجارت ایران شامل این موافقت‌نامه خواهد شد. در واقع اکثر کالاهایی که ایران وارد می‌کند و به کشور مقابل امتیاز می‌دهد، جزو میزان کالاها از آمریکای جنوبی وارد کشور می‌گردد اما امتیازی به ایران تعلق نمی‌گیرد!

دکتر مقیمی بیان داشت: در شرایطی که ارزش پول ملی ایران در برابر ارزهای خارجی کاهش پیدا کرده است، کالاها ساخت ایران با قیمت پایین‌تری در بازار کشورهای اوراسیایی قرار خواهد گرفت که این نیز افزایش صادرات را نیز به دنبال خواهد داشت.

رئیس اتاق مشترک ایران و گرجستان در مورد بازگشت کالاهای ممنوعه به فهرست تجارت با اوراسیا توضیح داد: برخی از این کالاها طی دو سال گذشته در لیست کالاهایی قرار گرفته‌اند که واردات یا صادرات آنها ممنوع شده اما با هماهنگی دولت، قرار است این محدودیت‌ها در جریان اجرای این موافقت‌نامه رفع شود و در تجارت ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا حتی کالاهایی که اخیراً صادرات یا واردات آنها ممنوع شده نیز مجاز باشد.

بخش دیگر سخنرانی این فعال صنعتی به ارائه پیشنهادات اختصاص داشت.

هدایت و فرماندهی:

*برنامه‌ریزی روابط با کشورهای عضو با محوریت کمیسیون مشترک ایران- روسیه و جلوگیری از

ایران در تأمین نیاز وارداتی ارمنستان (حدود ۵/۶ درصد) بیش از سایر کشورها بوده و حدود ۴ درصد از صادرات کالایی این کشور نیز به ایران بوده است. وی بیان داشت: با این وجود تراز تجاری ایران با کشورهای اتحادیه اوراسیا حاکی از آن است که ایران بیشتر واردکننده است تا صادرکننده؛ در حالی که ایران از ظرفیت بالایی جهت صادرات محصولات پروتئینی، گوشتی و کشاورزی به این کشورها برخوردار است.

دکتر مقیمی گفت: با ایجاد موافقت‌نامه اقتصادی منطقه‌ای، شرایطی به وجود می‌آید که ایران به شکل فعال وارد عرصه صادرات به کشورهای اتحادیه اوراسیا شود. به احتمال زیاد با پیوستن ایران به این اتحادیه، جهش بزرگی در صادرات غیرنفتی رخ خواهد داد زیرا این اتحادیه اقتصادی متشکل از روسیه، بلاروس، قزاقستان، ارمنستان و قرقیزستان، بازار منطقه‌ای با ۲۰ میلیون کیلومتر مربع مساحت و بیش از ۱۸۳ میلیون نفر جمعیت را به هم مرتبط مینماید.

به اعلام وی، مجموع ارزش صادرات و واردات کشورهای عضو این اتحادیه حدود ۷۵۳ میلیارد دلار است؛ بنابراین بازار بزرگی در انتظار ایران خواهد بود؛ البته سهم ایران از این توافق‌نامه ۵۰۳ قلم کالا است که با تعرفه‌های ترجیحی می‌تواند آنها را به کشورهای طرف تجارت صادر نمایند.

عضو سابق هیئت رئیسه اتاق ایران و روسیه، توافق‌نامه ایران و اوراسیا را باعث کاهش وابستگی ایران به صادرات نفت دانست و گفت: تنها تجارت ایران تا به حال فروش نفت بوده است، کشورهای حوزه اوراسیا نیز خود تولیدکننده نفت هستند و این موضوع یک چالش برای ایران است که در سایر عرصه‌ها تلاش نماید و ظرفیت‌های خود را افزایش

کالاها برای تجارت ترجیحی، اقدامی سنجیده و محاسبه شده دانست و گفت: اما در این میان تهدیداتی نیز وجود دارد که می‌تواند به واسطه ضعف نظام توزیع در کشور به صورت مقطعی به کمبود برخی از اقلام کالایی در بازار داخل منجر شود؛ از این رو باید برای رفع مشکلات نظام توزیع و تنظیم بازار، اقداماتی در دستور کار قرار گیرد.

عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران با اشاره به این که زبان روسی در اتحادیه اقتصادی اوراسیا زبان محوری و اصلی است، به فعالان اقتصادی توصیه کرد از هم اکنون در مورد این مسأله مهم برنامه‌ریزی کنند.

بخش دیگر سخنرانی دکتر مقیمی به «اثرات الحاق ایران به اوراسیا بر صادرات و واردات کشور» اختصاص داشت. وی در این باره گفت: مطابق پیمان اتحادیه اقتصادی اوراسیا، تعرفه گمرکی در تجارت کالایی بین اعضای آن صفر است. آمار مرکز تجارت بین‌المللی از تجارت کشورهای اتحادیه اقتصادی اوراسیا نشان می‌دهد در مجموع صادرات تمامی کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا در سال ۲۰۱۸ نسبت به سال ۲۰۱۵ به کشورهای عضو افزایش یافته و به نظر می‌رسد ارمنستان بیشترین منفعت را از الحاق به اتحادیه اوراسیا کسب کرده است.

رئیس اتاق مشترک ایران و گرجستان متذکر شد: صادرات کالایی ارمنستان طی این مدت به کشورهای عضو اتحادیه بیش از سه برابر شده که بیش از هر چیز به دلیل رشد قابل توجه صادرات ارمنستان به روسیه بوده است. در این میان آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۸، حدود ۰/۳ درصد از واردات این کشورها ز ایران بوده است. در میان کشورهای عضو این اتحادیه، سهم



موازی کاری وزارتخانه و سازمان‌های دولتی
* ایجاد اتاق اوراسیا در اتاق ایران با فرماندهی معاونت
بین‌الملل اتاق ایران
* تشکیل اتاق مشترک ایران، بلاروس و قرقیزستان
با مشارکت اتاق‌های مشترک ایران، روسیه -
قرقیزستان - ارمنستان
* راه‌اندازی کارگاه‌های آموزشی در خصوص
علامت‌گذاری و یا تهیه و تنظیم اتیکت‌ها بر روی
محصولات صادراتی

ارزش کالاهای صادراتی با مشارکت تشکل‌های
صادراتی و سایر سازمان‌های ذی‌ربط ادامه پیدا کرد.
در ادامه سمینار، دکتر زهرا رهایی - مدیرعامل شرکت
ناوک شیمی پخش - در سخنرانی انتقادی خود نسبت به
اتحادیه اقتصادی اوراسیا بیان داشت: تمام واسطه‌های
فعال در بازار روسیه به تجار ایرانی، تولیدکنندگان و
کشاورزان، فکس‌های متعددی ارسال می‌کنند که در
ازای پرداخت مبالغی بابت مشاوره پیرامون پیوستن
به توافق‌نامه اوراسیا، تمام مشکلات حل خواهد شد
و عملاً اخذی می‌کنند و مسئول این اخذی کسانی
هستند که به دلیل اقتصاد سیاسی نمی‌خواهند بپذیرند
تجارت آزاد در دنیا حرف اول را می‌زند و هنوز تبعات
ناشی از تحریم را قبول ندارند!

وی ادامه داد: چرا در هیچ‌یک از سخنرانی‌ها و
مطالب مربوط به اتحادیه اوراسیا اعلام نمی‌شود
که زیرساخت لازم برای پیوستن به این اتحادیه را
نداریم؟! آیا می‌دانیم ۵۸ درصد محصولات صادراتی
قرقیزستان، در واقع از چین وارد می‌شوند؟! گروهی از
تجار این کشور جهت مذاکره و همکاری به مجموعه
ما مراجعه و اعلام کردند کالاهای چینی در قالب این
توافق‌نامه از طریق قرقیزستان با قیمت بسیار نازل
وارد بازار ایران می‌شود.

دکتر رهایی ضمن گلایه از این موضوع که پوشاک در
فهرست اقلام صادراتی ایران به اوراسیا ندارد، گفت:
در ۵۰۲ اقلام ترجیحی فقط ۱۶ کد تعرفه در سال ۹۷
مقصد صادرات ایران بوده است و مابقی حالت دکور
دارند! چون فضای کسب و کار تولیدکننده داخلی به
شدت آشفته است، زیرساخت حمل و نقل مناسب
وجود ندارد؛ چگونه و از طریق کدام زیرساخت حمل
و نقلی می‌توان میوه و سبزیجات به روسیه - که در
اغلب فصول سال، سرد و یخ‌زده است - صادر کنیم؟!

اثرگذاری نخواهد بود:

۱- تسریع در ایجاد دو کانال الکترونیک بین گمرک و
اتاق ایران با کشورهای عضو. این کانال می‌تواند تنها
راه و ابزار راست‌آزمایی و تأیید ارزش گمرکی کالا
برای کشورهای عضو باشد.

۲- تشکیل کارگروه مشترک و معرفی به ریاست
اتحادیه گمرکی اوراسیا، بررسی روند پیشرفت این
عضویت و اخذ نظرات و پیشنهادات کارگروه تجارت
کالا

۳- تشکیل کارگروه تجارت کالا با مشارکت
جدی اعضای ثابت و مشخص غیر شناور با هدف
جمع‌آوری اطلاعات تجاری و بررسی پیشنهادات و
موانع و انعکاس به کارگروه مشترک

۴- تسریع در تعیین و واقعی کردن ارزش گمرکی کالا
در مبادی خروجی کشورمان و ورودی کشورهای
عضو

۵- توجه سازمان پایانه کشور (وزارت راه و شهرسازی،
سازمان بندر) به اصلاح رفتار سازمانی خود را در امور
گذر ترانزیت، ساماندهای و توسعه پایانه خروجی مرز
زمینی به کشورهای عضو، توسعه ناوگان دریایی
در کاسپین و تسریع در تکمیل زیرساخت ریلی به
کلسپین

*** موافقت‌نامه تجارت ترجیحی ایران و اتحادیه
اوراسیا ضمانت اجرایی ندارد!**

پس از یک استراحت کوتاه، بخش دوم سمینار
«موافقت‌نامه تجارت ترجیحی ایران و اتحادیه
اوراسیا: فرصت‌ها و چالش‌ها» با ارائه توضیحات
تخصصی دکتر مجتبی شیشه‌چی‌ها - مدیرکل دفتر
ارزش گمرک ایران - در مورد تعیین ارزش کالا، حقوق
ورودی کالاهای مختلف در گمرکات کشور، بازبینی

* حمایت دولت از راه‌اندازی طرح شبکه موبرگی
عمده‌فروشی کالاهای ایرانی و غرفه زنجیره‌ای
صنایع دستی و هنری، کفش، کیف و فرش در مراکز
استان‌های مختلف روسیه که طرح آن قبلاً تهیه و
ارائه گردید و همچنین راه‌اندازی شبکه مجازی و
نمایشگاه و فروشگاه اینترنتی در روسیه، باید برای
عملیاتی کردن این طرح جدی بود و با حمایت
بی‌هزینه دولت و کمیسیون مشترک ایران - روسیه
عملیاتی شود. این طرح تنها راه افزایش و توسعه
صادرات به روسیه و کشورهای عضو اوراسیا است.

* تسریع در واقعی کردن ارزش گمرکی کالاهای
صادراتی، ایجاد هماهنگی در زمینه انطباق استاندارد و
راه‌اندازی کانال‌های الکترونیک گمرک و اتاق ایران
با گمرکات کشورهای عضو

* حمایت کمیسیون مشترک جهت ساماندهی
و تقویت ناوگان کامیون و کانتینرهای یخچالی،
پیشنهاد سرمایه‌گذاری به طرف روسی جهت راه
اندازی ناوگان دریایی در خزر

* طرح در ستاد اقتصاد مقاومتی کشور: تسریع در
تکمیل پروژه خط ریلی منطقه آزاد چابهار به شبکه
اصلی، خط ریلی رشت به بندر کاسپین منطقه آزاد
انزلی، بازسازی و بهسازی پایانه کامیونی داخل
محوطه گمرک آستارا، ساماندهی وضعیت ظاهری
کارکنان دولتی گمرک و سایر نهادها در گمرکات
خروجی و استفاده از لباس فرم به منظور پاکسازی
دلالتان و واسطه‌های مزاحم در این منطقه تحت
کنترل دستگاه‌های دولتی

دکتر مقیمی در پایان متذکر شد: تا زمانی که اقدامات
زیر انجام نشود، صادرات کشور از مزیت‌های عضویت
موقت در اتحادیه گمرکی اوراسیا بهره مطلوب و

قرارداد ساخته شود؛ به این ترتیب ممکن است مواد اولیه یا واسطه‌ای یک کالا از چین وارد شود اما تغییر شکل اساسی کالا اولاً باید در کشور مبدأ انجام شود و ثانیاً ۴۰ درصد مذکور رعایت شود که البته در موافقت‌نامه اوراسیا این رقم ۵۰ درصد می‌باشد.

دکتر زاهدطلبان در مورد نبود پوشاک در اقلام صادراتی به اوراسیا گفت: فاز نخست موافقت‌نامه‌ها که دامنه شمول آنها محدود و محدود است، از اقلام مورد تمایل طرفین جهت تجارت آغاز می‌شود. ضمن این که نمایندگان تمام دستگاه‌های تولیدی، صادراتی و وارداتی ذی‌ربط هنگام مذاکره حضور دارند که این که تمام اقلام کشاورزی ترجیحی ایران براساس ضوابط وزارت جهاد کشاورزی صورت گرفته است.

وی در مورد نفوذ روسیه در اتحادیه اوراسیا معتقد بود: بی‌تردید، بازبزرگ اصلی این اتحادیه روسیه است و حجم تجارت سایر کشورهای عضو اتحادیه مذکور در مقابل تجارت روسیه، چندان قابل توجه نیست. همه می‌دانیم طی سال‌های اخیر به خصوص دوران تحریم، روسیه به یکی از شرکای استراتژیک ایران تبدیل شده و شاید این مورد باب پسند بسیاری از ما نباشد اما مقامات ارشد کشور این گونه تشخیص داده‌اند که در یارگیری‌های بین‌المللی، ناگزیر به تعامل با روسیه هستیم و چه بهتر که مسائل اقتصادی را پیوسته تعاملات سیاسی نماییم.

کارشناس ارشد توافق‌های تجاری سازمان توسعه تجارت ایران به موضوع الحاق احتمالی اسرائیل به اوراسیا اظهار داشت: ایران عضو اتحادیه اوراسیا نیست و عضویت در آن از مسیر موافقت‌نامه تجاری عبور نمی‌کند. در واقع یک موافقت‌نامه تجاری موقت (سه ساله) بین ایران و پنج کشور عضو اتحادیه اوراسیا منعقد شده که طبق ضوابط مشخص به تجارت بپردازند و اگر پس از سه سال به توافق‌های اساسی دست پیدا نکردیم، منقضی می‌شود.

وی در پایان تأکید کرد: بعدها اگر اسرائیل در فرایند دیگری به عضویت اتحادیه مذکور درآمد، امکان خروج ایران از موافقت‌نامه یا عدم توافق وجود دارد و اصولاً در افق نزدیک اتحادیه اوراسیا، عضویت اسرائیل پیش‌بینی نمی‌شود.



صورت تکلیف ما چه خواهد شد؟ بازرگانی که برنامه فعالیت خود را براساس این توافق‌نامه تنظیم کرده، چه سرنوشتی پیدا خواهد کرد؟ اصولاً وقتی اساس یک توافق‌نامه سیاسی است چرا به آن شکل اقتصادی می‌دهیم؟! باید بخشی از نکات منفی و خطرات این موضوع در جامعه برجسته شوند. به این ترتیب فضا برای ابراز نظرات کارشناسی منتقدان موافقت‌نامه اتحادیه اوراسیا مهیا می‌شود.

به گفته عضو انجمن زنان مدیر کارآفرین، باید صدای واحد منصفی برای هدایت بخش خصوصی به سمت برنامه‌ریزی و تولید در شرایط موجود شکل گیرد.

وی ضمن یادآوری مزیت نسبی کشور در صنعت پوشاک گفت: آیا این صنعت در مذاکرات مربوط به توافق‌نامه تجاری با اوراسیا مدنظر قرار گرفته است؟ دکتر علی زاهدطلبان - عضو هیئت علمی موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی - در پاسخ به بخشی از مطالب دکتر رهایی، ضمن عدم تأیید اخذی از بازرگانان و تولیدکنندگان ایرانی گفت: اخذی با چه هدفی و چه مکانیسمی انجام می‌شود؟!

وی در مورد صادرات چین از طریق قرقیزستان عنوان داشت: بهتر است موافقت‌نامه‌های تجاری با دقت بیشتری خوانده شود زیرا شرط تجارت اعطای ترجیحات برای هر موافقت‌نامه‌ای، احراز تولید آن کالا توسط کشور طرف پیمان است. باید طبق ضوابط موافقت‌نامه برای گمرکات مسجل شود که این کالا، مثلاً تولید قرقیزستان یا قزاقستان است. شرایط احراز مبدأ به این معنا نیست که صد درصد یک کالا باید ایرانی باشد و معمولاً در موافقت‌نامه‌ها، حد نصابی مدنظر قرار می‌گیرد اما طبق توافق‌نامه‌های رایج در دنیا حداقل ۴۰ درصد یک کالا باید در کشور طرف



این عضو انجمن زنان مدیر کارآفرین تصریح کرد: اجازه دهیم صدای مخالفت‌ها و انتقادات نسبت به اتحادیه اوراسیا به گوش مردم برسد. همگان از این توافق‌نامه ابراز خرسندی می‌کنند در حالی که اصلاً توافق‌نامه خوبی نیست و ضمانت اجرایی ندارد!

وی ضمن اشاره به مرز مشترک با ارمنستان ادامه داد: بازرگانان ارمنستانی به ما گفته‌اند جمعیت کشور ما حدود سه میلیون نفر است و منابع مالی چندانی برای خرید کالاهای ایرانی نداریم اما می‌توانید کالاهای خود به مقصد اتحادیه اروپا را به ارمنستان بفرستید و ما به اسم خودمان برایتان صادر خواهیم کرد! امکانات ترانزیتی ما نیز با ارمنستان محدود و هزینه مبادله با چنین کشورهایی به دلیل فقدان نظام مبادله پولی بالاست.

مدیرعامل شرکت ناوک شیمی پخش تصریح کرد: چطور یک دولت سندی را به اصطلاح در بوق و کرنا می‌کند و سازمان توسعه تجارت از آن حمایت همه جانبه به عمل می‌آورد و کارگروه تخصصی تشکیل می‌دهد اما یک‌بار نمی‌پرسد براساس کدام ساختار مالی یا سیستم ترانزیت این کار انجام خواهد شد؟!

وی با اشاره به نفوذ روسیه در اتحادیه اقتصادی اوراسیا گفت: ۸۴ درصد از جمعیت ۱۸۲ میلیون نفری اوراسیا (که به آن افتخار می‌کنیم)، در اختیار روسیه است. روسیه‌ای که فقط ۵ درصد کل تجارت خود را به اوراسیا اختصاص داده چون در واقع اوراسیا، هدف سیاسی روسیه است و بحث جاده ابریشم چینی‌ها مطرح می‌باشد. چرا باید توافق‌نامه‌ای امضا کنیم که اساس آن مسائل سیاسی است نه اقتصادی؟!

دکتر رهایی خاطر نشان کرد: در سایت اتحادیه اقتصادی اوراسیا، اسرائیل به‌عنوان یکی از اولویت‌های عضویت مدنظر قرار گرفته سوال اینجاست در این



بررسی اقتصادی تولید پنبه در ایران

دفتر مطالعات زیربنایی (گروه کشاورزی) مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

چکیده

پنبه یکی از مهم‌ترین گیاهان زراعی در ایران است، اما سطح زیرکشت آن از ۴۰ درصد محصولات صنعتی، به کمتر از ۱۳ درصد رسیده است. از دست رفتن جایگاه این محصول باعث شده تا ایران به یک کشور واردکننده پنبه تبدیل شود. اگرچه عوامل زیادی در کاهش سطح زیرکشت این محصول نقش داشته‌اند، اما مهمترین عامل آن را می‌توان از دست دادن جذابیت اقتصادی این محصول دانست. بالاتر بودن هزینه تولید این محصول نسبت به متوسط جهانی و کشورهای همسایه از یک طرف و کاهش نسبت قیمتی این محصول نسبت به گندم، باعث کمتر شدن سود خالص این محصول شده و در نهایت انگیزه کشاورزان برای قرار دادن این محصول در الگوی کشت از دست رفته است.

همین امر در نهایت میزان خودکفایی این محصول را به ۵۰ درصد کاهش داده است. این عوامل در سال ۱۳۹۷ منجر به صرف ۱۴۲ میلیون دلار برای واردات این محصول شده که معادل ریالی آن بالغ بر ۱۴۵۳ میلیارد تومان است. بنابراین، با توجه به محدودیت‌های ارزی و مشکلات ناشی از تحریم، پیشنهاد می‌شود اولاً، توسعه تحقیقات جهت کاهش مصرف آب و افزایش عملکرد در واحد سطح صورت بگیرد و از طرف دیگر، انگیزه اقتصادی کشاورزی و سودآوری این محصول تقویت شده و همچنین سیاست‌های تعرفه‌ای مناسب در مورد واردات پنبه اتخاذ شود. در همین راستا تکمیل زنجیره ارزش تولید پنبه در استان‌های عمده تولیدکننده و بهبود فناوری صنایع پایین‌دستی نیز راه‌گشا خواهد بود.

مقدمه

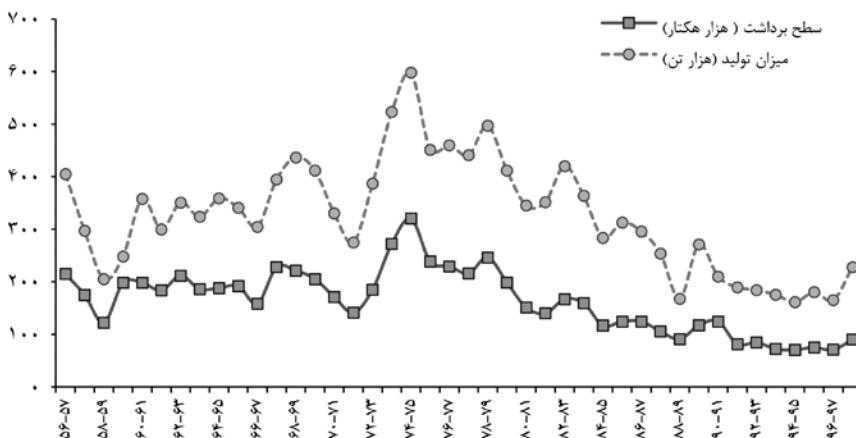
پنبه به‌عنوان یک گیاه صنعتی، در طیف وسیعی از بخش‌های اقتصادی مورد استفاده قرار می‌گیرد و کمتر محصول کشاورزی با این قابلیت را می‌توان پیدا کرد.

این محصول به‌لحاظ ایجاد اشتغال دارای اهمیت فراوانی در هر اقتصادی است؛ به‌طوری که برخی منابع آن را طلالی سفید نامیده‌اند. اهمیت پنبه در اشتغال‌زایی به‌نحوی است که با ایجاد یک نفر شغل در زراعت پنبه می‌توان پنج نفر شغل در صنایع مرتبط با آن ایجاد کرد.

سطح زیرکشت این محصول که در سال‌های میانی دهه هفتاد بالغ بر ۳۲۰ هزار هکتار بوده است، در سال زراعی ۱۳۹۸-۱۳۹۷ به حدود ۹۰ هزار هکتار رسیده است همین امر باعث شده کشور ایران از یک صادرکننده پنبه به یک واردکننده تبدیل شود.

با توجه به این مسائل، وزارت جهاد کشاورزی طرح خودکفایی در تولید پنبه تا سال ۱۴۰۴ را در دستور کار خود قرار داده است. در این گزارش سعی شده با توجه به این مسائل، وزارت جهاد کشاورزی طرح تا متغیرهای اثرگذار بر این سیاست، از جمله تولید، تجارت و قیمت محصول پنبه، شناسایی شده و مورد تحلیل قرار گیرد.

نمودار ۱. مقدار تولید و سطح برداشت و ش پنبه در ایران



مأخذ: آمارنامه وزارت جهاد کشاورزی و دفتر طرح پنبه وزارت جهاد کشاورزی.

درصد)، گلستان (۱۶ درصد) و سایر استان‌ها کشت شده است. میزان سطح زیر کشت دیم این محصول هم در حدود یک درصد بوده است؛ از این رو، این محصول دارای نیاز آبی بالا بوده و کشت دیم آن در کشور تقریباً مقدور نیست؛ چراکه میزان بارش‌ها در اقلیم ایران کفاف تأمین آب مورد نیاز برای یک هکتار از این محصول را نمی‌دهد. نیاز آبی این محصول به‌طور متوسط ۱۵۰۰۰ مترمکعب در هکتار است که ۲/۳ برابر گندم و ۱/۲۵ برابر شلتوک است. همچنین این محصول دارای آب مجازی قابل توجهی است. در جدول ۱ میزان آب مجازی پنبه وش در مقایسه با بعضی از محصولات نشان داده شده است. همانطور که مشاهده می‌شود، میزان آب مجازی این محصول در ایران در مقایسه با کشورهای منتخب و متوسط جهانی بالاتر است.

متوسط رشد عملکرد پنبه در جهان از سال ۱۳۴۰ تا ۱۳۹۶ برابر با ۱/۸۶ درصد در سال بوده است. در همین دوره زمانی، متوسط رشد عملکرد پنبه در ترکیه در حدود ۳/۳۵ درصد در سال گزارش شده است، اما متوسط عملکرد پنبه در ایران در دوره مشابه در حدود ۱/۵۵ درصد بوده است.

در نمودار ۲، روند تغییرات عملکرد پنبه وش برای کشورهای ترکیه، ایران، پاکستان و متوسط جهانی نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، میزان عملکرد پنبه وش تا سال ۲۰۰۹ از متوسط دنیا بیشتر بوده، اما از این سال به بعد میزان عملکرد آن از میانگین جهانی کمتر شده است. در مقایسه با کشور ترکیه، این شرایط به‌مراتب بدتر بوده است. در حالی که میانگین عملکرد پنبه وش در ایران و ترکیه در سال ۱۹۶۰ تقریباً با هم برابر بوده، اما امروزه این شکاف عملکرد به بیش از ۱۱۴ درصد رسیده است. از این رو عدم ارتقای بهره‌وری این محصول نیز یکی دیگر از عواملی است که منجر به از دست رفتن جایگاه این محصول در کشور شده است.

تولید برمی‌نای مزیت نسبی یکی از روش‌هایی است که می‌توان جایگاه تولیدی هر محصول را در مقایسه با سایر مناطق دنیا تعیین کرد.

جدول ۱. متوسط آب مجازی برخی از محصولات منتخب در کشورهای جهان (لیتر/کیلوگرم)

محصول/کشور	استرالیا	برزیل	چین	هند	ایران	پاکستان	آمریکا	متوسط جهانی
گندم	۱۵۸۸	۱۶۱۶	۶۹۰	۱۶۵۴	۲۹۲۵	۳۲۸۶	۸۴۹	۱۳۳۴
جو	۱۴۲۵	۱۳۷۳	۸۴۸	۱۹۶۶	۲۹۷۹	۶۷۱۶	۷۰۲	۱۳۸۸
پنبه وش	۱۸۸۷	۲۷۷۷	۱۴۱۹	۸۲۶۴	۴۳۶۳	۴۵۹۰	۲۵۳۵	۳۶۴۴
برنج پوست‌کنده	۱۳۲۷	۴۰۰۳	۱۷۱۶	۳۷۰۲	۴۱۹۱	۵۲۷۲	۱۶۵۶	۲۹۷۵
سویا	۲۱۰۶	۱۰۷۶	۲۶۱۷	۴۱۲۴	۵۱۹۵	۵۵۸۷	۱۸۶۹	۱۷۸۹

مأخذ: احسانی و همکاران، ۱۳۸۷.

تولید

و مکزیک با ۱ میلیون تن، ۱۰ کشور بزرگ تولیدکننده این محصول به‌شمار می‌روند. در ایران نیز، سطح زیر کشت پنبه از حدود چهار درصد از سطح زیر کشت کل نباتات صنعتی در چهار دهه گذشته به حدود ۱۳ درصد در سال ۱۳۹۶ رسیده است. از طرف دیگر این سهم برای کلزا، نیشکر و سویا در همین دوره افزایشی بوده است.

نمودار ۱ نشان‌دهنده روند تغییرات تولید وش پنبه در ایران در فاصله سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۸ است. همان‌طور که مشخص است، مقدار تولید این محصول در سال ۱۳۷۴ به حدود ۶۰۰ هزار تن نیز رسیده است، اما از این سال به بعد همواره روند نزولی داشته، به‌طوری که در سال ۱۳۹۸ میزان تولید ۲۲۸ هزار تن بوده است.

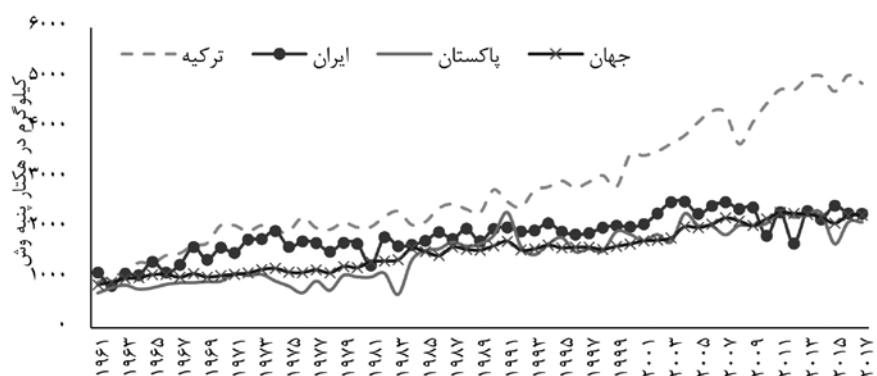
در سال زراعی ۱۳۹۶-۱۳۹۵ میزان سطح زیر کشت پنبه ۷۴۸۵۰ هکتار بوده است که به‌ترتیب در استان‌های خراسان رضوی (۳۰ درصد)، فارس (۲۱)

آنچه از مزرعه برداشت می‌شود وش پنبه است که معادل Seed Cotton است. در ادامه در کارخانه تبدیل به الیاف Lint و پنبه‌دانه Cotton Seed می‌شود. واردات کشور همان الیاف Lint است.

ضریب تبدیل وش پنبه به الیاف ۳۳ درصد در نظر گرفته می‌شود. ۵۵ درصد مابقی نیز تخم پنبه است که ۱۷ درصد نیز قابلیت استحصال روغن را دارد. کنجاله باقیمانده نیز در صنایع پرورش دام و طیور استفاده می‌شود. با توجه به تولید کشور، می‌توان انتظار داشت که در حدود ۱۰ هزار تن روغن از پنبه‌دانه استحصال کرد. البته با قطع یارانه دولت در سال ۱۳۸۱، استحصال روغن از پنبه‌دانه از دستورکار خارج شده است.

در سال ۲۰۱۷ بیش از ۷۴/۳ میلیون تن وش پنبه در جهان تولید شده است که کشورهای هند با ۱۸/۵، چین با ۱۷/۱، آمریکا با ۱۲، پاکستان با ۵/۷، برزیل با ۴/۸، ازبکستان با ۲/۹، ترکیه با ۲/۴۵، استرالیا با ۲/۱۵

نمودار ۲. روند تغییرات عملکرد پنبه وش در ایران، ترکیه، پاکستان و متوسط جهانی



مأخذ: آمارنامه FAO.

جدول ۲. مطالعات در مورد مزیت نسبی تولید پنبه آبی در ایران

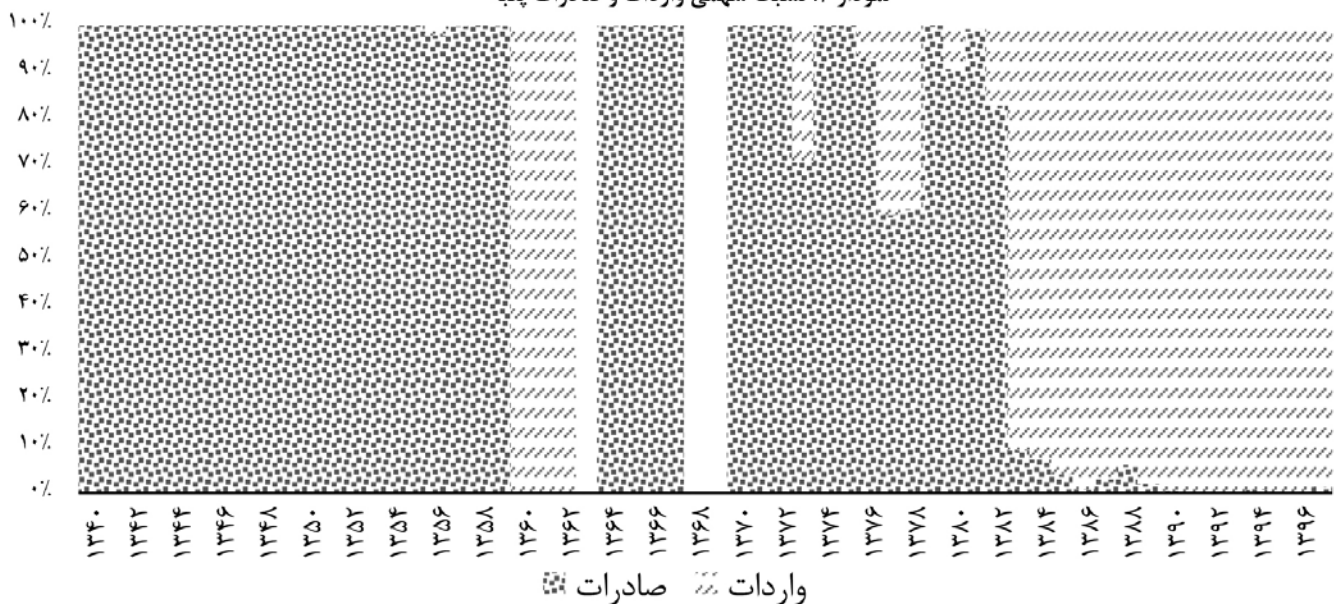
محقق	مطالعه	منطقه	سال بررسی	مزیت نسبی	شاخص DRC
جولایی و همکاران (۱۳۸۴)	برآورد مزیت نسبی محصولات اساسی زراعی و دامی براساس آمار سال ۱۳۸۱	ایران	۱۳۸۱	دارد	۰/۵۳
مؤسسه پژوهش‌های اقتصاد کشاورزی، برنامه‌ریزی و توسعه روستایی (۱۳۸۲)	بررسی مزیت نسبی محصولات زراعی منتخب	ایران	۱۳۸۲	ندارد	۱/۱۴
کرباسی و همکاران (۱۳۸۴)	بررسی مزیت نسبی تولید پنبه آبی در استان گلستان	استان گلستان	۱۳۸۱	دارد	۰/۷۶
طوسی و حفار اردستانی (۱۳۸۸)	بررسی مزیت نسبی محصولات زراعی صنعتی در ایران	ایران	۱۳۸۳	دارد	۰/۵۴
آبیار و عسکری (۱۳۸۸)	تحلیل مزیت نسبی نباتات صنعتی در استان گلستان: مطالعه موردی پنبه، سویا و کلزا	استان گلستان	۱۳۸۵	سربه‌سر	۱
پیران و ناصری اسکویی (۱۳۹۴)	بررسی مزیت نسبی، رقابتی محصولات عمده کشاورزی در استان البرز	استان البرز	ذکر نشده	دارد	۰/۸۸
جولایی و همکاران (۱۳۹۲)	بررسی توان رقابتی و حمایتی تولید پنبه و برنج در استان گلستان	استان گلستان	ذکر نشده	ندارد	۱/۶۱

در ایران محاسبه شده، اشاره شده است: همان‌طور که مشخص است، در بعضی از مطالعات وجود مزیت نسبی و در بعضی دیگر عدم مزیت نسبی نشان داده شده است. از این‌رو، نمی‌توان قضاوت روشنی در مورد داشتن مزیت نسبی تولید این محصول در ایران داشت؛ کما اینکه نحوه تغییرات عملکرد، قیمت‌های جهانی و آبر بودن این محصول می‌تواند نشانه‌ای از عدم وجود مزیت نسبی تولید این محصول در ایران باشد، به طوری که سطح زیر کشت این محصول نیز طی دهه‌های اخیر نصیب محصولات رقیب شده است. از طرف دیگر، کاهش سطح زیر کشت دیم این محصول نیز بسیار چشمگیر بوده است. برای مثال، مقدار سطح زیر کشت دیم پنبه وش در سال زراعی ۱۳۷۵ - ۱۳۷۴ بیش از ۵۳ هزارهکتار بوده که در سال ۱۳۹۶ - ۱۳۹۵ به ۸۷۰ هکتار رسیده است. در کشت آبی نیز تغییرات عمده در استان گلستان اتفاق افتاده است.

در نمودار ۳ سهم استان‌های خراسان رضوی، گلستان، فارس و بقیه کشور در سه مقطع زمانی ۱۳۷۵ - ۱۳۷۴، ۱۳۸۵ - ۱۳۸۴ و ۱۳۹۶ - ۱۳۹۵ نشان داده شده است.

شاخص DRC یکی از معیارهای اندازه‌گیری مزیت نسبی تولید محصول است که اگر کمتر از یک باشد، به معنای داشتن مزیت نسبی در تولید این محصول است. البته یکی از ویژگی‌های محاسبه این شاخص، وابستگی آن به نرخ ارز است. در جدول ۲ به تعدادی از مطالعات که در آنها مزیت نسبی تولید محصول پنبه

نمودار ۴. نسبت سهمی واردات و صادرات پنبه



مأخذ: آمارنامه FAO و گمرک جمهوری اسلامی ایران.

ابتدای این دوره، یک صادرکننده خالص از بیاف پنبه بوده، در دهه‌های اخیر به یک واردکننده خالص تبدیل شده است.

قیمت و سودآوری

ارزش مقدار پنبه وارد شده در سال ۱۳۹۷ با نرخ ارز آزاد برابر با ۱۴۵۳ و با نرخ دلار دولتی (۴۲۰۰ تومانی) معادل با ۵۹۶ میلیارد تومان بوده است. در همین سال ارزش ناخالص وش پنبه داخلی تولید شده در کشور معادل ۹۳۸ میلیارد تومان برآورد شده است. از این رو پایین نگه داشتن نرخ ارز در سال ۱۳۹۷، به زیان تولیدکنندگان داخلی بوده است. اگرچه همین افزایش نرخ ارز منجر به افزایش قیمت فروش داخلی این محصول نیز شده است.

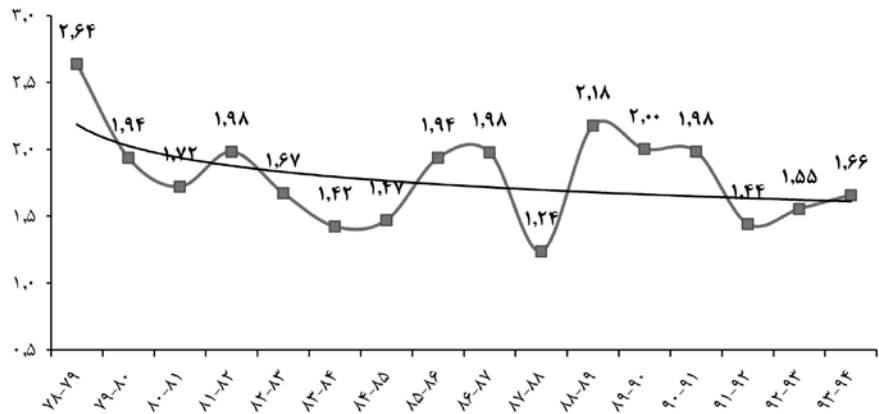
یکی از دلایل کاهش چشمگیر سطح زیر کشت پنبه، از دست رفتن سودآوری این محصول در واحد سطح طی زمان بوده است. برای مثال، نسبت درآمد ناخالص هر هکتار محصول پنبه آبی نسبت به گندم آبی (به‌عنوان یک محصول رقیب و اثرگذار) که در سال ۱۳۷۹ - ۱۳۷۸ برابر با ۲/۶ بوده، در سال ۱۳۹۴ - ۱۳۹۳ به ۱/۷ کاهش یافته است. نمودار ۵ روند زمانی این تغییرات را نشان میدهد. مسلماً این تغییر در سودآوری، انگیزه اقتصادی کشت این محصول را در مقابل محصولات رقیب کاهش داده است.

در نمودار ۶ نیز قیمت فروش رفته هر کیلوگرم گندم و پنبه وش در سر مزرعه و نسبت این دو نشان داده شده است. افزایش قیمت گندم (به‌عنوان راهبردیترین کالای تولیدی در کشور) غالباً منجر به افزایش قیمت سایر محصولات می‌شود. از این رو افزایش قیمت وش پنبه نسبت به قیمت گندم در سال ۱۳۹۷، انگیزه زیادی برای کشت این محصول در سال زراعی ۱۳۹۸ - ۱۳۹۷ ایجاد کرده و باعث افزایش ۲۷ درصدی سطح زیر کشت این محصول شده است.

خودکفایی

نیاز کشور به پنبه در پنج سال اخیر در حدود ۱۲۵ هزار تن بوده که تقریباً نیمی از آن در داخل تأمین شده است. از این رو می‌توان بیان داشت که عمق

نمودار ۵. نسبت درآمد ناخالص هر هکتار پنبه آبی به گندم آبی در متوسط کل کشور



مأخذ: هزینه تولید محصولات کشاورزی، وزارت جهاد کشاورزی.

است. حقوق ورودی برای واردات این محصول در سال ۱۳۹۷ برابر با ۵ درصد تعیین شده است. از این رو می‌توان بیان داشت که سیاست دولت مبتنی بر ایجاد رقابت بین تولیدکننده داخلی و واردات آن بوده است. ترکیه بزرگترین شریک تجاری ایران در واردات محصول پنبه بوده است؛ به طوری که ۳۹ درصد از مقدار وزنی واردات این محصول معادل با ۲۷/۳ هزار تن از این کشور وارد شده است. کشورهای ازبکستان با ۱۱/۸، تاجیکستان با ۱۰/۸، امارات با ۷/۴، چین با ۴/۷، ترکمنستان با ۴/۶ و سایر کشورها با ۲/۵ هزار تن جزو عمده صادرکنندگان این محصول به ایران بوده‌اند.

نمودار ۴ نشان‌دهنده نسبت مقادیر وزنی صادرات و واردات از سال ۱۳۴۰ تا ۱۳۹۷ است. ایران که در

همان‌طور که مشخص است، بیشترین تغییرات در این سال‌ها در استان گلستان اتفاق افتاده و سایر محصولات صنعتی و گندم جایگزین کشت پنبه شده‌اند.

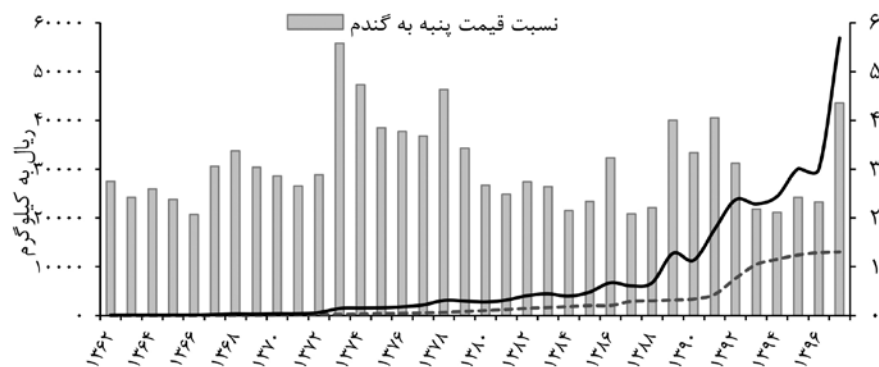
نمودار ۳ - سهم پنبه در استان‌های عمده تولید از سطح زیر کشت محصولات زراعی آبی در سه مقطع زمانی

مأخذ: آمارنامه وزارت جهاد کشاورزی (اعداد روی نمودار سهم پنبه از سطح زیر کشت محصولات زراعی آبی است).

تجارت

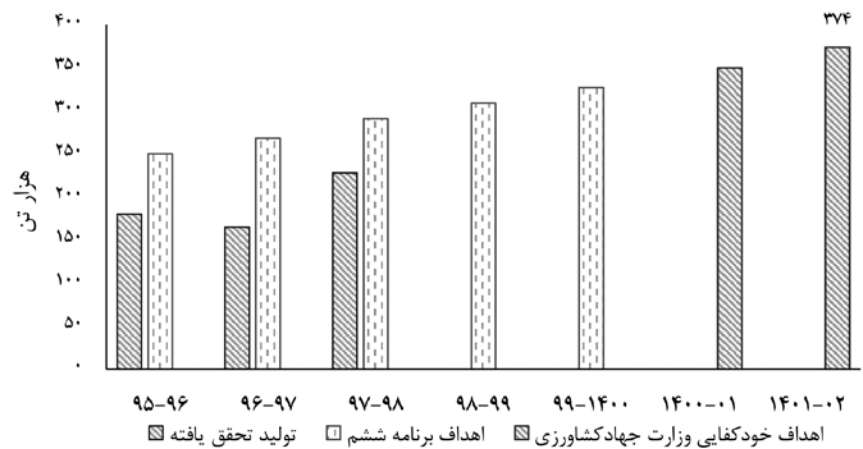
میزان واردات انواع پنبه در سال ۱۳۹۷ برابر با ۷۰ هزار تن و ارزش آن در حدود ۱۴۲ میلیون دلار بوده

نمودار ۶. روند زمانی قیمت گندم، پنبه وش و نسبت قیمتی پنبه به گندم



مأخذ: مرکز آمار ایران.

نمودار ۷. مقادیر تولید پنبه وش در سال‌های برنامه ششم توسعه و هدفگذاری آن برای خودکفایی



مأخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران، قانون برنامه ششم توسعه و محاسبات تحقیق.

دیم در استان گلستان نیز قابل توجه است. کشاورزان این استان در سال ۱۳۷۵ - ۱۳۷۴ بیش از ۱۳۲ هزار هکتار پنبه کشت کرده‌اند که ۳۳ هزار هکتار آن به صورت دیم بوده است، اما سطح زیر کشت آبی این محصول در این استان در سال ۱۳۹۶ - ۱۳۹۵ تنها ۱۱ هزار هکتار آبی و ۷۰۰ هکتار دیم بوده است. بنابراین توصیه می‌شود صنایع پایین دستی و زنجیره ارزش این محصول در این استان و سایر استانهای عمده تولید در دستور کار قرار گیرد، چراکه اقلیم این مناطق از استعداد کافی برای تولید پنبه برخوردار است.

با توجه به موارد فوق، تحقق اهداف برنامه ششم توسعه کشور و دستیابی به خودکفایی پنبه در سال ۱۴۰۴ بلندپروازانه به نظر می‌رسد؛ چرا که «محدودیت زمین‌های زراعی»، «جذابیت قیمتی محصولات رقیب»، «نیاز آبی بالا»، «عملکرد پایین این محصول در هکتار نسبت به متوسط جهانی» و «عدم توسعه زنجیره ارزش این محصول» از جمله عواملی هستند که تأمین پنبه مورد نیاز کشور از محل تولید داخلی را با دشواری‌های فراوان مواجه کرده و خواهد کرد. با توجه به موارد فوق پیشنهاد می‌شود موارد زیر در دستور کار سیاستگذاران قرار گیرد:

۱- بهبود عملکرد پنبه در واحد زمین و به‌زای واحد آب مصرف شده،
 ۲- عدم سرکوب قیمتی این محصول نسبت به محصولات رقیب،
 ۳- کاهش هزینه تمام شده تولید پنبه وش به‌منظور ایجاد جذابیت اقتصادی برای زراعت محصول،
 ۴- اصلاح تعرفه گمرکی واردات پنبه جهت ایجاد شرایط رقابتی برابر برای تولیدکننده داخلی،
 ۵- تکمیل زنجیره ارزش این محصول در استان‌های عمده تولیدکننده مانند خراسان رضوی، فارس و گلستان،
 ۶- بهبود فناوری صنایع پایین دستی مانند کارخانجات پنبه پاک‌کنی و صنایع نساجی.

بیکارچه وجود مزیت نسبی در تولید این محصول را در کشور تأیید نکرده است. همچنین نیاز آبی بالای این محصول در مقایسه با سایر محصولات زراعی یکی دیگر از چالش‌هایی است که زراعت پنبه را در ایران محدود کرده است. متوسط بهبود عملکرد این محصول نیز در مقایسه با متوسط جهانی و کشور ترکیه کمتر بوده است. تبدیل ایران از یک صادرکننده خالص در اواسط دهه هفتاد به یک واردکننده خالص در شرایط کنونی، منجر به وابستگی ۵۰ درصدی کشور به واردات پنبه شده که این امر در سال ۱۳۹۷ باعث خروج ۱۴۲ میلیون دلار از کشور معادل با ۱۴۵۳ میلیارد تومان شده است. اگرچه عدم توسعه مکانیزاسیون کشت پنبه، فرسودگی صنایع وابسته، عدم ارتقای عملکرد و نیاز بالای آبی این محصول در کاهش سطح زیر کشت این محصول نقش داشته‌اند، اما عوامل اقتصادی نیز نقش مهمی در کاهش تولید داشته‌اند؛ برای نمونه، نسبت قیمت پنبه به گندم از ۵/۶ در سال ۱۳۷۳ به ۳/۲ در سال ۱۳۹۶ رسیده است. به تبع این اتفاق، زراعت پنبه جذابیت خود را برای قرار گرفتن در الگوی کشت کشاورز از دست داده است.

از طرف دیگر، حقوق گمرکی ۵ درصد به‌همراه سرکوب نرخ ارز در ادوار مختلف، نقش بسیار زیادی در رونق واردات و رکود تولید در این محصول ایفا کرده‌اند. از طرف دیگر، تغییرات سطح زیر کشت آبی و

خودکفایی در این محصول در حدود ۵۰ درصد است. در قانون برنامه ششم توسعه بر رشد ۷ درصدی تولید پنبه وش تأکید شده است. بر همین مبنا وزارت جهاد کشاورزی پیش‌بینی کرده که تولید در سال ۱۴۰۲ به حدود ۳۷۵ هزار تن برسد که با توجه به آن بتوان ۱۲۵ هزار تن پنبه استحصال و نیاز کشور را از منبع داخلی تأمین کرد. در نمودار ۷ تولید، تحقق یافته (برای سه سال اول برنامه ششم)، تولید برنامه‌ریزی شده و تولید تا سطح خودکفایی وزارت جهاد کشاورزی نشان داده شده است. همان‌طور که مشخص است، شکاف قابل توجهی در سه سال اول برنامه وجود داشته است. از این رو می‌توان بیان داشت که اهداف برنامه محقق نشده است. بنابراین مقادیر محقق شده نشان می‌دهد که رسیدن به تولید ۳۷۵ هزار تن پنبه وش در سال ۱۴۰۲ و یا ۱۴۰۴ نیاز به سرمایه‌گذاری قابل توجه در بهبود عملکرد پنبه دارد.

جمع‌بندی و پیشنهادها
 پنبه یکی از کالاهای مهم کشاورزی در ایران است که کاربرد وسیعی در صنایع پایین دستی داشته و توان اشتغالزایی بالایی در بخش‌های صنعت و خدمات دارد؛ اما قیمت تولیدکننده این محصول در سال ۲۰۱۶ به میزان ۲۸ درصد بیش از متوسط قیمت تولید آن در جهان بوده است. از طرف دیگر تحقیقات صورت گرفته، به صورت

منابع در دفتر مجله موجود است.

نواوری در تولید مواد شیمیایی سبزتر

ترجمه: آزاده موحد

مصرف منابع از پیش استفاده نشده کافی نیست به فکر استفاده از راه حل های پایا افتاده اند. کمپانی ERCA همچنین برنامه هایی برای سال آینده (۲۰۲۰) دارد که کاملا به گسترش محصولات به دست آمده از مواد اولیه بازیافتی که مورد تایید باشند، اختصاص می یابد. بازار مواد شیمیایی پایا در اروپا به خاطر اعمال فشار از سوی دولت، سازمان های غیردولتی و مصرف کنندگان دایما در حال رشد است. افراد و سازمان هایی که در این رشد دخیل هستند عبارتند از تولیدکنندگان مواد شیمیایی، کاربران، نهادهای صدور گواهینامه و برندها. با افزایش تولید تکمیل های شیمیایی پایا، نهادهای تاییدکننده و برندها باید برای به کارگیری محصولات شیمیایی مبتنی بر مواد اولیه بازیافتی با تولیدکنندگان مواد شیمیایی و منسوجات همکاری کنند. بدون شک به کارگیری یک فناوری جدید که منجر به کاهش اثرات زیست محیطی صنایع نساجی می شود، بر کل صنایع مواد شیمیایی مورد استفاده در بخش نساجی نیز تاثیر خواهد گذاشت. ERCA نیز اطمینان دارد که تولیدکنندگان زیادی نیاز به استفاده از راهکارهای پایا را درک خواهند کرد و در نتیجه استفاده از مواد اولیه بازیافتی رواج بیشتری خواهد یافت.

چالش ها

در هر صورت برای افزایش پایایی در بازار مواد شیمیایی موانعی نیز وجود دارد. امروزه یکی از بزرگ ترین چالش ها در مسیر گسترش مدل های پایا همچنان مشکلات مربوط به قیمت نهایی لباس است، برای تولیدکنندگان پوشاک ردی تو وور (لباس هایی که در کارخانه در تعداد انبوه و بر اساس جدول سایندهای تولید می شوند- مترجم) همواره جنگ بر سر قیمت وجود دارد و همواره نیز کسانی که پایین ترین قیمت را ارایه می کنند، برنده هستند که این موضوع در تضاد با منافع پایایی می باشد. در نتیجه در سال های اخیر مبحث پایایی به یک مساله واقعی در صنایع نساجی تبدیل شده است چون نساجی همواره یکی از صنایعی بوده که میزان مصرف منابع از پیش استفاده نشده در آن بالا می باشد. در واقع بقای صنعت نساجی بدون توجه به مساله پایایی با مشکل روبرو خواهد شد.

در حال حاضر بیشتر برندهای مد یک مدل از پایایی و بازیافت را در منسوجات خود به کار گرفته اند. آینده تغییر و تحولات مربوط به پایایی به انتخاب و دستورالعمل های آن ها بستگی دارد. کمپانی ERCA امیدوار است که موفقیت REVECOL راه را برای سایر فعالان صنعت مواد شیمیایی مورد سفاده در نساجی باز کند تا این چالش را بپذیرند.

مساله دیگری که برای کمپانی های تولیدکننده مواد شیمیایی و رنگرها پیش آمده بحران رنگرها در چین است. در مورد روشن کننده های نوری، افزایش چشمگیر قیمت DASDA (دی آمینو استیلین دی سولفونیک اسید) مشکلات زیادی را از نظر قیمت و دسترسی به وجود آورده است. خوشبختانه از آن جایی که زمینه اصلی تجارت کمپانی ERCA، مواد شیمیایی کمکی است و تا حد کمی با رنگرها سر و کار دارد، این بحران تاثیر چندانی بر این کمپانی نداشته است. هر چه عامل پایایی بیشتر به عنوان محرک بازار نساجی عمل می کند، فناوری های جدید مربوط به آن نیز روز به روز بیشتر و بیشتر می شود. بخش های رنگرزی و تکمیل در صنایع نساجی این پتانسیل را دارند تا موقعیت خود را در رابطه با مسایلی همچون آلایندهی و خطرناک بودن بهبود ببخشند.

کمپانی ایتالیایی ERCA نخستین کمپانی تولیدکننده مواد شیمیایی در جهان می باشد که موفق به دریافت گواهی استاندارد بازیافت جهانی (GRS) شده است.

قوانین و آیین نامه های مربوط به مواد شیمیایی در راستای تقاضا و احساس نیاز برای مواد شیمیایی پاک تر روز به روز سختگیرانه تر می شود.

کمپانی ایتالیایی تولیدکننده مواد شیمیایی ERCA به عنوان نخستین کمپانی مواد شیمیایی در جهان موفق شده تا گواهی استاندارد بازیافت جهانی یا همان جی آر اس را دریافت کند. به گفته کمپانی، دریافت این گواهی به علت تولید مواد شیمیایی مورد استفاده در صنایع نساجی از مواد اولیه بازیافتی بوده است و گامی بزرگ به سمت اقتصاد گردشی به شمار می رود.

کمپانی ERCA به این دلیل که مایل است سهمی در کاهش اثرات مخرب فرایندهای نساجی بر محیط زیست داشته باشد، سعی دارد تا با استفاده از فناوری هایش چرخه های تولید خود را سبزتر و رقابت پذیرتر کند. یکی از مهم ترین دستاوردهای آن ها در این رابطه فرایند REACTEVO بوده که چهار سال پیش عرضه شده است. فرایند شستشوی رنگرهای راکتیو این امکان را برای مشتریان فراهم می کند تا زمان فرایند را تا حد زیادی کاهش دهند، میزان مصرف آب را به نصف برسانند و تا ۷۰ درصد در مصرف انرژی صرفه جویی کنند. نتایج مثبتی که با تمرکز بر کارایی و بهینه سازی- کاهش منابع مصرفی- حاصل شده بود، شرکت را تشویق به تلاش بیشتر و جستجو در پی مواد اولیه کمکی به دست آمده از مواد اولیه خام بازیافتی کرد. این اقدام در واقع همان «تکه گمشده» در زنجیره تولید منسوجات بازیافتی می باشد که به شعار کمپانی در دوران توسعه این پروژه مهم تبدیل شده است. امروز رونمایی از خط تولید REVECOL که خط تولید جدید مواد شیمیایی نساجی از روغن های پخت و پز استفاده شده است، گامی در مسیر حرکت به سمت اقتصاد گردشی می باشد. کمپانی پیش از این سیستم REACTEVO را عرضه کرده بود که مربوط به فرایند شستشو است که در آن در مصرف آب و انرژی صرف جویی شده و میزان انتشار گاز دی اکسید کربن کاهش یافته است ضمن این که استفاده از مواد اولیه خام نیز در این فرایند کمتر شده است. اقتصاد گردشی بهتر نیز مدل برای مقابله با چالش های زیست محیطی نظیر گرم شدن کره زمین، آلودگی هوا، زباله، آلودگی دریاها و اقیانوس ها و محافظت از تنوع زیستی می باشد. این دستاورد علی رغم مشکلات شناخته شده ای که در بخش نساجی وجود دارد به خوبی نشان دهنده تمایل کمپانی برای مطابقت با فناوری های جدید و به روز است.

عوامل محرک

مهم ترین دلیل استفاده از مواد اولیه بازیافتی و به کارگیری اقتصاد گردشی در بخش تکمیل و در ابعاد گسترده تر آن یعنی صنایع نساجی، نیاز به پایایی است.

هر ساله ۹۳ میلیارد تن از مواد اولیه خام در اقتصاد جهانی به مصرف می رسد که شامل مواد معدنی، سوخت های فسیلی، فلزات و توده های زیستی می شود. سهم منابع بازیافتی و دوباره استفاده شده از این میان تنها ۹ درصد است. میزان مصرف از سال ۱۹۷۰ تا کنون سه برابر شده و پیش بینی می شود تا سال ۲۰۵۰ دوبرابر هم بشود. بشر برای حفظ این سبک زندگی و این سرعت تولید به یک کره زمین دیگر نیاز دارد.

کمپانی های مختلف با درک این که ادامه دادن رویه ای که پیش گرفته ایم برای کاهش

سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی و دومین نمایشگاه مداکس (مد، لباس و کفش) اصفهان

مباحثی توسط اعضای میز نساجی کشور و شرکت کنندگان در نشست مطرح شد که دبیر محترم انجمن نساجی اصفهان در این جلسه عنوان داشت خدمتگذاری به صنعت نساجی تحت عنوان میز نساجی به این استان محول شد که قرار است مشکلات اقتصادی و بازرگانی این صنعت در آن برطرف شود.

آقای مظفر چلمقانی عنوان داشت: اصفهان بزرگترین قطب نساجی کشور با ۲ هزار و ۳۰۰ واحد نساجی است، خاطر نشان کرد: یکی از محاسن صنعت نساجی این بوده که از حلقه اول پالایشگاه، پتروشیمی، پلی‌اکریل، کارخانه‌های الیاف، نخ و چاپ در اصفهان فعالیت دارند. در کشور حدود هشت هزار واحد نساجی علاوه بر ۶ هزار کارگاه دیگر وجود دارد که دست‌کم ۱۳۰ هزار نفر در این صنعت اشتغال دارند. به همین دلیل خدمتگذاری به صنعت نساجی تحت عنوان میز نساجی به اصفهان محول شده و قرار است در این میز مشکلات اقتصادی و بازرگانی این صنعت برطرف شود.

آقای چلمقانی عنوان داشت: از سال ۹۶ تاکنون حدود ۱۷ جلسه و چهار گروه تخصصی در راستای میز توسعه صنعت نساجی تشکیل شده است. در این نشست مقرر شد بعد از برگزاری نمایشگاه نساجی اصفهان با هماهنگی دبیر انجمن صنایع نساجی کشور جلسه بعدی در تهران تشکیل شود تا مصوبات برای کشور اجرا شود. ضمناً در این جلسه دستورالعمل ۴۱ بندی تدوین شده مورد تحلیل قرار گرفت.

دبیر انجمن صنعت نساجی اصفهان اظهار داشت: خوشبختانه حضور متخصصان صنعت نساجی در نمایشگاه امسال پررنگ بود و از استان‌های تهران، اصفهان، آذربایجان غربی، یزد و مرکزی در این نمایشگاه حضور یافتند.

نساجی به عنوان یک کهن هنر در اصفهان، از روزگاران دور بستری برای آرایه هنرهای بومی این خطه به دنبال آن تحرک اقتصادی بوده است.

سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی از سوم تا ششم دی ماه در محل برگزاری نمایشگاه‌های استان اصفهان برگزار شد. گردش مالی صنعت پوشاک در ایران سالیانه ۱۴ میلیارد دلار برآورد و نیاز سالیانه پوشاک کشور ۵۲۰ هزار تن تخمین زده می‌شود. این صنعت با اشتغال زایی بالا، سرمایه‌بری کم و ارزش

سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی و دومین نمایشگاه مداکس (مد، لباس و کفش) اصفهان با حضور مسئولان کشوری، استانی و شهری و استقبال مطلوب متخصصان و مردم در اصفهان گشایش یافت.

به گزارش روابط عمومی شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان، این دو نمایشگاه طی روزهای سوم تا ششم دی‌ماه امسال در محل برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان واقع در پل شهرستان برپا خواهد بود که بیش از هشت و ۵۰۰ مترمربع فضای نمایشگاهی را به خود اختصاص داده‌اند.

سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی ۵۸ شرکت نساجی را دور هم جمع کرد تا فضایی را فراهم آورده تا شرکت‌های فعال در حوزه‌های صنایع نساجی شامل ریسندگی، بافندگی، بی‌بافت، رنگرزی و چاپ و تکمیل کالاهای نساجی، تولید مواد اولیه، ماشین‌آلات و تجهیزات وابسته، دستگاه‌های ریسندگی و بافندگی، خط تولید و تعمیرات و نگهداری این صنعت کالاها و خدمات خود را به نمایش بگذارند. برندهایی از استان‌های اصفهان، آذربایجان غربی، تهران، مرکزی و یزد در این دوره از نمایشگاه نساجی حضور یافته‌اند.

در کنار این نمایشگاه، دومین نمایشگاه مداکس اصفهان برگزار شده که به نمایش توانایی‌های ۶۳ مشارکت‌کننده از جمله طراحان و تولیدکنندگان پارچه و لباس، ماشین‌آلات دوخت و برش، اکسسوری و تزئینات، استودیوهای عکاسی و صنعتی، آموزشگاه‌ها و مراکز آکادمیک و فروشگاه‌های اینترنتی می‌پردازد. مشارکت‌کنندگانی از استان‌های تهران، اصفهان و گیلان در این نمایشگاه حضور دارند. همچنین فعالان صنعت مد از ترکیه نیز در نمایشگاه مداکس اصفهان حضور دارند.

جامعه متخصصین نساجی ایران در این نمایشگاه حضور یافت و در سالن شیخ بهایی پذیرای مهمانان، متخصصین، صنعتگران، دانشجویان و بازدیدکنندگان محترم بود.

همچنین در روز سوم نمایشگاه مورخ ۵ در ماه ۱۳۹۸ نشستی به میزبانی میز نساجی کشور برگزار شد که آقای دکتر میر جلیلی عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران در این نشست به عنوان نماینده جامعه حضور داشت و



پوشاک کشور و ذکر برنامه های جامعه برای ارائه خدمات به متخصصین و جامعه صنعتی نساجی کشور اعلام داشتیم اعضا جامعه بویژه اعضا هیئت مدیره جامعه می توانند در راستای عملیاتی شدن ۴۱ بند تعریف شده و یا ارائه نظرات سازنده برای شناسایی مشکلات و چالش های حاکم بر صنعت نساجی و پوشاک کشور طرف مشورت اعضا میز نساجی کشور بوده و همکاری لازم را داشته باشند

از طرفی در خواست کردم ایجاد نظم کاری در برنامه نمایشگاهی کشور، تلاش برای تفهیم ضرورت دستیابی به یک آمار واقعی از تعداد واحدهای نساجی کشور و تجهیزات و امکانات موجود، تعامل بیشتر صنعت با جامعه دانشگاهی و متخصصین کشور، ترویج فرهنگ معرفی و استفاده از قابلیت های انجمن ها و تشکلهای فعال در زمینه صنعت نساجی و پوشاک و همچنین انجام مطالعات علمی برای اخذ تصمیمات کلان در راستای مباحث مورد نظر برای تصمیم گیری در میز نساجی کشور و سازمانهای دولتی در اولویت برنامه ها قرار گیرد.

افزوده مناسب می تواند در شرایط تحریم، نقش مؤثری در تولید و اشتغال داشته باشد. در کنار ظرفیت تولید شغل، میزان سرمایه لازم برای راه اندازی این صنعت نسبت به سایر مشاغل کم است. در صنایع مادر مثل نفت و گاز و پتروشیمی، گاهی برای ایجاد هر شغل باید یک میلیون دلار سرمایه گذاری انجام شود اما در صنعت نساجی برای ایجاد یک شغل طبق آخرین آمار تنها نیاز به ۳۵ تا ۴۰ میلیون تومان سرمایه گذاری است.

به گفته کارشناسان، نساجی با نزدیک به یک قرن سابقه در کشورمان، پنج درصد سرمایه گذاری های بخش صنعت را در اختیار دارد و ۱۳ درصد اشتغال واحدهای صنعتی نیز مربوط به این بخش است. بر اساس آمار موجود، متوسط هزینه مورد نیاز به منظور ایجاد اشتغال برای یک نفر در صنعت نساجی نزدیک به ۲۵ درصد از متوسط هزینه ایجاد اشتغال یک نفر در کل صنعت کشور است. در این جلسه اینجانب ضمن اشاره به اهداف شکل گیری جامعه متخصصین نساجی ایران در راستای اعتلای اهداف کمی و کیفی توسعه صنعت نساجی و



کارگروه اشتغال جامعه متخصصین نساجی ایران در خواست های جذب نیروی کار را به شرح زیر اعلام می دارد:

۱. سرپرست برند یا مسئول برند (خانم یا آقا) با حداقل تحصیلات کارشناسی ترجیحاً آشنا به امور فروش و بازاریابی - محل کار تهران - (۵ نفر)
 ۲. بازاریاب با حداقل تحصیلات کارشناسی ترجیحاً آشنا با امور بازاریابی و فروش - محل کار تهران - (۳ نفر)
 ۳. نیروی مجرب فروش در حوزه مواد تعاونی نساجی مسلط به زبان انگلیسی و آفیس و علاقه مند به یادگیری - خانم - محل کار تهران
 ۴. نیروی مجرب فروش و بازرگانی، آشنا به امور کامپیوتری، آفیس، تایپ - دارای مدرک مهندس نساجی در تمامی گرایش ها - خانم - محل کار تهران
 ۵. نیروی مجرب با حداقل سابقه کار ۲-۳ سال علاقه مند به امور تشکلی انجمنی، دارای مدرک مهندسی نساجی در تمامی گرایش ها - خانم یا آقا - محل کار تهران
 ۶. نیروی مجرب جهت رده مدیریت با سابقه کار در حوزه پوشاک، دارای مدرک مهندسی نساجی در تمامی گرایش ها - خانم یا آقا - محل کار تهران
 ۷. نیروی مجرب و آشنا به خطوط تولیدی پوشاک جهت مدیر تولید در کارخانه پوشاک و یک مسئول فنی تعمیر و نگهداری ماشین آلات خط تولید آقا
 ۸. نیروی مجرب جهت امور آزمایشگاه در کارخانه فعال در حوزه بافت، رنگ و تکمیل پارچه گردباف - لیسانس و فوق لیسانس شیمی نساجی - خانم - محل کار ورامین
- از تمامی افراد جویای کار خواهشمند است در صورت تمایل و کسب اطلاعات بیشتر با دبیرخانه جامعه متخصصین نساجی ایران با شماره های ۸۸۷۶۶۴۶۸-۰۲۱ و ۸۸۷۴۶۲۰۷-۰۲۱ تماس حاصل نمایند و مدارک خود شامل مدارک شناسایی، خلاصه رزومه و شماره تماس خود را جهت انجام تشریفات استخدامی ارسال نمایند.



جایگاه خلاقیت در رشد و شکوفایی اقتصاد و صنعت

مهندس سیدمحمد مقدسی - کارشناسی ارشد مهندسی نساجی - رئیس هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران

در اختیار گروه و طبقه خاصی از جامعه قرار بگیرد. دانشگاه کورنل ۱۵ سال است همه ساله بطور مستمر وضعیت خلاقیت را در کشورهای دنیا بررسی می‌کند و ۱۲۹ کشور دنیا را مورد ارزیابی قرار می‌دهد و با شاخص‌های تعیین شده رتبه کشورها را در هر سال تعیین می‌کند.

وضعیت شاخص خلاقیت در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ به شرح زیر است:

در میان ۲۰ کشور اول فهرست کره جنوبی توانسته است رشد داشته و خود را به ۱۰ کشور اول دنیا نزدیک سازد. چین تنها کشور دنیا است که در رده کشورهای در حال توسعه و با سطح درآمد متوسط قرار دارد و در میان ۳۰ کشور برتر دنیا از نظر شاخص خلاقیت جای گرفته است و معرفی شده است. در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ کشور سوئیس به عنوان کشوری که بالاترین شاخص خلاقیت را دارد معرفی شده است. حداکثر شاخص تعریف شده برای خلاقیت ۱۰۰ می‌باشد که کشور سوئیس با داشتن رتبه اول شاخص ۶۸/۴ و ۶۷/۲ در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ دارد که نشان‌دهنده این است که فاصله کشورها به رسیدن به وضعیت ایده‌آل خلاقیت در دنیا قابل توجه است. در جدول دیده می‌شد که آمریکا ابرقدرت جهان رتبه سوم را دارد و به غیر از آن هفت کشور برتر از قاره اروپا هستند و اولین کشور از آسیا سنگاپور با رتبه هشتم دنیا قرار دارد. در جدول مشاهده می‌کنید ۱۷ کشور اول دنیا را در شاخص خلاقیت ۹ کشور در قاره اروپا - ۲ کشور از قاره آمریکا - ۶ کشور از قاره آسیا می‌باشد و قاره‌های دیگر آفریقا و آمریکای لاتین و جنوبی و اقیانوسیه سهمی از آن ندارند. کشورهایی هم در میانه جدول هستند از رتبه ۵۷ تا ۶۹ که کشور ایران در این میان است با رتبه ۶۱ و شاخص ۳۴/۴. البته در سال ۲۰۱۹ نسبت به سال ۲۰۱۸، ۴ رتبه صعود داشته است. نکته جالب اینجاست که در کشورهای میانه جدول از تمامی قاره‌ها کشور وجود دارد.

در انتهای جدول هم از رتبه ۱۲۴ تا ۱۲۹ بجز آخرین کشور یمن تمامی کشورها متعلق به قاره آفریقا می‌باشند. یمن نیز با توجه به شرایط جنگ و بحران‌های زیادی که در این کشور وجود دارد رتبه‌اش قابل پیش‌بینی بوده است. مشکلات ناشی از جنگ و

آفرینندگی یا آفرینشگری یا خلاقیت مهمترین و اساسی ترین قابلیت و توانایی انسان و بنیادی ترین عامل ایجاد ارزش است که در همه ابعاد و جوانب زندگی وی نقش کاملاً حیاتی ایجاد می‌کند. خلاقیت و نوآوری از والاترین ویژگی‌های انسان است. همه علوم، تولیدات، فناوری‌ها، صنایع، ابداعات، اختراعات، هنرها، ادبیات، موسیقی، معماری و به طور کلی اساس انواع تمدن‌ها از ابتدا تاکنون و کلیه دستاوردهای بشری جلوه‌های گوناگون خلاقیت و نوآوری است. تمدن انسانی و زندگی وی بدون خلاقیت امکان پذیر نیست. خلاقیت شامل تولید چیزی است که هم اصیل و هم ارزشمند باشد و نشأت گرفته از فرایندهای خودآگاه و ناخودآگاه انسان می‌باشد. از نظر یک دیدگاه علمی محصولات تفکر خلاق گاهی اوقات به تفکر واگرا ارجاع داده می‌شود. خلاقیت نیاز به حضور همزمان تعدادی از ویژگی‌ها از قبیل هوش، پشتکار، غیرمتمتعرف بودن و توانایی به سبک خاص دارد.

خلاقیت کلید رشد اقتصادی و منفعت هر کشور است. افراد خلاق و پویا می‌توانند با استفاده بهینه از فرصت‌های اقتصادی کشور بالاترین بازده اقتصادی را ایجاد کنند و حتی خود زمینه ساز ایجاد این فرصت‌ها باشند. اما برای داشتن افرادی خلاق، توانمند و کارا در یک جامعه نیاز به شرایط و ابزارهایی است. دانشگاه کورنل و موسسه بازرگانی اینسید در پاریس مطالعه‌ای انجام داده است و تقریباً همه ساله آن را مورد مطالعه قرار می‌دهد. برای تعیین شاخص خلاقیت در کشورها، ۸۰ فاکتور مورد بررسی قرار داده است. از جمله فضای آموزشی - سطح زیر ساخت‌ها - پیچیدگی‌های فضای تجاری - وضعیت فضای سیاسی کشور و ...

سیستم آموزشی کشورها نقش بسزایی در پرورش انسان‌های خلاق دارد. در فضاهایی که کودکان بدون نگرانی از عواقب سوال‌شان بتوانند سوال بپرسند و برای سوال‌های موجود در ذهنشان پاسخ پیدا کنند، خلاقیت با سرعت بیشتری رشد می‌کند.

البته باید اذعان داشت فرهنگ مدرسه روی جامعه حاکم باشد و فرصت‌های مساوی در اختیار تمام ساکنان کشور وجود داشته باشد. انحصاری نباید وجود داشته باشد. فاصله طبقاتی نباید آنقدر باشد که تفاوت‌ها چشمگیر و امکانات در بخش‌های مختلف تنها



بحران سلامتی و انسانی در این کشور سال‌های اخیر بسیاری از مردم را درگیر کرده است و سازمان‌های جهانی در مورد تبعات دراز مدت این بحران‌ها هشدار داده‌اند. سایر کشورهای انتهایی جدول تمامی کشورهای بحران‌زده و جنگ‌زده می‌باشند. در جدول از ردیف ۳۷ تا ۴۶ کشورهای منتخب هستند که برایمان جالب بود بدانیم این کشورهای مطرح در کجای شاخص خلاقیت قرار دارند که می‌بینید استرالیا رتبه ۲۲- ترکیه همسایمان رتبه ۴۹- هند رتبه ۵۲ را دارند. اما کشورمان ایران جایگاه ۶۱ تقریباً مشابه کویت، مقدونیه، مولداوی، صربستان، اروگوئه، آفریقای جنوبی ارمنستان و قطر است. ایران در یک‌سال گذشته جایگاهش رشد داشته است با توجه به اینکه با فشار

اقتصادی ناشی از تحریم‌ها مواجه بوده است و این فشارها روز به روز بیشتر شده است. ایران در میان جدول است و با کشورهای همجوار خود نشان از این دارد که اصلی‌ترین عامل ضعف در این کشورها از ضعف زیر ساختی است. در این کشورها از جمله ایران سرمایه‌گذاری لازم برای توسعه زیر ساخت‌ها انجام نشده است. زیرساخت‌های شهری و اجتماعی نیازمند جذب سرمایه بیشتر است و نیز زیر ساخت‌های آموزشی باید توسعه یابد. ساخت جاده و مدرسه برای شهرهای کوچک و کم جمعیت مساله‌ای است که باید در این کشور مدنظر قرار بگیرد که دانشگاه کورنل و مدرسه بازرگانی اینسیدد دقیقاً بدان پرداخته و اشاره نموده‌اند.

جایگاه کشور های ابتدا، انتها و نیز میانه فهرست شاخص خلاقیت همراه با جایگاه برخی از کشورهای منتخب دنیا

رتبه	شاخص	رتبه	شاخص	نام کشور	رتبه	شاخص	رتبه	شاخص	نام کشور	رتبه	شاخص
۲۰۱۸	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۱۹		۲۰۱۸	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۱۹		۲۰۱۸	۲۰۱۸
۳۵/۱	۵۸	۳۴	۶۳	آفریقای جنوبی	۲۴	۶۸/۴	۱	۶۷/۲	سوئیس	۱	۶۸/۴
۳۲/۸	۶۸	۳۴	۶۴	ارمنستان	۲۵	۶۳/۱	۳	۶۳/۷	سوئد	۲	۶۳/۱
۳۶/۶	۵۱	۳۳/۹	۶۵	قطر	۲۶	۵۹/۸	۶۶	۶۱/۷	آمریکا	۳	۵۹/۸
۳۳/۴	۶۴	۳۳/۸	۶۶	برزیل	۲۷	۶۳/۳	۲	۶۱/۴	هلند	۴	۶۳/۳
۳۳/۸	۶۳	۳۳	۶۷	گامبیا	۲۸	۶۰/۱	۴	۶۱/۳	انگلیس	۵	۶۰/۱
۳۴/۳	۶۱	۳۲/۹	۶۸	عربستان	۲۹	۵۹/۶	۷	۵۹/۸	فنلاند	۶	۵۹/۶
۳۱/۸	۷۱	۳۲/۸	۶۹	پرو	۳۰	۵۸/۴	۸	۵۸/۴	دانمارک	۷	۵۸/۴
۲۰/۷	۱۲۰	۲۰/۴	۱۲۴	زامبیا	۳۱	۵۹/۸	۵	۵۸/۲	سنگاپور	۸	۵۹/۸
۲۰/۷	۱۱۹	۱۹/۵	۱۲۵	گینه	۳۲	۵۸	۹	۵۷/۴	آلمان	۹	۵۸
۱۸/۹	۱۲۵	۱۸/۵	۱۲۶	توگو	۳۳	۵۶/۸	۱۱	۵۶/۶	اسرائیل	۱۰	۵۶/۸
۲۰/۶	۱۲۲	۱۸/۱	۱۲۷	نیجر	۳۴	۵۶/۶	۱۲	۵۶/۱	کره جنوبی	۱۱	۵۶/۶
-	-	۱۷/۶	۱۲۸	برونئی	۳۵	۵۷/۲	۱۰	۵۵/۵	ایرلند	۱۲	۵۷/۲
۱۵	۱۲۶	۱۴/۵	۱۲۹	یمن	۳۶	۵۴/۶	۱۴	۵۴/۸	هنگ کنگ	۱۳	۵۴/۶
۵۲	۲۰	۵۰/۳	۲۲	استرالیا	۳۷	۵۳/۱	۱۷	۵۴/۷	چین	۱۴	۵۳/۱
۴۲/۶	۳۸	۴۲/۲	۳۶	امارات	۳۸	۵۵	۱۳	۵۴/۲	ژاپن	۱۵	۵۵
۳۷/۹	۴۶	۳۷/۶	۴۶	روسیه	۳۹	۵۴/۴	۱۶	۵۳/۹	فرانسه	۱۶	۵۴/۴
۳۵	۵۹	۳۷	۴۸	گرجستان	۴۰	۵۳	۱۸	۵۳/۹	کانادا	۱۷	۵۳
۳۷/۴	۵۰	۳۶/۹	۴۹	ترکیه	۴۱	۳۵/۵	۵۵	۳۵/۷	صربستان	۱۸	۳۵/۵
۳۵/۲	۵۷	۳۶/۶	۵۲	هند	۴۲	۳۷/۶	۴۸	۳۵/۵	مولداوی	۱۹	۳۷/۶
۳۱/۷	۷۲	۳۱/۱	۷۸	بحرین	۴۳	۲۹/۹	۸۴	۳۵/۳	مقدونیه	۲۰	۲۹/۹
۲۹/۸	۸۵	۲۹/۷	۸۵	اندونزی	۴۴	۳۴/۴	۶۰	۳۴/۶	کویت	۲۱	۳۴/۴
۲۸/۲	۹۰	۲۸/۵	۸۸	لبنان	۴۵	۳۳/۴	۶۵	۳۴/۴	ایران	۲۲	۳۳/۴
۲۴/۱	۱۰۹	۲۵/۴	۱۰۵	پاکستان	۴۶	۳۴/۲	۶۲	۳۴/۳	اروگوئه	۲۳	۳۴/۲

تجارت ترجیحی با اوراسیا نیاز به بازنگری دارد؟

مهندس علیرضا حائری - عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران



موافقنامه قرار گرفته است. به عبارت دیگر کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا با استفاده از مزیت‌های توافقنامه ترجیحات تعرفه‌ای، توانسته‌اند ۸۶ درصد از کالاهای خود را با تعرفه‌هایی کمتر از قبل از عقد توافقنامه به کشورمان صادر کنند. سوال اینجاست که چرا باید ۸۰ درصد از اقلام و ارزش صادرات ما به این کشورها، مشمول استفاده از ترجیحات تعرفه‌ای قرار نگیرد؟ آیا زمان تنظیم فهرست ۳۶۰ قلم مربوط به ترجیحات اعطایی به ایران، کالاهایی از قلم افتاده یا دیده نشده است؟ آیا از اقلام صادراتی خود به این ۵ کشور بی‌خبر بوده و اطلاع دقیقی نداشتیم؟ آیا این فهرست نیازمند بازنگری است؟ و آیا اصولاً بازنگری و تصحیح این فهرست امکان‌پذیر است؟ امیدواریم مسئولان تجاری، اقتصادی کشور و همچنین صادرکنندگان کشورمان حداکثر استفاده را از این توافقنامه تجاری به‌عمل آورده و با استفاده از اطلاعات منتشر شده از سوی گمرک ایران، توازن تجاری را هر چه سریع‌تر با این اتحادیه برقرار کرده و از فرصت پیش‌آمده نهایت بهره را برد.

هر چه هست، در اصل موضوع عقد توافقنامه‌های ترجیحات تعرفه‌ای و همچنین توافقنامه‌های تجارت آزاد با کشورهای همسایه و منطقه و همچنین عضویت در اتحادیه‌های تجاری منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای نباید تشکیک و تردید کرد، اما باید دقت کرد تا منافع ملی حفظ شود.

گزارشی از وضعیت مبادلات تجاری ایران با این ۵ کشور را در قالب ترجیحات تعرفه‌ای اعلام کرد. هرچند اظهار نظر روی نتایج حاصل از این توافقنامه در بازه زمانی یک‌ماهه کمی زود به نظر می‌رسد، اما دقت در مبادلات انجام شده و نحوه اجرای آن، می‌تواند در ادامه راه، از انحراف‌های احتمالی این مسیر بکاهد و ما را به هدف خود از پیوستن به اتحادیه اوراسیا نزدیک‌تر کند.

به‌نحوی که پس از گذران ۳ سال دوره آزمایشی این مبادلات تجاری، بتوانیم با موفقیت به پیمان تجارت آزاد با اعضای این اتحادیه ملحق شویم. برپایه اعلام رئیس کل گمرک ایران، در یک ماه مورد بررسی در اجرای ترجیحات تعرفه‌ای با اتحادیه اوراسیا، جمع صادرات ایران به اعضای این اتحادیه افزون بر ۱۳۸ میلیون دلار بوده که حدود ۲۸ میلیون دلار سهم کالاهای مشمول تعرفه ترجیحی می‌شود؛ به‌عبارت‌دیگر، فقط ۲۰ درصد مجموع صادرات کشورمان به اتحادیه اوراسیا شامل استفاده از ترجیحات تعرفه‌ای و منافع حاصل از آن شده است و ۱۱۰ میلیون دلار، معادل ۸۰ درصد از این صادرات همانند قبل و خارج از مزیت‌ها این توافقنامه صادر شده است.

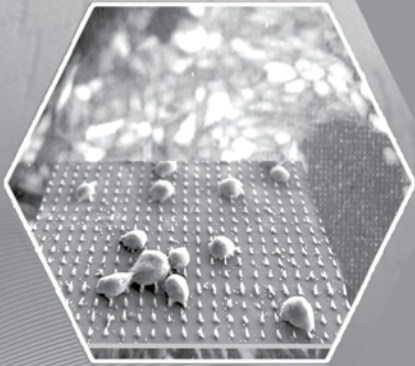
در مقابل از مجموع ۱۹۳ میلیون دلار صادرات کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا به کشور، بیش از ۱۶۶ میلیون دلار، یعنی ۸۶ درصد از این اقلام شامل استفاده از مزیت‌های ترجیحات تعرفه‌ای موضوع این

بدون شک بسط و توسعه مبادلات تجاری با کشورهای منطقه و به‌ویژه همسایگان دارای منافع بی‌شماری برای اقتصاد کشور بوده و نزدیک‌ترین و آسان‌ترین راه برای تامین کالاهای مورد نیاز و همچنین صدور اقلام مازاد و کسب منابع ارزی به‌شمار می‌رود، آن‌هم در شرایطی که اقتصاد کشور با تحریم‌های ناعادلانه روبه‌رو است.

عقد قراردادهای تعرفه ترجیحی دوجانبه با کشورهای منطقه نیز می‌تواند در این راستا تعریف شود. از آن‌جا که مسأله، کشورمان به‌طور آزمایشی و برای یک‌بازه زمانی ۳ ساله به اتحادیه اقتصادی اوراسیا پیوسته و باید در مدت ۳ سال به تجارت آزاد با کشورهای عضو این اتحادیه دست پیدا کند. برپایه این توافقنامه و در این ۳ سال، مبادلات تجاری ایران با ۵ کشور عضو این اتحادیه و برای ۸۶۲ قلم کالا شامل اعمال ترجیحات تعرفه‌ای خواهد بود که ۳۶۰ قلم ترجیحات اعطایی ایران به اتحادیه اوراسیا را دربر گرفته و در مقابل ۵۰۲ قلم کالا هم در فهرست ترجیحات اعطایی کشورهای عضو اتحادیه به ایران در نظر گرفته شده است.

کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا، شامل روسیه، ارمنستان، قزاقستان، قرقیزستان و بلاروس می‌شود و ارزش مبادلات تجاری آنها در سال گذشته میلادی بیش از حدود ۸۷۰ میلیارد دلار بوده است. پس از گذشت به‌طور تقریبی یک ماه از آغاز اجرای توافقنامه ایران با اوراسیا، رئیس کل گمرک ایران،

نسا.امروز



۹۱

تاسیسات
شرکت‌های نسا.امروز

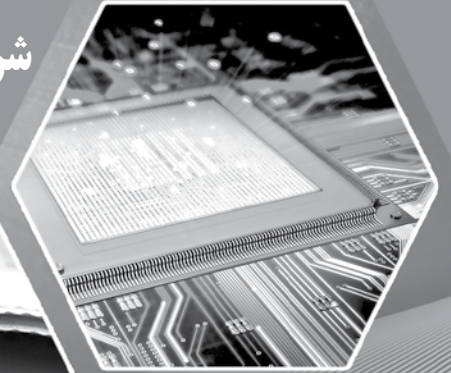


۶۸

وب‌نگار نسا.امروز
www.nassajiemrouz.com
[@nassajiemrouz](https://www.instagram.com/nassajiemrouz)

۸۶

تغییرات
شرکت‌های نسا.امروز





وزیر صنعت، معدن و تجارت در جلسه هم‌اندیشی با فعالان صنایع نساجی و پوشاک کشور اعلام کرد: افزایش ۲۰ درصدی تولیدات صنعت پوشاک در ۹ ماهه امسال

یک فرصت بزرگ برای فعالین صنعت پوشاک و نساجی کشور ایجاد شده است که میتوانند به تثبیت فعالیت خود و بازار کالایی خود بپردازند.

رحمانی تصریح کرد: با توجه به فرارسیدن ایام پایانی سال، یکی از دغدغه‌های جدی بنده تامین مایحتاج عمومی مردم به‌ویژه در مواردی همچون پوشاک است که امیدوارم با پیشنهادات ارائه شده و تدابیر مورد نظر، مردم کمترین دغدغه ممکن را در این خصوص داشته باشند.

وزیر صنعت، معدن و تجارت اضافه کرد: پوشاک و لوازم خانگی از جمله صنایعی که امکان جهش و رشد برای آنها در کشور کاملاً مهیاست و ما می‌توانیم ظرفیت‌های جدیدی از اشتغال‌زایی، صادرات و توسعه را در این بخش فراهم آوریم و حتماً برای حمایت از این صنایع هیچ محدودیتی قائل نخواهیم بود.

رحمانی با اشاره به برخی گلوگاه‌های تامین کالایی کشور و برخی وابستگی‌های موجود به بعضی تجهیزات مورد نیاز صنایع مختلف، گفت: به‌عنوان نمونه امروز چادر مشکی و تامین نیاز بازار از جمله دغدغه‌های ما در این وزارتخانه بوده که خوشبختانه در دستور کار قرار گرفته و امروز شاهدیم که سرمایه‌گذاری بزرگی در این صنعت در حال انجام است. وی ادامه داد: مجموعه‌ای از فرصت‌ها برای توسعه صنعتی کشور به وجود آمده است که حتی با وجود برخی تهدیدات و محدودیت‌ها می‌توانیم گام‌های محکمی برداریم و حداقل کار امروز ما در حوزه نساجی و پوشاک توجه به چرخه تولید و تکمیل زنجیره آن از مرحله تامین پنبه تا مرحله عرضه است.

رحمانی در خصوص مراحل طی شده برای تهیه سند جامع توسعه صنعت نساجی و پوشاک کشور گفت: حتماً بر اساس نظرات افراد ذیربط و ذینفعان این حوزه باید موارد جمع‌بندی و ارائه شود.

وی افزود: در بخش‌های مرتبط با این صنعت که در حوزه وزارت صمت است باید اقدامات بسیار سریع و با جدیت انجام شود و البته در مواردی که خارج از اختیارات این وزارتخانه هستند، مثل بیمه، مالیات و...؛ ما خودمان را به عنوان خدمتگزار و مدافع این بخش می‌دانیم و حتماً موارد را پیگیری می‌کنیم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: ما از معدود وزارتخانه‌هایی هستیم که با بخش خصوصی در پیگیری موارد مختلف و مشکلات اشتراک نظر بسیار بالایی داریم و این طبیعت عملکرد ماست.

رحمانی در خصوص مراحل طی شده در اصلاح قانون مالیات بر ارزش افزوده گفت: در این خصوص نظرات کارشناسی وزارت صمت به مجلس ارائه شده است و حتماً تلاش خواهیم کرد تا منافع تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در این قانون تامین شود. وی افزود: با توجه به ضرورت تکمیل زنجیره تولید صنعت پوشاک افزود: باید اطلاعات شفاف‌تری از میزان تولید در حلقه‌های مختلف این صنعت تهیه شود؛ لذا برای حذف شناسایی حلقه‌های مفقوده، انتظار می‌رود شاهد همکاری بیشتری از سوی بخش خصوصی در این خصوص باشیم.



وزیر صنعت، معدن و تجارت در جلسه هم‌اندیشی با فعالان صنعت پوشاک و نساجی کشور گفت: روند کنونی در کاهش واردات پوشاک و ارتقای موقعیت برندهای داخلی کاملاً امیدوارکننده است و خوشبختانه در ۹ ماهه امسال تولیدات صنعت پوشاک ۲۰ درصد افزایش یافته است.

رضا رحمانی افزود: با توجه به نامگذاری سال و تاکیدات مقام معظم رهبری در خصوص رونق تولید، وزارت صنعت، معدن و تجارت امسال در ۷ محور و ۳۴ برنامه اجرایی و جوه مختلف این مهم را مورد توجه قرار داده که در همین راستا یکی از برنامه‌های ویژه وزارت صمت، توسعه صنعت نساجی و پوشاک بوده است.

به گزارش شاتا، وی ادامه داد: در این جلسه بزرگان این صنعت حضور دارند و ما به دنبال تحقق حداکثری اهداف خود در راستای توسعه صنعت پوشاک و نساجی کشور هستیم و با توجه به گام‌های برداشته شده در سال‌های گذشته، امروز و با توجه به شرایط موجود نیازمند انسجام و همگرایی بیشتری هستیم.

رحمانی تصریح کرد: توان ما در بخش‌های مختلف کم نیست و باور دارم تعبیر مقام معظم رهبری و حضرت امام در خصوص عبارت «ما می‌توانیم» کاملاً انجام شدنی و قابلیت تحقق دارد. وی اضافه کرد: علیرغم همه محدودیت‌ها، خوشبختانه روند تولیدات کشور در انواع اقلام کالایی افزایشی است و طبق آمار علاوه بر صنعت پوشاک در بسیاری از بخش‌ها در ۹ ماه گذشته افزایش تولید داشتیم.

وزیر صنعت خاطر نشان کرد: صنعت پوشاک چه تحریم شود چه نشود، به‌عنوان یک صنعت مزیت‌دار در اشتغال‌زایی با سرمایه‌گذاری پایین که امکان توسعه آن در مناطق مختلف کشور وجود دارد و همچنین سابقه تاریخی و تجربه و دانش موجود در این صنعت در سطح کشورمان و با لحاظ نیاز عمومی مردم به تولیدات آن، دارای اهمیت فراوانی است و حتماً باید مورد حمایت جدی قرار گیرد. رحمانی گفت: این جلسه برای ایجاد همگرایی و جمع‌بندی مسائل این صنعت برگزار شد و ما آمادگی داریم در راستای اقدامات انجام شده، پیشنهادات سازنده هر یک از تولیدکنندگان این حوزه را بررسی و در دستور کار قرار دهیم. وی افزود: در این مقطع تاریخی



حتی اگر از مناطق آزاد نیز باشد حتماً به طور دقیق کنترل شود در غیر این صورت این روند تخلف قانونی است و نیازمند برخورد قانونی است. وی ادامه داد: در ۹ ماهه امسال در صنعت پوشاک و تولیدات آن افزایش ۲۰ درصدی را شاهد بودهایم که همزمان با کاهش واردات نشان دهنده رشد و رونق این صنعت در کشور است.

وزیر صنعت تصریح کرد: روند کنونی در کاهش واردات، افزایش تولید و ارتقای موقعیت برندهای داخلی کاملاً امیدوار کننده است و حتماً این رویه باید تداوم یافته و مورد حمایت قرار گیرد. رحمانی در خصوص تولید پنبه به عنوان یکی از مواد اولیه مورد نیاز صنعت نساجی کشور گفت: برخی از استان‌های ما پیشینه خوبی در تولید پنبه دارند که حتماً باید تقویت شوند و هر کسی بخواهد در این صنعت سرمایه‌گذاری کند ما پشتیبانی می‌کنیم و این دستور مقام معظم رهبری و دولت است. رحمانی خاطر نشان کرد: با اقدامات انجام شده مطمئن باشید که ما می‌توانیم به قطب پوشاک تبدیل شویم چرا که امروزه حتی در برخی اقلام ظرفیت صادراتی به کشورهای شناخته شده صنعت پوشاک نیز فراهم شده است و شاهد این اتفاق نیز هستیم. وی با اشاره به استفاده برخی تولیدکنندگان از عناوین برندهای خارجی در تولیدات خود در سطح عرضه گفت: این موضوع یک مشکل فرهنگی و تاریخی است که حتماً باید از سوی تولیدکنندگان و مصرفکنندگان مورد بازبینی جدی قرار گیرد.

وی تصریح کرد: توان بخش خصوصی و منابع موجود آنها را در جهت سرمایه‌گذاری در صنایع مختلف کشور از جمله همین صنعت پوشاک نباید دست کم بگیریم و باید با شناسایی دقیق بسترهایی که موجب وابستگی صنعتی کشور هستند، برای حذف آنها برنامه‌ریزی بهتری انجام دهیم.

وزیر صمت خاطر نشان کرد در صناعی که احتمال سودآوری دارد بخش خصوصی باید فرصت‌های لازم را برای سرمایه‌گذاری پیدا کند و دولت صرفاً در جاهایی که بخش خصوصی حاضر نیست سرمایه‌گذاری انجام دهد ورود کند. وی با اشاره به برخی مشکلات موجود در برند سازی تولیدات پوشاک کشور، گفت: امروز عموم برندهای معتبر و شناخته شده پوشاک ما در بخش آقایان است و در سایر بخش‌ها ضعف‌هایی داریم که ضرورت دارد به دقت رصد و برای رفع آنها اقدام شود. رحمانی افزود: در کنار برندسازی باید در تولید شان و منزلت مصرفکننده را نیز مورد توجه قرار دهیم و در همین راستا خود تشکل‌ها و اصناف در کنار توجه به سلیقه مشتریان این مهم را نیز باید حتماً لحاظ کنند.

وزیر صمت با اشاره به ضرورت تسریع در تکمیل روند ایجاد کد شناسه کالا در صنعت پوشاک و تولیدات آن گفت: خوشبختانه واردات غیرقانونی در این صنعت کاهش داشته و در یک سال گذشته قاچاق پوشاک از ۲/۲ میلیارد دلار به ۱/۸ میلیارد دلار کاهش یافته است. رحمانی با اشاره به آمار واردات قانونی صنعت پوشاک در سال ۹۷ که با کاهش ۳۱ درصدی مواجه بوده است، اضافه کرد: واردات

فروش چادر مشکی چینی به اسم کره‌ای

تولیدکننده و صادرکننده چادر مشکی در جهان است و اخیراً به دلیل کاهش هزینه‌های تمام شده، بسیاری از کارخانه‌های خود را به ویتنام منتقل کرده است گفت: قیمت هر متر پارچه چادر مشکی در این کشور با توجه به کیفیت، عرض و وزن آن ۱/۲ تا ۵ دلار است. مدیرعامل نساجی حجاب شهر کرد با اشاره به نرخ حمل و هزینه‌های ترخیص که به قیمت چادر مشکی کره‌ای اضافه می‌شود، تصریح کرد: واضح است که اگر قیمت یک متر چادر مشکی کمتر از ۱/۲ دلار تمام شود، یا به صورت قاچاق وارد شده یا از کشور چین. از طرف دیگر به علت حجم واردات غیررسمی، هیچ وقت میزان واقعی واردات این کالا مشخص نبوده است. دانایی هوشیار همچنین قیمت هر متر پارچه چادر مشکی چینی را ۷۵ تا ۹۰ سنت اعلام کرد و گفت: معمولاً این نوع پارچه‌های چینی بعد از چند ماه استفاده، بور و قرمز می‌شود و در قسمت‌هایی از آن که روی زمین کشیده شده نیز سوراخ‌هایی ایجاد می‌شود که ناشی از کیفیت بسیار پایین آنها است؛ چرا که هیچ نظارتی بر ورود این کالا نیست و هیچ ارگان ذی‌صلاحی کیفیت آنها را تایید نمی‌کند. این در حالی است که محصول ایرانی دارای مهر استاندارد تشویقی است. وی در پایان خاطر نشان کرد: تفاوت قیمت واقعی در بازار با آن قیمتی که مردم خرید می‌کنند بستگی به تعداد واسطه‌هایی دارد که بین تاجر تا مصرفکننده وجود دارد؛ به طوری که هر چه به توزیع عمده نزدیک‌تر باشید، می‌توانید با قیمت پایین‌تری کالای خود را تهیه کنید.

به گفته مدیرعامل نساجی حجاب شهر کرد، هیچ‌گونه نظارتی بر کیفیت چادر مشکی وارداتی وجود ندارد؛ به طوری که در موارد زیادی چادر مشکی چینی به نام کالای کره‌ای یا ایرانی فروخته می‌شود. در ماه‌های گذشته بارها این سوال مطرح شده که چرا با وجود اینکه ایران یکی از بزرگترین مصرف‌کنندگان چادر مشکی در جهان است، همچنان برای تامین نیاز خود به واردات متوسل می‌شود؟ طبق گفته فعالان صنعت پوشاک، واردات چادر مشکی سالانه ۷۰ تا ۸۰ میلیون متر مربع است، اما وزارت صنعت، معدن و تجارت اخیراً اعلام کرد که «بازار نشان می‌دهد که نیاز سالانه کشور بیش از ۴۰ میلیون متر پارچه چادر مشکی نیست». با این وجود فقط هشت تا ۱۰ میلیون متر از آن در داخل کشور تامین می‌شود و مابقی عمدتاً از کشورهای چین، کره و ژاپن وارد می‌شود. در این میان به نظر می‌رسد به دلیل نبود نظارت کافی بر واردات، امکان سوء استفاده و فروش چادر مشکی چینی با نام‌های کره‌ای و ژاپنی وجود دارد. در گزارش ایسنا، در این رابطه میرمحمد تقی دانایی هوشیار با بیان اینکه کیفیت و قیمت چادر مشکی چینی بین ۳۰ تا ۴۰ درصد پایینتر از چادر مشکی کره‌ای است، تصریح کرد: در بازار به دلیل عدم شناخت خریداران امکان عرضه چادر مشکی چینی با عناوین کره‌ای یا ایرانی فراوان است؛ به‌ویژه به این دلیل که تولیدکنندگان چینی هیچ نوع تعهدی در درج نام خودشان بر کالاها ندارند، اما تولیدکننده ایرانی موظف به رعایت همه موازین قانونی است. وی با اشاره به اینکه کره جنوبی بزرگترین



گفتگوی ویژه خبری:

کلاف سردرگم صنعت نساجی، از پنبه کاری تا پارچه بافی

پوشاک برای محدود کردن بیش از پیش قاچاق هستیم.

مدیرکل صنایع نساجی وزارت صمت با بیان اینکه بر تأمین مواد اولیه و قیمت‌ها در چرخه تولید پوشاک نظارت داریم، افزود: شناسه‌دار کردن تولیدات پوشاک برای مقابله با قاچاق در حال انجام است و از تولیدکنندگان میخواهیم به این طرح بپیوندند.

محرابی اظهار داشت: کارگروه نخ برای نظارت و مدیریت واردات ایجاد شده است و تعرفه‌های واردات نخ؛ تعرفه‌های خوبی است.

مجتبی صمیمی کارشناس اقتصادی حوزه صنعت و تولید نیز در این برنامه با بیان اینکه واردات در زمان تولید، صنعت داخلی را نابود میکند، گفت: به واردات پنبه نیاز داریم اما روش و مدیریت واردات، مهم است.

وی افزود: اردیبهشت امسال از ازبکستان پنبه با نرخ ۳۴ هزار تومان وارد شد و برخی صنایع نساجی با این قیمت پنبه را تهیه کردند اما با ادامه یافتن واردات پنبه از هند قیمت این محصول به ۲۸ هزار تومان کاهش یافت.

صمیمی گفت: با توجه به اینکه برخی صنایع پنبه را با نرخ ۳۴ هزار تومان خریده بودند قیمت تمام شده نخ برای آنها ۴۰ هزار تومان شد اما برخی دیگر از صنایع نساجی نخ را با قیمت پایین‌تری تولید کردند که این موجب ضرر به برخی صنایع نساجی شد.

وی افزود: از کشور هند نخ وارد می‌کنیم و صنعت نخ کشور را از بین می‌بریم و تولید پوشاک را نیز با واردات پوشاک دچار آسیب میکنیم.

صنعت نساجی ایران به دلیل واردات نخ، پوشاک و پارچه در حال از بین رفتن است. در حالی که پنبه در دنیا محصول راهبردی است اما این محصول اهمیت راهبردی خود را در کشورمان از دست داده است.

صمیمی اضافه کرد: در سال‌های گذشته پنبه ایران به کشورهای اروپایی صادر می‌شد اما اکنون به وارد کننده این محصول از کشورهای هند و ازبکستان تبدیل شده ایم.

ابراهیم هزارجریبی -مجری طرح پنبه وزارت جهاد کشاورزی- گفت: پنبه به‌عنوان یکی از محصولات راهبردی صنعت محسوب می‌شود و در گذشته‌های دور، حجم تولید پنبه بسیار قابل توجه و مطلوب بود اما از دهه ۸۰ به بعد، سیر نزولی تولید پنبه در ایران آغاز شد که عوامل متعددی مانند دشواری کشت پنبه، افت شدید قیمت پنبه داخلی و کاشت محصولات رقیب مانند کشت برنج، صیفیجات و ... در برخی استانها، باعث خروج پنبه از عرصه رقابت و کاهش مزیت‌های کشت آن شد.

وی گفت: در سالهای گذشته موضوع پنبه روی میز تصمیم‌گیران دولت قرار نداشت و به دلیل صرفه اقتصادی واردات، کشت پنبه در حاشیه قرار گرفت اما در حال حاضر با توجه به تعادل نسبی نرخ ارز و دشواری واردات پنبه از سایر کشورها



حسن نیلفروشان زاده، دبیرکل انجمن نساجی ایران گفت: پس از تحولات ارزی اخیر، واحدهای نساجی کشور به دلیل فشارهای ناشی از قاچاق، واردات بی‌رویه پوشاک و مسائل مربوط به قیمت‌گذاری کالا گرفتار شدند.

وی با اشاره به مسائل و مشکلات عدیده واحدهای نساجی در خصوص مشکلات مالیاتی و مالیات بر ارزش افزوده به دلیل اجرای نادرست و ناقص قانون مذکور و معافیت‌های نادرست مالیات بر ارزش افزوده برای برخی اصناف در زنجیره کالای نساجی و همچنین عدم همراهی برخی اصناف و بخش‌هایی از بازار در ارائه کد اقتصادی افزود: سال ۹۱ همین اتفاقات ارزی رخ داد و تبعات آن بیشتر از شش ماه طول نکشید و با وقوع برخی تحولات سیاسی و رفع تحریم‌ها، از سال ۹۲ تا ۹۶ واردات به طور لجام گسیخته انجام شد و گرفتاری‌های بسیاری را برای واحدهای نساجی به وجود آورد.

دبیرکل انجمن صنایع نساجی ایران تأکید کرد: امکان تولید پنبه در سطح متوسط و قابل قبولی در کشور با توجه به شرایط آب و هوایی ایران وجود دارد منتها قیمت تمام شده و کیفیت آن باید با صنایع سازگاری داشته باشد.

خوشبختانه امسال وضعیت کاشت پنبه نسبت به سال‌های گذشته بهتر شده است اما این روند باید تداوم پیدا کند زیرا نیاز واحدهای نساجی به پنبه بالغ بر ۱۵۰ هزار تن است در حالیکه امسال میزان تولید پنبه کشور ۶۵ هزار تن بود و با ایجاد محدودیت در واردات، کارخانه‌های نساجی قادر به ادامه فعالیت نخواهند بود.

مهندس افسانه محرابی در برنامه گفتگوی ویژه خبری با بیان اینکه حدود ۸۰ درصد پوشاک مصرفی کشور در داخل تولید میشود، اظهار داشت: برای ریسندگی الیاف پنبه امسال ۱۲ واحد ساخته می‌شود که تا کنون هشت واحد به بهره‌برداری رسیده است و چهار واحد نیز تا پایان سال به چرخه تولید وارد می‌شود. همچنین امسال به ظرفیت تولید نخهای سیستم پنبه‌ای ۵۰ هزار تن اضافه می‌شود. وی گفت: در دو سال اخیر روند رو به رشد در صنعت نساجی (به دلیل افزایش قیمت ارز و ممنوعیت واردات و حمایت از بخش تولید داشته‌ایم.)

محرابی افزود: امسال ۶۰ هزار تن پنبه در داخل تولید می‌شود در حالی که به ۸۰ هزار تن پنبه نیاز داریم و نمیتوانیم در واردات پنبه ممنوعیت داشته باشیم. در نخ‌های پلی‌استر به واردات نیاز نداریم و در حال تکمیل دستورالعمل واردات



شاهد رونق تولید داخلی پنبه هستیم.

مجری طرح پنبه وزارت جهاد کشاورزی افزود: وزارت جهاد کشاورزی در برنامه اقتصاد مقاومتی، پنبه را در کنار سایر محصولات استراتژیک مانند گندم، روغن و شکر مدنظر قرار دارد. هزارجریبی اذعان داشت: در مقایسه با سال گذشته با افزایش ۴۰ درصدی کشت پنبه روبرو هستیم و امیدوارم حمایت‌های دولت برای افزایش کشت پنبه پایدار و مستمر باشد.

وی با بیان این مطلب که وزارت جهاد کشاورزی دخالتی در حوزه واردات نخ ندارد، به برگزاری جلسه با وزیر صنعت در مورد پنبه اشاره کرد که طی آن ایجاد

چرخه کامل تولید پوشاک در کشور تأکید شده است.

اسدالله پاک سرشت - رئیس هیئت مدیره صندوق پنبه ایران - گفت: دلایل کاهش تولید پنبه کم‌توجهی به قیمت و محصول دهی کم بذر داخلی بوده که البته رو به بهبود است. وی علت وابستگی به پنبه‌های وارداتی (به خصوص طی ۱۵ سال اخیر) را در مواردی مانند کم‌توجهی به قیمت‌گذاری و قدرت محصول دهی پایین بذر داخلی دانست که البته در چند سال اخیر رو به بهبود است.

وی افزود: البته با واردات دو نوع بذر پر تولید خارجی، شاهد افزایش تولید پنبه در هکتار هستیم.

تدوین بانک جامع اطلاعاتی تولیدکنندگان پارچه

نخ و پارچه‌های تولید کارخانه‌های نساجی کشور گفت: برخی از آنان، میزان مصرف پوشاک را ۵۴۰ هزار تن اعلام کردند و در مقابل تولید مواد اولیه واحدهای نساجی را بسیار کمتر از میزان واقعی دانستند در حالیکه طبق طرح پایش انجمن صنایع نساجی ایران، ظرفیت تولید نخ، به آسانی پاسخگوی نیاز تولیدکنندگان پوشاک است. در بخش بافت نیز طبق آمار دارای ظرفیت قابل توجهی هستیم. در بخش گردبافی به اذعان فعالان پوشاک حاضر در جلسه، هیچگونه کمبودی وجود ندارد اما در بخش پارچه‌های تاری- پودی نیازمند واردات (در حد اندک) هستیم. به اعتقاد مهندس نیلفروش‌زاده، در تولید پارچه‌های بسیار خاص و فانتزی (مانند پارچه البسه مجلسی زنانه) نقایصی وجود دارد که باید برنامه‌ریزی‌های دقیق و منطقی در این زمینه تدوین شود اگرچه این قبیل پارچه‌ها از نظر کمی ارقام بالایی را به خود اختصاص نمی‌دهند.

این فعال صنعت نساجی خاطر نشان کرد: به دلیل عدم توانمندی واسطه‌ها و بخش بازرگانی کشور در مباحث فنی و تخصصی، بهتر است واحدهای تولید پوشاک به طور مستقیم با کارخانه‌های نساجی ارتباط برقرار نمایند و امیدوارم با تدوین «بانک جامع اطلاعاتی تولیدکنندگان پارچه» بخش عمده‌ای از دغدغه تولیدکنندگان پوشاک نسبت به تهیه پارچه با قیمت و کیفیت مناسب برطرف شود. دبیر کل انجمن صنایع نساجی ایران اذعان داشت: تنوع مواد اولیه پایه صنایع نساجی بسیار ارتقا پیدا کرده است در حالیکه تا چند سال پیش، نخ آبی‌تی‌وی از خارج کشور وارد می‌شد اما امروز در تولید این نوع نخ به خودکفایی کامل رسیده‌ایم.

مهندس نیلفروش‌زاده اضافه کرد: تمام موارد فوق را به همراه آمارهای مبتنی بر طرح پایش انجمن در جلسه هم‌اندیشی وزیر با فعالان صنعت پوشاک و نساجی مطرح کردم و وزیر خواستار برقراری ارتباطات جدی‌تر میان فعالان صنایع نساجی با تولیدکنندگان پوشاک شد.

به اعتقاد وی، طی چندسال اخیر در بخش بافندگی حجم قابل توجهی ماشین‌آلات مدرن نصب و راه‌اندازی شده است منتها فعالان صنعت پوشاک باید خواستار برقراری ارتباط بیشتر با صنعتگران نساجی باشند تا انگیزه آنان نسبت به ارائه محصولات باکیفیت‌تر و متنوع‌تر به زنجیره بعدی (تولید پوشاک) افزایش پیدا کند.



مهندس حسن نیلفروش‌زاده - دبیر کل انجمن صنایع نساجی ایران - گفت: براساس آمارهای انجمن، تنها ضعف این صنعت عدم ارتباط واحدهای تولید پوشاک با کارخانه‌های بافندگی است که انجمن در قالب برگزاری جلسات مشترک، نهایت تلاش خود را برای ایجاد ارتباط مستمر و سازنده میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان پارچه به عمل می‌آورد.

وی با یادآوری این مطلب که در این جلسه علاوه بر وزیر صنعت، مدیرکل دفتر نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت، نمایندگانی از وزارت جهاد کشاورزی، اتاق بازرگانی ایران، اتاق اصناف، ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، شورای عالی مناطق آزاد کشور، بانک مرکزی، گمرک، اتحادیه‌ها و انجمن‌های استانی و ملی نساجی و پوشاک و تعدادی از تولیدکنندگان مطرح و معتبر نیز حضور داشتند، افزود: وزیر صنعت ضمن ارائه توضیحاتی در مورد برنامه‌های وزارتخانه متبوع خود برای حمایت کامل از صنعت نساجی، آن را به دلیل توان اشتغالزایی بالا، سرمایه‌گذاری‌های چشمگیر بخش خصوصی و حداقل وابستگی به منابع دولتی در زمره صنایع پیشران کشور دانست.

دبیر کل انجمن صنایع نساجی ایران اضافه کرد: خانم مهندس محرابی نیز مطالبی در مورد وضعیت صنعت نساجی، میزان مصرف پوشاک در ایران و جهان و حجم تولید مواد اولیه در ایران ارائه دادند.

وی در مورد گلایه نمایندگان حاضر صنعت پوشاک در این جلسه مبنی بر کمبود



جلسه‌ای با حداکثر تعارض منافع!

اجرای قانون مالیات‌های مستقیم و مالیات بر ارزش افزوده به حوزه اصناف و بازار نیز نزدیکتر شده است. متأسفانه واحدهای صنفی به عناوین مختلف به دنبال فرار از قانونمندی مالیاتی هستند و به خرید کالای خارجی و قاچاق بدون شناسنامه تمایل بیشتری نشان میدهند تا کالای دارای شناسنامه داخلی!

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران ضمن بیان این مطلب که یکی از مشکلات اصلی در بخش ارتباط بین صنعت و صنف همین واقعیت است که صنعت به دلیل ماهیت خود هم از نظر میزان سرمایه‌گذاری هم از نظر میزان اشتغال و هم از نظر میزان قانونمندی و هم به لحاظ حقوقی به هیچ وجه قابل قیاس با واحدهای صنفی و حقیقی نیست؛ متذکر شد: برای مثال همه ساله شاهدید که شرکت‌ها اسناد و مدارک مالی خود را با نهایت دقت و شفافیت به سازمانهای مالیاتی ارائه میدهند و در نهایت هم با بهانه‌گیری‌ها و استناد به بخشنامه‌های خلق‌الساعه جرایم بسیاری را متحمل می‌شوند ولی در مقابل اصناف در نهایت با توافق صنف و صرفاً با تحویل اظهارنامه و بر مبنای پایه مالیات سنوئی مبالغی را به عنوان مالیات پرداخت می‌نمایند که طبق آمارهای ارائه شده توسط سازمان امور مالیاتی، بخش قابل توجهی از درآمدهای مالیاتی از بخش صنعت اخذ می‌گردد.

وی به دستگاه‌های پرداخت مکانیزه فروشگاهی نیز اشاره کرد و گفت: طبق قانون، اصناف باید نسبت به نصب و بهره‌برداری از آن اقدام کنند که باز شاهدیم که به دلایل مختلف این اتفاق نیفتاده است.

این فعال نساجی خاطرنشان کرد: چند سال پیش سازمان امور مالیاتی صنف طاقه‌فروشان و بنکداران پارچه را از پرداخت مالیات ارزش افزوده معاف اعلام کرد که به دلیل انقطاع زنجیره دریافت مالیات بر ارزش افزوده، مشکلات بسیاری برای تولیدکنندگان ایجاد شد و در طرف مقابل بسیاری از واحدها نسبت به تغییر پروانه فعالیت صنفی خود برای بهره‌مندی از شمول معافیت اقدام نمودند. در حال حاضر نیز برخی اصناف - نظیر صنف پوشاک - مدعی هستند ۵۶۰ هزار عضو در صنف پوشاک به فعالیت می‌پردازند ولی سند و مدرکی در این خصوص ارائه نمی‌نمایند در حالی که بررسی اجمالی این رقم را تایید نمی‌کند و معتقدیم این رقم بسیار بزرگتر از تعداد شاغلین صنعت عظیم خودروسازی، نساجی و فولاد است! آیا سازمان امور مالیاتی یا سازمان تامین اجتماعی نیز معادل این ادعا پرونده مالیاتی و بیمه‌ای از این صنف در اختیار دارند؟ ولی وقتی بخش صنعت ادعایی را مطرح می‌کند به لحاظ ماهیت حقوقی و شفافیت قانونی امکان بررسی صحت و سقم آن وجود دارد به عنوان مثال انجمن صنایع نساجی ایران در اوایل سال ۹۸ با همکاری وزارت صنعت و با اسناد معتبری نظیر لیست تامین اجتماعی و قبض برق و بازدید تکنولوژی و تطابق اسناد مشخصی نسبت به ظرفیت سنجی واحدها در تخصیص مواد اولیه پتروشیمی اقدام نمود که اسناد و مدارک آن نیز موجود است لذا انتظار می‌رود که مسئولین و سیاست‌گزاران در ارتباط با مسائل بین صنف و صنعت، بر اساس منطق و استناد به مدارک و مستندات قانونی تصمیم‌گیری نمایند.



مهندس محمدجعفر شهلائی - رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران - اعلام کرد: صنف و صنعت دو گروه با تعاریف و منافع متفاوت و بعضاً متضاد هستند که برگزاری جلسات مشترک با آنان راه به جایی نخواهد برد.

وی در خصوص نشست مشترک فعالین صنایع نساجی و پوشاک با معاونین و مدیران وزارت صنعت معدن و تجارت ابراز داشت: انجمن صنایع نساجی ایران چندین مرتبه در راستای انجام طرح پایش واحدهای نساجی و پوشاک نامه‌هایی به اتحادیه‌های صنفی پوشاک، مبنی بر معرفی تعداد شاغلین و ارائه فهرستی از واحدهای فعال ارسال کرده اما تا امروز هیچ پاسخی به این نامه‌ها داده نشده است؛ با این اوصاف تشکیل نشست مشترک با آنان چه توجیه و منطق مشخصی دارد؟!

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران تصریح کرد: در پایان جلسه با معاون وزیر صنعت به صراحت ابراز داشتیم که صحبت‌هایم کاملاً در تعارض با سخنان فعالان صنفی است؛ زیرا بزرگترین مشکل چنین جلساتی حضور اقشار مختلف دارای منافع متفاوت و بعضاً متضاد می‌باشد. زمانی که در یک جلسه صنعتی با حضور فعالان صنایع ریسندگی، بافندگی و ... نمایندگان اصناف نیز حضور پیدا می‌کنند؛ حرف مشترکی برای انعکاس به وزیر وجود ندارد؛ چرا که بسیاری از اصناف به دلیل ماهیت صنف و کوچک بودن واحدها (اعم از واحدهای تولیدی و یا واحدهای توزیعی و فروشگاهی) و عدم نگهداری دفاتر و اسناد مالی و ناکارآمدی‌های اداری در رسیدگی‌های مالیاتی و اخذ مالیات و یا معافیت‌های قانونی و بخشنامه‌های مشمول پرداخت مالیات بر ارزش افزوده نمی‌باشند و بسیاری دیگر نیز به روش‌های مختلف از پرداخت مالیات بر ارزش افزوده امتناع می‌ورزند که در حال حاضر این موضوع مهمترین عامل ترجیح جنس خارجی به جنس ایرانی است.

وی اذعان داشت: تولیدکنندگان داخلی و (در رأس آنها انجمن صنایع نساجی ایران و سایر تشکلهای نساجی)، سالها درگیر موضوعات متعدد مالیاتی هستند و در فروش محصولات خود به بخش بازار با مشکلات عدیده‌ای از جمله عدم ارائه کد اقتصادی و شناسه ملی و یا عدم تمکین به پرداخت مالیات بر ارزش افزوده در زنجیره تولید تا مصرف مواجه هستند و هزینه‌ها و جرایم سنگینی را متحمل شده‌اند.

به گفته مهندس شهلائی، در حال حاضر با پیشرفت طرح جامع مالیاتی دایره شمول



مترتب قانونی را بطور کامل پرداخت نماید چنین واحدی حتی اگر سفارش تولید نداشته باشد ناگزیر از پرداخت هزینه‌های پرسنلی و جاری کارخانه است پس بین وزن واحد صنعتی و صنفی باید تفاوت ویژه ای قائل شویم.

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران تصریح کرد: در نهایت دولت باید تصمیم بگیرد که رشد و گسترش کارخانه‌های صنعتی (که عملکرد شفاف و مشخصی دارند) به نفع منافع ملی است یا گسترش واحدهای صنعتی.

وی یادآور شد: البته موضوعی که در خصوص اصناف مطرح می‌کنم، خدای ناکرده بحث نفی نقش این اقشار زحمتکش به عنوان بخشی از زنجیره تولید و توزیع نیست و ما نیز بر این باوریم که به هر حال این بخش نیز بخشی از اقتصاد تولید و توزیع کشور را برعهده دارند، لیکن موضوع بر سر این واقعیت است که در چنین جلسات مشترکی، تناسبی بین واحدهای صنعتی و صنعتی برای نشستن دور یک میز و تصمیم‌گیری نیست و لازم است دولتمردان با مستندات کافی و استعلامات معمول اتخاذ تصمیم نمایند.

مهندس شهلائی بیان داشت: تولیدکننده در کشور ما مثل شمع می‌سوزد و کارگران نیز مانند پروانه دور آن می‌گردند اما بعضیها چشمان خود را به روی سوختن شمع مینندند و فقط به سرودن شعر برای شمع اکتفا می‌کنند!

مهندس شهلائی در پایان این گفت‌وگو در پاسخ به تأثیر تحریم صنعت نساجی ایران از سوی آمریکا گفت: آنقدر مشغول دست و پنجه نرم کردن با خود تحریمی هستیم که فرصتی برای ابراز نظر پیرامون تحریم‌های خارجی باقی نماند! ولی مسلماً از عهده تحریم‌های جدید نیز بر خواهیم آمد.

مهندس شهلائی با بیان این مطلب که مسئولان نمی‌توانند صنف و صنعت را در کنار هم قرار دهند؛ گفت: احداث و به بهره‌برداری رساندن یک کارخانه چندین سال به طول می‌انجامد اما صنف در مدت زمان بسیار کوتاه قادر به فعالیت است. تمام فعالیت‌های یک تولیدکننده به طور مرتب توسط مسئولان دولتی رصد می‌شود، اما کارگاه‌های زیرپله‌ای و صنفی، بدون هیچ محدودیت و مشکلی به کار ادامه می‌دهند و برخی از آنان حتی خواسته یا ناخواسته، در فروش کالای قاچاق نیز نقش عمده‌ای ایفا می‌کنند. اگرچه ما معتقدیم که هماهنگی در زنجیره تولید در صنعت نساجی بسیار ضروری و اجتناب‌ناپذیر است و به همین دلیل انجمن صنایع نساجی با جدیت در ایجاد تعامل بین صنایع تولید الیاف، ریسندگی، بافندگی، رنگرزی و چاپ و تکمیل و پوشاک تلاش میکند و هر ماه جلسات متعددی جهت ایجاد هماهنگی بیشتر و حل اختلافات احتمالی بین زنجیره تولید برگزار می‌نماید اما باید توجه داشت میان یک واحد صنعتی تولید پوشاک که به‌طور قانونمند فعالیت می‌کند، پروانه‌ها و مجوزهای لازم را از وزارت صنعت اخذ نموده، سرمایه‌گذاری قابل توجهی انجام داده و لیست بیمه و اسناد مالی و مالیاتی شفاف دارد با یک واحد صنفی زیر پله‌ای، تفاوت و در برخی مواقع تضاد وجود دارد. بسیاری از واحدهای صنعتی تولید خود را به‌صورت کارمزدی انجام می‌دهند و از بسیاری از هزینه‌های مستقیم و سربار تولید به دور هستند در حالی که یک واحد صنعتی باید سرمایه‌گذاری فنی و تکنولوژیکی انجام دهد و هزینه‌های استهلاک و بازسازی و نوسازی را نیز لحاظ نماید و نقدینگی لازم برای جریان مواد اولیه را تأمین کند و هزینه‌های پرسنلی و اداری را نیز تعهد نماید و برخلاف واحد صنفی مالیات عملکرد و مالیات ارزش افزوده و سایر هزینه‌های

مدیرکل دفتر نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صمت مطرح کرد:

وزارت صنعت پیگیر تشکیل کارگروه کفش و رفع مشکلات این صنعت

برای رصد مشکلات و ارتقای کمی و کیفی در وزارت صنعت، معدن و تجارت پیگیری میشود، گفت: چرم طبیعی و مصنوعی از جمله مواد مورد نیاز صنعت کفش است که در این زمینه یارانه تسهیلات در نظر گرفته شده است.

به گزارش خبرگزاری شبستان، مدیرکل دفتر نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صمت با اشاره به معرفی ۷ طرح برای دریافت تسهیلات به بانک گفت: برای بازسازی و نوسازی این صنعت در کل کشور اقدامات لازم در دست انجام است.

وی درباره مالیات بر ارزش افزوده و مشکلاتی که این موضوع به تولیدات کشور وارد کرده است، گفت: مالیات بر ارزش افزوده مشکلات زیادی برای صنایع ایجاد کرده است و آسیبی که در این زمینه بر صنعت پوشاک و کفش وارد شده بیشتر است که این موضوع نیز از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت بررسی می‌شود.

مدیرکل دفتر نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صمت در پایان درباره روند بازپرداخت تسهیلات تولیدکنندگان صنعت کفش گفت: افزایش زمان بازپرداخت تسهیلات تولیدکنندگان صنعت کفش نیاز به همکاری بانک دارد و سعی می‌کنیم بازپرداخت تسهیلات از یک سال به سه سال افزایش یابد.



وی با اشاره به اقدامات وزارت صنعت، معدن و تجارت برای رونق بازار کفش گفت: تأمین مواد اولیه، تشکیل کارگروه کفش برای رصد مشکلات و ارتقای کمی و کیفی در وزارت صنعت، معدن و تجارت پیگیری می‌شود. مهندس افسانه محرابی در گفتگویی ۱۸ و ۳۰ دقیقه شبکه خبر سیما که با موضوع صنعت کفش؛ مشکلات و راهکارها روی آنتن رفت با اشاره به اینکه تأمین مواد اولیه، تشکیل کارگروه کفش



تامین نیاز داخلی صنایع پایین دستی؛ اولویت صنعت پتروشیمی

همین اساس صنایع پایین دستی می‌توانند با تولید محصولات نهایی افزون بر رفع نیاز داخلی در زمینه صادرات نیز نقش‌آفرین باشند. وی تصریح کرد: به دنبال کمک موثر به صنایع پایین دستی هستیم و امید است که با همکاری انجمن‌ها و تشکل‌ها، تولید محصولات متنوع پلیمری و شیمیایی را افزایش دهیم.

محمدی به لزوم عرضه محصولات با کیفیت از سوی مجتمع‌های پتروشیمی به صنایع تکمیلی به‌عنوان یک ضرورت مهم اشاره کرد و گفت: خرید محصول با کیفیت حق مسلم خریداران است.

مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی ادامه داد: در مورد سامانه بهین‌یاب و نیز برخی مشکلات موجود صنایع پایین دستی در بورس کالا برای خرید محصولات موردنیاز خود، پیگیری‌های لازم از سوی دفتر توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی انجام خواهد شد.

وی با بیان این که سال آینده با بهره‌برداری از پتروشیمی هگمتانه تولید PVC مدیکال در کشور آغاز خواهد شد گفت: با توجه به برنامه‌ریزی‌های انجام شده امیدواریم پتروشیمی هگمتانه که تولیدکننده PVC گرید پزشکی مورداستفاده در صنایع پزشکی و دارویی است هرچه زودتر به جمع مجتمع‌های پتروشیمی کشور بپیوندد. در این جلسه آقایان دکتر علیمردان شیبانی و دکتر شاهین کاظمی به نمایندگی از انجمن صنایع نساجی ایران ضمن معرفی صنعت نساجی به عنوان یکی از بزرگترین صنایع مصرف‌کننده محصولات پتروشیمی، به بیان مشکلات مصرف‌کنندگان پلیمرهایی نظیر پلی‌اتیلن ترفتالات (PET) و پلی‌پروپیلن (PP) در حوزه صنایع نساجی پرداختند و به صورت شفاف، چالش‌ها و مشکلات خود را در زمینه‌های مختلف با معاون وزیر نفت و مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی مطرح کردند.



معاون وزیر نفت و مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی گفت: مجتمع‌های پتروشیمی پس از تامین نیاز کامل داخل کشور مجاز به صادرات هستند.

بهزاد محمدی، در جلسه هم‌اندیشی با مدیران تشکل‌ها و انجمن‌های پتروشیمی که با حضور رئیس دفتر توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی برگزار شد با تاکید بر حمایت از صنایع تکمیلی پتروشیمی گفت: همکاری و تعامل میان انجمن‌ها و تشکل‌ها با NPC و نیز هلدینگ‌ها و مجتمع‌های پتروشیمی می‌تواند منجر به تامین پایدار نیازهای صنایع پایین دستی شود.

به گزارش نیپنا، وی با بیان این که تلاش داریم تا چالش‌ها و مشکلات صنایع تکمیلی را به کمترین میزان برسانیم افزود: بررسی و واکاوی چالش‌ها و مشکلات می‌تواند روند تولید در صنایع پایین دستی را بهبود بخشد و مسیر رونق تولید را تسهیل کند.

معاون وزیر نفت و مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی ادامه داد: تکمیل زنجیره ارزش و کاهش خام فروشی یک راهبرد مهم در صنعت پتروشیمی ایران است و بر

راه اندازی شهرک نساجی در اصفهان، باعث ایجاد اشتغالزایی ۱۲۰ هزار نفری می‌شود

او سهم کنونی اشتغال بانوان را در صنعت نساجی و پوشاک این استان را بیش از ۱۷ درصد دانست و گفت: با شروع به کار این شهرک سهم بانوان به ۵۰ درصد افزایش خواهد یافت.

شاه کرمی، نسبت سرمایه‌گذاری در صنعت نساجی استان را پنج درصد و اشتغال در این زمینه را هم ۱۳ درصد بیان کرد و گفت: پرداخت حق بیمه ۲۳ درصدی که در هیچ جای دنیا مرسوم نیست فشار مضاعفی به کارفرمایان این صنعت وارد می‌کند. رییس هیات مدیره انجمن کارفرمایان صنایع نساجی استان اصفهان، بالا بودن نرخ بهره بانکی برای صنایع را از چالش‌های این صنعت دانست و افزود: در هیچ کشوری بهره بالای ۶ درصد برای صنایع در نظر گرفته نمی‌شود درحالی‌که صنایع کشور ما مجبور به پرداخت ۱۵ تا ۲۷ درصد بهره بانکی هستند.

رییس هیات مدیره انجمن کارفرمایان صنایع نساجی استان اصفهان گفت: تاسیس شهرک نساجی، علاوه بر کاهش نرخ بیکاری در ایجاد اشتغالزایی ۱۲۰ هزار نفری همچنین صادرات بیش از پنج میلیارد دلاری تاثیرگذار خواهد بود.

حبیب‌الله شاه کرمی اصفهان گفت: مقدمات راه اندازی شهرک نساجی شامل جانمایی زمین در محدوده بین شاهین شهر و اصفهان فراهم شده و زیرساخت‌های این طرح اقتصادی در دست اقدام است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، شاه کرمی، هدف از راه اندازی این شهرک را ساماندهی چرخه تولید تا توزیع، بهره‌گیری از ظرفیت‌های این صنعت و اشتغالزایی، برندسازی محصولات و پرداختن به صنعت مد اعلام کرد و گفت: تاسیس این شهرک، علاوه بر کاهش نرخ بیکاری در ایجاد اشتغالزایی ۱۲۰ هزار نفری همچنین صادرات بیش از پنج میلیارد دلاری تاثیرگذار خواهد بود.



آمادگی وزارت صنعت، معدن و تجارت برای تامین مالی تولیدکنندگان چادر مشکی

میانگین افزایش تولید کالا در کشور بین هفت تا ۱۳ درصد بوده؛ اما از همه مهمتر آن است که به رغم تهدیدها و تشدید تحریمها، حجم صادرات در سال جاری به ۳۲ میلیارد دلار رسیده است. قائم مقام وزیر صنعت، معدن، تجارت در امور بازرگانی بیان کرد: در بخش معیشت نیز با وجود تحریمها، با برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، در تأمین کالاهای اساسی هیچگونه مشکلی وجود نداشته و دو برابر نیاز کشور ذخیره کالاهای اساسی صورت گرفته است. وی تصریح کرد: کشور ما اکنون در جنگ اقتصادی قرار دارد؛ اما هیچ نقطه از کشور، شباهتی به یک منطقه جنگ‌زده ندارد؛ این در حالی است که تلاش‌ها بر این است که وضعیت تولید و معیشت مردم بهبود یابد. مدرس خیابانی سپس به برنامه‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت پرداخت و گفت: برای حمایت از تولید داخلی، به دستور وزیر صنعت، معدن و تجارت واردات هزار و ۶۰۰ کالا به کشور ممنوع شده است یکی از آنها پوشاک است که به موازات سیاستگذاری برای ممنوعیت واردات، دولت از تولیدکنندگان و فعالان بخش خصوصی تقاضا دارد تا در این بخش سرمایه‌گذاری کرده و تولید را افزایش دهند. وی با بیان اینکه میزان مصرف چادر مشکی در کشور ۸۰ میلیون مترمربع است، عنوان کرد: در حال حاضر در کشور ۱۰ میلیون مترمربع چادر تولید می‌شود که حاضریم برای سرمایه‌گذاران، تسهیلات ویژه قائل شویم. مدرس خیابانی تأکید کرد: ما حاضریم برای سرمایه‌گذاری تولید چادر مشکی در دارالعباده یزد، تسهیلات ویژه از جمله وام تبصره ۱۸ که به منظور حمایت از تولید در نظر گرفته شده، پرداخت کرده و تسهیلات دیگری از جمله معافیت‌های مالیاتی در نظر بگیریم.



قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت برای تامین مالی تولیدکنندگان چادر مشکی از محل تبصره ۱۸ خبر داد و گفت: همچنین این آمادگی وجود دارد که بتوان برای تولیدکنندگان، معافیت مالیاتی برقرار کرد. حسین مدرس خیابانی در دیدار با نماینده ولی فقیه در استان و امام جمعه یزد، گفت: در برنامه‌ریزی‌های تحریمی صورت گرفته بر علیه اقتصاد ایران، دو موضوع اصلی تولید و معیشت مدنظر قرار گرفته است و دشمن تلاش کرده تا با تحت تاثیر قرار دادن این دو موضوع، کاهش تولید و بیکاری جوانان را هدف گرفته؛ در حالیکه هر بار دشمن برای جوانان و تولید و اقتصاد کشور نقشه ریزی می‌کند، این نقشه‌ها با برنامه‌ریزی‌های دقیق و پشتیبانی‌های مردم، نقش بر آب شده است. به گزارش شاتا، وی افزود: آمارهای منتشر شده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت نشان میدهد که در حال حاضر،

تعزیرات با قاچاق پوشاک مبارزه کند

بنیادی و مبنایی بر اساس دستورالعمل و ضوابط قانونی کارها را پیش برد چرا که به دنبال روانسازی کارها هستیم. معاون امنیتی و انتظامی استاندار تهران با اشاره به ضرورت حرکت در مسیر منویات مقام معظم رهبری، مبارزه با قاچاق کالا و ارز را مصداق بارز راهبرد قوی بودن عنوان کرد. حمیدرضا گودرزی در جلسه مبارزه با قاچاق کالا و ارز، گفت: در زمینه شناسنامه دار کردن انبارها باید سازوکار مشخص با برنامه زمانبندی شده پیگیری شود تا بتوان اثرگذاری آن را در زمینه مبارزه با قاچاق کالا و ارز مورد پایش و سنجش قرار دهیم. وی همچنین به ضرورت تامین مواد اولیه برای تولید پوشاک اشاره کرد و افزود: انبار اموال تملیکی در مورد تامین مواد اولیه برای تولیدکنندگان داخلی و مواردی که امکانپذیر است همکاری لازم را به عمل آورد. معاون امنیتی و انتظامی استاندار تهران با اشاره به بیانات مقام معظم رهبری در مورد لزوم قوی بودن، تأکید کرد: امروز حمایت از کالای ایرانی و مبارزه با قاچاق کالا و ارز مصداق بارز راهبرد قوی بودن است و باید در این زمینه همه تلاش کنیم.

استاندار تهران با اشاره به لزوم حمایت از تولیدکنندگان داخلی بر ضرورت حرکت جدی تعزیرات جهت مقابله با پوشاک قاچاق تأکید کرد. انوشیروان محسنی بندپی در جلسه مبارزه با قاچاق کالا و ارز، گفت: در مورد تامین مواد اولیه پوشاک با وجود اینکه سال گذشته کارهای خوبی جهت مقابله با پوشاک قاچاق صورت گرفته، اما اکنون حالت رکود به خود گرفته است و می‌طلبد در آستانه سال جدید تحرک و تحولی در این زمینه ایجاد شود. به گزارش استانداری تهران، وی افزود: باید حمایت عملی و اقدام لازم به منظور حمایت از تولید داخلی و حفظ اشتغال صورت گیرد و کارها به صورت اثربخش دنبال شود. استاندار تهران با اشاره به ضرورت ارتقاء امید و اعتماد در میان تولیدکنندگان، گفت: تعزیرات باید حرکت جدید در این زمینه شروع کند و اگر کار به صورت مبنایی در تهران دنبال شود الگویی برای کل کشور میشود، چراکه توزیع قاچاق در تهران صورت می‌گیرد ضمن اینکه انبار اموال تملیکی نیز در این زمینه باید فعال عمل کند. استاندار تهران با اشاره به اختلاف کارشناسان گمرک و تعزیرات، خاطرنشان کرد: کمیته حقوقی در مورد این اختلاف، نظرات کارشناسی خود را ارائه دهد تا به صورت



از تحریم‌های جدید در بخش نساجی چه می‌دانیم؟



باشد. اما اگر تحریم‌های گسترده‌تری اعمال شده باشد باید منتظر تصمیم شرکت‌ها در رابطه با ادامه یا قطع همکاری با ایران بمانیم.

وی افزود: شرکت‌هایی که با آمریکا رابطه داشته باشند و تأمین کننده مواد اولیه شرکت‌های نساجی این کشور هم باشند، برای ادامه همکاری با ایران محتاطتر خواهند بود و در غیر این صورت می‌توانند به همکاری خود با ایران ادامه دهند.

به گفته نامی اگر شرکت‌ها تصمیم به قطع همکاری با ایران بگیرند، قیمت مواد اولیه تحت تاثیر قرار خواهد گرفت، چرا که تولیدکنندگان ناچار می‌شوند راه‌های غیرمستقیم را برای واردات مواد مورد نیاز خود انتخاب کنند که بر قیمت آنها تاثیر خواهد داشت. وی افزود: در چنین شرایطی مسئولیت بخش حاکمیتی در زمینه توجه به تولید داخلی و جلوگیری از قاچاق کالا بیشتر خواهد شد، چرا که دشواری واردات و افزایش قیمت مواد اولیه و ماشین آلات صنایع نساجی باعث میشود اهمیت جلوگیری از ورود کالا به صورت قاچاق افزایش پیدا کند، چرا که در این صورت رقابت تولیدکنندگان با این کالاها سخت‌تر خواهد شد.

نایب رئیس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران در ادامه درباره تاثیر احتمالی این تحریم‌ها بر صادرات محصولات بخش نساجی، تصریح کرد: با توجه به مشکلات بانکی در حال حاضر صادرات ایران در این بخش مبلغ خیلی زیادی نیست. اما اگر صادرات فرش ماشینی دچار مشکل شود تولیدکنندگان این بخش دچار مشکل خواهند شد. به گفته وی بیشترین صادرات بخش صنایع نساجی مربوط به فرش ماشینی است و صنایع فرش ماشینی به شدت وابسته به صادرات هستند. به طوریکه ۶۰ تا ۷۰ درصد صادرات بخش نساجی معادل سالانه حدود ۵۰۰ میلیون دلار مربوط به فرش ماشینی است. مهندس نامی در پایان با بیان اینکه صادرات فرش ماشینی بیشتر به کشورهای همسایه انجام می‌شود، خاطر نشان کرد که احتمالاً تحریم‌های جدید مشکل جدی در بخش فرش ماشینی ایجاد نمی‌کند اما ممکن است کار را سخت‌تر کند.

بیستم دی ماه وزارت خزانهداری آمریکا اعلام کرد که تحریم‌های جدیدی بر هشت شخص و بخش‌هایی از صنایع ایران از جمله صنعت نساجی اعمال کرده است.

به گزارش ایسنا، مهندس مجید نامی با بیان اینکه هنوز جزئیات تحریم‌های جدید آمریکا در زمینه صنعت نساجی منتشر نشده، اظهار کرد: هنوز با عکس العمل تأمین کنندگان مواد اولیه و ماشین آلات صنعت نساجی ایران در سایر کشورها مواجه نشدیم. وی افزود: با توجه به اینکه در یک سال و نیم گذشته و بعد از شروع تحریم‌ها اکثر بانک‌های دنیا با ایران کار نمی‌کنند، بسیاری از شرکت‌های بزرگ تأمین کننده مواد اولیه و ماشین آلات صنایع نساجی نیز برای کار با ایران دچار مشکل شدند و چون این بحث مربوط به بخش خصوصی سایر کشورها است، بخشی از این شرکت‌های بزرگ تصمیم گرفتند که با ایران همکاری نکنند.

به گفته نایب رئیس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، عدم تحریم صنایع نساجی در سال‌های اخیر باعث شد برخی کشورها به اشکال مختلف مشکلات بانکی را حل کنند و به عنوان تأمین کنندگان اصلی مواد اولیه و ماشین آلات صنایع نساجی به همکاری خود با ایران ادامه دهند.

مهندس نامی با اشاره به اینکه در گذشته تحریم‌های شورای امنیت برخی مواد اولیه صنایع نساجی با استفاده دوگانه در بخش‌های نساجی و نظامی را تحریم کرده بود، تصریح کرد: ممکن است تحریم‌های جدید نیز شامل مواد اولیه با استفاده دوگانه

تبدیل کارخانه ریسباف به مرکز نوآوری

در این خصوص اتخاذ شود.

معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری اصفهان با تاکید بر کارآفرینی به عنوان رکن مهم اقتصاد گفت: با توجه به اینکه ریسباف یکی از بقایای باقیمانده از صنعت نساجی اصفهان است تصمیم گرفتیم این کارخانه را به مرکز نوآوری در شهر تبدیل کنیم تا به رشد کارآفرینی و صنایع خلاق کمک شود.

کارخانه ریسباف دومین کارخانه ریسندگی اصفهان، در سال ۱۳۱۱ با مشارکت جمعی از سرمایه داران در اصفهان راه اندازی شد. این اثر در سال ۱۳۸۱ به ثبت ملی رسید و سالهاست بر سر احیا کاربری آن از تبدیل شدن به موزه بزرگ اصفهان و سایر کاربری‌ها صحبت‌هایی به میان آمده بود.

معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری اصفهان گفت: با توجه به اینکه ریسباف یکی از بقایای باقیمانده از صنعت نساجی اصفهان است تصمیم گرفتیم این کارخانه را به مرکز نوآوری در شهر تبدیل کنیم.

سیدحسین قاضی عسگر معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری اصفهان با اشاره به اینکه کارخانه ریسباف به عنوان میراث ماندگار صنعت و تاریخ اصفهان شناخته می‌شود، اظهار داشت: در جلسه هیأت اجرایی منطقه ویژه علم و فناوری بر احیا مجموعه ریسباف به عنوان کارخانه نوآوری تصمیم گیری شد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، او افزود: مقرر شد که احیای مجموعه ریسباف برای استفاده به عنوان کارخانه نوآوری و سایر کاربری‌ها مطرح و تصمیمات لازم



صنعت نساجی کاشان بیمه می‌شود

رئیس اتاق بازرگانی کاشان تأکید کرد: متولیان این حوزه طی یک سال گذشته تلاش کرده‌اند با ارزیابی دقیق ریسک‌های موجود در فرآیندهای کارخانجات نساجی نسبت به معرفی این محصول اقدام نمایند، برای این کار سبد بیمه‌های در نظر گرفته شد. موضوع مهم است و مربوط به تمام فعالین صنعت است. اتاق بازرگانی از حضور همه بیمه‌ها استقبال می‌کند تا با به میدان بگذارند. شهرک‌ها و کارخانه‌ها و کارگاه‌های صنعتی را تحت پوشش قرار داده و چتر حمایتی خود را به کلیه حوزه‌های صنعت کاشان گسترش دهند. باید صنعتگر به این اطمینان برسد که چنانچه با حادثه یا مشکلی مواجه شد بیمه از او حمایت خواهد کرد. تداوم و پایداری تولید در گرو هم‌افزایی همه قسمت‌های این حوزه است. زنجیره‌های از عوامل در کنار هم قرار گرفته‌اند تا چرخ صنعت می‌چرخد. یکی از این زنجیره‌ها «صنعت بیمه» است.

تولایی افزود: بیمه برای زندگی و کسب و کار ضروری و با اهمیت است. همواره اتاق بازرگانی از همه شرکت‌های بیمه حمایت کرده و مشوق آنان است تا خدمات خود را در کلیه زمینه‌ها به خصوص کسب و کار گسترش دهند. ایده‌ها ما این است که هر مجموعه‌ای که کار می‌کند زیر چتر حمایتی بیمه فعالیت کند. وقتی به متهمان دستگاه قضایی و زندان‌ها نگاه می‌کنیم حداقل بخشی از این گرفتاری‌ها به واسطه عدم پوشش بیمه‌ای فرد متهم یا زندانی در حادثه است. گاهی آنچنان مسائل و مشکلات حاد و بزرگ است که هیچکس قادر به رفع آن نیست. حتی کاری از حاکمیت و دولت بر نمی‌آید. در این صورت بیمه با به میدان گذاشته و از طریق ساز و کار و مکانیزمی که در اختیار دارد مسائل و مشکلات حادثه‌دیده را مرتفع می‌کند.

مدیر بیمه‌های مهندسی و خاص بیمه «سامان» نیز در این همایش گفت: هدف از حضور بیمه «سامان» در این همایش صرفاً معرفی بیمه یا توصیه به خرید بیمه‌نامه نیست. هدف این است که مجموعه صنعت نساجی و فرش ماشینی بیش از پیش با ریسک‌ها و تهدیدهای حوزه صنعت و فرآیندهای تولید خود آشنا شده و آگاهی لازم را کسب کنند. آن موقع انتخاب و تصمیم‌گیری با صنعتگر و صاحب صنایع است. آن موقع باید تصمیم بگیرد که چه کاری انجام دهد؛ ریسک را کم کرده، حذف کند یا آن را به شرکت بیمه انتقال دهد.

محمدرضا آقاچانی تصریح کرد: مدیران و کارشناسان بیمه «سامان» معتقدند قبل از ارائه هرگونه پوشش بیمه‌ای بایستی در جریان کسب و کار بیمه‌گذار قرار بگیرند. وضعیت کسب و کار وی را بررسی و آنالیز کرده و متناسب با آن راه‌حل ارائه نمایند. این کار برای حوزه‌های مختلف صنعت انجام شده و مدل‌های مختلفی استخراج شده است به نحوی که بیمه‌گذار با انتخاب بیمه متناسب با کسب و کار خود بتواند در زمان حادثه خسارت کامل دریافت کند.



رئیس اتاق بازرگانی، صنایع و معادن کاشان در همایش «بیمه جامع ماشین آلات نساجی» که در سالن جلسات اتاق بازرگانی و با حضور صاحبان صنایع در دوم بهمن ماه برگزار شد، گفت: «بیمه جامع ماشین‌آلات نساجی» یکی از محصولات بیمه‌ای که شامل پوشش جامعی است که برای نخستین بار در کشور صنایع نساجی کاشان را تحت پوشش قرار خواهد داد و ضمانت مناسبی برای استمرار چرخ صنعت و تداوم تولید در منطقه و شهرستان‌های کاشان و آران و بیدگل است.

در این همایش که در محل اتاق بازرگانی کاشان برگزار شد، محمود تولایی ضمن تأکید بر اینکه ماشین‌آلات با قیمت فوق‌العاده سنگین چرخ صنعت را به حرکت درآورده است، افزود: گاهی ماشینی که با قیمت ده تا پانزده میلیارد تومان خریداری شده و در حال تولید است با شکستن قطعه‌ای از کار افتاده و متوقف می‌شود. در این صورت نقش بیمه مشخص می‌شود. کارگاه یا کارخانه‌ای که با مشکل مواجه شده است با اتکا به نقش حمایتی بیمه به چرخه تولید باز می‌گردد. رئیس اتاق بازرگانی کاشان یادآور شد: این موضوع سال گذشته در جلسه‌ای مطرح شد. پیشنهاد شد صنعت بیمه تنها به سیل و حریق و حوادث و ساختمان کارخانه‌ها متوقف نشود. به داخل کارخانه‌ها بیاید. فرآیند تولید را مدنظر قرار داده و چرخ صنعت را تحت پوشش قرار دهد.

تولایی افزود: صاحبانظران و متولیان بیمه اعتقاد داشتند چنین بیمه‌ای برای برخی صنایع تحت نام CMI (بیمه جامع ماشین‌آلات) پیش‌بینی شده است ولی در خصوص صنعت نساجی مغفول مانده است. تجربه‌ای در سایر صنایع و مواردی از این دست وجود دارد ولی در صنعت نساجی هیچ شرکت بیمه‌ای با این محصول وارد نشده و اقدام نکرده است. از بیمه‌ها درخواست شد تا حوزه ماشین‌آلات نساجی را نیز تحت پوشش قرار دهند. روی این موضوع کار کارشناسی انجام شد. گلوگاه‌های صنعت نساجی استخراج شد. نرخ بیمه مشخص گردید و پس از یک سال کار کارشناسی و جلسات بحث و بررسی به جمع‌بندی نهایی رسید.



از بروکرسی اداری تا تحریم صنعت نساجی

کاشان با مشکلات مختلفی دست و پنجه نرم می‌کند و شهرک صنعتی راوند کاشان نیز که از قدیمی‌ترین شهرک‌های صنعتی محسوب می‌شود، در گذر زمان مستهلک شده و در زیرساختها دچار مشکلاتی شده است در حالی که یک واحد تولیدی نیز در شهرک صنعتی راوند کاشان تعطیل نیست.

محمود تولایی ضمن اشاره به ارائه برخی راهکارها در راستای کاهش مشکلات واحدهای صنعتی ابراز داشت: برخی محصولات به صورت تخصصی به حوزه نساجی اختصاص دارد اما ایجاد دست اندازهای بی‌خود و بی‌جهت موجب شده است تا مشکلاتی را برای واردکنندگان به وجود آورده و در پیچ و خم ثبت سفارش و بوروکراسی اداری گیر کنند.

وی ضمن اشاره به بروز برخی مشکلات برای واردکنندگان گفت: بروکرسی اداری در استان اصفهان باعث شده است تا مشکلات متعددی را ایجاد کند و برای به ثمر رسیدن پروژه‌های مختلف شرایط سختی ایجاد شود و تحقق این مهم را با سختی‌های فراوانی همراه کند.

تولایی ضمن اشاره به گران بودن هزینه آبرسانی به شهرک صنعتی امیرکبیر و وجود مشکل به واسطه این موضوع برای واحدهای صنعتی تصریح کرد: لازم است تا با تلاش و همکاری واحدهای مسئول مشکل آب شهرک صنعتی امیرکبیر کاشان برطرف شود چراکه رفع این مشکل میتواند زمینه‌ساز رفع دیگر مشکلات در این شهرک صنعتی شود.

در ادامه این نشست حسن قاضی عسگر ضمن اشاره به اقدامات و تصمیمات اتخاذ شده ویژه تولیدکنندگان اظهار داشت: برخی از تصمیمات اتخاذ شده به منظور بهبود فضای کسب و کار از سوی مسئولان در مدتی محدود به مرحله اجرا درآمد و بر همین اساس نامه‌نگاری‌های لازم انجام شده و معاون اول رئیس‌جمهور نیز با انجام مذاکرات با بانک مرکزی اقدامات لازم را انجام می‌دهد. وی ضمن اشاره به پیشرفت کار و انجام روند قانونی آن افزود: با توجه به ایجاد شرایط با برخی کشورها لازم است تا اتاق بازرگانی کاشان، تدابیری اتخاذ کند تا از ظرفیت ایجاد شده به بهترین نحو استفاده کند و برای رفع مشکلات تدابیر جدیدی بیاندیشد.



محمود تولایی در جلسه فعالان اقتصادی منطقه کاشان با معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار اصفهان ضمن اشاره به شناخت وظایف توسط واحدهای مختلف اظهار داشت: با توجه به مشکلاتی که در حوزه تامین قطعات ماشین‌آلات نساجی ایجاد شده بود، مهندسان با تکیه بر توان داخلی و استفاده از ظرفیت‌های موجود توانستند برخی از قطعات مورد نیاز و پرمصرف ماشین‌آلات نساجی را بسازند و برای فعالیت آنان نیز تضمین‌های لازم ارائه و اختصاص پیدا کرد. وی ضمن اشاره به مشکلات ایجاد شده برای برخی از واحدهای تولیدی در کاشان افزود: امکان واردات قطعات ماشین‌آلات نساجی به دلایل مختلف از جمله ایجاد تحریم علیه ایران وجود ندارد و بر همین اساس تولید یک واحد تولیدی به دلیل نبود قطعه تا ۱۰ روز نیز تعطیل بوده است و مشکلاتی را نیز برای واحدهای تولیدی ایجاد کرده است.

رئیس اتاق کاشان ضمن اشاره به مشکلات زیرساختی صنعتی شرکت شهرک‌های صنعتی ابراز داشت: با وجود سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در حدود ۵۰۰ هکتار از شهرک‌های صنعتی در منطقه کاشان هنوز برای اخذ آب و برق با مشکل رو به هستند و بر همین اساس باید در اسرع وقت این مشکلات با همکاری واحدهای مربوطه رفع شود.

به گزارش اتاق کاشان، وی با بیان اینکه شهرک صنعتی امیرکبیر کاشان بزرگترین شهرک صنعتی استان اصفهان محسوب می‌شود، گفت: شهرک صنعتی امیرکبیر

در کمیسیون صنایع و با حضور وزیر صمت مطرح شد:

افزایش ۲۰ درصدی تولید داخل در حوزه پوشاک

به گزارش ایسنا، سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس با بیان اینکه قرار است اعتبارات موردنیاز نوسازی ناوگان حمل و نقل از محل صندوق توسعه ملی تامین شود، گفت: تولید در حوزه‌های خودرو، آلومینیوم، الکترونیک فولاد و چادر مشکی با مشکلاتی روبه‌رو است که وزارت صمت با راه اندازی واحدهای تولیدی جدید به دنبال رفع این مشکلات است.

سعید باستانی با اشاره به حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت و معاونین وی در جلسه کمیسیون صنایع برای بررسی وضعیت بازار با توجه به نزدیکی به ایام دهه فجر، عید نوروز و ماه مبارک رمضان گفت: براساس گفته‌های وزیر صنعت، معدن و تجارت حجم تولیدات داخلی افزایش یافته است به طور مثال تولید در حوزه پوشاک ۲۰ درصد، فلزات ۹ درصد، غذا به استثنای شیر و کیک ۱۵ درصد، روغن ۷٫۵ درصد، سیمان ۶ درصد و کاشی و سرامیک ۵٫۵ درصد رشد داشت.



معاون مدیر کل نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صنعت:

حضور برندهای پوشاک خارجی در مراکز تجاری تهران کمرنگ شد

مستقیم الیاف بلند و ریسندگی الیاف پنبه‌ای، همچنین ورود ماشین آلات مدل ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ تحقق یافته است؛ با وجود تحریم‌ها، سرمایه‌گذاری خوبی در این حوزه انجام شده است.

معاون مدیر کل نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صنعت افزود: در ۹ ماهه امسال ۲۷۷ هزار تن پوشاک در کشور تولید شد که در مقایسه با مدت مشابه پارسال رشد ۲۰ درصدی نشان می‌دهد.

وی یادآور شد: آخرین آمار صادرات پوشاک اخذ شده از گمرک مربوط به نیمه نخست امسال است که ۲۹ میلیون دلار بوده و در مقایسه با نیمه نخست پارسال رشد ۱۵ درصدی داشته است.

این مسئول بیان داشت: امسال صادرات پارچه از نظر وزنی نیز روندی افزایشی داشته و با رشد ۱۲ درصدی به پنج هزار و ۶۰۰ تن رسیده است. وی در خصوص تامین پوشاک شب عید نیز گفت: با توجه به کاهش قدرت اقتصادی مردم در ماه‌های گذشته و در نتیجه کاهش مصرف پوشاک از یک سو و افزایش تولید از سوی دیگر، برای تامین پوشاک در ایام پایانی سال هیچ مشکلی وجود ندارد.

میرمحمدی در ادامه با استناد به آمارهای ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز به کاهش ۴۰۰ میلیون دلاری قاچاق پوشاک به کشور در یک سال گذشته (از ۲.۲ میلیارد دلار به ۱.۸ میلیارد دلار) اشاره کرد.



معاون مدیر کل نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت از کاهش هفت هزار مترمربعی متراژ حضور برندهای خارجی پوشاک در مال‌های بزرگ تهران از ابتدای امسال تا پایان آبان‌ماه خبر داد و افزود: برندهای باکیفیت ایرانی جایگزین این برندها از جمله تولیدات ترکیه شده‌اند.

سیدمرتضی میرمحمدی خاطر نشان کرد: ممنوعیت واردات پوشاک و افزایش نرخ ارز سبب شده تا انگیزه‌ای برای استفاده از پوشاک داخلی ایجاد شود و به همین دلیل تولیدکنندگان داخلی نیز به بهبود کیفی تولیدات خود توجه کردند. به گزارش ایرنا، وی گفت: این دستاورد با تامین ماشین آلات و فناوری روز از جمله فناوری ریسندگی

خودکفائی کامل در تولید قطعات ماشین‌آلات نساجی

جمهوری اسلامی است اما تولیدکنندگان کاشانی در این بخش تمام تلاش خود را در بی اثر کردن این تحریم‌ها به کار گرفتند.

محمود تولایی رئیس اتاق کاشان با اشاره به شرایط فعلی افزود: شرایط برای ماشینسازی مناسب نیست و تامین قطعات در داخل به مراتب راهکاری بهتر است زیرا در دوران توسعه نیستیم بدنبال بقا و حفظ وضعیت موجود هستیم. وی گفت: اعتقاد دارم با تامین قطعات ممکن و توانمندی‌های موجود خواهیم توانست از توقف چرخه تولید فرش ماشینی جلوگیری کنیم.

محمود تولایی با تاکید بر مشارکت و همیاری تمامی تامین‌کنندگان اظهار کرد: قدرت بخش خصوصی به دست تمامی کسانی است که از تامین مواد اولیه فرش، تولید فرش و عرضه و صادرات این صنعت فعال هستند.

سید علی دیانت نیز با اشاره به شرایط موجود افزود: ما یقین داریم از این شرایط عبور خواهیم کرد و ابرهای تیره کنار خواهد رفت و روشنی خواهد ماند و این شرایط فقط حضور افراد موثر را می‌طلبد. وی افزود: تحریم‌ها تا کنون تمام تلاش خود را برای توقف ما انجام داده‌اند ولی با وجود همه این محدودیت ما به راه خود ادامه داده ایم و از این پیچ تاریخی هم خواهیم گذشت.

چهارمین جلسه کمیسیون (صنعت، معدن، بهبود فضای کسب و کار و بانکها) اتاق بازرگانی کاشان با موضوع شناسایی توانائی‌ها و ظرفیت‌های سازندگان و تولیدکنندگان قطعات ماشین آلات نساجی با حضور فعالان این حوزه تشکیل شد.

در این جلسه سید رضا لاجوردی ریاست کمیسیون با اشاره به وضعیت موجود کشور افزود: منطقه کاشان دومین تولیدکننده فرش ماشینی در جهان محسوب می‌شود به نحوی که نام و آوازه این منطقه با فرش ماشینی در هم آمیخته شده است و آن را به قطب تولید فرش ماشینی کشور تبدیل کرده است. به گزارش اتاق کاشان، وی گفت: برخی از تامین‌کنندگان قطعات فرش ماشینی تمام تلاش خود را برای ادامه فعالیت و عدم تعطیلی واحدهای تولیدی به کار گرفتند و خوشبختانه با وجود تمامی مشکلات و محدودیت‌ها پویایی و نشاط در حوزه فرش ماشینی کاشان به قوت خود باقی است.

لاجوردی اظهار کرد: تحریم‌های اعمال شده بی تاثیر نبوده است اما غیرت ما اجازه نداده که در تولید و رونق بخشی به این صنعت در کاشان خللی وارد شود و از راه‌های مختلف این صنعت را سراپا نگه داشته‌ایم.

وی گفت: تحریم نساجی ایران نیز یکی از تحریم‌های آمریکایی علیه نظام مقدس



تاثیر قاچاق پوشاک بر تولید پنبه

نقاط دیگر، کشت سبزی و صیفی و همچنین توسعه باغات پسته در مناطق خشک باعث افت تولید پنبه در کشور شد.

این مقام مسئول هزینه بالای برداشت دستی را نیز از دیگر عوامل مؤثر در این زمینه عنوان و درباره اینکه آیا هم اکنون ماشین آلات مورد نظر برای برداشت پنبه طراحی شده یا برداشت همچنان دستی است؟، اضافه کرد: برداشت هنوز به صورت دستی انجام میشود ولی برنامه ریزی‌هایی برای توسعه برداشت ماشینی داریم که بخاطر محدودیت‌های تحریم نتوانستیم این توسعه را به خوبی انجام دهیم.

هزار جریبی درباره اینکه آیا امکان تولید این ماشین آلات در داخل وجود ندارد، افزود: تولید داخل نیز در این زمینه داریم اما از نوع کمباین‌های پیشرفته نیستند. امسال در کشور حدود سه دستگاه ماشین برای این کار تولید شده که از نوع تراکتوری (کششی) هستند که هنوز توسعه نیافته اما نتوانستیم از کشورهای پیشرفته که کمباین پنبه تولید میکنند وارد کنیم.

مجری طرح پنبه درباره اینکه آیا طرح ممنوعیت کشت برنج در استانهای غیر شمالی از جمله گلستان میتواند مجدداً باعث توسعه کشت پنبه در این استان شود، افزود: پنبه یکی از محصولاتی است که قابلیت جایگزینی دارد البته این به شرط حمایت‌های دولت از جمله تأمین نهاده‌های تولید.

هزار جریبی گفت: البته محصولات جایگزین کشت برنج فقط پنبه نیست بلکه گزینه‌های دیگری نیز مطرح است. مثلاً ممکن است در گلستان عمده‌تاً محصولاتی مانند پنبه و سویا جایگزین کشت شود.

وی درباره اینکه یکی از موانع ذکر شده در تولید پنبه قاچاق پوشاک بوده است این امر تا چه اندازه کنترل شده است؟، افزود: تضعیف صنعت نساجی از جمله دلایل این امر بود که این تضعیف بیشتر به دلیل قاچاق اتفاق می‌افتاد الان به دلیل واقعی شدن نرخ ارز، در بیشتر تولیدات از جمله پوشاک، تولید قابلیت رقابت با نوع خارجی آن را پیدا کرده است. هزار جریبی اضافه کرد: همچنین صنعت نساجی برنامه‌هایی برای کنترل قاچاق دارد.

وی درباره اینکه تولید کشور به وش پنبه چقدر است که ۲۲۰ هزار تن آن را تولید میکنیم، گفت: تقریباً دو برابر این رقم میزان نیاز کشور است.

این مقام مسئول با بیان اینکه وش پنبه به دو محصول الیاف و تخم پنبه تبدیل میشود، افزود: الیاف معمولاً ۳۰ درصد وش پنبه است.

هزار جریبی با بیان اینکه صنعت نساجی از الیاف استفاده میکند، گفت: نیاز صنعت به الیاف حدود ۱۳۰ هزار تن است اما امسال به واسطه رونق صنایع نساجی و واحدهای ریسندگی جدیدی که افتتاح شدند پیش‌بینی میشود این رقم تا حدود ۱۵۰ هزار تن برسد. وی افزود: بنابراین نیاز به وش در سال جاری حدود ۴۵۰ هزار تن است. هزار جریبی ادامه داد: برنامه ما برای خودکفایی پنبه افق ۱۴۰۴ است ولی باید تلاش کنیم زودتر به این هدف برسیم. وی تصریح کرد: در صورت حمایت دولت و صنعت نساجی این امر امکان پذیر است.



در حالی که تولید پنبه طی حدود ۱۷ سال اخیر به دلایل مختلف از جمله قاچاق پوشاک، به یک چهارم کاهش یافته، مسئولان وزارت جهاد از خودکفایی در این محصول تا افق ۱۴۰۴ خبر می‌دهند.

طرح خوداتکایی پنبه یکی از ۸ طرح اقتصاد مقاومتی در حوزه محصولات کشاورزی است که در راستای افزایش تولید این محصول پیگیری می‌شود. هدف این طرح که از سال ۹۴ اجرای آن آغاز شده، در گام نخست، توقف روند نزولی تولید پنبه و سپس، توسعه کشت این محصول بوده است.

به گزارش گسترش نیوز، نگاهی به روند تولید و سطح زیر کشت پنبه طی ۱۷ سال گذشته (از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۷) نشان می‌دهد که سطح زیر کشت این محصول طی مدت مذکور به حدود یک سوم و تولید آن نیز به حدود یک چهارم کاهش یافته است.

عباس کشاورز، سرپرست وزارت جهاد کشاورزی در بیشتر سخنرانی‌ها و مصاحبه‌های خود طی هفته‌های اخیر بر خودکفایی در پنبه و تأمین نیاز کشور در داخل تأکید کرده و آن را امری ضروری دانسته است. مسئولان وزارت جهاد کشاورزی عنوان می‌کنند تا افق ۱۴۰۴ می‌توان به این هدف رسید.

در همین زمینه، ابراهیم هزار جریبی مجری طرح پنبه با بیان اینکه امکان خودکفایی در تولید پنبه در کشور وجود دارد، گفت: این کار در برنامه ما قرار دارد ضمن اینکه کشور نیز دارای چنین ظرفیتی است.

وی با اشاره به اینکه در دهه هفتاد ضریب خوداتکایی پنبه در کشور بسیار بالا بوده و میزان جزئی صادرات انجام می‌شده است، افزود: حداکثر تولید وش پنبه در آن زمان حدود ۶۰۰ هزار تن بوده اما هم اکنون این رقم حدود ۲۲۰ هزار تن است که این عدد نسبت به سابقه کم است اما نسبت به سال گذشته ۴۰ درصد رشد دارد.

هزار جریبی درباره اینکه چرا طی این سال‌ها تولید پنبه به حدود یک چهارم کاهش یافته است؟، ادامه داد: دلایل مختلفی را می‌توان بر این مساله عنوان کرد از جمله اینکه صنایع نساجی تحت تأثیر واردات پوشاک و سایر اقلام با ظرفیت کمتری کار میکردند همچنین مزیت اقتصادی زراعت پنبه تحت تأثیر سایر محصولات قرار گرفت و ضعیف شد از جمله کشت برنج در گلستان، توسعه کشت زعفران در برخی



مدیرعامل یزدیاف:

رشد ۵ برابری کارگاههای خانگی تولید پوشاک تا ۲ سال آینده

ضرابیه با اشاره به اینکه در حال حاضر در بخش کارگاههای دوخت صنعتی ۲۵ نیرو فعال است، افزود: مطابق برنامه برزیهای انجامشده تا دو سال آینده این رقم به ۱۰۰ نیرو افزایش پیدا خواهد کرد. علاوه بر اینکه تمام خانوارهایی که در حال حاضر با ما همکاری دارند پس از مدتی خودشان می‌توانند به کارگاههای کوچکی تبدیل شوند و به‌طور مستقل فعالیت را ادامه دهند.

مدیرعامل یزدیاف درباره نوع پوشاک تولیدی توسط کارگاههای خانگی این شرکت اظهار کرد: در حال حاضر، واحد دوخت صنعتی با ۲۵ نیرو در حال فعالیت است که ۹۰ درصد شلوار جین و ۱۰ درصد کتان تولید می‌کنند.

تمام پارچه‌های مورد نیاز این بخش نیز به وسیله خط تولید همین کارخانه بافته می‌شود. وی افزود: در حوزه دوخت یکی از مشکلات صنعتگران تهیه نخ باکیفیت برای دوخت لباس‌های جین است که نرخ آن از ابتدای سال تاکنون ۳ برابر شده است. فرهنگ خرید پارچه خارجی از جمله در بخش پوشاک، به‌ویژه از نوع پارچه و دوخت ترک، در بازار ایران بسیار ملموس است.

این در حالی است که پارچه مورد نیاز یکی از برندهای معروف ترک در بازار ایران از سوی همین برند داخلی تهیه می‌شود.

ضرابیه با بیان اینکه امسال تیراژ تولید یزدیاف حدود ۴ برابر سال گذشته بود، گفت: دوخت خانگی برخی پوشاک مانند دوخت کیف زنانه، مانتو، لباس بچه‌گانه، ست‌های آشپزخانه و... از جمله برنامه‌های سال ۹۷ بود که ابتدای امسال با حدود ۱۲ خانواده آغاز شده و هم اکنون به ۷۱ خانواده رسیده و امیدواریم تا پایان سال به ۱۰۰ خانواده برسد.



مدیرعامل یزدیاف با اعلام اینکه تا سال ۱۴۰۰ اشتغالی کارگاههای خانگی حدود ۳ تا ۵ برابر ظرفیت فعلی خواهد شد، گفت: در حال حاضر اشتغالزایی کارگاههای خانگی یزدیاف به ۷۱ خانوار رسیده و تا دو سال آینده ۳ تا ۵ برابر میشود.

محمد ضرابیه، درباره آینده صنعت نساجی و برنامه‌های یزدیاف برای اشتغالی در این صنعت گفت: شرکت یزدیاف از امسال به‌طور هدفمند وارد حوزه پوشاک شده و با ایجاد کارگاههای کوچک در تلاش هستیم به سرعت در بخش پوشاک فعالیت خود را گسترش دهیم تا اهداف افق ۱۴۰۰ محقق شود. از جمله اقدامهای اساسی در این زمینه گسترش تولید پوشاک به‌طور خانگی در کنار واحد صنعتی است.

به گزارش گسترش نیوز، وی اظهار کرد: یکی از مهمترین برنامه‌های یزدیاف در بخش پوشاک رشد اشتغالی است. کارگاه صنعتی با کارخانه متفاوت است و نیاز به مدیریت و کنترل بیشتری دارد؛ بنابراین بیشترین اشتغالی در این بخش خواهد بود.

روال اجرای طرح مبارزه با برندهای محرز پوشاک قاچاق ادامه دارد

طرح به تعویق بیفتد که این موضوع مورد تأیید واقع نشد و با اجرای طرح مبارزه با برندهای محرز پوشاک قاچاق حدود ۱۲۰ فروشگاه و پاساژ عرضه‌کننده کالای قاچاق مورد بررسی قرار گرفت و این بررسی‌ها در نهایت منجر به تشکیل پرونده و صدور حکم شد.

گفتنی است: طرح مبارزه با برندهای محرز پوشاک قاچاق از اول دی ماه سال ۱۳۹۷ به اجرا درآمد، با آغاز این طرح مقرر شد تا برندهای عرضه پوشاک قاچاق که بعد از دستورالعمل ۷ مرداد ۹۵ اقدام به ثبت نمایندگی و اخذ گواهی از امور بازرگانان وزارت صنعت نکرده‌اند، با آنها برخورد شود. بعد از انجام بررسی‌های لازم توسط ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز طرح از اول دی ماه سال گذشته به اجرا آمد و در گام اول ۱۱۰ فروشگاه‌هایی که نمایندگی خود را ثبت نکرده بودند و کالای شناسنهدار عرضه نمی‌کردند، شناسایی شدند و برخوردهای قانونی با آنها انجام شد.

علی اسفغانی مدیرکل تعزیرات حکومت استان تهران در گفتگویی اعلام کرد که سازمان تعزیرات حکومتی روال خود را در رابطه با «طرح مبارزه با برندهای محرز پوشاک قاچاق» ادامه می‌دهد.

اسفغانی بیان داشت: سازمان تعزیرات حکومتی به عنوان یک مرجع شبه قضایی به پرونده‌های قاچاق کالا و پوشاک رسیدگی می‌کند و در هر جا که به ما اعلام شود که کالای قاچاق عرضه میشود به آن مکان‌ها مراجعه و بررسی‌های لازم را انجام می‌دهیم و روال قانونی را در رابطه با برخورد با عرضه‌کنندگان کالای قاچاق اجرایی کنیم.

وی با بیان اینکه اجرا طرح مبارزه با برندهای محرز پوشاک قاچاق که از سال گذشته آغاز شده همچنان هم ادامه دارد گفت: حتی سال گذشته برخی صنوف به دلیل همزمانی اجرای این طرح با ماههای پایانی سال معتقدند بودند که اجرای



در انتظار عرضه سهام تندگویان

به مدت مشابه سال گذشته با افزایش همراه بوده ادامه داد: تولید پارسال شرکت معادل یک میلیون و ۳۰ هزار تن بود. وی اظهار امیدواری کرد: تا پایان سال رکورد تولید پارسال شکسته شود.

قاسمشهری با تاکید بر اینکه ۹۵ درصد محصول نهایی تولیدشده در پتروشیمی تندگویان امسال به فروش داخلی تعلق گرفته است، ادامه داد: ۴۷۰ هزار تن از تولید شرکت به بازار داخل عرضه شده است. وی مجموع تولید ۱۰ ماهه شرکت را حدود ۹۵۰ هزار تن ذکر کرد.

مدیرعامل پتروشیمی تندگویان با اشاره به بهره‌برداری از واحد SSP که از واحدهای پلیمری پتروشیمی تندگویان و یکی از طرحهای جهش دوم صنعت پتروشیمی است گفت: با بهره‌برداری از این واحد ۴۵۰ تنی در روز، امکان سوئیچ برای تولید گرید بطری و گرید نساجی با توجه به نیاز داخل امکان‌پذیر خواهد شد.

وی درخصوص برنامه شرکت در زمینه ایجاد تنوع در تولید محصول نیز گفت: گرید نخ لاستیک و آنتی‌یووی به منظور تولید ظروف روغن، آماده تولید در این شرکت شده است.

همچنین کارهای پژوهشی سه گرید جدید دیگر نیز در حال انجام است که براساس نیاز بازار انجام می‌شود.

وی در پایان با اشاره به پروژه‌های مختلف زیست‌محیطی در پتروشیمی تندگویان تصریح کرد: این شرکت تا اوایل سال ۱۴۰۰ از فهرست صنایع آلاینده خارج شده و به‌عنوان صنایع سبز حرکت میکند.



مدیرعامل پتروشیمی تندگویان از عرضه این شرکت در فرابورس تا پایان امسال خبر داد.

سیدرضا قاسمی شهری گفت: پذیرش تندگویان در فرابورس انجام شده و امیدواریم برخی اصلاحات موردنظر فرابورس نیز به‌زودی صورت گرفته و تا پایان امسال سهام این شرکت عرضه شود. وی افزود: در گام اول تنها ۵ درصد از سهام تندگویان عرضه خواهد شد.

به گزارش دنیای اقتصاد، مدیرعامل پتروشیمی تندگویان با اشاره به اینکه شرکت امسال از زیان انباشته خارج شده گفت: ۸۵ درصد از برنامه تولید شرکت تاکنون محقق شده و امسال رکورد جدید تولید در تندگویان زده میشود.

قاسمی شهری با اشاره به اینکه تولید شرکت در ۱۰ ماه اول امسال ۱۲ درصد نسبت

آغاز طرح برخورد با قاچاق پوشاک

تنزل یافته است.

در متن ابلاغیه ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز آمده است: «با عنایت به توفیقات طرح جامع مقابله با قاچاق پوشاک در استان تهران و هشت استان هدف از سال گذشته تاکنون، و با توجه به تکالیف قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز مبنی بر الزام اخذ و نصب شناسه کالا مطابق ماده ۳ دستورالعمل اجرایی ثبت شناسنامه، اخذ و نصب شناسه کالا برای گروه کالایی منسوجات و پوشاک تاریخ ۱۳۹۶/۳/۴ مصوب وزارت صنعت، معدن و تجارت برای واردکنندگان و مستند به ماده ۲ دستورالعمل ماده ۷ آئین‌نامه اجرایی ماده ۱۳ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز برای کالاهای مشمول گروه کالایی پوشاک تاریخ ۱۳۹۷/۴/۲ مصوب وزارت صنعت، معدن و تجارت از تاریخ‌های ۱۳۹۷/۵/۳۱ و ۱۳۹۷/۸/۳۰ به ترتیب مهلت عرضه کفش و اجزا پوشاک خارجی فاقد شناسه به اتمام رسیده و از تاریخ‌های اخیر، هرگونه عرضه کفش و اجزا پوشاک (از جمله کیف، کمر بند و...) فاقد شناسه در سطح عرضه بر اساس بند ۲ ماده ۱۳ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز، قاچاق محسوب می‌شود.»

یاسر سوادکوهی از آغاز دومین مرحله از اجرای طرح جامع مقابله با قاچاق پوشاک همراه با توسعه به کیف و کفش در سراسر کشور خبر داد و گفت: بر اساس ابلاغیه ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز، با توجه به اتمام مهلت عرضه کیف، کفش و دیگر محصولات گروه کالایی پوشاک خارجی فاقد شناسه کالا، دومین مرحله از اجرای طرح برخورد با قاچاق پوشاک بدون شناسه برای گروه کالایی پوشاک، کیف، کفش و سایر اجزای پوشاک در قرارگاه مبارزه با قاچاق کالا و ارز در سراسر کشور شروع میشود.

به گزارش مهر، مدیرکل هماهنگی امور مقابله و رصد جریان مالی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز افزود: در پی اجرای مرحله اول از اجرای این طرح با عنوان «طرح مقابله با برندهای محرز پوشاک قاچاق» در استانهای تهران، البرز، خراسان رضوی، آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی، فارس، اصفهان، گیلان و مازندران از سال ۱۳۹۶ تاکنون بیش از ۷۰ درصد از فروشگاههای عرضه‌کننده پوشاک قاچاق تغییر رفتار داده‌اند و با افزایش خطرپذیری قاچاق پوشاک، این گروه کالایی به لحاظ حجم قاچاق از رتبه اول در سال ۱۳۹۶ به رتبه‌های پایینتری در سال ۱۳۹۷



تهیه و تنظیم:
مهندس اکبر شیرزاده

پژوهشی در سیر تکامل لباس ایرانیان در ادوار مختلف

نهاد دولت و دین در روزگار شاپور دوم شد از این رو بسیاری از مسائل تاریخ ساسانیان در سده چهارم تنها با درک اهمیت تقابل دین‌های زرتشتی و مسیحی قابل فهم و دریافت است.

ارزش جامه‌های تزئینی و نفیس در این دوران:
اسقف‌های مسیحی و رهبران آنها در این دوره برای رقابت با زرتشتیان به لباس‌های فاخر، زیبا و نفیس روی آوردند و خریدار پارچه‌های زربفت ایرانی شدند. لباس‌های زربفت و ملیله‌کاری شده در این عصر خریداران بسیار پیدا کرد و تولیدکنندگان و طراحان این‌گونه البسه نیز در اثر اقبال مردم، کوشا تر شده و دست به ابتکارات جدید و ارتقای ظاهر و باطن پارچه‌ها نموده و اثرات بسیار زیبا و جدیدی در تولیدات آنها آشکار شد. در تقابل با این حرکت، اشراف و بزرگان مسیحی نیز از رهبران تقلید کرده و هر کدام فراخور وضعیت شغلی و مالی خود دست به تهیه لباس‌های خوش‌ظاهر و با ارزش نموده و برای به رخ کشیدن خود به دنبال طرح‌های جدید، زیبا و پراپهت بودند و بازار تجار و فروشندگان این قبیل البسه، رونق فراوان یافت.

در این دوره، تولید منسوجات پشمی و ابریشمی، صنعت شیشه‌سازی و قالی بافی رسمیت یافت. با ارزش‌ترین کالای شرق، ابریشم بود. ابریشم چون از ایران به بیزانس و اروپا رسید به قول آتیانوس امیانوس مارسلینوس، در قرن چهارم عموم طبقات مرفه از آن استفاده می‌کردند و توانگران و اربابان، لباس‌های ابریشمین می‌پوشیدند. به نظر دکتر گیرشمن «ابریشم

سازمان دینی زرتشتی در همراهی با یکدیگر از خود بروز دادند، ساختار حکومتی جدیدی را به وجود آورد که منابع ایران را در برابر دشمنانش تأمین کرد. کمی پیش از مرگ نرسه، تیرداد سوم که با حمایت رومیان در ارمنستان قدرت یافته بودند به همراه اعضای خاندان شاهی و گروه زیادی از ارمنیان در ۳۰۱ میلادی تغییر دین داده، توسط گریگور لوساوربیچ که ایرانی تبار و از سوی پدر به اشکانیان منصوب بود، مسیحیت را به‌عنوان دین رسمی خود پذیرفتند از این رو ارمنستان قدیم مزین کشور مسیحی جهان به شمار می‌ورد و بدین ترتیب شکافی بزرگ میان ایران و ارمنستان پدید آمد که تلاش برای تسلط بر ارمنستان را برای ساسانیان دشوارتر از پیش کرد. گریگور (کلیسای حواری ارمنی) را بنیاد گذاشت و با تشکیل و توسعه این کلیسا، ارمنستان به تدریج به یکی از مهم‌ترین عوامل پایداری شاهی در خاندان اشکانی ارمنستان و پس از برافتادن ایشان به عامل مهم در حفظ اتحاد ملی ارمنیان تبدیل شد.

در اوایل عصر شاپور دوم در ۳۱۳ میلادی با صدور فرمان میلان که برطبق آن مسیحیت در امپراتوری روم آزاد و کلسای آن به رسمیت شناخته شده پیچیدگی بیشتر یافت. فرمان میلان به نامه امضا شده توسط کنستانتین یکم و لیسینیوس در سال ۳۱۳ میلادی گفته می‌شود. در این نامه دین مسیحیت در امپراتوری روم آزاد اعلام شده است. این فرمان مدت کمی بعد از آخرین و شدیدترین آزار و اذیت مسیحیان در روم صادر شد. این رویداد که بر طبق آن مسیحیت را در ایران گسترش داد، منجر به نزدیکی بیشتر

تداوم سلسله ساسانی- دوران زمامداری شاپور دوم تصویر شماره یک، شاپور دوم را نشان می‌دهد در حالی که گرز پادشاهی در دست دارد و تاج مرصع بسیار زیبا و مزین به جواهرات بر سر و لباس پشمی در بر و یقه‌ها به زیبایی با گلابتون آراسته شده‌اند. هنگامی که نرسه درگذشت (۳۰۲ میلادی) سده ۴ میلادی به تازگی شروع شده بود. این سده روزگار وقایع بزرگی است که تاریخ ساسانیان، ایران و جهان شرق را در مسیر نو قرار می‌دهد. در عین حال سده چهار میلادی در ایران به شدت زیر نفوذ نام شاپور دوم ساسانی قرار دارد. در این سده نه تنها اختلافات ایران و روم گسترش یافت و مسیحیان ایرانی به مسأله‌ای اساسی تبدیل شدند بلکه واکنشی که دربار ساسانی و



شکل شماره یک. شاپور دوم

از اختراعات چینی است. چینیان راز پرورش کرم ابریشم را قرن‌ها پنهان نگاه داشته و صدور ابریشم خام در انحصار قطعی آنها باقی بود. «اجناس ابریشمی اندکی پیش از میلاد مسیح پدیدار شد و چنان مورد توجه قرار گرفت که شاعران و هجوسرایان؛ زنانی را که شیفته این پارچه لوکس شده بودند، مورد تمسخر قرار می‌داند.

جاده ابریشم که از ترکستان چین آغاز می‌شد، از ایران می‌گذشت و به شهرهای بندری سوریا می‌رسید و مراکز بزرگ نساجی در آنجا تأسیس شده بود اما جنگ‌های ایران و روم نیز حق ترانزیتی که کشورهای بین راه می‌گرفتند، رومیان را بر آن داشت که در پی یافتن راه‌های تازه‌ای برای ورود ابریشم برآیند. کشف باد موسمی اقیانوس هند از نخستین قرن میلادی موجب بسط و توسعه راه بحری ابریشم گشت. این راه ساحل غربی هند را به بنادر مصری دریای سرخ پیوند می‌داد.

درباره نخستین کارگاه‌های نساجی ابریشم در ایران، تقریباً چیزی نمی‌دانیم اما به نظر می‌رسد که روش فنی نساجی سوریانی در آن زمان برتر بود و یا از نظر سیاسی این گونه به نظر می‌رسید؛ زیرا شاپور دوم پس از فتوحاتش در سوریا اندیشید که باید صنعتگران سوریانی را برای ایجاد کارخانه‌هایی در خوزستان، جندی شاپور و شوشتر به ایران انتقال دهد.

در دوران قباد و ابتدای قرن ششم و احتمالاً در دوران خسرو اول، تعداد متخصصین این فن افزایش یافت و برتری خود را به جهانیان ارائه نمودند. این صنعت در ایران چنان توسعه یافت که ایرانیان که تا آن وقت به اجازه عبور دادن ابریشم خام قناعت می‌کردند، مصمم شدند که مصنوعات ابریشمی را با ابتکارات تولیدی خود با سود مضاعف صادر نمایند. رواج تجارت این کالای تجملی از اواخر قرن چهارم، جنگ ابریشم را بین ایران و روم که مالیات و انحصار آن را معمول کرده بودند، برپا کرد. از سوی دیگر رواج شگفت‌انگیز اجناس ابریشمی ایرانی، کلیسای بیزانس را نگران ساخت و به کار بردن پارچه‌های نفیس و بافته شده از ابریشم ایرانی را نا روا اعلام کرد.

هنگامی که شاپور دوم در جنوب غربی ایران مراکز برای بافندگی تأسیس کرد، هنر نساجی ساسانی رشد بسیاری کرد و در پی این پیشرفت، محصولات ایرانی



از آغاز سده پنجم در تمام غرب زمین به طور وسیعی پخش شد. این بافته‌ها که به طور وسیعی صادر می‌شد، ممکن نبود که در تخیل هنرمندان، کارگران و طراحان بافندگی تأثیری نگذارد اما تنها بافته‌ها برای مدلل ساختن مناسبات بین هنر ساسانی و رومی کافی نیستند و اشیاء هنری کوچک و قابل حمل برخی جاهای خالی را پر می‌کند.

وقتی مصر در قرن هشتم میلادی، اسلام را پذیرفت، قبطی‌ها به فن پارچه بافی اشتغال داشته و مهارت فنی آنان از دیرباز شناخته شده بود. روزی که بافندگی ایرانی، تأثیر هنری خود را به کشورهای همجوار گسترش داد، هنر بافندگی قبطی نیز تحت تأثیر آن قرار گرفت؛ پس جای شگفتی نیست که در بعضی پارچه‌های قبطی، پاره‌ای از نقوش زینتی ساسانی محفوظ و مخلوط با عناصر هنری بومی و بیزانسی را مشاهده می‌کنیم. برخی از این عناصر هنری را می‌شناسیم مانند اصراری که بافندگان در ایجاد چهارخانه‌ها یا دایره‌های قاب‌مانند دارند و در آنها نقش خود را محصور می‌کنند.

به نظر گیرشمن، «با بررسی آثار و با در نظر گرفتن اصل قرینه‌سازی و جزئیات تصویرشناسی، روشن می‌شود که هنر امپراتوری قرون وسطای اروپا تا حد زیادی و مدتها تحت نفوذ هنر ساسانی بوده است. چندین قرن بعد از انقراض شاهنشاهی ساسانی، کارگاه‌های صنعتی جهان اسلامی و کارگاه‌های یونانی در قسطنطنیه از نمونه‌ها و نقش‌های کهن هنر ساسانی استفاده می‌کردند.»

بافته‌های ساسانی در دوران نارا به مقدار زیادی به ژاپن صادر می‌شد به همین طریق نقش‌های گل و برگ

مشتق از تزئینات برگ خرمایی ایرانی در میان دایره‌ها در حاشیه برخی از نقاشی‌ها دیده می‌شد. شکی نیست هنر آمیخته‌ای شبیه به هنری وجود دارد که در آسیای مرکزی به تدریج به وجود آمده بود.

جانشین نرسه، فرزندش هرمز دوم بود که در باب سرگذشت او آگاهی چندانی در دست نیست. وی پسر نرسه هرمز اول بود که بعد از پدر به سلطنت رسید و از سال ۳۰۲ تا ۳۰۹ میلادی فرمانروای ساسانیان بود. حمزه اصفهانی روایت می‌کند که او در ولایت رامهرمز، نزدیک ایذج، یک روستا بنام «وهشت هرمز» یا کورنگ ساخته است. «حمزه اصفهانی

۱۳۴۰: ۳۶»

هرمز دوم برخلاف پدرش به پیگرد مانویان پرداخت و این عده که در بیشتر در استان‌های شمالی ایران مقیم بودند، به شرق ایران رفته و تعدادی نیز به آسیای مرکزی مهاجرت کرده و در آن مناطق گسترده شدند «پیگولو سکایا ۱۳۶۷: ۴۷۷»

احتمالاً مخالفت سیاست دینی این پادشاه باپسرش، پس از شکست نرسه از روم باعث تضعیف قدرت ساسانی و از سوی دیگر مشکلات و کشمکش‌های داخلی سبب تشدید این موضوع گردید. سنگ نگاره‌اش وی را در حال سرنگون کردن دشمن نشان می‌دهد. «گال ۱۹۹۰: ۳۰»

در پژوهش‌های انجام شده این شخص نگونسار را بابک فرماندار گرجستان معرفی می‌کند که در ایام بهرام دوم به‌عنوان بیدخش «تاب السلطنه» تعیین شده بود. تصویر و نام بابک بیدخش بر روی جام نقره ای که در سال ۱۹۴۶ در آرمازی گرجستان بدست آمده بود، نیز قابل تأمل است. «هینینگ ۱۹۶۱: ۳۵۳-۳۵۶»

بابک پس از مرگ بهرام دوم به نرسه پیوست و بر پایه کتیبه پایکولی از حامیان نزدیک نرسی برای رسیدن به قدرت بود. «شروو ۱۹۸۳: ۳۳، ۴۴» بنابراین حتما بابک در روزگار فرمانروایی نرسه جایگاه نیرومندی یافت و شاید همین موضوع باعث اختلاف او و هرمز دوم شد که نهایتاً شاه ساسانی او را باخشونت سرکوب کرد. «هینتس ۱۹۶۹: ۲۰۹» از ظواهر امر اینطور بنظر می‌رسد که هرمز دوم در نبرد با عرب‌های مهاجمی که از نواحی احساء «ناحیه‌ای که در گذشته در شرق عربستان بوده و آن را بحرمان می‌نامیدند که

مرکز آن هجر بود» به سواحل جنوبی ایران تجاوز می‌کردند کشته شد. «زرین کوب، ۱۳۶۴: ۴۴۷»
گرچه مورخان قدیم در گزارشهای خود آورده اند که هرمز دوم به هنگام مرگ فرزندی نداشت «طبری ۵۵/۲ - دینوری ۱۹۶۰: ۴۷- ابن طریق ۱۹۰۵: ۱/۱۱۴» لیکن در پژوهش‌های جدید تاکنون هفت پسر از هرمز دوم معرفی کرده است. «شهبازی ۱۳۸۹: ۳۶۶»

به هر حال آمده است که پس از هرمز دوم پسرش آذررسی در سال ۳۰۹ میلادی بر تخت سلطنت جلوس کرد لیکن بیش از چند ماهی حکومت نکرده و کشته شد. «نزناراس، مورخ بیزانسی ۲۰۰۹: ۱۳/۵»
در فاصله میان دو شاهپور، بجز دوران حکومت نرسی، خاندان‌های ارشد حکومت و دین‌مردان زرتشتی بر امور مملکت سایه انداخته و چیره شدند.

پس از روی کار آمدن نرسه وسعی و تلاش او برای کم کردن قدرت سازمان دینی زرتشتی وابسته به کردیر و سپس شکست نرسه از رومیان و از طرف دیگر مدیریت غلط جانشینان او، باعث گردید که قدرت در دربار و حکومت به دست اشراف و نجبا بیفتد و همین اشراف و نجبا سعی کردند قدرت از دست رفته خود را مجدد احیاء کنند و سعی در تضعیف حکومت مرکزی و تشدید ملوک الطوائفی را داشتند، در نتیجه حکومت ساسانی در اوایل قرن چهارم میلادی در موقعیت سقوط قرار گرفت و سازمان زرتشتی و عوامل مربوط به آن جهت حفظ حکومت تمایلی نداشتند. معضلات داخلی و نیز مشکلات عوامل بیگانه خارجی حکومت ساسانیان را بسیار ضعیف کرده بود و ایران با یک بحران حقیقی روبرو گردید و در این زمان نیاز به یک نجات‌دهنده داشت.

باری اقبال ساسانیان بلند بود چرا که در دوران کودکی شاهپور، امپراتوری روم با معضلات و کشمکش‌های داخلی روبرو بود و قیصران رومی برای بدست آوردن مقام امپراتوری در حال نبرد با یکدیگر بودند که در نهایت کنستانتین موفق شد در سال ۳۲۴ میلادی رقیبان دیگر را از میدان خارج کرده با قدرت بر مسند امپراتوری تکیه بزند «شیپمن ۱۹۹۰-۳۲»

رقابت ایران و روم بر سر تسلط بر ارمنستان و گرجستان همچنان ادامه یافت اما به نتیجه‌ای قطعی نرسید؛ چند سال بعد شاهپور دوم درگذشت. او ایرانی

مقتدر پس از خود برای جانشینانش بر جای گذاشت. رومیان را به احتیاط و احترام نسبت به ایران واداشت. اعراب متجاوز را بر سر جای خویش نشاند، مرزهای شمال شرقی و شمال غربی از خطر قبایل کوچ‌رو و نیمه‌متمدن‌رهایی‌بخشید و فرمانروایی همراه با اراده و تدبیر او خاطره اردشیر بابکان و شاهپور یکم را نزد ایرانیان زنده کرد.

شاهپور دوم در سخت‌ترین شرایط ممکن ایران را از ورطه هلاکت و نابودی نجات داد و با چنان قدرت و اراده‌ای شاهنشاهی ساسانیان را احیاء کرد. این سلسله تا چند سده به بعد همچنان پابرجا باقی ماند. توفقی شاهپور دوم در امور به قدری بود که حتی شاهد مغرضی مانند آمیانوس نیز نمی‌توانست از تحسین وی خودداری کند.

از اوایل دوران شاهپور دوم، مسأله مسیحیان ایران به موضوعی مهم تبدیل شد و سیاست داخلی و خارجی ساسانیان را تحت تأثیر قرار داد. با این همه گسترش مسیحیت در ایران سده سوم میلادی و از روزگار شاهپور یکم آغاز شده بود که وی با اشکرکشی به سوریه و نبردهای پیروزمندان‌اش عده‌ای از مسیحیان آن مناطق را به داخل خاک ساسانیان کوچانید و بیشتر آنها را در خوزستان و مناطق غربی قلمرو خود اسکان داد. سپس به ساخت و بازسازی شهرها پرداخت از جمله این شهرها، گندی شاهپور بود که به یکی از مراکز استقرار مسیحیان ایران تبدیل شد. این اسیران که بیشتر از مسیحیان آرامی‌زبان بودند، اندک اندک در سرزمین جدید خود به ترویج مسیحیت و ساخت کلیسا پرداختند و با ایجاد مراکز اقتصادی در شهرها، بخشی از نیروی تولیدکننده شهری و اقتصاد شهری را در این مناطق در اختیار گرفتند. از این رو در سده چهارم میلادی به اقلیت مهم و تأثیرگذاری در نواحی غربی و جنوب غربی قلمرو ساسانیان تبدیل شده بودند.

حمایت بی‌اندازه کنستانتین یکم از مسیحیان سبب مشخص داشت. وی تعدادی از روحانیون ارشد کلیسا را همراه خود به میدان نبرد می‌برد و گاه از آنان می‌خواست که در چادر مخصوصی که به شکل کلیسا می‌ساختند؛ مراسم دینی انجام دهند. به این ترتیب سیاست خارجی تهاجمی وی مبتنی

بر ایجاد جنگ دینی بود. مسیحیان ایران به‌عنوان اقلیت دینی، روم را به منزله بهشت زمینی و امپراتور آن را به مثابه ناجی خود تصور کرده، رومیان را «امت خدا» می‌نامیدند از این رو اندک اندک تبلیغات ضد دولتی و ضد زرتشتی مسیحیان ضدت یافت و در مقابل، این گروه نزد شاهنشاه دستگاه دینی و زرتشتی و توده مردم به‌عنوان دوستان روم و دشمنان ایران شناخته می‌شدند. ظاهراً این طرز تلقی در باب مسیحیان به منزله ستون پنج روم کاملاً بی‌پایه هم نبود زیرا مسیحیان ایران در آرزوی زندگی در قلمرو امپراتور مسیحی به سر می‌بردند و فرمانروایی شاهپور دوم را ظالمانه می‌دانستند از همین روست که مسیحیان ایران غالباً در جنگ با رومیان مشارکت نمی‌کردند.

با آن‌که خبری در باب شورش مسیحیان بر ضد حکومت ساسانی در دست نیست، ایشان در سخنان خود، خواست و آرزوی خویش را به زبان می‌آورند. آفرهای (فرهاد) روحانی عالی‌رتبه مسیحی سریانی معروف به حکیم ایرانی که مهم‌ترین نماد اندیشه مسیحیان ایرانی در آن روزگاران شمرده می‌شد؛ در قطعه‌ای نوشته «آن‌که (کنستانتینوس دوم) نیکی بر تو سواط می‌رسد، همواره به سلامت باد. شیطان نیز به سبب نیروهایی که ابلیس متکبر و مغرور (شاهپور دوم) گرد آورده، فعال شده است... مبادا که امپراتوری روم فتح شود. باشد قهرمانی که مسیح نام دارد با تمامی توان و سلاح خود به پشتیبانی از لشکر امپراتوری به پاخیزد.

به نظر می‌رسد که ارتباط میان مسیحیان ایران و جاسوسان روم به قدری شناخته شده بود که به گزارش متن مسیحی سریانی به شاهپور دوم توضیح دادند که تمامی مسیحیان، جاسوسان روم هستند و موضوعی در سرزمین شاهنشاه اتفاق نمی‌افتد مگر آن‌که خبرش را مسیحیان به برادران خود در روم می‌نویسند. هرچند محققان نشان داده‌اند که این متن جعلی و ساختگی است؛ ذکر نکته‌ای که به آن اشاره شد در زمینه فعالیت‌های جاسوسی ضد حکومت ساسانی به مسیحیان در یک متن مسیحی نشان‌دهنده رواج این خبر در آن ایام و حتی در میان مسیحیان بوده است. به این ترتیب واکنش سخت شاهپور دوم نسبت به مسیحیان بدیهی بود.

تهیه و تنظیم: مینا بیانی

تغییرات شرکت های نساجی

شرکت صنایع زیباریس میبد (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۵/۳۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۲۴۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت الیاف ساوین دلیجان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۶، ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت در سال مالی ۱۳۹۷ به تصویب رسید.

شرکت ریسندگی و بافندگی آرانخ سپاهان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مورخ ۹۸/۲/۱۴، مرکز اصلی شرکت به اصفهان، نجف آباد، دهق، شهرک صنعتی، خیابان اول انتقال یافت.

شرکت میر نخ سپاهان (با مسئولیت محدود)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی شرکاء مورخ ۹۸/۱۱/۳۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۵۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰ به ۸۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت نخریسی و نساجی خسروی خراسان (سهامی عام)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۸/۲/۳۱، روزنامه قدس جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد. مؤسسه حسابرسی مفید راهبر به عنوان بازرس اصلی انتخاب شد. صورت های مالی منتهی به ۹۷/۱۲/۲۹ به تصویب رسید.

شرکت ریسندگی خاور (سهامی عام)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۱۰/۲۹، ترازنامه، حساب سود و زیان و عملکرد سال مالی منتهی به ۹۷/۱۲/۲۹ مورد تصویب قرار گرفت. مؤسسه حسابرسی ارکان سیستم به عنوان بازرس اصلی و مؤسسه آزمون پرداز ایران مشهود به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه ایران جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت نساجی هدیه البرز مشهد (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۵/۲۷، سرمایه شرکت از مبلغ ۲۵۰ میلیارد ریال به مبلغ ۳۵۰ میلیارد ریال افزایش یافت.

شرکت نساجی قائمیه یزد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۲۰، علیرضا عطارها به سمت رئیس هیئت مدیره، مریم عطارها به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، فاطمه شهوازیان به سمت مدیرعامل، سیداحسان حسینی به سمت بازرس اصلی و مهدی دهقان به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. صورت های مالی سال های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ مورد تصویب قرار گرفت.

شرکت نخ یاسمن کاشان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۲۶، سعید مشهدی به سمت بازرس اصلی و مریم لطیف زاده به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. سرمایه شرکت از مبلغ ۱۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۱۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال کاهش یافت.

شرکت ترمه بافت آذر (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۳۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به ۱۳۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت. مؤسسه آئین تدبیر سپهند و حسین اسکوئیان به عنوان بازرس اصلی و علی البدل انتخاب شدند.

شرکت صنایع فرش بایر آران (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۲۰، حسین اقبالیان به سمت رئیس هیئت مدیره، محمد اقبالیان به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، مهدی اقبالیان به سمت مدیرعامل، حسن آرائی به سمت بازرس اصلی و محمود صدقاتی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. ترازنامه و صورت های مالی شرکت منتهی به سال های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ مورد تصویب قرار گرفت. روزنامه نسل فردا جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت صنایع نساجی صنوبر کاشان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۱۰، مهدی بلالی به سمت رئیس هیئت مدیره، فرزانه بلالی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، مهین عابدینی به سمت مدیرعامل، امیرحسین عابدی به سمت بازرس اصلی و مصطفی میرزازاده به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت فرش نستون گل بیدگل (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۱۴، مهین عابدینی به سمت رئیس هیئت مدیره، فرزانه بلالی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، مهدی بلالی به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت ساوین تاب (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۱۰، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به ۹۷/۱۲/۲۹ به تصویب رسید. محمود نجفی اصل به سمت رئیس هیئت مدیره، حسین نجفی اصل به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، مجید کاشانی به سمت مدیرعامل، مؤسسه حسابرسی پارس ارکان تراز بعنوان بازرس اصلی و مؤسسه حسابرسی تراز مشهود محتسب به عنوان بازرس علی البدل برای مدت یکسال مالی انتخاب شدند. روزنامه ابرار اقتصادی بعنوان روزنامه کثیرالانتشار شرکت تعیین شد.

شرکت صنایع فرش امیر کبیر کاشان (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۱۲/۱، فریبا لقمان به سمت رئیس هیئت مدیره، کسری جزایری به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و جواد جزایری به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت پاکریس شهرضا (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۸/۴/۲۵، ترازنامه و صورت حساب سود و زیان و سایر صورت های مالی شرکت برای سال مالی ۱۳۹۷ به تصویب رسید. روزنامه رسالت برای درج آگهی های شرکت اختصاص یافت. مؤسسه حسابرسی اعتماد ارقام امین به عنوان بازرس اصلی و فرشید ترازو دار به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت کیسه سپهر بافت (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۸/۴/۲۷، ترازنامه و حساب سود و زیان عملکرد سال ۱۳۹۷ به تصویب رسید. مؤسسه امین حسابرسی اقق به سمت بازرس اصلی و علیرضا شکوهی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت کیسه بافی کرکس (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۱، ترازنامه و حساب سود و زیان منتهی به ۹۷/۱۲/۲۹ به تصویب رسید. حمید علیزاده به سمت مدیرعامل، حبیب اله حیدری به سمت رئیس هیئت مدیره، رسول علیزاده به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، موسسه امین حسابرس افق به سمت بازرس اصلی و علیرضا شکوهی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت نگین پنبه امید جلین (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۸/۴/۲۴، ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به ۹۷/۴/۲۴ مورد تأیید قرار گرفت. حسین وطن دوست به عنوان بازرس اصلی و میلاد تازیکی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت نساجی حریر تابان کاشان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۵، علیرضا پورمحمدیان به سمت رئیس هیئت مدیره، امیرحسین شیرمحمدی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، شاهرخ شیرمحمدی به سمت مدیرعامل، مؤسسه حسابرسی کاربرد تحقیق سمت بازرس اصلی و امیر ارسلان نوروزی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد. ترازنامه و حساب سود و زیان سالی مالی ۱۳۹۷ شرکت به تصویب رسید.

:: شرکت صنایع پارس موکت (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیأت مدیره مورخ ۹۸/۶/۱۳ سرمایه شرکت از مبلغ ۴۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

:: شرکت فخر ایران (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۱۰، مهریار رسولی به عنوان رئیس هیئت مدیره، فرهنگ سالمی به عنوان مدیرعامل و نایب رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند.

:: شرکت نساجی سپهر بافت سپاهان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۲۶، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۵ میلیارد ریال به مبلغ ۲۱ میلیارد ریال افزایش یافت.

:: شرکت تعاونی سیصدو چهل و دو تولید پوشاک پرنیان لردگان

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۱۱/۲۵، سوسن نیک اقبال به سمت رئیس هیئت مدیره، محمود منصوری به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و مهران منصوری به عنوان مدیرعامل انتخاب شدند.

:: شرکت نساجی پارمیس دلپجان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۴/۳۱، محمدعلی جلالی به سمت بازرس اصلی و امیر منصوری به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. تراز نامه و حساب سود و زیان شرکت در سال مالی ۱۳۹۶ مورد تصویب قرار گرفت.

:: شرکت بافلران (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۸/۴/۲۲، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به سال ۱۳۹۷ مورد تصویب قرار گرفت. نوذر افشار به عنوان بازرس اصلی و محمدعلی افراطی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت طراحان گلچین حامد (بامسئولیت محدود)

طبق صورتجلسه هیأت مدیره مورخ ۹۸/۵/۲، محل شرکت به تهران، خیابان سعدی جنوبی، خیابان لاله زار، کوچه مهران، پلاک ۳۴، ساختمان فاطمی، طبقه دوم، واحد ۲۷ تغییر یافت.

:: شرکت تولیدی صادراتی نیما نساج (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۵/۲۰، محمد پورمحمدیان به سمت رئیس هیئت مدیره، احمد پورمحمدیان به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل انتخاب شدند.

:: شرکت نیما ریس (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۱۳، صورت های مالی منتهی به ۹۷/۱۲/۲۹ مورد تصویب قرار گرفت. احمد پورمحمدیان به سمت رئیس هیات مدیره، محمد پورمحمدیان به سمت نایب رئیس هیات مدیره و مدیرعامل، لیلا بهزادی به عنوان بازرس اصلی و حسین نجار به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شد. روزنامه رسالت به عنوان روزنامه کثیرالانتشار شرکت برای سال ۹۸ تعیین شد.

:: شرکت نساجی صبا تاب ایساتیس (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۸/۴/۱۷، رعنا انصاری به سمت رئیس هیئت مدیره، صغری بیرامی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، مینا انصاری به سمت مدیرعامل، دلاور انصاری به سمت بازرس اصلی و علی همتی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال مالی ۱۳۹۷ مورد تصویب قرار گرفت. روزنامه نسل فردا جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت تعاونی تولیدی پوشاک رابطین کوثر گلستان

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۱/۲۵، محل شرکت به گرگان، خیابان شهید بهشتی، خیابان نوبخت، کوچه شهید عرب، پلاک ۱۱ تغییر یافت.

:: شرکت ریسندگی و بافندگی بهرنگ بافت (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۲، محل اصلی شرکت به تهران، خیابان دکتر شریعتی، میدان کتابی، خیابان ساسانی پور، بن بست معبری، پلاک ۱۱، طبقه اول تغییر یافت.

:: شرکت مشکین نخ البرز (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۶، وحید رفائی به سمت بازرس اصلی و کامران بختیار به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت پاریز باف شرکت (بامسئولیت محدود)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۸۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۲۵۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

:: شرکت کیا پلی استر دلپجان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۶، ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت در سال مالی منتهی به ۹۷/۱۲/۲۹ به تصویب رسید.

:: شرکت نساجی صبا تاب ایساتیس (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۴/۱۸، سرمایه شرکت از مبلغ ۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

:: شرکت کرب ناز (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۵/۲۰، محمد شهریاری به عنوان مدیرعامل، احمد فدائی به عنوان رئیس هیئت مدیره و محمد سعید عبدخدائی به عنوان نایب رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند.

:: شرکت تهران پلی استر تاپس (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۲۵، عبدالرضا جدیدساز به عنوان رئیس هیئت مدیره، محسن پرنیان پور به عنوان نایب رئیس هیئت مدیره و حسن حاصل طلب به عنوان مدیرعامل انتخاب شدند.

:: شرکت مشکین نخ البرز (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۶، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت. حمیدرضا جهانیان به سمت مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره و مجیدرضا جهانیان به سمت نایب رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند.

:: شرکت سروش طب آریا (بامسئولیت محدود)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۳، به موضوع شرکت این موارد اضافه شد: «تولید و بسته بندی انواع پوشاک و البسه از جمله کت و شلوار، پیراهن، شلوار، کت و دامن، مانتو و مقنعه، انواع پوشاک نوزاد و کودک، تولید انواع پارچه و کالاهای کفش باف و قلاب باف و تولید کلیه محصولات سلولزی بهداشتی از جمله دستمال مرطوب، پوشک معمولی بچه، پوشک کامل بزرگسال، نوار بهداشتی، تامپون، پوشک کامل بچه، پد جاذب رطوبت، زیرانداز بیمار با لایه سلولزی، پد از منسوج بی بافت، دستمال کاغذی جعبه ای، صادرات و واردات کلیه کالاهای مجاز بازرگانی در صورت لزوم پس از اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیربط.»

:: شرکت فرش پدیده میرداماد تهران (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۰، عباد صالحی و منصور محمد رضائی بعنوان بازرس اصلی و علی البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت لونا فام ابهر (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۳، بهروز ذوالفقاری به سمت رئیس هیئت مدیره، زهرا نجفی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و بهزاد ذوالفقاری به سمت و مدیرعامل انتخاب شدند.

:: شرکت نانو نخ و گرانول سیرجان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۳۱، موسسه حسابرسی رتوف اندیش امین به عنوان بازرس اصلی و علی تقی زاده به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت رنگدانه سیرجان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۳۰، موسسه حسابرسی رتوف اندیش امین ۱۰۳۲۰۴۱۳۹۹۱ به عنوان بازرس اصلی و سیدمحسن حسینی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت تعاونی تولید پوشاک غزال جبرفت

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۴/۲۶، ریحانه حسینی بعنوان بازرس اصلی و غزاله حسینی بعنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. صورت های مالی سال ۱۳۹۷ مورد تصویب قرار گرفت.

:: شرکت کارخانجات نساجی پروجراد (سهامی عام)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۸/۵/۱۳، صورتهای سال مالی منتهی به ۹۷/۱۲/۲۹ مورد تصویب قرار گرفت. موسسه حسابرسی و خدمات مالی فاطر به عنوان بازرس اصلی و موسسه حسابرسی آزمون پرداز ایران مشهود به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی ها و کلیه اطلاعیه های شرکت تعیین شد.

:: شرکت تولیدی کارخانجات ریسندگی و بافندگی سلک باف (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۶، سیدعباس فدائی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل و رضا عروجی به سمت رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند.

:: شرکت بافندگی سمنان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۲۶، موسسه حسابرسی مجریان پویا به عنوان بازرس اصلی و مریم باختر به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات برای درج آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت صنایع نخ خمین (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۱۹، وحید رضائی به سمت مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره، امیرحسین رضائی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، هادی رئیس به سمت بازرس اصلی و مرتضی رضائی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه ابرار اقتصادی جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت نیک ریس زنجان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۹، سید نوید بارانی بهبهانی بسمت رئیس هیئت مدیره، سید امید بارانی بهبهانی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و پیمان رتوف پناه به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

:: شرکت نوید نخ طلایی (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۸/۴/۲۶، ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال ۱۳۹۷ به تصویب رسید. علی فیاض بخش بعنوان بازرس اصلی و سعید حقیقی بعنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه ابرار جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت صنایع گونی بافی و بسته بندی جهان تکین (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۲۳، محمدحسین راستگار به سمت مدیرعامل و نایب رئیس هیات مدیره، محمدعلی راستگار به سمت رئیس هیئت مدیره، محمدرضا ملکی به سمت بازرس اصلی و سید محمدجواد علوی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال ۱۳۹۷ مورد تصویب قرار گرفت.

:: شرکت بافت رنگریزی چاپ ماهوت (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۱۲، محمدرضا زاهدی به سمت رئیس هیات مدیره و مدیرعامل، سید ایمان شه کرم پور به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، محمد احمدیان به سمت بازرس اصلی و قاسم کردستانی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت ریسندگی حاج سید عبدالرسول رحیمزاده و شرکا

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۳۰، ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت طی سنوات مالی منتهی به ۹۷/۱۲/۲۹، مورد تصویب قرار گرفت.

:: شرکت ریسندگی و بافندگی زرین نجف آباد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۲۲، سرمایه شرکت از مبلغ ۲۲۳۹۳۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۴۹۷۵۹۹۹۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

:: شرکت پویا ریس یزد (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیأت مدیره مورخ ۹۸/۷/۴، محمدرضا دهقان پور به سمت رئیس هیأت مدیره، حمید رضا دهقان پور به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، امیرحسین دهقان پور به سمت مدیرعامل، محمدجواد بهادر زاده به سمت بازرس اصلی و حبیبه دهقانپور به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. صورت های مالی سال ۱۳۹۶ مورد تصویب قرار گرفت.

:: شرکت ره آورد ساینای دلجان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۶، ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به ۹۷/۱۲/۲۹ مورد تصویب قرار گرفت.

:: شرکت تعاونی تولیدی پوشاک الاله مشهدسر

به استناد صورتجلسه هیأت مدیره مورخ ۹۷/۲/۱، رقیه حاجی پور به سمت رئیس هیئت مدیره، زینب حاجی پور به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، الاله مسلمیان به سمت مدیرعامل، خورشید اسماعیلیان به عنوان بازرس اصلی و مریم براری به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت تعاونی تولیدی پوشاک عفاف آذین قوچان

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۹۶/۱۲/۱۰، امین قربانی به سمت رئیس هیئت مدیره، محمد فرامرزی راد به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، سید محمود نقره گی به سمت مدیرعامل، محسن قسمتی بسمت بازرس اصلی و مجید شهلائی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت نخ زر لیف آریا (بامسئولیت محدود)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۲۸، محل شرکت به اصفهان، خیابان امام خمینی، خیابان پاکمن، خیابان بسیج انتقال یافت.

:: شرکت ریسندگی کویر پارس نخ یزد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۸/۴/۲۹، موسسه حسابرسی کارآمد حساب ایرانیان به سمت بازرس اصلی و طیبه کبیری به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. صورت های مالی منتهی به سال ۹۷ مورد تصویب مجمع قرار گرفت.

:: شرکت تعاونی مطهر بافت

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۴/۴/۱۸، زهرا آقا داداشی به سمت رئیس هیئت مدیره، مهسا آقا داداشی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل انتخاب شدند.

:: شرکت تعاونی مطهر بافت

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۴/۴/۱۸، ترازنامه و صورت های مالی منتهی به ۱۳۹۳ تصویب رسید. ماه جبین اسماعیل جماعت به سمت بازرس اصلی و مرجان آقا داداشی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت صنایع نخ خوانسار (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۲، ترازنامه سود و زیان سال مالی منتهی به پایان اسفند ماه ۱۳۹۷ مورد تصویب قرار گرفت. موسسه حسابرسی حامیان کار دیده پارس به عنوان حسابرس و بازرس اصلی و احمد سلیمان به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت سیماب رزین (سهامی عام)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۸/۵/۲۰، ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت در سال مالی ۱۳۹۷ تصویب شد. موسسه حسابرسی فراز مشاور به سمت بازرس اصلی و موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت سامان پندار به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت تعاونی تولید پوشاک کوهی زرنق

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۲، عزیزاله نجفی به سمت رئیس هیئت مدیره، رسول کوهی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، حسن کوهی به سمت مدیرعامل، زینب کوهی به سمت بازرس اصلی و زیبا سلطان پور به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت فرش آریا نگار نوین زرین (سهامی خاص)

طبق مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۶/۱۲/۷، مرکز اصلی شرکت به کاشان، شهرک صنعتی امیرکبیر، خیابان کارآفرین، خیابان ابریشم انتقال یافت.

:: شرکت صنایع پارچه ابریشمی حریرباف لنگرود (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۶/۱۲/۷، محل شرکت به لنگرود، میدان معلم، خیابان نواب صفوی، خیابان بهشتی تغییر یافت.

:: شرکت ایده آفرینان پوشاک آریا (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۲۰، شعبه شماره یک در تهران، خیابان پاسداران، خیابان شهید برادران پایدارفرد، پلاک ۵، ساختمان اداری پارسه، طبقه همکف به مدیریت سیده مریم جلیلی و شعبه شماره ۲ در تهران، بلوار میرداماد، پلاک ۳۳۴، ساختمان دانه، طبقه همکف، واحد ۵، به مدیریت سیدمهدی روغنی افتتاح شدند.

:: گروه پوشاک شکوه آزاد سپنتا (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۲۴، مریم علیشاه به سمت رئیس هیئت مدیره، هانیه امیری به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، علی محمد نعمتی به سمت مدیرعامل، محمد احسان پور به سمت بازرس اصلی و عزت کاهه به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه اخبار صنعت جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت رنگین نخ کوشا (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۳۰، صورت های مالی سال ۱۳۹۷ شامل ترازنامه و صورت سود و زیان به تصویب کلیه سهامداران رسید. روزنامه نسل فردا جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد. فیروزه دآوری به عنوان بازرس اصلی و زهرا موذنی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت تعاونی پوشاک ایمن سلامت ماهشهر

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۱۲/۱۱، صورت های مالی سال ۱۳۹۴ به تصویب رسید. سحر محمدی نژاد به عنوان بازرس اصلی و نرگس محمدی نژاد به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت ریسندگی و بافندگی صنایع پتو (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۶، عملکرد مدیر تصفیه در سال ۱۳۹۷ مورد تصویب مجمع قرار گرفت.

:: شرکت نفیس بافت اسپادانا (با مسئولیت محدود)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۷/۹/۲۸، مرکز اصلی شرکت به خمینی شهر، خیابان بهارستان، کوچه شهید محمدجهانگیری، پلاک ۵، طبقه همکف انتقال یافت.

:: شرکت تولیدی پارچه گردباف قائم بافت ایلام (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۲۴، شرکت منحل اعلام و حمیدرضا پورخلیل به سمت مدیر تصفیه انتخاب شد.

:: شرکت کیان پارس موکت هامون (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۸، محل شرکت به زابل، بلوار شهید مصطفی خمینی، خیابان شهید مطهری، پلاک ۴۶۶، طبقه همکف انتقال یافت.

:: شرکت ابریشم ريسان برنا (با مسئولیت محدود)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۲، احسان زهتاب فرد به سمت مدیرعامل و مظفر ماشینی به سمت رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند. سرمایه شرکت از مبلغ ۱۲۵۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال کاهش یافت.

:: شرکت صنایع نساجی الیاف توفیق (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مدیر تصفیه مورخ ۹۸/۵/۱۲ در اجرای ماده ۲۲۵ لایحه اصلاحی قانون تجارت مراتب ختم تصفیه شرکت مذکور اعلام می شود.

:: شرکت تعاونی تولیدی پوشاک رابطین کوثر گلستان

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۸/۲/۱۹، عزت شاکر به سمت رئیس هیئت مدیره، اعظم محمدی به سمت نائب رئیس هیات مدیره، زهرا جعفری به سمت مدیرعامل، سیده راضیه حسینی به سمت بازرس اصلی و زهرا شاکر به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. تراز نامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۴ الی ۱۳۹۷ به تصویب رسید.

:: شرکت ریسندگی و بافندگی زر ریس (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۲۴، علی محمد عادلزاده به سمت رئیس هیئت مدیره، فرشاد عادلزاده به سمت نائب رئیس هیئت مدیره و اسماعیل عادلزاده به سمت مدیرعامل تعیین شدند. روزنامه ملک جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت تولیدی بازرگانی نقش گستر ساوین (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۱۱/۱، ابراهیم خنامانی به عنوان رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل، انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا برای آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت نخ و الیاف آپادانا ابهر (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۲۶، مهدی رازقی به سمت مدیرعامل، کیانوش ذوالفقاری به سمت رئیس هیئت مدیره، امیرحسین ذوالفقاری به سمت نائب رئیس هیئت مدیره تعیین شدند.

:: شرکت شاهکار درین کاشان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۵ نرگس کریمیان به سمت رئیس هیئت مدیره، ابوالفضل مبینی به سمت نائب رئیس هیئت مدیره علیرضا مبینی به سمت مدیرعامل انتخاب شدند. سرمایه شرکت از مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ افزایش یافت.

:: شرکت الیاف پلی استر شایان دلیمان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۱۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۳۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

:: شرکت صنایع پارس موکت (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۶/۱۳، مرجان آریا مبین به سمت بازرس اصلی و محمدهادی حاجی حسینی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه ابرار جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت تعاونی بافندگی مازرون بافت

برابر صورتجلسه هیأت مدیره مورخ ۹۷/۳/۲۰، حسن افضلی به عنوان رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل، هاله جلیوند به عنوان نائب رئیس هیئت مدیره ملیکا افضلی به سمت بازرس اصلی و احسان گوراب سری به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: انجمن علمی فرش ایران

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۳/۲۷، حمید کارگر به عنوان رئیس هیئت مدیره، ایمان زکریائی به عنوان نائب رئیس هیئت مدیره، سیدجلال الدین بصام به عنوان خزانه دار، حسن خاتمی به عنوان بازرس اصلی و هادی ابوذری به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت فیدار الیاف سورن (بامسئولیت محدود)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۸/۵/۱، محل شرکت به اصفهان، خیابان خاقانی، کوچه مسجد مهدویه، بن بست گلها، پلاک ۴۹، پلاک قدیمی ۱۷، طبقه همکف انتقال یافت.

:: شرکت تعاونی تولیدی صنایع جوراب دوسیلندر تهران و حومه

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۹۸/۴/۲۶، صورت های مالی منتهی به سال ۱۳۹۷ به تصویب رسید. محمد حسین فضل الهی به عنوان بازرس اصلی و محمد و کیلی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت تعاونی صاحبان حرفه تولید کنندگان کالای تریکو تهران و حومه

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۹۸/۵/۱۴، صورت های مالی منتهی به ۱۳۹۷ به تصویب رسید. علیرضا ایران مهر سمت بازرس اصلی و حسین خلفی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت جهان فرش محتشم (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۸/۶/۲۶، مجید ثابتی به سمت رئیس هیئت مدیره، سیدحسن اسلامی به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، سیدحمید اسلامی به سمت مدیرعامل، پویان عبداللهی به سمت بازرس اصلی و مهدی اسکندری به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. محل شرکت به تهران، خیابان مولوی، پلاک ۲۹۵، ساختمان اصغر سخاوت، طبقه همکف منتقل شد. روزنامه نسل فردا جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

تاسیسات شرکت های نساجی

شرکت فرش اسپرلوس تبریز (با مسئولیت محدود)

طراحی نقشه های فرش، طراحی و تولید فرش های ماشینی و دستبافت زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، مرتضی جلیل زاده مدیرعامل و آذربایجان شرقی، شهرستان تبریز، خیابان دکتر قریب، کوچه مسجد فاطمی، کوچه صفا، پلاک ۶۴، ساختمان یاسر، طبقه چهارم مرکز اصلی شرکت است.

شرکت میعاد اطلس تجارت (سهامی خاص)

خرید و فروش، تولید و توزیع و بسته بندی و صادرات و واردات انواع پوشاک زنانه، مردانه، بچه گانه زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، یوسف پوراسد مدیرعامل و آذربایجان شرقی، تبریز، خیابان جمهوری، کوچه گچ پزان، پاساژ پیام، پلاک ۵۰، طبقه سوم مرکز اصلی شرکت است.

شرکت پردیس تجارت تسنیم (با مسئولیت محدود)

خرید، فروش، توزیع، تولید، صادرات و واردات پوشاک یکی از زمینه های فعالیت شرکت، ۳۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، شاکر افروشه مدیرعامل و تهران، شهر ری، دولت آباد، خیابان شهید مهدی مرادی، کوچه شهید سعید افشاری، پلاک ۱۱۷، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

شرکت شیک پوش آریا (سهامی خاص)

پخش و توزیع و بسته بندی کالاهای مربوط به پوشاک و منسوجات، تولید و توزیع انواع پارچه، انواع پتو، لباس کار، فرم مدارس زمینه فعالیت، مسعود صابری مدیرعامل، ۴۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه و یزد، خیابان شهید آیت الله مطهری، پلاک ۱۱ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تولیدی دایه مهر آفرین میهن (سهامی خاص)

تولید پوشاک بچه گانه زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، فهیمه خیرآبادی مدیرعامل و خراسان رضوی، مشهد، خیابان ۲۰ متری، خیابان لادن ۷، پلاک ۱۶، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تعاونی تولیدی توزیعی رایا اندیشان آلتون

تولید و توزیع پوشاک مردانه، زنانه و بچه گانه زمینه فعالیت، ۹۶۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، علیرضا قاسم زاده مدیرعامل و تهران، المهدی، خیابان یاس، خیابان شهید حمزه قاسم پور، پلاک ۳۳، طبقه دوم، واحد ۳ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت فردوسی تجارت پرنیان (سهامی خاص)

تولید پارچه و رنگ و چاپ پارچه و تکمیل آن، پتو و روتختی بیمارستانی و پارچه های صنعتی و دوخت آن، تهیه و تولید انواع پارچه پتوی مینک و نمدی، تولید انواع پارچه مصرفی بیمارستان ها، هتل ها و ... زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، اسماعیل منصوری مدیرعامل و اصفهان، الهیه، خیابان سردار شهید رحیم امینی، کوچه الهیه ۲، پلاک ۵۶۲، ساختمان آسمان، طبقه اول مرکز اصلی شرکت است.

شرکت فرش فیلسوف کاشان (سهامی خاص)

ایجاد واحد تولیدی محصولات نساجی (اعم از فرش ماشینی، فرش دستبافت، صنایع دستی، موکت، پوشاک، آهار و تکمیل محصولات نساجی، ریسندگی تولید انواع نخ از جمله نخ اکریلیک، پلی استر، ویسکوز، پنبه و پلی پروپیلن زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، حامد یوسفی مدیرعامل و کاشان، خیابان شهدای انقلاب، بلوار شهدای نوش آباد، کوچه اتحاد ۱۱، پلاک ۳، طبقه منفی ۱ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت ترمه کوک مبینا (با مسئولیت محدود)

نازک دوزی و ضخیم دوزی، دوخت انواع لباس های مجلسی و غیرمجلسی زنانه و مردانه و بچه گانه، دوخت انواع لباس های محلی، دوخت انواع سروی سهای خواب، دوخت انواع فرم های مدارس زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، حمید منصوری مدیرعامل و خوزستان، ایذه، خیابان شهیداور کی، خیابان شهید موسوی مرکز اصلی شرکت است.

شرکت هگمتان ورزش پوریای ولی (با مسئولیت محدود)

تولید، پخش و توزیع، صادرات و واردات انواع پوشاک ورزشی زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، امیر موسوی مدیرعامل و همدان، خیابان ۱۸ متری کولانچ، کوچه کبایان، پلاک ۴۸، طبقه دوم مرکز اصلی شرکت است.

شرکت رویای خوش پوشان (با مسئولیت محدود)

خرید و فروش و صادرات و واردات پوشاک زمینه فعالیت، ۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، رضا ابراهیمی مدیرعامل و تهران، کهریزک، روستای خیرآباد، خیابان لاله، بن بست شقایق، پلاک ۴، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

شرکت بهین دوخت پرنیان (با مسئولیت محدود)

خرید و فروش و واردات و صادرات، تولید و پخش انواع پوشاک، نخ و منسوجات زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، فرنگیس پناهی مدیرعامل و تهران، خیابان جمهوری، خیابان شهیدفریبرزکشور دوست، پلاک ۸، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تن پوش سنجاک (با مسئولیت محدود)

طراحی و تولید انواع لباس اعم از زنانه مردانه مجلسی و رسمی زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، مونس زینعلی مدیرعامل و سیستان و بلوچستان، شهرستان چابهار، بلوار هزار و یک شب، کوچه جهاد، پلاک ۵۲ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تعاونی نهصد و هشتاد و چهار آموزش طراحی و دوخت براننده

استادان میانداوب

تامین و اداره یک واحد آموزشی - تولیدی در زمینه آموزش طراحی دوخت و تولید انواع پوشاک زمینه فعالیت، ۱۰۵۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، بانو عزیززاده مدیرعامل و میانداوب، خیابان شهید کلاتری، خیابان شهید شیرویدی مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تامین پوشاک عباسپور (سهامی خاص)

خرید و فروش و واردات و صادرات انواع البسه و پوشاک مردانه و زنانه و بچه گانه زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، سعید عباس پور مدیرعامل و رشت، خیابان نیک، کوچه مریم، پلاک ۴۱، ساختمان میهن، طبقه پنجم، واحد ۱۰ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت آلتین یلدوز ایرانیان (با مسئولیت محدود)

خرید و فروش و پخش کت و شلوار، لباس مردانه، پیراهن و تی شرت و لباس کار زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، حمید خیاطی مدیرعامل آذربایجان شرقی، تبریز، خیابان محقق غربی، کوچه آرامیان، مجتمع تجاری امت، پلاک ۹، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

شرکت مهر روناش دوخت زاگرس (با مسئولیت محدود)

تولید پوشاک شامل تولید انواع لباس کار و البسه نظامی، لباس مدارس و آموزشگاه ها، لباس های بیمارستانی و پوشاک مردانه و زنانه و بچه گانه و انواع روبالشی و ملحفه زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، زهرا محمدی مدیرعامل و دزفول، شهرک شهیدمنتظری، خیابان بسیج، جنب پایگاه بسیج، خیابان فرعی، مرکز اصلی شرکت است.



بررسی تاثیر همزمان نمره نخ پود و طرح بافت بر خواص پارچه

سمیرا موحدی^۱ | هوشنگ نصرتی^۱

چکیده

خواص فیزیکی و مکانیکی منسوجات، همواره تعیین کننده کاربرد و مورد مصرف منسوجات می باشد. ساختار پارچه، از جمله ظرافت، تراکم نخ‌ها و طرح بافت می تواند تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر روی ویژگی‌های پارچه داشته باشد. با تغییر عوامل ذکر شده در ساختار پارچه، خواص فیزیکی و مکانیکی پارچه، تغییر می یابد.

هدف از تحقیق حاضر، بررسی تاثیر استفاده از دو نخ پود ظریف به جای یک نخ پود ضخیم در ساختار پارچه و همچنین بررسی تاثیر استفاده از طرح بافته‌های تافته و ریپس ۲/۲ تار بر خواص مکانیکی پارچه است.

به این منظور، دو نوع پارچه با طرح بافت تافته و ریپس ۲/۲ تار در نظر گرفته شد. از هر یک از طرح بافت‌ها دو نمونه تهیه گردید (یک نمونه با تراکم پودی ۱۶/cm و نمره نخ ۱۸ Ne و نمونه‌ای دیگر با تراکم پودی ۱۷/cm و نمره نخ پود ۹ Ne) به گونه‌ای که وزن واحد سطح پارچه تقریباً ثابت بماند؛ همچنین تراکم و نمره نخ تار در تمام نمونه‌ها ثابت و به ترتیب برابر ۱۷/cm و ۱۱/۴ Ne در نظر گرفته شد. در طی آزمایش‌های مورد نظر، ضخامت، مقاومت سایشی، طول خم و چروک پذیری نمونه‌ها اندازه‌گیری و بررسی شد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که با ثابت ماندن نمره نخ و تراکم پود، طرح بافت ریپس ۲/۲ تار نسبت به تافته دارای ضخامت بیشتر، زاویه بازگشت از چروک بالاتر، مقاومت سایشی کمتر و طول خم پایین تر می باشد. در مقابل، با ثابت ماندن طرح بافت و تغییر نمره و تراکم پودی، نمونه‌هایی که دارای نخ پود ظریف تر و تراکم پودی بالاتر می باشد، دارای ضخامت کمتر، زاویه بازگشت از چروک پایین تر، مقاومت سایشی بالاتر و طول خم بیشتر می باشند.

۱- مقدمه

پودی در ساختار پارچه، مقاومت سایشی کاهش می یابد. همچنین افزایش تعداد دوره‌های سایش در دستگاه مارتیندل نیز منجر به کاهش مقاومت سایشی می گردد.

در دیگر تحقیق صورت گرفته، مشاهده شده است که با افزایش تراکم پودی، نفوذپذیری هوا و زاویه بازگشت از چروک هم در راستای تار و هم در راستای پود کاهش می یابد و طول خم نمونه‌ها در هر دو راستای تار و پودی افزایش نشان می دهد.

۲- تجربیات

به منظور بررسی تاثیر همزمان ظرافت نخ پود و طرح بافت بر روی خواص مکانیکی پارچه، ۴ نمونه پارچه تولید شدند. ۲ نمونه با طرح بافت تافته و ۲ نمونه با طرح بافت ریپس ۲/۲ تار در نظر گرفته شد. از هر طرح بافت ۱ نمونه با تراکم پودی ۱۶/cm و نمره نخ ۱۸ Ne و نمونه‌ای دیگر با تراکم

پارچه‌های تار پودی از گذشته تاکنون، برای مصارف گوناگونی مورد استفاده قرار می گرفتند و از پرکاربردترین انواع پارچه‌ها می باشند. تفاوت‌های ساختاری از جمله تنوع در طرح بافت، نوع، جنس، ظرافت و تراکم نخ‌های تار و پود و تکمیل پارچه‌ها منجر به تفاوت در ویژگی‌های فیزیکی و مکانیکی پارچه می شود که تعیین کننده نوع کاربرد و قیمت پارچه می باشد. با توجه به اهمیت خواص مکانیکی پارچه، تاکنون تلاش‌های زیادی انجام گرفته است تا تاثیر ساختارهای متفاوت پارچه بر روی این خواص تعیین شود.

در یکی از مطالعات انجام شده، تاثیر ظرافت پود و طرح بافت پارچه بر مقاومت کششی و خواص نفوذپذیری آب و هوا بررسی شده است. نتایج به دست آمده بیانگر این است که در هر طرح بافت با افزایش تراکم پودی، نفوذپذیری آب و هوا کاهش و استحکام تا پارگی در جهت پود، افزایش می یابد.

در مطالعه دیگری بیان شده است که با افزایش طول فلوت‌های تار یا



جدول ۱. ویژگی نخ‌های تولید شده

نمره اسمی نخ (Ne)	نمره حقیقی نخ (Ne)	تاب در متر	نیرو تا پارگی (cN)	CV%	گرفتگی (%)	CV%	تنش کششی (gf/tex)	CV %
۹	۹,۱	۵۲۷	۴۲۷,۶۸	۳,۳۸	۹,۵۸	۷,۴۳	۶,۸۰	۳,۳۸
۱۸	۱۷,۹	۷۴۵	۱۹۴,۱۶	۴,۴۷	۸,۳۴	۳,۸۰	۶,۰۰	۴,۴۷

جدول ۲. مشخصات نمونه پارچه‌های تولید شده

کد پارچه	طرح بافت	تراکم پودی اسمی (1/cm)	تراکم پودی حقیقی (1/cm)	نمره نخ پود (Ne)	تراکم تار (1/cm)	نمره نخ تار (Ne)
تافته ۱۶	تافته	۱۶	۱۷	۱۸	۱۷	۱۱,۴
ریس ۱۶	ریس تار ۲/۲	۱۶	۱۷	۱۸	۱۷	۱۱,۴
تافته ۸	تافته	۸	۸,۰۵	۹	۱۷	۱۱,۴
ریس ۸	ریس تار ۲/۲	۸	۸,۰۵	۹	۱۷	۱۱,۴

با توجه به طول الیاف پنبه و براساس کاتالوگ ماشین چرخانه‌ای سوسن، قطر روتور، ۵۲ میلی‌متر برای این نوع الیاف، در نظر گرفته شد و بر اساس جداول استاندارد، فاکتور تاب متریک مناسب برای هر نخ با توجه به طول موثر الیاف و کاربرد نخ تولیدی، برابر با ۱۳۵ متریک، تعیین و تاب مورد نیاز هر یک از نخ‌ها با استفاده از رابطه ۱ محاسبه گشت.

پودی ۸/cm و نمره نخ ۹ Ne تولید شد؛ به گونه‌ای که تمامی نمونه‌ها دارای وزن واحد سطح تقریباً برابر باشند. در هر ۴ نمونه تولید شده، جنس نخ‌های تار، پنبه‌ای، ظرافت و تراکم نخ تار ثابت و به ترتیب معادل ۵۲tex و ۱۷/cm می‌باشد. در ابتدا عملیات ریسندگی به وسیله ماشین ریسندگی چرخانه‌ای برای تهیه نخ پود انجام شد.

مواد اولیه مورد استفاده، فتیله پنبه‌ای کارد شده توسط ماشین کارد C60 با نمره ۴/۹۳ کیلو تکس، طول موثر الیاف پنبه ۲۹ میلی‌متر و ظرافت الیاف ۱/۷tex بود. رابطه ۱

جدول ۳. نام دستگاه و استاندارد مورد استفاده در هر آزمایش

نام آزمایش	نام دستگاه مورد استفاده	استاندارد مورد استفاده
وزن واحد سطح	ترازوی دیجیتال با دقت ۴ رقم اعشار	ASTM D 3776
ضخامت	ضخامت سنج دیجیتال شرلی	ASTM D 1777-664
مقاومت سایشی	سنجش سایش پارچه‌ی تبر	ASTM D 3884
بازگشت از چروک	زاویه بازگشت از چروک پارچه شرلی	BS 11
طول خمشی	طول خمش شرلی	ASTM D 1388



جدول ۴. وزن واحد سطح نمونه پارچه‌ها

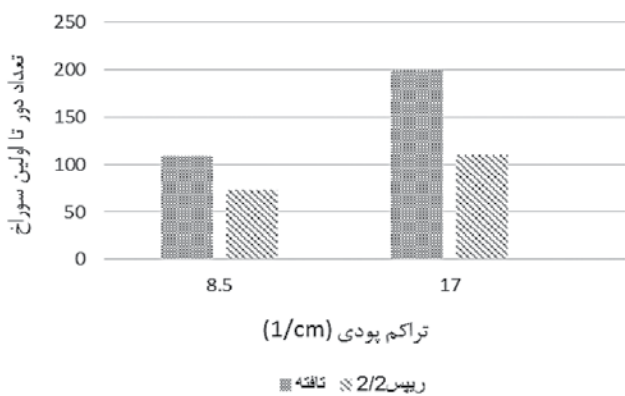
ریس ۸	تافته ۸	ریس ۱۶	تافته ۱۶	کد پارچه
۱۴۷٫۷۸	۱۴۴٫۱۷	۱۴۴٫۳۷	۱۴۸٫۹۸	میانگین وزن واحد سطح (g/m ²)
۶٫۴	۱٫۵	۱٫۴	۴٫۱	cv%

۳-۱- وزن واحد سطح پارچه پس از تهیه نخ‌های پود مورد نیاز، عملیات بافندگی بر روی ماشین راپیری با توجه به نمرات و تراکم‌های پودی مورد استفاده، مشاهده می‌شود که وزن واحد سطح پارچه‌ها، بسیار نزدیک به یکدیگر می‌باشد. صورت گرفت.

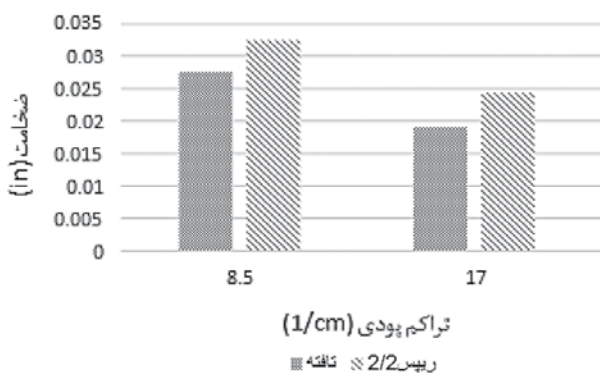
۳-۲- ضخامت پارچه در هر طرح بافت، با استفاده از نخ پود ضخیم‌تر، ضخامت پارچه افزایش می‌یابد و در یک تراکم و ظرافت پود ثابت، ضخامت طرح بافت ریس ۲/۲ بیشتر از تافته می‌باشد. علت این امر را می‌توان این‌گونه تحلیل کرد که در بافت تافته، بافت‌رفتگی

۳- بحث و نتایج

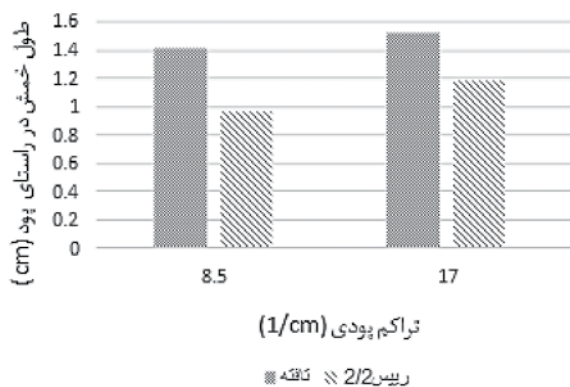
با استفاده از نمونه پارچه‌های تولید شده و آزمایش‌های صورت گرفته، تاثیر طرح بافت، نمره و ظرافت نخ پود بر ویژگی ضخامت، مقاومت سایشی، چروک‌پذیری و طول خم پارچه بررسی شد.



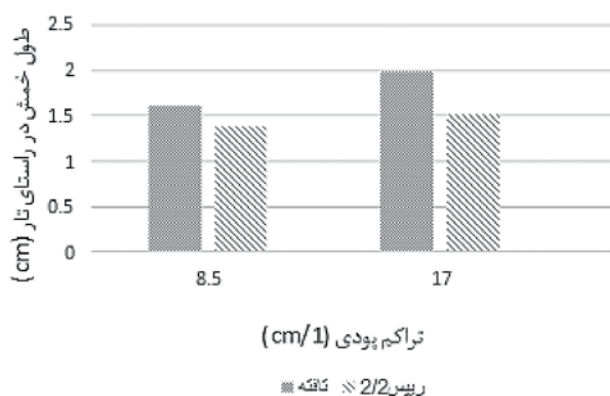
شکل ۲. تاثیر طرح بافت، ظرافت و تراکم پود بر مقاومت سایشی

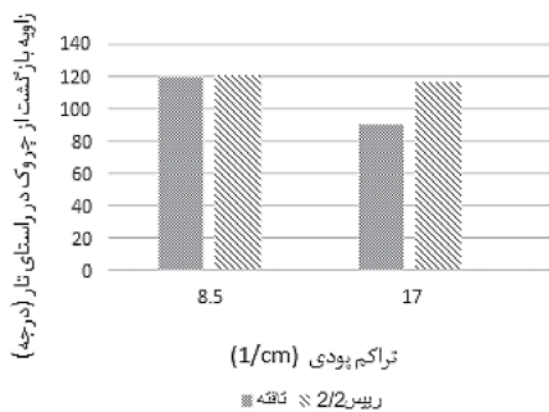
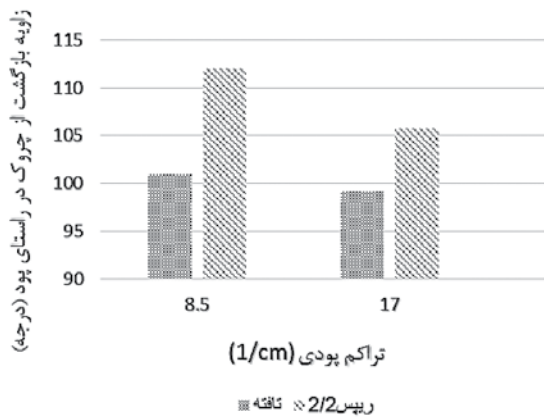


شکل ۱. تاثیر طرح بافت، ظرافت و تراکم پود بر ضخامت پارچه



شکل ۳- الف: تاثیر طرح بافت، ظرافت و تراکم پود بر چروک‌پذیری پارچه در راستای پود





شکل ۴- الف: تاثیر طرح بافت، ظرافت و تراکم پود بر طول خم پارچه در راستای پود و ب: تاثیر طرح بافت، ظرافت و تراکم پود بر طول خم پارچه در راستای تار

به این ترتیب که طول‌های خمشی بالاتر، معرف سختی خمشی بیشتر می‌باشد. با توجه به نتایج آزمایش طول خمش، مشاهده می‌شود که در یک نمره و تراکم ثابت نخ پود، طرح بافت تافته، در هر دو راستای تار و پود، طول خم بیشتری از رییس ۲/۲ دارد. چراکه در این حالت بافت‌رفتگی در طرح بافت تافته بیشتر از رییس ۲/۲ می‌باشد در یک طرح بافت ثابت، با ظریفتر شدن نخ پود و افزایش تراکم پودی، طول خمش نمونه‌ها هم در راستای تار و هم در راستای پود، افزایش می‌یابد، زیرا در این حالت میزان بافت‌رفتگی نخ‌ها در پارچه افزایش یافته و پارچه سفت‌تر می‌شود و در برابر خم، مقاومت بیشتری از خود نشان می‌دهد. طول خم در راستای تاری کد پارچه رییس ۱۶ بسیار نزدیک به کد پارچه تافته ۸ می‌باشد. این موضوع با توجه به وزن واحد سطح تقریباً برابر و طول فلوت‌های تاری تقریباً مشابه این دو نمونه پارچه توجیه‌پذیر است.

۴- نتیجه‌گیری

- با ثابت ماندن طرح بافت و تغییر همزمان نمره و تراکم پودی، نمونه‌هایی که دارای نخ پود ظریف‌تر و تراکم پودی طرح بافت رییس ۲/۲ تاری نسبت به تافته دارای ضخامت بیشتر، زاویه بازگشت از چروک بالاتر، مقاومت سایشی کمتر و طول خم پایین‌تر می‌باشد.

- با ثابت ماندن طرح بافت و تغییر همزمان نمره و تراکم پودی، نمونه‌هایی که دارای نخ پود ظریف‌تر و تراکم پودی بالاتر می‌باشند دارای ضخامت کمتر، زاویه بازگشت از چروک پایین‌تر، مقاومت سایشی بالاتر و طول خم بیشتر می‌باشند.

- نمونه تافته ۸ (با تراکم ۸/۵ و نمره نخ Ne ۱۸) و رییس ۱۶ (با تراکم ۱۷ و نمره نخ Ne ۹) در برخی خواص از جمله مقاومت سایشی و طول خمش در راستای تار، مشابه بودند که این موضوع به دلیل وزن واحد سطح و وجود فلوت‌های تاری، تقریباً برابر، قابل توجیه است.

پی‌نوشت:

۱- دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر

نخ‌های تار و پود بیشتر از رییس ۲/۲ می‌باشد؛ در حالی که طول فلوت‌های تاری در رییس ۲/۲ بیشتر از تافته است.

۳-۳- مقاومت سایشی پارچه

در یک تراکم و ظرافت ثابت نخ، نمونه‌ای با طرح بافت رییس ۲/۲ مقاومت سایشی پایین‌تر از طرح بافت تافته دارد، که این امر می‌تواند به دلیل وجود فلوت‌های تاری بلندتر در بافت رییس ۲/۲ باشد. همچنین در هر طرح بافت، با استفاده از نخ پود ضخیم‌تر، مشاهده می‌شود که مقاومت سایشی پارچه کاهش می‌یابد. علت این امر را می‌توان این گونه تحلیل کرد که زمانی که ضخامت نخ پود دو برابر می‌شود، هر بار که نخ تار در زیر یا روی نخ پود واقع می‌شود طول فلوت تاری ایجاد شده، بلندتر از زمانی است که از نخ پود ظریف‌تر استفاده می‌شود. نمونه‌های رییس ۲/۲ با تراکم پودی ۱۷/cm و تافته با تراکم پودی ۸/۵/cm به دلیل طول فلوت‌های تاری تقریباً یکسان، دارای مقاومت سایشی نزدیک به هم می‌باشند.

۳-۴- چروک‌پذیری پارچه

به منظور بررسی چروک‌پذیری پارچه، زاویه بازگشت از چروک نمونه‌ها اندازه‌گیری گشت؛ با در نظر گرفتن این موضوع که زاویه بازگشت از چروک بیشتر، به معنای چروک‌پذیری کمتر می‌باشد. در یک تراکم و ظرافت پود ثابت، طرح بافت رییس ۲/۲ تاری در هر دو راستای تار و پود نسبت به تافته، زاویه بازگشت از چروک بیشتری دارد زیرا بافت‌رفتگی کمتر نخ‌های تار و پود در این نمونه‌ها فضای آزاد بیشتری ایجاد می‌کند و نخ‌ها در این ساختار، آزادتر می‌باشند. همچنین در یک طرح بافت مشخص، نمونه‌ای که دارای نخ پود ضخیم‌تر و تراکم پودی کمتر می‌باشد، در هر دو راستای تار و پود، زاویه بازگشت از چروک بیشتری دارد. علت این امر نیز مجدداً به بافت رفتگی کمتر نخ‌ها و ساختار آزادتر پارچه در تراکم‌های پایین برمی‌گردد.

۳-۵- مقاومت خمشی

برای نمونه‌های دارای وزن‌های یکسان، می‌توان از طول خمش به عنوان معیاری برای سنج میزان سختی خمشی پارچه استفاده نمود.



IN THE NAME OF GOD
NASSAJI EMROUZ
IRANIAN SCIENTIFIC, TECHNICAL
AND INDUSTRIAL TEXTILE JOURNAL
MONTHLY MAGAZINE
Vol.22, No. 204, February 2020
ISSN 1735-2177

Index

■ Editorial

Boycotts of textile industry of complications ahead /Publisher2

■ Viewpoint

Let's not miss the future/A.Sheibani3

Manufacturing situation is unstable/M.Zabeti5

Constant participation in global events and achievement in developing export markets/S.Monzavizadeh.....7

Heimtextil 2020 at a glance/S.Haghighi10

Difficult conditions onward/Gh.Salamati13

Staying on production and competition, like splitting the moon/A.Rezaei15

Challenging consumer requirements and offering fresh designs in world of floor coverings/Sh.Shahbabaee 20

■ Report

We are in a full-blown economic struggle/M.Bayani22

Non-oil export; a solution to circumvent sanctions/ A. Emami Raouf38

Competiveness, is the guarantee of industry vitality/ A. Bagheri.....43

Exploring Iran's opportunities ahead in Eurasia Union/ Sh. Emami Raouf.....48

■ Special Report

Economic evaluation of cotton production in Iran/Department of agriculture infrastructure studies, Research Center of Islamic Consultative Assembly56

■ Information

Innovation in green chemical materials production/A.Movahed61

■ Iran Textile Specialists Association

The 13th international textile exhibition and 2end exhibition for fashion, clothing and shoe industries in Esfahan62

The position of creativity in economy growth/M.Moghaddasi64

Preferential trade with Eurasia needs to be revised/A.Haeri66

■ History of Iran textile industry

Research on development of Iranian apparel in different era/A.Shirzadeh68

■ Textile news

■ Textile technology

Investigation of weft yarn score and texture design effect on fabric properties/ S.Movahedi, H.Nosrati..... 92

■ Subscription

Publisher and general director:

S.Sh. Emami Raouf

Editor in chief:

S.J.Ghadiri

Correspondents:

M.Bayani (Editor)

A.Emami

Editorial Board:

Sh. Kazemi

M. Shanbeh

M. A. Tavanaie

Information and scientific editor:

A. Movahed

International Relations manager:

T.Molana

Advisory Board:

Dr.Ekrem Hayri Peker

Public relations and advertising Director:

S.Z. Tabatabaee

Contributors:

H.Amini

A.H.Emami

Subscription:

M.Darvish

Design & Infographic:

S.Nezam Eslami

Lay out:

Nassaji Emrouz

Published:

Karafarinan

+98 (021) 88808229

Website:



Telegram:

