

- ۵۸ - تصاحب بازارهای بین‌المللی با طراحی مدرن
- ۶۱ - فیک فروشی برند برای تامین اجاره‌های میلیونی
- ۶۳ - نگاهی به برترین صادرکنندگان جهانی لباس کودک

*** دنیای نساجی**

- ۶۴ - مارزولی: پیش به سوی نسل چهارم نرم‌افزارهای تولید
- ۶۶ - تحول پوشاک ورزشی با استفاده از فناوری نانو
- ۶۸ - ساخت قوی‌ترین ابریشم مصنوعی جهان

*** تولید و تجارت پنبه**

- ۷۰ - گزارش ماهانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (اول نوامبر ۲۰۱۷)
- ۷۲ - کیسه‌های پلاستیکی، بالای جان طلای سفید
- ۷۴ - رشد ۵۰ درصدی واردات نخ پنبه

*** تحلیل اقتصادی**

- ۷۵ - وام درمانی و گره کور تولید که باز نشد
- ۷۶ - رانت و فساد اقتصادی، مانع بهبود محیط کسب و کار
- ۷۸ - نرخ ارز: ثبات آری، سرکوب نه
- ۸۰ - صادرات و نرخ ارز
- ۸۲ - چرا احساس بی‌ثباتی می‌کنیم؟

*** مدیریت، بازاریابی**

- ۸۴ - مشتری واقعا چه چیزی از یک شرکت می‌خواهد؟
- ۸۶ - ۸ نکته مؤثر در جذب سرمایه‌گذار برای کسب‌وکارهای نوپا

*** بخش انگلیسی**

۸۹

*** سرمقاله**

- ۲ - چرا تولید و سرمایه‌گذاری در کشور رونق نمی‌گیرد؟

*** خبرنامه**

۴

*** گزارش**

- ۱۲ - هم‌اندیشی قائم مقام وزیر صنعت با انجمن صنایع نساجی ایران
- ۱۵ - نشست نمایندگان تشکل‌های نساجی با رییس اتاق ایران
- ۱۸ - توسعه صنعت پوشاک با محوریت طراحی
- ۲۰ - رایزنی برای مرادوات تجاری قانونی و عادلانه
- ۳۱ - گزارش سالانه بخش پنبه و صنایع وابسته ازبکستان در ۲۰۱۷
- ۳۳ - گزارشی از آخرین وضعیت کارخانه پلی‌اکریل اصفهان
- ۳۴ - گزارش بانک جهانی از شتاب رشد اقتصادی ایران
- ۳۶ - آخرین وضعیت الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی
- ۳۸ - ال‌سی وایکیکی تامین آزمایشی پوشاک از ایران را آغاز کرد
- ۴۰ - افق شاخص‌های اقتصادی ایران تا سال ۲۰۲۰
- ۴۲ - عملکرد بخش منسوجات و پوشاک در نیمه اول ۹۶

*** دیدگاه**

- ۴۳ - حمایت تولیدکنندگان پوشاک از واردات قانونی / سومبات هاکوپیان
- ۴۵ - ایرانی، جنس ایرانی بفروش!

*** گزارش ویژه**

- ۴۹ - نزول ۴ پله‌ای رتبه کسب و کار ایران
- ۵۲ - محیط کسب و کار؛ کاهش رتبه ایران و فرصت‌های ازدست رفته
- ۵۳ - ماجرای کسب‌وکار در ایران؛ داشته‌های هدررفته

*** پوشاک**

- ۵۵ - کدام برندهای پوشاک مجوز فعالیت دارند؟



صاحب امتیاز و مدیر مسئول: مهندس جمشید بصیری

مسئول اجرایی تحریریه: مهندس علیرضا هاشمی

ویراستار مقالات فنی: مهندس محمد نیک پنجه

طراح و صفحه‌آرا: حمیدرضا قائمی

مسئول روابط عمومی: سعیده شکوری

هم‌اھنگی و اجرا: مهندس حسین کیانی

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

کافقی، نیما بصوری، زهرا طهرانی، سیرآتوش موسوی، سمیه علی اصغری، سیدحسین علوی لنگرودی

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

تلفن: ۷۷۶۹۱۸۵۳

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

مدیریت هنری و نظارت برچاپ: طرح سازگور / www.tsjir.com

جذب آگهی: گروه یاران



چرا تولید و سرمایه‌گذاری در کشور رونق نمی‌گیرد؟

جمشید بصیری

تحقق این اهداف، سبب علامت‌دهی و هدایت منابع و سرمایه‌های کشور به سمت بخش‌های تولیدی و صنعتی منتخب خواهد شد و متعاقباً حمایت‌های دولت نیز به سمت همین صنایع سوق پیدا خواهد کرد.

معضل و مانع جدی دیگری که در مسیر تولید و سرمایه‌گذاری در کشور قرار دارد، محیط کسب و کار نامساعد است که عرصه را برای هرگونه فعالیت تولیدی و صنعتی تنگ کرده است. در اینجا لازم است به جدیدترین گزارش بانک جهانی در ارتباط با سهولت کسب‌وکار در جهان اشاره کنیم که بر اساس آن، ایران با ۴ پله نزول نسبت به گزارش سال قبل، در رده ۱۲۴ بین ۱۹۰ کشور جهان قرار گرفته است. وجود قوانین مزاحم و دست و پاگیر در مسیر انجام کسب‌وکار از جمله مشکلات دریافت مجوزهای مختلف، فشار ناشی از سازمان‌های مختلف نظیر تامین اجتماعی و سازمان مالیاتی، هزینه بالای دریافت اعتبارات و تسهیلات از سیستم بانکی، و هزینه بالا و مشکلات دریافت انشعابات مختلف و ... از جمله مواردی هستند که در این زمینه می‌توان بدانها اشاره کرد. قطعاً در چنین فضایی انگیزه برای فعالیت‌های تولیدی کاهش می‌یابد و شرایط برای حضور در فعالیت‌های غیرمولد مهیا می‌گردد.

نکته مهم دیگر، مشکل تامین مالی و سرمایه در گردش بنگاه‌های تولیدی-صنعتی و همچنین

توسعه‌ای و استراتژی توسعه صنعتی مناسب است. تاکنون ۵ برنامه توسعه‌ای در کشور تدوین و به اجرا گذشته شده اما متأسفانه هیچکدام از این برنامه‌ها نتوانسته‌اند کشور را در مسیر تحول صنعتی و توسعه پایدار قرار دهند. عدم هماهنگی بین سیاست‌های مندرج در برنامه‌ها با برنامه‌های اجرایی تدوین شده، تعدد اهداف و عدم اولویت‌بندی آنها، نبود آینده‌نگری و نگاه بلندمدت، عدم توجه به مشارکت فعالان بخش خصوصی و کارآفرینان، کنار گذاشته شدن و تغییر برنامه‌ها با تغییر دولت‌ها و ... از جمله مهم‌ترین مشکلات برنامه‌های توسعه‌ای در ایران محسوب می‌شوند. در کنار این موارد، باید به فقدان استراتژی توسعه صنعتی مناسب در کشور اشاره کرد و به جز تدوین استراتژی توسعه صنعتی در سال ۱۳۸۲ که آن هم هیچ‌گاه اجرا نشد، تلاش قابل توجه دیگری در این زمینه صورت نگرفته است.

البته در سنوات گذشته برنامه‌هایی در غالب سند راهبردی برای صنایع مختلف از جمله صنایع نساجی و پوشاک تدوین شده که این اسناد هم جز اشاره به کلیات و درج اهداف کلی، نکته درخور توجهی نداشته‌اند. این در حالی است که دانستن اولویت‌های صنعتی و صنایع دارای مزیت کشور، تعیین دقیق نیازها و الزامات رشد و توسعه آنها در قالب اهداف کمی و زمان‌بندی شده، و از همه مهم‌تر تنظیم برنامه‌های اجرایی مناسب برای

سال‌های متمادی است که اقتصاد ایران متکی به درآمدهای نفتی اداره می‌شود و از این رو، به نحوی سمت‌وسو پیدا کرده که بخش‌های تولیدی-صنعتی که می‌توانند موتور توسعه کشور باشند، به شدت مهجور مانده‌اند و در عوض بخش‌های نامولد و سوداگرانه رشد چشمگیری داشته‌اند. در چنین شرایطی اکثر سرمایه‌گذاران نیز تمایل چندانی برای ورود به بخش‌های تولیدی و مولد نداشته و به سرمایه‌گذاری در بخش‌های غیرمولد و فعالیت‌های سوداگرانه با بازدهی بسیار بالاتر و ریسک کمتر سوق پیدا کرده‌اند. برای برون‌رفت از این شرایط، این دولت است که وظیفه دارد با اصلاح ساختاری در کشور و اعمال سیاست‌های مشوق تولید، به اصلاح جریان حرکت سرمایه‌ها در کشور بپردازد و سرمایه‌ها را از بخش‌های نامولد به سمت فعالیت‌های تولیدی و صنعتی هدایت کند.

نگاهی کلی به موانع اصلی تولید و سرمایه‌گذاری در ایران نشان می‌دهد اگرچه این موانع و چالش‌ها متعدد و گسترده هستند ولی برخی از آنها از اهمیت بیشتری برخوردار بوده و باید در اولویت دست‌اندرکاران کشور قرار بگیرند که در ادامه به اهم مشکلات و موانع اصلی تولید و سرمایه‌گذاری در ایران اشاره می‌گردد.

یکی از مهم‌ترین الزامات و پیش‌نیازهای تولید و سرمایه‌گذاری در کشور، داشتن برنامه‌های

پنبه باکیفیت و باقیمت مناسب کوتاه کرده است (خوشبختانه به گفته مدیرکل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت قرار است این تعرفه به ۵ درصد کاهش یابد که امیدواریم هرچه زودتر این مهم تحقق یابد).

همین سیاست‌های تجاری نامطلوب در کنار سایر مسائل و مشکلات گریبانگیر بخش تولید، به رونق و تشدید قاچاق کالا در کشور منجر شده است. همانطور که بارها و بارها ذکر شده، بخش عمده‌ای از دلایل بروز قاچاق در کشور به انگیزه‌های اقتصادی و سودآوری آن بازمی‌گردد. از این رو، اصلاح محیط کسب‌وکار و تجارت به نفع بخش تولید، کاهش هزینه‌های تجارت خارجی، و بهینه‌سازی نظام تعرفه‌ای از اصلی‌ترین راهبردهای پیشگیری از قاچاق بوده و لازم است از طریق حمایت کارآمد و موثر از واحدهای تولیدی و صنعتی و تلاش برای کاهش هزینه‌های تولید و تامین مواد اولیه این واحدها، رقابت‌پذیری کالای ایرانی از نظر قیمت و کیفیت افزایش یابد تا در نهایت، انگیزه اقتصادی برای قاچاق کالای مشابه به کشور، از بین برود.

به هر ترتیب، مواردی که ذکر شده‌اند برخی از مهم‌ترین موانع پیش روی تولید و سرمایه‌گذاری در کشورمان به شمار می‌روند که عرصه را بر تولیدکنندگان، صنعتگران و کارآفرینان کشور به خصوص در بخش خصوصی تنگ کرده‌اند. بدیهی است سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی نیز که به دنبال فضای امن و پرسود برای سرمایه‌گذاری می‌گردند، با مشاهده مشکلات موجود، فضا را برای سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی و مولد مناسب ندانسته و عطای هرگونه فعالیت تولیدی-صنعتی را در کشور به لقای آن می‌بخشند. بر همین اساس، لازم و ضروری است که هرچه سریع‌تر تصمیمات و تدابیر مناسب و موثری برای اصلاح قوانین و مقررات و ساختارهای ناکارآمد فعلی در زمینه‌های ذکر شده و دیگر زمینه‌ها اتخاذ شوند تا شرایط برای فعالیت بنگاه‌های تولیدی و ورود سرمایه‌گذاران جدید به عرصه تولید و صنعت کشور فراهم گردد.

موضوع مهم دیگری که لازم است بدان اشاره کرد، مالیات‌هاست. در پی رکود شدید حاکم بر اقتصاد ایران در چند سال گذشته، این انتظار می‌رفت که در خصوص مالیات بخش‌های تولیدی-صنعتی بازنگری‌هایی صورت گیرد و در مقابل، بخش‌هایی که تاکنون به نوعی از پرداخت مالیات معاف بوده‌اند یا به دلیل شفاف نبودن فعالیت اقتصادی یا ناکارآمدی سیستم مالیات‌ستانی، مالیاتی پرداخت نمی‌کرده‌اند، مورد هدف قرار بگیرند. اما متأسفانه نه تنها چنین اتفاق رخ نداده، بلکه مالیات بر ارزش افزوده به یکی از بزرگترین دغدغه‌ها و تنگناهای واحدهای تولیدی و صنعتی تبدیل شده و اکثر واحدهای تولیدی تاکنون راه‌گریزی از آن نداشته‌اند. البته مشکلات این عرصه صرفاً معطوف به ارزش افزوده نیست بلکه به طور کلی نظام مالیاتی ایران ناکارآمد است. پیچیدگی و جامع نبودن قوانین و مقررات، ضعف ضمانت اجرایی قوانین، ناکارآمدی بخشنامه‌ها و رویه‌های اجرایی به طوری که بخشنامه رسمی دولت توسط واحدهای زیرمجموعه اجرا نمی‌شود، معافیت‌های گسترده مالیاتی گسترده و ... از جمله مهم‌ترین مشکلات نظام مالیاتی کشور است که متأسفانه دود این ناکارآمدی‌ها و کمبودها عمدتاً در چشم فعالان اقتصادی شناسنامه‌دار و بنگاه‌های تولیدی بخش خصوصی رفته و می‌رود. علاوه بر مواردی که تاکنون ذکر آن رفت، باید به سیاست‌های تجاری نامناسب در کشور و عدم عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی اشاره کرد که باعث شده از یک طرف دسترسی واحدهای تولیدی به مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای تولید، گران و پرهزینه باشد و از طرف دیگر، امکان حضور در بازارهای صادراتی با عوارض صفر گمرکی از تولیدکنندگان کشور سلب شود. به طور کلی، نظام تعرفه در ایران دارای شرایط مطلوبی نیست و با معیارهای یک نظام تعرفه‌ای مطلوب فاصله دارد. به عنوان نمونه، می‌توان به اعمال تعرفه ۱۰ درصدی برای واردات پنبه در کشور اشاره کرد که دست واحدهای ریسندگی را از

نرخ بالای تسهیلات بانکی است که با وجود کاهش اسمی به ۱۸ درصد، عملاً نزدیک به ۳۰ درصد تمام می‌شود. طبیعی است با توجه به شرایط اقتصادی و رکود حاکم بر اقتصاد کشور، واحدهای تولیدی برای تامین سرمایه در گردش و نقدینگی مورد نیاز خود نیازمند تسهیلات بانکی هستند ولی متأسفانه شرایط به نحوی است که حتی اگر موفق به دریافت این تسهیلات شوند، قادر به بازپرداخت آن به بانک‌ها در زمان مورد انتظار نخواهند بود. طبق آمار سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی، دلیل تعطیلی حدود ۷۰ درصد از واحدهای غیرفعال شهرک‌ها، کمبود نقدینگی اعلام شده است و همین آمار، حاکی از نیازی است که از سوی نظام بانکی بدون پاسخ گذاشته شده است.

معضل مهم دیگر، نوسانات نرخ ارز است که هر از چند گاهی در اقتصاد کشور خودنمایی می‌کند. علیرغم اهمیت و حساسیتی که نرخ ارز و تغییرات آن در اقتصاد ایران دارد، همواره بخش‌های تولیدی و مولد کشور، از نوسانات و افزایش ناگهانی آن متحمل صدمات جبران‌ناپذیری شده‌اند. به خصوص اینکه بخش عمده‌ای از صنایع کشور صادراتی نیستند و به همین خاطر، بالا رفتن نرخ ارز بیشتر به افزایش هزینه تولیدات آنها منجر می‌شود که وابسته به واردات مواد اولیه، واسطه‌ای و سرمایه‌ای است. البته تردیدی نیست که نرخ ارز واقعی باید بر اساس شرایط بازار تعیین شود و تجربه ثابت کرده که سرکوب این نرخ به صورت دستوری، بعد از مدتی به جهش فنر قیمت ارز و افزایش ناگهانی آن منجر شده است لذا ثبات نرخ ارز بیش از رقم آن، برای فعالان اقتصادی کشور حایز اهمیت است تا بتوانند متناسب با آن، برنامه‌ریزی بلندمدتی برای فعالیت تولیدی و صنعتی خود داشته و به تنظیم هزینه‌ها و مخارج خود و عقد قرارداد با مشتریان بپردازند. بر همین اساس، تداوم نوسانات نرخ ارز آنطور که در سنوات اخیر شاهد آن هستیم، قطعاً یک مانع جدی و سیگنال منفی برای هرگونه سرمایه‌گذاری و فعالیت تولیدی جدید در کشور خواهد بود.



نامه تشکلهای نساجی و پوشاک کشور به وزیر صنعت

۲- علیرغم گذشت بیش از یک سال از ابلاغ این دستورالعمل متأسفانه جریانهای سازمان یافته قاچاق پوشاک به کشور با ترفندهای مختلف تا به امروز مانع از اجرای کامل و همه جانبه آن شده‌اند. بدیهی است با ادامه این روند هر روز فضای رقابت برای پوشاک تولید داخل محدودتر شده و تولیدکنندگان فعال در زنجیره تأمین صنعت پوشاک، شامل کارخانجات تولید الیاف، ریسندگی، بافندگی، رنگرزی، چاپ و تکمیل و در نهایت پوشاک سهم بیشتری از بازار خود را از دست خواهند داد.

۳- جریانهای سازمان یافته قاچاق پوشاک بطور موازی با تغییر ماهیت فعالیت خود سعی دارند با توجه به ضعف قوانین و تغییر ماهیتی کارکرد مناطق آزاد، در قالب تجارت b2b، ریسک فعالیت‌های غیرقانونی خود را به خریداران منتقل کنند. سابقه این تخلفات در سالهای گذشته نیز وجود داشته است. دبیرخانه تغییر برخی قوانین مربوط به مناطق آزاد و شناسنامه دار نمودن فعالیت این مناطق و تعیین میزان واردات از طریق تنجی و کوله‌بری را در این میان مؤثر می‌داند.

۴- متأسفانه در روزهای اخیر با هدف سنگ اندازی در اجرای دستورالعمل، هر روزه آمارهای عجیب و غیرمستند از میزان پوشاک مورد نیاز کشور و عدم توانمندی تولیدکنندگان در تامین پوشاک مورد نیاز مردم ارائه می‌شود. دبیرخانه مشترک متشکل از ۲۰ هزار عضو صنعتی و صنفی، ضمن اعلام حمایت از ورود قانونی برندهای خارجی در چارچوب دستورالعمل به کشور، آمادگی خود را جهت افزایش تولید و تامین پوشاک مورد نیاز هموطنان عزیز اعلام می‌دارد.

لازم به ذکر است این نامه به امضای تشکلهای ذیل رسیده است: اتحادیه تولید و صادرات نساجی ایران، انجمن صنایع نساجی ایران؛ انجمن صنایع پوشاک ایران؛ اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان کالای کشاف، جوراب و کاموا؛ اتحادیه پیراهن دوزان و پیراهن فروشان؛ اتحادیه خیاطان زنانه و مردانه؛ انجمن صنایع همگن نساجی البرز؛ انجمن صنایع نساجی و پوشاک مازندران؛ انجمن طراحان لباس و پارچه ایران.

اعضای دبیرخانه مشترک تشکلهای صنفی و صنعتی پوشاک ایران با ارسال نامه ای به وزیر صنعت خواستار بررسی دستورالعمل نحوه ثبت برندهای خارجی پوشاک در کشور شدند. متن کامل این نامه بدین شرح است:

مقام عالی وزارت صنعت، معدن و تجارت
جناب آقای محمد شریعتمداری

احتراماً بدینوسیله ضمن تشکر از مواضع روشن و شفاف حضرتعالی در خصوص مقابله با قاچاق گسترده و سازمان یافته پوشاک به کشور، بدینوسیله اعضای دبیرخانه مشترک تشکلهای صنفی و صنعتی پوشاک ایران موارد ذیل را در خصوص دستورالعمل ثبت برندهای خارجی پوشاک به استحضار آن مقام محترم می‌رسانند:

۱- کلیه اعضای دبیرخانه ضمن حمایت کامل خود از مفاد دستورالعمل هرگونه تغییر و تأخیر در اجرای آن را ضربه ای جبران ناپذیر به بدنه صنعت پوشاک کشور دانسته و از جنابعالی خواهان مقابله با آن هستیم.





مدارک مورد نیاز را در چارچوب دستورالعمل جدید ارائه نکرده بودند.

۷- طبق اطلاع ارایه شده از سوی مرکز اصناف و بازرگانان؛ تعداد ۱۲۷ درخواست جهت دریافت گواهی فعالیت نمایندگی پوشاک به آن مرکز رسیده و تاکنون تعداد ۱۷ برند خارجی مطرح دنیا با انجام مراحل لازم موفق به اخذ گواهی فعالیت در کشور شده‌اند و ۱۴ متقاضی نیز در حال تکمیل مدارک خود هستند.

۸- در راستای بهبود فضای کسب و کار، نظام توزیع و عرضه کالای نساجی و پوشاک این مهم از طریق کارگروه منسوجات و پوشاک با موضوع تهیه شناسه و شناسنامه کالا (براساس ماده ۱۱ آیین‌نامه اجرایی شناسه‌های کالا و رهگیری کالا موضوع ماده (۱۳) قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز و تبصره ۲ ماده ۷ دستورالعمل واردات پوشاک) ایجاد ارتباط برخط جهت تبادل اطلاعات و همچنین تهیه دستورالعمل طرح رهگیری در این زمینه با برگزاری بیش از ۲۸ جلسه فنی و ۱۷ جلسه کارشناسی رفع اشکالات، در حال پیگیری است.

جوابیه

وزارت صنایع به نامه تشکلهای نساجی و پوشاک

۱- هماهنگی لازم جهت صدور ثبت سفارشات پوشاک بر اساس ضوابط دستورالعمل

۲- برگزاری جلسات هماهنگی با نمایندگان برندها و تشویق آنها برای رعایت ضوابط دستورالعمل و ارائه راهکارهای لازم از جمله در ارتباط با لزوم دریافت پروانه کسب برای کلیه فروشگاه‌های متقاضیان گواهی فعالیت به نام دارنده گواهی فعالیت، الزام به ثبت و درج تعداد و نشانی فروشگاه‌های (شعب) متقاضیان گواهی فعالیت در سامانه مرکز امور اصناف، الزام دارندگان گواهی فعالیت به معرفی توزیع کنندگان غیرمجاز (همان برند) به سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان

۳- تعیین ضوابط مربوط به درون‌سپاری و سرمایه‌گذاری برندها و نحوه نظارت آن موضوع اجرای ماده (۳) دستورالعمل

۴- بازرسی و بررسی میدانی توسط اداره کل بازرسی و مبارزه با قاچاق کالا و سازمان حمایت از برندها و ارائه گزارش آن

۵- تعیین مهلت برای برندهایی که قبل از صدور دستورالعمل گواهی فعالیت دریافت کرده‌اند، به منظور انطباق با دستورالعمل جدید

۶- تمدید مجدد مهلت به برندهای که در اجرای دستورالعمل موفق به ارائه مدارک مثبت نشده بودند و ابطال گواهی افرادی که

مهندس افسانه محرابی مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت در واکنش به انتشار نامه تشکلهای نساجی و پوشاک به وزیر صنعت به ارائه توضیحاتی پرداخته است. متن توضیحات وزارت صنعت به شرح زیر است:

- ساماندهی واردات پوشاک صاحب برند در اولویت اول از مبادی ورودی تا سطح توزیع و عرضه بر اساس دستورالعمل مورخ ۱۳۹۵/۶/۱۷ مقام عالی وزارت ابلاغ شده است.

- براساس دستور مقام محترم وزارت در مورخ ۹۵/۱۱/۲۰ کارگروه پیگیری و اجرایی نمودن و رفع موانع این دستورالعمل به ریاست مشاور وزیر در امور صنایع نساجی، پوشاک و چرم تشکیل گردید که تاکنون ۱۷ جلسه با حضور اعضا برگزار شده است.

- جلسات متعدد با حضور معاونین و مسئولین بخش‌های ذیربط وزارتخانه، انجمن‌ها و تشکلهای صنفی و صنعتی پوشاک درخصوص چگونگی اجرای دستورالعمل مذکور برگزار که وظایف بخش‌های مختلف مشخص گردیده است. بدین ترتیب کارگروه مذکور که نمایندگان تشکلهای تولیدی صنفی و صنعتی پوشاک (۳ نفر)، معاون بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت تهران، مدیر کل بازرسی سازمان حمایت، رییس مرکز امور اصناف و مدیر کل صنایع نساجی و پوشاک در آن عضویت دارند، نسبت به انجام اقدامات ذیل اهتمام داشته‌اند:

بدون مشتری ماندن پوشاک داخلی با عرضه کالای ارزان قاچاق

رییس فراکسیون صنعت نساجی مجلس گفت: اگر به فریاد صنعت نساجی پاسخ مناسب ندهیم، صنعت نساجی به سمت بحران تعطیلی حرکت خواهد کرد. سیدناصر موسوی لارگانی در گفتگو با خبرگزاری خانه ملت درباره وضعیت صنعت نساجی در کشور گفت: یکی از دلایل ایجاد بحران تعطیلی در صنعت نساجی ورود منسوجات قاچاق به کشور است، زیرا تولیدکننده داخلی نمی‌تواند با این شرایط وارد گود رقابت با تولیدکننده خارجی شود.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: هزینه بالای تولید منسوجات داخلی در قیاس با فروش بدون عوارض کالای قاچاق در بازار با نرخ نازل، تولیدکننده داخلی را با مشکلات عدیده‌ای اقتصادی روبه‌رو می‌کند. نماینده مردم فلاورجان در مجلس افزود: بدون مشتری ماندن منسوجات داخلی نتیجه عدم جلوگیری از ورود کالاهای قاچاق در صنعت نساجی است بنابراین برای تقویت تولیدکننده داخلی و ایجاد انگیزه برای ماندگاری در چرخه تولید الزامی است که از ورود کالای قاچاق در کشور جلوگیری به عمل آید. وی ادامه داد: تولیدکننده داخلی برای تولید

منسوجات ملزم به پرداخت عوارض، مالیات و ارزش افزوده است، در شرایطی که قیمت‌های خدمات از جمله آب، برق، گاز نسبت به قبل از هدفمندی یارانه‌ها حداقل ۱۰ الی ۱۲ برابر شده است.

موسوی لارگانی افزود: یکی دیگر از معضلات اساسی صنعت نساجی عدم توسعه این صنعت مولد برای واردات بی‌رویه منسوجات داخلی از مبادی قانونی به کشور است. نماینده مردم فلاورجان تصریح کرد: ما قراردادی در دولت یازدهم با کشور ترکیه منعقد کردیم که در راستای این توافق نامه مقرر شده که واردات و صادرات منسوجات با تعرفه ترجیحی عملیاتی شود بنابراین ما به کشور ترکیه اجازه دادیم، منسوجات را به وفور وارد کشور کند. وی ادامه داد: واردات بی‌رویه منسوجات موجب می‌شود که تولیدات داخلی بر روی دست تولیدکننده بماند، بنابراین باید قراردادهای تجاری به نوعی در راستای صادرات و واردات تنظیم شود که در مجموع به نفع اقتصاد تولیدکننده داخلی تمام شود.

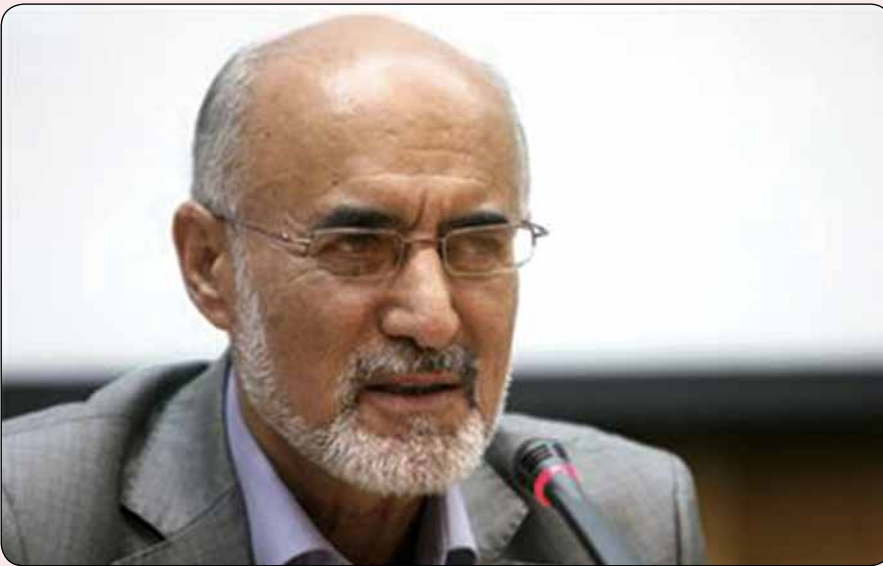
موسوی لارگانی افزود: ۷۰ درصد پنبه از مسیر

واردات تامین می‌شود بنابراین زمانی که تعرفه سنگین برای پنبه در نظر گرفته شود، تولیدکننده داخلی نمی‌تواند با تولیدکننده خارجی منسوجات وارد بازار رقابتی شود. وی تصریح کرد: تعیین ۹ درصد ارزش افزوده برای صنعت نساجی بسیار بالا است و این در حالی است که مشخص است که صنعتگران با هزینه تولید جاری فعلی در صنعت نساجی، توان ورود به بازار رقابتی را ندارند. وی ادامه داد: در گذشته منسوجات بومی ایرانی در کشورهای حوزه خلیج فارس و کشورهای عربی مشتریان بسیاری داشته است اما هم‌اکنون صنعت نساجی در حال تبدیل به واردکننده محض است. موسوی با بیان اینکه تاکنون وعده‌های دولت در زمینه اشتغال عملیاتی نشده است، افزود: بسیاری از افرادی که برای اخذ سرمایه درگردش به بانک‌ها توسط ستاد تسهیل در استان‌ها معرفی شده‌اند، نتوانسته‌اند از وام‌های بانکی استفاده کنند. نماینده مردم فلاورجان در مجلس ادامه داد: اعمال سختگیری‌های بانک‌ها برای اختصاص وام به متقاضیان تبدیل به یکی از مشکلات اساسی در زمینه اشتغال شده است و این در حالی است که بانک‌ها نیز اعلام می‌کنند که افراد بدهکار نمی‌توانند از بانک‌ها وام اخذ کنند. وی ادامه داد: یکی از مشکلات تولیدکنندگانی که در چرخه تولید ناموفق بوده‌اند این است که این فرد بدهکار هستند بنابراین خودداری بانک‌ها برای عدم اعطای وام به بدهکاران سیاست مناسبی نیست.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس با بیان اینکه وثیقه‌های سنگین بانک‌ها مانعی برای اخذ وام توسط تولیدکننده برای گردش مالی در چرخه تولید است، یادآور شد: با وجود اینکه امسال را مقام معظم رهبری با عنوان سال اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال نام‌گذاری کرده‌اند اما به فاصله ۴ ماه مانده به پایان سال، هنوز شعار سال ۹۶ تحقق نیافته است.



رایزنی ۲۰ ساله برای تولید ماده اولیه نساجی به نتیجه نرسید



عضو انجمن صنایع نساجی با تشریح دلایل رغبت تولیدکنندگان به مونتاژ یا واردات کالا به جای تولید، گفت: برای تولید یک ماده اولیه نساجی حدود ۲۰ سال با وزارت صنعت رایزنی کردیم ولی به نتیجه نرسیدیم. به گزارش فارس، احد کرمانی اظهار داشت: وضعیت تولید در کشور روز به روز بیشتر از قبل به عقب برمی‌گردد و هیچ‌کس رغبتی برای تولید ندارد. عرصه برای تولیدکنندگان تنگ شده و عامل اصلی این اتفاق، بانک‌ها هستند که حمایتی از تولید نمی‌کنند.

عضو انجمن صنایع نساجی با بیان اینکه نرخ سود تسهیلات به صورت اسمی ۱۵ درصد ولی در عمل بالای ۳۰ درصد است، گفت: در چنین شرایطی امکان رقابت وجود ندارد و تولیدکنندگان به واردات محصول نهایی فکر می‌کنند. کرمانی تصریح کرد: این مسئله ناشی از عدم برنامه‌ریزی و ساماندهی توسط دولت است. او با بیان اینکه هزینه کارگر در ایران بالاتر از کشورهای مانند چین و هند است، توضیح داد: در چین یک کارگر حقوق ۱۰۰ دلاری می‌گیرد اما در ایران حقوق کارگر حدود ۳۰۰ دلار است که البته با این رقم زندگی نمی‌گذرد اما در مقایسه با کارگران هندی و چینی، رقم بالاتری است. او با اشاره به اینکه نرخ سود تسهیلات در هند و چین حدود ۳ درصد است اما در ایران به ۳۰ درصد می‌رسد، گفت: با این وضعیت امکان رقابت با تولیدات خارجی را نداریم.

عضو انجمن صنایع نساجی در ادامه با اشاره به بالا بودن قیمت برخی مواد اولیه تولید در ایران گفت: پلی‌استر از جمله مواد اولیه مورد نیاز صنعت نساجی است که از چین وارد می‌شود، از هند نیز واردات ویسکوز صورت می‌گیرد که بابت تأمین این مواد اولیه باید کرایه حمل ۲۵۰ تا ۳۰۰ تومانی بابت هر کیلو

پرداخت شود. کرمانی تصریح کرد: ویسکوز در ایران تولید نمی‌شود و با این وضعیت، حدود ۲۰ سال در این مورد با وزارت صنعت جنگیدیم تا یک کارخانه تولید ویسکوز احداث کنیم اما به نتیجه نرسید. او توضیح داد: برای احداث این کارخانه حدود ۳۰۰ میلیون یورو سرمایه نیاز است که طی دو سال پیش مذاکرات زیادی را با نعمت‌زاده وزیر صنعت انجام دادیم اما به نتیجه نرسیدیم.

کرمانی با بیان اینکه نیاز داخلی می‌تواند ایجاد کارخانه ویسکوز را در کشور توجیه کند، گفت: قبلاً سرمایه مورد نیاز به عنوان آورده سرمایه‌گذار برای احداث کارخانه بین ۱۰ تا ۴۰ درصد هزینه اجرای پروژه بود و بقیه این مبلغ از طریق تسهیلات تأمین می‌شد، اما حالا هیچ‌کمی در این زمینه نمی‌شود و تسهیلاتی اختصاص نمی‌یابد. او همچنین با اشاره به اجرای پروژه‌های برای احداث یک واحد ریسندگی در طیس، گفت: ساختمان این پروژه توسط سرمایه‌گذار احداث شده ولی بانک‌ها تسهیلاتی را بابت خرید ماشین‌آلات

پرداخت نمی‌کنند. او با بیان اینکه در حال حاضر عمده نیاز کشور به نخ از طریق واردات تأمین می‌شود، افزود: برای احداث این کارخانه ریسندگی حدود ۵ میلیون یورو سرمایه نیاز است که در این مورد جلساتی با ۳ تا ۴ بانک استانی برگزار شد و با وجود تصویب طرح توسط وزارت صنعت، بانک‌ها حاضر به پرداخت تسهیلات نشدند.

عضو انجمن صنایع نساجی توضیح داد: طبق مصوبه ۸ اسفند ۹۵ هیئت دولت، شرکت‌های بدهکار ارزی در دهه ۸۰ تا پایان سال ۹۶ فرصت دریافت تسهیلات ارزی، ربالی و یا گشایش اعتبار دارند ولی در حال حاضر بانک‌ها این مصوبه را اجرا نمی‌کنند. او با بیان اینکه در این وضعیت هیچ تولیدکننده‌ای نمی‌تواند منابع ارزی لازم برای اجرای پروژه‌ها را تأمین کند، گفت: مسئولان وزارت صنعت از جمله رییس سازمان شهرک‌های صنعتی سفرهای زیادی را به استان‌های مختلف برای حل مشکلات تولید انجام می‌دهند، اما اغلب این سفرها نتیجه‌ای ندارد.

هزینه تولید کمر صنعت پوشاک را شکسته است

این مسیر جز اتلاف سرمایه، مواد اولیه و غیره نتیجه دیگری در بر نخواهد داشت. رخصت یادآور شد: صنعت نساجی و پوشاک ایران با بهره‌گیری از قدمت طولانی، حجم سرمایه‌گذاری، نرخ بالای ارزش افزوده، پیوندهای پیشین و پسین با سایر صنایع دیگر، اقتصاد ملی و نیروی انسانی فراوان دارای امکانات بالقوه بسیاری جهت پیشرفت و ارتقای کمی و کیفی خود و اقتصاد ملی است و می‌تواند نقش مهمی در راستای تحقق آرمان‌های کلان اقتصادی کشور ایفا کند.

عضو هیئت علمی پژوهشکده مواد و فناوری‌های پیشرفته نیز در برنامه «روی خط بازار» رادیو اقتصاد گفت: برنامه‌ریزی‌هایی که وزارت صنعت، معدن و تجارت با همکاری دانشگاه امیر کبیر، انجمن‌ها و اتحادیه تخصصی نساجی و پوشاک صورت داد حاکی از این بود که بتوان حداقل ۳۰۰ هزار شغل مستقیم در صنعت پوشاک کشور با کمترین میزان حجم سرمایه‌گذاری ایجاد کرد. روح الله باقرزاده افزود: برای دستیابی به این میزان اشتغال نیاز به افزایش دست‌کم ۲۰۰ هزار تن تولید پوشاک در طول سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ در کشور است. وی ادامه داد: بر اساس برآوردهای که در حوزه صنعت پوشاک و نساجی در دنیا وجود دارد حداقل به میزان شش هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری در این زمینه نیاز است. عضو هیئت علمی پژوهشکده مواد و فناوری‌های پیشرفته گفت: برای ایجاد این میزان اشتغال (۳۰۰ هزار نفر) حجم سرمایه‌گذاری مزبور در مقایسه با سایر رشته‌صنعت‌ها و خدمات دیگر بسیار ناچیز است. وی افزود: برای ایجاد چنین اشتغالی در رشته‌صنعت‌های دیگر شاید ده‌ها برابر بیشتر از این میزان هزینه سرمایه‌گذاری نیاز باشد.

غلامعلی رخصت در برنامه «روی خط بازار» رادیو اقتصاد ضمن تاکید بر ضرورت احیای واحدهای نساجی در ایران افزود: واحدهای نساجی مملکت امروز اغلب با ۲۰ درصد ظرفیت مشغول به کارند. وی اظهار داشت: متأسفانه به رغم سرمایه‌گذاری‌های هنگفت در صنعت نساجی بیشتر واحدهای در این حوزه تعطیل یا نیمه تعطیل هستند.

این صادرکننده نمونه کشوری گفت: دولت به جای توسعه صنعت نساجی و پوشاک در روستاها از واحدهای موجود در کشور حمایت جدی داشته باشد. وی ضمن بیان این نکته چرخ صنعت نساجی و پوشاک مملکت کند می‌چرخد، افزود: حرکت کند چرخ این صنعت ناشی از هزینه‌های بالای تولید است. رخصت اضافه کرد: رونق صنعت نساجی و پوشاک مستلزم اعطای وام‌های ارزان قیمت، تعدیل نرخ سود تسهیلات بانکی، کاهش هزینه بیمه، تامین اجتماعی، مالیات و غیره است. وی در مصاحبه با رادیو اقتصاد قیمت تمام‌شده کالا در کشور را بسیار بالا دانست و گفت: برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در کشور باید به نحوی باشد که هزینه تولید در جامعه منطقی شود.

این صادرکننده نمونه کشوری در بخش دیگری از سخنان خود اشاره به این جمله که زیر ساخت‌های لازم برای توسعه صنعت نساجی در کشور فراهم نیست، افزود: متأسفانه هیچ هدف و برنامه‌ای برای حرکت به این سمت و سو در مملکت وجود ندارد. وی در ادامه برنامه دولت برای توسعه صنعت نساجی و پوشاک در دل روستاهای کشور را یک راه باطل دانست و اذعان داشت: حرکت در

تولیدکنندگان به دنبال حمایت دولت

بازار نمی‌زند زیرا میزان فروش تولیدات داخلی و تقاضا برای آن از شرایط مطلوبی برخوردار است. رییس اتحادیه فرش ماشینی و موکت تصریح کرد: بخش قابل توجهی از تولیدکنندگان که به صادرات پرداخته‌اند با حضور در نمایشگاه بین‌المللی و یافتن بازار هدف در حال رقابت با شرکت‌های خارجی بوده که البته با مشکلاتی همچون بالا بودن هزینه تولید شامل مالیات، بیمه و وام بانکی دست و پنجه نرم می‌کنند. وی با اشاره به مشکلات تولیدکنندگانی که به صادرات می‌پردازند اظهار کرد: گزارشات بسیاری به وزارت صنعت، معدن و تجارت، اتاق اصناف و اتاق بازرگانی داده شده و این دستگاه‌ها از وضعیت تولیدکننده، کسبه و بازار با خبر بوده اما هنوز اقدامی در راستای تسهیل امور و رفع موانع صورت نگرفته است.

خاک خوردن است. این مقام مسئول با اشاره به اینکه حدود ۶۰۰ تولیدکننده در کشور در حوزه تولید موکت و فرش ماشینی فعالیت دارند افزود: باتوجه به شرایط بازار، هم‌اکنون کارخانجات تولید موکت و فرش ماشینی در دو یا سه شیفت به فعالیت می‌پردازند که در صورت تسهیل امور صادرات این تولیدکنندگان، ظرفیت بالایی در کار خواهند داشت که البته حدود ۱۰ درصد تولیدکنندگان از چرخه تولید حذف شدند. کمالیان با توجه به اینکه بخش قابل توجهی از فرش ماشینی و موکت‌های موجود در بازار، تولید داخلی بوده و کمتر نمونه خارجی در بازار یافت می‌شود بیان کرد: نیاز بازار توسط تولیدکنندگان داخلی تامین شده و شاید تنها حدود ۲ درصد کالاهای موجود در بازار خارجی باشد. به همین سبب افراد دست به واردات نمونه‌های خارجی به

رییس اتحادیه فرش ماشینی و موکت گفت: در صورت حمایت دولت، توانایی تولید بیشتر و حضور در بازارهای جهانی توسط تولیدکنندگان داخلی وجود دارد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، محمدهادی کمالیان رییس اتحادیه فروشندگان فرش ماشینی و موکت اظهار کرد: بخش قابل توجهی از اصناف کشور در شرایط رکود قرار گرفته‌اند به همین سبب بازار فرش ماشینی و موکت به طور کلی در وضعیت کساد قرار گرفته که البته این بازار در ابتدای امسال شرایط مساعدی نداشته و از نیمه دوم سال از رونق نسبی برخوردار بوده است.

به گفته وی، تولید مازاد بر عرضه از دیگر دلایل تاثیرگذار در ایجاد کساد بازار بوده که بخش زیادی از موکت‌ها و فرش‌های ماشینی افراد در انبار در حال

کارخانه نخ‌ریسی بهشهر موقتا به مدار تولید بازگشت



کارخانه نخ‌ریسی اکریتاب بهشهر در شرق مازندران ۱۵ روز پس از آتش‌سوزی که انبار مواد اولیه آن را تبدیل به خاکستر کرده بود، از روز شنبه ۲۷ آبان ۹۶ به مدار تولید بازگشت. انبار کارخانه اکریتاب ۱۱ آبان ماه جاری به دلیل آنچه که اتصال سیم برق عنوان شد، شب هنگام آتش گرفت. بر اساس اعلام مدیران کارخانه و مسئولان آتش‌نشانی، در این حادثه یک‌هزار و ۸۰۰ تن نخ اکرلیک ویژه تولید فرش دستی و ماشینی و یک‌هزار تن کاموا آماده ارسال به بازار در آتش سوخت. به گزارش ایرنا، در برآورد اولیه میزان خسارت ناشی از این آتش‌سوزی که ۳۰ درصدش تحت پوشش بیمه قرارداشت افزون بر ۴۰۰ میلیارد ریال اعلام شد.

مدیرعامل کارخانه اکریتاب گفت: کارخانه با وجود به نتیجه نرسیدن وعده‌های مسئولان برای کمک به احیای آن، برای جلوگیری از بیکاری کارگران و زیان بیشتر، فعالیتش را از امروز به طور موقت از سرگرفت. محمد جعفرزاده افزود: این واحد صنعتی پیش از آتش‌سوزی در سه نوبت فعال بود ولی اکنون

برای خرید مواد اولیه نرسد، احتمال تعطیلی وجود دارد. وی ابراز امیدواری کرد که شرکت بیمه‌ای که کارخانه‌اش را تحت پوشش دارد بررسی خود را سریع‌تر به نتیجه برساند و با پرداخت غرامت از تعطیلی مجدد این واحد جلوگیری کند. مدیرعامل اکریتاب از بیمه تأمین اجتماعی و امور مالیاتی هم خواست تا در همکاری با این واحد آسیب‌دیده به روند تولید این واحد صنعتی کمک کنند.

در یک نوبت فعال شد تا در صورت تأمین مواد اولیه بتواند به ظرفیت کامل بازگردد. وی کمبود منابع مالی برای خرید مواد اولیه را علت اصلی تک‌شیفته شدن فعالیت این واحد صنعتی پس از آتش‌سوزی اعلام کرد. جعفرزاده گفت که در شرایط فعلی با ترخیص به موقع مواد اولیه از گمرک، این واحد صنعتی می‌تواند حدود ۲۰ روز در یک شیفت فعال باشد و پس از آن چنانچه کمک مالی به واحد

برگزاری دوره‌های آموزش تولید پوشاک از سوی ترکیه در ایران

فارس) به نسبت رضایت‌بخش بوده اما تا پایان سال ۹۶ در همه استان‌های کشور اجرایی خواهد شد. گفتنی است طرح توسعه کسب و کار و اشتغال پایدار (تکاپو) یکی از برنامه‌های اشتغال معاونت اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی است که برای هر استان با توجه به مزیت‌ها، ظرفیت‌ها و توانمندی‌های استان تنظیم شده است. در اجرای طرح تکاپو، علاوه بر معاونت اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، کارشناسان بین‌المللی همکاری و مشارکت دارند. این طرح با توجه به تجارب موفق سایر کشورها تنظیم شده است.

برای هر بنگاه دوره‌ها را به شکل عملی برگزار می‌کند. تازیکی ادامه داد: فقط یک تا دو روز برای همه تولیدکنندگان دوره عمومی گذاشته می‌شود اما دوره‌های تخصصی عملی در هر واحد تولیدی چند روزه است. به زودی دوره‌های آموزشی تخصصی حوزه پوشاک توسط تکاپو با همکاری دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت معدن تجارت نیز برگزار خواهد شد. مدیر طرح ملی تکاپو پیشتر به ایرنا گفته بود: طرح تکاپو در هفت استان کشور اجرا شده که در چهار استان (خراسان رضوی، مازندران، کردستان و

مدیر طرح ملی تکاپو از برگزاری دوره‌های آموزش تخصصی تولید پوشاک توسط یکی از شرکت‌های پوشاک ترکیه برای فعالان ایرانی خبر داد. به گزارش ایرنا، رضا تازیکی تصریح کرد: دوره‌های تخصصی کاربردی اجراشده توسط مربیان و کارشناسان کشور ترکیه در بنگاه‌های تولید پوشاک ایرانی رایگان بوده و اجرای برنامه‌ها توسط طرح توسعه کسب و کار و اشتغال پایدار (تکاپو) برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود. وی توضیح داد: همه هزینه‌های سفر و آموزش توسط شرکت پوشاک ترکیه‌ای تأمین شده است. مزیت دوره این است که مربی خارجی اختصاصی



۹۴،۴۲۰،۳۸۲۲۲
۹۴،۸۱۹

بسته تعلی
مجوز

برگزاری نمایشگاه

به استناد بند ۳۱ ماده ۵ اساسنامه سازمان توسعه تجارت ایران
بدینوسیله، با برگزاری بیست و چهارمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات، مواد اولیه،
منوجات خانگی، ماشین های گلدوزی و محصولات نساجی

۱۵ لغایت ۱۸ شهریور ماه ۱۳۹۲

بنام شرکت سامع پادنوین

در سایت نمایشگاههای بین المللی تهران

با تاکید بر رعایت کلیه قوانین و مقررات برگزاری نمایشگاهها، مندرج در ضمیمه این مجوز موافقت می گردد

مجتبی خسرو تاج
قائم مقام وزیر در امور تجارت و رئیس کل سازمان



۹۶، ۴۲، ۳۸۲۰۴
۹۶، ۸، ۱۹

جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

بسمه تعالی
مجوز

برگزاری نمایشگاه

به استناد بند ۳۱ ماده ۵ اساسنامه سازمان توسعه تجارت ایران

پدینوسید، با برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی پوشاک ایران

۱۵ لغایت ۱۸ شهریور ماه ۱۳۹۷

بنام شرکت سامع پاد نوین

در سایت نمایشگاههای بین المللی تهران

با تأکید بر رعایت کلیه قوانین و مقررات برگزاری نمایشگاهها، مندرج در نظریه مجوز موافقت می گردد

مجتبی خسرو تاج
قائم مقام وزیر در امور تجارت و رئیس کل سازمان



جلسه هم‌اندیشی قائم‌مقام وزیر صنعت با انجمن صنایع نساجی ایران گره‌های کور صنعت نساجی باز می‌شود؟

یک‌طرفه قابل حل نیست. لازم است کیفیت محصول بالا رود و نرخ تمام‌شده تولید نیز کاهش یابد تا سایر موارد نیز در همراهی دولت رفع شود.

پس از سخنان قائم‌مقام وزیر صنعت، مهندس جمشید بصیری رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران طی سخنانی با اشاره به پیشینه انجمن صنایع نساجی، به موفقیت‌های صنایع نساجی در دهه‌های گذشته اشاره نمود و دهه شصت را برای صنایع نساجی دوران شکوفایی و پیشرفت سال‌های پس از انقلاب دانست. وی با اشاره به مسائل و مشکلات متعدد صنعت نساجی در تامین مواد اولیه به خصوص پنبه، به دوران شکوفایی صنعت نساجی و تولید بیش از ۲۵۰ هزار تن پنبه در کشور اشاره نمود و وضعیت کنونی تولید پنبه در کشور را بسیار نامناسب دانست. وی در ادامه گفت: پنبه تولید داخل هم از نظر کمی و هم از نظر کیفی جوابگوی صنعت نساجی کشور نیست.

مهندس بصیری با اشاره به طومار تهیه شده توسط فعالین صنعت نساجی، موارد مندرج



برگزاری جلسه‌های هم‌اندیشی با نمایندگان تشکل‌های خصوصی در یک صنعت تلاش می‌شود تا مشکلات شناسایی و برای رفع آن اقدام شود. برای رفع مشکلات پنبه مورد نیاز صنایع نساجی نیز جلسات بسیاری برگزار و موافقت‌های مورد نظر نیز حاصل شده است همان‌طور که کاهش تعرفه واردات پنبه از ۱۰ به ۵ درصد حاصل شده اما اجرایی شدن آن نیاز به همراهی دولت دارد. قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به تقویت تشکل‌ها در دولت یازدهم اظهار کرد: اکنون تشکل‌ها اختیارات مناسبی دارند ضمن آنکه اگر نیاز باشد پیگیری‌های بیشتر از سوی وزارتخانه انجام می‌شود. رحمانی گفت: مشکلات صنایع

روز یکشنبه ۳۰ مهرماه ۱۳۹۶ نشست مشترک اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران با دکتر رضا رحمانی قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت در محل ساختمان وزارتخانه برگزار شد.

در بخش آغازین نشست، دکتر رحمانی ضمن خیرمقدم به حاضرین در جلسه اظهار کرد: صنعت نساجی در اولویت‌های این وزارتخانه برای بهره‌مندی از حمایت‌هاست. رحمانی با اشاره به اینکه صنعت نساجی اشتغال‌زا و سودآور است، تاکید کرد: دستیابی به جایگاه سوم منطقه خاورمیانه برای آینده صنعت نساجی و پوشاک ایران در برنامه راهبردی هدف‌گذاری شده است. رحمانی تاکید کرد: در



اما مصوبه‌های سازمان امور مالیاتی به نحوی است که مالیات ارزش افزوده پنبه از صنایع نساجی دریافت می‌شود. عضو انجمن صنایع نساجی ایران گفت: پرداخت مالیات ارزش افزوده طوری است که مالیات ارزش افزوده نخ پرداخت می‌شود در حالی که بنکداران معافیت ۹ ساله گرفته‌اند.

در ادامه این نشست، دکتر رحمانی با اشاره به نقش و جایگاه تشکلهای صنعتی از جمله انجمن صنایع نساجی ایران، اتاق بازرگانی و خانه‌های صنعت و معدن، به لزوم تلاش و پیگیری بیشتر تشکلهای اشاره نمود و از انجمن خواست تا با اراده جدی‌تر و محکم‌تری اهم مسائل و مشکلات صنعت را به ترتیب اولویت از وزارتخانه پیگیری کند تا با همکاری و تلاش مشترک بتوان به نتیجه مطلوب رسید.

مهندس افسانه محرابی مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز در این جلسه اظهار کرد: باید استراتژی مشخصی از سوی دولت برای توسعه صنعت نساجی تعریف شود. این صنعت اشتغال‌زایی بالایی دارد ضمن آنکه صنعتگران نیز با مشکلات بسیار مواجه هستند. وی با اشاره به مشکلات صنایع نساجی در تامین و واردات پنبه مورد نیاز تصریح کرد: در موضوع تامین پنبه مورد نیاز صنایع نساجی جلسه‌های بسیاری با حضور مسئولان وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صنعت، معدن و تجارت

واردات پوشاک از چین هستند، این اتفاق به بیکاری هزاران نفر در این صنعت منجر شده و چاره‌اندیشی برای این معضل نیازمند پیگیری وزارت صنعت، معدن و تجارت است.

دکتر محمدعلی عامری عضو انجمن صنایع نساجی ایران نیز اظهار کرد: صنعت از نظر سرمایه‌بری و نیروی انسانی به صنایع سبک و صنایع سنگین تقسیم شده که نساجی در مقایسه با سایر صنایع، بسیار بیشتر به نیروی انسانی نیاز دارد بنابراین مورد توجه و اقبال دولت‌ها برای رسیدن به توسعه صنعتی است. وی ادامه داد: مواد اولیه مورد نیاز صنایع نساجی پنبه است اما پنبه داخلی از نظر کیفی و کمی جوابگوی نیاز این صنعت نیست در حالی که اگر یارانه مناسب به تولید پنبه اختصاص پیدا کند به راحتی این کشت توسعه یافته و مشکل مواد اولیه صنعت نساجی با یارانه ۳۰ میلیارد تومانی حل خواهد شد.

عضو انجمن صنایع نساجی ایران اضافه کرد: در مرحله بعد باید تعرفه واردات پنبه صفر شود. تعرفه واردات پنبه در کشور ترکیه صفر است و همین عامل در رقابت قیمت تمام‌شده با کشور ترکیه تا ۶۰ درصد تاثیرگذار است. عامری تاکید کرد: مالیات ارزش افزوده‌ای که در صنعت نساجی دریافت می‌شود عادلانه نیست. پنبه وارداتی باشد یا از کشاورز خریداری شود هیچ‌گونه مالیاتی شامل آن نمی‌شود. نظر قانون‌گذار نیز در تفاوت نرخ پنبه و نرخ نفت در این نوع مالیات لحاظ شده

در طومار را حداقل‌های لازم برای ادامه کار واحدهای نساجی دانست. وی اجرای نادرست و ناقص قانون مالیات بر ارزش افزوده و اخذ مالیات مذکور از تولیدکننده در دوران رکود فعلی را بسیار سنگین و غیرقابل تحمل دانست. پس از سخنان مهندس بصیری، اکبر لباف عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران نیز با اشاره به مشکلات عدیده ایجادشده برای واحدهای نساجی در خصوص رسیدگی‌های مالیاتی، از عملکرد وزارت اقتصاد و سازمان امور مالیاتی و ناتوانی آنها در شناسایی مالیات‌گریزان انتقاد نمود و اخذ مالیات مصرف‌کننده و بازار از تولیدکننده را به زیان تولید و صنعت کشور دانست. وی با اشاره به برخی از تصمیمات متخذه در دوان وزارت آقای مهندس نعمت‌زاده، حمایت‌های ایشان از پتروشیمی‌ها را به زیان واحدهای پایین‌دستی دانست و مشکلات عدیده واحدهای نساجی در تامین مواد اولیه مورد نیاز خود از بورس به دلیل کاهش عرضه مواد اولیه مصرفی مورد نیاز صنایع نساجی را از نتایج منفی این تصمیمات برشمرد.

همچنین دکتر بهروز محمدی، عضو هیئت مدیره انجمن نساجی ایران در این جلسه با بیان اینکه انتظار می‌رود برای رونق و توسعه صنعت نساجی ۳ موضوع از سوی این وزارتخانه پیگیری شود اظهار کرد: کشور ترکیه به اسم آنتی‌دامپینگ حقوق ورودی پلی‌استر ایران را حدود ۲۳.۵ درصد تعیین کرده است بنابراین اگر دولت نیز تعرفه‌ای تعیین می‌کرد مناسب‌تر بود زیرا ظرفیت صادرات ۱۰۰ میلیارد ریالی برای پلی‌استر وجود دارد. محمدی ادامه داد: بعد از گذشت ۸ ماه هنوز تعرفه‌های گمرکی اعلام نشده است. تولید داخلی نیازمند حمایت‌های تعرفه‌ای است. عضو انجمن نساجی ایران در بیان رنج نساجی و پوشاک از واردات گفت: در صنعتی که ۴ تاجر در حال

برگزار شده است. با این حال قرار است برنامه مشخصی از میزان مصرف صنایع نساجی و میزان تولید پنبه در کشور به همراه میزان پنبه وارداتی مورد نیاز تهیه شود.

مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت با اشاره به اینکه سال گذشته ۳۷ هزار تن پنبه در کشور تولید شده است، تاکید کرد: صنایع نساجی به مصرف پنبه داخلی مکلف شده‌اند. با این حال میزان مصرف پنبه در صنایع نساجی بیش از میزان پنبه تولیدی در داخل کشور است بنابراین باید امکان واردات پنبه برای صنعتگران تسهیل شود. محرابی با بیان اینکه افزایش ۲۰ درصدی تولید پنبه برای امسال پیش‌بینی شده، افزود: در بدترین شرایط تولید در صنعت نساجی حدود ۹۰ تا ۱۲۰ هزار تن پنبه مورد نیاز است بنابراین با توافق حاضران در نشست‌های تامین پنبه قرار شد تعرفه واردات این محصول برای صنعت نساجی ۵ درصد باشد.

وی گفت: این موضوع مورد توافق وزارت صنعت، معدن و تجارت است اما نیاز است تا دولت نیز استراتژی مشخصی در زمینه تامین پنبه مورد نیاز صنایع نساجی تعریف کند زیرا توسعه این صنعت علاوه بر مدیریت و ماشین‌آلات مناسب، نیازمند تامین مواد اولیه مرغوب است. مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت در

موضوع مالیات ارزش افزوده نیز اظهار کرد: بیمه و مالیات دو مشکل اساسی در صنعت نساجی است اما تعیین مالیات ارزش افزوده در صنایع نساجی باید بازنگری شود. این مالیات باید از مصرف‌کننده نهایی دریافت شود. محرابی ادامه داد: استرداد مالیات ارزش افزوده در موضوع صادرات باید دو ماهه انجام شود اما در حال حاضر این امر به صورت یک‌ماهه انجام می‌شود.

مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه مشوق‌های صادراتی مناسبی برای صنعت نساجی در نظر گرفته شده، گفت: واحدهای صنعتی نساجی نباید در زمره مشاغل سخت و زیان‌آور باشد و این موضوع در سازمان تامین اجتماعی در حال پیگیری است. محرابی تاکید کرد: لازم است برای رسیدن به مقدار تولید پیش‌بینی شده در برنامه راهبردی صنعت نساجی موارد گفته‌شده با همکاری سایر دستگاه‌های دولتی اجرایی شود. مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: در حمایت از تولید و تجارت صنایع نساجی برنامه‌ای تهیه و به وزیر صنعت، معدن و تجارت ارائه شده که می‌تواند تکمیل‌کننده سند راهبردی در این صنعت باشد.

در بخش پایانی این نشست نیز دکتر محسن اتابکی، مدیر کل دفتر سیاست‌گذاری

و برنامه‌ریزی وزارت صنعت، معدن و تجارت اظهار کرد: تغییر و اصلاح سند برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت با حضور مدیران مربوط در وزارتخانه و نمایندگان تشکل‌های خصوصی انجام شده است. اتابکی اظهار کرد: بنابراین راهکارهای پیشنهادشده در قسمت عملیاتی سند راهبردی آمده است همچنین مواردی که باید با همکاری سایر دستگاه‌ها اجرایی شود در الزامات سند راهبردی دسته‌بندی شده است. در صورتی که هماهنگی بین دستگاه‌های مربوط نباشد نمی‌توان به اهداف پیش‌بینی شده دست یافت.

مدیر کل دفتر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: در مواقع گوناگون برنامه‌های مختلف در کشور تدوین می‌شود. در مراحل بعد تغییر و اصلاح آن پیگیری می‌شود اما اجرا و عملیاتی شدن آن پیگیری نمی‌شود. وقتی برنامه‌های اجرایی مشخص شد باید مسائل اجرای آن نیز مشخص شود که این موضوع یک‌طرفه نیست بلکه باید بخشی از آن را دولت به عهده گرفته و دنبال کند و بخشی دیگر را بخش خصوصی بپذیرد و اجرای آن را پیگیری کند. اتابکی تاکید کرد: تمام مشکلات حل‌شدنی نیست اما می‌توان اولویت‌بندی کرده و با اولویت هر کدام از مشکلات را حل کرد. لازم است تا این جلسه‌های مشترک به صورت منظم تشکیل شده و در هر جلسه نتایج عملیاتی جلسه قبلی بررسی شود. مدیر کل دفتر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی وزارت صنعت، معدن و تجارت با اشاره به زنجیره ارزش گفت: برخی از مشکلات در زنجیره‌های دیگر و در صنایع دیگر قابل بررسی و پیگیری است از این رو هر هفته جلسه‌های هم‌اندیشی با نمایندگان بخش خصوصی در وزارت صنعت، معدن و تجارت در حال برگزاری است.



گزارشی از نشست نمایندگان تشکل‌های نساجی با رییس اتاق ایران تشکیل فدراسیون نساجی و هم‌افزایی بیشتر تشکل‌ها



روز یکشنبه مورخ هفتم آبان ۹۶ جلسه مشترک تشکل‌های صنایع نساجی، پوشاک و چرم عضو اتاق بازرگانی ایران در محل اتاق تشکیل شد. در این جلسه، آقای غلامحسین شافعی رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران؛ خانم افسانه محرابی مدیر کل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت؛ مهندس جمشید بصیری رییس انجمن صنایع نساجی ایران؛ مهرداد زکی‌پور رییس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک؛ نصیریان رییس انجمن چرم، لشگری رییس جامعه متخصصین صنعت کفش و نادر سیف معاون تشکل‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران حضور داشتند.

رییس اتاق ایران در این نشست با بیان اینکه بیشتر واحدهای قدیمی تولیدی ما از گذشته مربوط به صنایع نساجی بوده است، گفت: صنایع نساجی اساس و پایه تولید را در کشور گذاشته‌اند و به این دلیل حق زیادی بر گردن تولید کشور دارند. غلامحسین شافعی افزود: صنعت نساجی از سایر بخش‌های خصوصی و اقتصادی کشور جدا نیست، همان‌گونه که در تولید کشور مشکل داریم، در صنعت نساجی هم مشکلاتی وجود دارد. این مشکلات با اقدامات کوتاه‌مدت هم بهبود نمی‌یابد و نیاز به یک سری اقدامات

طولانی‌مدت دارد.

به گفته شافعی از مهم‌ترین موضوعاتی که تولید کشور از آن رنج می‌برد، به هم‌ریختگی طبقات اجتماعی در ایران است؛ طبقات اجتماعی در ایران تغییر کرده است و این موضوع مشکلاتی را برای تولیدکنندگان به وجود آورده است. او افزود: طبقات متوسط و پایین قدرت خریدشان به شدت کم شده و سراغ کالاهای ارزان می‌روند، افرادی هم که به طبقات بالا رفته‌اند، کالاهای تراز اول خارجی را می‌خرند و خریدار کالای ایرانی کم‌تر شده است. شافعی همچنین به قیمت تمام‌شده بالای تولیدات ایرانی هم اشاره کرد و گفت: باید ببینیم چرا قیمت تمام‌شده تولید در کشور بالاست و نمی‌تواند با کالاهای

همسان خارجی رقابت کند.

رییس اتاق ایران همچنین بر لزوم نوسازی صنایع در کشور تأکید کرد و گفت: شکاف تکنولوژیک زیادی میان صنایع ما و صنایع کشورهای دیگر وجود دارد. تولید ما از تکنولوژی روز دنیا عقب است. شافعی در بخش دیگری از سخنانش با تأکید بر لزوم تقویت نقش اتاق گفت: همانطور که در قانون اتاق هم آمده است، اتاق باید در برگزاری نمایشگاه‌ها، روز ملی صادرات و همچنین انتخاب رایزنان بازرگانی نقش داشته باشد که ما مذاکره‌ای در این زمینه با دولت داشته‌ایم و این موارد را دنبال می‌کنیم. شافعی همچنین با اشاره به سازمان‌هایی مانند مرکز تجارت و سرمایه‌گذاری کره

جنوبی (کترا) و سازمان توسعه تجارت خارجی ژاپن (جترو) گفت: ما هم این ایده را داریم که پنج کشور در مناطق مختلف دنیا را انتخاب کرده و بتوانیم دفاتر بازاریابی در آنجا تشکیل دهیم. او افزود: هرچند که نسبت به گذشته اثرگذاری اتاق‌ها در موضوعات اقتصادی افزایش یافته است، اما هنوز با وضعیت مطلوب فاصله زیادی داریم. رییس اتاق ایران همچنین با اشاره به صحبت‌های فعالان صنعت نساجی در مورد معضل قاچاق گفت: مشکل قاچاق با روش‌های کوتاه‌مدت حل نمی‌شود؛ برای مبارزه با قاچاق باید قاچاق را غیر اقتصادی کنیم تا جذاب نباشد و افراد به این سمت نروند.

شافعی در بخش دیگری از سخنانش لزوم رفع قوانین و مقررات مزاحم و محل کسب‌وکار را در کشور مورد توجه قرارداد و گفت: مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی اتاق ایران برای بررسی وضعیت کشورهای که در بهبود رتبه کسب‌وکار خود موفق بوده

و توانسته‌اند در زمانی کوتاه رتبه کسب‌وکار خود را ارتقا دهند، تحقیقاتی انجام داده است؛ ما باید وضعیت این کشورها مانند کره جنوبی را به‌عنوان الگو قرار داده و بینم این کشورها برای ارتقای وضعیت کسب‌وکار خود چه اقداماتی انجام داده‌اند. به گفته رییس اتاق ایران کشورهای موفق در بهبود فضای کسب و کار، توانسته‌اند قوانین و مقررات مزاحم کسب و کار را هم به سرعت رفع کنند. رییس اتاق ایران همچنین از تشکیل فدراسیون نساجی و هم‌افزایی بیشتر تشکل‌های این بخش خبر داد.

در ادامه جلسه خانم محرابی درخواست‌های خود را از رییس اتاق به شرح زیر اعلام کردند:

- تسهیل حضور در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی برای شناسایی بازارهای صادراتی
- فراهم کردن زمینه سرمایه‌گذاری خارجی

- توسعه ارتباط با سایر کشورها
- تشکیل کنسرسیوم تشکل‌های نساجی
- حضور ایشان و نماینده تشکل‌های نساجی در شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی.

سپس آقای مهندس بصیری با اشاره به طومار تهیه‌شده توسط صاحبان صنایع نساجی، به مسائل و مشکلات گریبانگیر این صنعت پرداخت و به اختصار موارد ذیل را برشمرد و در خصوص این موارد از اتاق بازرگانی درخواست حمایت نمود:

- قیمت تمام‌شده بالای تولیدات داخلی به دلیل تحمیل هزینه‌های اضافی توسط دولت و عدم امکان رقابت کالاهای تولید داخل با نمونه مشابه

- رفع مشکلات قوانین و مقررات زائد و دست‌وپاگیر در کلیه زمینه‌ها به خصوص در تامین مواد اولیه مورد نیاز صنعت
- اخذ عادلانه مالیات ارزش افزوده از کل زنجیره تولید و توزیع



- مبارزه با قاچاق و واردات غیرکارشناسی کالا.

همچنین مهندس بصیری با ذکر مشکلات تامین پنبه واحدهای ریسندگی به دلیل محدودیت‌های ایجادشده در ارتباط با سایر کشورها گفت کشورهایمانند ازبکستان با در نظر گرفتن تسهیلات برای ایجاد واحدهای ریسندگی و اعمال تخفیف در قیمت پنبه برای تولیدکنندگان به منظور صادرات نخ، امکان واردات پنبه به صورت وش را محدود نموده‌اند و بر همین اساس، درخواست اکید جهت کاهش تعرفه پنبه داشتند.

در ادامه آقای زکی‌پور ضمن اشاره به لزوم تقویت تولید داخلی مباحث خود را به دو دسته تقسیم کردند.

- عدم امکان رقابت با کالاهای خارجی در داخل و خارج از کشور و عدم انگیزه سرمایه‌گذاری و رشد صنعت علی‌الخصوص پوشاک، که طی ۸ سال اخیر ۴۸ درصد کوچکتر شده و بازار به تولیدکنندگان خارجی واگذار شده است. در واقع به نظر می‌رسد در اقتصاد کشور ما مراکز قدرت غیررسمی در حال تلاش جهت جلوگیری از سرمایه‌گذاری جدید در صنعت هستند که قیاس مقطع فعلی با مقطع ۱۰ یا ۲۰ ساله بیانگر کاهش سرمایه‌گذاری در صنعت به خصوص پوشاک و حتی در فرش ماشینی می‌باشد.

- قاچاق: متولیان اصلی مبارزه با قاچاق که اداره بازرگانی داخلی وزارت صنعت، اتاق اصناف و اتحادیه صنفی پوشاک نه تنها در جهت مبارزه با قاچاق نیستند بلکه در حال حمایت از قاچاق هستند. ایشان یکی از دردهای بزرگ صنعت را حضور روشن و بدون دردسر پوشاک قاچاق در بازار ایران دانست. حدود ۳ میلیارد دلار قاچاق پوشاک

در کشور داریم که ۲۵ درصد کل قاچاق کشور را در بر گرفته است. ایشان درخواست حمایت جدی اتاق در این مقوله را داشتند و گفتند که مسئولین مملکتی که درگیر این موضوع هستند ستاد مبارزه با قاچاق، اصناف، تعزیرات و سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان به وظایف خود عمل نمی‌کنند در حالی که متولی اصلی قاچاق ایشان هستند.

آقای نصیریان نیز درخواست عضویت انجمن چرم را در اتاق بازرگانی داشتند و از مافیای سالامبور شکایت کرد.

در بخش پایانی نشست نیز رییس اتاق ایران در پاسخ به موارد مطروحه اعلام کرد مشکلات مالی دولت بایستی با مالیات برطرف شود و ما خواهان افزایش مالیات هستیم ولی متأسفانه چون تولید شفاف است مالیات گریبانگیر تولید شده است. در سال ۹۳ حدود ۶۰ درصد مالیات را بخش تولید داده است. وی ضمن موافقت با افزایش مالیات و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی، تاکید نمود مالیات باید از دارندگان درآمد بالا اخذ شود نه تولید.

شافعی افزود پیرو جلسه با وزیر مقرر شده است تعرفه مواد اولیه و ماشین‌آلات در ردیف کالاهای اساسی تعریف شوند. رییس اتاق بازرگانی اعلام کرد برگزاری نمایشگاه‌ها، انتخاب صادرکننده نمونه و انتخاب رایزن اقتصادی باید از طریق اتاق بازرگانی صورت پذیرد و گفت پنج نقطه در هیئت ریسه اتاق انتخاب شده تا مانند دفاتر تجاری ژاپن و کره شرکت‌هایی برای جذب و سرمایه‌گذاری خارجی و فروش کالا فعال باشند. ایشان در خصوص آموزش به عقد قرارداد با دانشگاه فرانسه جهت تربیت مدیران دولتی و خصوصی مثل ICMA اشاره کرد.

در ادامه مقرر شد مطالب مهم جهت

طرح در جلسات شورای گفتگو مطرح و بررسی گردد. شافعی در خصوص پنبه گفت مذاکراتی با وزارت صنایع و جهاد کشاورزی انجام شده است. جهاد کشاورزی اعلام کرده وزارت صنایع پنبه داخلی را نمی‌خرند ولی وزارت صنایع قول مساعد برای خرید یک‌جای پنبه داده است البته در گذشته صندوق پنبه وجود داشته که به تمام تعهدات خود عمل می‌کرده ولی متأسفانه خیلی از آن استفاده نمی‌شود. وی مسئله قاچاق را یکی از معضلات کشور نام برده و اعلام کرد این معضل با این روش‌ها قابل حل نیست. برای مبارزه با قاچاق باید همزمان بسترسازی لازم برای تولید فراهم شود.

آقای زکی‌پور نیز عنوان کرد در صورت حمایت دولتی و ایجاد امنیت لازم برای سرمایه‌گذاری اتحادیه نساجی و پوشاک و انجمن صنایع پوشاک قادر به تامین کل نیاز بازار می‌باشند که در حال حاضر با پیگیری دستورالعمل واردات پوشاک و کاهش قاچاق مراجعه به تولیدکننده داخلی بسیار زیاد شده است.

در ادامه شافعی از تعرفه ترجیحی ایران و ترکیه گله کرده و اعلام کرد در این زمینه با اتاق بازرگانی مشورتی صورت نگرفته است. متأسفانه ترکیه از این موضوع بالای ۳ میلیارد دلار و ایران ۳۶ میلیون دلار منتفع شده است. وی پیشنهاد کرد کشور کره به عنوان الگو در نظر گرفته شود. کره در زمانی که شرایطی مانند ایران داشت ستادی ۱۹ نفره تحت نظر رییس جمهور تشکیل داد که ۱۱ نفر از اعضای آن فعالین بخش خصوصی بودند و این ستاد کل قوانین و مقررات واردات و صادرات قدیمی را لغو و قوانین جدیدی جهت تسهیل تولید و تجارت تدوین نمود.

جلسه هم‌اندیشی برای وصل زنجیره ارزش پوشاک برگزار شد توسعه صنعت پوشاک با محوریت طراحی

کارساز و موثر خواهد بود. هاکوپیان ضمن اعلام این مطلب که ابتدای هر مسیر طولانی، مشکلاتی وجود دارد که باید به تدریج برطرف شوند گفت: انجمن طراحان لباس و پارچه ایران در دوران ضدیت با مقوله مد تشکیل شد و توانست اقدامات بزرگی انجام دهد؛ پس باید از تجارب موفق خود و دیگران در کاستن از فاصله با دنیای مد نهایت استفاده را به عمل آوریم.

مهندس جمشید بصیری نیز ضمن تأیید سخنان هاکوپیان، ایده مذکور را مناسب و منطقی دانست و گفت: از سال‌های دور تا امروز مسائلی وجود داشته و دارند که مانع تحقق اجرای این ایده شده‌اند. وی افزود: برای نخستین بار در سال ۱۳۴۸ با مقوله وجود طراحان در کارخانه‌های تولیدی مواجه شدم و می‌توان گفت در آن مقطع زمانی افرادی مانند آقای مصطفی مقدم با ایده طراحی زندگی می‌کردند اما به دلیل آن‌که پایه‌های طراحی در بازار بنیان گذاشته شده بود به دلیل کمبود منابع مالی، طراحی، ضربات جبران‌ناپذیری را تجربه کرد و طی چند دهه اخیر نیز ضربات آن قدر سهمگین بودند که به‌طور کلی طراحی را به سمت نابودی پیش بردند.

رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران افزود: در حال حاضر با توجه به ثبات و آرامش موجود در کشور، امکان تحقق این ایده وجود دارد اما قاچاق پوشاک وضعیت را به جایی رسانده که شاهد اشباع انبار کارخانه‌های تولیدی هستیم و اغلب مدیران به دنبال خالی نمودن انبارهای خود هستند به همین دلیل معتقدم تحقق ایده مذکور،



در ابتدای جلسه، سومیات هاکوپیان با بیان این مطلب که جلسه امروز برای تکمیل ارزش دایره صنعت پوشاک و آگاهی از مشکلات هم‌دیگر تشکیل شده، تصریح کرد: با محور قرار دادن انجمن طراحان پارچه و لباس ایران، می‌توان در بخش طراحی پارچه قدم‌های بزرگی برداشت و محصولات نساجی را با کیفیت بیشتری عرضه نمود. به گفته رییس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران، وصل شدن این زنجیره ارزش یک فکر و ایده است و همه باید برای به ثمر رسیدن آن تلاش کنند. وی اذعان داشت: این ایده، آغاز یک همیاری و همراهی گروهی برای ارتقای صنایع نساجی و پوشاک بوده و در رشد صنعت ملی موثر است که در این زمینه، نظرات تشکلهای مختلف و فعالان صنایع نساجی و پوشاک برای شکل گرفتن این هماهنگی و شناخت مشکلات و معضلات همگانی در صنعت

روز چهارشنبه ۱۷ آبان ۱۳۹۶ جلسه هم‌اندیشی برای وصل زنجیره ارزش پوشاک در محل انجمن صنایع پوشاک ایران برگزار شد. در این جلسه آقایان هاکوپیان رییس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران، مهندس بصیری رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران، مهرداد زکی‌پور رییس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، امین مقدم عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک، محسن اصفهانیان نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران، اکبر رضاییان مشاور انجمن صنایع پوشاک ایران، جوادزاده نماینده انجمن نساجی البرز، دکتر مسعود لطیفی رییس دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر و خانم‌ها دکتر فریناز فرید و مینو پدram از اعضای هیئت مدیره انجمن طراحان لباس و پارچه ایران حضور داشتند.



دشوار است. وی با یادآوری این مطلب که مدیران و صنعتگران نساجی در مقایسه با سال‌های گذشته، علاقه و تمایل بیشتری نسبت به مقوله طراحی پیدا کرده‌اند، ابراز داشت: مشکلات و گرفتاری‌های تولیدکنندگان فراوان است و به همین دلیل نمی‌توانند بر مسائل و موضوعات اساسی و بنیادین مانند متمرکز نمایند.

مهندس بصیری با اشاره به حمایت‌های واقعی دولت ترکیه از تولیدکنندگان و صنعتگران و داشتن برنامه منسجم و دقیق در زمینه توسعه صنعتی خود اذعان داشت: متأسفانه همیشه از این قبیل حمایت‌ها و برنامه‌ها محروم بوده‌ایم و صرفاً در زمان صدارت آقای جهانگیری بر مسند وزارت صنایع وقت، ۵۰۰ میلیون دلار جهت حمایت از واحدهای نساجی پرداخت شد که این کمک نیز به دلیل مشکلات متعدد اقتصادی، چندان مشکل‌گشا و چاره‌ساز نبود. وی سپس خطاب به رییس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران متذکر شد: آقای هاکوپیان! این ایده عالی به شرطی قابل اجرا خواهد بود که توانمندی و کارآمدی شما در تحقق آن مدنظر قرار گیرد.

مهرداد زکی پور رییس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک ایران نیز با اشاره به ایده آقای هاکوپیان، آن را برای جامعه ما «عالی» توصیف کرد و گفت: این امر برای کشورهای توسعه‌یافته صنعتی متداول و عادی است. وی ضمن اشاره به صنعتگران ترکیه گفت: تولیدکنندگان ترکیه میهمانان خود را ابتدا به واحدهای طراحی می‌برند در حالی که جامعه ما در مسیر دیگری حرکت کرده و از بسیاری مسائل دور مانده است؛ پس باید برای تحقق این ایده، خود را آماده کنیم و بدانیم برای اجرای آن با مشکلات متعددی روبه‌رو خواهیم شد. زکی‌پور، توجه و تمرکز به مسائلی مانند تقویت محور طراحی و راه‌اندازی نمایشگاه‌های طراحی را از مهم‌ترین گام‌های اجرای این ایده برشمرد و گفت: در حال حاضر نمایشگاه‌های پوشاک در کشور ما برگزار می‌شوند اما جای خالی طراح در آن به وضوح مشخص است.

همچنین اکبر رضاییان مشاور انجمن صنایع پوشاک ایران با اشاره به نامساعد بودن شرایط تولید و بازار برای تمام صنایع کشور گفت: ما نیازمند اجرای این ایده هستیم زیرا منطبق بر دانش جهانی است و صنعت پوشاک را بسیار متحول خواهد کرد. وی ادامه داد: صنعتگران پوشاک در سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۵۵، اقدامات موثر و مهمی انجام دادند و در همان سال‌ها، به لزوم تولید صنعتی پوشاک برای رونق صنعت نساجی پی بردند، خوشبختانه در این صنعت به موفقیت‌های خوبی هم دست یافتیم اما به دلیل عدم اطلاع از نحوه حفظ این موفقیت‌ها و دستاوردهای ارزشمند، کار به جایی رسید که صادرکننده پوشاک میدان را به رقیبان خارجی واگذار کرد بدون این که دلیل این باخت را بدانند. رضاییان تأکید کرد: شاید اجرای این ایده در ابتدا بسیار کند به نظر برسد اما ایجاد هماهنگی در اجراء، می‌تواند موجب شهرت طراحی پارچه و لباس ایرانی در بازارهای بین‌المللی شود. به اعتقاد این صنعتگر پوشاک، راه‌اندازی دانشگاه یا مرکز علمی برای طراحی، سکوی پرتابی برای رشد و گسترش مقوله طراحی پارچه و لباس خواهد بود که منجر به توسعه صنعت نساجی و پوشاک کشور خواهد شد.

محسن اصفهانیان نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران نیز با مهم توصیف کردن مقوله طراحی افزود: تا گره‌های این پدیده باز نشوند، تحولی در صنعت پوشاک رخ نخواهد داد. وی تصریح کرد: ساختن مد برای ایران موضوعی است که باید مورد تفکر و اندیشه قرار گیرد و این اتفاق ملی در مناسب‌ترین شرایط کلید بخورد؛ همان‌طور هم که دوستان اشاره کردند تحقق این امر موجب رشد صنعت نساجی خواهد شد. اصفهانیان با تأکید بر حرکت گروهی جهت تحقق این ایده اذعان داشت: با کمک و همفکری تشکلهای بخش خصوصی می‌توان یک جریان مد به راه انداختن ضمن این که تبلیغات و اطلاع‌رسانی‌های آن هم باید جمعی باشد که ضرورت این امر داشتن یک اعتقاد جمعی است. دکتر فریناز فریود عضو هیئت مدیره انجمن طراحان پارچه و لباس ایران نیز با بیان این مطلب که چون پیش‌بینی‌کننده جریان مد و تولیدکننده آن در دنیا نیستیم؛ به کپی‌برداری می‌پردازیم؛ گفت: شاید نتوان از یک واحد تولیدی با حجم انبوه مسائل و مشکلات، انتظار سرمایه‌گذاری برای طراحان پارچه و لباس را داشت اما می‌توان در حد یک خط تولید ریسک کار را پذیرفت و به توانمندی طراحان داخلی اعتماد کرد. به اعتقاد این استاد دانشگاه، ایده مذکور می‌تواند شروع بزرگی برای حمایت از هویت فرهنگی طراحان داخلی باشد زیرا سرانجام هنر و صنعت باید در یک بخش به هم پیوندند.

گزارشی از سفر هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک به ترکیه و مذاکره با تشکل‌های نساجی و پوشاک این کشور رایزنی برای مرادوات تجاری قانونی و عادلانه

در همین راستا، هیئت ایرانی متشکل از آقای شهرداری نایب رئیس اتحادیه و سخنگوی گروه، آقای حریری نایب رئیس اتحادیه و نماینده بخش ریسنده، آقای شایختی بازرس اتحادیه، آقای محمد جعفر عضو هیئت مدیره و نماینده کارگروه دستورالعمل، آقای مقدم عضو هیئت مدیره و نماینده بخش پارچه، آقای انصاریان عضو هیئت مدیره و قدیری دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران روزهای سوم و چهارم آبان با نمایندگان اتحادیه‌های نساجی و پوشاک استانبول دیدار داشتند که مشروح دیدارها و مذاکرات انجام گرفته به اطلاع خوانندگان گرامی می‌رسد:



جلسه اول

جلسه اول در روز سوم آبان در محل مجلس صادرکنندگان ترکیه TIM برگزار شد. در این جلسه ابتدا قدیری دبیر اتحادیه ضمن ابراز تشکر از دعوت هیئت ترک، این سفر را در راستای جلسات پیرامون مرکز تجارت ترکیه در ایران و تبیین و توضیح دستورالعمل واردات پوشاک در ایران دانست و گفت «طرفین در جلسات قبل در خصوص لزوم ارتباط مستقیم و بیواسطه با هم تفاهم داشتند و اینکه در این رابطه مشترک به قوانین همدیگر احترام گذاشته و یک همکاری برد-برد را شکل دهند».

وی در ادامه ضمن معرفی اتحادیه و شرح فعالیت‌های آن گفت متأسفانه در سال‌های اخیر تجارت سالم در ایران جای خود را به قاچاق

با درخواست رایزن اول بازرگانی سفارت ترکیه در ایران، جلسه‌ای در اتحادیه بابت حل مسائل به‌وجودآمده برگزار شد و در پی آن نشستی میان نمایندگان اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران و اتحادیه‌های نساجی و پارچه استانبول، اتحادیه نساجی و پوشاک استانبول و فدراسیون صادرکنندگان نساجی و پوشاک ترکیه صورت گرفت که در این جلسه مسائل مربوط به دستورالعمل واردات پوشاک و شرایط جدید ایران برای تجارت سالم در عرصه پوشاک و نحوه تعامل شرکای خارجی علاقه‌مند به فعالیت در زمینه پوشاک در ایران مورد بحث و بررسی قرار گرفت. در جریان این نشست جهت ادامه ارتباط میان تشکل‌ها و گسترش همکاری‌ها، برای نشستی در استانبول دعوت به عمل آمد.

روز چهارشنبه سوم آبان ماه ۹۶ هیئتی از اعضای هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، بنا به دعوت اتحادیه‌های صادرکنندگان نساجی، پارچه و پوشاک ترکیه و فدراسیون صادرکنندگان ترکیه، بابت مذاکره در خصوص همکاری‌های مشترک و تبیین و توضیح دستورالعمل واردات پوشاک عازم استانبول ترکیه شد.

این سفر پس از آن برگزار شد که در جریان افتتاح مرکز تجارت ترکیه در ایران، تبلیغات گسترده‌ای در فضای مجازی مبنی بر فروش مستقیم پوشاک ترک در ایران صورت گرفت که با واکنش سریع اتحادیه روبه‌رو شد و رویداد تبلیغ شده از برنامه سفر وزیر اقتصاد ترکیه که جهت افتتاح این مرکز عازم تهران بود حذف شد.



داده و طبق آمار رسمی حجم قاچاق پوشاک به ایران بیش از ۲،۷ میلیارد دلار برآورد می‌شود که اتحادیه با همکاری سایر تشکل‌های فعال در عرصه پوشاک، فعالیت بسیار گسترده‌ای را در زمینه مبارزه با قاچاق شروع کرده و در این راه بسیار جدی است و ادامه داد: «شما جدیت ما را در موضوع افتتاح مرکز تجارت ترکیه در ایران دیده اید و می‌دانید ما در این راه بسیار جدی هستیم.»

قدیری با اشاره به تشکیل کمیته مشترک تشکل‌های مرتبط با پوشاک در رابطه با دستورالعمل گفت ما به عنوان نماینده این کمیته، اجرای دستورالعمل را تا برطرف شدن مشکل قاچاق ادامه خواهیم داد. وی افزود ما مخالفتی با تجارت سالم و واردات قانونی پوشاک نداریم و مبنای ما برای هرگونه همکاری در زمینه تجارت پوشاک، این دستورالعمل است. وی هشدار داد «هرگونه تجارت خارج از مفاد دستورالعمل به عنوان قاچاق تلقی شده و با آن برخورد خواهد شد که این موضوع زبان هنگفت مالی را به دنبال خواهد داشت.» وی در ادامه بر علاقه‌مندی اعضای اتحادیه در زمینه‌های انتقال تکنولوژی، دانش فنی و سرمایه‌گذاری مشترک تأکید کرد. در ادامه آقای شرافت‌الدین دمیر معاون اتحادیه پارچه و مواد اولیه استانبول گفت: هیچ شرکتی در ترکیه مایل نیست که در قالب قاچاق کار کند، به جهت اینکه قاچاق راندمان کار بانکی تولیدکنندگان ترک را پایین می‌آورد و چون حساب‌های بانکی در ترکیه کنترل می‌شود مشخص می‌شود که میزان صادرات این شرکت چقدر است و شرکت‌ها برای افزایش راندمان صادراتی خود تلاش می‌کنند. ما هم در سال‌های گذشته تجربه قاچاق در کشور خود را داشتیم و کالا به صورت قاچاق به کشور ما وارد می‌شد، منتها این قاچاق از طرف سایر کشورها نبود بلکه از طرف خود ما انجام می‌شد.

روش ما برای جلوگیری از قاچاق این است که تعرفه‌های گمرکی باید کمتر شود تا اجناس به طور قاچاق تجارت نشود. مثلاً خود بنده که

این خصوص داریم. اما از طرف‌های ترک هم انتظاراتی داریم که به طور شفاف مطرح می‌کنم. وی ضمن تبیین دستورالعمل واردات پوشاک ادامه داد: این دستورالعمل سه محور اصلی دارد که بخش اول رعایت اصالت کالا است که طی آن تمام برندها و اشخاصی که ارائه‌کننده محصولات برند هستند باید از شرکت اصلی نمایندگی داشته باشند و مصرف‌کننده در ایران حق دارد از اصالت محصولی که استفاده می‌کند، مطلع شود. این موضوع برای خود برندها نیز بسیار مفید است زیرا با اجرای دستورالعمل محصولات تقلبی را نمی‌توان عرضه کرد.

مورد دوم بحث صداقت است که باید هر دو طرف در این رابطه اقداماتی انجام دهند. ما قائل به ورود پوشاک از کانال‌های رسمی هستیم یعنی پوشاک از مبادی ورودی رسمی و فروشگاه‌های مشخص باید عرضه شود. متأسفانه طرف‌های ایرانی که به عنوان نماینده شما فعالیت می‌کنند از راه‌های غیرقانونی و با فرار از مالیات و عوارض اقدام به واردات کالا می‌کنند.

به عنوان مثال سال گذشته نماینده ال جی در ایران اعلام کرد که خط تولیدی در ایران راه‌اندازی نموده و قصد دارد به صورت CKD در ایران تولید کند. بعد از گذشت چند ماه دولت و تولیدکنندگان داخلی متوجه شدند که این موضوع

تولیدکننده پارچه هستیم تمایل دارم به صورت رسمی و قانونی فعالیت کنم. پیشنهاد ما این است که وظایف مربوط به ما را برای پیشگیری از گسترش قاچاق بفرمائید تا ما براساس آن عمل کنیم البته شما هم باید زیرساخت‌های ورود قاچاق کالا به ایران را محدود کنید تا این همکاری متقابل نتیجه‌بخش باشد. ما برای همکاری همه‌جانبه با شما آماده هستیم به عنوان مثال ما یک تفاهم‌نامه دوجانبه، با پاکستان بابت معافیت‌های گمرکی امضا کردیم در حالی که پاکستان به عنوان یکی از بزرگترین تولیدکننده‌های منسوجات مطرح است.

شهریاری نایب رییس اتحادیه تولید و صادرات با تشکر از آقای ارکان مدیر مرکز تجارت ترکیه در ایران بابت برگزاری جلسه گفت: با توجه به اینکه ما همگی تولیدکننده هستیم راحت‌تر می‌توانیم مسائل خود را حل کنیم. وی ضمن استقبال از صحبت‌های آقای دمیر در بخش اول صحبت‌های خود راجع به دستورالعمل توضیحاتی ارائه کرد. وی گفت دورانی که هم‌اکنون ما در ایران تجربه می‌کنیم را ترکیه قبلاً تجربه کرده است. بنده بیش از ۲۰ سال است که با طرف‌های ترک مراوده دارم. ما مشکلاتی در خصوص قوانین خود داریم و به همین جهت جلسات متعددی با گمرک و سایر نهادهای ذیربط در

صادر کردیم. ما نزدیک ۲۰ سال است که با روسیه تجارت مستقیم داریم. که در آنجا هم دستورالعمل‌های مختلفی برای جلوگیری از قاچاق وجود دارد ولی مسئله مهم این است که موضوع مقابله با قاچاق مربوط به کشور شماست و ما هم تمایل داریم که جلوی قاچاق گرفته شود. در مورد روسیه هم به این نحو است که به مرور با رعایت دستورالعمل‌های ایشان به طور تدریجی تجارت قاچاق کم‌رنگ شده است. هدف اصلی ما نیز مقابله با قاچاق است. یک هیئت ۵۰ نفره سال گذشته از ایران به ترکیه آمدند که از اعضای اتحادیه پوشاک ایران بودند و از تعرفه‌های بالای واردات پوشاک شکایت داشتند. و می‌گفتند اگر این تعرفه پایین باشد ما هم به تجارت رسمی علاقه داریم!! ایشان از ما درخواست کردند با مذاکره با طرف‌های ایرانی کار مشترکی را در جهت کاهش تعرفه‌های واردات پوشاک به ایران انجام دهیم. البته ما در خصوص پوشاک باید به غیر از برندها، سایر تولیدکنندگان کوچک ترکیه را نیز برای تجارت با ایران مدنظر داشته باشیم. هدف ما در مرکز تجارت ترکیه این است که یک نمایشگاه و شو روم داشته باشیم و در آن مرکز فروش مستقیم صورت نمی‌گیرد. درخواست ما این است که جدای از بحث دستورالعمل، موضوع کاهش تعرفه‌های واردات پوشاک نیز در دستور کار قرار گیرد.

جعفری عضو هیئت مدیره اتحادیه و عضو کارگروه اجرای دستورالعمل واردات پوشاک گفت: ارتباطاتی که بین برندهای کشورها و تولیدکنندگان ایرانی در حال شکل‌گیری است شاید هنوز شفاف نیست. وی با اشاره به شکل‌گیری قاچاق از سوی طرف‌های ایرانی به طرف‌های ترک توصیه کرد باید بابت توسعه روابط تجاری، مراقب روابط خود باشد. چرا که برخی سودجویان در ایران از آب گل آلود سوء استفاده می‌کنند و مثالی که برای ال جی ذکر شد برای برندهای پوشاک نیز اتفاق خواهد افتاد. طرف‌های ترک یا اطلاعاتی از نحوه رفتار نمایندگان خود در ایران ندارند یا نسبت به این



هم مذاکره کرده‌اند اما در این میان در خصوص قیمت تمام‌شده اختلافاتی وجود دارد. اگر این برند نگاه کوتاه‌مدتی داشته باشد تبعاً این کار را انجام نمی‌دهد. اما با یک نگاه بلندمدت در حال انجام این کار است. چرا که اولاً با اصلاح خطوط تولید و انتقال تکنولوژی می‌تواند قیمت تمام‌شده خود را به قیمت‌های بین‌المللی نزدیک کند و دوم اینکه اجناس خود را با توجه به استقبال مردم با قیمت بالاتری در ایران می‌فروشد. قطعاً با ادامه این مسیر سهم بازاری که برای این برندها ایجاد می‌شود پایدار خواهد بود و این برندها جایگاه خود را به خوبی در بازار تثبیت می‌کنند. بنابراین با رعایت دستورالعمل این تجارت برای هر دو طرف به صورت برد-برد است. مطلب دیگر اینکه متأسفانه برندهای ترک در بازار ایران محصولات چینی ارائه می‌کنند که این موضوع به برندهای ترک هم ضربه می‌زند.

در ادامه جلسه آقای ارجان نماینده اتحادیه پوشاک آماده ترکیه گفت به خاطر تلاش شما در خصوص اجرای دستورالعمل تبریک می‌گویم. تجارت قانونی برای ما به جهت اعتبارات بانکی و همین‌طور اعتبار نام برندهایمان مهم است. صادرات پوشاک ما ۱۷ میلیارد دلار است که ۷۰ درصد آن به اروپا انجام می‌شود و سال گذشته حدود ۳۵۰ میلیون دلار پوشاک آماده به ایران

تقلب است و تولید در ایران انجام نمی‌شود. ال جی مجبور شد به خاطر این تخلف نماینده خود تاوان سنگینی را پرداخت کند در حالی که از تقلب نماینده خود خبر نداشت. ما نمی‌خواهیم این مسئله برای شرکت‌های ترک اتفاق بیافتد پس این موضوع فقط مسئله‌ای مختص ما نیست و شما هم باید دقت کنید که در مذاکرات b2b طرف متقابل شما چه کسانی هستند.

سومین موضوع این دستورالعمل حمایت از تولیدکنندگان داخلی است. بنده خیلی خوشحالم که شما با پاکستان تفاهم‌نامه امضا کردید به جهت اینکه ما با بسیار راحت‌تر می‌توانید این کار را انجام دهید. به جهت اینکه بازار ما حجم بزرگ ۸۰ میلیونی دارد و مطابق دستورالعمل شرکت‌هایی که تمایل دارند در ایران کار کنند باید ۲۰ درصد حجم تجارت خود را در قالب سفارش‌گذاری یا سرمایه‌گذاری مشترک در ایران تولید کنند و این همان نقطه‌ای است که ما می‌توانیم با هم کار کنیم.

مسئله شما هم به دنبال سرمایه‌گذاری در بازارهای جدید هستید منتها باید یک تغییر نگرش در این میان صورت گیرد. به عنوان مثال یکی از برندهای شما فروش موفق در کشور ما دارد و موظف است مطابق دستورالعمل ۲۰ درصد در ایران تولید کند. آنها با تولیدکنندگان ما

وارد می‌شود. ما چون در بطن کار هستیم این موضوع را به خوبی میبینیم. اگر بتوان قاچاق را محدود کرد حقوق دریافتی دولت ایران هم از دریافت گمرک مناسب خواهد بود منتها ما مشکلات زیادی برای تجارت با یکدیگر به وجود می‌آوریم.

به عنوان مثال یکی از دوستان من برای همکاری مشترک با طرف ایرانی خود تعدادی ماشین‌آلات بافت جوراب به ایران ارسال کرد که نزدیک یک سال است در گمرک مانده و ترخیص نمی‌شود. به نظر من مشکلاتی در ایران وجود دارد که مانع از انجام سرمایه‌گذاری خارجی می‌شود. وی افزود: بیاید ما به عنوان صاحبان صنایع، کار مشترکی با هم انجام دهیم و هر دو طرف به صورت تهاجمی فعالیت کنیم و راه را برای همکاری دوسویه باز کنیم. هر دو طرف تعرفه‌های گمرکی را کاهش دهیم و مطمئن باشید با این کار قاچاق هم از بین می‌رود. ما به مرور زمان صاحب صنعت نساجی و پوشاک شدیم و برای این کار یک روند ۴۰ ساله را طی کردیم بنابراین نباید انتظار داشت طی یک زمان کوتاه و با تدوین قوانین و دستورالعمل‌ها به موفقیت برسیم. پیشنهاد ما این است که اول تجارت سالم شروع شود و بعد شاهد خواهیم بود که سرمایه‌گذاران ترک به خواست خود به ایران

وی با ذکر اهمیت اطلاعات تخصصی گفت: اگر در خصوص سرمایه‌گذاری مشترک، اطلاعات لازم موجود نباشد ما نمی‌توانیم در این خصوص فکر کنیم. به عنوان مثال در حال حاضر ۱۲۰۰ کارخانه تولید منسوجات خانگی در ترکیه فعال است و در این زمینه علاقمند به سرمایه‌گذاری مشترک هستیم اما اطلاعات کمی در این خصوص داریم. در حال حاضر حدود ۵ شرکت منسوجات خانگی ترکیه که قبلاً فقط به ایران کالا می‌فروختند، پس از بررسی‌های لازم به این نتیجه رسیدند که کالای خود را در ایران تولید کنند و در حال تولید هستند. ما قائل به این هستیم که هم فروشنده و هم خریدار باید در یک تجارت منتفع شوند و در این رابطه باید منافع طرف‌های تجاری خود را برای تجارت بلندمدت در نظر داشته باشیم.

در ادامه آقای آکیلان معاون اتحادیه تولیدکنندگان لباس زیر و عضو اتحادیه تولیدکنندگان پوشاک گفت: نزدیک ۲۰ سال است به ایران کالا صادر می‌کنم و دوستان خوبی در ایران دارم. ما به آسانی نمی‌توانیم با ایران مرادده تجاری داشته باشیم و شفافیتی در این زمینه وجود ندارد. ما حدود ۳۵۰ میلیون دلار صادرات پوشاک آماده به ایران داریم و معتقدم شاید ۱۰ برابر این رقم به صورت قاچاق به ایران

موضوع بی‌تفاوت هستند ما اینجا هستیم که این موضوع را شفاف کنیم. پیشنهاد می‌کنم شما با تشکل‌های تولیدی و تولیدکنندگان ارتباط مستقیم برقرار کنید و از قوانین مطلع شوید.

گروه‌هایی در ایران هستند که خود را به عنوان مرجع و سیاست‌گذار پوشاک معرفی می‌کنند و اخیراً در ایران با مجموعه‌هایی مواجه می‌شویم که خود را به عنوان تولیدکننده در خصوص بحث ۲۰ درصد معرفی می‌کنند در حالی که این اشخاص سوء استفاده کردند و متقلب بودند که با ایشان مقابله شده و می‌شود. به شما توصیه می‌کنم با افراد قانونمند در ایران مذاکره کنید.

دمیر در مورد سرمایه‌گذاری گفت: برای ما بهترین حالت این است که با کشوری که جمعیت زیادی دارد و حداقل نیمی از آن به زبان ما صحبت می‌کنند کار کرده و سرمایه‌گذاری کنیم. اما سوال اینجاست که چرا ما فقط به فکر فروش در آن هستیم؟ برای شما هم ممکن است این سوال پیش بیاید که چرا ما در کشورهای دیگر مثل ازبکستان و چین سرمایه‌گذاری می‌کنیم ولی این کار در ایران انجام نمی‌شود. ما به عنوان بخش خصوصی با اینکه خیلی علاقه به کار با یکدیگر داریم اما با توجه به اینکه شرایط تجارت دست ما نیست کار سخت می‌شود. به نظر من زمانی مشکل ما حل می‌شود که تجارت را از دست سیاستمداران جدا کنیم.

وی با ذکر این مطلب که اولین بار صنعت نساجی با ورود تکنولوژی از روسیه وارد ترکیه شده گفت: وقتی شما یک ماشین برای تولید می‌خرید آن ماشین خود به خود کار نمی‌کند بلکه اراده و پشتکار و اطلاعات فنی و طراحی مناسب است که موجب تولید محصول می‌شود. با اینکه ما تکنولوژی را از روسیه وارد کردیم ولی اکنون روسیه در صنایع نساجی کار خاصی انجام نمی‌دهد و عمده منسوجات و پوشاک ایشان را ما تامین می‌کنیم. دلیل این موضوع دانش و اطلاعات فنی و طراحی ما است. اگر چه ما از لحاظ قیمت نمی‌توانیم با چین مقابله کنیم اما از نظر طراحی و اطلاعات قوی‌تریم.



مراجعه می‌کنند و برعکس. بنابراین اتحادیه‌ها باید یک ارتباط مستمر و موثر برای این موضوع با هم داشته باشند.

شهریاری در پاسخ به صحبت‌های آقای آکیلان گفت: شما و سایر دوستانان برکاهش تعرفه‌های وارداتی نساجی و پوشاک تاکید دارید. می‌خواهید نظر ما را در مورد تعرفه‌ها بدانید؟ ما قائل به حذف تعرفه‌ها هستیم چرا که هم‌اکنون بنده به عنوان تولیدکننده پوشاک، پارچه و مواد اولیه مورد نیاز خود را با تعرفه ۳۰ درصد وارد می‌کنم. اینجا در گروه ما تولیدکننده‌ای هست که بیش از ۸۰ سال پارچه تولید می‌کند. او هم برای ورود مواد اولیه‌اش مشکل دارد و تعرفه ۳۰ درصدی می‌پردازد و این زنجیره ادامه دارد. تولیدکننده نخ هم برای تامین مواد اولیه خود تعرفه می‌پردازد. بنابراین مگر می‌شود تعرفه پوشاک آماده صفر شود و تولیدکنندگان پوشاک و زنجیره‌های بعدی، حقوق گمرکی بالا پرداخت کنند.

بهبتر است مسائل را یکسویه نبینیم و باید در مورد زنجیره تولید پوشاک صحبت کنیم. می‌خواهم شما را به سال ۲۰۰۰ ببرم؛ بنده آن زمان در استانبول بودم و پوشاک چینی به صورت گسترده‌ای وارد ترکیه می‌شد. همکاران شما به بنده می‌گفتند تولیدکنندگان نساجی و پوشاک در حال شورش هستند. علت این بود که شما در خطر بودید. اگر شما جلوی چین را نمی‌گرفتید الان هیچکدام از شما در این جلسه نبودید. بنابراین به ما حق بدهید.

شما می‌گویید ۳۵۰ میلیون دلار از ترکیه پوشاک به ایران صادر کردید در حالی که واردات رسمی پوشاک ما از کل دنیا تنها ۶۰ میلیون دلار ثبت شده. علت این اختلاف چیست؟ بنده خواهش می‌کنم هنگام همکاری ببینید طرف ایرانی شما کیست. کسانی که به شما می‌گویند فشار بیاورید که تعرفه‌های پوشاک در ایران پایین بیاید فقط منافع خود را می‌بینند چرا که کل زنجیره تامین پوشاک را در نظر نمی‌گیرند. ما نباید از واسطه‌ها حمایت کنیم چون تولیدکنندگان کوچک ما را از بین می‌برند. ما امروز آماده ایم که با هم فکری

بتوانیم یک بازی برد-برد را شکل بدهیم.

در ادامه آکیلان پیشنهاد داد که یک خط اعتباری مثلا یک میلیارد دلاری به هم تخصیص بدهیم به این صورت که ترکیه پارچه و پوشاک به ایران بدهد و در مقابل مواد اولیه خود را از ایران تامین کند.

شهریاری گفت این موضوع اصلا چیز خوبی نیست. ما سال‌هاست که بخش زیادی از مواد اولیه خود شامل نخ و پارچه را از ترکیه وارد می‌کنیم ولی نکته‌ای در این میان وجود دارد این است که اگر صنعت پوشاک در ایران از بین برود دیگر کسی از شما پارچه و نخ نخواهد خرید.

شهریاری در پاسخ به سوال آکیلان که پرسید پیشنهاد شما چیست؟ گفت: پیشنهاد ما سرمایه‌گذاری مشترک در صنعت پوشاک ایران است. ما این موضوع را در قالب دستورالعمل برنامه‌ریزی کردیم. بنده پیشنهاد می‌کنم با شما که تجربه صادراتی به ایران دارید بنشینیم و راجع به جریبات این موضوع صحبت کنیم.

در ادامه دمیر گفت: ما در نکات کلیدی مشترک هستیم. ما باید بتوانیم تجارت خود را گسترش دهیم و این موضوع که با حذف واسطه‌ها، تولیدکنندگان منسوجات و پوشاک بتوانند تجارت مستقیم با یکدیگر داشته باشند نقطه شروع خوبی است. ما باید به این فکر کنیم که چطور می‌توانیم حجم تجارت خود را در تمام صنایع بالا ببریم. وی افزود: ما هم با کسب و کارهای کوچک شروع کرده‌ایم و اکنون به صادرات فکر می‌کنیم. ما کارمندان دولت نیستیم و به عنوان صاحبان صنایع علاقه به همکاری داریم. توسعه و روابط تجاری از طریق نمایشگاه‌ها و دیدارهای دوجانبه تجاری می‌تواند شروع شود.

من پیشنهاد می‌کنم شما اینجا برای کسب درآمد بیابید مثلا شما در فرش دستباف بسیار قوی هستید. فرش خود را بیاورید ما فرش شما را بفروشیم. شما می‌توانید در صنایعی که قوی هستید وارد بازار شوید. ما فقط در صنعت نساجی بالای ۸ میلیارد دلار واردات داریم و ترجیح می‌دهیم حداقل ۲ تا ۳ میلیارد دلار آن را از ایران

تامین کنیم. ما به عنوان بخش خصوصی این کار را می‌توانیم انجام دهیم.

دمیر در ادامه گفت: در حال حاضر نزدیک به ۲۰۰ میلیارد دلار واردات به ترکیه داریم و می‌توانیم لیستی برای تامین متقابل کالا برای هم آماده کنیم و رقم تجارت خود را بالا ببریم. ترجیح ما تجارت با ایران است به خصوص که هم‌اکنون مبادلات تجاری، به صورت تبادل لیر و ریال صورت می‌گیرد. ما حتی می‌توانیم به صورت تهاوتر و کالا به کالا با هم کار کنیم. افراد سیاسی بحث تجارت بین ما را درک نمی‌کنند همانطور که ما از سیاست چیزی نمی‌دانیم. بنابراین ما باید پیش‌زمینه‌ها را آماده کنیم و مسئولین باید فقط آن را امضا کنند. این شیوه توسعه تجارت فیما بین است. شما می‌توانید مرکز تجارت خود را در ترکیه تاسیس کنید تا مبادلات تجاری دو طرف توسعه یابد ما نیز در این زمینه کمک خواهیم کرد.

حریری نایب رییس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات ایران گفت: حدود ۸۰ درصد از پوشاک وارداتی ما چینی است پیشنهاد ما این است که به فکر این ۸۰ درصد پوشاک بی کیفیت چینی باشیم و با افزایش سهم تولید در ایران با همکاری طرف‌های ترک، سهم چین را از بازار ایران کم کنیم. ایران به لحاظ تولید، توان بالقوه زیادی دارد. هم‌اکنون برخی تولیدات ما در سطح بین‌الملل مطرح هستند. کاهش تعرفه‌های گمرکی با افزایش سرمایه‌گذاری مقدر است و آن دستورالعمل این موضوع را تسهیل می‌کند. در این دستورالعمل ۲۰ درصد برای تولید داخلی در ازای واردات به ایران در نظر گرفته شده و شما می‌توانید از پتانسیل‌های خود در این دستورالعمل بهره‌مند شوید. توان تولید با کیفیت در ایران وجود دارد و شما می‌توانید به خوبی با طرف‌های ایرانی کار کنید.

دمیر در ادامه گفت: ما ترجیح می‌دهیم مواد اولیه مورد نیاز خود را از طریق ایران وارد کنیم به جهت اینکه اولاً طی زمان کمتری کالای خود را مثلا نسبت به چین دریافت می‌کنیم و ثانياً از نظر مراودات تجاری اعتماد خوبی بین تولیدکنندگان



استقبال خواهیم کرد.

دمیر در مورد سرمایه‌گذاری ۲۰ درصد گفت: وجود شرایط مناسب، طرف مقابل را به سرمایه‌گذاری ترغیب می‌کند. منظور از شرایط مساعد مانند پرسنل متخصص، تجهیزات مناسب، فضای اقتصادی خوب و مناسب رقابت است. رقابت موجب افزایش سرمایه‌گذاری می‌شود و در این صورت است که صنعت تقویت می‌شود. به هرحال سرمایه‌گذاری صنایع ترکیه در ایران به جهت بُعد مسافت و نیاز به سرکشی کار چندان ساده‌ای نیست اما در صورت وجود محیط مناسب قابل انجام است.

به عنوان مثال ترکیه هم‌اکنون سرمایه‌گذاری بزرگی بابت تولید پارچه‌های حلقوی در روسیه انجام داده و با رغبت هم این کار انجام شده است. به جهت اینکه شرایط در آنجا مهیا شد در مقابل آن مثلاً ترکمنستان از ما خواست در آن کشور سرمایه‌گذاری کنیم ما هم قبول کردیم اما مشکل از آنجا شروع شد که آنها حتی برای سفر به ترکمنستان به ما ویزا ندادند. در روسیه هم سرمایه‌گذاری‌های انجام شده به جهت عدم امکان تبادل پول به مشکل خورده است. به هرحال به جهت اشتراکات زیاد و علاقه‌مندی صنایع ما، اگر شرایط لازم مهیا شود ما خود برای سرمایه‌گذاری در ایران رغبت داریم.

نکرده است. داشتن غرفه این شرکت در مرکز تجارت ترکیه یعنی حمایت مرکز تجارت ترکیه از یک مورد غیرقانونی، بنابراین هیچکدام از تشکلهای ایران از آن مرکز تا وقتی که به این نحو عمل کند حمایت نخواهند کرد.

جعفری ادامه داد: نکته دیگر در مورد تعرفه‌های گمرکی است که خیلی روی آن تاکید می‌شود. در دولت قبلی ما قرارداد تعرفه ترجیحی بین ایران و ترکیه امضا شد و دولت‌ها داشته‌های خود را با هم تبادل کردند. در آن قرارداد در برابر پوشاک، فرش معامله نشد بلکه میعانات گازی و مواد خام در برابر کالای نهایی مبادله شد. بعد از ۴ سال ایران متوجه شد صنعتی را مبادله کرده که اشتغال را به مخاطره انداخته است. برای ترکیه عوارض گمرکی از ۱۲۰ درصد به ۴۰ درصد کاهش پیدا کرد اما در حجم واردات قانونی پوشاک اختلاف زیادی به وجود نیامد و دولت به این نتیجه رسید تعرفه اگر پایین‌تر هم بیاید اتفاق خاصی در حجم تجارت قانونی به وجود نخواهد آمد بنابراین دستورالعمل واردات پوشاک تدوین شد. بحث ۲۰ درصد تولید داخل پوشاک در دستورالعمل می‌تواند مبنای خوبی برای مبادله با مواد اولیه باشد. این ۲۰ درصد می‌تواند در زمینه انتقال تکنولوژی و طرح به ما کمک کند و ما در ازای آن از ۸۰ درصد واردات پوشاک ترک به ایران

ایرانی و ترک وجود دارد. ما خیلی نیاز به گشایش اعتبار و ال سی نداریم بلکه با اعتبار همدیگر یا در قالب چک هم کار می‌کنیم و مشکل مبادلاتی زیادی نداریم. شما باید بتوانید توانمندی خود را به طرف‌های ترک در قالب نمایشگاه، مرکز تجاری و یا هر طریق دیگر ارائه کنید. ما در این جلسه شناخت خوبی نسبت به شما پیدا کردیم.

آقای سلیمان دبیرفدراسیون صادرکنندگان ترکیه گفت: مرکز تجارت ما در ایران فقط برای فعالیت b2b است و شرکت‌های ترک حاضر در ایران آماده سرمایه‌گذاری در ایران هستند و بهتر است در این رابطه دیدارهای تجاری بیشتری داشته باشیم. ما برای ماه دسامبر یا نوامبر حاضر هستیم که جلسه b2b در ایران داشته باشیم و می‌خواهیم این کار را به صورت مشترک و با حضور شما و البته اجازه دولت ایران به قصد سرمایه‌گذاری انجام دهیم و برای اجرایی شدن این موضوع باید منافع شرکای ایرانی و ترکیه تامین شود که این همکاری ادامه یابد و این همکاری مشترک با شما یک نقطه کلیدی برای این صنعت خواهد بود.

ما ارتباط تجاری خود را با ایران شروع کرده ایم منتها مسائل سیاسی کمی این موضوع را طولانی کرد. ما به عنوان نمایندگان دو صنعت بزرگ باید مسائل و مشکلات مربوط به روابط تجاری را به اطلاع وزرای مربوطه هر دو کشور برسانیم و از آنها بخواهیم در این ارتباط تسهیل ایجاد کنند و این موضوع حمایت لازم برای ارتباط را بیشتر خواهد کرد. برای فردا از مرکز تجارت مد بازدید خواهیم کرد که بسیار در زمینه طراحی قوی عمل می‌کند. فردا با حضور صاحبان صنایع بحث بیشتری خواهیم داشت.

جعفری در مورد فعالیت مرکز تجارت ترکیه در تهران گفت: صراحتاً خدمت شما عرض کنم که اگر مرکز تجارت ترکیه در ایران با افراد به صورت غیرقانونی کار کند ما هیچ حمایتی از این مرکز نخواهیم کرد. به عنوان مثال برند مارتن که یک نشان ترک است در ارگ تجریش فروشگاه دارد و هنوز گواهی فعالیت از وزارت صنعت ایران اخذ

جلسه دوم

شامگاه چهارشنبه چهارم آبان ماه ۹۶ جلسه دوم هیئت اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران با روسا و اعضای هیئت مدیره اتحادیه صنایع نساجی، پارچه و مواد خام استانبول و اتحادیه پوشاک و پوشاک آماده استانبول برگزار شد. در ابتدای این نشست آقای حکمت تانری وردی رییس اتحادیه پوشاک و پوشاک آماده ترکیه ضمن خیر مقدم و ابراز امیدواری برای ادامه مذاکرات خوب و سازنده فیما بین گفت: طی سه سال اخیر بنده سفرهای متعددی به ایران داشتم و معتقدم با توجه به روابط خوب و برادرانه میان دو کشور می توان کارهای بزرگی با همکاری یکدیگر انجام داد.

مشکلاتی در خصوص قاچاق پوشاک به ایران در جلسه دیروز مطرح شده که البته در تمام دنیا این مشکل وجود دارد که به نظر من مربوط به تعرفه های بالای وارداتی این اقلام می شود. ما معتقد به انجام تجارت قانونی و سالم با ایران هستیم و در این راه باید به یکدیگر کمک کنیم اما مطلع محصولات چینی با پرداخت تعرفه های ناچیز یا قاچاق، از جنوب ایران وارد می شوند در حالی که ترکیه این شرایط را ندارد. من طی سفرهایم به ایران و بازدید از بازار تهران به وفور اجناس چینی دیدم و حدس می زنم حداقل بالای

پنجاه درصد آنها سرطانزا می باشند. اگر شما بتوانید واردات از چین را کنترل کنید من به شما قول می دهم که از سوی ترکیه اجازه نمی دهیم هیچ کالایی به صورت قاچاق به ایران بیاید.

البته در تعرفه های ورودی پوشاک با ایران نیز باید تغییراتی صورت گیرد. موضوع ۲۰ درصد تولید در ایران نیز بحث بعدی است. شرکت های ما برای اینکه بتوانند در ایران سرمایه گذاری کنند باید پتانسیل فروش بازار ایران را بدانند و سپس سرمایه گذاری کنند. بر اساس دستور العملی که شما اعلام کردید ۲۰ درصد صادرات برندهای خارجی باید در ایران تولید شود اما برای چین این مورد را انجام نمی دهید.

شهریاری: دستور العمل برای همه یکسان است. حکمت: واردات پوشاک ایران از چین چقدر است؟

شهریاری: قاچاق یا رسمی؟!

حکمت: هم قاچاق و هم رسمی میزان واردات پوشاک شما و به خصوص از چین به چه میزان است؟

قدیری: میزان واردات رسمی ۶۰ میلیون دلار و میزان قاچاق ۳ میلیارد دلار. البته آمار کلی است و مربوط به کل کشورهاست.

حکمت: البته ما فکر می کنیم صادرات رسمی ترکیه به ایران ۸۰ میلیون دلار است که این

رقم در حال افزایش است. برندهایی مثل ال سی وایکیکی، دی فکتو یا کوتون برای ورود کالای خود به ایران باید صد در صد تعرفه های لازم را بپردازند. با تسهیل شرایط توسط شما، آنها راحت تر می توانند در ایران سرمایه گذاری کنند. هر چقدر این شرکت ها سرمایه گذاری بیشتری در ایران داشته باشند باعث می شوند شرکت های دیگر ترک نیز ترغیب به سرمایه گذاری شوند.

شما می دانید در مراکز خرید ما هیچ برندی نمی تواند وارداتش را به صورت قاچاق انجام دهد اما در بازار شما همه کالاهایی که من دیدم به صورت قاچاق می آید. کالاهای چینی بسیاری دیدم که از محصولات ما کپی برداری کرده بودند و ما در این خصوص و برای حمایت از برندها کاری نمی توانیم انجام دهیم حتی اگر تقلب آنها اثبات شود. این موضوع برای نام برندهای ما بسیار مضر است.

ما می دانیم که دستور العمل جدیدی برای واردات پوشاک در ایران تدوین شده است اما پیشنهاد می کنیم این دستور العمل ها پی در پی و سختگیرانه نباشد. برندهای ما باید از حداقل فروش تضمین شده ای در ایران برخوردار باشند که بتوانند سرمایه گذاری انجام دهند. اگر قوانین داخلی ایران در جهت حمایت از سرمایه گذاری خارجی باشد و یک حمایت محکم و قوی از سوی دولت شما انجام شود، سرمایه گذاران ترک به مرور به ایران خواهند آمد و البته مجبور هستند که تمام قوانین ایران را رعایت کنند.

به عنوان مثال ۱۵ نفر از اعضای اتحادیه ما کارهای بزرگی را در صربستان شروع کرده اند و نزدیک به ۱۵۰۰۰ شغل در آنجا ایجاد نموده اند چرا که دستمزد کارگر در صربستان ۲۸۰ یورو است. یکی از علل انتخاب ایران به عنوان هدف سرمایه گذاری برای ما همین موضوع است. انرژی، نیروی انسانی و مالیات بر تولید ارزان موادی است که سرمایه گذاران را تشویق می کند.

بیباید با همکاری همدیگر شرایط سرمایه گذاری در ایران را تسهیل کنیم آنوقت خواهید دید





زمینه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری خارجی در ایران را فراهم آوریم. من از آقای ارکان مدیر مرکز تجارت ترکیه در تهران خواهش می‌کنم قوانین مناطق آزاد ما را مطالعه کنند. شما می‌توانید در مناطق آزاد ما کارخانه تاسیس کنید و مواد اولیه خود را بدون پرداخت عوارض وارد کنید و مجدداً می‌توانید بدون پرداخت عوارض دیگری آن را به هر جای دنیا صادر کنید یا به ایران فروش داشته باشید. ما آماده هستیم جلسات مشترکی با روسای مناطق آزاد ما داشته باشید.

ارکان در بین صحبت‌های شهرباری گفت: ما قوانین مناطق آزاد را می‌دانیم و شرکت‌هایی از طرف ما هم در آنجا سرمایه‌گذاری کرده‌اند اما در بحث مالیات در این مناطق به طور سلیقه‌ای رفتار می‌شود و ما در این زمینه مشکل داریم. مدیران منطقه آزاد با برخی ارقام بازی می‌کنند و باعث آزار سرمایه‌گذاران می‌شوند.

شهرباری در پاسخ گفت: ما در این رابطه می‌توانیم جلساتی هماهنگ کنیم که این مشکلات حل شود. متأسفانه یکی از کانال‌های عمده ورود پوشاک قاچاق به ایران مناطق آزاد است. به اسم تولید می‌آیند اما عملاً تولیدی در آنجا انجام نمی‌شود. به طور مثال در یکی از مناطق آزاد ما سال گذشته ۷۰ میلیون دلار پوشاک وارد شده و تنها یک میلیون دلار آن به

پوشاک آماده ترک به ایران اعلام کردند و اینکه به طور رسمی مبلغ ۸۰ میلیون دلار پوشاک به ایران صادر شده. (حکمت: ۸۰ میلیون برای ۹ ماه امسال) خوب دیگر بدتر شد. نکته ظریفی در این میان وجود دارد. شما هم‌اکنون سایت گمرک ایران را نگاه کنید کل صادرات پوشاک به ایران از تمام دنیا در سال گذشته ۶۰ میلیون دلار بوده یعنی با آمار ۳۵۰ میلیون دلار صادراتی که ترکیه در سال گذشته به طور رسمی ثبت کرده و آمار امسال شما خیلی متفاوت است. به نظر شما این مبلغ کجاست؟

من خواهش می‌کنم این است که توجه کنید این سود نه در جیب شماست و نه تولیدکننده ایرانی و نه دولت ایران. عوارض این اختلاف به دولت ایران پرداخت نشده است. این پول در جیب افراد فرصت‌طلبی است که خود را از یک سو به تولیدکنندگان ایرانی وصل می‌کنند و از سوی دیگر به برندهای ترک. جنس این افراد مانند کسانی است که پوشاک مضر برای سلامتی را از چین می‌آورند. ما دستورالعملی که نوشتیم در واقع برای حمایت از تولیدات باکیفیت و تسهیل تجارت برندها در ایران نوشتیم به طوری که دیگر کسی نتواند با نام آنها پوشاک بفروشد و کاری هم از دست کسی برنیاید.

ما به دنبال این هستیم که با همکاری همدیگر

سرمایه‌گذاران ترک با پای خودشان به ایران می‌آیند. وقتی ما به اتیوپی برای سرمایه‌گذاری می‌رویم چرا به ایران نیاییم. تا جایی که بنده می‌دانم تبادل بین ریال و لیر در ایران انجام شده و کارها را راحت‌تر می‌توان انجام داد. ما سعی می‌کنیم به ایران بیاییم و با شخصیت‌های دولتی به طور مستقیم این موارد را مطرح کنیم و اگر نتوانستیم شما این نقطه نظرات را منعکس کنید. ما مانند یک برادر حاضر هستیم هرگونه همکاری و حمایت لازم را انجام دهیم. مجدداً از حضور شما در اینجا تشکر می‌کنم.

در ادامه اسماعیل گوله رییس اتحادیه صنایع نساجی، پارچه و مواد خام ترکیه گفت: من نیز مدت‌هاست به ایران تردد می‌کنم و مراد تجاری در زمینه پارچه با ایران دارم. بازار دو کشور ایران و ترکیه بسیار بزرگ است و اگر میزان این بازار را ۱۶۰ میلیون نفر به تعداد جمعیت هر دو کشور در نظر بگیریم فرصت‌های بسیاری به صورت بالقوه می‌تواند در آن شکل بگیرد.

نگاه ما باید همکاری دوسویه باشد نه اینکه یک طرف فروشنده و یک طرف خریدار تعریف شود. ما در زمینه تجارت دوطرفه آماده هستیم و می‌دانیم که شما در زمینه تجارت استاترید و تجربه بیشتری دارید. اما این استادی بیش از حد نباید طوری باشد که دیگر نتوانیم با هم کار کنیم! یک قدم شما پیش بیایید یک قدم هم ما می‌آییم و سپس همکاری متقابل را شکل می‌دهیم. ما در ایران حس می‌کنیم که در خانه خود هستیم. مجدد تشکر می‌کنم از حضور شما. سپس آقای شهرباری نایب رییس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران ضمن تشکر مجدد از مهمان‌نوازی تشکرهای ترکیه گفت: ما دیروز یک جلسه سخت داشتیم و تا حدی متوجه شدیم که دیدگاه‌هایمان نسبت به همدیگر چگونه است اما فکر می‌کنم این دیدگاه‌ها را در جلسه امروز می‌توان به هم نزدیک‌تر کرد. بنده از مثال خود شما استفاده می‌کنم. آقای حکمت مطلبی را در رابطه با آمار میزان صادرات شرکت‌هایی مانند ال‌سی و دی فکتو و سایر شرکت‌های

به خاطر اینکه ما طبق دستورالعمل از این شرکت حمایت کردیم و با تمام «یواس پولو»هایی فیک و تقلبی برخورد کردیم فوق العاده خوشحال شد. تا قبل از این دستورالعمل آن شرکت نمی توانست برخوردی بکند.

نکته دیگری هم در این میان وجود دارد و آن نحوه تولید در ایران است. به عنوان مثال یکی از تولیدکنندگان ما با ال سی وایکیکی جهت تولید وارد مذاکره شد. شرکت ال سی بابت پارچه های مورد استفاده ایراداتی داشت که هر نمونه ای که ارائه می شد را رد می کرد. در نهایت ما یک نمونه از پارچه هایی که خود ال سی وایکیکی استفاده می کرد را از ترکیه خریداری کردیم و به عنوان نمونه به این شرکت دادیم که آن پارچه هم از نظر آنها رد شد. موضوع بهانه تراشی شرکت ال سی را به وزیر صنعت خود هم گزارش دادیم. ما می خواهیم طرف های مقابل ما به طور کامل دستورالعمل را رعایت کنند و در این راه بهانه تراشی نکنند و همکاری لازم را داشته باشند.

آقای دمیر در ادامه از تجربه تولید مشترک خود با یکی از شرکای ایرانی بابت تولید اکسسوری و دکمه در ایران گفت و اینکه این کارخانه ۱۰ سال است که کار می کند و به خاطر مشکلات موجود ایشان از این شراکت خارج شده و هنوز نتوانسته اصل مبلغ سرمایه گذاری خود را دریافت کند. و در ادامه گفت: البته با شرایط موجود شاید بتوان این مسائل را حل کرد که نیاز به زمان دارد و به تدریج این موانع را باید با کمک همدیگر رفع کنیم.

شهریاری در پاسخ گفت: البته برای تامین این ۲۰ درصد در ابتدا نیاز به سرمایه گذاری نیست. می توانید از تولیدکنندگان ما که در زمینه پوشاک بسیار خوب فعالیت می کنند کمک بگیرید و کالای خود را به صورت سفارش گذاری تامین کنید. شما می توانید از کارخانجات ایران در این خصوص بازدید کنید. در ادامه مقرر شد برای ماه آذر هفتی از تولیدکنندگان صنایع نساجی و پوشاک ترکیه سفری به ایران داشته باشند.



پیگیری اجرای دستورالعمل در ادامه توضیحاتی در رابطه با ساختار کارگروه و اعضای کارگروه دستورالعمل داد و گفت: تصمیمات این کارگروه حکم اجرایی دارد. وی ادامه داد محور اصلی ما هم اکنون در دستورالعمل یکی کردن شخصیت حقوقی واردکننده، ثبت کننده، ترخیص کننده و فروشنده برندهای پوشاک در کشور است که مشکل داخلی ماست. علت عدم ردیابی پوشاک قاچاق در کشور جدا بودن این ۴ عنصر است که در واقع یک نفر یا یک شرکت هستند اما با ۴ هویت مختلف. به عنوان مثال ما از شرکت هایی مثل اروم ناب، کاسپین مد و... خواسته ایم که یک شرکت برای انجام این مراحل ثبت کنند و تمام امور وارداتی در قالب همین شرکت انجام شود. شرکت های ثبت شده موظفند به ازای ۲۰ درصد واردات خود به ایران، کالاهای خود را به صورت سفارش گذاری یا سرمایه گذاری مشترک از ایران تامین کنند.

این دستورالعمل فقط بحث محدودیت برای قاچاق را ندارد بلکه به نوعی حمایت از برندهای خارجی نیز صورت می گیرد. به عنوان مثال برندی از ترکیه وارد ایران می شود که اصالتا آمریکایی است بنام «یواس پولو» ولی تحت عنوان یک برند ترک به جهت اینکه کارخانه تولیدی در ترکیه دارد وارد ایران می شود. صاحب این شرکت

طور رسمی از منطقه خارج شده و الباقی بصورت قاچاق وارد کشور شده است.

خواهش ما این است که شما خیلی روی بحث تعرفه تاکید نکنید چون این موضوع برای همه وجود دارد مثلاً برای خود من هم که تولیدکننده پوشاک هستم برای واردات نرخ تعرفه ۳۰ درصدی اعمال می شود بنابراین تعرفه ۵۵ درصدی پوشاک که برای شما به طور ترجیحی ۴۰ درصد شده، رقم معقولی است. ما به دنبال تسهیل تجارت بین طرفین هستیم و از سوی دیگر می خواهیم ورود کالاهای بی کیفیت چینی را محدود کنیم که این دستورالعمل به خوبی در این راه کمک می کند. با اجرای دستورالعمل اولین مجموعه هایی که ضربه می خورند، کالاهای بی کیفیت چینی هستند به جهت اینکه این کالاهای وارداتی از سوی چین اصلاً برندی ندارند که بخواهد شامل دستورالعمل شود. بنابراین خواهش بنده این است که در مورد دستورالعمل کارشناسانه تر بررسی کنید و ما هم برای هرگونه جلسه و توضیح در این خصوص آماده ایم. افرادی بیشتر به دنبال لغو دستورالعمل هستند که به جهت محدودیت در ورود پوشاک بی کیفیت آن هم از چین، متضرر خواهند شد.

جعفری عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران و عضو کارگروه

گزارشی از جلسه کمیته نساجی کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی اصفهان واقعی شدن نرخ ارز؛ گام عملی برای مقابله با قاچاق پوشاک



هفدهمین جلسه کمیته نساجی کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی اصفهان با حضور حجت الاسلام ناصر موسوی لارگانی رییس مجمع نمایندگان استان اصفهان و رییس فراکسیون حمایت از صنعت نساجی در مجلس شورای اسلامی و جمعی از فعالان این صنعت در تالار هیئت نمایندگان ساختمان شماره ۲ اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد. در این جلسه واقعی شدن نرخ ارز با هدف تقویت تولید و صادرات محصولات نساجی و مقابله با پدیده قاچاق، تقویت رایزنان بازرگانی مراکز نمایندگی ایران در سایر کشورها، کاهش عوارض مواد اولیه وارداتی و دریافت مالیات از مصرف کننده نهایی، از اهم موضوعات ارایه شده از سوی فعالان صنعت نساجی اصفهان بود.

وی واقعی ساختن نرخ ارز را عامل موثر کاهش قاچاق پوشاک در کشور برشمرد و گفت: به دلیل پایین بودن نرخ ارز قاچاق کالا برای قاچاقچیان به دفعات به صرفه است. شاه کرمی در بخشی از سخنان خود گفت: صنعت نساجی برای بقا باید حداقل ۳۰ درصد تولیدات خود را صادر کنند ولی صادرات به بازاریابی و مطالعه بازار نیاز دارد.

وی با انتقاد از عملکرد ضعیف رایزنان بازرگانی ایران در سایر کشورها گفت: واحدهای نساجی به تنهایی نمی توانند به بازاریابی محصولات خود در کشورهای هدف پردازند و رایزنان بازرگانی می توانند در این زمینه نقش موثری را ایفا کنند. وی به تجربه رایزنان بازرگانی چین در کشورهای مختلف اشاره کرد و گفت:

سوی نهادهای دولتی و غیردولتی داشته باشند. موسوی لارگانی با اشاره به تصویب قانون نصب صندوق های الکترونیکی از سوی سازمان امور مالیاتی در واحدهای صنفی گفت: کلیه هزینه نصب و راه اندازی این صندوق به عهده دولت است و از سال ۹۷ به صورت همه جانبه اجرا می شود.

قاچاق مسئله اساسی و اصلی صنعت نساجی است

مهندس حبیب الله شاه کرمی رییس هیئت مدیره انجمن نساجی استان اصفهان نیز در این جلسه گفت: قاچاق مسئله اساسی و اصلی صنعت نساجی است و به جای مقابله با قاچاقچیان باید زمینه قاچاق را برطرف کرد.

کلیه واحدهای صنفی از سال ۹۷ دارای صندوق الکترونیکی می شوند

ناصر موسوی لارگانی در این جلسه گفت: فراکسیون حمایت از صنایع نساجی با هدف پیگیری مسایل و مشکلات این صنعت در مجلس شورای اسلامی تشکیل شده است. وی خواستار دسته بندی مسایل و مشکلات فعالان نساجی استان اصفهان شد و گفت: این فراکسیون تلاش می کند با برگزاری نشست های مشترک با فعالان نساجی راهکارهای اجرایی حل مسایل را مشخص و دنبال کند. وی تاکید کرد: مجلس شورای اسلامی دو وظیفه قانون گذاری و نظارت بر اجرای قانون را بر عهده دارد و نمایندگان باید تمرکز بیشتری بر نظارت اجرای قانون از

صنعت نساجی به شمار می‌آید و با حمایت دولت و فعالان صنعت نساجی می‌تواند احیا شود. امامی دیگر عضو کمیته نساجی اتاق بازرگانی اصفهان نیز در این جلسه از واردات ۲,۸ میلیارد دلاری محصولات نساجی تا پایان سال جاری خبر داد و گفت: واردات بخش نساجی نسبت به سال گذشته ۴۰ درصد رشد داشته است و این در حالی است که واردات نخ ۶۷ درصد و پارچه ۵۵ درصد طی سال جاری نسبت به سال گذشته با رشد همراه بوده است.

مواد اولیه نساجی مشمول عوارض گمرکی نشود

همچنین محمدصادق میرمحمدصادقی مدیر شرکت نساجی همدانیان در این جلسه گفت: مواد اولیه نساجی که در کشور تولید نمی‌شود نباید مشمول عوارض ۱۰ درصدی گمرکی شود. وی با انتقاد از شیوه قیمت‌گذاری دولت در نرخ‌گذاری دلار گفت: نساجی ترکیه از طریق پایین بودن قیمت دلار در کشور در حال تسخیر صنعت نساجی ایران است و دولت بر منافع سیاسی بیش از منافع اقتصادی تمرکز دارد.

رییس‌زاده عضو کمیته نساجی نیز در این جلسه با اشاره به راه‌اندازی یک واحد تولیدی ترکیه‌ای در منطقه آزاد اقتصادی ارس گفت: این واحد روزانه ۲ تن نرخ نیاز دارد ولی بیش از ۵۰ تن روزانه بدون پرداخت عوارض و گمرکی وارد کشور می‌کند. وی تاکید کرد: این شرکت ترکیه‌ای حتی اجازه نمی‌دهد که ناوگان حمل و نقل ایران این مواد را حمل کنند و با ایجاد یک پاساژ در تبریز کلیه تولیدات خود را با کمترین قیمت عرضه می‌دارد.

گفتنی است محاسبه تسهیلات ارزی بر اساس نوسانات نرخ ارز، تاکید بر ایجاد صندوق‌های فروش در واحدهای صنفی و محاسبه مالیات بر ارزش افزوده، نظارت بر واردکنندگان رسمی پوشاک خارجی از دیگر مسایل ارایه‌شده در این جلسه بود.



تمام‌شده محصولت نساجی برشمرد و گفت: حضور پوشاک قاچاق در کنار بالا بون قیمت مواد اولیه دیگر توانی برای تولیدکننده نساجی داخلی نمی‌گذارد.

واسطه‌گرها اجازه نمی‌دهند نرخ ارز واقعی شود

عبدالحسین اخوان مقدم دیگر عضو کمیته نساجی اتاق بازرگانی اصفهان نیز در این جلسه گفت: واسطه‌گرها اطراف مسئولین و نمایندگان مجلس اجازه نمی‌دهند نرخ ارز واقعی شود تا تولیدکننده داخلی منتفع شود و بتواند صادرات انجام دهد. وی افزود: پایین بودن نرخ ارز برای واردکنندگان بهترین شرایط و برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان بدترین شرایط را ایجاد کرده است. وی تاکید کرد: ایجاد صندوق الکترونیکی در واحدهای صنفی و نظارت بر اجرای آن می‌تواند مالیات بر ارزش افزوده را از مصرف‌کننده نهایی دریافت کرد.

همچنین رجایی عضو هیئت حمایت از صنایع اکريل اصفهان در این جلسه با اشاره به جایگاه این شرکت در تامین مواد اولیه نساجی کشور و خاورمیانه گفت: پلی اکريل به عنوان ناموس

این رایزنان با همکاری شرکت‌های بازاریابی هر کشور اقدام به بازاریابی محصولات چینی می‌کنند و بستر را برای حضور تولیدات چینی در آن کشورها فراهم می‌کنند.

همچنین مظفر چلمقانی دبیر انجمن صنایع نساجی استان اصفهان گفت: از ۸ هزار واحد صنعتی دارای پروانه استان اصفهان ۲ هزار و ۳۰۰ واحد به صنعت نساجی اختصاص دارد و در کنار ۶ هزار و ۱۴۵ واحد کارگاهی کوچک ۱۰۷ هزار اشتغال در استان ایجاد کرده است. وی تصریح کرد: در شرایط کنونی اغلب این واحدها زیر ۵۰ درصد ظرفیت مشغول فعالیت‌اند.

مواد اولیه تولیدی پتروشیمی‌های داخلی ۱۰ درصد بالاتر از نرخ جهانی است

اکبر لباف عضو کمیته نساجی اتاق بازرگانی اصفهان نیز در این جلسه با اشاره به آزادسازی نرخ خوراک پتروشیمی‌ها از سوی پالایشگاه‌های کشور و زیان‌ده شدن پتروشیمی‌ها گفت: قیمت مواد اولیه نساجی که از پتروشیمی تامین می‌شود ۱۰ درصد بالاتر از نرخ جهانی است. وی افزایش مواد اولیه را عامل موثر در افزایش قیمت

گزارش سالانه بخش پنبه و صنایع وابسته ازبکستان در سال ۲۰۱۷

تهیه و تنظیم: مهندس حمید عربان



سطح زیر کشت پنبه ازبکستان و تولید برنامه‌ریزی شده برای سال ۲۰۱۸-۲۰۱۷ (سال ۱۳۹۶) به ترتیب مقدار ۱,۲ میلیون هکتار و ۳,۱۸ میلیون تن وش (پنبه تصفیه نشده) و ۹۲۰۰۰۰ تن پنبه تصفیه شده است. دولت ازبکستان برنامه‌ریزی کرده تا سطح زیر کشت پنبه و تولید وش (پنبه تصفیه نشده) را کاهش داده تا در مناطقی که میزان برداشت پنبه (تن در هکتار) کم است، سطح زیر کشت سبزیجات و میوه‌جات را افزایش دهد. مصرف داخلی پنبه با سرمایه‌گذاری‌هایی که موجب کاهش صادرات پنبه می‌گردد، افزایش می‌یابد.

مصرف داخلی پنبه ازبکستان در سال ۲۰۱۷-۲۰۱۶ حدود ۴۰۰۰۰۰ تن و صادرات آن ۳۸۰۰۰۰ تن تخمین زده می‌شود. لازم به توضیح است که شرایط بد در طول فصل کاشت پنبه مانند آفت‌ها، گرمای زیاد در طول تابستان، کمبود بذر و آب و کود و سموم مقدار تولید سال ۲۰۱۷-۲۰۱۶ را کمتر از تخمین‌های سازمان پنبه ازبکستان نمود.

تولید

کشور ازبکستان درصدد تغییرات ساختاری

مصرف

کشور ازبکستان در حال افزایش مصرف داخلی پنبه به کمک سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در زمینه تولید نخ، منسوجات و پوشاک می‌باشد. براساس اطلاعات منابع صنعتی، حدود ۴۰ درصد تولید پنبه در داخل کشور مصرف می‌شود. در سال ۲۰۱۷-۲۰۱۶ مصرف داخلی پنبه حدود ۴۰۰۰۰۰ تن برآورد شده است. صنایع نساجی نقش مهمی در اقتصاد کشور ازبکستان ایفا می‌کند به طوری که یک‌سوم نیروی کار صنعتی

در کشاورزی و اقتصاد است. بنابراین سطح زیر کشت پنبه تا سال ۲۰۲۰ به تدریج کاهش یافته تا به مقدار ۳ میلیون تن وش (پنبه تصفیه نشده) در مقایسه با ۳,۳۵ میلیون تن وش سال‌های اخیر برسد. تمایل دولت به کاهش پنبه در مناطقی است که میزان برداشت پنبه در آن مناطق از مقدار متوسط استحصال پنبه کمتر است مانند اراضی شور و مناطق کوهستانی. در عوض تولید سایر کشت‌ها مانند سبزیجات و سیب زمینی، میوه جات و غلات را تسهیل نموده است.



به طور فزاینده در نیمه اول سال ۲۰۱۷-۲۰۱۶ افزایش یافت. کشورهای چین و روسیه در سال ۲۰۱۶-۲۰۱۷ در صدر کشورهای واردکننده نخ پنبه‌ای ازبکستان قرار دارند. کشور چین ۵۲۵۰۰ تن نخ پنبه‌ای در ۷ ماه اول سال تجاری و روسیه ۳۲۰۰۰ تن نخ پنبه‌ای در ۵ ماه اول سال تجاری از آن کشور وارد کرده‌اند.

کشور ترکیه در نیمه اول همین سال ۹۵۰۰ تن نخ پنبه‌ای از ازبکستان وارد کرده و کشور ایران در همین سال ۲۰۰۰ تن نخ پنبه‌ای و کشور پرتغال ۸۰۰ تن وارد نموده‌اند. کشور لهستان نیز ۲۳۰۰ تن در ۵ ماهه اول سال ۲۰۱۶-۲۰۱۷ از ازبکستان نخ پنبه‌ای وارد نموده است.

مأخذ:

Global Agricultural
Information Network

سالانه خود را صادر می‌کند اما کاهش تولید در سال ۲۰۱۶-۲۰۱۷ و افزایش مصرف داخلی منجر به کاهش صادرات پنبه گردید. کشور چین و بنگلادش بازارهای مصرف اصلی پنبه کشور ازبکستان هستند. کمبود عرضه پنبه در سال ۲۰۱۶-۲۰۱۷ باعث فصل زود هنگام صادرات پنبه گردید. در نتیجه واردات پنبه چین از ازبکستان در ۷ ماه اول ۲۰۱۶-۲۰۱۷ مقدار ۵۳۰۰۰ تن در مقایسه با ۱۰۴۰۰۰ تن سال گذشته کاهش یافت.

آمار رسمی از صادرات در کشور ازبکستان در دسترس نیست. به هر حال منابع اطلاعاتی نشان می‌دهند که دلیل این موضوع صادرات گسترده به کشورهایی که مایل به افشای گزارشاتشان نیستند مانند کشور بنگلادش می‌باشد. براساس برخی منابع اطلاعاتی، در بعضی از سال‌ها صادرات پنبه ازبکستان به بنگلادش به میزان ۳۰۰۰۰۰ تن می‌رسد. صادرات ازبکستان به کشور ترکیه و ایران

آن کشور را در بر گرفته و ۲۶ درصد صنایع آن کشور را تشکیل می‌دهد. هم‌اکنون ۱۸۰ شرکت نساجی در آن کشور به تولید اشتغال دارند. دولت ازبکستان مشارکت در پروژه‌های نساجی که مصرف داخلی پنبه را افزایش دهد را تشویق می‌نماید. سرمایه‌گذاری‌های زیادی که مصرف پنبه داخلی را افزایش می‌دهد مورد موافقت قرار گرفته که در سال‌های آینده مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند.

تجارت

صادرات کشور ازبکستان در زمینه نخ پنبه‌ای، منسوجات و پوشاک آماده در سال ۲۰۱۶ بیش از یک میلیارد دلار آمریکا تخمین زده می‌شود. اخیراً یک کمپانی به نام UZPAKHASANOATE KSPORT مسئول دریافت و تصفیه پنبه ناخالص (وش) و صادرات آن شده است. به طور کلی کشور ازبکستان حدود ۶۰ درصد پنبه تصفیه‌شده

گزارشی از آخرین وضعیت کارخانه پلی‌اکریل اصفهان آغاز به کار پلی‌اکریل تا چند ماه آینده؟

به دلیل پراکندگی کارگران آن در کل استان، این مسئله تهدیدی برای اشتغال کل استان خواهد بود.

به ثمر رسیدن پیگیری‌های همه جانبه
بر همین اساس، ظاهراً پیگیری‌ها به ثمر رسیده و به گفته زهرا سعیدی، قسط دوم ۲۰ میلیاردی سرانجام به حساب کارخانه تزریق شد. وی ضمن تأیید خبر پرداخت ۲۰ میلیارد دوم به پلی‌اکریل اظهار کرد: با پرداخت این مبلغ، شرایط برای احیای سایر خطوط تولید نیز فراهم شده و کارخانه‌های آکرلیک نیز تا ماه‌های آینده آغاز به کار خواهند کرد.

نماینده مردم مبارکه در مجلس شورای اسلامی تأکید کرد: در حال حاضر خط تولید پلی‌استر شرکت در حال تولید است و با تولید مواد اولیه از این خطوط، حدود ۶۰ درصد کارخانه پلی‌اکریل در روزهای آینده در مدار تولید قرار خواهد گرفت. سعیدی خاطرنشان کرد: در حال حاضر حدود ۶۰۰ نفر دیگر از کارگران شرکت در حال دریافت بیمه بیکاری هستند و امیدواریم با راه‌اندازی خط تولید آکرلیک، این افراد نیز همانند سایر افراد به کار خود بازگردند. نماینده مردم مبارکه در مجلس شورای اسلامی ابراز اظهار داشت: کارخانه پلی‌اکریل از قدیمی‌ترین کارخانه‌های اصفهان است و نباید از موضوع تعطیلی آن به سادگی گذشت و امیدواریم با تلاش‌های صورت گرفته از سوی مقامات استانی و دولت، شاهد احیای کامل این کارخانه باشیم.

تفاوت چندانی نداشته و سعی دولت بر رفع مشکل خرید مواد اولیه پلی‌اکریل بوده است. احمدیه در ادامه افزود: چه بحث تنخواه باشد و چه بحث تسهیلات، پس از احیای شرکت و انتقال آن به سهامداران اصلی، باید مبالغ پرداخت‌شده به خزانه دولت بازگردانده شود. وی تأکید کرد: تاکنون همان ۲۰ میلیارد تومانی که در ابتدا از سوی دولت تأمین شد؛ در شرکت صرف شده و سایر امور از طریق توان کارگزار شرکت و توان استانی انجام شده‌اند و راه فعلی پیموده شده است. احمدیه یادآور شد: پیگیر دریافت ۲۰ میلیارد دوم هستیم ولی تلاش می‌کنیم این مبلغ به صورت تسهیلات اخذ شود.

مطالبه‌گری نمایندگان استان برای احقاق حقوق کارگران

در همین رابطه، نمایندگان استان نیز دست از تلاش نکشیده و با ارسال نامه‌ای به رییس سازمان برنامه و بودجه خواستار پرداخت این تسهیلات به کارخانه پلی‌اکریل شدند. نمایندگان اصفهان همچنین عدم تزریق نقدینگی به شرکت را به مثابه بی‌نتیجه ماندن تلاش‌های اخیر مسئولان استانی و دست‌اندرکاران احیای کارخانه قلمداد کرده و اظهار کردند که در این صورت، تأمین مواد اولیه، نوسازی تجهیزات و پرداخت حقوق کارگران امکان‌پذیر نخواهد بود. نمایندگان اصفهان با اشاره به احتمال بحرانی شدن وضعیت پلی‌اکریل اذعان کردند که از دست رفتن فرصت احیای این کارخانه می‌تواند منجر به بیکاری کارگران آن شود و

داستان پر فراز و نشیب تولید در کارخانه پرقدمت پلی‌اکریل، حدود ۲ سال است که در جریان بوده و در این مدت، ۲ هزار کارگر این شرکت در بیم و امید تعطیلی یا ادامه کار خود، روزگار را با سختی تمام طی کرده‌اند. در مدت ۲ سال اخیر، اتفاقات مختلفی گریبان این کارخانه ۵۰ ساله را گرفت؛ از تعطیلی کامل خطوط تولید و فراخواندن همه کارگران به دریافت بیمه بیکاری تا تأمین مواد اولیه و بازگرداندن ۸۰۰ نفر از کارگران در اواخر شهریورماه جاری که همه این اتفاقات به دلیل حساسیتی که نام و پیشینه پلی‌اکریل داشت، با وسواس کامل از سوی مردم اصفهان و رسانه‌ها دنبال می‌شد.

فراخوان مجدد به کار و برگشت امید به اردوی کارگران

در این بین اما، خلف وعده دولت در تأمین مالی تسهیلات مصوب شرکت از جمله اتفاقات آزاردهنده بود که اجازه نمی‌داد تا روند احیای شرکت بر ریل خود قرار گیرد. بر همین اساس، چندی پیش اسرافیل احمدیه مدیرکل سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان اظهار کرد: عمده مشکل نقدینگی شرکت برای خرید مواد اولیه بود که این مشکل نیز با تمهیداتی که توسط مقامات استانی و کارگزار فعلی صورت گرفته، رفع شد. وی در پاسخ به سوالی در رابطه با جایگزینی خرید به صورت تنخواه، به جای اخذ تسهیلات تصریح کرد: خرید به صورت تنخواه دولتی یا استفاده از تسهیلات

گزارش بانک جهانی از شتاب رشد اقتصادی ایران

ترجمه و تنظیم: نیما صبوری



پس از آنکه ماه گذشته صندوق بین‌المللی پول (IMF) در گزارش چشم‌انداز اقتصاد جهان ۲۰۱۷ پیش‌بینی مثبت خود از آینده اقتصاد ایران را منتشر کرد، «بانک جهانی» نیز جدیدترین گزارش منطقه‌ای خود را برای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (منا) منتشر کرد. این گزارش جدید نیز نشان می‌دهد ایران در سال‌های آتی یکی از سریع‌ترین رشدهای اقتصادی را در میان کشورهای منطقه خواهد داشت.

بنا به پیش‌بینی «بانک جهانی»، اقتصاد ایران در سال ۲۰۱۷ رشد ۳٫۶ درصدی را تجربه خواهد کرد. در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ نیز رشد اقتصادی ایران به ترتیب به ۴٫۰ و ۳٫۴ درصد خواهد رسید، این در حالی است که در سال ۲۰۱۷ میانگین رشد اقتصادی منطقه منا ۳٫۴ درصد خواهد بود. این نهاد در گزارش خود چشم‌انداز و ریسک‌های پیش‌روی اقتصاد ایران را نیز تشریح کرد. در این رابطه پیش‌بینی شده است تحت‌تاثیر بازگشت مثبت رشد سرمایه‌گذاری و ثبات سیاسی و اقتصادی، رشد اقتصادی ایران در سال‌های آینده شتاب می‌گیرد، البته اقتصاد ایران با چالش‌هایی نیز همراه است. در این گزارش به تشریح هر یک از این چالش‌های می‌پردازیم.

گذار از گذشته دشوار

«بانک جهانی» در گزارش جدید «مانیتورینگ اقتصادی منطقه منا» خود بررسی جامعی از اقتصادهای این منطقه انجام داده است. به گزارش این نهاد، اقتصاد ایران در سال ۲۰۱۶ تحت‌تاثیر لغو تحریم‌های بین‌المللی و بازگشت تولید و صادرات نفت به سطح قبل از تحریم‌ها، بهبودی چشمگیری را تجربه کرد. پس از رشد اقتصادی ناامیدکننده ۱٫۳- درصد در سال ۲۰۱۵، در سال ۲۰۱۶ به لطف جهش ۶۲ درصدی در تولیدات نفت و گاز رشد

اقتصادی به ۱۳٫۴ درصد رسید. در این سال اما بخش غیرنفتی تقریباً موفق بود و رشد ۳٫۳ درصدی را تجربه کرد. البته رشد ۳٫۳ درصدی بخش غیرنفتی در ۵ سال گذشته بی‌سابقه بوده است. به گزارش «بانک جهانی» در یک سال گذشته تمام اجزای بخش تقاضای اقتصاد ایران به جز سرمایه‌گذاری افزایشی بوده‌اند. در سال ۲۰۱۶، سرمایه‌گذاری به روند کاهشی خود ادامه داد، البته با روندی ملایم‌تر (در سال ۲۰۱۵ نرخ تغییرات سرمایه‌گذاری ۱۲٫۰- بود، اما در سال ۲۰۱۶ این نرخ به ۳٫۷-



رسید). بخش عمده کاهش سرمایه‌گذاری در ایران ناشی از کاهش ساخت‌وساز بخش مسکن (بعد از سال ۲۰۱۲ تقاضای سفته‌بازی مسکن به شدت افزایش یافت که نتیجه آن کاهش ساخت‌وساز این بخش بود) بوده است. یکی دیگر از آمارهای ارائه شده در گزارش «بانک جهانی» نرخ بیکاری است. به‌رغم رشد بخش غیرنفتی، نرخ بیکاری اقتصاد ایران در بهار ۲۰۱۷ به سطح ۱۲٫۶ درصد رسید، بالاتر از ۱۲٫۴ درصد ۶ ماه دوم سال ۲۰۱۶. در این رابطه بخش عمده وضعیت نامناسب بیکاری، به محدودیت در ظرفیت تولید شغل در بخش‌های تعیین‌کننده رشد اقتصادی برمی‌گردد.

چشم‌انداز اقتصاد ایران

اقتصاد ایران در میان‌مدت، با توجه به به‌کارگیری ظرفیت‌های اضافی بخش نفتی، رشدی متوسط را تجربه خواهد کرد. بر این اساس، در سال ۲۰۱۷ رشد اقتصاد ایران به سطح ۳٫۶ درصد می‌رسد. در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ با توجه به انتظار بازگشت رشد مثبت سرمایه‌گذاری و ثبات اقتصادی و سیاسی (تحت‌تاثیر انتخاب مجدد رئیس‌جمهور روحانی)، رشد قدرتمندتری تجربه خواهد شد و رشد اقتصادی در این سال‌ها به ترتیب به سطح ۴٫۰ و ۴٫۳ درصد خواهد رسید. از طرفی تحت‌تاثیر کاهش شکاف تولید و شوک خارجی قیمت کالاها، نرخ تورم با شیب ملایمی شروع به افزایش خواهد کرد. البته انتظار می‌رود این نرخ در سه سال آینده تحت‌تاثیر نرخ بیکاری بالا و نبود فشار تقاضا به بیش از ۱۲ درصد تجاوز نکند.

انتظار می‌رود بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران (CBI) از سیاست‌های پولی

روبه‌رو خواهد ساخت. ناتوانی بانک‌های ایرانی برای ارتباط با نظام بانکداری جهان و چالش اصلاح نظام بانکی از دیگر مخاطرات مهم اقتصاد ایران است. گرچه بانک مرکزی ایران در مبارزه با بانکداری سایه‌ای تا حدودی موفق عمل کرده اما نرخ‌های سپرده بالا، دارایی‌های بلوکه شده و حجم زیاد وام‌های معوق همچنان بر نظام بانکداری ایران سایه انداخته است. در بخش مالی، وزارت اقتصاد ایران در تلاش است تا سطح بدهی‌های دولت را مشخص کند و بدهی‌ها را به‌صورت اوراق بهادار درآورد. در این وضعیت نیاز به چارچوب جامع مدیریت بدهی به همراه اتخاذ سیاست‌های مالی احساس می‌شود.

همچنین چشم‌انداز اقتصاد ایران وابسته به اجرای اصلاحات ساختاری گسترده همچون بهبود فضای کسب‌وکار، بهره‌وری، انعطاف بازار کار و متنوع‌سازی صادرات است. چنین اصلاحاتی موجب تسهیل سرمایه‌گذاری می‌شود که در نهایت رشد اقتصادی باثبات‌تر در آینده را به همراه دارد.

مناسب برای کاهش نرخ سپرده (به‌منظور هدایت اعتبارات به بخش‌های بهره‌ورتر و افزایش رشد اقتصادی بخش‌های غیرنفتی) استفاده کند. این بانک همچنین بر سر تعهدات خود برای یکسان‌سازی نرخ ارز رسمی و بازار پایبند خواهند ماند. نرخ ارزش واقعی بیش از حد ارزش‌گذاری شده ممکن است باعث تشدید فشارها بر مقامات پولی برای کاهش ارزش ریال (به‌منظور افزایش رقابت‌پذیری در صادرات و کاهش فشار بر منابع ارزی خارجی) شود. گرچه ناتوانی در تعیین ارزش واقعی یارانه‌های نقدی ممکن است اثرات ناگواری بر فقر بگذارد، اما رشد اقتصادی متوسط ممکن است به کمک فقر در این کشور بشتابد.

ریسک‌ها و چالش‌ها:

۱۲ چالش اقتصاد ایران

مهم‌ترین ریسک اقتصاد ایران، ریسک سیاسی ناشی از بقای توافق هسته‌ای و بازگشت تحریم‌های آمریکا است. چنین ریسکی ورود سرمایه‌های خارجی را با چالش

کارنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت در زمینه پیوستن به WTO منتشر شد

آخرین وضعیت الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی

بر اساس گزارش عملکرد وزارت صنعت، معدن و تجارت در چهار ساله دولت یازدهم، الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی که موضوع آن بیش از یک دهه است که به یکی از مهم‌ترین مباحث اقتصاد خارجی ایران تبدیل شده، در دوره مذکور نیز دنبال شده و برای پیشبرد این هدف، ۱۵ اقدام صورت گرفته است. البته برخی از کارشناسان معتقدند که در این رابطه سیاست‌های متناقضی در وزارت صنعت، معدن و تجارت اعمال می‌شود که الحاق را به تعویق می‌اندازد. عضویت در هیچ سازمان بین‌المللی مانند سازمان تجارت جهانی طولانی، پیچیده و مستلزم طی کردن مراحل متعدد الحاق نیست. پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی پیش‌شرط‌هایی دارد که به عقیده صاحب‌نظران، ایران تاکنون نتوانسته هیچ‌یک از این شروط را محقق کند، در نتیجه فرآیند الحاق به کندی پیش می‌رود.

چندی پیش رییس سازمان توسعه تجارت اعلام کرده بود که انعقاد پیمان‌های منطقه‌ای برای ایران در اولویت است و الحاق به WTO فعلاً در اولویت‌ها قرار ندارد. بسیاری از کارشناسان درخصوص چنین دیدگاهی بر این باورند که حتی برای ورود به پیمان‌های منطقه‌ای نیز باید پیش‌نیازهایی را گذراند که برای الحاق به سازمان تجارت جهانی هم به آن نیازمندیم. تدوین پیش‌نویس رژیم تجاری به منظور تغییر آن، مهم‌ترین موضوعی است که هنوز در ایران به سرانجام نرسیده و این در حالی است که تدوین رژیم تجاری برای انعقاد قراردادهای منطقه‌ای نیز ضروری است.

به گفته بسیاری از کارشناسان، ورود سرمایه‌های خارجی نیز می‌تواند با الحاق به WTO رنگ و بوی دیگری به خود بگیرد و ریسک‌پذیری خارجی‌ها را کاهش دهد اما در پیمان‌های منطقه‌ای نمی‌توان انتظار داشت که تزریق پول خارجی به اقتصاد با ریسک پایین انجام شود چراکه کشورهایی که عضو پیمان هستند، هرگاه اراده کنند می‌توانند از پیمان خارج شوند یا حتی برخلاف آن عمل کنند در نتیجه سرمایه‌گذار نمی‌تواند روی این پیمان‌ها و بازارهای کشورهای منطقه حساب ویژه‌ای باز کند و به آنها دل خوش باشد. از سویی الحاق به WTO موجب ثبات قوانین و تطبیق رفتارهای اقتصادی بر اساس ضوابط بین‌المللی می‌شود؛ به هر حال مسیر رشد و توسعه بسیاری از کشورها از توسعه روابط تجاری آنها با سایر کشورها شکل گرفته است. ایزوله‌شدن ایران در یک فضای بسته اقتصادی که فقط در آن تولید داخل موردتوجه است، اقتصاد کشور را از ویژگی‌های اقتصاد جهانی دور می‌کند. ایران در دوره‌های مختلف به دلیل تحریم‌ها نتوانسته مطابق استانداردهای بین‌المللی پیش رود و این امر اقتصاد کشور را از بینش جهانی‌شدن و بین‌المللی شدن طی سال‌های اخیر دور کرده است. بنابراین نیاز است با ادبیات روز دنیا آشنا شود و الحاق به WTO این گفتمان را تسریع می‌کند. کارنامه عملکرد ایران در پیمان‌های منطقه‌ای چندان هم مطلوب نیست. عملکرد ضعیف کشورمان در «کو» نیز نقدی دیگر بر اولویت بخشیدن به پیمان‌های منطقه‌ای است. البته موضوع دیگری که در این رابطه باید موردتوجه قرار گیرد، ناهمخوانی اقتصاد

کشورهای اطراف ایران است. برخی از کشورهای همجوار و هم‌منطقه کشورمان، از لحاظ اقتصادی در وضعیتی بالاتر از ایران قرار گرفته‌اند و گروهی دیگر در شرایط اقتصادی به مراتب پایین‌تر هستند، در نتیجه کشوری که هم‌تراز ایران باشد در منطقه وجود ندارد، بنابراین زمینه همکاری ایران با عمده کشورهای اطراف وجود ندارد؛ چراکه نه تنها درک اهداف مشترک اقتصادی بین کشورهای همجوارمان شکل نگرفته، بلکه با برخی از آنها با چالش‌های زیادی مواجه هستیم. تجربه هم نشان داده که کشورهای توسعه‌نیافته تن به همکاری با کشورهای منطقه خود نمی‌دهند زیرا نمی‌توانند بازاری را در مقابل بازار در اختیار طرف مقابل بگذارند بنابراین پیمان آنها برد-برد نیست. چنین طرز فکری از سوی آنها، مانعی برای رفتن به سوی پیمان‌های منطقه‌ای ایجاد خواهد کرد. البته شاید همان کشور توسعه‌نیافته، نسبت به همکاری‌های فرامنطقه‌ای چراغ سبز نشان دهد اما همکاری با همسایگان را به نفع خود نمی‌داند. در عین حال افرادی که با این دیدگاه موافقت نیز دلالی را عنوان می‌کنند که بر اساس آن، اعتقاد بر این است که سازمان تجارت جهانی کارکرد جدیدی برای توسعه بازارها ندارد و در حال حاضر بیشتر کشورهای عضو WTO در حال حرکت به سوی پیمان‌های منطقه‌ای هستند. آنها بر این باورند که موج جهانی شدن که از دهه ۱۹۸۰ آغاز شده، این روزها مورد انتقاد کشورهای عضو است چراکه رویکرد تمام کشورهای عضو در این سازمان صادراتی است و حد و مرزی برای آنها

وجود ندارد. این موضوع باعث شده تا کشورها به سوی انعقاد پیمان‌های منطقه‌ای پیش بروند تا بتوانند بازارها را با کشورهای هم‌پیمان خود تقسیم کنند. در پیمان‌های منطقه‌ای، کشورها، مزیت‌های نسبی و رقابتی را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند و این امر موجب می‌شود که بازار در مقابل بازار قرار بگیرد. البته گروهی دیگر نیز بر این باورند که چنانچه ایران به عضویت سازمان تجارت جهانی درآید، با توجه به ساختار اقتصادی کشور، هجوم ورود کالاهای مصرفی، موجب نابودی تولید داخل می‌شود.

اما مخالفان اولویت بخشیدن به پیمان‌های منطقه‌ای در پاسخ به مخالفان عنوان می‌کنند که اولاً برای پیمان‌ها و الحاق، در هر دو نیازمند به تغییر ساختار و تغییر روش در روند تجاری و اقتصادی کشور هستیم. دوم اینکه بازار در برابر بازار موضوع مهمی است که در پیمان‌های منطقه‌ای مطرح می‌شود؛ اما در ایران به دلیل رویکرد خودکفایی که از ابتدای انقلاب به دلیل تحریم‌ها ایجاد شد، در تمام بخش‌ها واحدهای تولیدی با تولیدات بعضاً بی‌کیفیت و بدون توجیه اقتصادی وجود دارد، در نتیجه به سختی می‌توان بازاری را در اختیار کشوری قرار داد که بدون تعرفه، آن کالا را وارد کند؛ زیرا ورود بدون تعرفه آن کالا، موجب می‌شود کالای ایرانی در میدان رقابت پیروز نباشد. حتی برخی از صاحب نظران بر این باورند که تاخیر در تدوین رژیم تجاری به همین موضوع بر می‌گردد، یعنی در رژیم تجاری باید گفته شود که چه کالایی را در مقابل چه کالایی باید در اختیار کشورها قرار دهیم اما در ایران تمام کالاها تولید می‌شود. ایرانی‌ها هم حاضر نیستند بخشی از بازار را واگذار کنند اما می‌خواهند بازار کشور مقابل را در دست داشته باشند. چنین رویکردی در پیمان‌های منطقه‌ای نتیجه بخش نیست و آن را به بن بست می‌رساند.

کارنامه دولت یازدهم در الحاق به WTO

هر چند به نظر می‌رسد متولی تجارت، نسبت به الحاق هنوز عزم جدی ندارد؛ اما گزارش

پیش رو از اقداماتی یاد می‌کند که از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت دولت یازدهم در این راستا صورت گرفته است. مأموریت الحاق ایران به WTO تا پیش از سال ۹۳ در اختیار دفتر نمایندگی تام‌الاختیار تجاری ایران بود؛ اما پس از آن، مسوولیت این امر به سازمان توسعه تجارت با تشکیل دفتر امور بین‌الملل در این سازمان واگذار شد. وزیر صنعت، معدن و تجارت دولت یازدهم هم در راستای الحاق به WTO مذاکراتی را با سفرای تعدادی از کشورهای عضو WTO صورت داد که در تمامی این ملاقات‌ها نمایندگان کشورهای عضو از آغاز فرآیند الحاق ایران حمایت کردند. اعلام حمایت ۶۰ کشور عضو سازمان جهانی تجارت از الحاق ایران و درخواست تسریع در فرآیند الحاق ایران در جلسه شورای عمومی سازمان تجارت جهانی در اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۵ هم نتیجه ریزنی‌های صورت گرفته در این مدت بود. البته سکوت آمریکا در این جلسه و اعلام مخالفت ضمنی ۶ کشور عربی عربستان، اردن، یمن، کویت، امارات و بحرین باز هم مانع از پذیرش ایران در این سازمان شد. در دولت یازدهم هماهنگی‌هایی نیز با دبیرخانه سازمان تجارت جهانی در خصوص چگونگی پیگیری فرآیند الحاق ایران به این سازمان با توجه به شرایط ویژه حاکم بر الحاق، صورت گرفت. همچنین وزارتخانه مذکور ۱۵ گام برای پیوستن به WTO برداشته است. این وزارتخانه، پیگیری برای برگزاری جلسات و تشکیل کارگروه‌های تخصصی الحاق در موضوعات مرتبط با موافقت‌نامه‌های سازمان تجارت جهانی از طریق تعامل با دستگاه‌های مرتبط را در دستور کار قرار داد و توانست این اقدام را در کارنامه دولت یازدهم به ثبت برساند. همچنین به روز رسانی گزارش رژیم تجارت خارجی کشور نیز از دیگر اقدامات آنها بود. این موضوع در حالی در دستور کار دولت یازدهم قرار گرفت که یکی از اصلی‌ترین پیش شرط‌های الحاق به این سازمان، در گرو تغییر رژیم تجاری کشور است. به روزرسانی اسناد پیوست رژیم

تجاری کشور نیز در همین راستا صورت پذیرفته است. به علاوه مغایرت‌های قانونی با ضوابط سازمان تجارت جهانی نیز در دوره مذکور احصا شده و پیش‌نویس لوایح قانونی مربوط به الحاق نیز در مرحله تهیه قرار گرفته است.

آموزش کارشناسان از طریق اعزام کارشناسان دفتر و سایر دستگاه‌ها به دوره‌های آموزشی خارج از کشور و برگزاری سمینارها و کارگاه‌های آموزشی در داخل کشور هم از دیگر اقدامات وزارت صنعت، معدن و تجارت دولت یازدهم به شمار می‌رود. برگزاری دوره‌های آموزشی آشنایی با سازمان تجارت جهانی برای کارشناسان سازمان‌ها و دستگاه‌های متعدد، راه‌اندازی و برگزاری دوره‌های آموزش مجازی (آموزش اینترنتی و از راه دور) آشنایی با مباحث سازمان تجارت جهانی، برگزاری کارگاه آموزشی مقررات WTO در حوزه گمرک و تسهیل تجاری از سوی کارشناسان سازمان تجارت جهانی، انتشار ماهنامه رویدادها و تحولات سازمان تجارت جهانی و پیگیری موضوع الحاق از طریق هماهنگی با وزارت امور خارجه و نمایندگی ایران در ژنو نیز گام‌هایی است که در دولت یازدهم برای پیوستن به این سازمان برداشته شده است.

از سویی سند جامع مغایرت‌های قانونی در کارگروه‌های تخصصی الحاق با حضور کارشناسان دستگاه‌های ذی‌ربط و سایر اسناد دیگر الحاق، گزارش توجیهی شروع مذاکرات دو جانبه کالایی الحاق برای مقامات مسوول و لیست پیشنهادی اولیه برای انجام مذاکرات دو جانبه بخش خدمات نیز در دوره چهارساله دولت قبل، تهیه شده است. احراز تعهدات کشورهای الحاق یافته و مقایسه آن با وضعیت فعلی دسترسی به بازار خدمات ایران برای تحلیل چالش‌های فراروی الحاق ایران هم اقدام دیگر وزارت صنعت، معدن و تجارت دولت قبل است. همچنین این وزارتخانه توانسته بسترهای تشکیل کارگروه انجام تحقیقات ضد قیمت شکنی (Antidumping)، اقدامات حفاظتی (Safeguard) و جبرانی (Countervailing) را نیز فراهم کند.

ال سی وایکیکی تامین آزمایشی پوشاک از ایران را آغاز کرد

تامین آزمایشی پوشاک یا بازی رسانه‌ای؟

کرده، زیرا مقررات ایران به برندهای خارجی علاقمند به فروش محصولاتشان در بازار این کشور اجازه می‌دهد تا مستقیماً برای دریافت مجوز ایجاد مراکز فروش در کشور بدون استفاده از افراد واسطه اقدام کنند. این قانون بدان معناست که حداقل ۲۰ درصد از ارزش کالاهای وارداتی در ۲ سال نخست در داخل ایران تولید خواهد شد. بعد از آن، شرکت باید ۵۰ درصد از پوشاک تولید شده در ایران را صادر کند. این رقم از سال سوم به بعد حداقل به میزان ۵ درصد افزایش خواهد یافت.

آلماز افزود: ال سی وایکیکی به دنبال سرمایه‌گذاری در ایران است، اما در حال حاضر هیچ برنامه مشخصی برای این کار ندارد. «ما تلاش‌هایمان برای ارتقای تولیدکنندگان آنجا (ایران) را به جای سرمایه‌گذاری افزایش داده‌ایم، اما باید خاطر نشان کنیم که کار ما آسان نیست. به علاوه، قانون تنها منحصر به ما نیست، بلکه بر دیگر برندهای اروپایی که در زمینه خرده‌فروشی در ایران فعال هستند نیز تاثیر جدی می‌گذارد.»

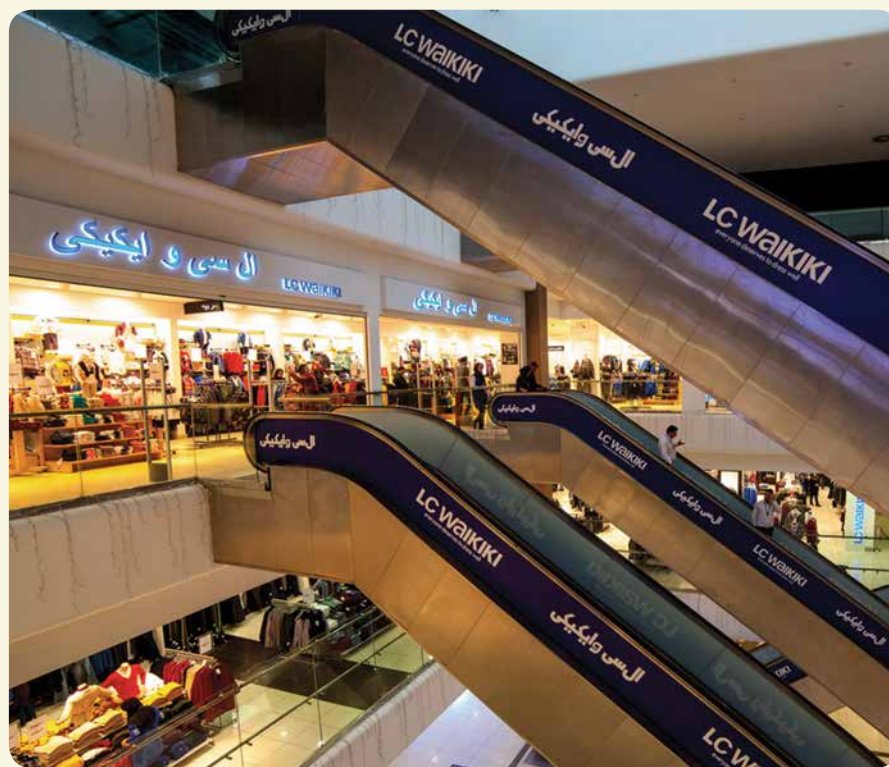
فریب رسانه‌ای؟

البته برخی منابع خبری بر این باورند که انتشار خبر مذکور توسط یک رسانه خارجی و انعکاس گسترده آن در رسانه‌های داخلی یک فریب رسانه‌ای است. این منابع خبری

ایران بوده و از حدود ۷۰ کارخانه و واحد تولیدی پوشاک در ایران تحقیقاتی را انجام داده است.

فاتح آلماز، مدیر سرمایه‌گذاری‌های تولید داخل شرکت ال سی گفت: به صورت آزمایشی یک سفارش کوچک به شرکت روناک جینز داده شده تا ال سی بتواند توانمندی‌های این شرکت را ارزیابی کند. او گفت: شرکت به دلیل قوانین ایران این کشور را انتخاب

به گزارش پایگاه خبری just-style شرکت ال سی وایکیکی ترکیه تامین آزمایشی پوشاک از ایران را آغاز کرده است. این اقدام شرکت ترکیه‌ای احتمالاً موجب واردات ۲۳.۳ میلیون دلاری پوشاک توسط این شرکت ترک از ایران طی ۱۸ ماه آینده خواهد شد. این شرکت در طی ۸ ماه گذشته مشغول مذاکره با وزارتخانه‌های تعاون، کار و رفاه اجتماعی و صنایع، معادن و تجارت





می‌گویند بعد از انتقادهای گسترده رسانه‌های ایرانی از ورود برندهای ترک به ایران مانند «ال‌سی‌وایکیکی»، اتاق فکر این برند ترکیه‌ای تصمیم گرفته تا با خبرسازی‌های مصنوعی مانند «تامین آزمایشی پوشاک از ایران به‌زودی آغاز خواهد شد» جلوی انتقادات از سوی رسانه‌های داخلی ایران گرفته شود. در سال‌های اخیر با ورود گسترده برند ال‌سی‌وایکیکی در باره حضور این برند ترکیه‌ای و توسعه کار آن در بازار ایران به شدت افزایش یافته است. رسانه‌ها و کارشناسان داخلی حضور این برند ترک را عامل ورشکستگی تولیدکنندگان پوشاک ایرانی می‌دانند و معتقدند برندهای ترک هر چه زودتر باید از ایران بروند. برخی رسانه‌ها نیز از چراغ سبز دولت برای حضور برندهای بی‌کیفیت ترک در ایران خبر داده‌اند.

حضور ۱۰۰ فروشگاه

«ال‌سی‌وایکیکی» در ایران

آمارهای غیررسمی درباره فعالیت ال‌سی‌وایکیکی در بازار پوشاک ایران حاکی است این برند معروف ترک، توانسته در سال‌های اخیر حدود ۱۰۰ شعبه در سراسر ایران افتتاح کند، لذا سهم بسیار بالایی در بازار پوشاک ایران داراست. گفته می‌شود فروش این برند در ایران چیزی در حدود هزار میلیارد تومان در سال است.

محمدحسین عرب، عضو اتحادیه پوشاک در واکنش به حضور این برند برای تولید پوشاک در ایران به «فره‌یختگان» گفت: «جالب است این برند ترک، در خود ترکیه تولید نمی‌شود، بلکه در کشور چین تولید می‌شود و کیفیت نسبتاً پایین‌تری نسبت به سایر برندهای ترکیه‌ای دارد. به‌طور کلی برندهای خارجی موجود بازار در حد تولیدات درجه ۲ و

۳ داخلی هستند که با وضع فعلی، حضور آنها برای تولید داخلی سم است.» عرب افزود: «به نظر نمی‌رسد ال‌سی‌وایکیکی برای تولید به ایران بیاید، چراکه هزینه تولید برای او در ایران بسیار گران‌تر تمام می‌شود.» عرب توضیح داد تولیدکنندگان ایرانی نسبت به حضور برندهای بی‌کیفیت ترک از دولت گلایه دارند. بارها به مسئولان دولتی گفتیم اینقدر راحت به برندهای بی‌کیفیت خارجی مجوز فروش ندهید. وی ادامه داد: «حضور برندهای بی‌کیفیت ترکیه موجب نابودی صنعت پوشاک می‌شود و باید جلوی واردات را بگیرند.»

تولید «ال‌سی‌وایکیکی» در ایران صرفه اقتصادی ندارد

جعفر جهان‌پاک تولیدکننده پوشاک نیز در گفتگو با «فره‌یختگان» گفت: «به نظر می‌رسد این خبر یک شو و نمایش مصنوعی باشد. البته شاید تامین پوشاک ال‌سی‌وایکیکی

از طریق ایران امکان‌پذیر باشد، ولی مشروط به اینکه اراده‌ای برای تولید آن وجود داشته باشد و به نظر من که سال‌هاست در صنعت پوشاک فعالیت دارم، با توجه به قیمت‌هایی که محصولات خود را عرضه می‌کند، تولید در ایران برایشان توجیه اقتصادی ندارد.» وی افزود: «قیمت تمام‌شده کالا و واردات کالای قاچاق بزرگ‌ترین چالش یک تولیدکننده پوشاک ایرانی است. برندهای خارجی بدون شک این مسائل را می‌دانند، از جمله برند ال‌سی‌وایکیکی و با این اوصاف وارد صنعت پوشاک ایران می‌شوند. آیا با این توصیفات این برند وارد صنعت پوشاک ما خواهد شد؟!» وی با بیان اینکه آینده خوشایندی برای صنعت پوشاک نمی‌بینم، گفت: «تولیدکننده ایرانی با دست بسته در حال مبارزه است. از مواد اولیه تا مالیات، تامین اجتماعی و... مشکل داریم. مدام هزینه‌های سالانه بالا می‌رود. در حالی که برند خارجی فقط با نرخ دلار درگیر است و مشکلات ما را ندارد.»

وزارت صنعت، معدن و تجارت منتشر کرد:

افق شاخص‌های اقتصادی ایران تا سال ۲۰۲۰

وزارت صنعت، معدن و تجارت در گزارشی، آینده برخی شاخص‌های اقتصادی ایران تا سال ۲۰۲۰ را بر اساس ارزیابی‌های بین‌المللی اعلام کرده است. این گزارش که براساس اطلاعات منتشر شده موسسه «Trading Economics» تهیه و تنظیم شده، شاخص‌های مرتبط با ایران در ۱۰ حوزه «بازار»، «پول»، «تولید ناخالص داخلی»، «کار»، «قیمت‌ها»، «مصرف‌کننده»، «تجارت»، «مالیات»، «دولت» و «کسب‌وکار» را مورد بررسی قرار داده است. در گزارش پیش‌رو افق شاخص‌های «تجارت» در ۷ بخش و «کسب‌وکار» در ۵ بخش مختلف تا سال ۲۰۲۰ ارزیابی شده است. آمارها در حوزه تجارت نشان می‌دهد ایران در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۶، «مازاد تجاری» خود را با رقم ۵۳۸۷ میلیون دلار به ثبت رسانده و متوسط تراز تجاری آن طی سال‌های ۱۹۷۴ تا ۲۰۱۶ برابر با ۷۶۱۷ میلیون دلار بوده است.

این در حالی است که براساس پیش‌بینی‌ها، تراز تجاری ایران در متوسط فصلی سال ۲۰۲۰، به رقم ۴۶۷۶ میلیون دلار خواهد رسید که حکایت از کاهش تراز تجاری کشور دارد. اما در مقابل کاهش تراز تجاری ایران، افق «صادرات» کشور روشن خواهد بود. براساس آمارها، ارزش صادرات سه ماهه

چهارم سال ۲۰۱۶ نسبت به سه ماهه سوم سال ۲۰۱۶ از رقم ۱۹۲۳۹ میلیون دلار به ۲۲۱۴۸ میلیون دلار افزایش یافته و متوسط آن طی سال‌های ۱۹۷۴ تا ۲۰۱۶ برابر ۲۸۴۰۴ میلیون دلار بوده است. البته ارزش صادرات ایران در متوسط فصلی ۲۰۲۰ رقمی برابر با ۲۱۷۸۲ میلیون دلار پیش‌بینی شده که از متوسط سال‌های ۱۹۷۴ تا ۲۰۱۶ کمتر خواهد بود. همچنین براساس آمارهای منتشر شده، ارزش «واردات» در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۶ با افزایش نسبت به سه ماهه سوم سال ۲۰۱۶ از ۱۵۱۱۲ میلیون دلار به ۱۶۷۶۱ میلیون دلار رسیده و متوسط آن طی سال‌های ۱۹۷۴ تا ۲۰۱۶ برابر ۲۰۷۸۷ میلیون دلار بوده است. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد بخش واردات تا متوسط فصلی سال ۲۰۲۰ به ۱۷۲۰۲ میلیون دلار برسد که بیانگر افزایش ارزش این بخش است. «مازاد حساب جاری» یکی دیگر از شاخص‌های حوزه تجارت است که روند آن در این گزارش مورد توجه قرار گرفته است. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۶، مازاد حساب جاری ایران برابر ۳۲۲۵ میلیون دلار ثبت شده و متوسط آن طی سال‌های ۱۹۷۵ تا ۲۰۱۶ نیز به میزان ۵۷۷۸ میلیون دلار رسیده است.

این در حالی است که افق این شاخص تا سال ۲۰۲۰ افزایشی خواهد بود و به عدد

۴۵۲۵ دست خواهد یافت. روند «نسبت مازاد حساب جاری به تولید ناخالص داخلی» تا سال ۲۰۲۰ نیز در این گزارش مورد بررسی قرار گرفته است؛ آمارها حاکی است در سال ۲۰۱۶، مازاد حساب جاری نسبت به تولید ناخالص داخلی به میزان ۶,۳۰ درصد به ثبت رسیده و متوسط آن نیز طی سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۶ به میزان ۱,۴۹ درصد بوده است. پیش‌بینی می‌شود این شاخص تا سال ۲۰۲۰ روند صعودی را طی کند و به ۶,۵ درصد دست یابد. ششمین شاخصی که در حوزه تجارت مورد واکاوی قرار گرفته «تولید نفت خام» است که براساس آمارها تولید آن در ماه ژوئن سال ۲۰۱۷ با کاهش نسبت به ماه مه سال ۲۰۱۷ از ۳,۸۹۳ میلیون بشکه به ۳,۸۸۰ میلیون بشکه رسیده است. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد تولید نفت خام ایران تا متوسط فصلی سال ۲۰۲۰ به ۴,۰۱۳ میلیون بشکه در روز برسد. «سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی» که به‌عنوان آخرین شاخص تجارت مورد بررسی قرار گرفته است در سال ۲۰۱۵ به میزان ۱۲۶۲ میلیون دلار افزایش یافته و متوسط آن طی سال‌های ۱۹۹۸ تا ۲۰۱۵ برابر ۲۲۷۷ میلیون دلار بوده است. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد میزان سرمایه‌گذاری خارجی تا افق ۲۰۲۰ روند صعودی را دنبال کند. بر اساس آمارهای وزارت صنعت، معدن و

از (۱۰۰) بوده و متوسط آن طی سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۶ به ترتیب ۱۲۴ و ۲۶ بوده است. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد رتبه و امتیاز ایران در شاخص ادراک فساد تا سال ۲۰۲۰ به ترتیب به ۱۶۵ و ۲۹ خواهد رسید. شاخص «رقابت‌پذیری» که به‌عنوان آخرین شاخص بخش کسب‌وکار مورد ارزیابی قرار گرفته است، همانند دو شاخص قبلی در افق ۲۰۲۰ در شرایط خوبی به سر نمی‌برد. گزارش «Global Competitiveness Report»، رتبه و امتیاز ایران در شاخص رقابت‌پذیری در سال ۲۰۱۶ به ترتیب ۷۶ از (۱۳۸) و ۴،۱۲ از (۷) بوده و متوسط آن طی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۷ به ترتیب ۷۳ و ۴،۲۵ بوده است. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد امتیاز شاخص رقابت‌پذیری در افق ۲۰۲۰ به ۴،۱ خواهد رسید که تفاوت چندانی با امتیاز کسب شده در سال ۲۰۱۶ نخواهد داشت.

وزارت صنعت مورد ارزیابی قرار گرفته، «سهولت کسب‌وکار» است. براساس آخرین ارقام سالانه بانک جهانی در مقایسه با ۱۹۰ کشور، ایران در شاخص سهولت کسب‌وکار، در سال ۲۰۱۶ با رتبه ۱۲۰ نسبت به سال ۲۰۱۵ با رتبه ۱۱۷ موقعیت ضعیف‌تری کسب کرده و متوسط آن طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۶ برابر با ۱۳۶ بوده است. این در حالی است که براساس پیش‌بینی‌ها روند رو به افول شاخص سهولت کسب‌وکار در ایران همچنان ادامه‌دار خواهد بود و در افق ۲۰۲۰ به ۱۲۹ خواهد رسید.

شاخص «ادراک فساد» نیز یکی دیگر از شاخص‌هایی است که در پیش‌بینی‌ها توفیق چندانی کسب نکرده است. در گزارش «Transparency International»، رتبه و امتیاز ایران در شاخص ادراک فساد در سال ۲۰۱۶ به ترتیب ۱۳۱ از (۱۷۵) و ۲۹

تجارت در حوزه کسب‌وکار نیز پنج زیرمجموعه مورد بررسی قرار گرفته است. براساس داده‌های منتشر شده «رشد تولید صنعتی»، در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۶ نسبت به دوره مشابه سال قبل، ۱۴،۶۰ درصد افزایش یافته و متوسط آن طی سال‌های ۱۹۷۵ تا ۲۰۱۶ برابر ۵،۹۴ درصد بوده است. این در حالی است که بنا بر پیش‌بینی‌ها رشد تولید صنعتی تا سال ۲۰۲۰ به ۱۰،۲۳ درصد خواهد رسید. «تولید ماهانه فولاد» نیز در ماه ژوئن سال ۲۰۱۷ نسبت به ماه مه همان سال، از رقم ۱،۷۲۳ میلیون تن به ۱،۷۸۵ میلیون تن افزایش یافته و متوسط تولید ماهانه آن طی سال‌های ۱۹۹۱ تا ۲۰۱۷ برابر با ۷۶۷،۲۳ هزار تن بوده است. طبق پیش‌بینی‌ها تولید ماهانه فولاد در افق ۲۰۲۰ با جهشی ۱،۷۰۰ میلیون تنی روبه‌رو خواهد شد. یکی دیگر از شاخص‌های بخش کسب‌وکار که از سوی



عملکرد بخش منسوجات و پوشاک در نیمه اول ۹۶

گروه	۶ ماهه اول ۹۶			۶ ماهه اول ۹۵			درصد تغییر	
	تعداد	سرمایه (میلیارد ریال)	اشتغال (نفر)	تعداد	سرمایه (میلیارد ریال)	اشتغال (نفر)	تعداد	سرمایه (میلیارد ریال)
جواز تاسیس صادرشده در بخش ساخت منسوجات و پوشاک								
ساخت منسوجات	۳۷۷	۲۶۴۲۱,۹	۹۷۲۱	۳۷۲	۱۹۱۴۰,۶	۷۹۲۰	۱,۳	۳۸,۰
پوشاک و عمل آوری پوست خز	۲۵۳	۴۹۳۲,۴	۸۳۱۸	۲۱۶	۸۴۳۵,۰	۱۰۶۴۹	۱۷,۱	-۴۱,۵
پروانه بهره برداری صادرشده در بخش ساخت منسوجات و پوشاک								
ساخت منسوجات	۱۱۱	۶۵۸۶	۲۷۲۶	۸۳	۴۹۳۲,۵	۲۱۴۶	۳۳,۷	۳۳,۵
پوشاک و عمل آوری پوست خز	۲۵	۴۳۲	۶۹۰	۲۵	۶۶,۹	۳۴۷	۰	۵۴۵,۵
پروانه بهره برداری ایجاد شده در بخش ساخت منسوجات و پوشاک								
ساخت منسوجات	۷۸	۴۸۷۱,۹	۲۱۲۸	۵۵	۴۲۹۵,۹	۱۷۶۹	۴۱,۸	۱۳,۴
پوشاک و عمل آوری پوست خز	۱۸	۳۳۳,۸	۶۰۵	۱۹	۶۳,۶	۲۸۷	-۵,۳	۴۰۸,۹

آمار تولید محصولات منتخب نساجی

نام محصول	واحد سنجش	شهریور ۹۶	مرداد ۹۶	تغییر (درصد)	۶ ماهه اول ۹۶	۶ ماهه اول ۹۵	تغییر (درصد)
الیاف و تاپس پلی استر	هزار تن	۱۷,۶	۱۷,۷	-۰,۳	۹۶,۱	۹۶,۲	-۰,۱
نخ پلی استر	هزار تن	۲۱,۵	۲۱	۲,۴	۱۱۴,۶	۱۰۲,۶	۱۱,۷
الیاف اکریلیک	هزار تن	۰,۰	۰,۰	-	۰,۰	۶,۹	-۱۰۰,۰
نخ سیستم پنبه‌ای و ترکیبی الیاف مصنوعی	هزار تن	۱۸,۵	۱۸,۲	۱,۶	۱۰۳,۵	۹۹,۷	۳,۸
فرش ماشینی	هزار مترمربع	۷۳۶۲	۷۱۱۰	۳,۵	۴۱۲۲۳	۴۰۱۴۹	۲,۷

صادرات بخش منسوجات و پوشاک در ۶ ماهه اول ۹۶

گروه	وزن (تن)		ارزش (میلیون دلار)		تغییر (درصد)
	۶ ماهه اول ۹۶	۶ ماهه اول ۹۵	۶ ماهه اول ۹۶	۶ ماهه اول ۹۵	
ساخت منسوجات	۶۰۱۳۵,۶	۵۷۲۷۰,۵	۲۷۷,۵	۲۶۶,۱	۴,۳
ساخت پوشاک، عمل آوردن و رنگ کردن پوست	۱۵۹۴,۸	۱۳۶۸,۹	۲۰,۴	۱۶,۳	۲۵,۵

واردات بخش منسوجات و پوشاک در ۶ ماهه اول ۹۶

گروه	وزن (تن)		ارزش (میلیون دلار)		تغییر (درصد)
	۶ ماهه اول ۹۶	۶ ماهه اول ۹۵	۶ ماهه اول ۹۶	۶ ماهه اول ۹۵	
ساخت منسوجات	۱۳۸۵۷۴,۶	۱۳۱۶۹۳,۱	۴۱۴,۱	۳۹۱,۱	۵,۹
ساخت پوشاک، عمل آوردن و رنگ کردن پوست	۱۷۱۸,۴	۲۷۶۶,۱	۲۱,۵	۲۱,۷	-۰,۹

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

حمایت تولیدکنندگان پوشاک از واردات قانونی

سومبات هاکوپیان رییس انجمن صنایع پوشاک ایران



«طرح ممنوعیت واردات کالای مشابه تولید داخل در کمیسیون صنایع مجلس تصویب نشد. نگاه نمایندگان این بود که این گونه ممنوعیت‌ها فضای رقابت را از بین می‌برد و تولیدکنندگان داخلی به دلیل آن که محصولشان در بازار رقیب ندارد قیمت محصولات خود را افزایش می‌دهند.»

این جملات بخشی از سخنان عبدالله رضیان، عضو محترم کمیسیون صنایع و معادن مجلس در گفتگو با خبرگزاری خانه ملت است. سخنانی که نشان می‌دهد، کمیسیون محترم صنعت مجلس توانسته است نسبت به وضعیت صنعت پوشاک کشور در مقابل اجحافی که واردات بی‌ضابطه و قاچاق بر آن تحمیل می‌کند، بی‌تفاوت بماند. کلیت سخنان این نماینده کمیسیون صنایع و معادن به وضوح این مسئله را مشخص می‌سازد که نمایندگان محترم مردم به دنبال ترمیم ساختارهای صنعت پوشاک هستند. اتفاقی که حمیده زرآبادی، عضو هیئت ریسه کمیسیون صنایع و معادن مجلس نیز در گفتگویی دیگر به آن اشاره کرده است.

به طور قطع رویکرد مثبت نمایندگان مجلس به تولید ملی پوشاک و وجود آگاهی

و وجودی کرده‌اند.

به عنوان مثال عبدالله رضیان، عضو محترم کمیسیون صنایع و معادن مجلس وقتی از تصویب نشدن طرح ممنوعیت واردات کالای مشابه داخل خبر می‌دهد، بحث را از منظری جلو می‌برد که انگاری جریانی خاص در پی ایجاد انحصار در تولید داخلی پوشاک است. بر همین اساس هشدار می‌دهد که چنین انحصاری به زیان تولید ملی تمام خواهد شد و در واقع نمایندگان محترم مجلس نیز برای پرهیز از این آسیب به تصویب طرح ممنوعیت

در کمیسیون صنایع و معادن مجلس نسبت به این صنعت و جایگاه ویژه آن در زنجیره ارزش توسعه صنعتی کشور، مولفه‌ای بسیار مهم و ارزشمند است، اما در عین حال به این نکته نیز باید اشاره کرد که ظاهراً برخی از نمایندگان محترم در تحلیل چرایی پرداختن به صنعت پوشاک و مقابله با واردات بی‌رویه دچار خطایی راهبردی هستند و یا حداقل در چپنش کلمات خود به گونه‌ای عمل می‌کنند که در نمای بیرونی به نظر می‌رسد تمام وقت خود را صرف پدیده‌ای فاقد وجاهت ساختاری

واردات کالای مشابه تولید داخل رای نداده‌اند. این‌جا دقیقا نقطه‌ای است که در آن خطای راهبردی و یا پرداختن به موضوعی فاقد وجاهت ساختاری شکل می‌گیرد.

با قاطعیت می‌توان گفت که در حال حاضر و در مورد پوشاک اصلا بحث انحصار و یا بستن معابر ورودی اقتصاد پوشاک به روی تجارت آزاد مطرح نیست. اگر بر فرض چنین ایده‌ای هم در کشور وجود داشته باشد که بخواهد انحصار در تولید پوشاک داخلی ایجاد کند (که حتما یک خطر برای توسعه صنعتی است) نباید فراموش کرد که این ایده در میان تولیدکنندگان داخلی پوشاک وجود ندارد.

چون در یکسال گذشته بیش از هر زمان دیگری تولیدکنندگان داخلی پوشاک خواهان مقابله با واردات بی‌ضابطه بوده‌اند، شاید این شائبه به وجود بیاید یا ساخته شود که تولیدکنندگان بر تنور انحصار می‌دمند، چیزی که انجمن صنایع پوشاک ایران، به عنوان تنها تشکل تخصصی فعال در حوزه صنعت پوشاک کشور بارها آن را رد کرده است و نسبت به شکل‌گیری انحصار در هر حوزه صنعتی هشدار داده است.

سال گذشته تولیدکنندگان پوشاک با راهبری انجمن صنایع پوشاک ایران موفق شدند که دستورالعمل ساماندهی برندهای خارجی را به تصویب مقام وقت وزارت صنعت برسانند. این دستورالعمل به نوعی دایره‌المعارف اجرایی صنعت پوشاک کشور است. بر اساس این دستورالعمل همه برندهای خارجی پوشاک می‌توانند در بازار پوشاک ایران حضور داشته باشند به شرط آن که هم در تولید و هم در صادرات پوشاک مداخله کنند.

تبدیل واردات مصرفی به واردات مولد

چشم‌اندازی است که تولیدکنندگان پوشاک در دستورالعمل خود بر آن تاکید کرده‌اند و هدفی جز برابری در شرایط کسب و کار میان برندهای داخلی با برندهای خارجی واقعی و قانونمند را در بازارهای کشور پیگیری نمی‌کنند. این برابری و برخورداری از شرایط یکسان به نفع رشد و پیشرفت اقتصاد ملی تمام می‌شود. ما باید چشم‌اندازی را بگسترانیم که دیگر در آن از تنگناهای تحمیلی برای تولید داخلی و آسودگی خاطر برای محصولات و برندهای غیرواقعی خبری نباشد.

در فضای برابر با فعالان و تولیدکنندگان واقعی می‌شود به قدرت تولیدکنندگان پوشاک ایران پی برد. این دقیقا واقعیتی است که نمایندگان محترم مجلس حالا که به ارزش صنعت پوشاک پی برده‌اند و می‌خواهند از تولید داخلی آن حمایت کنند، باید مد نظر داشته باشند. اگر ملاک حمایت از تولید و تولیدکنندگان پوشاک است در این زنجیره کسی مخالف واردات قانونمند و تجارت متعهد به شفافیت اقتصادی نیست. برای همین اگر نمایندگان هم با آب و تاب انحصار را نقد می‌کنند، نوع بیان آنها باید به گونه‌ای باشد که شائبه چنین رویکردی اهالی تولید پوشاک را نشانه نگیرد و از سوی دیگر موجب شکل‌گیری این گمان نشود که برخی نمایندگان محترم با تحلیل‌های غیرواقعی و خطای راهبردی به صنعت پوشاک می‌پردازند.

شاید صنایع دیگری وجود داشته باشند که حیات خود را در انحصار ببینند. صنعت پوشاک در مقابل این رویکرد ایستاده است و دقیقا ذهنیتی متفاوت دارد. صنعتگران پوشاک رقابت را هموارکننده حیات صنعتی می‌دانند؛ رقابتی که بر قانون تکیه داده باشد. این

قانون‌گرایی مسایلی نظیر واردات قانون‌گریز و یا مولفه‌هایی مانند تعرفه ترجیحی با ترکیه را بر نمی‌تابد. آینده را باید جدی گرفت. اگر برای فردا نشود اشتغال مولد ایجاد کرد و یا صرفا آن نوع اشتغال خدماتی را سرلوحه عمل قرار دهیم که هیچ نسبتی با تولید داخلی و روند سازندگی نداشته باشد، هشدار امروز می‌تواند بمب بزرگی برای آینده باشد.

اشتغال خدماتی، جغرافیای بزرگی را در همه اقتصادهای دنیا از آن خود کرده است. پرسش اما اینجاست که آیا در همه این اقتصادها، اشتغال خدماتی نسبت به روند تولید و فرآیند صنعت، بی‌تفاوت و متفاوت است؟ یا به معنای دیگر آیا خروجی و نتیجه اشتغال خدماتی در همه اقتصادها به نفع تولید خارجی تمام می‌شود؟ اگر این گونه باشد که همه اقتصادهای بزرگ باید در انتظار شکست باشند. این چشم‌اندازی است که باید از آن واهمه داشت. به همین خاطر همه ما در مقابل این اتفاق مسئول هستیم و باید به گونه‌ای رفتار کنیم که فردا بستری برای رشد تولیدات ایرانی و سربلندی نسل‌های بعدی کشور باشد. تولید کننده، وزیر، نماینده و هر کنش‌گر دیگری در حیطه اقتصاد، سیاست و اجتماع ایران باید به این درک برسد که ساختن شرایطی برابر برای صنعت کشور و یا ایجاد امکانی برای تولیدکنندگان که بتوانند ساختارهای اقتصاد ملی را تقویت کنند، ضرورت و نیازی است که برآورده کردن آن، حیاط توسعه ایران را تضمین می‌کند. واقع‌نگری، واقع‌بینی و درک ضرورت‌ها و واقعیت‌های صنعت می‌تواند قابل‌اعتمادترین راه برای نجات توسعه در ایران باشد. وجود این رویکرد صنعتی را هرگز نباید فراموش کرد.

سفیر پیشین ایران در کشورهای اروپایی و آمریکایی مطرح کرد ایرانی، جنس ایرانی بفروش!

زهرا طهرانی



۳ سال مشاور معاون سیاسی رئیس جمهوری در دولت یازدهم بود و تجربه سفیر جمهوری اسلامی بودن در ورشو، ویلنیوس، کپنهاگ، بوینس آیرس و مونته ویدئو را دارد. علاوه بر اینها مسئولیت‌هایی هم در صدا و سیما، دفتر وزیر امور خارجه، امور بانکی در خراسان و دانشگاه کاشان داشته است. محمدمهدی پورمحمدی دارای مدرک کارشناسی ارشد مدیریت (MBA) از دانشگاه سول روس، تگزاس امریکاست که کمی از تجربه‌های خود در زمان تحصیل و فعالیت در سفارتخانه‌های مختلف در کشورهای اروپایی و آمریکایی را با ما نیز در میان گذاشت. او در گفتگو با «گسترش تجارت» تاکید ویژه‌ای بر تولیدات صادرات‌محور و گسترش آن برای رسیدن به رشد اقتصادی دارد و می‌گوید: شعار «ایرانی، جنس ایرانی بخر» یک اظهار عجز و التماس آزردهنده‌ای است که با آن مشکل دارم و روح مرا آزار می‌دهد. معتقدم این عجز و التماس زیر پوستی و پنهان، نه تنها تاثیرگذار نیست، بلکه نتیجه عکس می‌دهد. این شعار باید به «ایرانی، جنس ایرانی بفروش» تغییر کند که برای این گفته دلایلی هم دارم. از پورمحمدی درباره وظایف و رویکرد سفرای ایران در خارج از کشور پرسیدیم و او به راهکارهای کشورهای پیشرفته درباره بهبود وضعیت تولید و تجارت و از همه مهم‌تر کنترل و نظارت در این بخش اشاره کرد. سفیر پیشین ایران در کشورهای مختلف نسبت

دیگر چیست و چه تاثیرگذاری به سود کشورمان دارند؟

سفیران یک تعریف کلاسیک و کتابی دارند که نماینده تام‌الاختیار کشورشان در کشور میزبان هستند و در استوارنامه آنها به شکل روتین هم نوشته شده که به‌عنوان سفیر فوق‌العاده و تام‌الاختیار معرفی می‌شوند. ضمن اینکه تمام اظهارات آنها مواضع رسمی کشورشان به شمار می‌رود.

اما تاثیرگذاری سفرا، بیشتر به شخصیت، توانایی، تحصیلات و به‌ویژه علاقه و گرایش‌های آنها

به پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی نیز خوشبین نیست و می‌گوید: ما زمانی برای ورود به گذراندن مقدمات عضویت در WTO نزدیک شدیم؛ اما متأسفانه موانعی ایجاد شد و در آن ۸ سال معروف که همه چیز به عقب و قهقرا رفت، این موضوع هم متوقف شد. مشروح گفتگو با پورمحمدی را در ادامه می‌خوانید.

با توجه به اینکه در چند کشور سفیر جمهوری اسلامی ایران بوده‌اید، به نظر شما نقش سفرا در کشورهای

بستگی دارد. اگر سفیری به اقتصاد علاقه‌مند باشد، می‌تواند با پژوهش، بررسی، کنجکاوی و کندوکاو به کشف ظرفیت‌های ناشناخته کشور میزبان بپردازد و گزارش یافته‌های خود و ظرفیت‌های موجود را از طریق وزارت خارجه برای بالفعل شدن آن ظرفیت‌ها در اختیار فعالان اقتصادی قرار دهد. تنها این کافی نیست. یک سفیر موفق در زمینه‌های اقتصادی، تجاری و صنعتی باید نیازهای کشور خود و کشور میزبان را به‌خوبی بشناسد و تلاش کند زمینه‌های جدیدی برای همکاری ایجاد شود. سفیر می‌تواند علاوه بر وظیفه روتین خود یعنی ارتباط با دولت کشور میزبان، از کنجکاوی خود در همه مسائل اقتصادی بهره‌گیری کند؛ همیشه برای انجام هر کاری ممکن است راه‌های بهتری وجود داشته باشد. آیا ما بهترین تعاونی‌ها، بهترین بیمه‌ها، بهترین روش‌های بانکداری و بهترین نظام آموزشی را داریم؟ به‌طور قطع خیر. سفیر موفق کسی است که اهل پژوهش و جست‌وجو باشد، از صنایع، تعاونی‌ها، مجتمع‌های کشت و صنعت و هر رشته دیگری که کشور میزبان در آن سرآمد است و حرفی برای گفتن دارد بازدید کند، روش‌های حل مسائل مبتلا به و بحران‌ها را بررسی و به مرکز منعکس کند و مانند یک کاشف دائم در حال تلاش و جست‌وجو باشد. یکی از راه‌های تعمیق و توسعه روابط کشورها ایجاد و افزایش روابط مانای اقتصادی است. روابط مانا فراتر از واردات و صادرات است. بسنده کردن به تعارفات دیپلماتیک و رفت و آمدهای تشریفاتی با پیش آمدن کوچکترین نوسان‌های سیاسی پایان می‌پذیرد، اما وابستگی‌های عمیق دو جانبه و چند جانبه اقتصادی نه تنها به سادگی قابل توقف نیست، بلکه می‌تواند در شرایط نامطلوب نیز تا حدودی جلوی بحران‌های سیاسی را بگیرد.

آیا شرایط کنونی اقتصاد ما ایجاب می‌کند این مباحث از علاقه به سمت ضرورت حرکت کند؟

به‌طور قطع همین‌طور است؛ درحال حاضر اطلاع دقیق دارم که سفرها موظف به این امور شده‌اند.

به‌ویژه اینکه برای اقتصاد مقاومتی نیاز است ما امکانات دیگر کشورها را بشناسیم و از آنها استفاده بهینه کنیم. باید برای هر یک از نیازهای خود منابع متنوع شناسایی تا در صورت نیاز قدرت مانور داشته باشیم. این بخشی از وظایف سفراست و توفیق در این راه بستگی به دانش، ظرفیت‌ها و علائق و توانایی‌هایشان دارد.

به نظر شما انتخاب خوبی در این بخش داریم؟

به این سوال نمی‌توان در یک کلام پاسخ مثبت یا منفی داد. بحث یک نفر و دو نفر نیست. شاید بتوان این‌طور پاسخ داد که وزارت امور خارجه و سایر مسئولانی که در انتخاب سفرا نقش دارند تمام تلاش خود را می‌کنند که بهترین گزینه‌ها را اعزام کنند، اما گاهی اتفاق می‌افتد که استثنائاتی پیش می‌آید و این توفیق نسبی می‌شود! گفتنی است در همه دنیا دو نوع سفیر وجود دارد؛ نخست سفرای حرفه‌ای که رشته تحصیلی آنها مطلوب وزارت خارجه است یا مراحل مختلف را در وزارت خارجه از وابستگی آغاز و تا نائل شدن به درجه سفیری طی کرده و دوره‌ها و آزمون‌های متنوعی را با موفقیت پشت سر گذاشته یا اینکه دست‌کم در این مسیر گام برمی‌دارند و مراجه‌ای از آن را پشت سر گذاشته‌اند.

گروه بعدی، در همه دنیا سفرای دیپلماتیک هستند که بنا به مصالحی از خارج از وزارت امور خارجه، به عنوان مثال از نمایندگان فعلی و پیشین مجالس قانون‌گذاری، قضات، وزیران پیشین، معاونان وزیران و سایر سازمان‌ها و نهادها انتخاب می‌شوند. در بین هر دو گروه از سفرای بسیار موفق، موفق نسبی تا ناموفق وجود داشته است.

گاهی زمزمه‌هایی به گوش می‌رسد که وزارت امور خارجه در اندیشه یک معاونت اقتصادی در درون خود است؛ ارزیابی شما از این موضوع چیست؟ ضمن اینکه ما درحال حاضر جایگاه‌های متعددی در اقتصاد کشور داریم. در جریان تشکیلات کنونی وزارت خارجه نیستیم زیرا در یکی دو ماه گذشته تغییراتی ایجاد شده و شنیده‌ام

که در جهت چابک‌سازی در چارت جدید تعداد معاونت‌ها کاهش یافته و در عین حال معاونت اقتصادی پیش‌بینی شده است. در برهه‌هایی از زمان ما معاونت اقتصادی داشتیم اما فعالیت‌های اقتصادی خوبی نداشتیم و گاهی هم این معاونت را نداشتیم اما عملکردها خوب بوده است. چرا این‌طور است؟ زیرا توفیق در گشودن راه‌های جدید فعالیت‌ها و توسعه روابط اقتصادی تک عاملی نیست. اگرچه به چابک بودن سازمان و آموزش‌ها و دوره‌هایی که سفرا باید طی کنند و توصیه‌هایی که به آنها می‌شود، دارد، اما روابط سیاسی در این باره اگر حرف نخست را نزنند، از تاثیر بی‌بديل آن نمی‌توان چشم‌پوشی کرد. روابط خالی از تنش با دیگر کشورها یک شرط اساسی برای توسعه هر نوع از رابطه و به‌ویژه روابط اقتصادی است.

تعدد جایگاه اقتصادی در کشور آسیب‌زا نیست؟ هماهنگی و تصمیم‌گیری باید بر عهده کدام یک از این نهادها باشد؟

این تعدد به معنای تعدد مراجع تصمیم‌گیری نیست. اگر تعداد زیاد باشد اما از سوی مرجع مشخص، هماهنگی وجود داشته باشد و سیاست‌های گرفته شده و تصمیم‌گیری‌ها در راستای رسیدن به اهداف تعیین شده و از سوی یک مرجع اصلی تصمیم‌گیر باشد، اینجا تعدد آسیب‌زا تلقی نمی‌شود. زمانی که تعدد به معنای تعدد مراکز تصمیم‌گیری چه در دولت و چه در بخش خصوصی باشد، ضربه زنده است. به‌عبارت دیگر تعدد در برخی موارد می‌تواند بسیار کمک‌کننده باشد به‌نحوی که هر کدام به‌عنوان یک بازوی توانمند عمل کنند؛ اما اگر مراکز مختلف تصمیم‌گیری داشته باشیم ممکن است فعالیت‌های یکدیگر را نقض و حتی خنثی کنند که به سود اقتصاد نیست.

اقتصاد ایران درحال حاضر بیش از این جایگاه‌ها نیاز به سرمایه‌گذاری خارجی دارد، آیا این فضا مهیاست؟

امسال بیش از سال گذشته و سال گذشته هم

مهیاتر از ۲، ۳ سال قبل شده است. به هر حال سرمایه‌دار بسیار محتاط است و جایی سرمایه‌گذاری می‌کند که امنیت سرمایه و بازگشت سود تضمین شده باشد. هر کسی بخواهد سرمایه‌گذاری کند به طور قطع به این موارد توجه می‌کند.

بنابراین کشور ما هرچه بیشتر به سوی انسجام داخلی پیش برود و آرامش بیشتر کسب کند و تشنج خارجی و داخلی هم نداشته باشد؛ سرمایه‌دار بیشتری جذب می‌کند. به نظر می‌رسد با روی کار آمدن دولت آقای روحانی زمینه هرروز از روز قبل بیشتر فراهم‌تر می‌شود و هر سال نسبت به سال گذشته ورود سرمایه‌گذاران خارجی به ایران مسیر هموارتری خواهد داشت.

علاوه بر اینها چه الزامات دیگری نیاز است؟

روابط اقتصادی اتومبیلی است که در جاده نرم‌افزاری شبکه بانکی، بیمه، گمرک، رایانه و سامانه‌های بروکراتیک و اداری حرکت می‌کند. هر چه این جاده‌ها هموارتر، با جاده‌های مشابه خود در کشورهای پیشرفته هماهنگ‌تر و دارای چاله‌ها و دست‌اندازهای کمتری باشد، اتومبیل روابط اقتصادی در آن نرم‌تر و با سرعت بیشتری حرکت می‌کند. به طور قطع شبکه بانکی، بیمه، گمرک و فضای کسب و کار ما نیاز به اصلاحات بیشتر برای روزآمد شدن و پایش مداوم برای به روز ماندن دارد. سرمایه خمار خواب است، به بالش نرم و سکون و سکوت نیاز میرم دارد و از سر و صدا، تنش و جیغ و داد فراری است. باید اتحاد بین مردم، گروه‌ها، احزاب و گرایش‌های مختلف را بیشتر کنیم، از تنش‌های غیر ضرور که فکر می‌کنم هر تنشی غیر ضروری است، بپرهیزیم و برای سرمایه، محیطی امن و آرام فراهم کنیم. اگر ایران در نظر خودمان و خارجی‌ها سرزمین آرام و پر از آرامش، صلح و امنیت باشد، جویبار سرمایه خارجی به جوی و جوی به رود تبدیل خواهد شد و از برکات آن بسیاری از مسائل مبتلا به مانند تولید و اشتغال حل خواهد شد. به عبارت بهتر، باید مانند برج‌ها، مشکلات را در سطح بین‌المللی حل

کنیم و اگر به طور کامل قابل حل نیست، آنها را به حداقل کاهش دهیم.

وضعیت تولید و تجارت در کشور از دیدگاه شما چگونه است؟

هم خوب است، هم متوسط و هم بد! کشور ما چهار راه دنیا است. اگر دیگر کشورها برای صادرات باید کالای خوب و دنیاپسند تولید کنند، ما برای مصرف داخلی خود هم باید کالای با استاندارد جهانی و در حد نشان (برند)های مرغوب دنیا تولید کنیم. تولید کالای خوب و با استانداردهای جهانی تنها با تکیه به منابع داخلی امکان‌پذیر نیست. برای تولید کالای با کیفیت باید وسایل، امکانات و ماشین‌های تولید ما هم در سطح بالا و روزآمد باشد. با وسایل ابتدایی شاید بتوان صنایع دستی خوب و قابل قبولی تولید کرد، اما اگر در کالاهای صنعتی بخواهیم در بازارهای داخلی و خارجی با کالاهای مشابه رقابت کنیم، نیاز به روزآمد کردن امکانات تولیدی و آموزش نیروی انسانی داریم. روزآمد کردن امکانات تولیدی نیاز به سرمایه داخلی و خارجی دارد. بستر ورود سرمایه خارجی را الزامات سیاسی فراهم می‌کند. موضوع اصلی این است که ما باید تولید را صادرات‌محور کنیم. برای تحقق این امر به آموزش نیاز داریم؛ بنابراین باید دانشگاه‌ها را آماده این کار کنیم و به کسانی که در صنعت و تجارت درس می‌خوانند به گونه‌ای آموزش بدهیم تا معنای این ترم‌ها را بدانند و درک کنند. در زمان جنگ برای برطرف کردن تمام کمبودها و مشکلات موجود و برای رفع و تامین نیازهای داخلی باید تولید می‌کردیم، بنابراین نمی‌توانستیم به صادرات فکر کنیم اما پس از پایان جنگ نباید اجازه می‌دادیم فرهنگ تولید برای مصرف داخلی ادامه‌دار شود که متأسفانه این فرهنگ باقی ماند. باید پس از جنگ به سرعت محور تولید را به سمت صادرات هدایت می‌کردیم. برای صادرات تولید کردن، نیاز به شناسایی بازار خارجی و شناخت سلیقه مصرف‌کننده واقعی در خارج از کشور داریم که این مهم در مدارس در بسته قابل حصول نیست. ما باید درها را باز کنیم

و خارج واقعی را به تولیدکننده معرفی کنیم تا بداند این کالا برای چه مصرفی و برای کجا تولید می‌شود و چه کسی باید بخرد و سلیقه او چیست؟ این اتفاقی است که خارجی‌ها درباره ما انجام می‌دهند؛ چرا بعضی کالاهای داخلی تولید خودمان را نمی‌خریم اما کالای مشابه خارجی را می‌خریم؟ زیرا تولیدکننده خارجی روی بازار و سلیقه‌های ما مطالعه کرده است. به همین دلیل متأسفانه در خارج از کشور کالای موردپسند من و شما بیشتر از داخل تولید می‌شود. این یکی از وظایف بخش‌های اقتصادی سفارتخانه‌هاست. من با شعار «ایرانی، جنس ایرانی بخر» مشکل دارم! یک اظهار عجز و التماس آزاردهنده‌ای در این شعار قدیمی است که روح مرا آزار می‌دهد. معتقدم این عجز و التماس زیر پوستی و پنهان، نه تنها تاثیرگذار نیست، بلکه نتیجه عکس می‌دهد. باید شعارمان را به «ایرانی، جنس ایرانی بفرش» تغییر دهیم یعنی خانم و آقای تولیدکننده به گونه‌ای تولید کن که موردپسند مردم و افراد خارج از کشور باشد تا آن را بخرند. باید تلاش کنیم جنس ایرانی بفرشیم. فروش جنس ایرانی به معنای ارتقای کیفیت کالای ایرانی است، به نحوی که با وجود هر دو جنس در کنار هم خریدار داخلی و خارجی با طیب و اطمینان خاطر و با علاقه جنس ایرانی را انتخاب کنند. مخاطب شعار «ایرانی جنس ایرانی بخر» زیر جلدی می‌گوید نقصان‌ها را ندیده بگیر و رحم کن و جنس ایرانی بخر! مخاطب شعار «ایرانی جنس ایرانی بفرش»، تولیدکننده است. حرفم این است که باید از موضع قدرت وارد شد و به تولیدکننده فهماند باید با کیفیت و استاندارد تولید کند که نه تنها در داخل، بلکه در خارج هم مشتری داشته باشد. اگر با این فرهنگ وارد شویم به طور قطع موفق خواهیم شد. ۴۳ سال پیش که برای تحصیل به خارج از کشور رفتم با خودم کفش ایرانی بردم که آنجا با افتخار می‌پوشیدم چون براساس سلیقه جهان از سوی کسانی تولید شده بود که نسبت به بازار ایرانی شناخت داشتند. حالا آن شناخت را چینی‌ها و ویتنامی‌ها و به تازگی تولیدکننده‌های ترکیه پیدا کرده‌اند!

این کیفیت پایین تولیدات و صادرات محور نبودن از کجا نشأت می‌گیرد؟

قبول ندارم که ما عاجز از تولید محصولات کیفی هستیم، توان تولید خوب را هم داریم. نیروی کار دانشی ما شاید در منطقه منحصر به فرد باشد. این نیروی کار خوب به هر جا مهاجرت کرده و به امکانات قابل قبول و روزآمدی دست یافته، محصولات خوبی تولید کرده است. باید در تولید همه کالاها به طراحی صنعتی و سرمایه‌گذاری روی آن و در تولید لباس و کفش به طراحان مد بها بدهیم و کالای ایرانی را براساس سلیقه مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی تولید کنیم. مصرف‌کننده ایرانی در کشوری که چهار راه دنیاست، پشت و پیرین دنیا ایستاده و به راحتی استانداردهای جهانی را چه از طریق رسانه‌ها و چه بازار تماشا می‌کند. راضی کردن این مشتری کمی سخت، اما شیرین است. اینکه مصرف‌کننده ایرانی می‌تواند تولید ایرانی با خارجی و حتی خارجی‌ها را با یکدیگر مقایسه کند، برای تولیدکننده ایرانی یک مزیت عالی به شمار می‌رود چراکه می‌تواند و شاید مجبور می‌شود کیفیت خود را بالا ببرد و در نتیجه در بازارهای جهانی برای خود جا پا باز کند. اگر تجارت آزاد را اجرایی کنیم، تولیدکننده ایرانی مجبور است همیشه باکیفیت بالا تولید کند. اگر در برخی صنایع مانند خودرو محدودیت‌هایی ایجاد کنیم شاید تولیدکننده انگیزه برای تولید باکیفیت بالا و براساس استانداردهای جهانی و سلیقه ایرانی را نداشته باشد. چرا، زیرا هر چه تولید می‌کند مجبوریم بخریم. اگر اجبار را برداریم و تجارت آزاد را با تعریف‌های جهانی داشته باشیم، تولیدکننده ایرانی هم تشویق می‌شود استاندارد خود را بالا ببرد. موضوع بعدی نظارت بر تولید است. هیچ دولتی در دنیا با هر امکاناتی توانایی نظارت بر کیفیت تولید به طور کامل را ندارد. ما هم نداریم. اگر سازمان استاندارد، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی تمامی امکانات و بودجه خود را فقط به امر نظارت و کنترل کیفیت کالاها اختصاص دهند باز هم موفق به انجام اتم و اکمل این امر نخواهند شد.

چرا؟ زیرا تنوع کالاها و تولیدات جهان پر شمار است و با اندکی اغراق می‌توانیم بگوییم به سمت بی‌نهایت پیش می‌رود! کشورهای پیشرفته برای این کار راهکارهایی اندیشیده‌اند و ما نیز باید با مطالعه و بررسی‌های بیشتر به این موارد توجه کنیم. در واقع ما باید از تجربه کشورهای دیگر در این مسیر برای افزایش کیفیت و نظارت کامل و اطمینان دادن به مصرف‌کننده نسبت به کیفیت کالا استفاده کنیم. داشتن برجسب ویژگی‌های مشخص روی کالا به معنای مطلوب بودن نیست، بلکه این حق خریدار است که از بابت پولی که می‌پردازد بدانند چه محصولی، با چه مواد اولیه، ویژگی‌های و کیفیتی دریافت می‌کند. شاید مصرف‌کننده‌ای بخواهد پول کمتری بدهد و کالای کم کیفیت‌تر بخرد و برعکس؛ اما هر دو باید بدانند بابت چه چیزی پول می‌دهند.

راهکارهایی که اشاره کردید، چیست و چه کشورهای پیشرفته‌ای در این زمینه موفق بوده‌اند؟

نظر به علاقه‌های شخصی و رشته تحصیلی‌ام از زمان دانشجویی روی این راهکارها مطالعه کرده‌ام. FDA سازمان غذا و دارو سازمان حمایت از مصرف‌کننده در آمریکا از باتجربه‌ترین سازمان‌ها در دنیا هستند. اگر من به جای آقای رالف نیردر، بنیانگذار «سازمان حمایت از مصرف‌کننده» در آمریکا بودم به طور قطع برای آن سازمان نام دیگری انتخاب می‌کردم. واژه «حمایت» از یکی در مقابل دیگری، القاکننده نوعی تقابل و دوگانگی است و در این باره واژه مناسبی نیست. در اینجا تقابلی وجود ندارد که حمایتی نیاز باشد. شاید تعامل مناسب‌تر از حمایت باشد. همه ما و همه دنیا مصرف‌کننده هستیم. مگر تولیدکننده چند کالا تولید می‌کند؟ بزرگترین تولیدکننده دنیا ممکن است ده‌ها کالا تولید کند اما صدها و هزاران کالا مصرف می‌کند؛ بنابراین وقتی می‌گوییم حمایت از مصرف‌کننده یعنی می‌خواهیم از گروهی که اکثریت به شمار می‌روند در مقابل قشری که اقلیت هستند حمایت کنیم،

در حالی که در عمل این طور نیست.

شما اشاره‌ای هم داشتید به تجارت آزاد که البته هنوز در کشور نداریم و یکی از الزامات پیوستن به سازمان تجارت جهانی به شمار می‌رود؛ برای رسیدن به این مهم چه باید کرد؟

برقراری تجارت آزاد با خارج از کشور با همان سازمان تجارت جهانی اجرایی می‌شود. ما زمانی به ورود به طی مقدمات عضویت در سازمان تجارت جهانی نزدیک شدیم؛ اما متأسفانه موانعی ایجاد شد و در آن ۸ سال معروف که همه چیز به عقب و قهقرا رفت، این مورد هم متوقف شد. به شخصه معتقدم تحقق این امر در آینده نزدیک، شدنی نیست که البته نظر شخصی من است. اما الزامات داخلی دارد که باید فراهم شود و زمان بر است؛ بخش دیگر هم مربوط به روابط خارجی ما است؛ یعنی حتی اگر تمام شرایط داخلی ما هم فراهم باشد، کشورهایی هستند که مانع عضویت ما بوده و خواهند بود.

در یک جمله به آمادگی داخلی و رفع موانع خارجی نیاز داریم. حالا فرض کنیم همین امروز و الساعه همه درهای دنیا به روی ما باز شود و برای کالاها صنعتی، صنایع دستی، فرآورده‌های غذایی، محصولات کشاورزی، خودروهای تولیدی، وسایل خانگی و هر چیز دیگری که تولید می‌کنیم فرش قرمز پهن چقدر آمادگی داریم که سهم شایسته خود را از بازارهای جهانی کسب و برای خودمان مشتری‌های دائمی و پر و پا قرص دست و پا کنیم؟ نباید فرصت را از دست بدهیم و ارتقای کیفیت را موکول به باز شدن درها کنیم، بلکه باید چنان تولید کنیم که اگر امروز درها باز شد، با آغوش باز به ما خوشامد بگویند. باید مفهوم «برندینگ» را جا بیندازیم و در دانشگاه‌ها تدریس کنیم چون تاثیرگذاری بالایی دارد. نشان (برند) به معنای خوشنامی، جاذب مشتری، سودآور و تضمین فروش آینده است. تا زمانی که تولیدکننده برای آبروی یک نشان (برند) تلاش کند آن نشان خوشنام می‌ماند اما وقتی بخواهد مقداری تعلل کند به راحتی شکست می‌خورد.



گزارش محیط کسب و کار ۲۰۱۸ منتشر شد

نزول ۴ پله‌ای رتبه کسب و کار ایران



بانک جهانی در تازه‌ترین گزارش خود موسوم به «گزارش فضای کسب و کار ۲۰۱۸» وضعیت ۱۹۰ کشور جهان را از نظر سهولت فعالیت‌های اقتصادی و وضعیت فضای کسب و کار مورد بررسی قرار داده است. بر اساس ارزیابی این نهاد بین‌المللی، فضای کسب و کار در ایران بدتر شده است. ایران امسال در رده‌بندی جهانی فضای کسب و کار در میان ۱۹۰ کشور ۴ پله نزول داشته و در رده ۱۲۴ جهان قرار گرفته است. نمره ایران در سال جاری ۵۶,۴۸ عنوان شده که از سال گذشته یعنی ۵۷,۲۶ کمتر است. هرچه نمره کشوری در شاخص کلی فضای کسب و کار بیشتر باشد، یعنی شرایط کسب و کار در آن کشور بهتر است. سال گذشته نیز جایگاه ایران ۳ پله نزول داشت و از ۱۱۷ به ۱۲۰ رسیده بود. در سال ۲۰۱۵ رتبه ایران ۱۱۸ عنوان شده بود که در گزارش سال ۲۰۱۶ تصحیح و ۱۱۷ عنوان شد.

شاخص کلی فضای کسب و کار بر پایه ۱۰ زیرشاخص با عناوین آغاز کسب و کار، کسب مجوز ساخت، ثبت مالکیت، کسب اعتبارات، حمایت از سرمایه‌گذاری، پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی، سهولت اجرای قراردادهای ورشکستگی و تعطیلی شرکت‌ها و نهایتاً دریافت انشعاب برق محاسبه می‌شود. این شاخص

در واقع نشان‌دهنده سهولت و مناسب بودن هر کشور برای انجام فعالیت‌های اقتصادی و تجاری است.

بانک جهانی در جدیدترین گزارش کسب و کار در جهان اعلام کرد علی‌رغم بهبود دو زیر شاخص «آغاز کسب و کار» و «کسب اعتبارات»، زیرشاخص‌های «دریافت مجوز ساخت»، «دریافت انشعاب برق»، «ثبت مالکیت» و «ورشکستگی و تعطیلی شرکت‌ها» نمره کمتری نسبت به پارسال کسب کرده‌اند و وضعیت «حمایت از سرمایه‌گذاران»، «پرداخت

مالیات»، «تجارت فرامرزی»، «سهولت اجرای قراردادهای» نیز تغییری نکرده است. بر اساس این گزارش، نمره آغاز کسب و کار در ایران از ۸۵,۰۶ به ۸۵,۱۶ افزایش یافته و رتبه ۹۷ را ثبت کرده است. نمره کسب اعتبارات نیز از ۴۵ به ۵۰ و رتبه آن به ۹۰ رسیده است. زیرشاخص‌های «دریافت مجوز ساخت»، «دریافت انشعاب برق»، «ثبت مالکیت» و «ورشکستگی و تعطیلی شرکت‌ها» نیز به ترتیب نمره‌های ۷۸,۰۷ و ۶۸,۴۳ و ۶۴,۱۶ و ۳۳,۹۳ را کسب کردند. رتبه‌های این عوامل به ترتیب

۲۵، ۹۹، ۸۷ و ۱۶۰ عنوان شده است. نمره زیرشاخص‌های «حمایت از سرمایه‌گذاران»، «پرداخت مالیات»، «تجارت فرامرزی»، «سهولت اجرای قراردادهای» نسبت به پارسیال تغییری نکرده، اما رتبه‌های آنها به ترتیب ۱۷۰، ۱۵۰، ۱۶۶ و ۸۰ اعلام شده است.

در بین کشورهای خاورمیانه، ایران پایین‌تر از کشورهایمانند امارات، ترکیه و بحرین قرار گرفته است. البته کشوری مانند مصر و لبنان در کنار سه کشور عراق، سوریه و یمن جایگاهی نازل‌تری از ایران داشته‌اند. گفتنی است کشورهای نیوزیلند، سنگاپور و دانمارک از لحاظ سهولت کسب‌وکار رتبه‌های اول تا سوم جهان را به خود اختصاص داده‌اند و کشورهای کره جنوبی، هنگ‌کنگ، آمریکا، انگلیس، نروژ، گرجستان و سوئد در رتبه‌های چهارم تا دهم قرار گرفته‌اند.

۱۳ گام اصلاحی برای کسب‌وکار

همانطور که ذکر شد گزارش بانک جهانی از شاخص سهولت کسب و کار ۲۰۱۸ نشان می‌دهد ایران با سقوط چهارپله‌ای نسبت به سال ۲۰۱۶، از میان ۱۹۰ کشور، رتبه ۱۲۴ را کسب کرده است. حجم منابع و ظرفیت‌های ایران گواه این است که این رتبه شایسته کشوری مانند ایران نیست و بهبود

وضعیت آن تلاش بیش از پیش دولت و بخش خصوصی و همکاری آنها را می‌طلبد. این سطح از رتبه یعنی محیطی که فضای مناسب برای کسب و کار در آن وجود ندارد، نشان می‌دهد باید برای بهبود آن چاره‌اندیشی کرد.

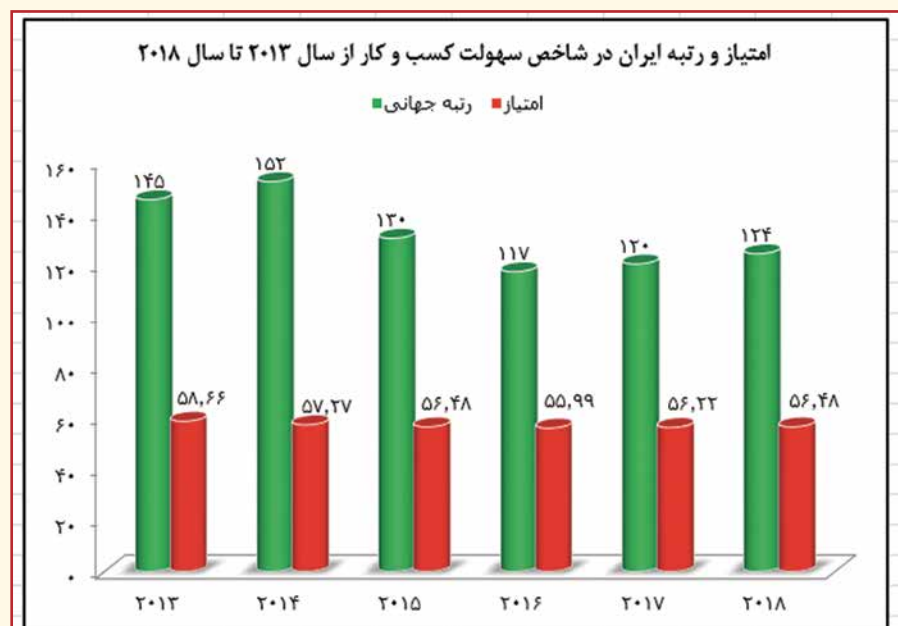
نامساعد بودن فضای کسب‌وکار بر عملکرد مدیران بنگاه‌های تولیدی و در نتیجه بر نیروی کار، سرمایه‌گذاران، روند تولید و فروش محصول و... آثار نامطلوبی برجای می‌گذارد. افزایش هزینه‌های بنگاه و سلب قدرت رقابت‌پذیری، شکل‌گیری و گسترش اقتصاد زیرزمینی، جلوگیری از پیوند بنگاه‌های کوچک و بزرگ و ناتوانی بنگاه‌ها برای استفاده از صرفه اقتصادی و... از جمله پیامدهای منفی نامناسب بودن فضای کسب‌وکار است. در مقابل، کاهش هزینه‌های مبادله‌ای، کاهش ریسک اقتصادی، ثبات فضای اقتصادی و اجتماعی و مساعد بودن بستر جذب سرمایه‌گذاری خارجی را می‌توان از نتایج مساعد بودن فضای کسب‌وکار برشمرد.

معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران، همزمان با انتشار گزارش ۲۰۱۸ بانک جهانی از وضعیت بین‌المللی شاخص سهولت انجام کسب و کار ایران، به بررسی مهم‌ترین اقدامات ایران در روند تسهیل شروع کسب و کار

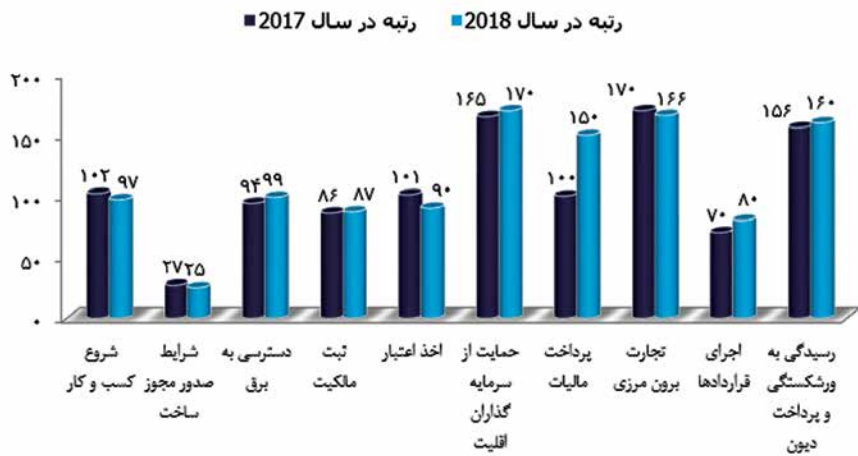
در بازه زمانی ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۸ پرداخته است. این تحلیل نشان می‌دهد که ایران در این بازه زمانی، در هشت زیرشاخص «تسهیل شروع کسب و کار»، «تسهیل دسترسی به برق»، «تسهیل اخذ اعتبار»، «حمایت از سرمایه‌گذار خرد»، «تسهیل تجارت فرامرزی»، «تسهیل اجرای قراردادهای»، «اخذ مجوز ساخت» و «پرداخت مالیات» اقدامات موثری انجام داده تا رتبه ایران در شاخص فضای کسب و کار بهبود یابد.

اما در همین بازه زمانی در دو زیرشاخص «ثبات مالکیت» و «حل و فصل ورشکستگی» اقداماتی از سوی ایران که در گزارش بانک جهانی قابل ثبت و ارائه باشد، انجام نشده است. در این میان، بررسی عملکرد سایر کشورها حاکی از این است که بدون تردید انتخاب رویکرد بلندمدت در برنامه‌های اصلاحی یک دولت، ترجیح منافع بلندمدت پایدار به جای منافع موقتی و بسنده نکردن به رشدهای بالای کم دوام، از جمله مواردی است که عقب‌ماندگی و درج‌زدن سایر اقتصادها را در برابر اقتصادهای منسجمی که منطق اقتصادی همراه با بهبود سطح رفاه جامعه و بهبود واقعی منزلت آنها در جوامع بین‌المللی حاکم است را دلالت و پشتیبانی می‌کند.

براساس آخرین اطلاعات بانک جهانی، مهم‌ترین اقداماتی که ایران در راستای تسهیل محیط کسب و کار طی سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۸ صورت داده در هشت زیرشاخص تقسیم شده است. در زیرشاخص نخست که «تسهیل شروع کسب و کار» جانمایی شده، چهار اقدام موثر در فاصله سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴ انجام شده است. «ساده‌سازی کسب و کار استارت‌آپ‌ها از طریق سیستم ثبت الکترونیکی» نخستین اقدامی است که ایران در سال ۲۰۰۹ در راستای تقویت محیط کسب و کار به آن پرداخته است. اما در سال ۲۰۱۰ ایران از طریق ایجاد پرتال‌های وب که امکان جست‌وجو و ذخیره نام انحصاری شرکت را برای موسسان آن فراهم می‌کند، شروع کسب و کار را آسان کرده است. در سال ۲۰۱۲ نیز ایران موسسان شرکت‌ها را



مقایسه رتبه ایران در زیرشاخص های سهولت کسب و کار در سال های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸



ملزم به اخذ عدم سوءپیشینه کیفری برای ثبت شرکت کرد، شرطی که به گفته فعالان اقتصادی شروع کسب و کار در ایران را بسیار دشوار کرده و در گزارش بانک جهانی، این موضوع به عنوان اقدامی در جهت تضعیف وضعیت ایران درج شده است. «شروع یک کسب و کار ساده تر با ساده کردن رزرو اسامی و مراحل ثبت شرکت» از جمله اقدامات دیگری بود که ایران در سال ۲۰۱۴ برای تسهیل استارت یک کسب و کار در کشور به آن اهتمام ورزید.

اما در زیرشاخص دوم، اقدامات ایران در راستای «تسهیل دسترسی به برق» مورد بررسی قرار گرفته است. ایران در سال ۲۰۱۴ از طریق از بین بردن نیاز به مجوزهای حفاری برای اتصال به برق، دسترسی صاحبان کسب و کار به انرژی برق را آسان کرده است. «تسهیل اخذ اعتبار» که تنها منجی ایران در تقویت محیط کسب و کار بوده، در سال های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۷ با دو اقدام از سوی تصمیم سازان محقق شده است. تسهیل دفتر جدید اعتباری خصوصی که موجب بهبود وضعیت دسترسی به اطلاعات اعتباری شود یکی از روش هایی بود که در سال ۲۰۱۰ کسب اعتبار در ایران را تقویت کرد. اما در اقدام بعدی گزارش گیری از خرده فروشان خودرو در زمینه پرداخت های اعتباری به منظور تسهیل دسترسی به اطلاعات اعتباری در سال ۲۰۱۷ صورت گرفت؛ نقطه عطفی که باعث شد تنها رنگ سبز افزایشی جداول زیرشاخص های جهانی کسب و کار ایران به آن اختصاص یابد.

در سال ۲۰۱۲ نیز تصمیم سازان دولت ایران در راستای تقویت زیرشاخص چهارم یعنی «حمایت از سرمایه گذار خرد» افشای فوری اطلاعات طرفین معامله در ایران که بهبود وضعیت حمایت از سرمایه گذار را به همراه خواهد داشت، الزامی کردند.

ایران در پنجمین زیرشاخص هم که به «تسهیل تجارت فرامرزی» اختصاص دارد نیز اقداماتی در سال های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۶ اجرایی کرده است. براین اساس در سال ۲۰۰۹ «کاهش زمان

«پرداخت مالیات» بوده است. این زیرشاخص در کشور، با تسهیل پرداخت مالیات از سوی شرکت ها از طریق تبدیل مالیات بر فروش به مالیات بر ارزش افزوده تقویت شده است.

با این حال باید گفت شاخص های بین المللی سهولت کسب و کار معیار مهمی برای تصمیم گیری های اقتصادی و مدیران ارشد برای انجام و جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی با هدف معطوف به بازار منطقه ای و بین المللی به شمار می روند که تحقق آن در نهایت، چهره مناسب اقتصاد را در تعامل با فعالان اقتصادی و سرمایه گذاران به ویژه تاثیرگذاری بخش خصوصی مولد نمایش می دهد. حال اینکه افت شاخص محیط کسب و کار ایران آن هم با برداشته شدن سد تحریم ها و باز شدن فضای بین المللی برای تقویت کسب و کار داخلی، تصویر مناسبی از کشور در عرصه های بین المللی ارائه نخواهد کرد.

پیش از این نیز دولت یازدهم وعده داده بود که رتبه شاخص سهولت کسب و کار را به زیر ۱۰۰ برساند، اما متغیرهای اثرگذار در گزارش بانک جهانی نشان می دهد که نه تنها ایران نتوانسته مدار صعودی در پیش گیرد بلکه به نوعی در زیرشاخص های تاثیرگذار محیط کسب و کار نیز برگشت به عقب داشته است.

صادرات و واردات از طریق نصب و راه اندازی اسکندر در بنادر شهید رجایی و سازماندهی مجدد دفاتر گمرکی برای جداسازی بازرسی کالاهای خاص (پتروشیمی و شیمیایی) از کالاهای عمومی» و در سال ۲۰۱۶ هم «توسعه و بهبود خدمات صادرات و واردات از طریق پنجره واحد ملی» از جمله گام های بوده که برای تسهیل تجارت فرامرزی برداشته شده است. ششمین زیرشاخص هم به «تسهیل اجرای قراردادهای بازمی گردد. ایران در سال ۲۰۱۰ از طریق ایجاد سیستم مدیریت پرونده الکتریکی، بایگانی الکترونیکی برخی اسناد و آگاهی از پیام های متنی به صورت الکترونیکی اجرای قراردادهای آسان کرده است.

«شرایط و مقررات اخذ مجوز ساخت» هفتمین زیرشاخصی است که ایرانی ها در جهت تسهیل محیط کسب و کار خود گام هایی برای آن برداشته اند. بر این اساس در سال ۲۰۰۹، «شرایط اخذ مجوز ساخت از طریق ایجاد دفاتر خدمات الکترونیکی در تهران»، «تسهیل فرآیند کسب تاییدیه محل»، «مجوزهای ساخت و گواهی های تکمیل ساختمان» و «کاهش زمان اتصالات آب و برق» تسهیل شده است. آخرین و هشتمین زیرشاخصی که تصمیم سازان ایران برای تسهیل در امور کسب و کارها روی آن تمرکز داشته اند،

محیط کسب و کار؛ کاهش رتبه ایران و فرصت‌های از دست رفته

حسین سلاح‌ورزی نایب رییس اتاق ایران

افراد و گروه‌های بانفوذ و شهروندان ایرانی «دگرگونی بدون ایستادگی» در کشورهای جهان امروز ممکن نیست.

به این معنی که کاهش رتبه ایران نشان می‌دهد کشورهای دیگر در حال جلو رفتن هستند. برخی تصور می‌کنند دنیای امروز با این همه سرزمین‌های متفاوت و آداب و عادت‌های مختلف درجا می‌زنند تا ایران گرفتاری‌هایش را هرگاه دلش خواست برطرف کند و گره از کارهایش باز کند. این بدترین تصور است که مدام کشور و میهن خود را سرآمد بدانیم و چشم بر واقعیت‌ها ببندیم.

این نکته فراموش شده را باید از پرده بیرون بکشیم و در برابر دیدگان شهروندان و مدیران قرار دهیم تا بدانند می‌توان سال به سال بدتر و بدتر هم شد و خدای ناکرده تا ته جدول سقوط کرد. دیگر کشورها با درک تأثیر خوش یا ناخوش این رتبه‌بندی‌ها بر تصمیم‌گیری بنگاه‌ها و شرکت‌های بین‌المللی برای ورود به یک کشور یا خودداری از سرمایه‌گذاری در آن کشور نیروی مادی و اندیشه‌ای خود را برای روزآمد کردن قانون و مقررات مرتبط با کسب‌وکار متمرکز کرده و با درک دقیق از تأثیرات بهبود محیط کسب بر آینده، از شرایط بد دور می‌شوند؛ اینها فرصت‌هایی است که ما از دست می‌دهیم.

نکته دیگر فراموش شده برای مدیران ایرانی



هدف‌گذاری ارتقا سالیانه ۱۰ پله در این رتبه‌بندی جهانی، نه تنها پیشرفت نداشته‌ایم بلکه از رتبه ۱۲۰ به رتبه ۱۲۴ تنزل پیدا کرده‌ایم. درباره این رتبه‌بندی از منظر تکنیکی و به لحاظ دلایل نزول و پیامدهای تأسفاتبار آن برای کسب‌وکار ایرانیان بحث‌های متعددی شده و در همین روزها نیز از سوی کارشناسان در کانون توجه قرار می‌گیرد.

به نظر می‌رسد شاید به نکات فراموش شده‌ای که این رتبه‌بندی به ذهن می‌آورد باید بیشتر دقت کرد. یک نکته بسیار بااهمیت در لایه‌های پنهان این رتبه‌بندی و رتبه‌بندی‌های مشابه این است که برخلاف تصور برخی

بانک جهانی نهادی دارای اعتبار در دنیا به حساب می‌آید و داوری این نهاد درباره موضوع‌ها و مسائل گوناگون مرتبط به اقتصاد کلان و کسب‌وکار شهروندان و بنگاه‌های هر کشوری برای اکثریت فعالان اقتصادی در دنیا مستند است و اغلب از این ارزیابی‌ها برای تصمیم‌گیری استفاده می‌شود. در گزارش سال ۲۰۱۸ بانک جهانی از محیط کسب‌وکار کشورها رتبه ایران با ۴ پله کاهش به رتبه ۱۲۴ از میان ۱۹۰ کشور قرار گرفته است.

به عبارت دیگر ایران در شاخص یادشده از متوسط کشورهای جهان هم بسیار عقب است. نکته تلخ داستان این است که علی‌رغم

ماجرای کسبوکار در ایران؛ داشته‌های هدررفته

پدرام سلطانی نایب رییس اتاق ایران



بهبود ۸ پله ای به ۶۹ ارتقا یافته بود. پرسش: چرا رتبه ایران در این دو گزارش در جهت عکس هم حرکت کرده است؟ پاسخ: گزارش انجام کسب و کار بر روی محیط «قانونی و مقرراتی» کسب و کار متمرکز است. بنابراین بهبود و اصلاح قوانین و مقررات ناظر بر ۱۰ شاخص مورد ارزیابی می‌تواند موجب بهبود رتبه یک کشور شود. گزارش رقابت پذیری جهانی از ۱۲ رکن تشکیل شده است. گروهی از این ارکان برپایه زیرساخت‌ها (سخت و نرم) قرار دارند و گروهی دیگر انعکاس قوانین و مقررات

ماه گزارش انجام کسب و کار ۲۰۱۸ بانک جهانی (DB 2018) منتشر شد. این گزارش حاکی است که رتبه ایران در سهولت انجام کسب و کار در میان ۱۹۰ کشور جهان با چهار پله افت نسبت به سال پیشین به ۱۲۴ رسیده است. البته امتیاز کلی ایران نسبت به سال قبل تغییری در جهت کاهش نداشته است و آنچه که باعث افت جایگاه ما شده است حرکت دیگران و توقف ما بوده است. ماه پیش نیز گزارش رقابت‌پذیری جهانی سال ۲۰۱۷-۱۸ نیز منتشر گردید. در آن گزارش جایگاه ایران در میان ۱۳۷ کشور جهان با

شاید این باشد که نمی‌دانند اگر با زمانه پیش روند و آنچه به‌عنوان جریان تحول جهانی در جریان است را نادیده بگیرند و بنا بر قول مشهور با زمانه ن سازند، این زمانه است که آن‌ها را می‌سازد اما با درنگ و با تأخیر و پرت شدن به بیرون از جریان تحولی جهان. به نظر می‌رسد تا زمانی که چنین نکات بااهمیت و دارای اثرات عمیق و گسترده در کانون توجه مدیران قرار نگیرد و آن‌ها از سر عمد یا بر اثر ندانم‌کاری و نابلدی این نکات یعنی سازگار شدن با تحولات جهان، پویایی بدون درنگ و در حال پیشرفت سایر کشورها و اثرات واقعی رتبه‌بندی‌هایی از این دست رتبه‌بندی‌های بانک جهانی بر تصمیم بنگاه‌ها برای ورود به ایران نادیده گرفته شود نباید انتظار داشت محیط کسبوکار در ایران روند بهبود یابنده را تجربه کند.

مدیران اداره‌کننده جامعه ایرانی باید بیاموزند و آداب کسبوکار جهانی را یاد بگیرند و نگذارند روز و روزگار ایران و ایرانیان هرروز بدتر از دیروز شود. به نظر می‌رسد برای اینکه معلوم شود جدی هستیم باید به دنبال پایش اهداف تعریف‌شده برای بهبود فضای کسبوکار باشیم، مگر نه اینکه تصمیم داشته‌ایم هر سال در این رتبه‌بندی سهولت فضای کسبوکار بهبود موقعیت داشته باشیم؟ کم‌کاری و قصور در اصلاح کدام شاخص‌ها منجر به این پسرقت شده است؟ چه برخورد و تنبیهی با مقصرین و کوتاهی‌کنندگان در نظر گرفته یا داشته‌ایم؟

رییس دولت می‌تواند و باید در این خصوص توجه و عکس‌العمل واضح‌تری داشته نهادها و افرادی که در بدتر شدن شرایط نقش داشته‌اند را به پاسخگویی وادارد، اگر یک‌بار این اتفاق بیفتد و بدتر کنندگان روزگار ایران در این شاخص و زیرمجموعه‌های آن شناسایی و تنبیه شوند شاید دست‌کم از بدتر شدن رتبه جلوگیری شود.

هستند. با نگاه نقادانه به جایگاه ایران در ۱۲ رکن این گزارش می‌توان پی به این واقعیت برد که ارکانی مانند زیرساخت‌ها (۵۷)، محیط اقتصاد کلان (۴۴)، بهداشت و آموزش ابتدایی (۵۰)، آموزش عالی (۵۱) و نوآوری (۶۶)، که همگی از دسته زیرساخت‌های سخت و نرم هستند، بهترین رتبه‌های ما هستند و ارکانی از قبیل کارایی بازار کار (۱۳۰)، سطح توسعه بازار مالی (۱۲۸) و کارایی بازار کالا (۱۰۰)، که پژواک قوانین و مقررات این حوزه‌ها هستند، بدترین رتبه‌های ما را به خود اختصاص داده‌اند. رتبه ایران در گروه الزامات بنیادین که بیشتر ارکان آن زیرساخت‌ها هستند ۵۵ شده است و این رتبه بیشتر انعکاس وضعیت زیرساخت‌های کشور است.

بنابراین می‌توان دریافت که جایگاه ایران در گزارش رقابت‌پذیری جهانی بیشتر به واسطه زیرساخت‌های سخت و نرم کشور است و اگر ارکان متأثر از قوانین در این گزارش نبودند جایگاه ایران بهتر از این هم می‌توانست باشد. اما عامل رتبه ایران در گزارش انجام کسب و کار وضعیت قوانین و مقررات کشور است.

اگر کیفیت قوانین و مقررات در کشور متناسب با زیرساخت‌ها بود، جایگاه ایران در گزارش کسب و کار حدود ۵۰ پله بهتر می‌شد، زیرا رتبه ۵۵ در میان ۱۳۷ کشور دنیا (مربوط به زیرساخت‌ها) در تناسب با رتبه ۷۶ در میان ۱۹۰ کشور دنیا (تعداد کشورهای موجود در گزارش انجام کسب و کار) است، نه با رتبه کنونی ۱۲۴.

این مقایسه ساده معلوم می‌سازد که چگونه این همه سرمایه‌گذاری که صرف به وجود آوردن زیرساخت‌های موجود، بهبود وضع آموزش، بهداشت و آموزش عالی شده است با قوانین بد، مقررات ناساز و رویه‌های منسوخ، نابره‌ور و مه‌دور شده است.

یک مقایسه: کشور گرجستان در گزارش رقابت‌پذیری در جایگاه ۶۷ قرار دارد، دو پله پایین‌تر از ایران. اما همین کشور در گزارش انجام کسب و کار رتبه ۹ را در میان ۱۹۰ کشور جهان به خود اختصاص داده است. این یعنی قانون و مقررات خوب می‌تواند زیرساخت متوسط را بهره‌ور کند و قانون و مقررات بد، مانند آنچه در ایران است، می‌تواند

همین زیرساخت را کم‌بازده نماید. یک نمونه: ایران موقعیت ژئوپلیتیکی ممتازی در منطقه دارد. این موقعیت یعنی ایران می‌تواند چهارراه حمل و نقل دنیا باشد. برای دهه‌ها هم هزاران میلیارد تومان صرف احداث جاده و اتوبان و ریل کردیم. اما به دلیل مقررات ناکارآمد، حمل و نقل در کشور ما گران و پرمشکل است و ترانزیت کالا از ایران در حد یک دهم کشور همسایه، ترکیه، است. قانون و مقررات بد اینگونه زیرساخت را نابره‌ور می‌نماید.

تصویر وضعیت ایران در دو گزارش جهانی رقابت‌پذیری و انجام کسب و کار به ما بیشتر کمک می‌کند تا علت اساسی وضع نامطلوب کنونی را بشناسیم. برای سال‌های متمادی، از پیش از انقلاب تاکنون، بخش بزرگی از ثروت نفت این کشور صرف ساخت جاده، پل، سد، مدرسه، دانشگاه، بیمارستان و خدمات عمرانی، آموزشی، بهداشتی و درمانی شده است. ما این همه پول برای رسیدن به توسعه خرج کرده‌ایم اما با وضع قوانین ناکارآمد، مقررات ضعیف و بی‌توجهی به الزامات حکمرانی شایسته، گویی بخش بزرگی از این پول را هدر داده‌ایم.

باز هم می‌توانیم این راه را ادامه دهیم؟ بدون شک نه. امروز دیگر پول زیادی هم نداریم که صرف توسعه زیرساخت‌ها کنیم. شاید زیرساخت‌های کنونی هم در سال‌های آینده مستهلک شوند و حتی قدرت جایگزینی آنها را نداشته باشیم. برای جلوگیری از این آینده نگران‌کننده، دولت و مجلس باید اسباب تولید ثروت عمومی را فراهم کنند و به پیام گزارش‌های معتبر جهانی توجه کنند که مشکل ما در تولید ثروت و در رونق کسب و کار بیش از هرچیز قانون و مقررات بد و ضد توسعه است.



رشد ۱۰ درصدی صادرات پوشاک در ۵ ماه نخست ۹۶ کدام برندهای پوشاک مجوز فعالیت دارند؟



شرکت و ۱۶ برند مختلف دارنده گواهی فعالیت شامل «نماینده‌گی شرکت لیلیان مد تجارت از شرکت خارجی Debenhams Retail plc انگلستان با نام DEBENHAMS، نماینده‌گی شرکت ایده تجربه ایرانیان از شرکت خارجی AYDINLI HAZIR GIYIM SAN.TIC.A.S ترکیه با نام U.S. POLO ASSN و D'S DAMAT، نماینده‌گی شرکت اروم ناب‌ایده‌آل از شرکت خارجی LC WAIKIKI MAGAZACILIK LC WAIKIKI، KOTON، HIZMETLERI TIC.A.S ترکیه با نام‌های DERIMOD، نماینده‌گی شرکت جنوب تدارک کیش (سهامی) و خاص) از شرکت خارجی GIORDANO LIMITED هنگ کنگ با نام GIORDANO، نماینده‌گی شرکت ستارگان شب قشم از شرکت خارجی

سال گذشته شیوه‌نامه‌ای از سوی وزیر صنعت، معدن و تجارت ابلاغ شد که براساس آن نحوه صدور گواهی فعالیت نمایندگان و نمایندگی شرکت‌های خارجی عرضه‌کننده پوشاک در ایران و همچنین واردات انواع پوشاک از سوی دارندگان گواهی فعالیت نمایندگی شرکت‌های خارجی صادرشده از مرکز امور اصناف و بازرگانان ایران با رعایت مقررات و ضوابط مربوط تعیین تکلیف شد؛ اقدامی که تاکنون نتایج مثبتی داشته و شاهد کاهش قاچاق و البته ساماندهی بخش پوشاک کشور شده‌ایم. در تازه‌ترین خبر نیز اعلام شد گواهی فعالیت برای شرکت‌های خارجی در ایران به ۱۶ مورد رسیده است و این در حالی است که علاوه بر ساماندهی واردات، صادرات این بخش نیز رشد خوبی را تجربه کرده است.

نکته مهم بعدی در این بخش، فرهنگ‌سازی است که باید در دستور کار جدی قرار گیرد به نحوی که از توان و ظرفیت بالای تولید پوشاک در کشور به درستی بهره‌گیری کنیم. در غیراینصورت همچنان باید شاهد نصب مارک‌های خارجی روی لباس‌های ایرانی باشیم. براساس این شیوه‌نامه، شرکت خارجی یا نماینده آن مکلف به سفارش‌گذاری بخشی از واردات در زمان‌بندی مشخص به تولیدکنندگان داخلی یا ایجاد تاسیسات تولیدی به صورت مستقل و یا مشارکت با سرمایه‌گذار داخلی و صادرات بخشی از کالاهای تولید شده در ایران است؛ به طوری که طی ۲ سال اول، حداقل معادل ۲۰ درصد ارزش وارداتی در داخل تولید و حداقل ۵۰ درصد آن صادر و از سال سوم، سالانه حداقل ۵ درصد به سهم تولید داخلی باید اضافه شود.

براساس شیوه‌نامه واردات پوشاک و حضور نمایندگی‌های رسمی خارجی در ایران، واردات، توزیع و فروش پوشاک خارجی به کشور فقط از سوی ۱۱

از دیگر بخش‌هاست. مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت در امور صنایع نساجی، پوشاک و چرم در عین حال بر لزوم کاهش نرخ تمام تولید تاکید کرد و افزود: نرخ تمام شده جمعی از عناصر تشکیل‌دهنده تولید است و تا حدی امکان کاهش دارد؛ بنابراین نباید تمام فشار بر تولید وارد کرد. علاوه بر این باید از ورود محصولات با کیفیت پایین و حتی بی کیفیت جلوگیری کرد چراکه در این صورت مردم به سمت این کالاهای ارزان قیمت بنجل هدایت می‌شوند و به طور طبیعی از محصولات داخلی که با کیفیت هستند و البته نرخ بالاتری دارند، هم استقبال نمی‌کنند.

۳ اقدام مهم برای مقابله با قاچاق

از سوی دیگر پوشاک یکی از گروه‌هایی است که آمار قاچاق بسیاری را در خود جا داده و به تولید کشور لطمه می‌زند که خوشبختانه اقدامات مهمی در این زمینه شکل گرفته است. در همین باره، مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت، ساماندهی واردات، کد شناسه کالا و در آینده کد رهگیری را از جمله اقداماتی دانست که در راستای مقابله با پدیده قاچاق پوشاک مدنظر قرار گرفته است. افسانه محرابی در گفت‌وگو با ایسنا با تاکید بر اینکه باید از صفر تا ۱۰۰ مسیر حرکت واردات پوشاک به کشور مشخص و در سطح عرضه قابل پیگیری باشد، تصریح کرد: علاوه بر این باید کنترل و نظارت‌های مختلف از سوی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در سطح عرضه مدنظر قرار گیرد و مناطق آزاد به ویژه مناطق آزاد ارس و ماکو اقدامات جدی را در این زمینه انجام دهند.

وی درباره علت اختلاف آمار واردات پوشاک از سوی یونیدو، گمرک و ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز اظهار کرد: آماري که گمرک در ارتباط با میزان واردات پوشاک به کشور اعلام می‌کند معادل ۶۱ میلیون دلار در سال گذشته بوده که با آمار مربوط به یونیدو اختلاف فاحشی دارد، چراکه سازمان ملل متحد اعلام کرد سال گذشته معادل یک میلیارد دلار پوشاک به ایران وارد شده است. مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت افزود: این در حالی است که ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز در این زمینه متولی است و براساس آمار و اطلاعات مربوط حدود ۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار منسوجات و پوشاک به ایران وارد می‌شود. علت این اختلاف پدیده قاچاق است و حل این مسئله نیازمند همکاری فرابخشی است تا سازمان‌های مرتبط و ذی‌ربط با همسو شدن بتوانند مشکل مربوط را برطرف کنند که در این باره می‌توان به همکاری سازمان‌هایی از جمله گمرک و مناطق آزاد اشاره کرد.

محرابی با بیان اینکه شمال غربی و جنوب کشور از جمله موقعیت‌های جغرافیایی هستند که به‌عنوان مبادی غیرقانونی پوشاک به کشور تلقی می‌شوند، اظهار کرد: مناطق آزاد باید نگاه ویژه‌ای در مقابل با قاچاق داشته

bilce tekstil sanayi ve dis ticaret anonim sirketi ترکیه با نام BILLCEE، نمایندگی شرکت پارس اروم ناب تجارت ایده‌آل از شرکت خارجی P2 hazir giyim sanayi ve ticaret A.S ترکیه با نام PENTI، نمایندگی شرکت آوازه نوپوشان پارس از شرکت خارجی LC WAIKIKI Magazacilik Hizmetleri A.S ترکیه با نام LC WAIKIKI، نمایندگی شرکت برند لندای بی از شرکت خارجی Tally Weijl Holding AG سوئیس با نام TALLY WEIJL و از شرکت خارجی: ۸۶ BRAND BASE FASHION GMBH آلمان با نام BROADWAY، نمایندگی شرکت سیروان سورن آسیا از شرکت خارجی LC WAIKIKI MAGAZACILIK HIZMETLERI TIC.A.S ترکیه با نام LC WAIKIKI، نمایندگی شرکت شرکت آراین جامه امید سهند از شرکت خارجی Cuhadarogullari Tekstil Sanayi VeTicaret Limited Sirketi ترکیه با نام SEXEN و نمایندگی شرکت فیدار فارمد ایده از شرکت خارجی AKYIGIT MAGAZACILIK A.S ترکیه با برند RANJ و collezione» و با رعایت مقررات و ضوابط مربوط امکان‌پذیر است.

لزوم کاهش نرخ تمام‌شده

مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت در امور صنایع نساجی، پوشاک و چرم از رشد ۱۰ درصدی صادرات پوشاک در ۵ ماه نخست امسال خبر داد و گفت: با توجه به شیوه‌نامه نحوه صدور گواهی فعالیت نمایندگان و شعب شرکت‌های خارجی عرضه‌کننده پوشاک در ایران، تاکنون ۱۶ گواهی فعالیت برای برندهای خارجی صادر شده که برای تولید در ایران اعلام آمادگی کرده بودند. گلنار نصرالهی در گفت‌وگو با «گسترش تجارت» تصریح کرد: درحال حاضر شاهد اتفاق‌های خوبی هستیم که نتیجه برنامه‌ریزی‌های انجام شده در این صنعت است و امیدواریم با روند رو به رشد این فرآیند و همکاری با شرکت‌های خارجی تولید و صادرات نساجی و پوشاک نیز ارتقا یابد. می‌توانیم در این فرآیند با استفاده از تجربه‌های یکدیگر هم تولید را رونق بخشید و هم بخش مد و برند پوشاک را در کشور تقویت کنیم. وی با بیان اینکه بازارهای روسیه نیز می‌تواند بازار بسیار خوبی در بخش‌های پوشاک و کفش برای ایران باشد، تاکید کرد: تعرفه‌های ترجیحی با ترکیه به روال قبل است اما با توجه به حجم بالای ورود غیررسمی پوشاک به کشور، این تعداد تعرفه‌ها آسیبی به تولید داخلی ما نخواهد زد. به هر حال این محدودیت واردات به برندها و ثبت شرکت‌ها در ایران و تولید در کشور به‌طور جد، جلوی لطمه به تولید داخل را خواهیم گرفت. نصرالهی در پاسخ به اینکه چرا پوشاک ایرانی گران است و در این صورت مصرف‌کننده به سمت پوشاک ارزان قیمت وارداتی یا قاچاق هدایت می‌شود، گفت: نخست باید ببینیم آیا فقط پوشاک گران است؟ پوشاک و نساجی هم بخشی از کل اقتصاد است که با توجه به آمارهای اقتصادی، تورم در این بخش کمتر



درجه یک به فروش می‌رسانند که توان رقابت را از تولید داخل می‌گیرد. وی با بیان اینکه در تلاشیم مراکز جدید عرضه برای تولیدات داخلی نیز شکل بگیرد، افزود: درحال حاضر پوشاک کشور هویت خاص ملی خود را پیدا کرده و رو به گسترش است. توان تولید در داخل بالاست و این در حالی است که ما حتی صادرات هم در این بخش داریم. چندی پیش به بزرگترین کارخانه تولید نخ رفتیم که به اذعان همه چنین کارخانه‌ای در جهان حرف نخست را می‌زند و حالا طراح و مصرف کننده و دوزنده ما هم باید از این موضوعها باخبر باشند.

در اینجا نقش رسانه نمایان می‌شود که بسیار کم‌رنگ است. عضو جامعه متخصصان نساجی ایران با تاکید بر ایجاد ارزش افزوده بالا و اشتغال‌زایی در نساجی و پوشاک کشور، گفت: یک کیلو نخ پنبه ۷ هزار تومان است و همین میزان تبدیل به ۷ میلیون تومان خواهد شد؛ بنابراین بازوی اشتغال‌زایی قوی خواهد بود. نیک‌طبع معتقد است رسانه‌ها باید پوشاک کشور را هدایت کنند و فرهنگ‌سازی در ساماندهی حلقه‌های گمشده بین دانشگاه و صنعت و تولید و مصرف که ما شناسایی کردیم را به اطلاع مردم برسانند.

پوشاک کشور باید هویت داشته باشند به‌عنوان نمونه در فرودگاه‌های خارجی از لباس افراد متوجه می‌شویم متعلق به کدام کشور هستند اما یک ایرانی را نمی‌شود تشخیص داد. هویت ملی با لباس نمایان است و به نوعی شناسنامه کشوری ما است. وی ادامه داد: برنامه مد و لباس «شیما» یا همان شناسه یکپارچه ملی ایران را در دستور کار داریم که در آینده به تمامی فروشگاه‌ها اعلام خواهد شد که محصولات باید نشان «شیما» از وزارت ارشاد داشته باشند تا خریدار مطمئن باشد محصول خریداری شده در چارچوب و با شرایط قانونی و باکیفیت است.

باشند و بر بازارچه‌های مرزی بیش از هر زمان دیگر نظارت شود. وی ادامه داد: تا پیش از این نیروهای گمرکی در بعضی مبادی خروجی مناطق آزاد مستقر نبودند، هرچند به تازگی این نیروها مستقر شده‌اند اما شاید آنگونه که باید و شاید ساختارها نظام‌مند نیست و واردات به راحتی انجام می‌شود؛ بنابراین باید حد و مرز «وزنی» برای واردات پوشاک تعیین شده و مشخص شود حداکثر چه میزان پوشاک و از کجا و به چه طریق در طول روز می‌تواند به کشور وارد شود. آنچه مشخص است، تا عزم جدی وجود نداشته باشد مسئله واردات پوشاک به طور غیررسمی قابل حل نخواهد بود.

پوشاک باید هویت ملی ما باشد

فرهنگ‌سازی برای استفاده از محصولات تولید داخل یکی از الزامات جهادی است که باید به طور جد به آن پرداخت. دبیر کمیسیون صنعت کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور با بیان اینکه این کارگروه زیر نظر معاونت هنری وزارت ارشاد شکل گرفته و فعالیت‌های جدیدی را در بخش پوشاک رقم زده است، افزود: موضوع‌های بسیاری را در دستور کار داریم که نخست باید اقدام فرهنگی آن در کشور نهادینه شود؛ به‌عنوان نمونه اینکه چرا مارک برند خارجی را روی محصولات ایرانی می‌زنند؟ یا ساماندهی مزون‌ها و آموزشگاه‌های مد و لباس از برنامه‌هایی است که در حال پیگیری و بررسی است. حمیدرضا نیک‌طبع در گفت‌وگو با «گسترش تجارت» تصریح کرد: باید هویت‌سازی افراد به نام این صنعت را به طور جدی پیگیری کنیم که خوشبختانه نخستین کتاب ملی مد و لباس هم منتشر شده است. مشکل ما این بود که پوشاک کشور مدیریت نمی‌شد؛ به همین دلیل با چنین وضعیتی روبه‌رو شدیم و خارجی‌ها به این بازار ورود کرده‌اند و با نرخ گزاف نام‌های تجاری (برندها) را در مراکز خرید

تصاحب بازارهای بین‌المللی با طراحی مدرن

سیرانوش موسوی

این زمینه حرفی برای گفتن نداشته باشیم، اما مهم‌ترین دلیل ناکامی ما در این حوزه کم‌توجهی مسئولان و تولیدکنندگان به این مهم است.

ابوالقاسم شیرازی در گفتگو با «گسترش تجارت» با اشاره به جایگاه و نقش رسانه‌های جمعی در همراه کردن مردم برای خرید لباس با طراحی ایرانی-اسلامی اظهار می‌کند: رسانه‌های جمعی نقش مهمی در اشاعه فرهنگ مصرف مد ایرانی-اسلامی دارند. در واقع این رسانه‌های گروهی هستند که افکار عمومی را جهت می‌دهند و آنها را به مصرف کالای ایرانی ترغیب می‌کنند.

این مسئول صنفی با بیان اینکه تجربه تولیدکنندگان ایرانی در زمینه طراحی مد کم است، خاطر نشان می‌کند: به‌تازگی تولیدکنندگان ایرانی حرکت در مسیر طراحی مد را آغاز کرده‌اند، اما موفقیت در این زمینه نیازمند سرمایه‌گذاری و صرف زمان و آموزش متخصصان است. کشورهای پیشرفته و کسانی که در این زمینه حرفی برای گفتن دارند، با جدیت در این زمینه‌ها ورود کرده و به همین دلیل سهم بیشتری از بازارهای جهانی را از آن خود کرده‌اند.

به گفته این فعال اقتصادی دولت اختیارات لازم را برای حرکت در این مسیر به بخش خصوصی داده، اما از آنجایی که آنها در این مسیر تجربه کافی نداشتند، نتوانستند آنگونه که باید خود را نشان بدهند. وی با اشاره به برخی محدودیت‌ها در زمینه طراحی مد و

طراحی یک مد مستقل هستیم، به‌گونه‌ای که می‌توان گفت وابستگی ۱۰۰ درصدی به طراحی‌های کشورهای خارجی داریم. البته مانتو جزو محدود پوشش‌هایی است که فقط در ایران کاربرد دارد، از این‌رو طراحان ایرانی توانسته‌اند در دوخت و عرضه آن به موفقیت‌های قابل توجهی دست یابند، اما نباید فراموش کنیم که هنوز تا رسیدن به ایده‌آل فاصله زیادی داریم و باید برای شکوفایی در این زمینه سرمایه‌گذاری جدی‌تری کنیم.

رییس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک درباره ضعف تولیدکنندگان ایرانی در زمینه طراحی پوشاک می‌گوید: متأسفانه در زمینه مد و طراحی پوشاک به موفقیت‌های قابل توجهی دست نیافته‌ایم. به نظر من دلایل زیادی دست‌به‌دست هم داده‌اند که در

مد و فشن در دنیای پوشاک، حرف نخست را می‌زند. در واقع این مدها هستند که امکان تصاحب بازار را برای تولیدکنندگان فراهم می‌کنند، اما طراحان پوشاک در ایران آنگونه که باید به این مقوله‌ها نپرداخته‌اند، از این‌رو صنعت پوشاک نتوانسته آنگونه که باید در بازارهای جهانی حرفی برای گفتن داشته باشد. به گفته کارشناسان اتحادیه تولیدکنندگان پوشاک از آنجایی که صیانت از حجاب و عفاف در پوشش برای ایرانیان اهمیت ویژه‌ای دارد مسئولان اجرایی تلاش کردند با همراهی بخش خصوصی مد ایرانی-اسلامی را طراحی کنند. بعد از گذشت سال‌ها تلاش برای طراحی و نهادینه کردن این طرح، هنوز نتوانسته‌ایم آنگونه که باید این طراحی از پوشاک را در بین مردم جا بیندازیم و همچنان عاجز از





مد ایرانی - اسلامی در حد ایده باقی ماند

مدیر مرکز پژوهش اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران در پاسخ به این پرسش که چرا در طراحی مد ایرانی - اسلامی به موفقیت دست نیافته‌ایم، بیان می‌کند: موفقیت در طراحی پوشاک نیازمند سرمایه‌گذاری مستقل است. متأسفانه آنگونه که باید برای رشد و بلوغ این مد برنامه‌ریزی نکرده‌ایم. البته یکی از دلایل موفق نشدن این طرح این است که در زمینه طراحی پوشاک ایرانی - اسلامی به فلسفه مد توجه نکرده‌ایم. در طراحی مد نخست باید به فلسفه مد و چگونگی ظهور آن توجه شود، سپس برای رشد و توسعه آن برنامه‌ریزی مدون انجام دهیم. اما متأسفانه تلاش‌های ما در این حوزه‌ها چندان متمرکز نیست. این فعال اقتصادی با بیان اینکه مد قابل دیکته شدن نیست، می‌افزاید: باید مد را در تاریخ، فرهنگ و سنت کشور خود جست‌وجو کنیم، چراکه ایران با مباحثی چون تهاجم فرهنگی و وانهادگی مصرف‌کنندگان در پوشاک خارجی روبه‌رو است. این مسائل آسیب‌های اجتماعی زیادی بر ما تحمیل کرد. به همین دلیل باید با تمام توان و با انگیزه مضاعف برای ایجاد هویت ایرانی - اسلامی در

ایجاد مد استفاده کنیم و بر طراحی پوشاک در کشورهای منطقه تأثیر بگذاریم، اما از این ظرفیت بهره نگیریم و حتی عاجز از طراحی پوشاک برای خود شدیم.

به گفته این فعال اقتصادی مدها متکی به رسانه‌ها هستند، به این معنا که رسانه‌ها می‌توانند در گسترش و نهادینه کردن مدها تأثیرگذار باشند. متأسفانه در این زمینه نیز به‌درستی تلاش نکردیم، تا جایی که می‌توان گفت طراحان ایرانی، وابستگی ۱۰۰ درصدی به مدهای خارجی دارند. تیرگر با بیان اینکه موفقیت طراحان ایرانی به طراحی مانتو محدود شده، بیان می‌کند: در طراحی مانتو نیز طراحان با محدودیت‌های زیادی روبه‌رو هستند و می‌توان گفت که حتی به جریان مشخصی در این زمینه دست نیافته‌ایم. همین مسئله قابلیت کنترل و ساماندهی در این حوزه را دشوار کرده است. وی در ادامه می‌گوید: تعداد دانش‌آموختگان در رشته طراحی پوشاک زیاد است، اما از آنجایی که آنها ارتباطی با دانشگاه‌های خارجی ندارند، نمی‌توانند در این زمینه خلاقانه عمل کنند و محدود به برخی طراحی‌های کشورهای چینی چون ترکیه هستند.

لباس می‌گوید: در کشور ما بحث عفاف و حجاب و رعایت اصول اسلامی در پوشش لباس اهمیت ویژه‌ای دارد، از این رو مجلس شورای اسلامی، وزارت ارشاد را متولی پیشبرد این حرکت کرده است.

شیرازی افزود: دولت باید در مسیر طراحی لباس بیشتر به بخش خصوصی اعتماد کند، تا این بخش با رغبت بیشتری در صنعت مد سرمایه‌گذاری کند. امروز تولید پوشاک وابسته به هنر - صنعت مد است. تولیدکنندگان ایرانی نیز اگر می‌خواهند در داخل و خارج کشور سهم قابل توجهی از بازار را از آن خود کنند، لازم است در تولید پوشاک، بیشتر به مد توجه کنند. وی در پایان با اشاره به حمایت دولت دوازدهم در زمینه طراحی پوشاک بیان می‌کند: امیدواریم این حمایت‌ها به نتایج مثبتی منتهی شود، زیرا زمانی می‌توانیم امیدوار به نتیجه یک طرح باشیم که بین مسئولان اجرایی و دولت یک تعامل مناسب شکل بگیرد.

از مد و فشن فاصله گرفته‌ایم

در همین رابطه منصور تیرگر، مدیر مرکز پژوهش اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران بیان می‌کند: هنوز مدتی از پیروزی انقلاب اسلامی ایران نگذشته بود که جنگ بر کشور تحمیل شد و بعد از پایان جنگ تحمیلی نیز فضا برای توسعه فعالیت فعالان اقتصادی فراهم نشد، زیرا تحریم‌های اقتصادی و سیاسی زیادی بر کشور حاکم بود. به همین دلیل فرصت چندان برای پرداختن به صنعت پوشاک پیدا نکردیم، از این رو به‌صورت جزیره‌ای فعالیت خود را در این زمینه آغاز کردیم. به همین دلیل از هنر - صنعت مد و فشن فاصله زیادی گرفتیم. وی در ادامه با بیان اینکه مد هر کشور با ماهیت آن کشور ارتباط نزدیکی دارد، بیان می‌کند: پیشینه تمدن در ایران چندین هزار ساله است. ما می‌توانستیم از این ظرفیت برای

صنعت پوشاک تلاش کنیم. تیرگر با بیان اینکه موفقیت در طراحی مد، تضمین کننده بازارهای بین‌المللی است، می‌گوید: اگر در طراحی پوشاک موفق عمل کنیم، می‌توانیم برای خود در بازارهای جهانی سهم قابل توجهی ایجاد و از حالت جزیره‌ای خارج شویم. تولیدکنندگان ایرانی باید از فرهنگ و پیشینه طولانی و غنی خود در دنیا بهره بگیرند و از مزایای آن بیشتر استفاده کنند.

به گفته این فعال اقتصادی مد، در بستر اقتصادی رشد نمی‌کند و بیشتر زمینه‌های فرهنگی برای رشد آن تاثیرگذار است، از این‌رو متولیان تولید از اصحاب فرهنگ و رسانه می‌خواهند که برای غنی کردن آن همت کنند. وی در پاسخ به این پرسش که در ایران اقوام مختلف فرهنگ پوشش خود را دارند، آیا این پوشش‌ها قابلیت بهره گرفتن در طراحی مد را دارند، می‌گوید: آنچه در طراحی مد ارزش دارد، غنای فرهنگی است. در واقع نقطه شروع در طراحی مد از همین‌جا آغاز

می‌شود. از آنجایی که پوشش‌های اقوام ایرانی پیش از ورود اسلام نیز مطابق با ارزش‌های اسلامی تعریف شده، بنابراین می‌توانیم از آنها در طراحی پوشش ایرانی- اسلامی بهره بگیریم، اما لازم است جهت آنها را به سمت و سوی مد که امروز در حال حرکت است، سوق دهیم. تیرگر در پایان بیان می‌کند: در هر قومی مولفه‌هایی برای طراحی پوشاک وجود دارد. به‌عنوان مثال اقوامی که مردم آن نیاز به چابکی داشتند، در طراحی لباس آنها به این مهم توجه شده و به‌بیانی چابکی در طراحی لباس قابل مشاهده است. ما باید خاستگاه‌های پیدایش این مدها را پیدا کنیم و براساس آن با توجه به نیاز روز دنیا برنامه‌ریزی کنیم.

مُدسازی یک جریان بین‌المللی است

محسن سلیمانی، عضو هیئت‌مدیره اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک نیز می‌گوید: مدسازی یک جریان بین‌المللی است، از این‌رو نمی‌توان به‌راحتی جریانی را در این مسیر ایجاد کرد. شناخت فرآیندهای مد و

اینکه منشا و خاستگاه آن از کجا است، بسیار اهمیت دارد. وی در ادامه با اشاره به ابراز برخی ناراحتی‌ها درباره ورود مد به کشور بیان می‌کند: برخی مسئولان از ورود طراحی‌های جدید ابراز نگرانی می‌کنند، اما در پاسخ به آنها باید بگوییم ما برای ایجاد فرهنگ جدید چه اقدامی کردیم و چگونه توانستیم این خلأ را جبران کنیم و وارد بازار مد جهان شویم. به گفته این مسئول صنفی در ایران فرهنگ و آیین ایرانی- اسلامی این مزیت را می‌تواند برای ما ایجاد کند که با بهره گرفتن از آن، بازارهای پوشاک را در داخل و خارج از کشور در دست بگیریم. وی با اشاره به بزرگ بودن بازار مصرف پوشاک در ایران خاطرنشان می‌کند: سرانه مصرف پوشاک هر ایرانی ۱۸۵ دلار در سال است که در مجموع می‌توان گفت ایرانی‌ها سالانه ۶۰ هزار میلیارد تومان، برای خرید پوشاک هزینه می‌کنند. این رقم قابل توجه است، از این‌رو برای حفظ سهم تولیدکنندگان ایرانی از بازار داخلی باید بیشتر تلاش کنیم، تا این بازار را از دست ندهیم. به گفته این فعال اقتصادی باید مد و طراحی پوشاک از سوی تولیدکنندگان، جدی گرفته شود، از این‌رو باید به‌طور برنامه‌ریزی شده در این مسیر حرکت کنیم.

سخن آخر

کارشناسان اتحادیه فروشندگان پوشاک بر این باورند که پیش از ارائه تعریف از مد، می‌توان آن را توصیف کرد. در واقع مد همراستای ایده‌ها، نظرات و عادات مصرف‌کنندگان است. از آنجایی که مد و طراحی در فروش پوشاک نقش مهمی در تصاحب بازار دارد، از این‌رو لازم است تولیدکنندگان به این مقوله بیشتر توجه کنند، تا بتوانند سهم خود را در بازارهای داخلی حفظ و در گام‌های بعدی بازارهای کشورهای همسایه را از آن خود کنند.



در پاساژهای لاکچری پایتخت چه می‌گذرد

فیک فروشی برند برای تامین اجاره‌های میلیونی



برندفروشی و برندپوشی هر دو واژه‌هایی‌اند که امروزه در تمام دنیا چه تولیدکنندگان و چه مصرف‌کنندگان به دنبال آن هستند، فروشندگان برای فروش بیشتر و مصرف‌کنندگان به دو دلیل شیک‌پوشی و تهیه پوشاک باکیفیت. البته یکی از موضوعاتی که درباره فعالیت برندهای مختلف در کشور مطرح است، واحدهایی هستند که در پاساژهای شمال تهران به فعالیت می‌پردازند. این مغازه‌ها از چه طریق قادر به تامین اجاره این واحدهای لوکس و گران‌قیمت هستند و چه سود هنگفتی پشت‌تقلب این واحدها مستتر شده است؟ در واقع باید بررسی کرد چگونه یک واحد می‌تواند از عهده اجاره‌های بالای این پاساژها برآید.

به گزارش اقتصادآنلاین، درباره فعالیت برندهای مختلف در ایران وزارت صنعت، معدن و تجارت طرحی مبنی بر ساماندهی و راستی‌آزمایی برندها مطرح کرده و پس از بررسی‌هایی که در این زمینه انجام شد با حجم گسترده‌ای از واحدهایی مواجه شدیم که در این پاساژها با نام برندهای مطرح دنیا به فعالیت پرداخته بودند، اما با برند اصلی هیچ‌گونه نسبتی نداشتند، در حالی که در همه دنیا مرسوم است وقتی واحدی تحت عنوان یک برند به فعالیت می‌پردازد، از برند مربوطه گواهی‌های لازم را دریافت کرده باشد.

چرا با فروشگاه‌های جعلی برندها برخورد نمی‌شود؟

دبیر کمیسیون مبارزه با قاچاق کالا و ارز

تیمی متشکل از اتاق اصناف، وزارت صمت و همکاران ما در کمیسیون قاچاق کالا پیگیری شد که نتیجه به‌دست‌آمده از بررسی‌های این تیم جای تفکر داشت. وی ادامه داد: پس از این بررسی‌ها متوجه شدیم بخش قابل‌توجهی از برندهای فعال در ایران هیچ‌گونه مجوزی از سوی شرکت اصلی و اروپایی نداشته و بدون مجوزهای لازم به فعالیت می‌پردازند. بر همین اساس در برخی موارد حتی مجبور به اعمال قانون و پلمب برخی از این واحدها شدیم.

دبیر کمیسیون مبارزه با قاچاق کالا و ارز استان تهران با اشاره به بررسی‌هایی که روی ۴۳ پاساژ شمال تهران انجام شده، اظهار کرد: در این پاساژها بالغ بر ۲۳۹ واحد صنفی برند شناسایی

استان تهران درباره اینکه چگونه در این مدت برخوردی جدی و قاطع با این واحدها صورت نگرفته، عنوان کرد: با توجه به فشاری که روی بازار و اصناف وجود دارد، همواره این بحث مطرح می‌شد که چرا در فعالیت واحدهای مختلف اختلال ایجاد شده و درباره این موضوع سخت‌گیری می‌شود، اما باید توجه داشت در شرایطی که تامین اشتغال یکی از رویکردهای اصلی کشور بوده و قاچاق کالا فرصت‌های شغلی بسیاری را از بین می‌برد، طبیعی است که رسیدگی به چنین وضعی جزو اولویت‌های حاکمیت باشد؛ بر همین اساس، با درخواست وزارت صنعت، معدن و تجارت طرح ساماندهی برندها در قالب فعالیت

شدند که از این میان، برخی از این واحدها نام‌های ایرانی را با نگارش انگلیسی طراحی و به نوعی تلاش کرده بودند یک برند خاص را در ذهن تداعی کنند؛ برخی نیز پیگیر دریافت مجوزهای مربوطه شده بودند، اما در نهایت از بین همه این واحدها کمتر از ۱۵ واحد به صورت مجوزدار فعالیت می‌کردند و عده نه چندان زیادی نیز به پیگیری دریافت مجوزهای مربوطه از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) پرداخته بودند، اما تنها به دریافت کد رهگیری اکتفا کرده و مراحل کاری خود را به پایان نرساندند. در نهایت نیز با توجه به اینکه بسیاری از برندهای اروپایی امکان و مجالی برای فعالیت ندارند، عده‌ای به سودجویی از این موضوع پرداخته و با نام آنها فعالیت می‌کنند.

پوشاک تقلبی در بازار وجود دارد

ابوالقاسم شیرازی، رییس اتحادیه پوشاک تهران گفت: پوشاک تقلبی در بازار وجود دارد و نمی‌توان بر این موضوع سرپوش گذاشت. به همین دلیل روزانه ۳۰ گروه نظارتی بر واحدهای عرضه‌کننده پوشاک به همراه بازرسان ستاد مبارزه با کالای قاچاق و اصناف و سازمان حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده نظارت می‌کنند. در این راستا به فروشگاه‌هایی که پوشاک خارجی بدون شناسنامه عرضه می‌کنند، فرصت داده می‌شود تا وضعیت این پوشاک را تعیین تکلیف و برای آن شناسنامه ارائه دهند و در غیر این صورت از فعالیت آنها جلوگیری می‌شود. به طور کلی تمامی عرضه‌کنندگان برندهای خارجی پوشاک موظف به دریافت مجوز هستند.

این واحدها باید با ثبت نام در سامانه امور اصناف فعالیت خود را ثبت کنند و هر واحد صنفی برای تکمیل مدارک و تهیه مجوز مهلت دارد و واحد فاقد مجوز بعد از دریافت اخطار و عدم تمکین پلمب خواهد شد. این

حرکت در راستای حمایت از تولیدات داخلی نیز هست. همچنین ضرورت دارد دولت تولیدکنندگان برتر را شناسایی و به آنها تسهیلاتی برای برندسازی پرداخت کند تا بتوانند با پوشاک خارجی رقابت کنند. در حال حاضر سرمایه‌های سرگردانی در بخش خصوصی وجود دارد که دولت می‌تواند آنها را به سمت برندسازی سوق دهد. تا زمانی که اجناس چینی به صورت قاچاق یا قانونی وارد کشور شوند بدون اینکه از تولیدکننده داخلی حمایتی به عمل آید، تولیدکنندگان حتی نمی‌توانند روی پای خود بایستند، چه برسد به اینکه از آنها توقع برندسازی داشت.

بررسی برای عوام‌فریبی روی پوشاک فیک

احسان سلطانی، پژوهشگر گفت: بررسی‌های بسیار زیادی در این حوزه انجام شده است که خود من به‌شخصه نیز تحقیقات بسیار زیادی انجام داده‌ام که نشان می‌دهد اکثر قریب به اتفاق این تعداد فروشگاه که مدعی فروش پوشاک برند هستند، حرف آنها فقط همان ادعاست و در حقیقت برچسبی برای عوام‌فریبی روی پوشاک فیک و غیراصولی و حتی در برخی مواقع تقلبی به لباس آویزان کرده‌اند تا از این طریق بتوانند فروش زیادی داشته باشند. البته این فیک‌فروشی‌ها دلیل اصلی دیگری دارد و به تامین اجاره‌بهای میلیونی در پاساژهای آنچنانی در شمال و شمال غرب پایتخت برمی‌گردد.

این ادعاهای بی‌اساس به این دلیل شکل گرفت که ایرانی‌ها عقل‌شان به چشم‌شان است و اگر روی پوشاک داخلی نیز برچسب برند زده شود که این روزها این حرکت نیز بسیار رواج یافته است، همه ما اقدام به خرید برندهای داخلی به اسم خارجی خواهیم کرد. مبدأ اکثر برندهای تقلبی کشورهای شرق آسیا، چین و ترکیه

است، اما باید اشاره کرد که این روزها جنس با برند چینی در بازار کم شده، اما معنی کم‌رنگ شدن حضور کالاهای با برند چینی در بازار این است که با برندهای تقلبی و غیرچینی وارد بازار می‌شوند. مصرف‌کننده لزوماً کارشناس برند نیست و وقتی بازار همه‌جور برند تقلبی دارد، ناگزیر کالایی را به اسم و با قیمت برند می‌خرد، اما فیک و تقلبی است.

تهرانی‌ها مظهر فیک‌پوشی

پدرام آقای‌نیا، کارشناس بازار گفت: پاساژها و فروشگاه‌های لاکچری معمولاً در پایتخت و در مناطق شمال و شمال غربی و البته در حال حاضر در برخی مناطق دیگر آن نیز احداث شده‌اند که برای اجاره یکی از واحدهای آن باید میلیونی و در برخی مواقع و به ندرت با رهن میلیاردی آن را در اختیار گرفت. فروشندگان کالاهای برند به طور معمول در این پاساژها اقدام به اجاره یا خرید و رهن واحد صنفی می‌کنند که در حقیقت ۹۹ درصد آنها هیچ‌کدام نمایندگی اصلی فروش برند مورد نظر نیستند و جواز آن را نیز ندارند و به صرف تامین اجاره‌بهای میلیونی واحد صنفی اقدام به عرضه برندهای فیک می‌کنند.

تهرانی‌ها نیز که می‌توان آنها را مظهر فیک‌پوشی نام‌گذاری کرد، هرچا نامی از برند بیاید و اگر واحد فروش آن در شمال تهران و پاساژهای لاکچری باشد، اقدام به خرید آن می‌کنند و فروشندگان نیز با فروش این برندهای فیک می‌توانند اجاره‌بهای واحد صنفی خود را پرداخت کنند. این دسته از فروشندگان کالا را با مارک جعلی می‌خرند و به عنوان جنس اصلی می‌فروشند. کالاهای تقلبی و فیک را با قیمت برند می‌فروشند. کالاهایی که در کشورهای دیگر با مارک یک برند معتبر تولید می‌شوند و حتی برای آن کارخانه ساخته‌اند.

نگاهی به برترین صادرکنندگان جهانی لباس کودک

سمیه علی اصغری

براساس آخرین اطلاعات و گزارش‌های مربوط به پایان سال گذشته میلادی، مجموعاً ۹۶ میلیارد دلار لباس کودک در جهان به فروش رسیده و این آمار روند افزایشی در بازار مذکور را در مقیاس سالانه نشان می‌دهد. در فاصله سال‌های ۲۰۱۵ تا انتهای ۲۰۱۶ بازار جهانی لباس کودک رشد ۹،۷ درصدی داشته است. با توجه به گردش مالی چشمگیر این بازار و اهمیت آن به عنوان تجارتي که شاخص تقاضا همواره در آن مسیر صعودی را دنبال می‌کند، در مطلب حاضر نگاهی خواهیم داشت به برترین صادرکنندگان جهانی لباس کودک در سال ۲۰۱۶:

چین

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۲،۹ میلیارد دلار
سهم از صادرات جهانی این کالا: ۳۰،۷ درصد

بنگلادش

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۱،۲ میلیارد دلار
سهم از صادرات جهانی این کالا: ۱۲،۵ درصد

هند

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۱،۱ میلیارد دلار
سهم از صادرات جهانی این کالا: ۱۱،۴ درصد

ویتنام

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۳۴۶ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۳،۶ درصد

کامبوج

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۲۸۲،۶ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۲،۹ درصد

فرانسه

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۲۷۰،۲ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۲،۸ درصد

ترکیه

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۲۶۹،۶ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۲،۸ درصد

اسپانیا

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۲۶۹،۴ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۲،۸ درصد

اندونزی

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۲۴۸،۵ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۲،۶ درصد

سريلانكا

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۲۴۲،۳ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۲،۵ درصد

هنگ کنگ

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۲۲۹،۸ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۲،۴ درصد

آلمان

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۲۰۲،۱ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۲،۱ درصد

تایلند

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۱۶۷،۶ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۱،۷ درصد

ایتالیا

ارزش کل صادرات لباس کودک: ۱۶۶،۵ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۱،۷ درصد

آمریکا

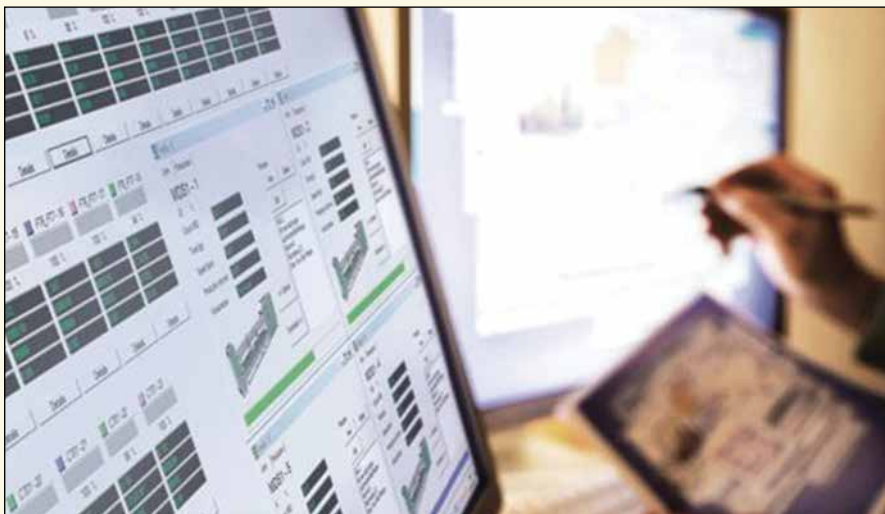
ارزش کل صادرات لباس کودک: ۱۵۵،۳ میلیون دلار

سهم از صادرات جهانی این کالا: ۱،۶ درصد

ملاحظه می‌شود ۸۴،۲ درصد تجارت جهانی لباس کودک در اختیار کشورهای لیست مذکور قرار دارد. همچنین در میان کشورهای نامبرده، بنگلادش بالاترین شاخص رشد و پیشرفت سالانه را در اختیار دارد و به دنبال آن کشورهای ویتنام، کامبوج و سريلانكا قرار دارند.

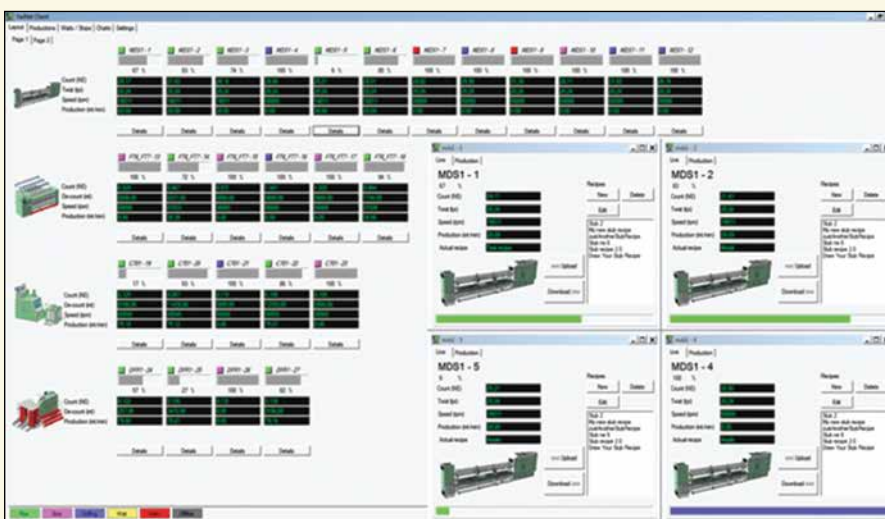


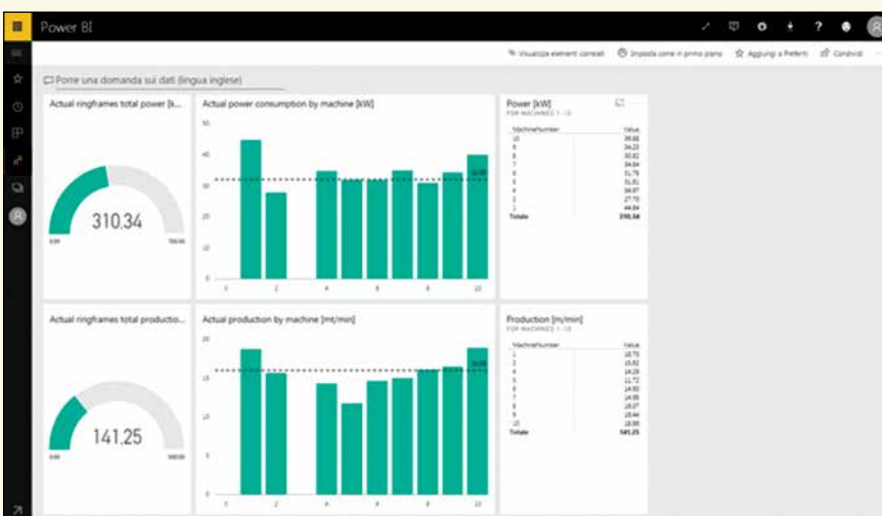
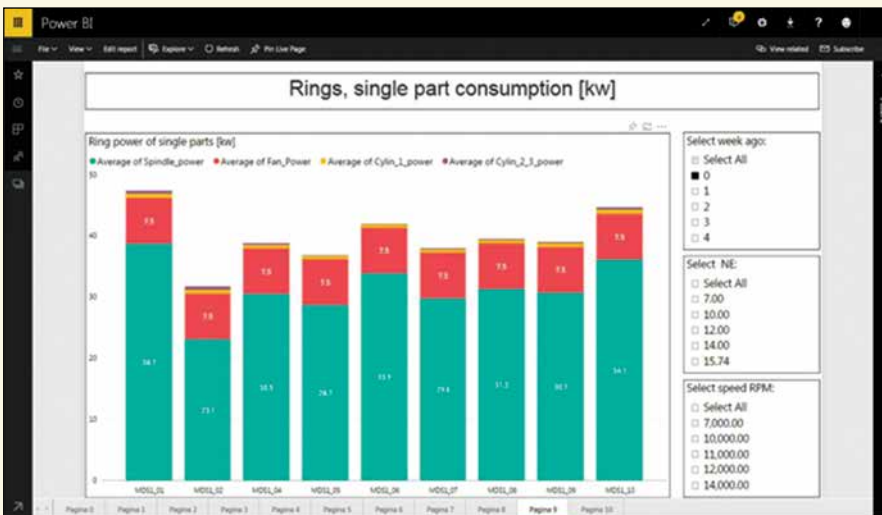
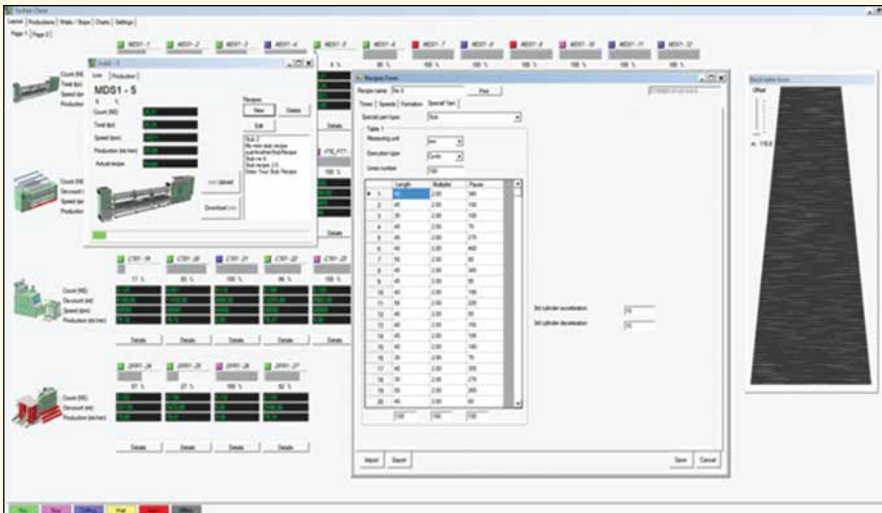
مارزولی: پیش به سوی نسل چهارم نرم افزارهای تولید



تمایل مستمر به نوآوری و هم‌افزایی با همکاری گروه کاموزی روی تکنولوژی جدید (پردازش و کنترل داده از طریق شبکه؛ سنسورهای هوشمند؛ شبکه صنعتی؛ آموزش و ...) به کمپانی مارزولی، لیدر اروپایی در صنعت نساجی کمک می‌کند تا با استفاده از نسل چهارم این شبکه عملکرد و انعطاف‌پذیری را به مقدار چشمگیری افزایش دهد. شرکت مارزولی با توسعه این نرم‌افزار به مدیریت سریع و راحت تولید نخ و بهینه‌سازی کل فرآیند ریسندگی دست یافته است. این دو سیستم در سال ۲۰۱۴ در دو کارخانه در ابعاد آزمایشگاهی در ترکیه و ایتالیا نصب و راه اندازی شد و در نوامبر ۲۰۱۵ در نمایشگاه ایتما در میلان رونمایی شد.

نرم‌افزار مدیریت تولید مارزولی؛ yarnnet برنامه‌ای است که قابلیت ثبت و پردازش تمامی اطلاعات؛ شرایط تولید و پارامترهای فنی در هر لحظه را به کاربر می‌دهد. این فضای ساختاریافته بصری به کاربر این امکان را می‌دهد تا با اطلاعات تمامی ماشین‌آلات خط تولید تعامل مستقیم داشته و با دانلود، اصلاح و یا آپلود اطلاعات تولیدی آن را مدیریت نماید.





نمایش تمامی اطلاعات تولید در یک محیط از جمله: سطح راندمان، مصرف انرژی، آلارمها و ... به مشتری این امکان را می‌دهد که با کنترل تمامی موارد در هر لحظه مدیریت و بهینه‌سازی خط تولید را از دفتر کار خود به بهترین شکل ممکن به انجام رساند.

MRM تکنولوژی طراحی شده جهت پیش‌بینی تعمیرات و نگهداری ماشین‌ها طراحی شده توسط مارزولی، با امکان آنالیز پیوسته اطلاعات جمع‌آوری شده توسط پردازشگرها و سنسورهای نصب شده در نقاط بحرانی ماشین راندمان را به صورت پیوسته نشان می‌دهد. اطلاعاتی مانند دما، انرژی مصرفی، فشار، سرعت‌ها و لرزش‌ها جمع‌آوری شده و به فضای تخصیص یافته توسط ماکروسافت (Azure) ارسال می‌گردد. این اطلاعات با الگوریتم طراحی شده مارزولی مقایسه گردیده و به طور پیوسته این اطلاعات را در رابطه با شرایط ماشین می‌سنجد. اگر هریک از این پارامترها خارج از محدوده مجاز باشد ایمیل هشداردهنده‌ای به آدرس کاربر ثبت شده در سیستم ارسال می‌گردد. کاربر در هر زمان می‌تواند به این فضای اختصاص یافته دسترسی داشته و اطلاعات مربوط به پیش‌بینی تعمیرات، نگهداری و راندمان را مشاهده کند. علاوه بر این، تیم سرویس و خدمات مارزولی در مواقع لزوم به این اطلاعات دسترسی داشته و می‌توانند عیوب را تشخیص و اقدامات لازم جهت رفع آن را انجام دهند. به طور خلاصه می‌توان موارد زیر را به عنوان مزایای این سیستم نام برد: جلوگیری از توقف ماشین، افزایش طول عمر قطعات و تعمیرات و نگهداری کارآمد و موثر خط تولید.

تحول پوشاک ورزشی با استفاده از فناوری نانو

ای Hyosung ابداع شده اند. افزایش استفاده از پوشاک ورزشی برای محافظت کوهنوردان از سرما و باران و پوشاک قابل تنفس تنظیم کننده دمای بدن در آب و هوای سخت، برخی از مزایای استفاده از فناوری نانو در پوشاک ورزشی هستند. برخی از مهم ترین ویژگی های پوشاک و کفش های ورزشی نانوفناورانه در ادامه ارائه می شود:

خاصیت ضدآب

پوشاک ورزشی با استفاده از پارچه های تنفس پذیر، محافظ در برابر باد، باران و دارای قابلیت حفظ حرارت بدن تکامل یافته اند. پارچه های ضدآب از نفوذ آب به الیاف جلوگیری کرده و امکان انتشار بخار آب را از طریق الیاف فراهم می کند. فناوری نانو فرصت های جدیدی را برای تولید پارچه های تنفس پذیر و ضدآب ارائه کرده است. به تازگی پارچه پلی استر ضدآبی با پوشش نانوسیلیکات برای خشک ماندن در آب به مدت دو ماه ایجاد شده است که برای لباس شنا مناسب است. کفش های ورزشی ضدبakterی، تنفس پذیر و مقاوم در برابر آب LSMZTM با استفاده از غشای نانویی TiO_2 و نانوکامپوزیتی ZnO در لایه فلئوراتی و پرفلئورالکیل با اثر لوتوس (برآب گریزی) و توانایی هدایت بخار آب تولید شده است.

خاصیت ضدبakterی

محلول ضد عفونی کننده و ضدبakterیایی silverclearTM برای تولید پوشاک و کفش های ورزشی ضدبakterی استفاده می شود.

توسعه طیف وسیعی از پوشاک ورزشی استفاده کرده اند. شرکت Scholler، یک شرکت سوئسی، فناوری نانویی را برای تولید پوشاک با تعادل بهینه ای از خواص راحتی، نفوذ هوا، مقاومت در برابر باد و آب و خود تمیزشوندگی برای ورزش هایی که در آب و هوای بسیار سرد انجام می شود مانند کوهنوردی و اسکی ابداع کرده است. این پوشاک ورزشی دارای ویژگی دفع باران و برف نیز هستند. شرکت انگلستانی JR Nanotech جوراب های SoleFreshTM را توسعه داده است که با نانوذرات نقره تکمیل شده و بوی پای ورزشکار را از بین می برند.

الیاف نایلون حاوی نانوذرات نقره با قابلیت کاربرد در فعالیت های روزانه و ورزشی، کیسه های ورزشی و کفش های دومیدانی توسط شرکت کره

دستیابی به محصولات ورزشی با عملکرد و بازده بهبود یافته جزء اهداف تولیدکنندگان به شمار می آید و در این میان فناوری نانو راه های جدیدی را برای تولید پوشاک ورزشی کاربردی ایجاد کرده است. در اینجا اطلاعاتی کلی در مورد کاربرد فناوری نانو در بخش های مختلف ورزشی به خصوص در پوشاک، کف پوش ها و کفش های ورزشی ارائه می شود.

فناوری نانو در کفش ها و پوشاک ورزشی استفاده از فناوری نانو در مواد نساجی شامل نانوالیاف، الیاف نانوکامپوزیتی و همچنین تکمیل منسوجات با نانومواد خواص چندگانه ای در منسوجات ایجاد می کند که موجب جذابیت کاربرد آن ها در بازار پوشاک ورزشی می شود. چندین شرکت نساجی از فناوری نانو برای





و اسیدهای گلیکولیک و مواد غیرآلی مانند نمک‌های معدنی هیدراته طبقه بندی می‌شوند.

فناوری نانو در کف‌پوش‌های ورزشی یکی از کاربردهای مهم فناوری نانو در تولید کف‌پوش‌های ورزشگاه‌ها است که بر عملکرد و ایمنی ورزشکاران موثر بوده و از سوی دیگر دوام و تمیزی کف‌پوش را افزایش می‌دهد. نانومواد مورد استفاده در مهندسی کردن کف‌پوش‌های ورزشی عبارتند از نانومواد کربن و نانواکسیدهای فلزی مانند SiO_2 و Al_2O_3 .

نانوذرات کربنات کلسیم دیسپرس شده در الیاف پلی یورتان منجر به افزایش ازدیاد طول و مقاومت حرارتی کف‌پوش‌های ورزشی می‌شود. کف‌پوش‌های تکمیل شده با نانوذرات، دارای خواص انعطاف‌پذیری، بازیابی از حالت فشرده، کشسانی، سختی، دوام، ضدشعله، ضدخش و آنتی استاتیک بهتری هستند. خواص مکانیکی کف‌پوش‌های مصنوعی حاوی نانوذرات بر اساس شواهد تجربی دو برابر بیش از پلی یورتان عادی بوده است. از سوی دیگر فناوری نانو پیشرفت چشم‌گیری را در خواص ضدلغزش کف کفش‌ها ارائه می‌دهد.

منبع: nanotextnet.ir

محافظت از سرما و گرما

با توجه به رابطه بین حرارت بدن انسان، شرایط محیطی و فعالیت بدنی، پوشاک ورزشی با خواص عایق در برابر گرما و سرما مخصوصاً برای اسکی، اسنوبورد، غواصی، کوهنوردی و دوچرخه سواری مورد نیاز است. با تازگی، ترکیب مواد تغییر فاز دهنده (PCM) در منسوجات توجه بیشتری را برای تولید منسوجات هوشمند تنظیم‌کننده حرارت جلب کرده است. PCMها به طور کلی به مواد آلی شامل پارافینی مانند هیدروکربن‌های آلکیلی (نونادکان و اکتادکان) و غیرپارافینی مانند اسیدهای چرب، الکل‌ها



بر اساس تحقیق انجام‌شده در موسسه Hohenstein آلمان، برای پوشاک ضدباکتری اقدام سریع در برابر باکتری‌ها الزامی است و باید اثربخشی آنها در طول فعالیت نیز پایدار باشد.

محافظت در برابر پرتو فرابنفش

استفاده از نانوذرات با خواص محافظتی پرتو فرابنفش (UV) در پوشاک ورزشی به علت خطر آسیب پوستی مربوط به این پرتو خصوصاً در ورزش‌های در هوای آزاد مورد توجه ویژه قرار گرفته است. در میان مواد آلی و معدنی محافظ در برابر پرتو فرابنفش، نیمه‌هادی‌هایی چون TiO_2 ، SiO_2 ، ZnO و Al_2O_3 به دلیل پایداری شیمیایی، هزینه کم، در دسترس و غیرسمی بودن کاربرد بیشتری دارند. عملکرد عوامل مسدودکننده UV می‌تواند با توزیع یکنواختی از نانوذرات بر روی پارچه افزایش یابد. سامانه‌های پارچه‌ای با لایه بسیار نازکی از وب نانوکامپوزیتی پلی یورتان زینک اکسید کاربردی با خواص محافظت در برابر پرتو فرابنفش و ضدباکتری تولید شده اند و در پوشاک ورزشی در فضای باز کاربرد دارند.

خاصیت خودتمیزشوندگی

یکی از کاربردهای موفقیت‌آمیز فناوری نانو در صنایع نساجی، تولید پوشاک ورزشی و چادرهای کوهنوردی با خواص خودتمیزشوندگی است. علاوه بر مهندسی سطح ابرآب‌گریز با اثر نیلوفر آبی، نانوذرات فوتوکاتالیستی مانند TiO_2 و ZnO نیز برای تولید سطوح آب‌گریز با فعالیت خود تمیزشوندگی مورد استفاده قرار می‌گیرند و پارچه‌های خودتمیزشونده فوتوکاتالیست می‌توانند برای پوشاک ورزشی نیز مورد کاربرد واقع شوند. شرکت Schoeller Textile AG ماده Nanosphere™ را برای تولید پارچه‌های خودتمیزشونده برای فعالیت‌های ورزشی و چادرهای کوهنوردی معرفی کرده است.

ساخت قوی‌ترین ابریشم مصنوعی جهان

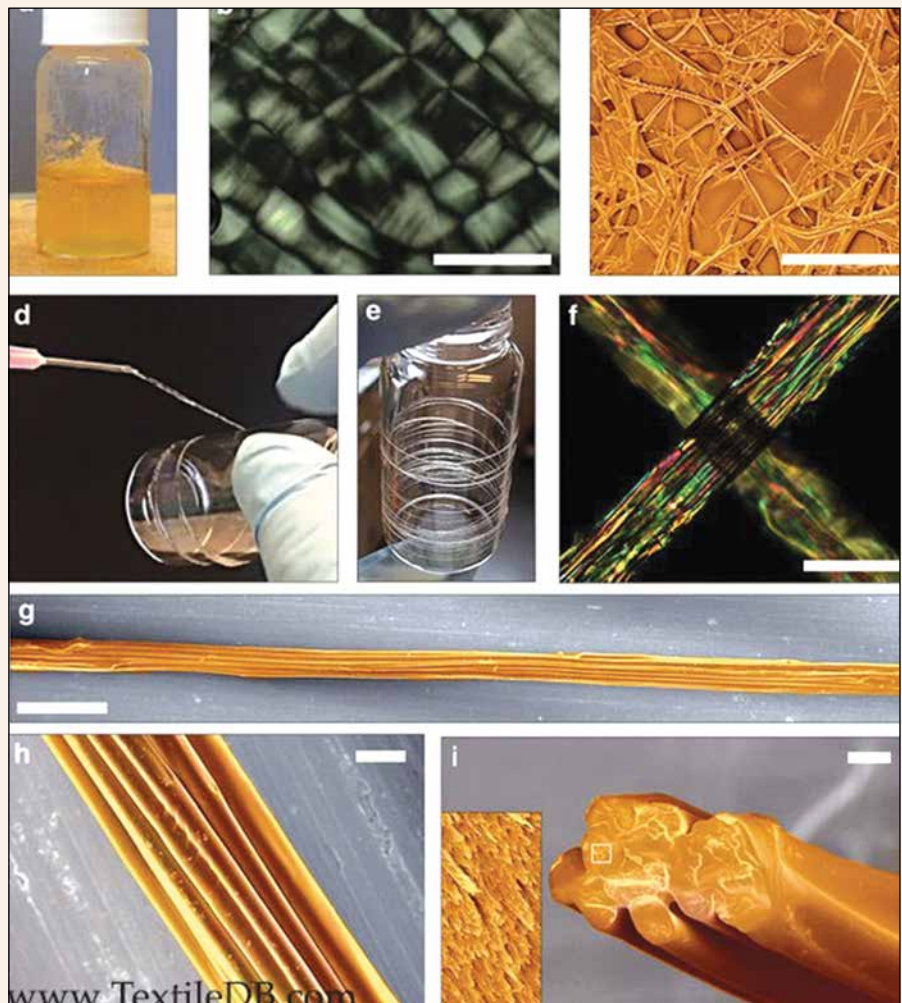
با وجود تلاش برای سنتز مواد، ابریشم‌های مصنوعی تولیدشده هنوز نمی‌توانند قدرت الیاف طبیعی ابریشم را داشته باشند. اما مهندسان راهی پیدا کرده‌اند که می‌توانند از ساختار ابریشم طبیعی ساختار بسیار مستحکم‌تر تولید کنند. محققان می‌گویند

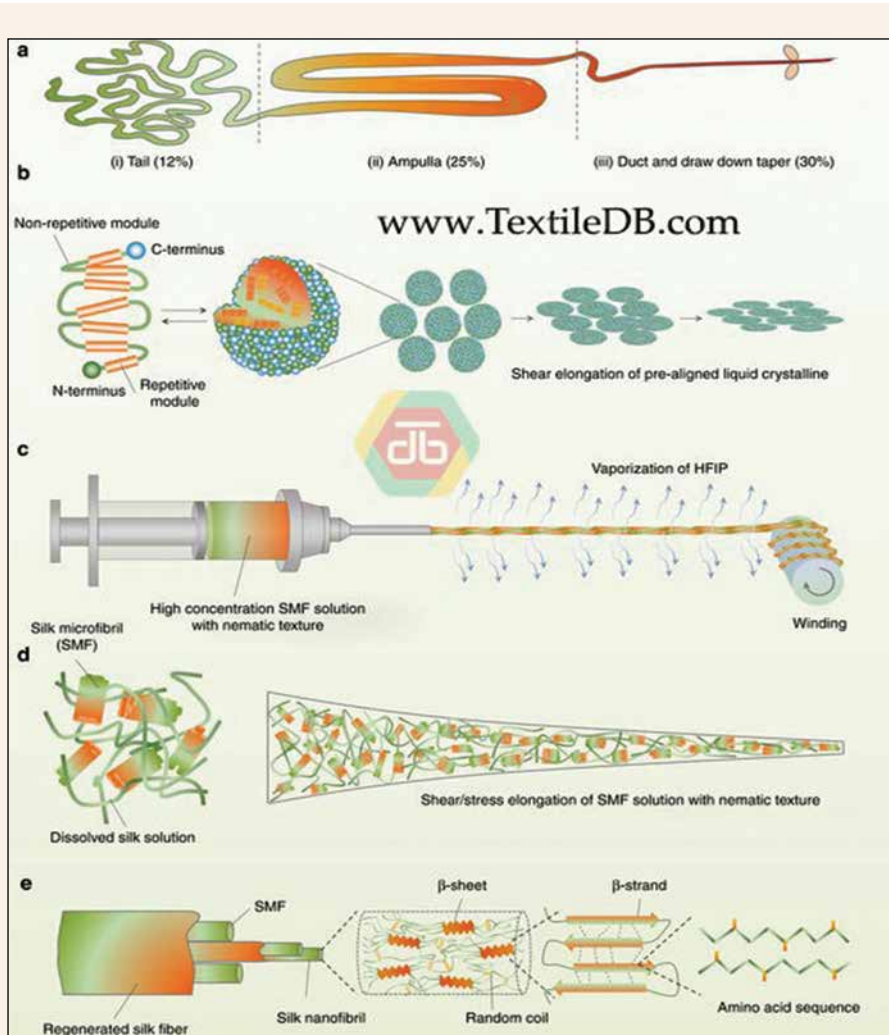
مواد جدید به عنوان الیاف ابریشم بازسازی‌شده (RSF) نامگذاری شده و می‌توانند در محیط تجاری و محیط زیست پزشکی کاربرد زیادی پیدا کنند. یافته‌ها در مجله Nature Communications گزارش شده است.

برخی از گونه‌های ابریشم تولیدشده توسط عنکبوت‌ها یکی از قوی‌ترین مواد شناخته‌شده هستند، اما بر خلاف کرم ابریشم، عنکبوت‌ها نمی‌توانند برای تولید الیاف در مقادیر زیاد، تولید زیاد و مفیدی داشته باشند. محققان مختلف، از جمله بتلر و همکارانش، در عوض تلاش کرده‌اند که ابریشم صرفاً مصنوعی ایجاد کنند، اما این تلاش‌ها هنوز به تولید الیاف مصنوعی که بتواند با قدرت نسخه‌های طبیعی رقابت کنند منجر نشده است. در عوض، تیم در حال حاضر راه را برای استفاده از بهترین ویژگی‌های ابریشم طبیعی تولیدشده توسط کرم ابریشم توسعه داده است، و در حال پردازش آن است. به طوری که آن را قوی‌تر و با طیف گسترده‌ای از اشکال و ساختارهای جدید که هرگز نمی‌تواند از ابریشم طبیعی تشکیل شود، تولید کند.

نکته کلیدی این است که ابریشم طبیعی را بطور جزئی بشکنیم. بدین ترتیب که آنها را از پيله‌ها جدا کنیم اما بطوری که ساختار ماده تجزیه شود و به صورتی که شکل متوسطی از میکروالیاف‌های تشکیل‌شده باقی بمانند. این ساختارهای کوچک به دست‌آمده خاصیت قدرت ابریشم را در خود حفظ می‌کنند.

محقق Buehler، رییس بخش مهندسی محیط زیست، این باز یافت مواد را با تخریب یک خانه آجری قدیمی مقایسه می‌کند. با این حال، به جای اینکه خانه را به یکباره فرو





مش از چنین الیاف می‌تواند به فشار یک نوک انگشت یا تغییرات در شرایط محیط پاسخ دهد.

نتونی وایس، استاد بیوشیمی و بیوتکنولوژی مولکولی در دانشگاه سیدنی استرالیا می‌گوید: این تکنولوژی می‌تواند زمینه‌سازی برای انواع جدیدی از مواد بافته‌شده و کامپوزیت‌های کاربردی را فراهم آورد. این مواد می‌تواند برای طیف وسیعی از پارچه‌های نوین و بیوسنسورها کاربردی داشته باشد.

منبع: Textiledb.com

تولید متعارف انجام داد، بنابراین مقیاس کردن آن تا مقادیر تجاری نباید دشوار باشد. خواص خاص الیاف ابریشم از جمله سختی و سفتی آن، می‌تواند به سادگی با تغییر سرعت فرایند اکستروژن کنترل شود.

این الیاف‌های سازنده نیز به سطوح مختلف رطوبت بسیار حساس هستند و می‌توان به آنها، با اضافه کردن یک پوشش نازک از مواد دیگر مانند لایه‌ای از نانولوله‌های کربنی، هدایت الکتریکی انجام داد. می‌توان آنها را در انواع دستگاه‌های حسگر فعال بکار برد، در حالی که یک سطح با یک لایه یا

بریزیم، آجرهای آن تک به تک با دقت جدا می‌شوند و سپس برای ساخت یک ساختار جدید استفاده می‌شوند. او می‌گوید طبیعت هنوز در ساخت ریزساختارها بهترین است، همانطور که در برخی از تحقیقات پیشین نشان داده شده است، خواص خفیف حفظ می‌شود و در این مورد، ما از آنچه طبیعت فراهم می‌کند استفاده می‌کنیم.

محققان دریافتند که با شکستن ساختاری ابریشم و سپس اکستروژن کردن، می‌تواند الیاف را دو برابر سایز ابریشم معمولی و نزدیک به سختی ابریشم عنکبوت تولید کنند. این فرایند می‌تواند گزینه‌های گوناگونی برای کاربردهای جدید ایجاد کند. به عنوان مثال، ابریشم ماده‌ای است که به طور طبیعی سازگار با محیط زیست است که هیچ گونه عارضه‌ای را در بدن تولید نمی‌کند، بنابراین مواد جدید می‌تواند برای برنامه‌های کاربردی مانند اتصالات پزشکی یا داربست برای رشد پوست جدید و یا سایر مواد بیولوژیکی ایده آل باشد.

این روش همچنین به محققان اجازه می‌دهد تا مواد را به شیوه‌ای که هرگز توسط ابریشم طبیعی تولید نمی‌شود، شکل دهند. به عنوان مثال، می‌توان به مش، لوله، الیاف بسیار ضخیم‌تر از ابریشم طبیعی، کویل‌ها (سیم پیچ مانند)، ورق‌ها و دیگر اشکال تولید کرد. Buehler می‌گوید: ما از چیزی که [کرم ابریشم] می‌سازد راضی نیستیم. ما می‌خواهیم مواد جدید خودمان را تولید کنیم. همچنین Qin می‌گوید: چنین فرم‌هایی می‌تواند با استفاده از مواد آماده‌شده در نوع خاصی از سیستم چاپ سه‌بعدی ایجاد شود. و یکی از مزایای فرایند جدید این است که می‌توان آن را با استفاده از فن‌آوری‌های



گزارش ماهانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (اول نوامبر ۲۰۱۷)

پایداری شرایط عمومی بازار پنبه

همچنان با اختلاف زیاد نسبت به دیگر کشورها، به عنوان بزرگترین صادرکننده طلای سفید در جهان مطرح خواهد بود. بعد از این کشور نیز هند با صادراتی به میزان ۸۴۰ هزار تن، دومین صادرکننده بزرگ پنبه به شمار خواهد رفت. در مقابل، کشور بنگلادش با واردات ۱,۴۴ میلیون تنی پنبه در فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ همچنان به عنوان بزرگترین واردکننده این محصول شناخته خواهد شد. بعد از بنگلادش، کشورهای ویتنام، چین، ترکیه و اندونزی رده‌های بعدی را از حیث واردات پنبه به خود اختصاص خواهند داد که ارقام مربوطه در جدول پیوست ذکر شده است.

و به ۲۵,۲۲ میلیون تن در فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ بالغ گردد. پیش‌بینی می‌شود میزان مصرف پنبه چین در این فصل زراعی به ۸,۱۲ میلیون تن برسد. همچنین انتظار می‌رود میزان مصرف در کشورهای هند، پاکستان، بنگلادش و ویتنام به ترتیب ۵,۳؛ ۲,۲۳؛ ۱,۴۴ و ۱,۳۱ میلیون تن باشد. از سوی دیگر، پیش‌بینی دبیرخانه کمیته مشورتی جهانی حاکی از آن است که تجارت جهانی پنبه در فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ رقم ۷,۹۶ میلیون تن خواهد بود که نسبت به پیش‌بینی قبلی دبیرخانه با کاهش مواجه است. ایالات متحد آمریکا با صادراتی معادل ۳,۱۴ میلیون تن در این فصل زراعی،

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» به نقل از دبیرخانه کمیته مشورتی جهانی پنبه، پیش‌بینی می‌شود تولید جهانی پنبه در طول فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ به ۲۵,۵۷ میلیون تن برسد. بر اساس این گزارش، کشورهای هند، چین و ایالات متحد آمریکا به ترتیب با ۶,۰۳ میلیون تن، ۵,۲۵ میلیون تن و ۴,۵۹ میلیون تن، بزرگترین تولیدکنندگان پنبه در فصل زراعی جاری خواهند بود و بعد از این سه کشور، کشورهای پاکستان، برزیل و ازبکستان قرار می‌گیرند. انتظار می‌رود مصرف جهانی پنبه توسط کارخانجات با نرخ رشد ۲,۷ درصدی همراه شده

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

۲۰۱۷-۱۸		۲۰۱۶-۱۷		۲۰۱۵-۱۶		دوره
تغییرات ماهانه	میزان	تغییرات ماهانه	میزان	تغییرات ماهانه	میزان	شرح
۰,۱۹	۲۵,۵۷	۰,۰۰	۲۳,۰۵	۰,۰۰	۲۱,۴۸	تولید
۰,۰۰	۲۵,۲۲	۰,۰۰	۲۴,۵۶	۰,۰۰	۲۴,۱۸	مصرف
۰,۰۰	۷,۹۳	۰,۰۰	۸,۰۰	۰,۰۰	۷,۵۷	واردات
۰,۰۰	۷,۹۳	۰,۰۰	۸,۱۵	۰,۰۰	۷,۵۵	صادرات
۰,۱۹	۱۸,۸۹	۰,۰۰	۱۸,۵۵	۰,۰۰	۲۰,۲۴	موجودی آخر دوره
۶۹		۸۳		۷۰		شاخص Cotlook A (سنت/پوند)



ICAC

SUPPLY AND DISTRIBUTION OF COTTON

November 1, 2017

Seasons begin on August 1

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
		Est.	Est.	Est.	Est.	Proj.
	Million Metric Tons					
BEGINNING STOCKS						
WORLD TOTAL	15,708	19,428	21,317	22,955	20,24	18,55
CHINA	6,696	10,811	13,280	14,118	12,65	10,63
USA	0,729	0,827	0,512	0,795	0,83	0,61
PRODUCTION						
WORLD TOTAL	27,079	26,225	26,269	21,484	23,05	25,57
INDIA	6,290	6,766	6,562	5,746	5,78	6,03
CHINA	7,600	7,000	6,600	5,200	4,90	5,25
USA	3,770	2,811	3,553	2,806	3,74	4,59
PAKISTAN	2,002	2,076	2,305	1,537	1,66	2,14
BRAZIL	1,310	1,734	1,563	1,289	1,53	1,57
UZBEKISTAN	1,000	0,910	0,885	0,832	0,79	0,80
OTHERS	5,107	4,928	4,801	4,074	4,65	5,18
CONSUMPTION						
WORLD TOTAL	23,450	24,101	24,587	24,180	24,56	25,22
CHINA	7,900	7,600	7,550	7,600	8,00	8,12
INDIA	4,762	5,087	5,377	5,296	5,15	5,30
PAKISTAN	2,216	2,470	2,467	2,147	2,15	2,23
EUROPE & TURKEY	1,560	1,611	1,692	1,687	1,61	1,63
BANGLADESH	1,045	1,129	1,197	1,316	1,41	1,44
VIETNAM	0,492	0,673	0,875	1,007	1,17	1,31
USA	0,762	0,773	0,778	0,751	0,75	0,73
BRAZIL	0,910	0,862	0,797	0,701	0,73	0,76
OTHERS	3,802	3,896	3,854	3,675	3,60	3,70
EXPORTS						
WORLD TOTAL	10,048	9,029	7,786	7,552	8,15	7,93
USA	2,836	2,293	2,449	1,993	3,17	3,14
INDIA	1,690	2,015	0,914	1,258	1,10	0,84
CFA ZONE	0,821	0,973	0,966	0,963	0,97	1,00
BRAZIL	0,938	0,485	0,851	0,939	0,61	0,68
UZBEKISTAN	0,690	0,615	0,550	0,500	0,34	0,37
AUSTRALIA	1,343	1,058	0,527	0,616	0,81	0,75
IMPORTS						
WORLD TOTAL	10,213	8,858	7,789	7,571	8,00	7,93
BANGLADESH	1,055	1,112	1,183	1,378	1,41	1,44
VIETNAM	0,517	0,687	0,934	1,001	1,21	1,34
CHINA	4,426	3,075	1,804	0,959	1,10	1,32
TURKEY	0,803	0,924	0,800	0,918	0,80	0,72
INDONESIA	0,686	0,651	0,728	0,640	0,75	0,76
TRADE IMBALANCE 1/	0,166	-0,171	0,003	0,020	-0,15	0,00
STOCKS ADJUSTMENT 2/	-0,075	-0,063	-0,047	-0,034	-0,04	0,00
ENDING STOCKS						
WORLD TOTAL	19,428	21,317	22,955	20,245	18,55	18,89
CHINA	10,811	13,280	14,118	12,650	10,63	9,07
USA	0,827	0,512	0,795	0,827	0,61	1,34
ENDING STOCKS/MILL USE (%)						
WORLD-LESS-CHINA 3/	55	49	52	46	48	57
CHINA 4/	137	175	187	166	133	112
COTLOOK A INDEX 5/	88	91	71	70	83	

1/ The inclusion of linters and waste, changes in weight during transit, differences in reporting periods and measurement error account for differences between world imports and exports.

2/ Difference between calculated stocks and actual; amounts for forward seasons are anticipated.

3/ World-less-China's ending stocks divided by World-less-China's mill use, multiplied by 100.

4/ China's ending stocks divided by China's mill use, multiplied by 100.

5/ U.S. cents per pound.

گلایه پنبه‌پاک‌کنی‌ها و واحدهای ریسندگی از کیفیت پنبه داخلی کیسه‌های پلاستیکی، بلای جان طلای سفید

این کیسه‌های پلاستیکی که هنگام برداشت پنبه مورد استفاده کشاورزان قرار می‌گیرد، همچون خوره بر جان صنعت طلای سفید استان خراسان شمالی افتاده و انگار سال‌های سال است که قرار نیست چاره‌ای برای آن اندیشیده شود. پنبه‌های برداشت‌شده از پنبه‌زارهای خراسان شمالی در حالی راهی کارخانه‌ها می‌شود که جمع‌آوری آن در کیسه‌های پلاستیکی تمام زحمات رشته‌شده توسط این کشاورزان را پنبه می‌کند. جمع‌آوری پنبه‌ها در کیسه‌های پلاستیکی به برداشت سبب می‌شود تا الیاف پلاستیکی به همراه پنبه‌ها وارد کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی شود و این الیاف در نهایت وارد محلول‌ها شده و کیفیت محصول تولیدی کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی را کاهش می‌دهد.

کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی از اینکه استفاده از کیسه‌های پلاستیکی سبب کاهش کیفیت محلول‌ها شده است از کشاورزان گلایه دارند و می‌گویند محلول‌های تولیدی‌شان به علت ناخالصی‌ها و وجود الیاف پلاستیکی مورد پسند کارخانه‌های ریسندگی نیست و این کارخانه‌ها به خرید محلول‌های وارداتی راغب‌ترند. کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی می‌گویند الیاف پلاستیکی علاوه بر کاهش کیفیت محصول تولیدی، زمینه‌ساز بروز حادثه‌های احتمالی در کارخانه است زیرا الیاف پلاستیکی سبب جرقه زدن و بروز آتش‌سوزی به هنگام کار می‌شود. در این میان کشاورزان می‌گویند کیسه‌های پلاستیکی ارزان‌تر است و به همین دلیل از این کیسه‌ها در برداشت محصولشان استفاده

می‌کنند. به گفته کشاورزان، کیسه‌های گونی گران است و هزینه‌های تولید را بالا می‌برد از این رو تمایلی برای استفاده از آن ندارند. مدیرعامل شرکت نساجی اترک، تنها واحد ریسندگی در خراسان شمالی، درباره استفاده پنبه‌کاران از کیسه‌های پلاستیکی در جمع‌آوری این محصول اظهار کرد: کیسه‌های پلاستیکی و استفاده از نخ‌های پلاستیکی برای دوختن کیسه‌ها خورده‌ای است که در جان صنعت پنبه افتاده است و سبب افول آن می‌شود. عبدالله فاطمی تصریح کرد: در این سال‌ها فکری برای آن نشده و همچنان این طلای سفید در کیسه‌های پلاستیکی جمع‌آوری می‌شود و با نخ‌های پلاستیکی دوخته می‌شود. وی گفت: کشاورزان هنوز قبول نکرده‌اند که کیسه‌های پلاستیکی را کنار بگذارند البته آنان هم از گران بودن کیسه‌های گونی گلایه دارند. وی افزود: وارد شدن الیاف پلاستیکی به محلول‌ها سبب کاهش کیفیت محلول‌ها می‌شود از این رو در صنعت نساجی محلول‌های وارداتی بیشتر مورد رغبت واقع شده و محلول‌های واردشده را بهتر می‌خرند زیرا کیفیت بسیار مطلوب‌تری دارد.

مدیرعامل شرکت نساجی اترک افزود: محلول‌های وارداتی به هیچ‌عنوان الیاف پلاستیکی و ناخالصی ندارد. فاطمی اظهار کرد: الیاف پلاستیکی وقتی همراه پنبه‌ها برای تصفیه وارد کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی می‌شود، سبب ناخالصی کاهش کیفیت محلول‌های تولیدی می‌شود. وی خاطرنشان کرد: الیاف پلاستیکی در درون محلول‌ها وقتی وارد

چرخه ریسندگی می‌شود سبب کاهش کیفیت پارچه‌های تولیدی می‌شود زیرا پلاستیک رنگ به خود نمی‌گیرد و سبب کاهش کیفیت کار ریسندگی و تولید پارچه می‌شود و این امر به شدت فعالان این عرصه را گلایه‌مند کرده است.

کارخانه‌های ریسندگی به محلول‌های وارداتی راغب‌ترند

مدیر داخلی کارخانه شکوفه آفتاب نیز با اشاره به کاهش کیفیت محلول‌های تولیدی در کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی به علت استفاده از کیسه‌های نایلونی گفت: یکی از علت‌های بی‌رغبتی پنبه‌کاران، واردات محلول از خارج است اما کارخانه‌های ریسندگی به خرید محلول‌های وارداتی راغب‌ترند. محمدرضا عضدی اظهار کرد: واردات محلول سبب می‌شود تا قیمت محلول‌های تولیدی داخل کاهش یافته و به دنبال آن قیمت پنبه نیز کاهش یابد. به گفته وی یکی از علت‌های رغبت کارخانه‌های ریسندگی به محلول‌های وارداتی، کیفیت بالای آن است زیرا محلول‌های وارداتی ناخالصی ندارد.

عضدی اظهار کرد: کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی بعضاً بارهای پنبه که در کیسه‌های پلاستیکی جمع‌آوری شده است، پس می‌زنند اما کارخانه‌های مجاور همان محصول را خریداری می‌کنند و به ناچار ما نیز برای ادامه فعالیت پنبه‌ها را خریداری می‌کنیم. وی با بیان اینکه کیسه‌های پلاستیکی به خاطر قیمت پایین مورد استقبال پنبه‌کاران



پلاستیکی و مصنوعی در این محلول‌ها سبب گلایه کارخانه‌های ریسندگی می‌شود. تشکری تاکید کرد: باید همت و تلاش شود تا برای رونق زنجیره صنعت پنبه از تولید تا ریسندگی، کیسه‌های نایلونی از مزارع برچیده شود. وی افزود: پیش‌بینی می‌شود امسال ۱۷ هزار و ۳۰۰ تن و ش پنبه از سطح ۶ هزار و ۳۰۰ هکتار پنبه زار این محصول برداشت شود. تشکری با اشاره به افزایش ۱۹ درصدی میزان سطح پنبه‌زارها در استان طی امسال گفت: سطح کشت پنبه در سال جاری نسبت به سال گذشته یک‌هزار هکتار افزایش یافته است. وی اظهار کرد: پنبه یکی از محصولات مهم در استان است که نقش زیادی در رونق اقتصادی دارد و این محصول در تناوب زراعی می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد و سبب افزایش بهره‌وری سایر محصولات شود. به گفته معاون بهبود تولیدات گیاهی جهادکشاورزی خراسان شمالی عمده پنبه‌زارهای پنبه خراسان شمالی در شهرستان مانه سملقان است و اکنون یک واحد ریسندگی و ۶ واحد پنبه‌پاک‌کنی در خراسان شمالی فعال است.

از کیسه‌های پلاستیکی سبب می‌شود تا ایفای پلاستیکی و مصنوعی به همراه پنبه وارد محلول‌ها شده و کیفیت محلول را کاهش دهد. معاون بهبود تولیدات گیاهی جهادکشاورزی خراسان شمالی خاطر نشان کرد: برای حل مشکل کیسه‌های پلاستیکی باید تصفیه‌چی‌ها، کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی و کشاورزان وارد عرصه شوند و با هم‌افزایی، کیسه‌های پلاستیکی از چرخه خارج شوند. وی افزود: در وهله نخست، کشاورز باید آگاه باشد که استفاده از کیسه‌های پلاستیکی آسیب زدن به تولید محصول خود است زیرا کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی و کارخانه‌های ریسندگی نیز از این کیسه‌های پلاستیکی متحمل خسارت شده و راغب به خرید محصول این کشاورزان نیستند.

وی درباره گلایه‌ها از واردات محلول‌های پنبه گفت: محلول‌های وارداتی به دلیل خالص بودن و کیفیت خوب مورد استقبال کارخانه‌های ریسندگی قرار گرفته‌اند این در حالی است که به علت رعایت نشدن برخی موارد، محلول‌های تولیدی ناخالصی دارد و بویژه وجود ایفای

قرار گرفته است گفت: پیش از این و در سال‌های کمی دورتر، پنبه‌ها در گونی و یا کیسه‌هایی از جنس متقال جمع‌آوری می‌شد اکنون نیز بعضاً از این کیسه‌ها استفاده می‌شود اما قیمت آن بالا است و هزینه‌های تولید را برای کشاورز بالاتر می‌برد از این رو استفاده از گونی‌ها برای کشاورز صرفه ندارد. مدیر داخلی کارخانه شکوفه آفتاب افزود: ایفای پلاستیکی در کارخانه‌ها سبب جرقه زدن و بعضاً ایجاد حادثه در تجهیزات کارخانه می‌شود زیرا ایفای پلاستیکی در دمای بالا سبب آتش‌سوزی می‌شود.

کاهش شدید کیفیت

بهترین محلول پنبه کشور

معاون بهبود تولیدات گیاهی جهادکشاورزی خراسان شمالی نیز گفت: استفاده از کیسه‌های پلاستیکی در جمع‌آوری پنبه و نیز استفاده از نخ‌های پلاستیکی برای دوختن کیسه‌ها از مشکلاتی است که سال‌های سال گریبانگیر صنعت طلای سفید شده و هنوز حل نشده است. محمد جواد تشکری اظهار کرد: استفاده



مدیرعامل صندوق پنبه خبر داد: رشد ۵۰ درصدی واردات نخ پنبه

دور علاوه بر تامین نیاز صنایع نساجی، قادر به صادرات ۲۱ هزارتن پنبه به بازارهای هدف بودیم که بی‌توجهی به زراعت این محصول، واردات را رقم زد.

سیاست مجوز واردات در ازای خرید پنبه داخل، امری مهم در پایداری تولید
وی در بخش دیگر سخنان خود با اشاره به سیاست مجوز واردات پنبه به ازای خرید پنبه داخل از سوی صنایع اذعان کرد: این سیاست به جهت استفاده از تولید داخل در صنایع نساجی مناسب است چرا که در صورت نبود مشتری برای تولید داخل در آینده‌ای نه چندان دور با کاهش تولید و افزایش واردات روبه‌رو خواهیم شد. به گفته کاویانی اجرای کاهش تعرفه واردات به ازای خرید داخل در پایداری تولید تاثیر بسزایی دارد.

قیمت تمام شده هر کیلو پنبه تصفیه شده ۸ هزار تومان
کاویانی با بیان اینکه قیمت تمام‌شده پنبه تصفیه‌شده بیش از ۸ هزار تومان است، افزود: در شرایط کنونی هر کیلو پنبه با نرخ ۳ هزار و ۲۰۰ تومان از کشاورزان خریداری می‌شود. مدیرعامل صندوق پنبه با انتقاد از واردات پنبه در سال ۸۲ تصریح کرد: با توجه به مزاد تولیدی که از سال ۷۹ روی دست پنبه‌کاران ماند در سال ۸۲ حدود ۱۲ هزار تن پنبه صادر شد که متأسفانه با صدور مجوز واردات پنبه در همان سال، ضربه مهلکی به زراعت پنبه و صنعت نساجی وارد شد.

درحالی است که امسال میزان واردات با رشد ۵۰ درصدی به رقم ۱۶ هزار تن رسید که با این وجود، ظرفیت اشتغال ریسندگی‌ها کاهش می‌یابد.

کاویانی با بیان اینکه صنایع ریسندگی ظرفیت تولید بیش از ۲۰۰ هزارتن نخ پنبه‌ای را دارند، گفت: براین اساس واردات بیش از حد نخ پنبه‌ای تعطیلی کارخانجات ریسندگی و بیکاری کارگران را به همراه دارد. مدیرعامل صندوق پنبه با بیان اینکه صنعت ریسندگی یکی از بخش‌های مهم اشتغال‌زا در کشور به شمار می‌رود، بیان کرد: در سالیان نه چندان

مدیرعامل صندوق پنبه گفت: در چهار ماه نخست امسال، نسبت به مدت مشابه سال گذشته واردات نخ پنبه ۵۰ درصد افزایش یافت. محمد حسین کاویانی با بیان اینکه سالانه حدود ۱۰۰ هزارتن الیاف و پنبه مورد نیاز صنایع نساجی است، اظهار کرد: امسال پیش‌بینی می‌شود که حدود ۴۵ هزارتن پنبه تصفیه‌شده قابل استفاده صنایع نساجی، در کارخانه‌های مجاز پنبه‌پاک‌کنی تولید شود. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وی با اشاره به اینکه در چهار ماه نخست سال گذشته ۱۰ هزار و ۵۰۰ تن نخ پنبه وارد شد، افزود: این





وام درمانی و گره کور تولید که باز نشد

ابوالفضل روغنی گلیایگانی رییس کمیسیون صنایع اتاق ایران

اتاق بازرگانی پرداخت تسهیلات برای بازسازی و نوسازی صنایع را به وزیر صنعت، معدن و تجارت پیشنهاد کرد.

گرچه دولت اعلام می‌کند که منابعی را برای این موضوع در چارچوب بودجه امسال یا طرح رونق تولید آماده کرده است اما هنوز شاهد تخصیص و پرداخت این منابع نیستیم. علاوه بر موانع تأمین منابع مورد نیاز برای بازسازی و نوسازی صنایع، مشکلات نقل و انتقال پول در نظام بانکی و تداوم آثار مخرب تحریم‌ها و اینکه شرکای خارجی فناوری روز تولید را به ما بفروشند یا خیر جای بحث بسیار دارد. تخصیص منابع، قابلیت خرید ماشین‌آلات، رفع مشکلات نقل و انتقال پول و... بسته سیاستی مرتبط با یکدیگر است که باید برای رفع مشکلات ساختاری تولید مدنظر قرار گیرد و گرنه صرف وام‌درمانی، قادر به حل بحران حاکم بر بخش تولید نیست.

حتی در صورت پرداخت تسهیلات پیش‌بینی شده به واحدهای تولیدی نیز به‌نظر نمی‌رسد مشکل وام‌درمانی گره کور بخش تولید را باز کند. علاوه بر آن در شرایطی که مسئولان دولتی از رفع تدریجی رکود حاکم بر بازار محصولات صنعتی خبر می‌دهند، رکود در بنگاه‌های کوچک و متوسط کاملاً محسوس است.

ممکن است بنگاه‌های بزرگ مانند فولاد، شرکت‌های خودروسازی یا صنایع بالادستی پتروشیمی از رکود خارج شده باشند اما در صنایع پایین‌دستی همچنان مشکلات جدی به‌دلیل رکود حاکم بر بازار وجود دارد. همچنین در حالی که هزینه تمام‌شده بالای تولید محصولات صنعتی ریشه در مشکلات اساسی بخش صنعت دارد، فارغ از برخی صنایع بزرگ مانند پتروشیمی‌ها، سایر صنایع کشور اقدام مؤثری برای بازسازی و نوسازی ماشین‌آلات خود انجام نداده‌اند و بر این اساس چندی پیش

سال گذشته دولت پرداخت ۱۷ هزار میلیارد تومان تسهیلات برای بنگاه‌های کوچک و متوسط در قالب طرح رونق تولید را مدنظر قرار داد و اعلام شد که مبلغ تسهیلات پرداختی به ۲۴ هزار میلیارد تومان رسیده است اما فقط بخشی از این تسهیلات در اختیار بنگاه‌های تولیدی قرار گرفت که برخی مشکلات این بنگاه‌ها را مرتفع کرد.

در ادامه این روند امسال نیز پرداخت ۳۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات به بنگاه‌های تولیدی مصوب شده که با گذشت بیش از ۷ ماه هنوز از پرداخت این تسهیلات خبری نیست. بر مبنای خوش‌بینانه‌ترین آمارها تاکنون حدود ۳۳ درصد این تسهیلات پرداخت شده و بنگاه‌ها همچنان درگیر فرایند ثبت‌نام، معرفی به بانک‌ها و تأمین شرایط دریافت منابع هستند و تا جایی که خبر داریم بانک‌ها به‌دلیل نداشتن منابع مالی توان پرداخت این تسهیلات را نداشته و با این روند پرداخت تسهیلات امسال رونق تولید دور از دسترس خواهد بود.

از سوی دیگر هنوز هم بنگاه‌های تولیدی با مشکلات دیگری مانند قوانین کار و بیمه تأمین اجتماعی، مالیات، افزایش نرخ حامل‌های انرژی، فراهم نبودن زیرساخت‌های صادرات کالا و از همه مهم‌تر با بحران قیمت تمام‌شده بالا دست و پنجه نرم می‌کنند که با این شرایط

هنوز هم بنگاه‌های تولیدی با مشکلات دیگری مانند قوانین کار و بیمه تأمین اجتماعی، مالیات، افزایش نرخ حامل‌های انرژی، فراهم نبودن زیرساخت‌های صادرات کالا و از همه مهم‌تر با بحران قیمت تمام‌شده بالا دست و پنجه نرم می‌کنند که با این شرایط حتی در صورت پرداخت تسهیلات پیش‌بینی شده به واحدهای تولیدی نیز به‌نظر نمی‌رسد مشکل وام‌درمانی گره کور بخش تولید را باز کند.



رانت و فساد اقتصادی، مانع بهبود محیط کسب و کار

غلامحسین شافعی رییس اتاق بازرگانی ایران

برای تخصیص این منابع در بخش‌های توسعه آفرین در کشور داشته باشیم.

باید عنوان کرد که کمبود منابع نبوده که کشور را به اینجا رسانده بلکه نبود برنامه و عدم درک درست از تخصیص این منابع در فعالیت‌هایی که بتواند این اهداف را برای ما تأمین کند، مشکل امروز اقتصاد ایران است. با اقدامات وصله پینه‌ای نمی‌توان مشکل اقتصاد را حل کرد و در چنین وضعیتی همین منابع محدود هم بیشتر به هدر می‌رود. پول‌ها را در جاهایی خرج می‌کنیم که ما به ازای اقتصادی ندارد.

رشد اقتصاد پایدار زمانی حاصل می‌شود که همراه با توزیع بهتر درآمدها باشد و توزیع درآمدها خود حاصل اشتغال پایدار است و اشتغال پایدار نیز حاصل انباشت سرمایه و نه حاصل تزریق پول به اقتصاد است. انباشت سرمایه نیاز به افزایش بهره‌وری تولید دارد. کاهش نرخ تشکیل سرمایه و افزایش هزینه تولید، نرسیدن به بازدهی لازم را به دنبال دارد. در این صورت، با افزایش هزینه تولید زمینه استفاده از رانت‌های مخرب فراهم شده است.

رانت خواری‌ها مانع اصلاح ساختار می‌شود و دولت هم قادر نیست به دلیل وجود رقابت‌های سیاسی، نهادهای اصلاحی را ایجاد کند و نهادهای ایجادشده هم قادر به عملکرد مثبت و مشارکت فعال نیستند. علی‌رغم وجود قوانین مربوط به تقویت بخش خصوصی اعم از داخلی و خارجی و حتی مشارکت بخش خصوصی در

عبارت دیگر بحران هستیم؟ اهمیت این پرسش از این بابت است که قبل از هرگونه طرح راهکار و ارائه راه حل در کشور، در ابتدا نیازمند شناخت صحیح و درستی از مشکلات و بحران‌های موجود در کشور و ارتباطات متقابل و مؤثر روند شکل‌گیری این بحران‌ها با یکدیگر هستیم. زیرا اگر نتوانیم این ارتباطات و روند مشکلات موجود را به‌درستی درک کنیم نمی‌توانیم بحران‌های به وجود آمده را حل کنیم و برای آن‌ها راهکار صحیح ارائه دهیم و ممکن است با راهکارهای نامناسب موجب تشدید و تعمیق بحران‌ها نیز شویم.

پس از اینکه سال‌ها برای هر یک از حوزه‌های مختلف جامعه ایرانی به‌صورت جداگانه نسخه پیچیدیم، امروز زمان آن رسیده که نگاهی جامع و علت و معلولی به مسائل و مشکلات کلان کشور داشته باشیم و روند و سلسله‌مراتب این معضلات را به صورت ریشه‌ای درک کنیم تا بتوانیم راه حل مؤثر و درخوری را برای خروج از آن‌ها ارائه دهیم.

امروز نمی‌توان توسعه‌نیافتگی کشور را به نبود منابع مرتبط دانست بلکه توسعه‌نیافتگی امروز ایران حاصل عدم به‌کارگیری صحیح در تخصیص منابع و ایجاد فضای سالم به دور از رانت و فساد برای ظهور کارآفرینان در عرصه‌های مختلف به‌خصوص بخش مولد کشور است. همه فکر و ذکر ما جمع‌آوری منابع مالی شده است بی آنکه بخواهیم برنامه بلندمدتی

رییس اتاق ایران در سی‌امین نشست هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران فساد اقتصادی را مورد انتقاد قرار داد و گفت: یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار برداشتن تبعیض‌ها از سر راه فعالان اقتصادی و ایجاد محیط کسب‌وکار رقابتی است که می‌تواند گام بزرگی در راستای ایجاد شفافیت و از بین بردن رانت اقتصادی در کشور باشد؛ به همین دلیل است که رانت و فساد اقتصادی اجازه اجرایی شدن این قانون را نمی‌دهد.

متن کامل سخنرانی رییس اتاق ایران در ادامه آمده است:

همان‌طور که می‌دانید اقتصاد ایران در حال گذراندن دومین سال پس از برجام و اولین سال دور دوم ریاست جمهوری آقای روحانی است. در شرایط موجود اقتصاد ایران را می‌توان به غریقی تشبیه کرد که در تلاش است خود را روی آب نگه دارد. باید با تکیه بر سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و شراکت همگانی شرایطی فراهم کرد که اقتصاد توانایی لازم برای بیرون کشیدن غریق از آب را در برابر موج‌های قدرتمند داشته باشد. آنچه در حرکت کنونی دیده می‌شود چنین نیست.

سؤال اصلی هم از دولت و هم از بخش خصوصی این است که ما امروز در چه بخش‌هایی از جامعه ایرانی دچار مشکلات با به

نهادهای تصمیم‌گیری، این بخش قادر به دفاع از موجودیت و منابع خود نخواهد بود؛ چرا که این تفکر حاکم است که بخش عمومی و بخش خصوصی رقیب یکدیگر هستند. بخش عمومی، بخش خصوصی را مکمل خود بداند و نه رقیب خود.

باید گفت علی‌رغم همه صحبت‌ها و نقشی که برای بخش خصوصی، دانشگاهیان، سیاست‌گذاران و کارآفرینان و متولیان کشور قائل هستند و این نقش به‌صراحت در بسیاری از برنامه‌ها توسعه بلندمدت کشور تدوین شده است اما همچنان باید اعتراف کرد که در اقتصاد ایران همچنان به بخش خصوصی به‌عنوان اصل نگریسته نمی‌شود. بخش خصوصی را بخشی می‌دانند که به دنبال تامین منابع خود است و چارچوب‌ها و مناسبات دولتی را صرفاً محملی برای امتیازگیری منابع خود می‌بیند؛ بخش خصوصی را به‌عنوان یک زائده ناهنجار نگاه می‌کند. چه زمانی سایه سنگین این نگاه از روی اقتصاد برداشته می‌شود فقط خدا می‌داند.

تجربه توسعه اقتصادی در دنیا نشان می‌دهد که بی‌شک توسعه اقتصادی از مسیر حضور فعال بخش خصوصی چه در عمل و چه در عرصه تصمیم‌گیری می‌گذرد. نمی‌شود از بخش خصوصی بخواهیم در اقتصاد سرمایه‌گذاری کند، حجم بالایی از بازار اشتغال کشور را به دوش بکشد اما در مراکز تصمیم‌گیری اقتصادی تنها با یک یا دو و گاهی هم بدون حق رأی حضور داشته باشد.

روند خصوصی‌سازی، میزان حضور بخش خصوصی در مراکز تصمیم‌گیری اقتصادی، میزان مانده تسهیلات اعطائی به بخش‌های غیردولتی صنعتی و مالیات دریافتی از آن‌ها در کشور طی سال‌های اخیر نشان دهنده این واقعیت است که همچنان اعتقاد واقعی به بخش خصوصی و بخش‌های مولد در کشور وجود ندارد یا بسیار ضعیف است.

آقای رییس‌جمهور خود در سخنان اخیر اظهار

کردند که باید دست دولت جلوی ملت دراز باشد. حدود ۴ سال است بخش‌های خصوصی می‌خواهند که بی‌واسطه با رییس‌جمهور صحبت کنند ولی هنوز در این عرصه توفیق نداشته‌ایم. در شرایط امروز که نفت هر روز بی‌ارزش‌تر می‌شود و بازگشت نفت ۱۴۰ دلاری رؤیایی بیش نیست دیگر نمی‌توان همچون گذشته به سعی و خطا روی آورد. توهم را کنار بگذاریم و از مبالغه‌گویی دست برداریم و این واقعیت را بپذیریم که اهمیت اقتصاد ما در جهان به هیچ وجه چشم‌گیر نیست ولی داشته‌های کشور ما بسیار حائز اهمیت است. بقینا راه برون‌رفت از این وضعیت روی ما بسته نیست. برای برون‌رفت از این وضعیت پیشنهاد می‌شود:

۱- علی‌رغم اینکه قانون بخش خصوصی را رسمیت داده، نمایندگان بخش خصوصی در هر یک از قوا برای تصمیمات حضور داشته باشند. اگر همه حوزه‌های را حاکمیتی بدانیم و مشارکت بخش خصوصی را در آن‌ها ناصواب تلقی کنیم، نتیجه چه خواهد بود؟

۲- دغدغه اصلی و اولویت متولیان صنعت کشور تمرکز بر ایجاد صنایع باشد. بزرگ‌ترین مشکل ما عقب ماندگی در تکنولوژی‌های تولیدی است. مصرف بالای انرژی و بهره‌وری پایین واحدهای تولیدی و قیمت تمام شده بالا از چالش‌های امروز است. از طرف دیگر تولید کالاهایی که به زودی تولید آن‌ها منسوخ می‌شود، جزو دغدغه‌های اصلی است.

۳- برنامه توسعه اقتصاد با تمرکز بر چند بخش مشخص آغاز شود. نحوه انتخاب این بخش‌ها به گونه‌ای باشد که بیشترین اشتغال مستقیم و غیر مستقیم، بیشترین اثرگذاری پسین و پیشین و بیشترین تحرک در سرمایه‌گذاری در زنجیره‌های بعدی را ایجاد کند. همچنین بخش‌های انتخاب شده باید بیشترین امکان باز

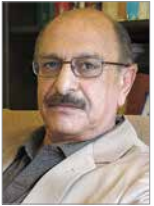
توزیع منابع در اقتصاد را میسر کنند.

۴- مفهوم رقابت به‌طور کاملاً مشخص و غیرقابل تفسیر و تعبیر، تعیین شود.

۵- اکنون که فرصتی برای کشور ایجاد شده، لازم است مردم از این واقعیت نیز آگاه باشند که به دور از اغراق وضعیت اقتصاد کشور چگونه است. مبالغه‌گویی مخرب ممکن است سیاست‌های کلان اقتصادی کشور را به بیراهه بکشاند پس باید به واقعیت‌های موجود در اقتصاد کشور واقف شد و چاره‌ای اندیشید.

مورد آخری که قصد دارم به آن اشاره کنم، محیط کسب‌وکار است که علی‌رغم تلاش دولت خاصه معاون اول رییس‌جمهور و وزیر اقتصاد برای بهبود محیط کسب‌وکار، بدنه اجرایی دولت علاقه‌ای به اجرای قانون ندارد چراکه از ویژگی‌های این قانون اعتبار دادن به بخش خصوصی و بالا بردن جایگاه بخش خصوصی است. از آنجا که این قانون باعث می‌شود حضور نمایندگان اتاق‌ها در مراکز مختلف افزایش یابد و تا حدودی اختیارات از دولت کم شود تمایلی به اجرای آن وجود ندارد.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این قانون برداشتن تبعیض‌ها از سر راه فعالان اقتصادی و ایجاد محیط کسب‌وکار رقابتی است که می‌تواند گام بزرگی در جهت ایجاد شفافیت و از بین بردن رانت اقتصادی در کشور باشد؛ به همین دلیل است که رانت و فساد اقتصادی اجازه اجرایی شدن این قانون را نمی‌دهد. به‌عنوان نمونه به بخش‌نامه رسمی معاون اول رییس‌جمهور اشاره می‌کنم که برای همه دستگاه‌های اجرایی ارسال شده و بر اساس آن، اجرای بند ۲ و ۳ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار مورد تأکید قرار گرفته است. بیش از ۹۰ درصد از سازمان‌ها حتی بخش‌نامه رسمی معاون اول رییس‌جمهور را اجرا نمی‌کنند.



نرخ ارز: ثبات آری، سرکوب نه

دکتر فرخ قبادی تحلیلگر اقتصادی

دچار تورمی بالاتر از شرکای تجاری‌شان، با مشکل مواجه می‌شدند. کاهش صادرات، افزایش واردات و کسری تراز پرداخت‌های این کشورها حفظ نرخ برابری سابق را برای آنها دشوار می‌ساخت. در این شرایط کشورهای مذکور باید با تزریق دلار به بازار و خرید پول خودشان، از کاهش نرخ برابری پول خود جلوگیری می‌کردند و اگر این کار میسر نبود، یعنی محدودیت ذخایر ارزی کشور، تزریق ارز کافی به بازار را نامقدور می‌ساخت، کشور مورد بحث می‌توانست به «IMF» مراجعه کند و در صورت موافقت «صندوق»، ارزش پول ملی خود را رسماً کاهش دهد. [۵] اما در نرخ جدید، محدودیت یک درصدی نوسانات، بار دیگر حاکم می‌شد.

علت اصلی فروپاشی نظام «پایه طلا-ارز»، زیاده‌روی آمریکا در بهره‌گیری از نقش دلار به عنوان ارز ذخیره بود. در سال ۱۹۷۱ دلارهای پخش شده در سراسر جهان (عمدتاً به علت سرمایه‌گذاری‌های آمریکا در کشورهای مختلف) به بیش از ۶ برابر ارزش طلاهای دولتی آمریکا رسیده بود و تبدیل‌پذیری دلار به طلا (در نرخ سابق) را عملاً ناممکن می‌ساخت. اعتراض کشورهای اروپایی به زیاده‌طلبی آمریکا، سرانجام این کشور را ناگزیر ساخت که رسماً تبدیل‌پذیری دلار به طلا (در نرخ هر اونس ۳۵ دلار) را لغو کند و این پایان عمر این نظام پولی بین‌المللی بود. از آن پس دیگر یک نظام پولی بین‌المللی

داشتند و از آنجا که ایالات متحده تبدیل‌پذیری دلار با طلا را تضمین می‌کرد (در نرخ ۳۵ دلار برای هر اونس طلا) دلار نیز مانند طلا رابطه مشخصی با پول‌های ملی داشت و می‌توانست مانند طلا به عنوان ذخیره لازم برای تسویه کسری‌های «تراز پرداخت‌ها» [۴] مورد استفاده قرار گیرد. صندوق بین‌المللی پول (IMF) وظیفه نظارت بر عملکرد نظام «پایه طلا-ارز» را بر عهده داشت و کشورها نمی‌توانستند به میل خود ارزش پول ملی‌شان را بالا و پایین ببرند. در حقیقت نرخ برابری پول یک کشور فقط می‌توانست در محدوده یک درصد بالاتر یا پایین‌تر از نرخ که در ابتدا تعیین شده بود، نوسان داشته باشد و نه بیشتر از آن.

اما از آنجا که نرخ تورم در کشورهای عضو صندوق بین‌المللی پول یکسان نبود، کشورهای

نوسانات شدید نرخ ارز، مخمل تجارت خارجی است. گرچه صادرکنندگان از افزایش نرخ ارز منتفع می‌شوند، اما حتی آنها نیز ثبات نرخ ارز را بر نرخ‌های پرنوسان و پیش‌بینی‌ناپذیر ترجیح می‌دهند. در حقیقت، یکی از بزرگ‌ترین امتیازات «نظام ارزی پایه طلا» [۶] که تا قبل از جنگ جهانی اول در دنیا استقرار داشت، ثبات «نرخ‌های برابری» (یعنی ارزش پول ملی یک کشور نسبت به پول کشوری دیگر) بود.

با بروز جنگ در سال ۱۹۱۴ این نظام پولی بین‌المللی فروپاشید که تشریح دلایل آن از فرصت این نوشته خارج است. نظام «پایه طلا-ارز» [۲] نیز که در سال ۱۹۴۴ در کنفرانس «برتن وودز» [۳] مورد توافق قرار گرفت، ثبات نرخ‌های برابری را تا حدود زیادی تضمین می‌کرد. در این نظام، پول‌های ملی رابطه مشخصی با طلا

نادیده گرفتن تفاضل انباشته شده تورم داخلی و خارجی و اصرار بر تثبیت نرخ برابری پول ملی بی‌توجه به واقعیت‌های اقتصادی، هم ذخایر ارزی را حیف و میل می‌کند (زیرا برای جلوگیری از کاهش نرخ برابری ریال، باید ارز به بازار تزریق شود)، هم واردات را جذاب‌تر می‌سازد و هم به صادرات و تولید داخلی لطمه می‌زند. در حقیقت، بازندگان اصلی این «بازی»، صادرکنندگان و تولیدکنندگان داخلی و در میان مدت، کارگرانی که شغل‌شان به واسطه واردات به خارج صادر شده، هستند و برندگان آن، رانت‌خواران و واردکنندگان کالاهای قاچاق و نیز همه گروه‌هایی‌اند که در واردات قانونی و توزیع آن نقش دارند و نرخ مصنوعاً ارزان‌نگه‌داشته شده ارز، بازارشان را رونق می‌دهد.

راه حل معقول، تعیین نرخ ارز براساس شرایط واقعی بازار و سپس مهار نوسانات هیجانی و مقطعی آن است. قاعدتا سیاست‌گذاران باید از نرخ برابری معقولی که با تقاضا و عرضه ارز در شرایط کنونی همخوانی دارد، آگاه باشند. از آن پس بانک مرکزی می‌تواند با سیاستی شفاف و با آهنگی ملایم و از پیش اعلام شده، نرخ ارز را براساس تفاضل تورم داخلی و خارجی اصلاح کرده و از سقوطهای ناگهانی و شوک‌آور جلوگیری کند.

فراگیر در سراسر جهان استقرار نیافت. برخی کشورها پول ملی خود را به یکی از ارزهای معتبر (دلار، فرانک، پوند و...) «وصل کردند» [۶] و در نتیجه نرخ برابری پول ملی آنها با پول کشور «مادر» که معمولا بزرگ‌ترین شریک تجاری آنها بود، تثبیت می‌شد. اما اکثر کشورهای صنعتی پیشرفته «نظام ارزی شناور» [۷] را انتخاب کردند که در آن، نرخ ارز براساس تقاضا و عرضه در بازار تعیین می‌شد.

در همین حال، بسیاری از کشورهای در حال توسعه که مایل نبودند سرنوشت ارزش پول ملی خود را کاملا به دست بازار بسپارند، نظام ارزی «شناور مدیریت‌شده» [۸] را برگزیدند (در کشور ما هم اکنون همین نظام ارزی حکمفرما است). در نظام ارزی شناور مدیریت شده، قرار بر این است که نرخ ارز براساس تقاضا و عرضه بازار تعیین شود، اما دولت (بانک مرکزی) می‌تواند در بازار دخالت کرده و نوسانات هیجانی و ناخواسته نرخ برابری را مهار کند.

این دخالت‌ها البته باید حد و مرزی داشته باشد. دولت‌ها می‌توانند نوسانات ناشی از هیجانات مقطعی و حوادث زودگذر را مهار کنند، اما تلاش در مهار نرخ برابری، در شرایطی که نوسانات نرخ ارز ریشه در عوامل ساختاری اقتصاد دارند، خسارت‌بار خواهد بود. فزونی نرخ تورم داخلی یک کشور بر تورم در کشورهای طرف معامله آن و انباشته شدن این تفاضل، نمونه‌ای بارز از این قبیل عوامل اختلال‌زا است.

حال می‌توان پرسید که در نظام ارزی «شناور مدیریت‌شده» کشور ما، چه سیاستی باید در پیش گرفته شود که هم نرخ برابری از ثبات نسبی برخوردار باشد و دچار نوسانات شدید و سقوطهای خسارت‌بار نشود و هم تلاش در تثبیت نرخ برابری به سرکوب نرخ ارز، یعنی به وضعیتی نینجامد که نرخ ارز یکسره از واقعیت‌های اقتصادی فاصله بگیرد و اقتصاد کشور را دچار اختلالات جدی کند؟ راه حل معقول، تعیین نرخ ارز براساس شرایط

واقعی بازار و سپس مهار نوسانات هیجانی و مقطعی آن است. قاعدتا سیاست‌گذاران باید از نرخ برابری معقولی که با تقاضا و عرضه ارز در شرایط کنونی همخوانی دارد، آگاه باشند. اگر هم در این مورد شک و تردید وجود داشته باشد، با آزمون و خطا و طی یک دوره کوتاه این نرخ کم و بیش مشخص خواهد شد. از آن پس بانک مرکزی می‌تواند با سیاستی شفاف و با آهنگی ملایم و از پیش اعلام شده، نرخ ارز را براساس تفاضل تورم داخلی و خارجی اصلاح کرده و از سقوطهای ناگهانی و شوک‌آور جلوگیری کند. با توجه به تورم ۱۰ درصدی در کشور و تورم ۲ تا ۳ درصدی کشورهای طرف معامله ما، کنترل نوسانات بازار ارز کار دشواری نخواهد بود و هرچه نرخ تورم ما کمتر شود، کنترل نرخ ارز کار آسان‌تری خواهد شد.

اما نادیده گرفتن تفاضل انباشته شده تورم داخلی و خارجی و اصرار بر تثبیت نرخ برابری پول ملی بی‌توجه به واقعیت‌های اقتصادی، هم ذخایر ارزی را حیف و میل می‌کند (زیرا برای جلوگیری از کاهش نرخ برابری ریال، باید ارز به بازار تزریق شود)، هم واردات را جذاب‌تر می‌سازد و هم به صادرات و تولید داخلی لطمه می‌زند. در حقیقت، بازنندگان اصلی این «بازی»، صادرکنندگان و تولیدکنندگان داخلی و در میان مدت، کارگرانی که شغل‌شان به‌واسطه واردات به خارج صادر شده هستند و برندگان آن، رانت‌خواران و واردکنندگان کالاهای قاچاق و نیز همه گروه‌هایی‌اند که در واردات قانونی و توزیع آن نقش دارند و نرخ مصنوعات ارزان‌نگه‌داشته‌شده

ارز، بازارشان را رونق می‌دهد.

و چه کسی نمی‌داند که در این «طناب‌کشی»، تاکنون زور کدام طرف بر دیگری چربیده است؟

پاورقی‌ها

۱- Gold Standard

۲- Gold-Exchange Standard

۳- نام ده‌ده‌ای در ایالت نیوهمپشایر آمریکا و محل کنفرانسی که در آن نظام «پایه طلا-ارز» و همچنین تاسیس صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی به تصویب رسید. به همین دلیل، نظام «پایه طلا-ارز»، نظام «برتن وودز» هم نامیده می‌شود.

۴- تراز پرداخت‌ها کلیه معاملات افراد، خانوار و دولت یک کشور با افراد، خانوار و دولت کشورهای دیگر را نشان می‌دهد.

۵- کاهش رسمی نرخ برابری پول ملی یک کشور «Devaluation» نامیده می‌شود. سازوکار یادشده البته برای ایالات‌متحده ضرورتی نداشت. از آنجا که دلار به‌عنوان ارز ذخیره شناخته شده بود، این کشور می‌توانست با پول خودش کسری‌هایش را جبران کند و البته پول خودش هم تمامی نداشت. این امتیاز بی‌بدیلی بود که نظام «پایه طلا-ارز» به آمریکا ارزانی کرده و این کشور نیز بی‌محابا از این امتیاز بهره گرفت.

۶- Pegged exchange Rate

۷- Floating Exchange Rates

۸- Managed Float System

صادرات و نرخ ارز



محمد مهدی بهکیش اقتصاددان و دبیر کل اتاق بازرگانی بین الملل

این روزها بحث توسعه صادرات در هر محفل اقتصادی مطرح است؛ زیرا تقاضای کالا و خدمات در کشور به شدت کاهش یافته و به سطح سال‌های اول دهه ۱۳۸۰ برگشته است؛ در حالی که امکانات اسمی تولید در این مدت یا در همان سطح باقی مانده یا افزایش یافته است. بنابراین تعادل عرضه و تقاضا در اکثر بازارها به هم ریخته و پتانسیل عرضه بیشتر از تقاضا است. این وضعیت بسیار بدتر خواهد شد، اگر کارخانه‌ها که به‌طور متوسط در سطح ۵۰ درصد ظرفیت اسمی تولید می‌کنند، تصمیم بگیرند تولید خود را با هدف نگهداری نیروی انسانی افزایش دهند. در چنین شرایطی باید به دنبال افزایش

تقاضا بود. بالا بردن تقاضا در داخل کشور فعلا امکان‌پذیر نیست زیرا درآمدهای واقعی مردم به‌سادگی قابل افزایش نیست تا زمانی که امکان جذب سرمایه فراهم آید. بنابراین همه دست‌اندرکاران متوجه اهمیت صادرات شده‌اند تا از این طریق تقاضا برای تولید بیشتر را به وجود آورند تا شاید امکان افزایش سرمایه‌گذاری و اشتغال بیشتر نیز از این طریق فراهم آید. ولی کشوری که عموماً تولیدش برای مصرف داخلی بوده و به دنبال رقابتی کردن بازارها نبوده است، چگونه می‌تواند صادرکننده جدی شود. این مساله امکان‌پذیر نیست زیرا تولیدات ما عموماً قدرت رقابت ندارند و هزینه تولیدشان بیشتر از قیمت‌های بین‌المللی است.

به همین دلیل صادرات کالاهای کارخانه‌ای در سال ۱۳۹۵ به میزان ۱۵ درصد نسبت به سال ۱۳۹۴ کاهش داشت و در شش ماهه اول ۱۳۹۶ به میزان ۵ درصد دیگر کمتر از شش ماهه مشابه سال قبل بود. اگر شرایط به همین ترتیب ادامه یابد، در سال‌های آتی نیز با کاهش بیشتر صادرات مواجه خواهیم بود. البته بحث صادرات محصولات وابسته به نفت و گاز در اینجا مطرح نیست زیرا ساختار متفاوت دارند و توسعه آنها وابسته به تولید نفت و گاز است و به‌علاوه به اشتغال کشور کمک زیادی نمی‌کنند چون سرمایه‌بر هستند.

راه حل خروج از افت صادرات را بسیاری از کارشناسان و مدیران کسب‌وکار افزایش نرخ ارز می‌دانند زیرا طی چهار سال گذشته نرخ ارز حدود ۱۲ درصد افزایش داشته در حالی که تورم ۵۸ درصد افزایش یافته است. البته قاعده آن است که نرخ ارز به میزان تفاوت نرخ تورم داخلی و بازارهای طرف معامله هر سال افزایش یابد که ارقام فوق نشان می‌دهد این چنین نشده است. علاوه بر آن ما مجبور بوده و هستیم که افزایش هزینه‌ها به خاطر مشکلات ساختاری را با افزایش نرخ ارز جبران کنیم زیرا کشور قدرت تصحیح ساختارهای نامناسب را ندارد و صاحبان

همه دست‌اندرکاران متوجه اهمیت صادرات شده‌اند تا از این طریق تقاضا برای تولید بیشتر را به وجود آورند تا شاید امکان افزایش سرمایه‌گذاری و اشتغال بیشتر نیز از این طریق فراهم آید. ولی کشوری که عموماً تولیدش برای مصرف داخلی بوده و به دنبال رقابتی کردن بازارها نبوده است، چگونه می‌تواند صادرکننده جدی شود. این مساله امکان‌پذیر نیست زیرا تولیدات ما عموماً قدرت رقابت ندارند و هزینه تولیدشان بیشتر از قیمت‌های بین‌المللی است.

دیگر و شاید مهم‌تر از آن، تاثیر تغییر نرخ ارز بر انتظارات تورمی است که آن هم به دلیل فقدان هدف‌گذاری سیاست‌های ارزی در بانک مرکزی به وجود آمده است.

این رویه قابل ادامه نیست و کشور را به دوری باطل از افزایش نرخ ارز، افزایش تورم و تکرار آن مواجه می‌سازد که جز تخریب بیشتر ساختارها نتیجه دیگری ندارد. راه‌حل اساسی از یک طرف اقدام شجاعانه دولت در تصحیح ساختارهای اقتصادی است که البته امری میان‌مدت است و از طرف دیگر توجه به استقلال بانک مرکزی و سیاست‌گذاری ارزی است. اگر هر چه زودتر به چگونگی تغییر نرخ ارز رسیدگی نشود و برای آن هدف‌گذاری و سیاست‌گذاری مشخصی صورت نگیرد، فشار کمبود تقاضا برای کالا و خدمات در داخل و گسترش بیکاری در کشور بسیاری از تولیدکنندگان را به طرف صادرات سوق خواهد داد و در نتیجه فشار برای افزایش نرخ ارز، برای مقرون‌به‌صرفه کردن صادرات، آن‌چنان از منطق علمی خارج خواهد شد که هیچ‌کس جلودار آن نخواهد بود.

ریال تنها حدود ۱۱ درصد در یک‌سال گذشته افزایش داشته است (تقریباً تمام افزایش ۱۲ درصدی نرخ ارز در ۴ سال دولت یازدهم در یک‌سال گذشته اتفاق افتاده است). راه‌حل از دید بسیاری از صادرکنندگان آن است که نرخ ارز را ۱۰ درصد دیگر افزایش دهیم تا صادرکننده فروش بتواند در همان وضعیت سال گذشته قرار گیرد.

می‌توان مثال‌های فراوان آورد که هزینه تمام شده به دلایل مختلف از جمله موارد فوق با شرایط رقابتی متفاوت هستند و دولت قدرت تصحیح آن ساختارها را ندارد تا با ایجاد محیط رقابتی و تامین منابع ارزان‌تر، قیمت تمام شده در تولید را کاهش دهد و تنها راه برای جبران عدم توانایی‌های کشور در حکمرانی، افزایش نرخ ارز قلمداد می‌شود، درحالی‌که این افزایش بهره‌وری است که به تقویت پول ملی می‌انجامد و ما متأسفانه از آن بی‌بهره هستیم. توجه نمی‌کنیم که افزایش نرخ ارز برای جبران کاستی‌ها از یک طرف موجب افزایش قیمت واردات می‌شود که خود باعث افزایش قیمت تمام شده کالا و خدمات می‌شود و از طرف

کسب‌وکار تنها دریاچه آسان برای جبران کمبودها را افزایش نرخ ارز می‌دانند.

بنابراین چگونگی دستیابی به نرخ ارز مناسب در این وادی مشخص نیست. اگر قرار شود تنها به صادرات فکر کنیم مجبور هستیم هزینه‌های تحمیل شده به تولید به خاطر مشکلات ساختاری کشور را با افزایش نرخ ارز جبران کنیم. به‌عنوان مثال اگر قصد صادرات یکی از خودروهای ساخت داخل را داشته باشیم، برای خودرویی که حدود ۴۰ میلیون تومان در داخل به فروش می‌رسد، باید بازاری در خارج کشور پیدا کنیم که همان خودرو را به میزان ۱۰ هزار دلار خریداری کند تا فروشنده با ارز چهار هزار تومانی بتواند همان درآمد را داشته باشد، البته در صورتی که هزینه‌های حمل، بیمه، حق‌العمل‌کاری و هزینه خدمات پس از فروش و... را برای ساده‌سازی بحث نادیده بگیریم.

طبیعی است با توجه به قیمت‌های جهانی خودروهای رقیب، هیچ خریداری حاضر به خرید خودرو مورد نظر ایرانی به قیمت ۱۰ هزار دلار نخواهد بود. بنابراین راه‌حل چیست؟ برخی فکر می‌کنند نرخ ارز را به شش تا هفت هزار تومان افزایش دهیم تا خودروی مورد نظر به فروش رود. یا اگر سوبسیدهای انرژی، مواد اولیه و... را از تولید فولاد حذف کنیم، صادرات فولاد تنها با افزایش نرخ ارز امکان‌پذیر می‌شود.

همچنین اگر به صادرات فرش که یک کالای صادراتی سنتی و در حال از بین رفتن است، توجه کنیم، هزینه‌های تولیدکننده در یک‌سال گذشته، بنا به گفته برخی صادرکنندگان، بیش از ۲۰ درصد افزایش یافته درحالی‌که قیمت فروش فرش در سطح بین‌المللی تغییری نکرده و نرخ تبدیل ارز به

تنها راه برای جبران عدم توانایی‌های کشور در حکمرانی، افزایش نرخ ارز قلمداد می‌شود، درحالی‌که این افزایش بهره‌وری است که به تقویت پول ملی می‌انجامد و ما متأسفانه از آن بی‌بهره هستیم. توجه نمی‌کنیم که افزایش نرخ ارز برای جبران کاستی‌ها از یک طرف موجب افزایش قیمت واردات می‌شود که خود باعث افزایش قیمت تمام شده کالا و خدمات می‌شود و از طرف دیگر و شاید مهم‌تر از آن، تاثیر تغییر نرخ ارز بر انتظارات تورمی است که آن هم به دلیل فقدان هدف‌گذاری سیاست‌های ارزی در بانک مرکزی به وجود آمده است.



چرا احساس بی‌ثباتی می‌کنیم؟

محمود سریع‌القلم استاد دانشگاه شهید بهشتی

به نظر می‌رسد تحلیل و شناخت از وضع موجود جامعه ما بسیار اندک است. مدیران کار طبیعی خود را انجام می‌دهند. این کار عمدتاً Propaganda است. در چنین شرایطی، وظیفه کانونی روشنفکران، تفکیک تحلیل از Propaganda است. روی آوردن به نبض جامعه و Factها، بهترین روش علمی برای شناخت است. ۳ دلیل برای فهم وضع موجود جامعه قابل تصور است:

۱- کشور ما، کشور افراد است و نه سیستم‌ها. الفاظی مانند رویه، قاعده، قانون، آیین‌نامه و چارچوب در توسعه یافتگی کشورها مقدس هستند. اصولاً سیستم‌ها هستند که توسعه را هدایت می‌کنند. اما در پیشبرد بسیاری از امور در جامعه ما، در نهایت باید رضایت افراد را جلب کنیم تا آنکه طبق مقررات و آیین‌نامه‌ها عمل کنیم. بی‌دلیل نیست در آلمان، ساعت پنج بعدازظهر همه محل کار خود را ترک می‌کنند تا بروند و زندگی کنند. لزومی ندارد تا ۱۲ شب جلسه بگذارند. جلسات فراوان به معنای

ناهماهنگی و معرف فقدان رویه و قاعده است. طی ۱۷۰ سال تجربه تحول در کشور،

نتوانسته ایم مهم‌ترین فرآورده مدرنیته که سیستم‌سازی در همه عرصه‌ها است را ایجاد کنیم. تقریباً حل هر مسئله‌ای تابع رأی، سلیقه، خواسته‌ها، منافع و حتی مزاج افراد

متکی بودن به افراد، بی‌ثباتی می‌آورد. در حالی که رویه‌ها و سیستم‌ها ثبات دارند و شهروندان می‌توانند خروجی آنها را پیش‌بینی کنند. از ۱۳۵۰ به بعد نه تنها به طرف سیستم نرفته‌ایم بلکه به صورت مقایسه‌ای با کشورهای هم‌تراز خود، غلظت نقش فرد در تصمیم‌گیری، تصمیم‌سازی و حکمرانی را به شدت افزایش داده‌ایم. امروز در جهان سیستم‌ها، خطاها را تشخیص می‌دهند و نه افراد. بنابراین، بی‌ثبات هستیم چون با درصد بالا، تحت تأثیر قضاوت افراد هستیم نه سیستم‌ها.

است. این وضعیت به صورت طبیعی فراز و نشیب دارد. انسان‌ها همیشه حالات ثابتی

ندارند و افکار و تمایلات روحی آنها ممکن است در شرایط مختلف متفاوت باشد و تحت‌الشعاع منافع آنی باشد. متکی بودن به افراد، بی‌ثباتی می‌آورد. در حالی که رویه‌ها و سیستم‌ها ثبات دارند و شهروندان می‌توانند خروجی آنها را پیش‌بینی کنند. از ۱۳۵۰ به بعد نه تنها به طرف سیستم نرفته‌ایم بلکه به صورت مقایسه‌ای با کشورهای هم‌تراز خود، غلظت نقش فرد در تصمیم‌گیری، تصمیم‌سازی و حکمرانی را به شدت افزایش داده‌ایم. امروز در جهان، سیستم‌ها، خطاها را تشخیص می‌دهند و نه افراد. بنابراین، بی‌ثبات هستیم چون با درصد بالا، تحت تأثیر قضاوت افراد هستیم نه سیستم‌ها. ۲- ابهام در سیاست‌گذاری‌ها: به طور اعجاب‌آوری، علاقه فراوانی داریم در خانواده، در ادارات، در جامعه، همه جا تقریباً، امور را و افراد را کنترل کنیم. کنترل را بر روابط قاعده‌مند ترجیح می‌دهیم. چون کنترل را بر مدیریت اولویت می‌دهیم، به یک خصلت ضد توسعه مجهزیم: ابهام. بدون شفافیت در سیاست‌گذاری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و قواعد نمی‌توان پیشرفت کرد چون شفافیت، اطمینان خاطر می‌آورد. به

داخل بهبود بخشد. سیاست خارجی با ثبات به معنای ارتباط با شبکه‌های تولیدی، علمی و فناوری است.

اصلی در روانشناسی سیاسی است به نام Groupthink. این مفهوم به این معناست: عده‌ای که مثل هم فکر می‌کنند، مثل هم برداشت می‌کنند و منافع مشترک دارند، وقتی تصمیم‌سازی می‌کنند خطاها و اشتباهات فراوانی را بدون آن که آگاه باشند مرتکب می‌شوند. خروجی گروه‌های منسجم،

عموما دچار آسیب است چون تمامی زوایای یک موضوع را نمی‌بینند، اطلاعات ناقص است و اعضای گروه برای حفظ انسجام آن گروه، یکدیگر را نقد نمی‌کنند. در فضاهای تصمیم‌سازی، اگر نظر متفاوت و مخالف وجود نداشته باشد، تصمیم‌سازی مختل است. برای آنکه ثبات ایجاد کنیم باید در نوع تصمیم گرفتن و تصمیم‌سازی تجدید نظر کنیم و در جلسات، تکرر برداشت‌ها و دیدگاه‌ها را گرد هم آوریم تا از همه زوایا، موضوعات را ببینیم. جان اف کندی این گونه تصمیم می‌گرفت: پیرامون یک موضوع، از درون دولت و از بیرون دولت، مخالف و موافق موضوع را گرد یک میز بزرگ جمع می‌کرد. خود دور از همه در گوشه‌ای می‌نشست و به جدل فکری این گروه گوش می‌کرد. یادداشت برمی‌داشت. سوالات خود را می‌نوشت. در انتها، آن‌ها را مطرح می‌کرد. سپس با شنیدن تمامی دیدگاه‌ها و پاسخ به سئوالات خود، تصمیم می‌گرفت.

اگر از این روش و این گونه روش‌ها برای تصمیم‌سازی بهره نبریم، از جهانی که با سرعت قابل توجهی در حال حرکت است عقب می‌مانیم. مدیریت توأم با کنترل و ابهام، به فقر و انزوا منجر می‌شود.

و امنیتی منجر می‌شود. آلمانی‌ها اهمیت نمی‌دهند چه فردی و با چه روحیه‌ای در کاخ سفید است؛ آنها با هزاران شبکه تولیدی، علمی، آموزشی، فناوری و بازارها در جامعه آمریکا کار می‌کنند. این نوع رهیافت، ثبات می‌آورد، منافع مشترک تعریف می‌کند و از خصلت‌های منفی فردی مانند عصبانیت، مزاج، پیش‌داوری و سوء برداشت فاصله می‌گیرد. نگاه ما به سیاست خارجی

امروز عصر شبکه‌سازی است. شبکه‌سازی با شرکت‌ها، مؤسسات، مراکز تحقیقاتی و بنیادها. شبکه‌ها کارها را پیش می‌برند. سیاست خارجی یعنی شبکه‌سازی با جهان، یعنی روان کردن ارتباطات میان شبکه‌های تولیدی، علمی، نوآوری داخلی با هم‌قطاران بین‌المللی خود. آن‌هایی که تولید می‌کنند می‌خواهند پیام‌زندان از هر فردی، از هر ملیتی، از هر قومی. توانایی مهم است و نه ملیت و محل تولد. در جهان شبکه‌ها، مهارت مهم است و نه جغرافیا.

متعلق به واقعیات امروز جهانی نیست و با فرض‌های قدیمی، مدیریت می‌شود. این نگاه بسیار فراز و نشیب دارد و به صورت ساختاری، شبکه‌ها را از هم جدا می‌کند و نتیجه آن بی‌ثباتی و درگیری‌های مدت‌دار می‌شود. سیاست خارجی برای بهره‌برداری از امکانات بیرونی است. هند شاید بهترین و موفق‌ترین نمونه باشد. از شرق، چین، ژاپن، روسیه، دنیای عرب و جهان غرب استفاده می‌کند تا شاخص‌های زندگی و کار را در

همان دلیل که با افراد دمدمی مزاج نمیتوان، عمارت دوستی ساخت، در شرایط ابهام هم نمیتوان برنامه‌ریزی کرد و آینده‌ای مطمئن بنا کرد. شهروند و کارآفرین آلمانی به ثبات اندیشه‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در مدیریت کشور، اطمینان ذهنی، روانی و عینی دارد و می‌تواند طراحی کند و به ثبات روندها در سال‌های آتی، اعتماد داشته باشد. ما به ابهام علاقه داریم چون می‌خواهیم کنترل کنیم.

ابهام و کنترل کردن، نقش فرد را افزایش می‌دهد و سیستم‌سازی را مختل می‌کند. اکثر کشورها در حوزه‌های امنیتی قابل پیش‌بینی نیستند. اما در امور اقتصادی، مالی، مالیاتی، بانکی، شهری، اجتماعی، مدنی، فرهنگی و آموزشی بسیار شفاف هستند. این شفافیت، ثبات می‌آورد.

۳- تأثیر سیاست خارجی بر زندگی مردم: دوره روابط دولت‌ها تقریباً پایان یافته است؛ امروز عصر شبکه‌سازی است. شبکه‌سازی با شرکت‌ها، مؤسسات، مراکز تحقیقاتی و بنیادها. شبکه‌ها کارها را پیش می‌برند. اکثر دولت‌ها، ارتباط این شبکه‌ها را تسهیل می‌کنند. نگاه سنتی به روابط بین‌الملل و راضی کردن یا تقابل با دولت‌ها اندیشه‌ای است که به قرن گذشته تعلق دارد. سیاست خارجی

یعنی شبکه‌سازی با جهان، یعنی روان کردن ارتباطات میان شبکه‌های تولیدی، علمی، نوآوری داخلی با هم‌قطاران بین‌المللی خود. آن‌هایی که تولید می‌کنند می‌خواهند پیام‌زندان از هر فردی، از هر ملیتی، از هر قومی. توانایی مهم است و نه ملیت و محل تولد. در جهان شبکه‌ها، مهارت مهم است و نه جغرافیا. وقتی سیاست خارجی مبتنی بر رهیافت روابط بین‌الدول باشد، دچار فراز و نشیب می‌شود و به درگیری‌های لفظی



مشتری واقعا چه چیزی از یک شرکت می خواهد؟

مترجم: سیدحسین علوی لنگرودی

شرکتی باید در خدمت‌رسانی به مشتریان آنها را ارائه دهد. از نظر مشتریان دقت و فراهم بودن امکانات شرط لازم برای کسب رضایت مشتری هستند اما کافی نیستند و فقط نصف قضیه رابطه شرکت و مشتری را تشکیل می‌دهند و برای برآورده ساختن آنها از سوی شرکت‌ها نمی‌تواند از مشتریان معمولی، طرفداران دوآتشه و همیشگی بسازد.

سطح سوم: در این سطح، مشتریان، توقع شراکت و همراهی دارند. آنها از شرکت‌ها انتظار دارند که به آنها گوش فرا دهند، نسبت به خواسته‌هایشان واکنش نشان داده و به گونه‌ای رفتار کنند که مشتری مطمئن شود، شرکت در کنار آنهاست و نه در مقابلشان. به‌خاطر وجود همین انتظارات است که بسیاری از خطوط هوایی اقدام به تشکیل باشگاه‌های هواداران و مشتریان وفادارشان می‌کنند و برای آنها امتیازات ویژه‌ای قائل هستند یا بانک‌ها در پیامک‌هایشان روز تولد مشتریان را تبریک می‌گویند. امروزه شرکت‌های فعال در تولید، خدمات، بسته‌بندی و... به درستی دریافته‌اند که مشتریانی که بدانند خواسته و نظرشان به حساب آمده و مورد توجه قرار گرفته است، یک گام به رضایتمندی واقعی و تبدیل

مواردی از این دست، نارضایتی مشتریان، امری اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

سطح دو: سطح بعدی، «فراهم بودن» است. در این سطح مشتریان توقع دارند، مثلا هتل زنجیره‌ای که برای اقامت انتخاب کرده‌اند، گزینه‌های مختلفی پیش روی آنها قرار دهد یا بانک منتخب‌شان، در ساعات طولانی‌تر به خدمت‌رسانی برای مشتریان پرداخته و کارمندان بیشتری جهت پاسخگویی حضور داشته باشند یا رستورانی که انتخاب کرده‌اند از امکاناتی مانند پارکینگ بزرگ و گارسون‌های مجرب و همیشه در خدمت برخوردار باشد. چنین انتظاراتی به آسانی قابل برآورده شدن هستند و با کمک پیشرفت‌های تکنولوژیک و سخت‌افزاری می‌توان آنها را تحقق بخشید. تا اینجا و در مورد سطح یک و دو، از انتظارات مشتریان می‌توان گفت که تحقق کامل و موفق آن فقط می‌تواند از نارضایتی مشتریان جلوگیری کند، چرا که مشتریان معتقدند که فراهم آوردن این امکانات و برآورده ساختن این انتظارات از وظایف بدیهی شرکت‌ها محسوب می‌شود و مواردی همچون دقت و فراهم بودن امکانات اولیه از جمله حداقل‌هایی است که هر

در بیست سال اخیر، گالوپ با بیش از یک میلیارد مشتری از سراسر جهان مصاحبه کرد و از آنها در مورد اینکه یک مشتری واقعا چه چیزی از یک شرکت می‌خواهد پرسید و همان‌طور که انتظار می‌رفت توقعات مشتریان از شرکت‌ها، از صنعتی به صنعت دیگر و در هر بخشی متفاوت بود. اما آنچه در این میان جالب توجه‌تر بود اینکه همه مشتریان روی چهار مقوله کلیدی بیش از سایر موضوعات تاکید داشتند و در صورت برآورده شدن این انتظارات چهارگانه، به طرفداران دائمی و مبلغان محصولات و خدماتی که استفاده می‌کردند، تبدیل می‌شدند. این چهار مقوله در سطوح زیر طبقه‌بندی می‌شوند:

سطح یک: در نازل‌ترین سطح، مشتریان از یک شرکت انتظار «دقت» دارند. به عنوان مثال: آنها از یک هتل انتظار دارند که همان اتاقی که رزرو کرده‌اند در اختیارشان قرار دهد یا از بانک انتظار دارند که صورت حسابی واقعی در اختیارشان قرار دهند یا اگر به رستورانی رفتند، همان غذایی که سفارش دادند به آنها تحویل شود. در این سطح، چنانچه شرکت‌ها نتوانند این انتظارات حداقلی را برآورده سازند، صرف‌نظر از اینکه کارکنان، تا چه میزان برخورد دوستانه‌ای با آنها داشته باشند و

شدن به طرفدار وفادار نزدیک‌تر می‌شوند.

سطح چهارم: پیشرفته‌ترین سطح انتظارات مشتریان، مشاوره است. مشتریان احساس نزدیکی بیشتری نسبت به یک شرکت یا سازمان دارند مادامی که آن شرکت یا سازمان به آنها کمک کرده باشد تا چیزهای جدیدی بیاموزند. امروز برخی شرکت‌های حسابداری تاکید ویژه‌ای بر آموزش موضوعاتی به مشتریانشان دارند که به آنها کمک می‌کند تا سرمایه‌شان را به شکل موثرتری مدیریت کنند. شرکت مشهور آمازون، همیشه به مشتریان خود فهرستی دقیق و کامل از کتاب‌هایی را توصیه می‌کند که ممکن است برایشان جذاب و خواندنی باشد. آمازون با این مشاوره‌ها، در واقع به آنها آموزش‌های رایگانی می‌دهد که ارزش و کاربردهای فراوانی برای آنها دارد. شرکت آمازون به درستی دریافته که آموزش و یادگیری همیشه موجب وفاداری می‌شود. همان‌طور که بسیاری از دانش‌آموزان و دانشجویان، سال‌ها پس از فراغت از تحصیل

همچنان به معلم‌ها و استادان خود در مدرسه و دانشگاه وفادار مانده و آنها را به خاطر دارند. به‌طور کلی، سطوح سوم و چهارم انتظارات مشتریان یعنی همکاری و مشاوره اگر به خوبی و با دقت برآورده شوند، باعث تبدیل مشتریان معمولی به طرفداران دواتشه و همیشگی خواهند شد.

حال سوال اینجاست که چگونه و از چه طریقی می‌توان این انتظارات سطح بالا را برآورده ساخت؟ واقعیت آن است که پاسخ به این سوال فقط در مواردی همچون استفاده از پیشرفت‌های تکنولوژیک یا تنظیم دقیق مراحل کار خلاصه نمی‌شود و برای تحقق آنها به کارمندان زبده، با استعداد و با انگیزه در خط مقدم ارتباط با مشتریان نیاز هست که با استفاده از واژگان درست و با انتخاب لحنی مناسب برای هر کدام از مشتریان به گونه‌ای با آنها برخورد کنند که به آنها حس همکار و همیار بودن و همچنین مشاوره دادن القا کرده و پس از مدتی آنها را به مشتریان پروپاقرص و وفادار شرکت تبدیل کنند. در این

حالت کارمندی که در برخورد با مشتری مانند معلمی دلسوز و مهربان که با دانش‌آموزش رفتار می‌کند، می‌تواند از طریق آموزش و یادگیری، مشتریانی وفادار تربیت کند. البته این آموزش و یادگیری باید در زمان مناسب و با شیوه‌ای درست صورت پذیرد و تکنولوژی می‌تواند این فرآیند را تسهیل و تسریع کند اما در این میان نقش اصلی را کارمندان بازی خواهند کرد. بررسی‌های موسسه گالوپ، درستی این مدعا را به اثبات رسانده و نشان داده که مدیران بزرگ به خوبی توانسته‌اند کارمندانشان را به گونه‌ای هدایت کنند که در وهله اول، از ایجاد و گسترش نارضایتی بین مشتریان جلوگیری کنند و در گام بعدی با تقویت مهارت‌های گوش کردن و آموزش دادن به دیگران، به گونه‌ای با مشتریان برخورد کنند که به آنها از یکسو حس همیاری و از سوی دیگر حس آموزش و یادگیری القا کنند و به این ترتیب از آنها طرفدارانی دواتشه و دائمی بسازند.

منبع: Gallup



۸ نکته مؤثر در جذب سرمایه‌گذار برای کسب‌وکارهای نوپا

منبع: Entrepreneur

بسیاری از سرمایه‌گذاران ترجیح می‌دهند سرمایه خود را در اختیار کارآفرینانی بگذارند که از رزومه کاری خوبی برخوردار باشند. در واقع سرمایه‌گذاران به دنبال کارآفرینانی هستند که قبل از راه‌اندازی کسب‌وکار خود مدتی در شرکت‌های پیشرو حضور داشته و از راهنمایی‌های مدیران تأثیرگذار بهره‌مند شده باشند؛ اما این لزوماً بدان معنا نیست که کارآفرینانی که رزومه کاری پربراری ندارند، هیچ شانس برای جذب سرمایه‌گذار نخواهند داشت. اگرچه جذب سرمایه‌گذار برای کسب‌وکارهای جدید یکی از دشوارترین وظایف مؤسسان یا مدیران آنهاست، اما نکاتی در این زمینه وجود دارد که با رعایت کردن آنها می‌توان به جذب سرمایه‌گذار-حتی برای کسب‌وکارهایی که مؤسسان و مدیرانشان از رزومه کاری قوی برخوردار نیستند امیدوارتر بود.

۱. طفره نروید؛

به اصل مطلب بپردازید

سعی کنید صحبت‌هایتان کوتاه و راجع به اصل موضوع باشد. برای سرمایه‌گذاران مهم نیست که هوا خوب یا بد است، یا صبحانه چه چیزی خورده‌اید. آنها می‌خواهند بدانند شما چه برنامه‌ای برای ساخت یک شرکت فوق‌العاده و سود رساندن به همه ذی‌نفعان (از جمله سرمایه‌گذاران) دارید. تشریح دقیق و ماهرانه مشخصات محصولات و نیز چشم‌انداز شرکت برای سرمایه‌گذاران بالقوه باید اولویت

اول شما باشد.

۲. اندازه بازار و فرصت‌های موجود در آن را بشناسید

یک اشتباه رایج در بین بسیاری از کارآفرینان این است که آنها به‌درستی نمی‌دانند بازار محصولشان چه اندازه‌ای دارد و چه فرصت‌هایی در آن نهفته است. هرچه اطلاعاتی که شما در مورد اندازه بازار و فرصت‌های نهفته در آن به سرمایه‌گذاران بالقوه می‌دهید، برای آنها وسوسه‌کننده‌تر باشد مسلماً شانس بیشتری برای جذب آنها خواهید داشت.

فرض کنید شما قصد دارید محصولی بسازید که به ورزشکاران رشته پرش آزاد کمک می‌کند تا چتر نجات خود را در فضای کوچک‌تری جا دهند. این ایده اگرچه ایده خوب و مفیدی است اما باید بدانید که تعداد ورزشکاران رشته پرش آزاد در جهان آن‌قدر زیاد نیست که بازار محصولات مرتبط با آن به اندازه کافی بزرگ و مملو از فرصت باشد.

۳. واقعیات را بگویید

هیچ‌وقت به سؤالی که پاسخش را نمی‌دانید، پاسخ ندهید مگر آنکه پاسخ شما جمله‌ای شبیه به این باشد: «نمی‌دانم، اما در اسرع وقت با شما در خصوص آن تماس خواهم گرفت». این یک پاسخ مناسب است که به شما کمک می‌کند تا در نظر دیگران به فردی معتبر و

قابل‌اعتماد تبدیل شوید. البته این نکته را فراموش نکنید که شما باید همیشه اطلاعات اساسی کسب‌وکارتان را در ذهن داشته باشید. مثلاً اگر یک سرمایه‌گذار بالقوه از شما بپرسد که شرکتتان در سال گذشته چقدر درآمد داشته است و شما بگویید: «نمی‌دانم، اجازه دهید بعداً در این مورد با شما تماس بگیرم»، به احتمال زیاد مذاکرات پایان خواهد یافت و دیگر خبری از آن سرمایه‌گذار نخواهید شنید.

۴. در همان برخورد اول خود

را به بهترین نحو معرفی کنید

از خودتان خلاقیت نشان دهید و سعی کنید خود را به نحوی به سرمایه‌گذار معرفی کنید که او جذب شما شود؛ رعایت این نکته خصوصاً برای کارآفرینان تازه‌کار بسیار مهم است. بعد از یک معرفی خوب و موفقیت‌آمیز، شما باید کارهای بیشتری انجام دهید. علائق و سلايق سرمایه‌گذاران بالقوه را کشف کنید و کسب‌وکارتان را تا حد امکان با آنها وفق دهید.

۵. بیش‌ازحد آماده باشید

همیشه این نکته را به یاد داشته باشید که «در تأثیرگذاری، هرگز شانس دومی نخواهید داشت». پیش از اینکه با سرمایه‌گذاران بالقوه ملاقات کنید، کاملاً مطمئن شوید که به همه چیز مسلط هستید. حتی می‌توانید قبل از ملاقات با سرمایه‌گذاران بالقوه، از دوستان



است. در تعاملاتی که با سرمایه‌گذاران دارید، همواره تواضع و ادب را رعایت کنید و قدردان اعتمادشان باشید، اما هرگز از کسی بابت زمانی که در اختیار شما قرار داده است تشکر نکنید. سرمایه‌گذاران کارشان این است که به تعداد زیادی از کارآفرینان «نه» بگویند؛ آنها شاید سالانه هزاران طرح را بررسی کنند و در نهایت تنها تعداد اندکی از این طرح‌ها را برای سرمایه‌گذاری برگزینند.

بنابراین شما نباید با شنیدن پاسخ منفی از سرمایه‌گذاران بالقوه ناراحت و مأیوس شوید؛ در عوض بهتر است به بازخوردهایی که آنها به شما می‌دهند بیشتر توجه کنید و از این بازخوردها برای رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت خود کمک بگیرید. وقتی شما با سرمایه‌گذاران بر سر میز مذاکره می‌نشینید، ممکن است بارها با پاسخ منفی مواجه شوید و این یک مسئله عادی است؛ البته رعایت نکات فوق می‌تواند شانس شما را برای دریافت پاسخ مثبت از سرمایه‌گذاران افزایش دهد.

اینکه مثلا شما یک‌هشتم از پیچ‌های مورد نیاز کارخانه خود را از هنگ‌کنگ تأمین می‌کنید، ندارند.

۷. اعداد و ارقام را به صورت دقیق بیان کنید

اگر شما همه اعداد و ارقام را گرد کنید و مثلا بگویید «سال گذشته حدود ۳ میلیون دلار فروش داشتیم» یا «سرمایه ما حدود ۲ میلیون دلار افزایش یافته است» و یا «حدود ۱۰ نفر نیروی کار در استخدام داریم»، ممکن است سرمایه‌گذاران بالقوه فکر کنند شما چندان بر کسب‌وکارتان تسلط ندارید؛ بنابراین تا آنجا که ممکن است از گرد کردن اعداد بپرهیزید.

۸. هیچ‌وقت از سرمایه‌گذاران بالقوه بابت زمانی که در اختیار شما قرار داده‌اند تشکر نکنید!

یادتان باشد که وقت شما نیز به اندازه وقت سرمایه‌گذاران بالقوه، ارزشمند و قابل احترام

یا همکاران خود بخواهید که نقش یک سرمایه‌گذار را در مقابل شما بازی کنند تا شما بتوانید هر آنچه ممکن است در مذاکره واقعی مطرح شود را مرور نمایید.

۶. وارد جزئیات غیر ضروری نشوید

وقتی شما برای خرید یک اتومبیل فراری به نمایشگاه خودرو می‌روید معمولا سعی می‌کنید در مورد رنگ، امکانات داخلی، لوازم خاص و ... خودرو مورد نظر اطلاعاتی به دست آورید و زیاد به اطلاعات و مفاهیم تخصصی مانند نسبت تراکم و یا سیستم تعلیق مک‌فرسون - استرات کاری ندارید. در کسب‌وکار نیز شما باید همین‌گونه رفتار کنید؛ محورهای مذاکره را در سطح مدیریتی نگاه دارید و تنها زمانی به جزئیات و مسائل عملیاتی بپردازید که طرف مقابل (سرمایه‌گذار) از شما بخواهد. سرمایه‌گذاران شما دوست دارند بدانند که چقدر می‌توانند به سودآوری کسب‌وکار شما امیدوار باشند؛ آنها احتمالا علاقه‌ای به شنیدن

اطلاعات مشترک

نام خانوادگی:	<input type="text"/>	نام:	<input type="text"/>
کد ملی:	<input type="text"/>	محل تولد:	<input type="text"/>
آخرین مدرک تحصیلی:	<input type="text"/>	رشته تحصیلی:	<input type="text"/>
نام مدیرعامل:	<input type="text"/>	نام شرکت:	<input type="text"/>
سمت در محل کار:	<input type="text"/>	زمینه فعالیت:	<input type="text"/>

اطلاعات پستی

شهرستان:	<input type="text"/>	شهر:	<input type="text"/>	استان:	<input type="text"/>	
آدرس:						<input type="text"/>
تلفن ثابت:	<input type="text"/>	پیش شماره:				<input type="text"/>
موبایل:	<input type="text"/>	فکس:				<input type="text"/>
صندوق پستی:	<input type="text"/>	کد پستی:				<input type="text"/>
وبسایت:	<input type="text"/>	ایمیل:				<input type="text"/>

هزینه اشتراک

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

راهنمای اشتراک

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

حساب سیبا بانک ملی به شماره ۰۱۰۵۱۷۳۳۲۱۵۰۰۹ به نام نشریه صنعت نساجی و پوشاک
حساب بانک پاسارگاد به شماره ۰۱-۷۰۹۷۰۹۰-۸۰۰-۲۳۰ به نام جمشید بصیری طهرانی
شماره کارت بانک پاسارگاد ۵۰۲۲۲۹۱۰۰۷۳۰۷۲۹۹ به نام جمشید بصیری طهرانی

آدرس دفتر مجله: تهران، خیابان سهروردی شمالی، خیابان شهید توپچی، پلاک ۳۰
تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (۱۰ خط) فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲ کد پستی: ۱۵۵۸۸۴۴۳۱۳



CHINESE DRIVE GLOBAL LUXURY BUSINESS

Chinese consumers are reshaping the luxury business. Traditional ways of developing the luxury business are no longer effective. Chinese luxury consumers, who have increasingly become the core of the market over the past 15 years, have drastically influenced the retail industry. First and foremost, the strategy of fast retail network expansion is no longer functional for luxury brands globally. The growth paradigm based on space no longer

works. The industry as a whole is now facing a significantly lower retail space growth opportunity.

In fact, China has led the wave of luxury store closings around the world over the past several years. Over-expansion by brands in China is one reason. Another is that Chinese consumers are purchasing goods on e-commerce. Turning a blind eye to this trend can be counter-productive. China's middle-class luxury shoppers are highly budget-wise and

price-sensitive.

The constant thirst for new products and designs that is demanded by Chinese luxury shoppers has accelerated the innovation cycle of luxury brands. Innovation is an imperative for luxury brands if they hope to stay in line and up to par with Chinese consumers' evolving tastes. Newness and affordability are crucial. New products and new ideas are indispensable to make consumers part with their money.

BANGLADESH'S RMG PROFITS FALL

The profitability of garment exporters in Bangladesh has hit rock bottom. The main reason is that price of garments has been falling five to eight per cent every year whereas the cost of production is increasing 15 per cent to 18 per cent. This means production cost and the buying price of a pair of denim trousers are almost the same.

In fiscal 2016-17, the growth of garment exports, which account for 82 per cent of total national exports, was also the lowest in the past 15 years. Garment exports increased 0.20 per cent year-on-year in the last fiscal year, 7.34 per cent below the target for the year.

The sector witnessed on an average 16 per cent year-on-year growth since 1990 up to fiscal 2015-16. Although garment exports grew 10 per cent in volume in fiscal 2016-17, the value remained almost the same as previous year.

Primarily, demand for apparel items is declining in the western world as customers progressively become more environment-minded. They are making more conscientious buying decisions: purchasing less and focusing on quality.

In 2015, the demand for apparel items worldwide declined eight per cent. Too many products for too few consumers are the greatest challenge facing the fashion industry.

OVER 4,000 EXHIBITORS ATTEND INTERTEXTILE SHANGHAI 2017

Another successful Intertextile Shanghai Apparel Fabrics has wrapped up with three days of order placing, relationship building and trend-spotting. The global industry came together for the industry's leading trade fair, with 4,538 exhibitors from 32 countries and regions presenting their latest collections and innovations. There were 77,000 trade buyers.

The exhibition was organised during October 11-13, 2017. The gross area of the fair increased by six per cent compared to 2016. Reflecting growth in the domestic market as well as other regions, the Functional Lab grew 33 per cent in size this year, Premium Wool Zone grew 18 per cent, while an extra accessories hall was added to meet demand. With the entire apparel fabrics and accessories product spectrum on offer, more than 77,000 trade buyers from over 100 countries and regions chose Intertextile as their sourcing event for the season. In 2016, there were 73,927 trade buyers from 90 countries and regions.

Wendy Wen, senior general manager of Messe Frankfurt (HK) highlighted the fair's importance to the apparel sector: "Intertextile

Shanghai is not just the industry's largest event – it is also the leading sourcing and business platform for the industry. Exhibitors come here knowing they can meet quality trade buyers from around the world that are there to conduct business, while these buyers know that the fair provides an unrivalled number of suppliers across the entire product spectrum to source from. This combination is the genesis for a successful, business-focused trade event, and I'm pleased to say that this edition has once again been highly effective in this regard."

"Walking the halls this year, I was also encouraged to see an increasing number of innovative products and solutions," Wen continued. "A noticeable trend, too, was the large number of companies offering eco-friendly products and technologies, not just in our All About Sustainability zone. Innovation and sustainability in particular will continue to be a strong focus of both our Spring and Autumn Editions next year."

Companies big and small descended on Shanghai for the fair, and with such a diverse range of buyers also gathering, there was success to be found by all. One of the industry's largest players, Lenzing,

who participated with 54 of their partner mills, finds the fair essential to participate in, as Maggie Shen, marketing communication manager, China, explained. "Intertextile is the biggest and most important fair in the industry. Everyone knows it, and comes here to see what's new. It's an effective platform for us and our partner mills to meet existing customers, as well as get new enquiries each edition."

At the other end of the size spectrum, but no less successful in the industry and at the fair, is Huddersfield Fine Worsteds who celebrated 10 years at the fair this edition. Their president Bob McAuley commented: "This edition has been very good for us, we've been very busy. Intertextile is an easy place to find lots of customers. A lot of new companies opening in the high-end wool sector in China come here each edition. The professionalism of the buyers is high too – specifically we're getting tailors and specialty menswear stores here. Our sales are increasing big time in China. We expect to double our business in China in the next year."

The next Intertextile Shanghai Apparel Fabrics is the spring edition to be held during March 14-16, 2018.



NEXT HEIMTEXTIL IN GERMANY TO BE HELD IN JANUARY 2018

Heimtextil will take place in Germany, January 9 to 12, 2018. This is a trade fair for home and contract textiles.

Heimtextil presents upholstery and decorative fabrics. The range of furnishing and upholstery fabrics on offer will vary from suppliers of the highest quality goods to suppliers of functional textile solutions in this segment and also manufacturers of high-volume goods.

Visitors from the contract business will witness functional product solutions for the interior decoration sector, such as textiles with acoustic functions or special abrasion-related properties. The product range for furnishing, decorative and upholstery fabrics will be significantly expanded and offer individual solutions for architects and interior designers.

The show has seen a strong increase in the number of high quality suppliers of furnishing and upholstery fabrics in recent years. This development will continue in 2018. Manufacturers exhibiting their wares include international names such as Deltracon, Muvantex, Loro Piana, Tali, Archroll, Bill Beaumont Textiles, Blom Lina Maria, Cancelli, Erotex, Green Street Fabrics, Pro Loom, Samac, Sankrin World and Textil Roig.

A total of three floors will be available for exhibitors from Asia to present a wide range of products. This is where wholesalers and distributors as well as representatives of department stores meet manufacturers, enabling them to place medium and high quantity orders that will be supplied in a timely manner.

TURKEY TO HOST ITM TEXTILE MACHINERY SHOW NEXT APRIL

International Textile Machinery (ITM) exhibition will be held in Turkey from April 14 to 17, 2018. The textile machinery show will display equipments and products, textile related software and solutions and other products and services. It gathers together some of the most important manufacturers of textile machinery from Turkey and around the world.

A significant increase will take place in terms of both exhibition area and number of participants. Due to increased participation from leading global brands, the occupancy rate of the exhibition has grown 80 per cent this year. ITM is a showcase for weaving, printing, digital printing, flat and circular knitting, weft and warp knitting, spinning, winding, twisting, texturing, hosiery, quilting, dyeing and finishing machinery, textile chemicals, lab equipments, compressors and generators.

The event paves the way for innovation and creativity and delivers promising returns to exhibitors. The last exhibition, in 2016, welcomed 1,200 firms. Around 49,000 professionals attended, from 77 countries.

Most textile machinery manufacturers in Turkey range from small to medium sized companies. The line of textile machinery products manufactured by Turkish companies varies substantially from highly automated equipment to basic models. They have competence in most machinery categories such as atmospheric jet dyeing or blow dyeing.

MAYER & CIE TARGETS IRANIAN MARKET

For the first time in many years Mayer & Cie. (MCT), has exhibited at the Irantex trade fair, which ran from 4 to 7 September 2017 in Teheran, together with its Iranian trading partner Iranstrick.

For the first time in many years Mayer & Cie. (MCT), has exhibited at the Irantex trade fair, which ran from 4 to 7 September 2017 in Teheran, together with its Iranian trading partner Iranstrick. (c)As an all-round trade fair for textile machines and textile products Irantex mainly attracts Iranian textile industry customers.

"After the easing of economic sanctions in January last year we experienced a significant surge in demand from Iran, so that is why we want to be back in the local market for our customers," commented Timo Schramm, regional sales manager at Mayer & Cie. On the decision to take part.

After years of trade restrictions that made it almost impossible to import machinery or even spare parts from the EU, machinery manufacturers are aware that there is a great deal of pent-up demand in Iran. As Timo Schramm knows from experience, it mainly benefits German manufacturers because 'Made in Germany' enjoys a very high overall reputation. Germany is Iran's largest trading partner in the EU and German-Iranian foreign trade increased by %22 on the previous year in 2016 (auswärtiges-amt.de).

For Mayer & Cie., the popularity of German machines mainly comes into its own in the high-quality segment. Fully electronic jacquard machines for both mattress covers and other home textiles as well as finely knitted jacquard fabrics for fashion



are very popular with the company's customers. "Furthermore, our relative technology is popular in Iran", Timo Schramm reports. Only recently Mayer & Cie. shipped several Relanit 3.2 HS machines to customers in Iran.

The machine on show at Irantex was chosen in line with customer preferences. It was an OVJA 1.6 EE with a 38-inch diameter on an industrial frame. This extremely productive machine features electronic single needle selection in the cylinder and on the rib dial and thus offers a wide range of patterns.

It is suitable for use in both the mattress and the fashion sector and Irantex trade visitors showed keen interest in this Mayer & Cie. Machine, the company reports. "We received very good feedback on both our decision to exhibit in Teheran once more and our entire portfolio of machines," said Timo Schramm, summarising the company's Irantex experience.

"So, we are planning to exhibit in Teheran regularly again," Mr Schramm concluded.



LC WAIKIKI BEGINS GARMENT SOURCING TRIAL IN IRAN

LC Waikiki has begun to trial sourcing of garments from Iran in a move that could see the Turkish fashion brand import up to EUR20m (US\$23.3m) worth in the next 18 months.

The company has been in talks with Iran's Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare and the Ministry of Industries, Mining and Trade over the last eight months and is understood to have surveyed around 70 apparel factories and manufacturing units in the country.

A small order has now been placed with Ronak Jeans on a trial basis, so that LC Waikiki can

assess its abilities, Fatih Almaz, local production investments director, told just-style.

He said they chose Iran due to the country's regulations, which allow foreign brands willing to sell their product in the Iranian market to directly apply for a permit to acquire sales outlets in the country without having to use a middleman. The law means that at least 20% of the value of the imported goods will be produced inside Iran for the first two years. After this, the company is required to export 50% of the apparel produced domestically. This will increase by at least 5% from the third year onwards.

According to Iran's Financial

Tribune, the country's annual production demand currently stands at around 510,000 tonnes per year, while its production capacity is around 300,000 to 320,000 tonnes.

Iran has around 1,500 clothing production units, creating direct jobs for 500,000 workers. However, domestically-produced garments and textiles have a high price tag, partly due to the country's reliance on raw material imports. Nearly %12 of the end price is made up of value-added tax.

Iran also struggles with a high volume of illegal imports, with clothing top of the list for goods smuggled into the country.

Almaz also told just-style LC Waikiki is looking at investing in the country but at present does not have any concrete plans to do so.

"We have increased our efforts to improve the producers there rather than invest, but we have to point out that our work is not easy. In addition, the law is not only exclusive to us but will also seriously affect other brands in Europe who are doing retail business in Iran."



Iran's Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare and the Ministry of Industries, Mining and Trade for the past eight months and the Turkish side has so far surveyed over 70 apparel factories and manufacturing units in Iran.

Iranian clothing company Ronak Jean has been shortlisted. LCW has already placed the order and the Iranian company's production line has been making clothes for the Turkish brand labeled "Made in Iran" tags for the past few months.

"Most of the apparel ordered by LC Waikiki are produced [in Iran] for export purposes and only a small share has been considered for distribution in domestic stores," Mehrabi said.

The first phase of the collaboration will see LCW place orders with selected Iranian apparel makers worth around €20 million in the next year and a half. Mehrabi noted that the planning and implementation of next phases depend on the result and success of the first phase, but the ultimate goal is the establishment of an independent apparel factory in Iran by LC Waikiki.

All the exports will be conducted under the parent company's supervision and management. The apparel, labeled "Made in Iran" under the LC Waikiki brand, will be exported to LCW branches in other countries.

According to Mehrabi, considering Iran's geographical position, the export destinations are highly likely to target Russia, its neighbors and regional countries such as Iraq.

The official noted that the whole project is expected to create about 5,000 jobs in Iran.

Currently, 9,818 industrial units are active in Iran's textile and apparel industries licensed by the Ministry of Industries, Mining and Trade, constituting 11% of all industrial entities in the country. These units have created more than 290,000 direct jobs, accounting for 13% of all industrial jobs in Iran.

LUXURY BRANDS FIND SPACE IN IRAN

Iran is showing strong potential for luxury markets. Early last year, Iran re-entered the global economy after more than 30 years of isolation and austerity. With an educated, surging middle income population of almost 80 million, and a GDP of more than \$400 billion, a number of brands are reportedly interested in returning to Iran or increasing their physical and digital presences there.

The young generation is hungry for luxury goods and wants to distance itself from the austerity of the ruling regime. Brands like Versace and Roberto Cavalli are expanding their brick-and-mortar networks in the capital Tehran. Iran is the second largest economy in the Middle East following only behind Saudi Arabia. The capital Tehran is home to luxury malls featuring major Western brands.

However, a grey market and a significant market for counterfeit goods have flourished. Grey market goods are typically defined as genuine branded goods obtained from one market that are subsequently imported into another market and sold there without the consent of the trademark holder.

So, Iranian consumers have grown used to a market littered with fake goods. Many wealthy Iranians are not well informed about the change in the retail landscape and still assume luxury goods in local boutiques are convincing fake versions of the Western brands they profess to be.



IRAN APPAREL EXPORTS UP, OFFICIAL IMPORTS DOWN

About 1,840 tons of apparel worth close to \$22.75 million were exported from Iran during the first half of the current Iranian year (March 21 - Sept 22), indicating a 20% and %24 growth in weight and value respectively compared with the corresponding period of last year.

In the last fiscal year (March 2016-17), exports amounted to 3,800 tons worth \$46.2 million, up 2.6% in volume and 3.9% in value year-on-year, Tasnim News Agency reported.

According to the report, imports of apparel over the same period registered a 2.24% decrease in terms of value to stand at nearly \$20.78 million.

Based on regulations set by the Trade Promotion Organization of Iran (TPO), import tariffs on apparel are set at 55%. On top of that, importers are made to pay a 9% value-added as well as an additional 4% tax. The above figure on imports does not take into account the vast amount of apparel smuggled into Iran. In fact, clothing tops the list of goods smuggled into Iran.

Textile, Apparel and Leather Industry Organization, affiliated to the Industries, Mining and Trade Ministry, said about 90% of foreign clothing are smuggled into the Iranian market.

According to the Research Center of Tehran's Apparel Union, Iranian apparel production meets 40% of domestic demand and apparel smuggled into the country is worth over \$6.2 billion.

TPO's figures also confirm the research center's statistics.

Iran Textile Exporters and Manufacturers Association puts the value of Iran's apparel market at \$11 billion.

Golnar Nasrollahi, the Ministry of Industries, Mining and Trade's advisor for textile, apparel and leather industries, said Iran's annual apparel demand stands at around 510,000 tons per year, while the country's production capacity is about 300,000-320,000 tons. Plans are underway to establish a new apparel industrial town in Fashafouyeh, located in Tehran Province's Rey County, with the aim of limiting imports, boosting domestic production and making the price of Iranian clothing more competitive.

According to Director General of Textile and Clothing Department at the Ministry of Industries, Mining and Trade Afsaneh Mehrabi, 45 hectares of land have been bought for the new apparel industrial park.

"Italian and Turkish apparel producers will be present there for cooperation with Iranian producers," she said.

The Ministry of Industries, Mining and Trade has mandated foreign representatives, branches and distributors of apparel in Iran who seek business licenses to produce goods worth 20% of their import value (in rial terms) inside Iran and to export at least 50% of this domestic production.

The initiative, the ministry says, is aimed at increasing domestic production, creating jobs and reviving Iran's aging apparel industry.

Turkish Brand Made in Iran

Recently, Turkish company LC Waikiki, otherwise known as LCW, became the first major foreign apparel manufacturer to officially start cooperation with domestic garment players.

Speaking to Financial Tribune, Mehrabi said the Turkish company has been in negotiation with

San'at Nassaji va pooshak

Scientific, Technical and Economical Magazine

Vol.35 , No. 284 , Dec 2017 , ISSN 2008-3939

*In the
Name
of God*

Index



Editorial

Barriers to production and investment in Iran 2

Newsletter

Report

- Iran Deputy Minister of Industry met members of Association of Iran Textile Industry 12

- Head of Iran Chamber of Commerce met with the representatives of textile associations 15

- Development of the clothing industry with focus on design 18

- Lobbying for legal and fair trade 20

- Annual report of Uzbekistan cotton and related Industries 31

- Current status of Polyacryl Iran plant 33

- The acceleration of Iran's economic growth 34

- The latest status of Iran's accession to WTO 36

- LC Waikiki begins garment sourcing trial in Iran 38

- The horizon of economic indicators of Iran by 2020 40

- Performance of the Iran textile and clothing sector in the first half of the year 42

Viewpoint

- Iranian clothing manufacturers support the legal import 43

- Iranians should sell Iranian goods 45

Special Report

- The index of doing business in Iran declined 49

- Decline of business index & Lost opportunities 52

- Decline of business index & wasted assets 53

Apparel

- 16 foreign brands have conditional permission in Iran 55

- Dominating international markets with modern design 58

- The world's top exporters of children's clothing 63

Textile World

- Marzoli: going toward fourth generation of manufacturing softwares 64

64

- Evolution of sports apparel using nanotechnology 66

- Scientists created the strongest artificial spider silk ever 68

Production&Distribution of Cotton

- International Cotton Advisory Committee monthly report 70

- The problem of using plastic bags in the cotton sector 72

- Iran imports of cotton yarn grew by 50% 74

Economic Analysis

- loans did not solve manufacturing sector problems 75

- Rents and economic corruption, prevent the improvement of the business environment 76

- Exchange rate: Stability, not repression 78

- Export and exchange rate 80

- Why do we feel instability? 82

Management & Marketing

- What does a customer really want from a company? 84

- 8 effective tips to attract investment for new businesses 86

English Section

- Iran Apparel Exports Up, Official Imports Down 89

- Luxury brands find space in Iran 90

- LC Waikiki begins garment sourcing trial in Iran 91

- Mayer & Cie targets Iranian market 92

- Next Heimtextil in Germany to be held in January 2018 93

- Turkey to host ITM textile machinery show next April 93

- Over 4,000 exhibitors attend Intertextile Shanghai 2017 94

- Chinese drive global luxury business 95

- Bangladesh's RMG profits fall 95



Holder of License & Chairman: Engineer Jamshid Bassiri

Executive Director: Engineer Alireza Hashemi

Editor of Technical Articles: Engineer Mohammad Nikpanje

Design & Layout: Hamidreza Ghaemi

Public Relations Officer: Saeideh Shakoori

Coordination: Engineer Hossein Kiani

Colleagues of this Issue: Engineer Nima Bassiri, Engineer Ehsan Soltani, Engineer Hamid Uryan, Dr. Shahin Kazemi, Nima Sabouri, Zahra Tehrani, Siranoosh Mousavi, Somaye Aliasghari, Hossein Alavi Langerodi

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

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

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