



- ۵۳ - آسیاسفیک پیشرو در بازار جهانی نخ های نساجی
- ۵۴ - سبقت الیاف مصنوعی از پنبه
- ۵۵ - پروسه نوین رنگرزی دنییم
- ۵۶ - کنترل دمای بدن با پارچه های دورو

* پوشاک

- ۵۷ - عملکرد صنعت پوشاک ترکیه در سال ۲۰۱۶
- ۶۲ - صدای ناقوس مرگ برای صنعت پوشاک ایران
- ۶۴ - در بازار پوشاک زمستانی چه خبر است؟
- ۶۵ - سوءاستفاده برندهای خارجی از ضعف تولید داخل
- ۶۷ - آدیداس به دنبال سهم بازار بیشتر در آمریکا
- ۶۸ - رشد بازار پوشاک ورزشی در جهان
- ۷۰ - برند Gap، غول آمریکایی تولیدکننده پوشاک

* تولید و تجارت پنبه

- ۷۲ - گزارش ماهانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (اول دسامبر ۲۰۱۷)
- ۷۴ - آمریکا به دنبال افزایش صادرات پنبه به بنگلادش
- ۷۵ - برداشت حدود ۸۵ هکتار از مزارع پنبه البرز
- ۷۶ - عزم دولت مصر برای تقویت بخش پنبه

* تحلیل اقتصادی

- ۷۷ - مهاجرت نخبگان؛ رنج اقتصاد ایران
- ۷۹ - نقش مدیران در ایجاد مشکلات فعلی
- ۸۰ - موانع و راهکارهای جذب سرمایه گذاری خارجی
- ۸۱ - توسعه اقتصادی از مسیر صادرات غیرنفتی می گذرد

* مدیریت، بازاریابی

- ۸۳ - ۲۰۳۰: سال تحول مشاغل و مهارتها
- ۸۶ - ۷ نکته ضروری برای توسعه محصولات جدید

* بخشی انگلیسی

۹۵

* سرمقاله

- ۲ - سهولت کسب و کار و امنیت اقتصادی، لازمه سرمایه گذاری در کشور

* خبرنامه

۴

* دیدگاه

- ۸ - گذشته و آینده صنعت نساجی کشور/ دکتر علیمردان شبیانی
- ۱۰ - رقیبان با برنامه؛ دولتمردان بی برنامه! مهندس نیلفروش زاده
- ۱۱ - تبعیض را متوقف کنید! اکبر لباف
- ۱۳ - مشکلات کاشت، برداشت و تولید پنبه/ مهندس شهلایی نژاد
- ۱۵ - رکود ۷۰ درصدی صنعت نساجی اصفهان را تهدید می کند/ مظفر چلمقانی

* گزارش

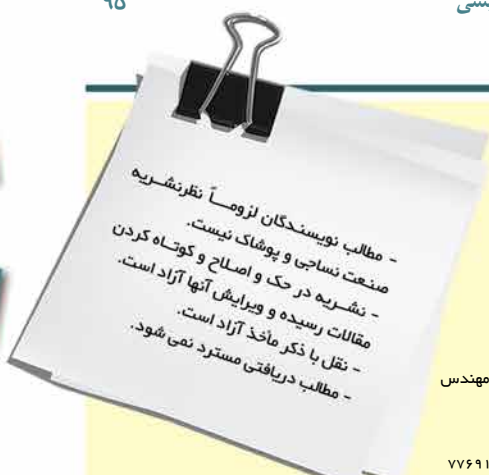
- ۱۷ - ۴ سناریوی نامطلوب پیش روی اقتصاد ایران
- ۲۰ - گزارشی از مجمع عمومی انجمن نساجی و پوشاک البرز
- ۲۳ - گزارشی از نمایشگاه محصولات خانگی و ماشین آلات چین در تهران
- ۲۶ - کوبیدن میخی دیگر بر تابوت پوشاک ملی؟
- ۲۷ - ضرورت تشکیل گرایی در صنایع نساجی و پوشاک
- ۲۹ - بهترین کشورهای جهان برای کسب و کار
- ۳۱ - بزرگ ترین نقش آفرینان تجارت جهان
- ۳۳ - خوش بینی به ایران ۲۰۱۹
- ۳۵ - آینده رقابت پذیری تا سال ۲۰۵۰
- ۳۷ - درگذشت پدر صنایع نوین ایران
- ۴۰ - عملکرد بخش منسوجات و پوشاک در ۷ ماهه اول ۹۶

* علمی، تخصصی

- ۴۱ - آشنایی با سیستم جدید پاشش محلول رنگ و مواد کمکی بر روی منسوجات

* دنیای نساجی

- ۴۹ - نقش مرکز خرید «مرتر» در صادرات نساجی و پوشاک ترکیه
- ۵۰ - نگاهی به صنعت نساجی و پوشاک ویتنام



- مطالب نویسندگان انزوماً نظرنشریه
منعت نساجی و پوشاک نیست.
- نشریه در حک و اصلاح و کوتاه کردن
مقالات رسیده و ویرایش آنها آزاد است.
- نقل با ذکر مأخذ آزاد است.
- مطالب دریافتی مسترد نمی شود.

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: مهندس جمشید بصیری

مسئول اجرایی تحریریه: مهندس علیرضا هاشمی

ویراستار مقالات فنی: مهندس محمد نیک پنجه

طراح و صفحه آرا: حمیدرضا قائمی

مسئول روابط عمومی: سعیده شکوری

همراهی و اجرا: مهندس حسین کیانی

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

علیرضا پورناصرانی، مهندس فرزانه صالحی، نیما صبوری، مریم رضایی

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 ۳۰، کدپستی: ۱۵۵۸۸۴۴۳۱۳، تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (خط ۱۰) - فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲

مدیریت هنری و نظارت برچاپ: طرح سازگروه / www.tsgr.com

جذب آگهی: گروه یاران

سهولت کسب و کار و امنیت اقتصادی، لازمه سرمایه‌گذاری در کشور

جمشید بصیری

در جهان امروز، هرچه کشوری توانایی بالاتری در تولید محصولات و خدمات مختلف و متنوع داشته باشد ظرفیت توسعه‌ای آن نیز به مراتب افزایش خواهد یافت. به بیان ساده، وقتی انواع کالاها و خدمات در یک کشور تولید شوند، مردم بیشتری مشغول به کار می‌شوند، سطح رفاه کلی در جامعه افزایش یافته، تقاضا برای انواع کالاها و خدمات بالا رفته و انگیزه لازم برای ورود تولیدکنندگان بیشتر به چرخه اقتصادی، یا همان توسعه اقتصادی فراهم می‌شود. اما چگونه می‌توان تولید کالاها و خدمات مختلف در جامعه را افزایش داد؟ چگونه می‌توان صدها ایده، خلاقیت و نوآوری در افراد را در قالب تولید محصولات جدید به بازارهای داخلی و خارجی معرفی کرد؟ چگونه می‌توان انگیزه لازم برای ورود تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران خارجی برای فعالیت در بازار کشور را ایجاد کرد؟

به‌طور کلی ایجاد بستری برای توسعه محصولات تولیدی در هر کشوری تابعی از یکسری قوانین کلی است که در سایه طراحی مناسب و اجرای دقیق آنها می‌توان سازوکاری برای حرکت مداوم این فرآیند ایجاد کرد. یک تولیدکننده یا کارآفرین برای انجام امور تولیدی خود در سیستم اقتصادی همواره نیازمند منابع مالی پر قدرت است. خرید ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته یا تولید آن، نیازمند صرف هزینه‌ای است

که در توان بدنه بزرگی از بخش خصوصی نیست، علاوه بر این مسیر ورود تولیدکننده به صنعت باید تا جای ممکن آسان و با کمترین دست‌انداز باشد تا بتوان کانال ورودی مناسبی برای تزریق منابع مالی و ایده‌های افراد به حوزه‌های مختلف ایجاد کرد. و بالاخره قوانین حاکم در بازار باید بتواند از تولیدکننده در مقابل خطرات احتمالی محافظت کرده و در فرآیند تولید یاری‌رسان آن باشند. این موارد جزو مهم‌ترین الزامات تولید در هر کشور به شمار می‌روند.

در حوزه تامین منابع مالی، متأسفانه وضعیت فعلی بانک‌های کشور به نحوی است که توانایی وام‌دهی آنها کاهش یافته که نمود آن به‌صورت فرآیند سخت و فرسایشی برای اخذ وام توسط تولیدکنندگان ظاهر می‌شود. اگرچه با کاهش نرخ بهره توانایی بانک‌ها در کسب درآمد کاهش یافته اما تحت همین شرایط نیز شاید بتوان راهکاری برای تزریق منابع مالی به صنایع پیدا کرد. وقتی منبعی در اقتصاد کم می‌شود بهره‌وری در استفاده از آن بالا می‌رود. شاید به‌جای اینکه به‌دنبال اجرای سیاستی برای دادن وام به همه تولیدکنندگان در صنعتی خاص باشیم، بهتر است به بررسی و کارشناسی صناعی با پتانسیل بالا و کارنامه موفق آنها در تولید بپردازیم و مقصد نهایی وام‌های محدود را در این شرکت‌ها در نظر بگیریم. به بیان دیگر، باید شایسته‌ترین

افراد با داشتن بازده انتظاری بالا، هدف وام‌های ارزان‌قیمت در اقتصاد کشور باشند.

مورد دوم که نقش بسیار مهمی در ورود سرمایه‌گذاران و کارآفرینان داخلی و خارجی به حوزه صنعت دارد، بحث قوانین حاکم بر فعالیت تولیدکنندگان و صنعتگران است. اگر در ترکیه تولیدکننده یک محصول ظرف مدت هفت روز می‌تواند مجوزهای لازم برای شروع فعالیت خود را کسب کند اما در کشور ما گاهی این فرآیند نیازمند صرف زمان چندساله است، و همین موضوع یکی از مهم‌ترین دلایل برای کسب سهم بالا از بازار جهانی توسط ترکیه و سهم ناچیز برای کشور ما محسوب می‌شود. البته عوامل زیادی در این میان دخیل هستند اما هرچه قوانین دست و پاگیر در ورود به صنایع بیشتر باشند قدرت تمرکز و برنامه‌ریزی را از تولیدکننده گرفته و بازده انتظاری را به‌شدت کاهش می‌دهد. تحت این شرایط تولیدکننده به‌جای اینکه به‌دنبال بررسی فرآیندهای تولید خود و بهبود فضای رقابتی باشد دائماً در تلاش برای اخذ مجوزهای لازم است. عارضه دیگر این پدیده در کاهش انگیزه ورود سایر سرمایه‌گذاران به صنعت خواهد بود.

موضوع سوم که به‌خصوص در شرایط فعلی کشور بسیار حائز اهمیت است، حمایت از تولیدکنندگان داخلی است. دائماً در اخبار و رسانه‌ها بحث اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولید داخلی مطرح است اما در



عمل، اقداماتی در جهت خلاف آن انجام می‌شود. به عنوان مثال، افزایش قیمت دلار موجب می‌شود هزینه‌های اولیه تامین قطعات وارداتی یا مواد اولیه صنایع در کشور افزایش یافته و بار هزینه‌ای زیادی به بدنه تولید کشور وارد شود. در این میان دو عامل می‌تواند عرصه را به مراتب بر تولیدکنندگان تنگ‌تر کرده و حتی موجب خروج آنها از چرخه اقتصادی کشور شود؛ یکی قاچاق کالا و دیگری اخذ مالیات‌های سنگین.

اگرچه یکی از دلایل اصلی خرید کالای قاچاق قیمت پایین‌تر آن است، اما در بسیاری از صنایع کشور، کاهش هزینه‌ها و قیمت تمام‌شده به سادگی میسر نیست و لازمه آن وجود تقاضای موثر زیاد در بازار است. در واقع، در مورد بسیاری از کالاها، تولید در مقادیر زیاد است که افزایش درآمد تولیدکننده را در پی داشته و او را قادر می‌سازد تا همگام با نیاز مشتری تکنولوژی خود را تغییر داده و با افزایش بهره‌وری، قیمت محصول خود را کاهش دهد. اما متأسفانه رکود سال‌های اخیر و متعاقباً کاهش تقاضا در بازار، میزان تولید بسیاری از تولیدکنندگان را کاهش داده و آنها را از کاهش قیمت تمام‌شده عاجز ساخته است. همین معضل نیز باعث شده در بسیاری از صنایع حتی صنعتی که ما دارای مزیت نسبی در آنها هستیم، قاچاق و واردات بی‌رویه مسیر حرکت تولیدکنندگان را کند کرده و ضمن ایجاد فاصله بین آنها و رقبای قدرتمند جهانی، انگیزه ورود سرمایه‌گذاران جدید را نیز از بین برده است. طبیعتاً وقتی خطری به این بزرگی صنایع کشور را تهدید می‌کند، بالطبع ریسک سرمایه‌گذاری تا حد زیادی بالا رفته و کشورمان نمی‌تواند مقصد سرمایه‌گذاری جدید باشد.

نکته مهم دیگری که باید بدان اشاره کرد این است که در سال‌های اخیر و با توجه به کاهش درآمد دولت، اخذ مالیات یکی از کانال‌های مناسب برای کسب درآمد دولت بوده است. اما صنایعی که با انواع مشکلات مواجه هستند، توان پرداخت مالیات را ندارند. در این زمینه، شاید بازتعریف سیاست‌های مالیاتی و اتخاذ قوانینی برای

جلوگیری از فرار مالیاتی بخش‌های دیگر بتواند ضمن افزایش درآمد دولت، فشار هزینه‌ای ناشی از این عامل بر تولیدکنندگان را کاهش دهد.

نقش قوه قضاییه

البته نباید این نکته را از نظر دور داشت که صرف پرداخت وام، کاهش مالیات‌ها، مبارزه با قاچاق و ... برای رشد سرمایه‌گذاری و افزایش تولید کافی نیست چراکه در بسیاری از کشورها باوجود اجرای به نسبت کارآمد همه سیاست‌های یادشده، بخش خصوصی داخلی و خارجی اشتیاقی برای سرمایه‌گذاری از خود نشان نداده است. در این میان، اهمیت نقش و کارکرد نهادهای قضایی در محیط کسب‌وکار، امروزه در تمام مطالعات جهانی از این قبیل مورد تأکید قرار گرفته است. چنانچه محیط کسب‌وکار را عوامل تأثیرگذار بر کسب‌وکارها و فعالان اقتصادی و البته خارج از کنترل آنها بدانیم، دادگاه‌ها و به‌طور کلی قوه قضاییه تأثیری چشمگیر در محیط مذکور ایفا می‌کنند. برجسته‌ترین تأثیر عملکرد قوه قضاییه به حمایت از حقوق مالکیت و تضمین اجرای قراردادهای و به‌طور کلی تحقق حاکمیت قانون بازمی‌گردد.

قوه قضاییه مهم‌ترین نقش را در جذب یا دفع سرمایه‌گذاری در صنایع و بنگاه‌های تولیدی دارد. بر همین اساس قوه قضاییه باید بتواند امنیت را در سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی ایجاد کند. به عنوان نمونه، وقتی در کشورمان قانون کپی‌رایت را داشته باشیم، قوه قضاییه می‌تواند نظارت کند که قانون کپی‌رایت اجرا می‌شود یا نه و اگر اجرا نمی‌شود با کسانی که از اجرای قانون تخلف می‌کنند، برخورد نماید.

سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی نیز به قوه قضاییه مربوط می‌شود و این قوه نقش مهمی در جذب آن دارد. در فرایند سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، سرمایه‌گذار که به عنوان شریک به ایران می‌آید، سرمایه خود را می‌آورد و چون در تولید شریک می‌شود، تکنولوژی‌ها، ماشین‌آلات، تجهیزات و فناوری‌های روز دنیا را با خود می‌آورد و در عین

حال، سبک‌های مدیریتی جدید که ما از آنها عقب هستیم یا مدیران ما از آنها آگاهی ندارند را برای مدیران ما به ارمغان می‌آورد. همچنین سرمایه‌گذار خارجی وقتی در کشور ما سرمایه‌گذاری می‌کند برای اینکه بتواند محصولات خود را به فروش برساند، خواه ناخواه بازارهای جهانی را در اختیار شریک ایرانی خود قرار می‌دهد.

در این میان قوه قضاییه در تحقق تک‌تک این موارد تأثیر بسزایی دارد و اگر نتواند امنیت سرمایه‌گذاری را در کشور فراهم کند، نه سبک‌های مدیریتی جدید، نه سرمایه و منابع مالی خارجی، نه تکنولوژی روز دنیا و نه بازارهای جهانی، هیچ یک را نخواهیم داشت.

در مورد سرمایه‌گذاری داخلی نیز وضعیت به همین منوال است. اگر یک سرمایه‌گذار داخلی امنیت را در کشور خود نیابد، سرمایه‌اش را به کشورهای دیگر می‌برد. به طوری که در حال حاضر بخش عظیمی از سرمایه ایرانی‌ها به سمت کشورهایمانند امارات، مالزی، ترکیه و دیگر کشورها سوق پیدا کرده چراکه امنیت سرمایه گذاری آنطور که باید و شاید در کشور نبوده و سرمایه‌گذار داخلی نیز ترجیح داده سرمایه‌اش را جایی ببرد که در آنجا امنیت وجود داشته باشد.

در جمع بندی مواد ذکرشده باید گفت مسلماً صاحبان سرمایه اگر بخواهند در فعالیتی سرمایه‌گذاری کنند، مهم‌ترین شاخص و انگیزه آنها برای تصمیم‌گیری در مورد ورود یا عدم ورود به آن فعالیت، بازده یا میزان سودی است که عاید آنها خواهد شد و اگر در دسرها و موانع سرمایه‌گذاری و تولید را بیش از منافع و بازده مورد انتظارشان ببینند، قطعاً قید هرگونه سرمایه‌گذاری را در کشور خواهند زد. در این زمینه، اگرچه تسهیل محیط کسب و کار و رفع موانع تولید، از پیش نیازها و شروط لازم برای جذب سرمایه‌گذاران و کارآفرینان محسوب می‌شود، اما به هیچ وجه کافی نیست و باید با ایجاد امنیت و تضامین لازم برای سرمایه‌گذاران و حمایت قانونی از آنها، فضایی جذاب، کم‌دغدغه و در عین حال امن را برای ورود سرمایه‌های داخلی و خارجی به بخش‌های تولیدی-صنعتی کشور ایجاد نمود.



سهیمیه واردات پوشاک مناطق آزاد اعلام شد

در پی امضای تفاهم‌نامه همکاری بین گمرک جمهوری اسلامی ایران و شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، سهیمیه واردات پوشاک و کالای همراه مسافر مناطق آزاد هفت‌گانه کشور تا پایان سال ۹۶ اعلام شد. به گزارش گمرک ایران، براساس این تفاهم‌نامه، سهیمیه پوشاک مناطق آزاد تا پایان سال ۹۶، به این شرح تعیین شد:

- ۱- سهیمیه پوشاک منطقه آزاد انزلی ۹ میلیون دلار و سهم واردات پوشاک از کشور ترکیه ۸۰۰ هزار دلار
- ۲- سهیمیه پوشاک منطقه آزاد ارس ۸ میلیون دلار و سهم واردات پوشاک از کشور ترکیه ۵ میلیون دلار
- ۳- سهیمیه پوشاک منطقه آزاد ماکو ۸ میلیون دلار و سهم واردات پوشاک از کشور ترکیه ۸

میلیون دلار

- ۴- سهیمیه پوشاک منطقه آزاد اروند ۲ میلیون دلار و سهم واردات پوشاک از کشور ترکیه ۵۰۰ هزار دلار

میلیون دلار

- ۵- سهیمیه پوشاک منطقه آزاد کیش ۲۰ میلیون دلار
- ۶- سهیمیه پوشاک منطقه آزاد قشم ۲۰ میلیون دلار
- ۷- سهیمیه پوشاک منطقه آزاد چابهار ۲ میلیون دلار

میلیون دلار

همچنین سهم کل کالای همراه مسافر در مناطق آزاد هفت‌گانه کشور به این شرح تعیین شد:

- ۱- سهیمیه کل کالای همراه مسافر منطقه آزاد ارس ۳۳ میلیون دلار
- ۲- سهیمیه کل کالای همراه مسافر منطقه

آزاد اروند ۳۰ میلیون دلار

- ۳- سهیمیه کل کالای همراه مسافر منطقه آزاد کیش ۵۵ میلیون دلار

آزاد قشم ۳۰ میلیون دلار

- ۴- سهیمیه کل کالای همراه مسافر منطقه آزاد قشم ۳۰ میلیون دلار
- ۵- سهیمیه کل کالای همراه مسافر منطقه آزاد ماکو ۲۰ میلیون دلار

آزاد چابهار ۳۰ میلیون دلار

- ۶- سهیمیه کل کالای همراه مسافر منطقه آزاد کیش ۳۰ میلیون دلار
- ۷- سهیمیه کل کالای همراه مسافر منطقه آزاد انزلی ۱۷ میلیون دلار

بنابر این گزارش، تعیین و تصویب سهیمیه‌های مذکور طی بخشنامه‌ای از سوی مدیرکل مرکز واردات و امور مناطق آزاد و ویژه گمرک به گمرکات همجوار با مناطق آزاد تجاری-صنعتی ابلاغ شد. در این بخشنامه همچنین با اشاره به تصمیمات اتخاذشده، درخصوص ساماندهی مبادی ورودی مناطق آزاد و مقابله با قاچاق و فساد بر اجرای سامانه‌های هوشمند کاربردی در مناطق آزاد و استقرار فیزیکی گمرک در مبادی ورودی و خروجی مناطق مذکور در اسرع وقت تأکید شده است.

شایان ذکر است که طبق تفاهم‌نامه منعقد بین گمرک و شورای عالی مناطق آزاد و ویژه و در اجرای بند «د» ماده ۹ قانون ارتقای سلامت اداری و مقابله با فساد، گمرکات منطقه آزاد اروند و ارس به عنوان گمرکات پایلوت اجرای طرح استقرار سامانه جامع امور گمرکی در نظر گرفته شده‌اند.





شمال غرب و جنوب ایران، مبادی اصلی قاچاق پوشاک



گیرد و مناطق آزاد به ویژه مناطق آزاد ارس و ماکو اقدامات جدی را در این راستا انجام دهند. وی با بیان این که شمال غربی و جنوب کشور از جمله موقعیت‌های جغرافیایی هستند که به عنوان مبادی غیرقانونی پوشاک به کشور تلقی می‌شوند، اظهار کرد: مناطق آزاد باید نگاه ویژه‌ای در مقابل با قاچاق داشته باشند و بر بازارچه‌های مرزی بیش از هر زمان دیگر نظارت شود.

مدیرکل دفتر صنایع نساجی و پوشاک ادامه داد: تا پیش از این نیروهای گمرکی در بعضی مبادی خروجی مناطق آزاد مستقر نبودند، هرچند به تازگی این نیروها مستقر شده اما شاید آنگونه که باید و شاید ساختارها نظام‌مند نیست و واردات به راحتی صورت می‌گیرد. 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 صورت غیررسمی قابل حل نخواهد بود.

مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت ضمن تشریح علت اختلاف فاحش آمار واردات پوشاک توسط یونیدو، گمرک و ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، شمال غرب و جنوب ایران را به عنوان مبادی اصلی غیرقانونی واردات پوشاک اعلام کرد. افسانه محرابی در گفتگو با ایسنا در این باره اظهار کرد: آماری 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، چرا که سازمان ملل متحد اعلام کرد سال گذشته معادل یک میلیارد دلار پوشاک به ایران وارد شده است.

محرابی افزود: این در حالی است که ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز در این زمینه متولی است و طبق آمار و اطلاعات مربوطه حدود دو میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار منسوجات و پوشاک به ایران وارد می‌شود. وی در مورد اختلاف مربوط به میزان واردات پوشاک به کشور، تصریح کرد: علت این اختلاف پدیده قاچاق است و حل این مسئله نیازمند همکاری فزاینده‌ای است تا دستگاه‌های مرتبط و ذی‌ربط با همسو شدن بتوانند مشکل مربوطه را حل کنند که در این راستا می‌توان به همکاری دستگاه‌هایی از جمله گمرک و مناطق آزاد اشاره کرد.

مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صمت با اشاره به این که اقدامات مختلفی در راستای مقابله با قاچاق پوشاک در وزارت صنعت، معدن و تجارت صورت گرفته است، گفت: ساماندهی واردات، کد شناسه کالا و در آینده کد رهگیری از جمله اقدامات مختلفی هستند که در راستای مقابله با پدیده قاچاق پوشاک مدنظر قرار گرفته است. محرابی با تاکید بر این که باید از صفر تا ۱۰۰ مسیر حرکت واردات پوشاک به کشور مشخص و در سطح عرضه قابل پیگیری باشد، عنوان کرد: علاوه بر این باید کنترل و نظارت‌های مختلف توسط سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در سطح عرضه مدنظر قرار

گلنار نصرالهی در سمت مشاور وزیر ابقا شد

پیشران و تکمیل‌کننده زنجیره تولید میان و پایین‌دستی صنعت پوشاک کشور و حسن همکاری معاونین، مشاورین، رؤسای سازمان‌های مستقل که معمول می‌دارند، ضمن ارائه مشاوره و بذل راهنمایی لازم موجبات پیشرفت امور مربوطه را فراهم نمایند.

محمد شریعتمداری وزیر صنعت معدن و تجارت طی حکمی خانم گلنار نصرالهی را در سمت مشاور وزیر در امور صنایع نساجی، پوشاک، چرم و کفش ابقا نمود. در این حکم آمده است: با توجه به نقش اثربخش و اهمیت وافر صنعت نساجی به عنوان

کاهش تعرفه واردات پنبه به ۵ درصد

با پیگیری‌های انجمن صنایع نساجی ایران تعرفه واردات پنبه به پنج درصد کاهش یافت. این موضوع در فهرست تغییرات تعرفه‌ای جهت درج در کتاب مقررات صادرات و واردات سال ۱۳۹۷ ذکر شده است.

فهرست تغییرات تعرفه ای جهت درج در کتاب مقررات صادرات و واردات ۱۳۹۶

ردیف	شماره تعرفه	شرح کالا*	مجموع حقوق گمرکی و سود بازرگانی (درصد) مصوب	ملاحظات
۱۴۹	۴۴۱۰۹۰۹۰	سایر	۲۰	حمایت از تولید داخل
۱۵۰	۴۴۱۱۱۲۹۱	پروقیل روکش شده	۲۰	حمایت از تولید داخل
۱۵۱	۵۲۰۱۰۰۰۰	پنبه ، حلاجی نشده یا شانه نزده	۵	تامین نیاز داخل
۱۵۲	۵۴۰۲۳۱۰۰	از نایلون یا از سایر پلی آمیدها ، که اندازه هر نخ یک لای آن بیش از ۵۰ تکس نباشد	۲۶	حمایت از تولید داخل
۱۵۳	۵۴۰۲۳۲۰۰	از نایلون یا از سایر پلی آمیدها ، که اندازه هر نخ یک لای آن بیش از ۵۰ تکس باشد	۲۶	حمایت از تولید داخل
۱۵۴	۵۶۰۳۱۳۱۰	---نوارپهلوی پوشک سه لایه متشکل از دو لایه منسوج در طرفین و یک لایه میانی فیلم استرج	۵	تامین نیاز داخل
۱۵۵	۶۸۰۶۱۰۱۰	---توده از الیاف سرامیک و همچنین نفاخته ها از الیاف سرامیک به شکل تخته ، پتو و اشکال همانند	۲۰	حمایت از تولید داخل
۱۵۶	۶۸۱۳۲۰۰۰	---حاوی پنبه نسوز	۲۶	حمایت از تولید داخل

نیاز ۱۵۰ میلیون یورویی برای توسعه کارخانجات نساجی بروجرد

توسعه آن جدی گرفته شود.

صفی‌خانی ادامه داد: نساجی بروجرد برای این طرح توسعه ۱۵۰ میلیون یورو و ۱۰۰ میلیارد تومان نیاز دارد تا زنجیر تولید را تا محصول نهایی پیش ببرد. وی تصریح کرد: در جلسه ستاد تسهیل نیز برای این تسهیلات قرار شد به بانک ملی ارجاع شوند تا کار کارشناسی را بانک انجام دهد. ظرفیت نساجی باید به ظرفیت چند برابری تبدیل شود و اشتغال پایداری در استان داشته باشیم و این مهم، حمایت بانک ملی و مسئولین را می‌طلبد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت لرستان گفت: کارخانجات نساجی بروجرد برای طرح توسعه به ۱۵۰ میلیون یورو نیاز دارد. محمدرضا صفی‌خانی در گفتگو با ایسنا اظهار کرد: برای اختصاص تسهیلات بانکی نساجی بروجرد با بانک ملی هماهنگی‌هایی صورت گرفته تا مشکل تامین تسهیلات و سرمایه در گردش برطرف شود. وی خاطرنشان کرد: امید می‌رود با این تسهیلات خطوط تولید را بازسازی کنند چون از منابع داخلی ۱۲ میلیارد تومان را صرف بازسازی کرده‌اند که این امر منجر به بازگشت تعداد عمده‌ای از کارگران شد. ولی این کافی نیست چون نساجی بروجرد یک ظرفیتی است که باید طرح



حرکت بنکداران پارچه به سوی ورشکستگی



یا تغییر کاربری داده‌اند و یا تعطیل شده‌اند، اظهار کرد: شاهد تغییر کاربری واحدهای بنکدار پارچه به عرضه پوشاک خارجی هستیم.

رییس اتحادیه بنکداران پارچه تهران با تأکید بر اینکه واردات بی‌رویه پوشاک به شکل قانونی و غیرقانونی صنف بنکداران پارچه را در رکود کامل و عمیق قرارداده است، اضافه کرد: تعرفه واردات یکی از دلایل اصلی این رکود است. قدیمی‌نژاد با اشاره به اینکه مجوزهای خاص به امثال برندهای خارجی که قیمت آن‌ها از کف بازار داخل هم ارزان‌تر است این رکود عمیق را در بازار بنکداران ایجاد کرده است، تصریح کرد: در این شرایط کسی تمایلی به تولید داخل ندارد. وی با بیان اینکه سرمایه‌های نقدینگی به سمت واردات سوق داده می‌شود، اضافه کرد: بیشتر دنبال واردات هستند و میلی به تولید ملی ندارند.

امیر قدیمی‌نژاد در گفتگو با خبرگزاری فارس با تأکید بر اینکه بیش از هفت هزار واحد صنفی فعال داشتیم، تصریح کرد: با وجود واردات بی‌رویه و عدم حمایت از تولید ملی، تعداد این واحدها به ۴ هزار واحد تقلیل یافته است. قدیمی‌نژاد با اشاره به اینکه واحدهای تولیدی ما

واردات انبوه پوشاک ترک نفس اصناف داخلی را گرفته است

رییس اتحادیه خیاطان استان تهران با تأکید بر اینکه خیاطان تنها مشغول ترمیم هستند، تصریح کرد: دوخت و دوز شلوار و پیراهن در خیاطی‌ها شکل کمرنگی پیدا کرده است. طهماسبی‌نیک با اشاره به اینکه واردات انبوه پوشاک ترک نفس اصناف وابسته به پوشاک و البسه را گرفته است، اضافه کرد: شاهد رونق در بازار نیستیم و فعالان صنف در جبران هزینه‌های خود نیز با مشکلات زیادی مواجه هستند. وی با بیان اینکه واردات پوشاک ترک در فهرست واردات کالاهای مشابه تولید داخل قرار دارد، تصریح کرد: دولت باید جلوی این دست واردات را بگیرد. رییس اتحادیه خیاطان استان تهران با تأکید بر اینکه جلوگیری از واردات کالاهایی که تولید مشابه آن‌ها در داخل کشور وجود دارد، تولید ملی را رونق می‌دهد، اظهار کرد: اشتغال‌زایی هم در این شرایط انجام می‌شود.



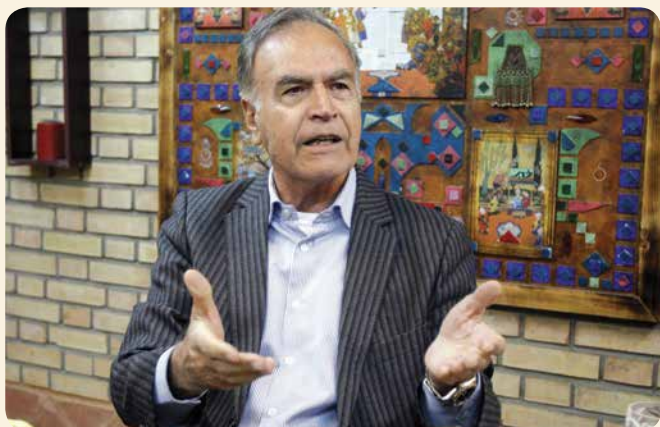
در بازار، صنف خیاطان را هم با رکود مواجه کرده است. به گزارش فارس، وی ادامه داد: وقتی پوشاک ترک با نازل‌ترین قیمت وارد بازار می‌شود، کسی دیگر دنبال دوخت لباس و کت و شلوار نیست، عملاً بازار خیاطان در خواب عمیق فرو رفته است.

رییس اتحادیه خیاطان استان تهران با بیان اینکه واردات انبوه پوشاک ترک نفس اصناف وابسته به پوشاک و البسه را در داخل کشور گرفته است، گفت: کسی دنبال دوخت پیراهن و شلوار نیست. حبیب طهماسبی‌نیک درباره وضع بازار اظهار کرد: پوشاک ترک و عرضه انبوه آن

اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران تشریح کردند:

تنگناهای صنعتگران نساجی کشور

ماه گذشته، تعدادی از اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در گفتگو با برنامه «کالای ایرانی» رادیو اقتصاد، مهم ترین مشکلات و تنگناهای پیش روی صنعت نساجی کشور را مورد بررسی و تحلیل قرار دارند که در ادامه مشروح اظهارات ۴ تن از اعضای محترم هیئت مدیره انجمن در این برنامه، به سمع و نظر خوانندگان گرامی می رسد:



صنعتگران نساجی موظف و مجبورند که پنبه - مهم ترین و حیاتی ترین ماده اولیه صنعت نساجی - را از کشوری مانند ازبکستان وارد کنند که این کشور نیز به رشد و توسعه کارخانه های ریسندگی خود پرداخته و بیشترین پنبه تولیدی را صرف واحدهای ریسندگی خود می کند و بسیار طبیعی است که پنبه تولیدی کشور خود را به دیگر کشورها صادر نکرده و با ایجاد ارزش افزوده بیشتر سعی در تولید کالای نهایی نمایند.

گذشته و آینده صنعت نساجی کشور دکتر علیمردان شیبانی نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران

تأمین قطعات اولیه، میزان تولید، فرآیند تولید، کیفیت و قیمت پتو، روفرشی، محصولات باند و گاز و ... از مواردی بودند که در برنامه رادیویی کالای ایرانی با حضور دکتر علیمردان شیبانی نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران و عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

دکتر شیبانی با بیان این مطلب که روزگاری دلیل اصلی سرمایه گذاری در صنعت نساجی، وجود پنبه مورد نیاز این صنعت در داخل کشور بود؛ ابراز داشت: ماشین آلات ریسندگی موجود کنونی واحدهای نساجی سالیانه به حدود ۱۸۰ تا ۲۰۰ هزار تن پنبه نیاز دارند که متأسفانه در سال های اخیر در بهترین حالت، بیش از ۴۰ تا ۶۰ هزار تن پنبه در کشور ما تولید نمی شود پس باید حدود ۱۶۰-۱۵۰ هزار تن پنبه را بدون مشکل و به راحتی وارد کنیم.

به گفته نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران،

با رادیو اقتصاد، حجم تولید پتو در کشور توسط ۹ کارخانه پتوایی را سالیانه حدود ۱۲ میلیون قطعه برشمرد و گفت: پتوی چینی از کیفیت بسیار پایینی برخوردار است اما به دلیل قیمت ارزان و کاهش قدرت خرید مردم، با استقبال مصرف کنندگان روبه‌روست. مسلماً تولیدکنندگان ما از نظر طرح و رنگ پتو با کوچک‌ترین مشکل و محدودیتی از نظر مسائل فنی و تخصصی مواجه نیستند، مشکل اصلی ما قیمت تمام شده بالاست که بهره‌های بالای بانکی، مالیات بر ارزش افزوده، بیمه‌های اجتماعی، مشکل تأمین مواد اولیه و قوانین و مقررات دست و پاگیر و مسائلی از این قبیل در افزایش قیمت تمام شده محصولات داخلی بسیار موثر هستند.

دکتر شیبانی، یکی از رقبای بالقوه منسوجات ایرانی را ترکیه دانست و گفت: تولیدکنندگان ترکیه هیچ‌گاه بهره بانکی ۲۰-۱۷ درصدی، مالیات ۹ درصدی ارزش افزوده که در ایران به جای اخذ آن از مصرف کننده نهایی از تولیدکنندگان دریافت می‌شود، نمی‌پردازند، تعطیلی ۱۱۰ روزه آن هم بعضاً در بین روزهای هفته و در طول سال ندارند و مقررات فراوان دولتی دست و پاگیر به این ترتیب قیمت تمام شده آنها پایین‌تر از تولیدکننده ایرانی در می‌آید ضمن این‌که به دلیل بهره‌گیری از ماشین‌آلات مدرن و پیشرفته (که تولیدکننده ایرانی به دلیل مسائل مختلف از جمله تحریم قادر به خرید و راه‌اندازی آنها نبوده) امکان خلق محصولات متنوع‌تر و بیشتر را دارند. وی، توجه به تولید صادرات محور را اولویت نخست فعالیت صنعتگران اعلام کرد و گفت: خوشبختانه ۳-۲ سالی است که تولیدکنندگان در این راستا حرکت می‌کنند.

یکی از شنوندگان برنامه رادیویی کالای ایرانی در تماس تلفنی با این برنامه بیان داشت: با توجه به قرار گرفتن ایران در منطقه نیمه خشک و بیابانی و همچنین کاهش بارش باران طی چند سال اخیر، عملاً مردم از کشت پنبه دست کشیده‌اند. وی افزود: مردم باید تشویق شوند در مناطق پر باران مانند دشت گرگان، به جای کشت اوکالیپتوس که بیشترین میزان مصرف و تبخیر آب را دارد، پنبه بکارند.

دکتر شیبانی در مورد این تماس تلفنی گفت: فراموش نکنیم روزگاری در این کشور ۲۷۰ هزار تن پنبه تولید می‌شد و قطعاً بار دیگر می‌توان به این رقم دست یافت. باید در تولید مواد اولیه خودکفا باشیم در غیر این صورت وضعیت تولید و صنعت، وخیم‌تر خواهد شد. نایب رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران اظهار داشت: اگر تدابیر عاجل جهت تأمین پنبه صنعت نساجی اندیشیده نشود، این صنعت با بحران مواجه خواهد شد.

بخش دیگر مصاحبه وی به تولید باند و گاز اختصاص داشت که در این زمینه گفت: این محصول به صورت مستقیم با سلامت مردم سرو کار دارد و اگر گاز بی‌کیفیت به روی زخم باز گذاشته شود، نه تنها زخم

وی ادامه داد: قوانین و مقررات متعددی به ویژه در دولت‌های نهم و دهم وضع شد که آسیب‌های جدی به تولید داخل وارد کرد و راه ورود کالاهای خارجی به کشور هموار شد. کالای خارجی با قیمت بسیار پایین و طرح‌های متنوع و رنگ‌بندی‌های شاد و جذاب در اختیار مصرف‌کنندگان قرار گرفت، طبعاً خریدار به دلیل شرایط نامساعد اقتصادی، ترجیح می‌دهد کالای ارزان قیمت ولو با کیفیت پایین خریداری نماید.

دکتر شیبانی، دلیل قیمت تمام شده بالای کالاهای ایرانی را شرایط تحمیل شده بر تولیدکنندگان که متأسفانه بیشتر و بیشتر آن ناشی از عوارض دولتی است دانست و افزود: برای مثال صنعتگران می‌بایستی برای استفاده از تسهیلات بانکی، بهره‌های بالایی بپردازند در حالی که صنعت نمی‌تواند از عهده پرداخت بهره‌های سنگین بانکی (۲۵-۱۷ درصدی) برآید.

این صنعتگر نساجی به الزام تولیدکنندگان به پرداخت ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده نیز اشاره کرد و افزود: این رقم سنگین، ۹ درصد ما را عقب‌تر از رقبای خارجی نگه می‌دارد. متأسفانه این روند ضد تولید از دولت‌های نهم و دهم شروع شد و همچنان ادامه دارد اگرچه این روزها اقدامات بسیار موثر و مثبتی برای بهبود وضعیت تولید صورت گرفته و باید تداوم پیدا کند.

نایب رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران گفت: صنعت نیازمند نوآوری است و یک تولیدکننده نمی‌تواند با ماشین‌آلات قدیمی، محصولاتی با قیمت تمام شده مناسب، کیفیت مطلوب و منطبق با تکنولوژی روز و قابل رقابت با رقبای خارجی ارائه نماید؛ ضمن این‌که در این سال‌ها به دلیل تحریم‌های بین‌المللی از نوسازی و بازسازی تجهیزات و ماشین‌آلات خطوط تولیدی بازماندیم. اغلب صنعتگران سرمایه کافی در اختیار داشتند اما امکان گشایش اعتبار و نقل و انتقال پول وجود نداشت.

دکتر شیبانی اذعان داشت: اگر قیمت تمام شده و کیفیت محصولات مناسب و مطلوب باشد، قطعاً مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند کالاهای ایرانی خریداری نمایند اما در حال حاضر کالای خارجی به دلیل قیمت ارزان‌تر، جذابیت‌های ظاهری بهتر و کیفیت بهتر (به دلیل استفاده از ماشین‌آلات مدرن) مورد استقبال بیشتر مردم قرار دارد.

به اعتقاد وی، وجود ۱۱۰ روز تعطیل در سال به خصوص تعطیلات وسط هفته، لطامات جبران‌ناپذیری به تولید کشور وارد می‌کند؛ این در حالی است که کشورهایی مانند چین و کره جنوبی و دیگر کشورهای صنعتی قطعاً چنین تعداد روز تعطیلی ندارند و حتی شنیده‌ام کارفرما بابت روزهای تعطیل حقوقی هم پرداخت نمی‌کند.

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران در ادامه مصاحبه رادیویی

نساجی ایران موجود و در دسترس می‌باشد.

رقیبان با برنامه؛ دولتمردان بی‌برنامه! حسن نیلفروش‌زاده عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران



حسن نیلفروش‌زاده عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران با اشاره به این نکته که در ایران، حمایت از تولید داخل باید به‌عنوان ارزش ملی تلقی شود، افزود: مردم باید در مقطعی از زمان از تولید داخلی حمایت کنند حتی اگر کیفیت محصولات داخلی در سطح کالاهای درجه یک ترکیه نباشد اما قطعاً از کیفیت محصولات وارداتی چینی بالاتر است. خرید محصولات ایرانی توسط مردم در رشد و رونق صنعت و اقتصاد کشور موثر می‌باشد که در این صورت با افزایش سودآوری تولید، حجم سرمایه‌گذاری‌های صنعتی روند صعودی پیدا می‌کند و نقاط ضعف محصولات به تدریج رفع خواهند شد.

این صنعتگر نساجی در برنامه رادیویی کالای ایرانی (برنامه‌ای از رادیو اقتصاد) ابراز داشت: منسوجات در بخش‌های مختلفی مانند صنعت پوشاک، منسوجات خانگی، منسوجات صنعتی مورد استفاده قرار می‌گیرند. وی در زمینه حجم اشتغال‌زایی (مستقیم و غیرمستقیم) ایجاد شده توسط صنعت نساجی گفت: توسعه این صنعت متوسط در رفع بحران بیکاری بسیار موثر است و سرمایه‌بری و هزینه‌های ایجاد اشتغال برای هر نفر در نساجی به مراتب پایین‌تر از سایر صنایعی مانند خودروسازی، فولاد، پتروشیمی و ... می‌باشد.

به گفته مهندس نیلفروش‌زاده، در حال حاضر به ازای اشتغال هر نفر در صنعت نساجی ۹۰ تا ۱۱۰ میلیون تومان و در صنعت پوشاک به میزان ۳۰ میلیون تومان سرمایه‌گذاری نیاز است که این رقم تقریباً

التیام نخواهد یافت بلکه بیمار با خطر عفونت مواجه می‌شود؛ به همین دلیل استانداردهای بسیار ویژه در زمینه باند و گاز تدوین شده است. دکتر شیبانی ادامه داد: حدود ۴۳ واحد فعال باند و گاز هیدروفیل در کشور وجود دارند که همگی به تولید باکیفیت می‌پردازند. در این زمینه باید ۲۶ ویژگی بسیار خاص رعایت شود، در غیر این صورت سلامتی مردم مورد تهدید قرار می‌گیرد. نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران اذعان داشت: متأسفانه این کالای مهم و حیاتی نیز به صورت قاچاق از چین وارد کشور می‌شود و با تغییر بسته‌بندی و الصاق برجسب تولید ایران به بازار داخل عرضه می‌شود که این امر بازی با جان انسان‌هاست.

وی توجه به فناوری‌های پیشرفته مانند نانو در تولید باند و گاز هیدروفیل را ضروری قلمداد کرد و افزود: در این شرایط باید بانک‌ها نگاه صنعت‌گرا داشته باشند و متأسفانه طی سال‌های اخیر نسبت به صنعت، کم لطف بوده‌اند در حالی که صنعت بدون حمایت بانک نمی‌تواند به فعالیت خود ادامه دهد و بانک هم بدون داشتن مشتری‌های صنعتی قدرتمند قادر به فعالیت نیست.

دکتر شیبانی اضافه کرد: خوشبختانه بورس در حال رونق گرفتن است و معتمد آنچه در بورس سرمایه‌گذاری شود؛ به صورت مستقیم روی رونق صنعت اثرگذار خواهد بود. از سوی دیگر ضریب نفوذ بیمه‌های ما در سطحی نیست که کمک حال صنعت باشند. این فعال صنعت نساجی تأکید کرد: اگر بانک‌ها سرمایه در گردش شرکت‌های صنعتی تولیدی را به درستی تأمین کنند، تولیدکنندگان قادر خواهند بود با قیمتی به مراتب پایین‌تر محصولات خود را عرضه نمایند و قطعاً و به طور طبیعی در این شرایط قاچاق و قاچاقچی رخت بر خواهند بست.

نایب رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران اذعان داشت: باید قیمت تمام شده محصولات مختلف به اندازه‌ای کاهش یابد که قاچاقچی نتواند رقیب ما شود. وی در ادامه بیان داشت: ۹۸ درصد واحدهای نساجی کشور متعلق به بخش خصوصی است که این از مزیت‌های ویژه این صنعت است و طبعاً ما را قادر به ایجاد ارزش افزوده بیشتر می‌کند.

یکی از صنعتگران نساجی کشور طی تماس تلفنی با این برنامه رادیویی گفت: هزینه بیمه تأمین اجتماعی در ترکیه بسیار بالاست اما تنوع محصولات آنها به مراتب بیشتر از محصولات ایرانی است، تکنولوژی مدرن‌تری در اختیار دارند و بهره‌وری آنها قابل مقایسه با واحدهای کشور ما نیست به این ترتیب آنها می‌توانند قیمت تمام‌شده محصولات خود را پایین نگه دارند. دکتر شیبانی ابراز داشت: فکر نمی‌کنم تولیدکنندگان ترکیه و هیچ کشور دیگری، حق بیمه بالایی چون ما پرداخت کنند و مستندات این موضوع در دفتر انجمن صنایع

کالای ایرانی مطرح شدند. در این برنامه اکبر لباف عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران گفت: ۹۸ درصد صنعت نساجی در اختیار بخش خصوصی است که علی‌رغم تمام مسائل و مشکلات (که برخی از آنها لاینحل به نظر می‌رسند)، به فعالیت خود ادامه می‌دهند. در این میان، ایجاد محیط امن و شرایط برابر در محیط کسب و کار نکات بسیار مهمی هستند که باید مدنظر سیستم حاکمیت کشور قرار گیرند و انتظار تمام فعالان و صنعتگران بخش خصوصی کشور ایجاد شرایط برابر رقابتی با محصولات خارجی می‌باشد. اگر طبق قانون ملزم به پرداخت مالیات هستیم پس قاچاقچیان هم باید مالیات بدهند اما وقتی شرایط نابرابر باشد، اجازه پیشرفت به بخش خصوصی داده نمی‌شود. وی، صنعت تولید الیاف در کشور را توانمند، با تنوع بالا و دارای بازارهای خارجی اعلام کرد و افزود: قیمت مواد اولیه باید بدون تبعیض و تفاوت میان تولیدکنندگان داخلی و خارجی عرضه شود و نباید این مواد با قیمت بالاتر در اختیار تولیدکننده داخلی قرار گیرد!

لباف ادامه داد: حدود ۱۵ شرکت در اصفهان و قزوین به تولید نخ پیوسته (فیلامنت) می‌پردازند که این نوع نخ‌ها در مراحل مختلف، کشیده و بالک می‌شوند و در مصارف گوناگون از جمله ملحفه، پارچه، فاستونی، تریکو، فرش و ... مورد استفاده قرار می‌گیرند. به گفته وی، تولیدات این کارخانه‌ها روزانه بین ۵۰ تا ۱۳۰ تن می‌باشد و روزانه بین ۵۰ تا ۶۰ تن نخ پلی‌استر به کشورهای همسایه به خصوص ترکیه صادر می‌شود.

عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران، در مورد تشخیص پارچه پنبه‌ای از پارچه پلی‌استر گفت: اگر مصرف‌کننده پس از لمس پارچه، متوجه پرزدهی آن شود یعنی این محصول از الیاف پنبه تولید شده است اما پارچه‌هایی که پرز نمی‌دهند صد درصد از الیاف مصنوعی تولید شده‌اند. لباف ادامه داد: میزان تولید پنبه در کشور ۳۵-۳۰ هزار تن است و ۱۲۰-۱۱۰ هزار تن نیز از کشورهای ازبکستان و ترکمنستان وارد می‌شود، طبق آمارها، از مجتمع‌های پتروشیمی حدود ۱۶۰ هزار تن مواد پلی‌استر خریداری شده و ۶۰ هزار تن نیز واردات صورت گرفته است همچنین میزان مصرف پلی‌استر در کشور بالغ بر ۲۲۰ تا ۲۳۰ هزار تن می‌باشد.

این صنعتگر نساجی تصریح کرد: با افزایش جمعیت جهان و مشکلات مربوط به کاشت پنبه، رژیم مصرف پنبه باید رعایت شود به این معنی که پنبه به‌عنوان یکی از الیاف سازگار با پوست بدن انسان باید در تولید محصولات مورد استفاده قرار گیرد که به‌طور مستقیم با بدن انسان (به خصوص البسه نوزاد) در ارتباط است نه در قالب کالاهایی مانند فرش و ... که در این موارد می‌توان از مخلوط پنبه - پلی‌استر، اکریلیک و

یک‌دهم صنایع پتروشیمی می‌باشد. وی تأکید کرد: متأسفانه صنعتی که سابقه بسیار دیرینه و توانمندی فراوان در کشور ما دارد در سند استراتژی توسعه صنعتی مورد توجه قرار نگرفته در حالی که می‌تواند سهم قابل توجهی در رفع معضل بیکاری کشور داشته باشد.

یکی از شنوندگان برنامه رادیوی کالای ایرانی در تماس تلفنی با این برنامه اعتقاد داشت که تولید پارچه فاستونی با ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده توجیه اقتصادی ندارد و قابل رقابت با فاستونی‌های ترکیه و چین نیست. مهندس نیلفروش‌زاده در این زمینه گفت: از نظر مسائل تولیدی و کیفی محصولات با هیچ مشکلی در صنعت نساجی مواجه نیستیم اما قیمت تمام شده کالاهای ایرانی نسبت به رقبا بالاتر است و یکی از مواردی که به این امر دامن می‌زند، مالیات بر ارزش افزوده است.

عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران ضمن بیان این مطلب که باید بپذیریم رقیبان ما دارای برنامه منسجم و منطقی هستند و ما نیز باید برنامه داشته باشیم، اذعان داشت: تصور نکنیم وقتی از چین، کالاهای متعدد با قیمت ارزان وارد کشور می‌شود، تولیدکنندگان چینی انسان‌های خارق‌العاده‌ای هستند بلکه طبق طومار مشکلات تهیه‌شده توسط انجمن صنایع نساجی ایران، حدود ۲۳ درصد کالای تولیدی ما گران‌تر از رقیبان خارجی تمام می‌شود و مهم‌ترین دلایل آن مسائلی مانند مالیات بر ارزش افزوده، تعرفه‌گذاری به روی مواد اولیه، هزینه‌های بالای مالی و ... می‌باشد.

تبعیض را متوقف کنید!

اکبر لباف عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران



وضعیت تولید نخ پلی‌استر، رقابت در عرصه‌های بین‌المللی و واردات غیرقانونی منسوجات به کشور، مسائلی بودند که در برنامه رادیویی

در حالی که قاچاقچی هیچ گونه مالیاتی نمی‌پردازد. در بخش واردات مواد اولیه برخی بخش‌ها، کارخانه‌ها باید ۱۰ درصد عوارض گمرکی برای خرید مواد اولیه بپردازند و هزینه‌های سنگین بر دوش تولیدکننده تحمیل می‌شود در حالی که قاچاقچی بدون هیچ هزینه و تعرفه‌ای، اقدام به واردات غیرقانونی می‌نماید و به سودهای کلان نیز دست می‌یابد.

لباف یادآور شد: فعالان صنعت نساجی تحت فشارهای شدید و مشکلات بیش از حد توان، صرفاً با تکیه بر میهن‌دوستی و حفظ اشتغال نیروهای خود به فعالیت ادامه می‌دهند در حالی که اشتغال ۲۰ درصد از صنعت کشور (با احتساب چرم و کفش) برعهده صنعت نساجی است. پس مصرف‌کنندگان عزیز بدانند خرید هر قطعه کالای خارجی، به بیکاری یک کارگر ایرانی منجر می‌شود و یک خانواده را در معرض مشکلات مالی و چالش‌های اجتماعی قرار می‌دهد. وی ابراز داشت: اغلب واحدهای ریسندگی از مواد اولیه مرغوب استفاده می‌کنند و برندهای معتبر پتو، تریکو، فرش و ... ضوابط و استانداردهای بین‌المللی را رعایت می‌کنند اما محصولات قاچاق، بدون در نظر گرفتن اصول اولیه کیفیت و صرفاً با قیمت بسیار نازل در بازار عرضه می‌شوند.

عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران ضمن اشاره به توقف بخشی از تولیدات کارخانه مشهد نخ گفت: این مجموعه روزانه ۲۰ تن نخ بسیار باکیفیت تولید می‌کرد اما متأسفانه واردات بی‌رویه نخ (آن هم نخ تولید شده از مواد بازیافتی) با ۲۵ درصد قیمت ارزان‌تر، ادامه تولید این کارخانه معتبر را با مشکلات جدی روبه‌رو کرد. به گفته لباف، متأسفانه هر روز کارخانه‌های بزرگ و وسیع با صدها نیروی انسانی یکی پس از دیگری در معرض خطر توقف و تعطیلی قرار می‌گیرند که قیمت

... استفاده کرد. به گفته وی، علت افزایش قیمت نخ پلی‌استر عاملی خارج از تورمی که بانک مرکزی (سالیانه حدود ۱۰ تا ۳۰ درصد) اعلام می‌کند؛ نیست؛ ضمن این که مجتمع‌های پتروشیمی قیمت مواد اولیه مورد نیاز کارخانه‌ها را سالانه ۱۰ تا ۲۰ درصد افزایش می‌دهند.

بخش دیگر مصاحبه عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در مورد فرایند تولید، ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های موجود در صنعت نساجی به خصوص واحدهای تولیدکننده پلی‌استر بود. لباف در این زمینه ابراز داشت: اغلب مواد اولیه واحدهای نساجی از مجتمع‌های پتروشیمی گرفته می‌شود و بخشی که تولید داخل ندارند؛ مانند ویسکوز و تا حدودی اکریلیک از طریق واردات تهیه و در کارخانه‌های ریسندگی، ریسیده می‌شوند و به صورت نخ اکریلیک، پلی‌استر- ویسکوز و پلی‌استر در واحدهای مختلف پایین دستی به پارچه جهت مصارفی مانند ملحفه، فاستونی، تریکو و... تبدیل می‌شوند.

به گفته وی، خانواده‌ها باید دقت کنند منسوجی که با پوست بدن انسان ارتباط دارد باید از جنس پنبه باشد. لباف در ادامه این مصاحبه اذعان داشت: فرش ماشینی و موکت تولیدی در کشور جزو به‌روزترین واحدهای جهان به شمار می‌آید این در حالی است که بخش قابل توجهی از تولیدکنندگان فرش ماشینی دنیا ماشین‌آلات مدرن و منطبق با آخرین تکنولوژی‌های روز دنیا را در اختیار ندارند؛ ضمن این که طراحی فرش‌های ایرانی سرآمد دنیا است.

عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران یکی از مشکلات صنعت نساجی طی پنج سال اخیر را قاچاق اعلام کرد و گفت: برای مثال یک تولیدکننده پتو ملزم به پرداخت ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده به دولت است



وی دلیل اصلی کاهش تولید پنبه در ایران را عدم تشویق کشاورزان به کشت پنبه عنوان کرد و گفت: در کشورهای مانند آمریکا و اسپانیا، پنبه به عنوان یک کالای استراتژیک محسوب می شود و یارانه پنبه به کشاورز اختصاص پیدا می کند؛ هرچند در کشور ما پنبه به عنوان یکی از هشت کالای اقتصاد مقاومتی شناخته می شود اما متأسفانه در عمل نه تنها حمایتی از کشاورز پنبه کار صورت نمی گیرد بلکه اختصاص یارانه به کشت دانه های روغنی، موجب تشویق کشاورزان به کشت این اقلام شده است.

مهندس شهلاهی تصریح کرد: ۱۵ سالی است که وزارت جهاد کشاورزی (به دلایلی)، صنعتگران نساجی را ملزم به واردات پنبه از کشورهای آسیای میانه (به خصوص ازبکستان) کرده در حالی که حجم تولید پنبه در این کشور حدود ۸۰۰-۷۰۰ هزار تن می باشد و طبق اعلام دولت ازبکستان تا سال ۲۰۲۰ حداقل باید ۶۰ درصد پنبه تولیدی به کالای با ارزش افزوده بیشتر تبدیل شود؛ به همین دلیل در حال حاضر قیمت پنبه صادراتی خود را افزایش و حجم صادرات را کاهش داده اند. وی ضمن بیان این مطلب که سیاست های کشاورزی ما در بخش پنبه منطبق با نیاز صنعت نساجی نیست، تأکید کرد: برای مثال گندمی که دولت از کشاورز خریداری می کند، به مراتب گران تر از قیمت های بین المللی است اما می توان درصد اندکی از این مبلغ کلان به پنبه اختصاص یابد تا مشکل تولید پنبه مرتفع شود.

عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران، عدم حمایت از پنبه کاران و کوچک بودن زمین کشاورزان و مباحث مربوط به خرده مالکیت را از مهم ترین مشکلات کشت پنبه دانست و گفت: مافیای پنبه در شرایطی سود می برد که زیان کشاورز را به همراه دارد. سود به این معنی است که پنبه با قیمت مناسب از کشاورز خریداری و با قیمت منطقی به متقاضیان فروخته شود اما متأسفانه در کشور ما این چرخه معیوب است.

مهندس شهلاهی اذعان داشت: بسیاری از کالاهای باکیفیت موجود در بازار تولید داخل است اما به دلیل فرهنگ استقبال از کالای خارجی، تحت عنوان محصول خارجی فروخته می شوند. البته تولیدکنندگانی هم وجود دارند که با افتخار برچسب ساخت ایران را به روی محصولات خود نصب می کنند و مردم نیز با کیفیت بالای آنها آشنا شده اند اما تبلیغات در کشور ما بسیار گران است و تولیدکنندگان ایرانی از نظر مالی، امکان تبلیغات بلندمدت را ندارند. وی سپس به واحد تولیدی خود اشاره کرد و گفت: صد درصد تولیدات ما (جوراب) به ایتالیا صادر می شد اما متأسفانه به دلیل مسائل مربوط به هولوکاست، صادرات متوقف شد و علی رغم کیفیت بسیار بالای محصولات از ادامه صادرات بازماندیم. این صنعتگر نساجی اضافه کرد: قیمت تمام شده محصولات ما بالا

تمام شده بسیار بالای محصولات ایرانی در مقابل کالاهای بی کیفیت اما ارزان قیمت وارداتی نقش موثری در این زمینه ایفا می کنند.

مشکلات کاشت، برداشت و تولید پنبه مهندس محمدجعفر شهلاهی نژاد عضو هیئت مدیره انجمن نساجی ایران



انواع محصولات پنبه ای، فرآیند تأمین مواد اولیه و تولید (ریسندگی، بافندگی، رنگریزی، چاپ)، کیفیت و قیمت، خدمات پس از فروش از جمله محورهای موضوعی برنامه رادیویی «کالای ایرانی» کاری از گروه صنعت و بازرگانی بود که با حضور مهندس محمدجعفر شهلاهی نژاد عضو هیئت مدیره انجمن نساجی ایران مورد بحث و بررسی قرار گرفت. وی عنوان داشت: در حال حاضر پنبه یکی از مهم ترین الیاف مصرفی دنیا محسوب می شود و در تولید پوشاک برخی رده های سنی در اروپا، استفاده از الیافی به جز پنبه ممنوع می باشد. وی یادآور شد: پنبه براساس طول الیاف و ظرافت انواع مختلفی دارد. هر اندازه طول الیاف بلندتر باشد ظرافت آن نیز بیشتر است و طبعاً به تولید نخ باکیفیت تر و ظریف تر منجر خواهد شد.

مهندس شهلاهی ادامه داد: تنها الیاف طبیعی، پنبه و پشم هستند و سپس الیاف بشرساخت شبیه پنبه که از چوب تهیه می شوند، سایر الیاف، پلیمری هستند که اصولاً به صورت مستقیم با پوست بدن انسان سازگاری خوبی ندارند و حتی برخی افراد به آن حساسیت دارند. به گفته عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران، تولید پنبه در کشور ما اندک است در حالی که طی سال های ۱۳۵۲ و ۱۳۵۳ حجم تولید پنبه در ایران به رقم ۲۵۰ هزار تن رسیده بود. پس از انقلاب، تجربه تولید ۱۸۰ هزار تن و ۱۵۰ هزارتن پنبه را نیز داشتیم اما به مرور زمان تولید پنبه در کشور کاهش یافت.

مقدار آن کم می‌باشد. همچنین باید توجه کنیم میزان دریافتی پنبه در هکتار کشور ما به دلیل نوع بذر، سم و ... بسیار پایین است. عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در پایان این مصاحبه رادیویی ابراز داشت: استفاده از پنبه برای سلامت جامعه، اجباری است و در صورت مساعدت و حمایت وزارت جهاد کشاورزی، مشکل قیمت بالای آن رفع خواهد شد؛ ضمن این که واردات پنبه امری مذموم نیست و حتی کشوری مانند چین به واردات پنبه نیز می‌پردازد. در حال حاضر میزان تولید پنبه در کشور ۳۵ هزار تن است در حالی که سال‌های تحریم نفت به صادرات پنبه (طلای سفید) می‌پرداختیم.

نیست و مجموع عواملی که در قیمت تمام شده به تولیدکننده داخلی تحمیل می‌شود (مانند سهم بالای کارفرما در بیمه‌های تأمین اجتماعی و ...)؛ قیمت محصولات را بالا می‌برند. به گفته وی، ۷۵-۷۰ درصد قیمت تمام شده نخ پنبه‌ای، مواد اولیه است، متأسفانه وزارت جهاد کشاورزی ۱۰ درصد تعرفه گمرکی پنبه وضع کرده در حالی که هیچ کشوری به روی مواد اولیه پایه تعرفه گمرکی وضع نمی‌کند. مهندس شهلائی، بهترین نوع پنبه را «پنبه دست‌چین شده» عنوان کرد و گفت: برداشت پنبه توسط کمباین باعث خرد شدن ساقه‌های پنبه و افزایش ضایعات محصول می‌شود؛ ضمن این که قیمت پنبه ایران بالا نیست بلکه

دبیر انجمن کارفرمایان نساجی اصفهان عنوان کرد:

رکود ۷۰ درصدی صنعت نساجی اصفهان را تهدید می‌کند

از اصلی‌ترین منابع درآمدی مردم اصفهان به شمار می‌رفت و در کمتر از دو دهه نزدیک به ۱۰ کارخانه بزرگ نساجی در این شهر راه‌اندازی شد.

به گزارش تسنیم، برخی از این کارخانجات که در دهه ۴۰ و ۵۰ توسعه گسترده‌ای یافته بودند و روز به روز به اوج می‌رسیدند و امتیازهای متعددی از تولید این سرزمین را به خود اختصاص می‌دادند، به دلیل واردات بی‌رویه اجناس ارزان قیمت خارجی، عدم عاقبت‌اندیشی و به‌روز نشدن تکنولوژی، چرخ‌های از رده خارج شده و سوء مدیریت‌ها در بخش‌های فنی اکنون به ساختمان‌های مخروبه‌ای تبدیل شده‌اند و برخی از آنها لنگ لنگان طی مسیر می‌کنند.

با این اوصاف و با وجود اینکه صنعت نساجی، صنعتی سودآور و استراتژیک در استان اصفهان به‌شمار می‌رود، امروزه واردات بی‌رویه، رکود،



می‌کند. نزدیک به ۹۰ سال قبل راه‌اندازی کارخانجات نساجی در اصفهان، این شهر را به یکی از قطب‌های این صنعت در منطقه تبدیل کرد تا آنجا که به آن لقب «منچستر شرق» دادند. در آن روزگار کارخانجات بافندگی یکی

دبیر انجمن کارفرمایان نساجی اصفهان با بیان اینکه وعده‌های بسیاری برای بهبود وضعیت صنعت نساجی داده شد، اما متأسفانه هیچ‌کدام از این قول‌ها اجرایی نشد، گفت: رکود ۷۰ درصدی صنعت نساجی اصفهان را تهدید

مالیات بر ارزش افزوده، بالا بودن نرخ سود تسهیلات، جرائم بانکی تار و پود نساجی اصفهان را در هم تنیده و نفس کارخانه‌های آن به شماره افتاده است، گفتگویی را با مظفر چلمقانی دبیر انجمن کارفرمایان نساجی اصفهان داشتیم که در ادامه می‌خوانید:

به نظر شما تعداد کارگاه‌های فعال و میزان اشتغال صنعت نساجی استان اصفهان در شأن این استان هست؟

چلمقانی: انجمن صنایع نساجی قدیمی‌ترین و معتبرترین شکل صنفی است و سابقه ۲۰ ساله دارد. صنعت نساجی کشور پشوانه ۲۰ دانشگاه و ۱۴ هزار نیروی تحصیلکرده در این رشته است. صنعت نساجی یکی از ۷ صنعت استراتژیک کشور است که تنها ۵ درصد هزینه سرمایه‌گذاری صنعتی در این بخش صرف می‌شود، اما ۱۲ درصد اشتغال کشور را به خود اختصاص داده است. صنعت نساجی از نظر اشتغال‌زایی در رده برترین صنایع قرار داشته و کمتر صنعتی نظیر نساجی ایجاد اشتغال می‌کند.

از ۸ هزار واحد صنعتی موجود در استان اصفهان، حدود ۲ هزار و ۳۰۰ واحد شناسنامه‌دار و ۶ هزار واحد کارگاهی کوچک نساجی بدون شناسنامه در استان مشغول فعالیت هستند که ۱۰۰ هزار نیروی انسانی را به کار گرفته‌اند، در مجموع ۱۳۰ هزار نفر در صنعت نساجی استان مشغول به کار هستند که با احتساب خانواده آنها ۵۰۰ هزار نفر از طریق این صنعت ارتزاق می‌شوند. امروز این صنف با انواع و اقسام مشکلات دست و پنجه نرم می‌کند و با وجودی که جلسات متعددی با سران اقتصادی کشور و استان درباره رفع این مشکلات مطرح کردیم، اما هنوز بر سر جای خود مانده است.

جایگاه صنعت نساجی استان اصفهان

را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

چلمقانی: استان اصفهان قطب صنعت نساجی کشور است، اما متأسفانه رکودی بی‌سابقه بر صنعت نساجی اصفهان سایه افکنده که سبب تعطیلی بسیاری از کارخانه‌های بزرگ شده و اکنون درصد بالایی از کارخانه‌ها و کارگاه‌های نساجی استان بازار خود را از دست داده‌اند و با ۳۰ درصد ظرفیت و زیر خط تولید کار می‌کنند.

چه عواملی در بروز و ظهور این رکود موثر بوده‌اند؟

چلمقانی: وعده‌های بسیاری برای بهبود وضعیت صنعت نساجی داده شد، اما متأسفانه هیچ‌کدام از این قول‌ها اجرایی نشده و رکود همچنان گریبان‌گیر نساجی استان اصفهان است، نه تنها رکود بلکه کمبود مواد اولیه، کمبود نقدینگی، بالا بودن نرخ بهره بانکی و افزایش مالیات کمر صنایع نساجی را خم کرده است. در سراسر دنیا زمانی که صنعتی با رکود روبه‌رو است تمام متولیان و متصدیان صنعتی با همکاری یکدیگر به یاری صنعت دچار رکود می‌شوند، بانک‌ها در اعطای تسهیلات به این صنایع همکاری بیشتری می‌کنند و حتی قوانین را در راستای حمایت از صنایع با تغییراتی اجرایی می‌سازند، اما متأسفانه در کشور ما بسیاری از این مسائل رعایت نمی‌شود.

واردات بی‌رویه منسوجات چه تأثیری بر فعالیت کارخانه‌ها و کارگاه‌های نساجی استان اصفهان داشته است؟

چلمقانی: واردات بی‌رویه انواع محصولات تولیدی نساجی از دیگر کشورها در حال حاضر عمده‌ترین مشکلات موجود در این بخش است، ورود محصولات ساخته شده از خارج همچون پارچه، پوشاک از ترکیه، تایوان، هند

و چین به صورت قاچاق سبب ایجاد مشکلات بسیاری در این صنعت شده و قاچاق کمر کارخانه‌ها را شکسته است.

هم اکنون کارخانجات نساجی استان اصفهان به دلیل شرایط اقتصادی کنونی و واردات کالاهای بی‌کیفیت کشورهای بیگانه با ظرفیت زیر ۵۰ درصد فعالیت می‌کنند، برخی از افراد با استفاده از رانت، اقدام به واردات بی‌رویه منسوجات کرده‌اند که این امر نه تنها سبب خمیدگی کمر کارخانه‌ها نساجی استان شده، بلکه با افزایش و تداوم واردات منسوجات خارجی تار و پود نساجی اصفهان در آینده رشته خواهد شد. جلوگیری از ورود پوشاک به اصفهان در رونق دوباره صنعت نساجی استان اصفهان نقش به‌سزایی دارد، فعالان صنعت نساجی اصفهان انتظار دارند مسئولان با جلوگیری از واردات و قاچاق بی‌رویه کالاهای نساجی به صنعت نساجی کمک کنند تا این صنعت به موقعیت و جایگاه گذشته خود برسند.

چه میزان از مواد اولیه مورد نیاز صنعت نساجی از طریق واردات و چه میزان با تولید داخلی تأمین می‌شود؟

چلمقانی: با وجود تأمین بخشی از نیاز واحدهای تولیدی با مواد اولیه داخلی هنوز ۷۰ درصد از مواد اولیه با واردات تأمین می‌شود، علاوه بر واردات مواد اولیه خارجی به کشور، محصولات نساجی مانند نخ و پارچه نیز با واردات از دیگر کشورها وضعیت فعلی بازار منسوجات در داخل را آشفته کرده است. کشورهای چین، ترکیه، پاکستان و کره از عمده کشورهای واردکننده محصولات نساجی به کشور هستند. در میان کشورهای واردکننده محصولات نساجی، چین رتبه نخست میزان واردات به کشور را به خود اختصاص داده،

اما محصولات چینی در مقایسه با منسوجات داخلی با وجود پایین بودن قیمت، کیفیت قابل رقابتی با تولیدات داخلی ندارند.

قیمت بالای انرژی و مواد اولیه مورد نیاز واحدهای نساجی در داخل سبب افزایش قیمت تمام شده محصولات داخلی شده و واحدهای تولیدی داخلی با مدنظر قرار دادن کیفیت بالا در تولیدات خود در مقایسه با اجناس وارداتی، بازار فروش محصولات در داخل را در مقایسه با تولیدات بی کیفیت خارجی از دست داده‌اند. حذف تعرفه گمرکی انواع مواد اولیه و قطعات نساجی یکی از راه‌های رونق این صنعت است، با ورود مواد خام و اولیه و همچنین حمایت از تولید داخل می‌توان چرخ‌های صنعت نساجی کشور را به چرخش درآورد.

به اعتقاد شما کدام عوامل داخلی اقتصاد ایران بر کاهش تولیدات صنعت نساجی استان اصفهان تأثیر گذار بوده است؟

چلمقانی: امروز صنعت نساجی در استان اصفهان به دلیل مالیات‌های گزاف و مشکلات بانکی با اداره دارایی و بانک‌ها دست و پنجه نرم می‌کند. مالیات بر ارزش افزوده بیشتر از قاچاق به صنعت نساجی ضربه زده است، در این شرایط ما در زمان رونق تولید هم در رکود بودیم و در حال حاضر انبارهای کارخانه‌ها پر از محصولات است. اکنون صنایع نساجی با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند، اما همچنان شاهد سخت‌گیری‌های فراوانی در این بخش هستیم، مشکلات مالیاتی همچنان پابرجاست و بانک‌ها نیز همکاری لازم ندارند. در حال حاضر وضعیت نساجی استان اصفهان مناسب نیست، زیرا که بنگاه‌های دارایی و بانک‌ها هر روز مشکلی را برای این صنعتگران ایجاد می‌کنند. با تمام این صحبت‌ها، مسئولان و افرادی که با این هنر ارتزاق می‌کنند باید برای رونق بخشیدن به آن تلاش بیشتری کنند. مسائل مالیاتی

صنعتگران نساجی استان باید حل و فصل شود، صنعت نساجی نیازمند حمایت جدی مسئولان است، چنانچه به این مسئله توجه شود، خدمت بزرگی به تولید داخلی خواهد شد. بالا بودن نرخ سود تسهیلات، جرائم بانکی و واردات بی‌رویه موجب کاهش ظرفیت تولید کارخانه‌های نساجی اصفهان شده است. در وضعیت رکودی و در همه جای دنیا، دولت‌ها در زمان رکود با ایجاد مشوق‌های تولیدی نظیر کاهش نرخ مالیات و نرخ سود تسهیلات، مردم را به سرمایه‌گذاری در تولید تشویق می‌کنند. با وجود مشکلات متعدد و حمایت‌های حداقلی دولت‌ها نسبت به صنعت نساجی، این صنعت آن قدر ریشه داشته که در یک دهه اخیر به خوبی در برابر مشکلات مقاومت کرده، هنوز صنعت نساجی اصفهان با فراز و نشیب‌های فراوان طی سال‌های متوالی جایگاه خود را حفظ کرده و با حمایت مسئولان و تدابیر لازم آینده خوبی در انتظار صنعت نساجی اصفهان است.



در همایش اقتصاد ایران مطرح شد

۴ سناریوی نامطلوب پیش روی اقتصاد ایران



همایش اقتصاد ایران روز شنبه ۲۵ آذرماه ۱۳۹۶ برگزار شد. در این همایش اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس جمهور درباره چالش هایی که امروز پیش روی اقتصاد ایران قرار دارد نکاتی را ابرار کرد و مسعود نیلی، مشاور اقتصادی رئیس جمهور نیز در سخنان خود به ۴ سناریوی نامطلوب پیش روی اقتصاد ایران پرداخت.

معاون اول رئیس جمهور وضعیت فعلی فقر و رفاه مردم را یکی از چالش های جدی اقتصاد ایران عنوان کرد و گفت: چالش هایی که امروز پیش روی اقتصاد ایران است و از آنها به عنوان ابرچالش ها نیز شناسایی می شود، در اندازه ملی و جهانی، ابعاد وسیع به خود گرفته و در هم تنیده شده اند؛ به نحوی که حل جداگانه آنها امکان پذیر نیست.

اسحاق جهانگیری در همایش اقتصاد ایران افزود: هیچ کدام از این چالش ها صرفاً به حوزه اقتصاد مرتبط نیستند، بلکه تمامی موضوعات کشور را درگیر کرده اند و برخی از آنها قدمتی دیرینه دارند. او تورم را یکی از مشکلات قدیمی پیش روی اقتصاد کشور دانست که ابعاد گسترده ای دارد و باید به همین گستردگی به آن پرداخت و تصریح کرد چالش هایی نظیر آب نیز دیگر یک موضوع ساده نیستند که در حوزه ۲

تبدیل شده است و افزود: اینکه گفته می شود در هر خانواده، سه بیکار داریم، درست نیست، بلکه تعداد بیکاران ۳ میلیون نفر است که البته نوع آنها متفاوت از قبل بوده و بخش زیادی از آنها دارای مدرک دانشگاهی هستند. جهانگیری در بخش دیگری از سخنان خود به محدودیت های نظام تأمین مالی کشور به عنوان چالش دیگری در اقتصاد کشور اشاره و اظهار کرد: در این رابطه مشکلات نظام بانکی بسیار پیچیده شده به گونه ای که نمی توانیم برخی از مسائل و

وزارتخانه نیرو و کشاورزی قابل رسیدگی باشند؛ بلکه نهادهای امنیتی و وزارت کشور نیز درگیر آن هستند. به گفته جهانگیری، محیط زیست نیز دیگر یک موضوع فانتزی نیست؛ بلکه تالاب هایی در سراسر کشور خشک شده اند که تبدیل به تهدیدکننده های حیات شده اند.

پیچیدگی مشکلات نظام بانکی

معاون اول رئیس جمهور، بیکاری را از دیگر مشکلات کشور یاد کرد که به یک ابرچالش

مشکلات بانک‌های کشور را باز کنیم.

او خاطرنشان کرد: بهره‌وری نیز همواره یکی از چالش‌های اقتصاد ایران است که هر سال بر اساس معلومات خود، درباره آن صحبت‌هایی ایراد می‌کنیم اما هنوز این چالش به قوت خود باقی است و فقط معلومات در دوران مختلف تکرار شده است. جهانگیری با بیان اینکه نباید هماهنگی و همگرایی اقتصادی و سیاسی در حوزه اقتصاد مقاومتی را از دست داد، گفت: باوجود اینکه برنامه ششم توسعه وضعیت خاصی دارد، این چالش‌ها پیش روی سیاست‌های اقتصادی قرار گرفته‌اند و هنوز نتوانسته‌ایم برنامه جامعی که اهداف کمی مشخص و قابل اندازه‌گیری داشته باشد را حاکم کنیم.

معاون اول رئیس‌جمهور ادامه داد: در حوزه سیاست‌گذاری‌ها نیز نبود دیدگاه علمی سبب شده سیاست‌های نادرست نقد نشوند و در این میان هر سیاستی نیز که نقد شده، به دیدگاه‌های سیاسی نسبت داده شده و فارغ از دیدگاه‌های سیاسی، این تحلیل‌ها مورد توجه قرار نگرفته است. جهانگیری با بیان اینکه تحلیل علمی درباره سیاست‌ها داده نشده است، گفت: سیاست‌های اشتغال‌زودبازده و ضربتی و همچنین خرج کردن منابع برای اشتغال‌زایی همواره به کار گرفته شده ولی هیچ‌گاه نقد کارشناسی نشده است؛ این در حالی است که در مورد ارز، هنوز برخورد علمی صورت نگرفته است و مجدد اشتباهات تکرار شده است که باید نهادهای پژوهشی نقش خود را ایفا کنند. او افزود: نهادهای پژوهشی باید بر سر مسائل اساسی کشور تلاش کنند تا نظرات واحد و مشترکی اعمال شود؛ تا همگرایی لازم ایجاد شود؛ ضمن اینکه درک مشترکی از شرایط موجود اقتصادی را هم به دست آورند. به این معنا که مؤلفه‌های تشکیل دهنده شرایط اقتصادی ایران نیز باید سنجیده شود تا بتوان راهکارها را مورد توافق قرار داد.

۹ زیرساخت لازم برای تحقق رشد اقتصادی پایدار

مشاور اقتصادی رئیس‌جمهور نیز در همایش اقتصاد ایران، با برشمردن ۹ زیرساخت لازم برای تحقق رشد اقتصادی پایدار، تورم ۲۰ درصدی، بیکاری ۱۲ درصدی، رشد ۳۸ درصدی و ضریب جینی ۴۲ هزارم را از شاخصه‌های بلندمدت اقتصاد ایران عنوان کرد. مسعود نیلی گفت: برای رشد اقتصادی با مؤلفه‌های پایدار، به سه عامل نیاز داریم، به این معنا که برای ایجاد اشتغال در مقیاس بالا، برطرف کردن فقر و نیز برطرف کردن چالش‌ها نیاز داریم؛ درعین حال برای عملکرد بلندمدت رشد اقتصادی باید به این نکته توجه داشت که تورم بالا، نرخ بیکاری ۱۲ درصدی، رشد اقتصادی سرانه ۳۸ درصدی و ضریب جینی تا ۴۲ هزارم داریم که متوسط عملکرد اقتصاد ایران را نشان می‌دهد.

مشاور اقتصادی رئیس‌جمهور افزود: در این میان ۹ عامل، زیرساخت‌های رشد را در بر می‌گیرند که شامل حکمرانی توانمند، محیط باثبات اقتصادی، تعامل پایدار و متوازن، تأمین مالی پایدار، تجهیز و تخصیص سرمایه انسانی و به‌کارگیری دانش، نظام مؤثر مقابل با فقر، محیط‌زیست متوازن، بخش خصوصی توانمند و درنهایت نحوه تجهیز زیرساخت‌ها با درآمدهای نفتی است؛ درحالی که عملکرد بلندمدت اقتصاد ایران نشانگر آن است که علیرغم اینکه تمایل سیاسی برای رشد وجود داشته، هیچ‌یک از این ۹ ویژگی به‌صورت بلندمدت در اقتصاد ایران وجود نداشته است.

نیلی تصریح کرد: برآیند عملکرد ما در سال‌های اخیر رشد اقتصادی ۲.۵ تا ۳ درصدی را نشان می‌دهد که اگر متناسب با آن عملکرد بلندمدت حرکت کنیم، مشکلاتی نیز خواهیم داشت. اما سؤال این است که اگر این مشکلات را به‌عنوان ابرچالش‌ها تکرار کنیم، راه‌حلی وجود دارد که این مسائل را حل کرد. به گفته نیلی، اگر ابر چالش‌های کشور به نحو درستی حل نشوند، ممکن است وارد سایر حوزه‌ها شده و مشکلات را دوچندان کنند.

او با تفکیک عوامل تخریب و تضعیف‌کننده رشد، اظهار کرد: آن دسته از عواملی که رشد اقتصادی را تخریب می‌کنند، سازوکارهایی همچون بودجه و تمایل سیاست‌مداران به خرج کردن بیشتر است، این مورد در اقتصاد ایران، تنها محور وفاق همه گروه‌های سیاسی کشور است و هر سیاست‌مداری که روی کار می‌آید، آنچه با اشتباهی زیاد به آن پرداخته می‌شود، همین مورد است؛ این در حالی است که درآمدهای نفتی و مالیاتی سبب می‌شود که این اشتها بیشتر شود، به این معنا که تمایل به خرج کردن در زمان بالا رفتن درآمد نفتی بیشتر می‌شود.

نیلی گفت: در این صورت، به تعهدات بلندمدت دولت اضافه می‌شود و اگر یک تعهد اجتماعی نیز پذیرفته شده و کارمند بیشتری جذب می‌کند، خود را تا ده‌ها سال متعهد می‌کند، ضمن اینکه این امر منجر به افزایش جزئی از پایه پولی می‌شود، این در حالی است که قیمت نفت با نوسانات مواجه است و وقتی که قیمت کاهش می‌یابد، کسری بودجه بیشتر و بدهی دولت به بانک مرکزی یا بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی نیز ارتقا می‌یابد، پس برآیند آنها تورم را خواهد بود.

ایران؛ دارنده مزمن‌ترین تورم دنیا

مشاور اقتصادی رئیس‌جمهور افزود: ایران به‌عنوان دارنده مزمن‌ترین تورم دنیا به ثبت رسیده است؛ بنابراین باید به این امر توجه داشت؛ درحالی که کمتر پیش آمده که قیمت نفت در دامنه میانگین خود قرار گرفته باشد، بلکه معمولاً در دو طیف کم‌وزیاد قرار می‌گیرد و این تورم مزمن ۲۰ درصد را برای اقتصاد ایران رقم می‌زند، از اینجا دولت وقتی نگاه می‌کند که با خرج کردن بیشتر، خدمات بیشتری ارائه می‌دهد، پس چالش تورم را هم پیش روی خود می‌بیند، یعنی نرخ ارز، قیمت انرژی و سایر موارد، باید متناسب با تورم بیشتر شود؛ اینجا است که دولت با سؤال مردم در خصوص بالا بودن تورم مواجه می‌شود؛ پس دولت‌ها با افزایش قیمت‌ها نیز مبارزه می‌کنند و

بنابراین به کنترل قیمت دامن می‌زنند و به جای اینکه افزایش قیمت با منشأ تورم را مورد توجه قرار دهند، افزایش قیمت با منشأ بنگاه را مورد توجه قرار می‌دهند.

نیلی گفت: هر چه کالایی مهم‌تر باشد، شدت مداخله دولت در بنگاه اقتصادی نیز بیشتر می‌شود، طبیعی است که بنگاه اقتصادی که هزینه آن متناسب با تورم افزایش می‌یابد ولی قیمت محصولش با تورم کنترل می‌شود، در معرض چالش قرار می‌گیرد و زیان ده می‌شود. پس اینجا دولت یارانه‌هایی از جمله انرژی به بنگاه می‌دهد و عواقب دیگری را در اقتصاد می‌آفریند. این اقتصاددان ادامه داد: اینجا است که دولت وارد فاز تأمین مالی می‌شود، در حالی که این امر فشار را بر بانک‌ها برای ارائه وام ارزان بیشتر می‌کند؛ ضمن اینکه نرخ ارز نیز از تورم جدا می‌شود، بنابراین همیشه نظام چند نرخ ارز را حاکم می‌کنیم؛ چراکه دولت بر روی نرخ ارز پایین تمرکز کرده و این امر رانت جویی و افزایش واردات را رقم می‌زند.

مشاور اقتصادی رییس‌جمهور تصریح کرد: پایین نگاه داشتن نرخ ارز به جهت تأمین مواد اولیه خوب است، ولی دولت به لحاظ رقابت‌پذیر نبودن محصول تولیدی با نمونه خارجی، تعرفه‌ها را بالا می‌برد که نتیجه آن، قاچاق است. نیلی افزود: این امر، تولید متکی به حمایت را رقم می‌زند، این در حالی است که دولت در خصوص بازار کار نیز سیاست دستمزد و مزایای بازنشستگی از این موضوع جدا می‌شود؛ پس تولید با یک فعالیت باانگیزه سودآوری نیست، بلکه همه بنگاه‌ها به جای اینکه با تکنولوژی سروکار داشته باشند، پشت در مسئولان برای گرفتن امتیازات معطل می‌مانند و بنابراین بنیان رشد در اقتصاد که همان بنگاه‌های اقتصادی هستند، ضعیف می‌شوند و در نتیجه این عوامل، ابرچالش‌ها را به وجود می‌آورند. نیلی ادامه داد: صندوق بازنشستگی، نظام بانکی، قیمت‌گذاری و در نهایت بودجه، ابرچالش‌های اقتصاد ایران هستند که برآیند آن، رشد اقتصادی

پایین و ابرچالش بیکاری است که اقتصاد ایران را درگیر خود می‌کند؛ در کنار سازوکارهای مخرب رشد نیز سازوکار تضعیف‌کننده رشد از جمله نبود بنگاه‌داری خصوصی و ضعیف بودن تعامل با دنیا نیز وجود دارد. بر این اساس نرخ بالای بیکاری و فقر نیز گریبان‌گیر کشور می‌شود.

۴ سناریوی نامطلوب برخاسته از عملکرد بلندمدت اقتصاد ایران

او افزود: اگر ویژگی‌های عملکرد بلندمدت اقتصاد ایران را داده شده بگیریم، ۴ سناریوی نامطلوب پیش روی ما قرار خواهد گرفت؛ سناریوی اول آن است که سناریوهای مخرب رشد یعنی مداخلات دولت در بنگاه‌داری در کنار تورم ۲۰ درصدی حفظ می‌شود؛ پس اینجا اگر محور را تعامل با دنیا بگذاریم و با جذب منابع، تولید را راه بیندازیم، به انباشت بدهی خارجی تبدیل خواهد شد.

سناریوی دوم این است که وضعیت نامساعد تعامل با دنیا و ساز و کارهای مخرب رشد حفظ شده و بر خصوصی‌سازی تأکید کنیم، پس در اینجا خصولتی‌ها رشد خواهند کرد؛ چراکه بنگاه‌ها انگیزه کافی را ندارند.

نیلی سناریوی سوم را تداوم تورم مزمن ۲۰ درصدی و انجام اصلاحات ساختاری با حفظ این تورم دانست و گفت: این مسئله منجر به این می‌شود که بازگشت مجدد به عدم تعادل در اقتصاد داشته باشیم و سازوکارهای مخرب دوباره باز خواهند گشت، اما در سناریوی چهارم، حفظ سازوکارهای مخرب رشد در دستور کار قرار گرفته و تورم کاهش می‌یابد، در این صورت تورم مجدد باز خواهد گشت، چراکه عواملی که از سمت بنگاه مداخلات را ایجاد کرده‌اند، به کسری بودجه دولت می‌انجامد و تورم را مجدد حاصل می‌کند؛ پس عملکرد بلندمدت اقتصاد ایران، از اینرسی بالایی برخوردار است و اشتباه است که اگر بخواهیم به صورت موردی در این چهار زمینه، به این موضوع پرداخت. وی با تأکید بر اینکه

به راه‌حل جامع نیاز داریم، گفت: اگر به این ۴ سناریو، به صورت جداگانه نگاه کنیم، به حالت قبل باز خواهیم گشت؛ این در شرایطی است که این ۴ سناریو را بدون استثنا طی سال‌های قبل، تجربه کرده‌ایم.

نیلی با بیان اینکه اگر امنیت در کشور فراهم بوده و زیرساخت‌ها آماده باشد، در کنار اینکه محیط در فعالیتهای اقتصادی معطوف به تحرک باشد، منجر به تولید محصولاتی خواهیم شد که در بازار داخلی و خارجی مبادله می‌شود، گفت: مازاد این مبادله، در اقتصادی که نفت ندارد، منبع تأمین مالی دولت می‌شود ولی در اقتصاد ایران، وقتی در مواجهه با تورم ۲۰ درصدی، قیمت‌ها را کنترل می‌کنیم، گلوئی اقتصاد را فشار خواهیم داد و بنابراین بخش‌هایی که پیشران در اقتصاد ایران هستند، زیان ده خواهند شد.

مشاور اقتصادی رییس‌جمهور گفت: سازوکارهای مخرب رشد، مثل یک ویروس بیماری همه اقتصاد را بیمار می‌کند و تنها عاملی که می‌تواند این تأمین منابع را جبران کند، آن است که با نفت این موضوع را تأمین مالی کنیم که آن هم در شرایط خاصی رخ می‌دهد، بنابراین مشکلات محیط کسب‌وکار رخ می‌دهد و با تداوم ۲۰ ساله تورم مزمن، دولت کلا کار خود را به درگیری با بنگاه‌های اقتصادی معطوف می‌کند و در نهایت، به کاهش سرمایه‌گذاری تن می‌دهد. نیلی ادامه داد: برای برون‌رفت از شرایط موجود نیاز به شکل‌گیری اراده سیاسی قوی و اجرای راه‌حل‌های ممکن است؛ بنابراین اگر بخواهیم به شکل درستی حرکت کنیم، نیازمند آن هستیم که نظام مالیاتی کشور را مورد ارزیابی مجدد قرار دهیم، پس اگر به این نتیجه رسیده‌ایم که بودجه ورودی سازوکارهای مخرب در اقتصاد ایران است، باید قاعده‌مند کردن سیاست‌ها را در اقتصاد پیاده‌سازی کرد و مدیریت درآمدهای نفتی را نیز صورت داد، یعنی باید صندوق توسعه ملی به لحاظ کارکرد تغییر کند.

گزارشی از جلسه هم‌اندیشی و مجمع عمومی صاحبان صنایع نساجی، پوشاک و چرم استان البرز



جایگاه و ارتقای نقش تشکلهای و انجمن‌ها در بهبود محیط کسب و کار مطالبی بیان داشتند. در ادامه جلسه جناب آقای بوستانی فر مسئول امور تشکلهای صنعتی سازمان صنعت معدن و تجارت البرز پیرامون نقش تشکلهای در تصمیم‌سازی‌ها مواردی را به اطلاع حاضرین در جلسه رساندند.

بعد از اظهارات ایشان سرکار خانم مهندس سلیمانی از شرکت شهرک‌های صنعتی استان البرز در خصوص توسعه خوشه نساجی استان و تفاهم‌نامه منعقد بین شرکت شهرک‌های صنعتی و انجمن به منظور اجرای این پروژه (توسعه خوشه نساجی) در استان که نقش موثر و مفیدی در کاهش قیمت محصول نهایی و

در این نشست جناب آقای مالیر رییس انجمن تخصصی صنایع همگن نساجی، پوشاک و چرم استان البرز ضمن خوش آمد گویی به حاضرین و با تقدیر و تشکر از مجموعه اتاق البرز از بابت میزبانی، مطالبی در خصوص عملکرد انجمن و برنامه‌های در دست اقدام و اهداف تعریف شده به استناد مفاد اساسنامه انجمن که به تأیید وزارت صنعت معدن و تجارت رسیده است و همچنین نقش شرکت تعاونی تامین نیاز انجمن در تامین مواد اولیه و ماشین آلات مورد نیاز صاحبان صنایع نساجی، پوشاک و چرم مطالبی به سمع و نظر حاضرین در جلسه رساند. سپس جناب آقای دکتر فرشلاف در خصوص

پیرو هماهنگی انجام شده از طرف انجمن تخصصی صنایع همگن نساجی، پوشاک و چرم استان البرز، جلسه هم‌اندیشی صاحبان صنایع نساجی، پوشاک و چرم استان البرز در روز سه‌شنبه مورخه ۹۶/۸/۳۰ ساعت ۱۵ در محل اتاق بازرگانی صنایع و معادن و کشاورزی البرز با حضور صاحبان صنایع نساجی، پوشاک و چرم استان، نمایندگان سازمان صنعت معدن و تجارت استان البرز، نماینده شرکت شهرک‌های صنعتی استان، جناب آقای دکتر فرشلاف مشاور و سرپرست مرکز پژوهش و تحقیقات اقتصادی اتاق البرز، سرکار خانم براتی کارشناس مسئول امور تشکلهای اتاق البرز و اعضای هیئت مدیره انجمن برگزار گردید.



در این صنعت فراهم گردد.

۲- با عنایت به جایگاه قانونی، حقوقی، رسمی و ثبتی انجمن تخصصی صنایع همگن نساجی، پوشاک و چرم استان البرز که اساسنامه آن به تأیید وزارت صنعت معدن و تجارت رسیده است و دارای پروانه فعالیت از سازمان صنعت معدن و تجارت استان می‌باشد، حاضرین در جلسه توافق نمودند ضمن تشویق و ترغیب کلیه صاحبان صنایع برای همگرایی و هم صدایی

اندرکاران استان در خواست دارند با عنایت به اینکه این صنعت یکی از ۱۱ صنعت استراتژیک کشور محسوب می‌شود و چون احیای این صنعت می‌تواند نقش بسزایی در ایجاد و توسعه اشتغال پایدار با کمترین هزینه را برای استان به ارمغان آورد و همچنین به لحاظ ظرفیت‌های استان البرز برای احیا و توسعه این صنعت به پیشنهاد آنها، توجه جدی شود تا بستر لازم برای جذب سرمایه گذاران داخلی و خارجی جهت سرمایه گذاری



افزایش کیفیت کالاهای تولیدی دارد مطالبی را به آگاهی حاضرین در جلسه رساندند. سپس بعد از اظهارات تعدادی از مدعوین و انجام پرسش از طرف صاحبان صنایع و اعضای انجمن و پاسخ از طرف هیئت مدیره انجمن، جناب حاج آقا بهیمنی یکی از بنیان گذاران انجمن که از پیشکسوتان صنعت نساجی و پوشاک استان و کشور می‌باشند ضمن دعوت از صاحبان صنایع به همدلی، هماهنگی، همگرایی و هم‌افزایی، پیگیری مشترک از طریق تشکلهای و انجمن‌ها را در رفع مسائل و مشکلات مشترک را رمز موفقیت در بهبود محیط کسب کار دانستند.

در خاتمه بعد از جمع‌بندی مطالب جلسه هم‌اندیشی توسط ریاست انجمن و صدور بیانیه مشترک که مفاد آن مورد موافقت حاضرین در جلسه قرار گرفت، جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده انجمن برگزار که به لحاظ حضور دوسوم اعضای انجمن، رسمیت جلسه اعلام شد. سپس بعد از گزارش جناب آقای مهندس غروی بازرگ انجمن و جناب آقای چیت‌ساز خزانه‌دار سال ۹۴ و جناب آقای جریته خزانه‌دار سال ۹۵ انجمن، پیرامون فرایندهای مالی و پس از تصویب تراز مالی سال ۹۵ انجمن و انجام انتخابات برای تعیین بازرگ جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده خاتمه یافت و بعد از مجمع عمومی فوق‌الذکر مجمع عمومی فوق العاده انجمن نیز با حضور دوسوم اعضای طبق مفاد اساسنامه انجمن رسمیت یافت و با توجه به دستور کار مجمع یادشده حاضرین در مجمع با انجام اصلاحاتی در مفاد اساسنامه موافقت نمودند.

بیانیه جلسه هم‌اندیشی و مجمع عمومی صاحبان صنایع نساجی پوشاک و چرم استان البرز

۱- حاضرین در جلسه از مسئولین و دست

توافق نمودند ضمن تعامل بیشتر با انجمن در توسعه خوشه نساجی استان که تفاهم‌نامه همکاری برای تحقق آن بین انجمن و شرکت شهرک‌های صنعتی استان منعقد شده است همکاری لازم و کافی را داشته باشند و سایر صاحبان صنایع مرتبط با این صنعت را برای مشارکت در توسعه خوشه نساجی استان تشویق و ترغیب نمایند.

۵- حاضرین در جلسه به لحاظ ظرفیت‌های استان البرز و همچنین پتانسیل صنایع نساجی، پوشاک و چرم در ایجاد و توسعه اشتغال پایدار به منظور انعکاس این ظرفیت‌ها به مقامات و مسئولین استانی موافقت خود را با اولین همایش استانی (یک روزه) صاحبان صنایع و فعالان اقتصادی مرتبط با این صنعت اعلام نمودند و مقرر گردید انجمن تخصصی صنایع همگن نساجی پوشاک و چرم استان البرز پس از هماهنگی‌های لازم با استانداری البرز، سازمان صنعت معدن و تجارت، شرکت شهرک‌های صنعتی استان، اتاق بازرگانی البرز و سایر ادارات و ارگان‌های مرتبط نسبت به اعلام زمان و مکان همایش اقدام نماید.

۶- حاضرین در جلسه تصمیم گرفتند با توجه به انعکاس اطلاعات، بخشنامه‌ها و آگهی‌های عمومی مرتبط با این صنعت که از طریق کانال انجمن منتشر می‌شود به منظور هم اندیشی و انعکاس خواسته‌ها، نظرات، پیشنهادات، معرفی توانمندی‌ها و اعلام نیازهایی واحد خود که در راستای توسعه فعالیت‌های مرتبط با صنایع نساجی پوشاک و چرم استان می‌باشد و از طریق گروه انجمن در محیط تلگرام تحت نام مرکز توسعه صنایع نساجی پوشاک و چرم استان البرز فعال هست و توسط دبیرخانه انجمن راهبری می‌شود، پیگیری و اقدام نمایند.



استان که از طریق انجمن به ثبت رسیده است به منظور حذف واسطه‌ها و کاهش قیمت تمام‌شده محصول نهایی، نیازهای مرتبط با فرآیندهای تولیدی واحدهای خود را به شرکت تعاونی انجمن منعکس نمایند.

۴- با توجه به نقش شبکه‌های استانی و ملی در تصمیم‌سازی‌ها، کلیه حاضرین در جلسه

در پیگیری امور مشترک برای تاثیرگذاری در تصمیم‌سازی‌ها، نظرات و پیشنهادات خود را طبق فرم پایش منتشره در جلسه، تکمیل و مراتب را به دبیرخانه انجمن منعکس نمایند.

۳- حاضرین در جلسه توافق نمودند با توجه به تشکیل و تاسیس شرکت تعاونی تامین نیاز تولیدکنندگان صنایع نساجی، پوشاک و چرم



گزارشی از نمایشگاه محصولات خانگی و ماشین آلات چین در تهران گام اول برای سرمایه گذاری مشترک



روزهای بیست و سوم تا بیست و پنجم آذرماه ۱۳۹۶، رویدادی ۳ روزه موسوم به «چاینا هوم لایف» در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی شهر آفتاب برگزار شد. این نخستین بار نیست که چینی‌ها به صورت اختصاصی دست به برگزاری نمایشگاه در ایران آن هم دقیقاً در شهر آفتاب می‌زنند، اما هر بار حضور آنها، رسانه‌ها و البته اصناف را نسبت به ایجاد بازارهای غیرمعتول وارداتی در برابر تولید داخلی حساس کرده بود.

این بار اما آنها واقعا با رویکرد تخصصی و به عنوان شرکای تجاری برای همکاری‌های بلندمدت به ایران سفر کرده‌اند و قرار است در چندین گروه ویژه کالایی به همتایان ایرانی خود کمک کنند. «گسترش تجارت» از ابعاد حضور مهم‌ترین صنعتگران چینی در ایران گزارش می‌دهد:

تمام سالن‌های نمایشگاه شهر آفتاب برای برگزاری این رویداد در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار گرفته بود. در مراسم افتتاحیه افرادی چون جلال ملکی عضو شورای اسلامی شهر تهران، محمد رثوف قادری مدیرعامل شهر آفتاب، چند تن از اعضای اتاق دوستی ایران و چین و رایزن بازرگانی این کشور حضور داشتند. بر اساس برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده برخی انجمن‌های فعال کشور در بازه‌های زمانی

مختلف از آن بازدید کردند.

اتصال به دریای تجارت جهانی

چاینا هوم لایف (china home life) یکی از مشهورترین نمایشگاه‌های جهان است که به طور مشخص حوزه ماشین‌آلات و محصولات خانگی از جمله منسوجات و پوشاک را شامل می‌شود. این رویداد به طور تقریبی هر ماه و هر بار در یک کشور کلید می‌خورد. ترکیه، امارات متحده عربی، برزیل، هند، مصر و قزاقستان از سرزمین‌هایی هستند که هوم لایف آنها را درنور دیده است. شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی مورینت شانگهای این رویداد را مدیریت می‌کند و

ایران سیزدهمین کشوری است که میزبانی از غرفه‌داران این رویداد را بر عهده دارد. کارشناسان بین‌المللی در این باره می‌گویند: چاینا هوم لایف موثرترین پلتفرم برای شرکت‌های برتر چینی است که به دنبال تجارت در کشورهای دیگر هستند. برای خریداران نیز حضور در این رویداد تضمینی است که کالاها را با بهترین کیفیت و با تنوع وسیعی از تولیدکنندگان دریافت خواهند کرد. آمارهای جالبی درباره با نمایشگاه تجاری-صنعتی چین وجود دارد که نشان می‌دهد این نمایشگاه در هر سال بیش از ۶ هزار تولیدکننده باکیفیت چینی را به بیش از ۸۰ هزار نفر از مهم‌ترین خریداران در بازارهای

china home life fair Iran ۲۰۱۷

که در شهر آفتاب برگزار شده، گفت: این نمایشگاه فرصتی برای شروع روابط تجاری گسترده‌تر ایجاد می‌کند.

فرصتی برای شروع روابط حرفه‌ای ایران و چین

«وو پیمین» در حاشیه برگزاری این رویداد درباره نمایشگاه اختصاصی ماشین‌آلات و محصولات خانگی کشور چین گفت: این نمایشگاه که من فکر می‌کنم بیش از ۴۰۰ شرکت چینی در آن حضور دارند، می‌تواند نقطه عطفی در روابط تجاری دو کشور باشد. مشارکت‌کنندگان کالاهای خود را در زمینه‌های مختلفی مانند ماشین‌آلات، لوازم خانگی، پوشاک و... از باکیفیت‌ترین تولیدکنندگان حال حاضر چینی به نمایش گذاشته‌اند.

وی افزود: شرکت‌های حاضر به دنبال سرمایه‌گذاری مشترک و یافتن شرکای تجاری در زمینه‌های مختلف هستند و پیش‌بینی می‌شود در ۳ روز برگزاری این نمایشگاه بازدیدکنندگان و خریداران بسیاری از تمام نقاط ایران در این نمایشگاه حضور پیدا کرده باشند. بی‌شک این نمایشگاه فرصت بسیار خوبی برای شرکت‌های چینی به منظور شناخت این بازار و شروع روابط تجاری حرفه‌ای بیشتر ایجاد کرده است. وی درباره برگزاری این نمایشگاه در سال‌های آینده گفت: این نخستین دوره این نمایشگاه است و بعد از بررسی و مطالعه نتایج این نمایشگاه درباره دوره‌های بعدی تصمیم‌گیری خواهد شد.

کاردار اقتصادی سفارت چین در تهران در پایان، ایران و چین را دوستان بسیار خوبی دانست و گفت: روابط میان دو کشور محکم و تاریخی است و ما حتی در شرایط سخت



محل فراغت، هدایا، چراغ‌ها و لامپ‌ها و همچنین فعالان درجه اول در زمینه مصالح ساختمانی، این رویداد را پوشش می‌دهند. کاردار اقتصادی سفارت چین در ایران درباره نمایشگاه اختصاصی ماشین‌آلات و محصولات خانگی کشور چین

نوظهور متصل می‌کند. غرفه‌داران این رویداد همگی از برترین شرکت‌های چینی در زمینه ۸ محصول اصلی هستند. مجموعه‌های فعال در زمینه مبلمان، لوازم خانگی، نساجی و پوشاک، فعالان صنعتی در زمینه آشپزخانه و حمام، باغ و





با یکدیگر کار کرده‌ایم و امیدوارم این روابط در آینده گسترده‌تر شود.

غرفه‌های سبز

توجه به محیط‌زیست در امر غرفه‌سازی، اتفاق خوبی است که این روزها در برخی رویدادهای کشور شاهد آن هستیم. در شرایطی که بخش عظیمی از غرفه‌های خودساخته با استفاده از چوب درختان ساخته می‌شوند، موجی از غرفه‌سازی سبز در میان غرفه‌سازان کشور راه افتاده که بر اساس آن، از مواد اولیه غیرچوبی استفاده می‌شود.

در نمایشگاه چین، شاهد غرفه‌سازی سبز به صورت ۱۰۰ درصدی بودیم. تمام ۹۰۰ غرفه حاضر در این رویداد، با رعایت این اصل به ساخت‌وساز پرداختند و شاید این امر یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این نمایشگاه در ایران باشد.

ویژگی‌های هوم لایف ایرانی برای داخلی‌ها

بازدیدکنندگان عمومی اجازه حضور در نمایشگاه را نداشتند و فقط فعالان صنعتی می‌توانستند در این رویداد برای ایجاد روابط تجاری حضور پیدا کنند. تفکیک بازدیدکنندگان اتفاقی است که در رویدادهای ایرانی کمتر شاهد آن هستیم. فضای نمایشگاه کاملاً تخصصی بوده و خبری از فروش محصولات به صورت مستقیم و ایجاد بازار مکاره نبوده است. از جمله مزیت‌های برگزاری این رویداد امکان دیدار VIP با تولیدکنندگان و تامین‌کنندگان چینی بوده است. همچنین غرفه‌داران بیش از هزار محصول متنوع مختلف را برای حضور در بازار ایران به این رویداد آوردند و در معرض دید بازدیدکنندگان قرار دادند.



توافق گمرک و مناطق آزاد برای سهمیه مجاز ورود پوشاک کوبیدن میخی دیگر بر تابوت پوشاک ملی؟

سهمیه واردات پوشاک به مناطق آزاد هفت گانه کشور تا پایان سال ۹۶ مشخص گردیده است. براساس این تفاهم نامه سهمیه پوشاک مناطق آزاد به این شرح تعیین شده است:

- ۱- سهمیه پوشاک منطقه آزاد انزلی ۹ میلیون دلار و سهم واردات پوشاک از کشور ترکیه ۸۰۰ هزار دلار
- ۲- سهمیه پوشاک منطقه آزاد ارس ۸ میلیون دلار و سهم واردات پوشاک از کشور ترکیه ۵ میلیون دلار
- ۳- سهمیه پوشاک منطقه آزاد ماکو ۸ میلیون دلار و سهم واردات پوشاک از کشور ترکیه ۸ میلیون دلار
- ۴- سهمیه پوشاک منطقه آزاد اروند ۲ میلیون دلار و سهم واردات پوشاک از کشور ترکیه ۵۰۰ هزار دلار
- ۵- سهمیه پوشاک منطقه آزاد کیش ۲۰ میلیون دلار
- ۶- سهمیه پوشاک منطقه آزاد قشم ۲۰ میلیون دلار
- ۷- سهمیه پوشاک منطقه آزاد چابهار ۲ میلیون دلار

اولا که این حجم واردات پوشاک به مناطق آزاد خودش جای بحث دارد. ثانيا در گذشته نمونه‌هایی وجود داشت که محموله‌ای با ارزش بسیار بالا به مناطق آزاد وارد می‌شد اما خروجی قانونی ثبت شده در گمرک تنها مقدار اندکی بود. به عنوان نمونه قاسم خورشیدی سخنگوی ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز در موردی اشاره نمود که محموله‌ای با ارزش ۲۰۰ میلیون دلار از بندر شهید رجایی به سمت یکی از مناطق آزاد شمال شرقی کشورمان با استفاده از قانون ترانزیت کالا حمل و وارد این منطقه شده است؛ اما خروجی قانونی ثبت شده در گمرک تنها یک میلیون دلار پوشاک بوده است. سوال اینجاست که با توجه به ممنوعیت معافیت گمرکی کالای همراه مسافر در این منطقه، ۱۹۹ میلیون دلار دیگر پوشاک در این منطقه چه شده است. آیا مصرف شده یا به سرزمین اصلی حمل شده است؟ به هر صورت آنچه از این تفاهم‌نامه بر می‌آید این است که امضای این تفاهم‌نامه به نوعی کوبیدن میخ دیگری بر تابوت پوشاک وطنی است. بهتر است اگر مسئولین کاری را در زمینه حمایت از تولید داخلی انجام نمی‌دهند لااقل تصمیماتی از این قبیل نیز نگیرند که به نوعی بازی در زمین حریف محسوب شود.

دستگاه‌ها خاموش، کرکره تولیدی‌ها پایین و کارگران بیکار. این حکایت تولیدی‌های پوشاک در سال‌های اخیر است. سازمان‌های ذیربط برای جلوگیری از این وضعیت کمکی که نمی‌کنند، بعضا تصمیماتی نیز می‌گیرند که در نوع خود به بازی در زمین حریف می‌توان آن را تعبیر نمود. اخیرا تفاهم نامه ای بین گمرک و دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد و ویژه مناطق اقتصادی به امضا رسیده که در نوع خود بی نظیر است.

به گزارش تابناک اقتصادی، چند سالی است که حال و روز تولیدکنندگان پوشاک ایرانی اصلا مساعد نیست. هر روز عده ای دستگاه‌های خود را خاموش می‌کنند، کرکره تولیدی‌های خود را پایین می‌کشند و کارگران را رهسپار خانه‌هایشان می‌کنند. علت این موضوع هم چیزی جز واردات بی رویه و قاچاق پوشاک نیست. وارداتی که بعضا به صورت ساعتی چندین کانتینر از مرزهای ترکیه وارد ایران می‌شود. مشکلات پوشاک ملی به اینجا ختم نمی‌شود و بعضا بالاهای طبیعی و انسانی نیز دامن گیر آن‌ها می‌شود. به عنوان نمونه می‌توان به حادثه آتش سوزی ساختمان پلاسکو اشاره نمود.

ساختمان پلاسکو ساختمانی تجاری بود که تا روز ۳۰ دی ماه ۱۳۹۵ در ضلع شرقی چهارراه استانبول تهران پا برجا بود و همه از آن به عنوان یکی از مهم‌ترین مراکز تولید و فروش پوشاک در ایران یاد می‌کردند. ساختمان پلاسکو در سال‌های اخیر به نماد پوشاک ایران تبدیل شده بود. این ساختمان در سال ۱۳۴۱ توسط حبیب الله القانیان ساخته و افتتاح شد و در روز ۳۰ دی ماه ۱۳۹۵ آتش گرفت و در ساعت ۱۱ و ۳۰ دقیقه و پس از گذشت ۳ ساعت و نیم از شروع آتش سوزی به صورت عمودی فرو ریخت. بعد از فروریختن پلاسکو، مسئولین وعده‌های بسیاری به ساکنان پلاسکو دادند که به گفته بسیاری از آن‌ها این وعده‌ها عملی نشد.

این پایان مشکلات و بی مهری‌ها نسبت به تولیدکنندگان پوشاک نبود. بعضا تولیدکنندگان پوشاک شاهد رفتارها و تصمیماتی از سوی مسئولین هستند که می‌توان از آن به بازی در زمین حریف یاد کرد. از واردات پوشاک توسط دختر وزیر گرفته تا توافقاتی که به نوبه خود می‌تواند کمر تولیدکنندگان پوشاک را خم کند. به عنوان نمونه به تازگی تفاهم‌نامه همکاری بین گمرک جمهوری اسلامی ایران و شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی به امضا رسیده است که طی آن

ضرورت تشکل گرایی در صنایع نساجی و پوشاک

چالش‌های پیش رو

عضو آن هستند به گونه ای باشد که آثار مشهود، قابل حس و کوتاه مدت و در فرآیند تولیدی و اقتصادی آنها آثار سودآوری را به همراه داشته باشد.

این انتظارات با ساختار اقتصادی کشور که بخش عمده آن دولتی است در تعارض و تناقض بوده و موجب ناکارآمدی تشکلهایی که از فعالان اقتصادی تشکیل شده است می‌گردد. از این رو، نگاه رهبران و اعضای هیئت مدیره تشکلهای به سازماندهی به ویژه سازماندهی یک نهاد اجتماعی باید تغییر کند و علاوه بر این تغییر نگرش از طرف بخش خصوصی، تفکر و نگاه بخش دولتی نیز به جایگاه تشکلهای نیاز به تغییرات اساسی و بنیادین دارد.

اگر بخش دولتی اعتقاد به نقش بخش خصوصی در بهبود محیط کسب و کار دارند باید فرصت و فضای لازم برای مشارکت تشکلهای و انجمن‌ها که نماینده واقعی، قانونی، حقوقی، ثبتی و رسمی فعالان اقتصادی می‌باشند در تصمیم سازی‌ها را فراهم آورند. این فراهم آوری زمانی محقق می‌گردد که آئین‌نامه‌های اجرایی این مشارکتهای بعد از تهیه و تنظیم و تدوین، زمینه اجرایی آنها با حمایت بخش دولتی مهیا گردد تا علاوه بر ابلاغ دستورالعمل‌های اجرایی، زمینه لازم برای اجرای آنها نیز فراهم شود.

اما پیگیری از طرف بخش دولتی زمانی اثر گذار خواهد بود که این تفکر و نگرش در

صنعتی که توسعه اقتصادی را به همراه دارد زمانی محقق می‌گردد که سایر ارکان توسعه، مراحل رشد و توسعه یافتگی را متناسب با سایر بخش‌های آن طی نمایند.

کشورهایی که فاقد منابع طبیعی بودند، با سرمایه‌گذاری بر روی منابع انسانی و با مشارکت مدنی در قالب تشکلهای مردم نهاد توانستند با توسعه یافتگی در همه عرصه‌ها برکشورهایی که دارای غنی‌ترین منابع طبیعی هستند مسلط شوند و آنها را مدیریت نمایند. لذا در این بحث سعی داریم به بخشی از چالش‌های پیش رو در ارتقای نقش و جایگاه تشکلهای بخش خصوصی که در برنامه راهبردی صنعت نساجی و پوشاک کشور به آن تأکید شده است نظری داشته باشیم. در ابتدا لازم است تعریفی از تشکلهای کسب و کار ارائه کنیم.

«جمعی از فعالان اقتصادی که جهت تأثیرگذاری بر سیاست‌گذاری‌های عمومی در راستای اهداف و منافع مشترک گرد هم می‌آیند.»

بر این اساس می‌توان تغییر و تأثیر بر سیاست‌گذاری‌ها را مهم‌ترین خروجی و محصول تشکل و اصلی‌ترین انتظار، خواست و مطالبه اعضا (صاحبان کسب و کار و سرمایه) از انجمن‌ها و تشکلهای بخش خصوصی دانست. با توجه به تعریف فوق از انجمن‌ها و تشکلهای اقتصادی، انتظار اعضای تشکل این است که فعالیت‌ها و عملکرد تشکلی که

در مبحث قبلی در خصوص ضرورت انجام فعالیت‌های گروهی در قالب تشکیلات نظام یافته و ثبت شده که جایگاه قانونی دارند و می‌توانند در فرآیند بهبود محیط کسب و کار نقش کارآمدی داشته باشند به تفصیل صحبت شد. تشکلهای بخش خصوصی مرتبط با فعالیت‌های اقتصادی و کسب و کار که یکی از مبانی توسعه محسوب می‌شوند، به لحاظ نقش آنها در کشورهای توسعه یافته جایگاه ویژه ای دارند.

کشورهای توسعه یافته که عوامل اجرایی آنها در گذشته در فرآیندهای تولیدی نقش مستقیم داشتند، هم‌اکنون به عنوان تولیدکننده تکنولوژی، فرآیندهای تولیدی را به کشورهای در حال توسعه انتقال داده اند. آنها مراحل بهبود محیط کسب و کار و توسعه یافتگی در بخش تولید و تجارت را چه در گذشته که تولیدکننده بودند و چه اکنون که صرفاً تولیدکننده تکنولوژی می‌باشند، از مسیر تشکلهای، اتحادیه‌ها و سندیکاها کارگری و کارفرمایی طی کردند.

توسعه صنعتی که توسعه اقتصادی را به همراه دارد در کشورهای توسعه یافته زمانی محقق شد که ارکان توسعه (اجتماعی - اقتصادی - سیاسی - علمی - فرهنگی و ...) متناسب و متوازن رشد کردند و همین روند در کشورهای در حال توسعه که به مرزهای توسعه یافتگی رسیده اند کاملاً مشهود است. بنابراین بهبود محیط کسب و کار و توسعه



لایه‌های مختلف دستگاه‌های اجرایی مرتبط با تولید و تجارت وجود داشته باشد.

به موازات اصلاح تفکر و نگرش لایه‌های مختلف بخش دولتی جهت ارتقای نقش و جایگاه تشکلهای بخش خصوصی به منظور مشارکت دادن آنها با هدف تسریع و تسهیل امور، باید به آسیب شناسی فعالیت‌های جمعی کارفرمایان و صاحبان کسب و کار نیز پرداخت تا با تجدید سازماندهی فعالیت‌های جمعی در بخش اقتصادی نسبت به رشد و تأثیر آنها و همچنین نقش آنها در سیاست گذاری‌ها با مشارکت خود بخش خصوصی در قالب تشکلهای انسجام یافته اهتمام نمود.

فعالیت‌های گروهی صاحبان کسب و کار علاوه بر موارد فوق که به اختصار به آن پرداخت شد در تشکلهای بخش خصوصی با چالش‌های دیگری به شرح ذیل مواجه می‌باشند:

۱- نحوه تأمین منابع مالی تشکلهای با توجه به اینکه غیر انتفاعی هستند چگونه باید پیش‌بینی شود تا در تأمین هزینه‌های جاری دچار چالش نشوند.

۲- تشکلهای بخش خصوصی چگونه باید برنامه ریزی و مدیریت شوند تا تأمین کننده منافع صاحبان کسب و کار باشند.

۳- چه روش‌هایی باید اتخاذ نمود تا تشکلهای اقتصادی به محفل گفتگو تبدیل نشوند.

۴- در همکاری گروهی، صاحبان صنایع و فعالان اقتصادی که در برخی از عرصه‌ها با هم رقیب هستند با چه روش‌هایی می‌توانند در پیگیری امور مشترک با هم همکاری و مشارکت داشته باشند؟

۵- چرا تشکلهای اقتصادی که فعالیت آنها تقسیم سود نیست بلکه بهبود محیط کسب و کار می‌باشد معمولاً از پایداری کمتری برخوردار هستند.

۶- چه روش‌هایی باید اتخاذ نمود تا فعالان اقتصادی و صاحبان کسب و کار از عضویت در تشکلهای و انجمن‌ها استقبال نمایند.

۷- چگونه می‌توان تشکلهای اقتصادی را

به عاملی برای تسریع و تسهیل امور فعالان اقتصادی تبدیل نمود.

۸- چه روش‌هایی باید اتخاذ نمود تا تشکلهای بر تنظیم سیاست گذاری‌ها موثرتر واقع شوند.

۹- شیوه رهبری و راهبری تشکلهای چگونه باید باشد تا فعالیت آنها ثبات و پایداری بیشتری داشته باشند.

۱۰- فرایندهای اداری-اجرایی و ستادی تشکلهای با چه روش‌هایی اعمال شود تا بهینه تر باشد.

۱۱- نقش ارتباطات، آمار و اطلاعات در تنظیم برنامه کاری تشکلهای چقدر می‌تواند بر عملکرد تشکلهای موثر باشند.

۱۲- نحوه ارائه خدمات به اعضا در تشکلهای با چه روش‌هایی باید اعمال شود تا موثرتر و جذاب‌تر باشند.

انجمن تخصصی صنایع همگن نساجی پوشاک و چرم استان البرز - آذرماه ۹۶

«فوربس» برای ۲۰۱۸ معرفی کرد بهترین کشورهای جهان برای کسب و کار



نشریه فوربس طبق روال هر ساله خود، فهرست جدیدی از بهترین و بدترین کشورها در کسب و کار سال ۲۰۱۸ را منتشر کرده است. این رتبه‌بندی که دوازدهمین فهرست از این دست است، میزان سهولت جذب سرمایه در اقتصادها برای انجام کسب و کار در کشورها را مورد بررسی قرار داده است.

بر این اساس، انگلستان در رتبه‌بندی امسال توانسته است رتبه نخست را به خود اختصاص دهد. این در شرایطی است که در فراندوم سال گذشته خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا موسوم به برگزیت طرفداران خروج از این اتحادیه با اختلاف کمی پیروز شدند و از آن پس تحلیل‌های بسیاری از آن حکایت داشتند که اقتصاد انگلستان دچار فروپاشی خواهد شد. با وجود این، آمارهای اقتصادی انگلیس در سال گذشته حکایت دیگری داشتند و رشد اقتصادی خوبی را نشان دادند. چاد با رتبه ۱۵۳ در آخرین جایگاه در فهرست جدید فوربس قرار گرفته است. گروه اقتصاد بین‌الملل روزنامه «دنیای اقتصاد»، ۱۰ رتبه برتر این فهرست و جایگاه ایران در رتبه‌بندی امسال را مورد بررسی قرار داده است:

۱- انگلستان: این نخستین بار است که انگلستان در رتبه‌بندی بهترین کشورها برای کسب و کار در جایگاه نخست قرار گرفته است. سال گذشته نام این کشور در جایگاه پنجم فهرست فوربس قرار گرفته بود. با وجود آنکه یک روز پس از اعلان نتیجه غیرمنتظره

که جزیره‌ای است در جنوب غربی اقیانوس آرام، تنها ۵,۴ میلیون نفر جمعیت دارد اما اقتصاد آن از رشد خوب ۶,۳ درصدی در سال گذشته بهره‌مند شده است.

۳- هلند: این اقتصاد که در رتبه‌بندی سال گذشته جایگاه نهم را به خود اختصاص داده بود توانست با عملکرد خوبی که از خود نشان داد در فهرست امسال در رتبه سوم جای گیرد. رشد اقتصادی هلند در سال گذشته ۲,۲ درصد بوده است.

۴- سوئد: سوئد که طی دو سال گذشته رتبه پنجم را در این فهرست به خود اختصاص داده بود، حالا با رشد اقتصادی ۲,۳ درصدی

فراندوم برگزیت، ارزش پوند در برابر دلار ۹ درصد افت کرد و همچنان در سطح پایینی باقی ماند، اما اقتصاد انگلستان در کل وضعیت خوبی را تجربه کرد. تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۱۶ رشدی ۸,۱ درصدی را تجربه کرد، رشدی که کمی کمتر از رشد ۹,۱ درصدی آلمان بود. این رشد اقتصادی انگلیس در سال ۲۰۱۷ نیز همچنان ادامه یافت و نرخ بیکاری به پایین‌ترین سطح طی ۴۲ سال اخیر یعنی ۳,۴ درصد رسید. قیمت مسکن در این اقتصاد همچنان در سطح بالایی قرار دارد.

۲- نیوزیلند: این اقتصاد برای سومین سال متوالی در رتبه دوم فهرست بهترین کشورها برای کسب و کار جای گرفته است. این کشور

جایگاه ایران

در فهرست «بهترین کشورها برای کسب و کار ۲۰۱۸»، ایران در جایگاه صدم قرار گرفته است، این در شرایطی است که در سال گذشته از میان ۱۳۹ کشور، جایگاه ۱۲۷ به ایران اختصاص یافته بود. به گزارش «فوربس»، گرچه ناکارآمدی و وابستگی به درآمدهای نفتی از ویژگی‌های برجسته اقتصاد ایران است، اما این کشور از بخش‌های صنعتی، کشاورزی و خدماتی قدرتمندی برخوردار است. مسائلی نظیر تورم بالا، کنترل قیمت‌ها، یارانه‌ها و میلیاردها دلار وام‌های معوق نظام بانکی بر اقتصاد ایران سایه انداخته است. بر اساس آمارهای سال ۲۰۱۶، ایران دارای رشد اقتصادی ۵,۱۲ درصد، تورم ۹ درصدی و نرخ بیکاری ۵,۱۲ درصدی است.

روش رتبه‌بندی

در تعیین بهترین کشورها برای کسب و کار، نشریه «فوربس» ۱۵۳ کشور را بر اساس ۱۵ معیار رتبه‌بندی کرده است. این ۱۵ معیار عبارتند از: حقوق مالکیت، نوآوری، مالیات، تکنولوژی، فساد، زیرساخت‌ها، اندازه بازار، ریسک سیاسی، کیفیت زندگی، نیروی کار، آزادی شخصی، تجاری و پولی، بوروکراسی و حمایت از سرمایه‌گذاران. در این باره هر یک از معیارها در محاسبه رتبه کل وزن یکسانی دارند. به علاوه، تنها کشورهایی در این رتبه‌بندی وارد شده‌اند که حداقل در ۱۱ معیار، داده‌های در دسترس داشته‌اند. «فوربس» برای جمع‌آوری اطلاعات کشورها از گزارش «سهولت کسب و کار» بانک جهانی، «شاخص آزادی اقتصادی» بنیاد هریتیج، گزارش «آزادی در جهان» خانه آزادی، «گزارش جهانی رقابت‌پذیری» مجمع جهانی اقتصاد، «شاخص بین‌المللی حق مالکیت» اتحادیه حقوق مالکیت، «شاخص ادراک فساد» سازمان شفافیت و «شاخص توسعه انسانی» سازمان ملل استفاده کرده است.



و وابستگی شدید به تجارت خارجی از ویژگی‌های بارز این اقتصاد شمرده می‌شود.

۸- ایرلند: کشور کوچک ایرلند با جمعیت تنها ۵ میلیون نفر رشد اقتصادی قدرتمند ۱,۵ درصدی دارد و طی چند سال گذشته در فهرست بهترین کشورها برای کسب و کار همواره در میان ۱۰ اقتصاد صدرنشین قرار داشته و امسال نیز هشتم شده است.

۹- سنگاپور: اقتصاد سنگاپور به‌شدت توسعه‌یافته و بر پایه بازار آزاد است. این اقتصاد، بازترین اقتصاد جهان لقب گرفته است و میزان فساد در آن بسیار پایین است. این اقتصاد حامی کسب و کار، مالیات بسیار پایینی برای کسب و کارها در نظر گرفته است.

۱۰- سوئیس: اقتصاد سوئیس یکی از باثبات‌ترین اقتصادهای جهان است. بخش خدمات آن نقش مهمی را در این اقتصاد ایفا می‌کند. این کشور ۲,۸ میلیون نفری جایگاه دهم فهرست امسال را به خود اختصاص داده است.

و جمعیت ۱۰ میلیون نفری خود توانسته است رتبه چهارم را به‌عنوان بهترین کشور برای انجام کسب و کار در سال ۲۰۱۸ به خود اختصاص دهد.

۵- کانادا: این کشور دارای سومین تولید ناخالص داخلی در میان ۲۰ اقتصاد برتر این فهرست است. سال گذشته تولید ناخالص داخلی آن به ۷۸,۱ تریلیون دلار رسید. رتبه کانادا در فهرست سال گذشته بهترین کشورها برای کسب و کار هفتم بود که امسال به پنجم ارتقا یافته است.

۶- هنگ کنگ: اقتصاد هنگ کنگ در میان ۲۰ اقتصاد برتر این فهرست بالاترین نرخ تورم را دارد. در فهرست پیشین، هنگ کنگ در جایگاه یازدهم قرار داشت.

۷- دانمارک: این کشور دارای یک اقتصاد بازاری مدرن است. کشاورزی با فناوری پیشرفته، صنایع خرد و کلان به‌روزرسانی شده، راهکارهای گسترده دولت برای افزایش رفاه اجتماعی، استانداردهای بالای زندگی

«آنکتاد» جدیدترین آمارهای اقتصادی را منتشر کرد بزرگ‌ترین نقش آفرینان تجارت جهان

نیما صبوری

براساس آن در سال ۲۰۱۶ نرخ تورم ایران ۶٫۸ درصد بوده است.

وضعیت تجارت کالا و خدمات در سال ۲۰۱۶

براساس گزارش جدید «کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد» که تحت عنوان «کتاب راهنمای آمارهای ۲۰۱۷» منتشر شده است، تجارت کالا در سال ۲۰۱۶ برای دومین سال متوالی کاهش یافت. بر این اساس، صادرات کالا در جهان در سال ۲۰۱۶ با کاهشی ۵۰٫۲

۲۰۱۶ جریان ورودی «سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی» ایران بیش از ۳ هزار و ۳۰۰ میلیون دلار و جریان ورودی «سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی» تنها ۱۰۴ میلیون دلار بوده است. در این گزارش برخی از آمارهای اقتصاد کلان کشورها نیز ارائه شده است. در این رابطه سرانه تولید ناخالص داخلی کشور در سال ۲۰۱۶ حدود ۵۲۷۶ دلار اندازه‌گیری شده، درحالی‌که در این سال نرخ رشد ۳٫۴ درصدی برای اقتصاد ایران برآورد شده است. یکی دیگر از آمارهای ارائه شده در این گزارش مربوط به نرخ تورم است که

«کنفرانس تجارت و توسعه ملل متحد (UNCTAD)» به تازگی جدیدترین گزارش خود از آمارهای اقتصادی کشورها را منتشر کرده و بزرگ‌ترین نقش آفرینان در عرصه تجارت جهان را به ترتیب چین، آمریکا و آلمان معرفی کرده است. این نهاد که نخستین سری از گزارش‌های آماری خود را در سال ۱۹۶۷ منتشر کرد، طی ۵۰ سال گذشته، سالانه آمارهای جدیدی به این سری از گزارش‌ها افزوده است.

در گزارش سال ۲۰۱۷ طیف گسترده‌ای از آمارهای تجارت بین‌الملل، سرمایه‌گذاری، معیارهای توسعه‌ای، روندهای اقتصادی، جمعیت و حمل‌ونقل دریایی گردآوری شده است. براساس این گزارش، اقتصاد ایران در سال ۲۰۱۶ در مجموع حجم صادرات کالا و خدمات ۲٫۷۹ میلیارد دلاری را تجربه کرد. حدود ۶۹ میلیارد دلار از این صادرات مربوط به کالاهای مابقی در رابطه با صادرات خدمات بوده است. از طرفی حجم واردات کالا و خدمات کشور در سال ۲۰۱۶ حدود ۷٫۵۴ میلیارد دلار برآورد شده که ۴۰ میلیارد دلار از آن مربوط به صادرات کالاهای بوده است. در مجموع در این سال تراز حساب جاری مثبت کشور بیش از ۲۳ میلیارد دلار بوده است. به گزارش این نهاد، در سال



میلیارد دلاری (۳ درصدی) نسبت به سال ۲۰۱۵، به سطح ۱۶ هزار میلیارد دلار رسید. این میزان کمتر از حجم صادرات کالا جهان در سال ۲۰۰۸ و در زمان بحران مالی است (در سال ۲۰۰۸ حجم صادرات کالا ۱,۱۶ هزار میلیارد دلار بود). در این میان چین با حجم صادرات ۱,۲ هزار میلیارد دلار، ایالات متحده آمریکا با ۵,۱ هزار میلیارد دلار و آلمان با ۳,۱ هزار میلیارد دلار بزرگترین اقتصادهای صادرکننده جهان در سال ۲۰۱۶ بوده‌اند. این سه کشور در مجموع ۳۰ درصد از کل حجم صادرات جهان را در اختیار داشته‌اند. در این سال به‌طور کلی صادرات جهانی تحت سلطه اقتصادهای پیشرفته بود. گرچه یکی از دلایل اصلی کاهش حجم تجارت جهان در سال ۲۰۱۶، کاهش صادرات اقتصادهای در حال گذار بوده است؛ اما به دلیل کاهش شدید حجم واردات، تراز تجاری این کشورهای در سال‌های اخیر بهبود یافته است. در سال ۲۰۱۶، حجم واردات کالا جهان به ۱۵,۱۶ هزار میلیارد دلار رسید و کسری تجاری منفی ۱۶۴ میلیون دلاری را ایجاد کرد.

به گزارش «آنکتاد» بخش عمده تجارت کالا جهان بین قاره‌ها بوده است. در سال ۲۰۱۶ بخش عمده تجارت کالا جهان بین سه کشور چین، آمریکا و آلمان بود. واردات میان این سه کشور در مجموع بالغ بر ۶ درصد از حجم واردات جهان را تشکیل داد. در سال ۲۰۱۶ بیش از دوسوم اروپایی‌ها و در آسیا بیش از نیمی از صادرکنندگان با شرکای تجاری منطقه‌ای خود دادوستد داشتند. براساس نوع کالا نیز اقتصادهای جهان در گروه‌های کالایی متفاوتی تخصص یافته‌اند. در سال ۲۰۱۶، بسیاری از اقتصادهای توسعه‌یافته و کشورهای در حال توسعه شرق و جنوب آسیا

به تولید کالاهای صادراتی مبادرت ورزیدند. بسیاری از اقتصادهای در حال گذار و در حال توسعه غرب آسیا و شمال و مرکز آفریقا نیز به تولید محصولات سوختی وابسته بوده‌اند. یکی دیگر از آمارهای ارائه‌شده در گزارش جدید «آنکتاد»، مربوط به تجارت خدمات است. به گزارش این نهاد حجم صادرات خدمات جهان در سال ۲۰۱۶ به ۹,۴ هزار میلیارد دلار رسید (یک‌سوم ارزش صادرات کالاها). بنابراین پس از یک دوره بهبود طی سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴، تجارت خدمات جهان برای دو سال متوالی وضعیت رکودی را تجربه کرد. بخش عمده تجارت خدمات جهان از کشورهای توسعه‌یافته بوده است. این کشورها در مجموع مسوول بیش از دوسوم صادرات خدمات جهان بوده‌اند. البته چند کشور در حال توسعه آسیایی نیز در این زمینه عملکرد خوبی داشته‌اند. در سال ۲۰۱۶، آمریکا با فروش بین‌المللی بیش از ۷۵۲ میلیارد دلار (۱۵ درصد از کل حجم صادرات جهان)، بزرگ‌ترین صادرکننده خدمات جهان بود. پس از آمریکا چهار اقتصاد عضو اتحادیه اروپا در مجموع یک‌پنجم از بازار خدمات جهان را در اختیار داشتند. در میان کشورهای در حال توسعه، اصلی‌ترین صادرکنندگان خدمات از کشورهای آسیایی بودند. در این رابطه چین با ۲۰۸ میلیارد دلار و هند با ۱۶۲ میلیارد دلار، بزرگ‌ترین اقتصادهای در حال توسعه صادرکننده خدمات بودند. در سال ۲۰۱۶، حجم واردات خدمات جهان کمتر از صادرات و ۸,۴ هزار میلیارد دلار بود. طی پنج سال اخیر، صادرات خدمات مربوط به حمل‌ونقل، مسافرت، کالا و سایر خدمات، تغییرات گسترده‌ای در مناطق مختلف جهان داشته است. به‌عنوان مثال صادرات خدمات مسافرتی در آمریکای شمالی، لاتین

و آسیا افزایش چشمگیری داشته؛ در حالی که در آفریقا و اروپا کاهش یافته است.

روندهای اقتصادی

براساس گزارش جدید «آنکتاد»، در سال ۲۰۱۶ رشد اقتصادی جهان همچنان ضعیف بود. از سال ۲۰۱۱، اقتصاد جهانی به‌طور میانگین رشدی ۴,۲ درصدی را تجربه کرد. این مقدار میانگین در دوره قبل از بحران مالی ۲۰۰۸، در حدود ۳,۳ درصد بود. در سال ۲۰۱۶ اما رشد اقتصاد جهان با کاهشی چشمگیر به ۲,۲ درصد رسید. سرانه تولید ناخالص داخلی در میان کشورهای جهان نیز بسیار متفاوت است. در سال ۲۰۱۶، تولید سرانه در عمده اقتصادهای توسعه‌یافته بیش از ۳۰ هزار دلار بود. در مقایسه اما اکثر کشورهای در حال توسعه جنوب و شرق آفریقا و جنوب‌شرقی آسیا (و البته اقتصادهای کمتر توسعه یافته) تولید سرانه کمتر از هزار دلار داشته‌اند. جریان ورودی «سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی» پس از افزایشی چشمگیر در سال گذشته، در سال ۲۰۱۶ با کاهشی ۲ درصدی به ۷۵,۱ هزار میلیارد دلار رسید. بسیاری از کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای اروپایی در سال ۲۰۱۶ جریان ورودی «سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی» اندکی داشتند. در این سال اما آمریکا با ۳۹۱ میلیارد دلار، انگلیس با ۲۵۴ میلیارد دلار و چین با ۱۳۴ میلیارد دلار بزرگ‌ترین پذیرندگان جریان ورودی «سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی» در جهان بودند. به گزارش «آنکتاد»، از دهه ۱۹۶۰ میلادی، نرخ رشد جمعیت جهان کاهشی بوده است. در سال ۱۹۶۰ جمعیت جهان رشدی ۱,۲ درصدی را تجربه کرده بود. در حال حاضر اما نرخ رشد جمعیت جهان در سطح ۱,۱ درصد قرار دارد. پیش‌بینی می‌شود این نرخ با کاهشی بیشتر، تا سال ۲۰۵۰ به ۵,۰ درصد برسد.

سازمان ملل در گزارش سالانه «چشم‌انداز وضعیت اقتصاد جهان» خبر داد

خوش‌بینی به ایران ۲۰۱۹

سازمان ملل گزارش سالانه «چشم‌انداز وضعیت اقتصادی جهان» را منتشر کرد. در حالی که در گزارش قبلی این سازمان برای سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸، رشد اقتصادی ایران به ترتیب ۷,۴ و ۴,۴ درصد پیش‌بینی شده بود، در گزارش جدید خوش‌بینی‌ها در مورد اقتصاد ایران افزایش یافته است. براساس گزارش جدید، در سال ۲۰۱۷ رشد اقتصادی ایران با رسیدن به ۳,۵ درصد در سطح قدرتمندی باقی می‌ماند. انتظار می‌رود این رشد اقتصادی مطلوب تحت‌تاثیر تسهیل شرایط پولی در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ نیز ادامه یابد و به ترتیب به ۱,۵ و ۵ درصد برسد. در مورد نرخ تورم هم پیش‌بینی شده که در پایان سال ۲۰۱۷ نرخ تورم ایران به ۶,۹ درصد خواهد رسید. در سال ۲۰۱۸ نیز پیش‌بینی شده که نرخ تورم ایران از تک‌رقمی بودن خارج شود و به ۹,۱۰ درصد برسد؛ اما مجدداً در سال ۲۰۱۹ با روند کاهشی در سطح ۲,۱۰ درصد خواهد ایستاد. نکته‌تامل‌برانگیز در این گزارش، رشد اقتصادی عربستان به‌عنوان یکی از رقبای منطقه‌ای ایران است که پایین‌ترین میزان در میان تمامی اقتصادهای منطقه است. در سال ۲۰۱۷، رشد اقتصادی عربستان سعودی تنها ۴,۰ درصد تخمین زده شده است. این در حالی است که در گزارش پیشین این سازمان رشد اقتصادی عربستان ۵,۱ درصد پیش‌بینی شده بود.

«سازمان ملل» جدیدترین گزارش سالانه «چشم‌انداز وضعیت اقتصادی جهان» خود را

برای سال ۲۰۱۸ منتشر کرد. این سازمان در گزارش جدید خود رشد اقتصادی کشورها را تا سال ۲۰۱۹ پیش‌بینی کرده است. به گزارش این نهاد وضعیت اقتصادی ایران در سال‌های گذشته بهبودی چشمگیر یافته است. در سال ۲۰۱۷ رشد حقیقی اقتصاد ایران با رسیدن به نرخ ۳,۵ درصد در سطحی قدرتمند باقی ماند. این درحالی است که سال گذشته (۲۰۱۶) تحت‌تاثیر افزایش چشمگیر تولیدات نفت و صادرات آن رشد اقتصادی کشور رکورد ۵,۱۲ را به ثبت رساند. به گزارش «گروه اقتصاد بین‌الملل دنیای اقتصاد» و به نقل از گزارش جدید «چشم‌انداز وضعیت اقتصادی جهان»، رشد اقتصادی ایران در سال‌های آتی نیز تحت‌تاثیر تسهیل شرایط پولی و بهبود بخش خارجی، بالای ۵ درصد باقی خواهد ماند. البته در گزارش پیشین این نهاد رشد اقتصادی ایران در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ کمتر از ۵ درصد پیش‌بینی شده بود. به گزارش «سازمان ملل»، این رشد اقتصادی مطلوب وابسته به ظرفیت جذب سرمایه‌گذاری خارجی و سطح نااطمینانی‌ها و چالش‌های سیاسی است.

آینده اقتصاد ایران از

دوربین «سازمان ملل»

وضعیت شاخص‌های اقتصاد کلان ایران، بخشی از آمارهای ارائه شده در گزارش جدید «سازمان ملل» است. بر این اساس، اقتصاد ایران در سال ۲۰۱۶ تحت‌تاثیر افزایش

چشمگیر تولیدات نفتی و صادرات آن توانست رشد اقتصادی قابل‌توجه ۵,۱۲ درصد را تجربه کند. در سال ۲۰۱۷ اما محرک رشد اقتصادی کشور اندکی متفاوت بود. در این سال سیاست‌های پولی تسهیلی موجب شد اقتصاد ایران رشد اقتصاد مطلوب ۳,۵ درصد را تجربه کند (مقدار تخمینی). انتظار می‌رود این رشد اقتصادی مطلوب در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ نیز ادامه یابد و به ترتیب به ۱,۵ و ۰,۵ درصد برسد. مقایسه چشم‌انداز رشد اقتصادی سال‌های آتی ایران با مقدار میانگین ادوار قبل درک بهتری از مفهوم مطلوبیت رشد اقتصادی به ما می‌دهد. در این باره میانگین رشد اقتصادی ایران بین سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۶ تنها ۵,۲ درصد بوده است. همچنین در گزارش مشابه سال گذشته، چشم‌انداز رشد اقتصادی ایران به مراتب مقادیر کمتری پیش‌بینی شده بود. در گزارش قبلی «سازمان ملل» برای سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ رشد اقتصادی ایران مقادیر ۷,۴ و ۴,۴ درصد پیش‌بینی شده بود. یکی دیگر از آمارهای ارائه شده در گزارش «چشم‌انداز وضعیت اقتصادی جهان ۲۰۱۸»، نرخ تورم است. در یک دهه گذشته اقتصاد ایران یکی از بالاترین تورم‌ها را در سال ۲۰۱۳ با نرخ ۳,۳۹ درصد تجربه کرد. پس از این سال اما نرخ تورم روندی نزولی پیدا کرد تا اینکه در سال ۲۰۱۶ یکی از کمترین نرخ‌های تورم، ۶,۸ درصد، تجربه شد. در این باره اما در انتهای سال ۲۰۱۷ نرخ تورم ایران با افزایشی یک درصدی به ۶,۹ درصد

خواهد رسید. در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ نیز نرخ تورم ایران به ترتیب در سطوح ۹,۱۰ و ۲,۱۰ درصد خواهد ایستاد. البته باید توجه داشت پیش‌بینی نرخ تورم اقتصاد ایران - در تمامی سال‌ها - نسبت به گزارش سال گذشته، افزایشی بوده است.

بر اساس آمارهای گزارش «سازمان ملل»، در یک دهه گذشته نرخ بیکاری اقتصاد ایران بین بازه ۱۰ تا ۱۴ درصد در نوسان بوده است. در این باره، بالاترین نرخ بیکاری ایران در سال ۲۰۱۰ با ۵,۱۳ درصد و کمترین نرخ نیز در سال ۲۰۱۳ با نرخ ۴,۱۰ درصد تجربه شد. همچنین در سال ۲۰۱۷ نرخ بیکاری اقتصاد ایران مانند مقدار سال قبل در سطح ۳,۱۱ درصد تخمین زده شده است.

بالاترین رشد اقتصادی جهان از سال ۲۰۱۱

در یک دهه گذشته اقتصاد جهانی با بحران‌های بزرگ و شوک‌های منفی گسترده روبه‌رو شده است. این اتفاقات با بحران مالی سال ۲۰۰۸-۲۰۰۹ آغاز شد و به دنبال آن بحران بدهی دولت‌های اروپایی در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۲ و اصلاح قیمت جهانی کالاها در سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۶ به وقوع پیوست. با وجود این بحران‌ها و شرایط نامساعد ماندگار اما اقتصاد جهانی توانست خود را تقویت کند. اقتصاد جهانی در سال ۲۰۱۶ رشد ۴,۲ درصدی را تجربه کرد. در سال ۲۰۱۷ اما «سازمان ملل» رشد ۳ درصدی را برای اقتصاد جهانی پیش‌بینی کرده است (۳,۰ درصد بیشتر از گزارش سال گذشته این سازمان). بر این اساس، رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۷ بالاترین نرخ رشد از سال ۲۰۱۱ خواهد بود. در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ نیز مانند سال جاری نرخ رشد ۳ درصدی برای اقتصاد جهانی پیش‌بینی شده است. البته این نهاد در گزارش

جدید خود چشم‌انداز نرخ تورم اقتصاد جهان را کاهش داده است. بر این اساس نرخ تورم اقتصاد جهان در سال جاری ۶,۲ درصد تخمین زده شده است (۲,۰ درصد کمتر از پیش‌بینی گزارش سال گذشته). در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ نیز نرخ تورم ۸,۲ درصدی برای اقتصاد جهان پیش‌بینی شده است.

بر اساس گزارش جدید «سازمان ملل» تجارت جهان در سال ۲۰۱۷ تقویت شده است. در ۸ ماه نخست سال جاری، تجارت کالای جهان بالاترین رشد را از زمان بحران مالی ۲۰۰۸ تجربه کرد. دلیل اصلی این بهبود چشمگیر، افزایش تقاضای واردات کشورهای شرق آسیا و اتخاذ سیاست‌های مناسب بوده است. در بسیاری از اقتصادهای توسعه‌یافته نیز تحت تاثیر تصمیم بنگاه‌ها برای بهبود شرایط سرمایه‌گذاری، واردات کالاهای سرمایه‌ای افزایش یافته است. این روند رو به بهبود اما در سایه گسترش موج‌های حمایت‌گرایانه قرار دارد. تصمیم انگلیس و ایرلند شمالی برای خروج از اتحادیه اروپا و تصمیم آمریکایی‌ها برای مذاکره مجدد «نفتا» و تجدیدنظر درخصوص سایر قراردادهای تجارت آزاد، نگرانی‌هایی را درخصوص تشدید موانع و اختلافات تجاری ایجاد کرده است. با توجه به ارتباط نزدیک میان تجارت، سرمایه‌گذاری و رشد بهره‌وری، افزایش محدودیت‌ها در محیط تجارت، چشم‌انداز رشد اقتصادی میان‌مدت را با چالش روبه‌رو خواهد ساخت. در این باره، سیاست‌گذاران باید تمرکز خود را در زمینه حفظ و احیای همکاری‌های تجاری بین‌المللی و تاکید بر منافع تجارت خدمات معطوف سازند. وضعیت شاخص‌های اقتصادی کشورها از دیگر نکات گزارش جدید «سازمان ملل» است. این نهاد در گزارش خود، رشد اقتصادی آمریکا در سال ۲۰۱۷ را با افزایش

نسبت به گزارش سال گذشته، ۲,۲ درصد تخمین زده است. البته پیش‌بینی شده رشد اقتصادی آمریکا در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ با اندکی کاهش به ۱,۲ درصد برسد، نرخی که بسیار کمتر از آن چیزی است که دونالد ترامپ در ستادهای انتخاباتی خود درخصوص افزایش تولید و اشتغال قول داده بود. در میان اقتصادهای قدرتمند، بالاترین نرخ رشد را کشورهای چین و هند دارا هستند.

در انتهای سال ۲۰۱۷، چین و هند به ترتیب رشد اقتصادی ۸,۶ و ۷,۶ درصد را تجربه خواهند کرد. البته چشم‌انداز اقتصادی چین در سال‌های آینده کاهشی و چشم‌انداز هندی‌ها افزایشی است. بر این اساس در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ به ترتیب رشد اقتصادی چین ۵,۶ و ۳,۶ درصد و رشد اقتصادی هند ۲,۷ و ۴,۷ درصد پیش‌بینی شده است. چشم‌انداز رشد اقتصادی اغلب کشورهای منطقه خاورمیانه و غرب آسیا ناامیدکننده است. به غیر از ترکیه، امارات و اردن، تمامی اقتصادهای این منطقه رشد اقتصادی کمتر از ۲ درصد را در سال ۲۰۱۷ تجربه خواهند کرد. نکته تامل برانگیز در این خصوص اما رشد اقتصادی عربستان است که پایین‌ترین میزان در میان تمامی اقتصادهای منطقه است. در سال ۲۰۱۷ رشد اقتصادی عربستان سعودی تنها ۴,۰ درصد تخمین زده شده است (این درحالی است که در گزارش پیشین این سازمان رشد اقتصادی عربستان ۵,۱ درصد پیش‌بینی شده بود). ترکیه اما پس از ایران بالاترین رشد اقتصادی را در منطقه خاورمیانه و غرب آسیا دارا است. بر این اساس، پیش‌بینی شده اقتصاد ترکیه در سال ۲۰۱۷ نرخ رشد ۳,۳ درصدی را تجربه کند. البته پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است رشد اقتصادی ترکیه در سال آینده کاهش خواهد یافت و به ۱,۲ درصد خواهد رسید.

در یک گزارش پژوهشی بررسی شد آینده رقابت‌پذیری تا سال ۲۰۵۰

فزاینده ذی‌نفعان» به‌عنوان یکی دیگر از ارکان اثرگذار در فضای رقابت یاد شده است. اگرچه درحال‌حاضر مساله تقاضای ذی‌نفعان یک موضوع مهم اثرگذار بر اقتصاد جهان به نظر نمی‌رسد، اما پیش‌بینی‌ها حکایت از آن دارد که در دهه‌های آتی، این نوع تقاضا افزایش مختصری داشته باشد. اما درخصوص «چشم‌انداز سرمایه» این طور پیش‌بینی می‌شود که دارایی‌های مالی جهان، به رشد خود ادامه خواهند داد و نوسانات قیمتی نیز استمرار خواهد داشت. از آنجایی که رشد اقتصادی کندتر از آن است که اوضاع را بهبود بخشد و ریسک‌های مربوط به نظام مالی جهان در بلندمدت رو به افزایش خواهد بود، آثار مربوط به چشم‌انداز سرمایه اهمیت بیشتری خواهد یافت.

از سوی دیگر، عوامل متعددی اثرات فعلی قابل‌توجه «چشم‌انداز اطلاعات» در طول دهه‌های آینده را تقویت می‌کند. ابداعات جهانی‌تر خواهد شد. براین اساس در هیچ مقطع تاریخی، سرمایه‌گذاری به این وسعت روی تحقیق و توسعه صورت نگرفته است. همچنین فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات کماکان نقش کلیدی خود را درخصوص انتقال اطلاعات در سطح جهانی ایفا خواهد کرد. با این شرایط بازارهای نوظهور به‌طور فزاینده، اکوسیستم اینترنتی را شکل داده و رشد تجارت

عامل به ۱۳ می‌رسد. در گزارشی که از سوی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی منتشر و از سوی اتوسا گودرزی و مهدی محرمی تهیه شده، «فضای کلان» به‌عنوان یکی از عوامل اصلی در رقابت‌پذیری شناخته می‌شود. در این عامل «قدرت اقتصادی، ساختار اجتماعی شکننده، ژئوپولیتیک و امنیت و تقاضای فزاینده ذی‌نفعان» زیرمجموعه‌های آن محسوب می‌شوند. براساس ارزیابی‌های صورت گرفته تا سال ۲۰۲۵ آسیا جایگاهی قوی‌تر از سایر مناطق در حال توسعه خواهد داشت. اما درخصوص «ساختار اجتماعی شکننده» نیز در این گزارش پیش‌بینی شده تاثیر ساختار اجتماعی جهان به‌طور مستمر تا سال ۲۰۵۰ افزایش یابد. انتظار می‌رود تا سال ۲۰۵۰ امید به زندگی از ۶۸ به ۷۶ سال افزایش یابد.

اما «ژئوپولیتیک و امنیت» نیز به‌عنوان یکی دیگر از ارکان فضای کلان این نکته مدنظر قرار گرفته است که درحال‌حاضر مخارج نظامی جهان در بالاترین سطح خود در طول تاریخ قرار دارد و در سه منطقه، خاورمیانه، آسیا و روسیه/ اوکراین ریسک‌های ژئوپولیتیکی وجود دارد. بنابراین انتظار می‌رود اثرات چشم‌انداز امنیتی و جهانی در کوتاه‌مدت پررنگ‌تر باشد.

در ارزیابی‌های صورت گرفته از «تقاضای

روند رو به آینده ارکان رقابت‌پذیری از ترسیم چه افقی برای این بخش حکایت دارد. ارزیابی‌ها نشان‌دهنده آن است که طی ۳۰ سال آینده تغییرات عمده‌ای در اندازه نسبی اقتصادهای جهان به‌وجود خواهد آمد و پیش‌بینی می‌شود آسیا جایگاهی قوی‌تر از سایر مناطق درحال توسعه به دست آورد. چراکه این قاره از توان بالقوه بالایی برخوردار است و از مزیت‌های ناشی از جمعیت فزاینده و طبقه متوسط رو به رشد بهره می‌برد؛ با این شرایط انتظار می‌رود تا سال ۲۰۳۰ طبقه متوسط جهان از یک میلیارد نفر به ۳ میلیارد نفر افزایش یابد، که اکثریت آنها مربوط به مناطق درحال توسعه آسیا خواهند بود. به‌رغم نرخ‌های رشد خفیف، ایالات‌متحده آمریکا و چین پیشگام بهبود اقتصادی جهان با سهمی بیش از نیمی از رشد آتی جهان هستند و طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته، قدرت اقتصادی و فضای رقابت‌پذیری با وجود نوسان و تغییر، همچنان جزو عوامل تاثیرگذار خواهند بود.

با توجه به ارزیابی‌های صورت گرفته «فضای کلان»، «خلق ارزش پایدار»، «میدان بازی» و «داده‌ها» چهار عامل اصلی اثرگذار در فضای رقابت‌پذیری محسوب می‌شوند. عواملی که هریک دارای زیرگروه‌هایی هستند که در دوره‌های زمانی خاص بر فضای رقابت‌پذیری اثر می‌گذارند. مجموع زیرگروه‌های این چهار

الکترونیکی را ایجاد خواهد کرد. هرچند موانع پیش‌روی جریان اطلاعات به‌دلیل ناامنی‌ها و فقدان کنترل بر اطلاعات تداوم خواهد داشت. «چشم‌انداز نیروی کار» یکی دیگر از ارکان بررسی شده در این گزارش است که می‌توان از آن به‌عنوان شاخص‌های اثرگذار بر رقابت‌پذیری یاد کرد. براساس این گزارش درحال حاضر، چشم‌انداز نیروی کار تحت تاثیر موضوعاتی نظیر بیکاری است. رکود اقتصادی، نسلی از کارگران و مصرف‌کنندگان را متاثر کرده است و نسل جوان به‌طور ویژه از بحران، ضربات سختی خورده‌اند.

اما درخصوص زیرشاخص «فشار بر منابع تولید» نیز این نکته مورد توجه قرار گرفته است که اثرات فشار بر منابع طبیعی در اقتصاد جهان در خلال دهه‌های آتی به شکل فزاینده‌ای افزایش خواهد یافت. به‌طوری‌که تا سال ۲۰۵۰ جمعیتی معادل ۸٫۱ میلیارد نفر از مردم کره زمین در مناطقی زیست می‌کنند که با مسئله کمبود آب شدید مواجه هستند و دوسوم مردم جهان نیز با مساله تغییرات آب و هوایی دست و پنجه نرم خواهند کرد. از سوی دیگر پیش‌بینی می‌شود تقاضای انرژی تا سال ۲۰۳۵ معادل یک سوم رقم کنونی رشد یابد (رشد تقریباً ۳۰ درصدی) و به سبب رشد جمعیت، شهرنشینی تشدید شود و این موضوع سبب وخیم شدن مسائلی از قبیل آلودگی، دفع زباله‌ها و پسماندها و مشکلات بهداشتی شود. با این شرایط کارشناسان تخمین می‌زنند که تا سال ۲۰۵۰ بیش از ۲۰۰ میلیون نفر به سبب بروز مشکلات زیست محیطی آواره شوند که این امر محیط‌زیست را پرهزینه‌تر، پرریسک‌تر و خشن‌تر خواهد کرد.

نهمین رکن ارزیابی شده در میان شاخص‌های اثرگذار بر فضای رقابتی «چشم‌انداز فناوری» است. درحال حاضر، اثرات چشم‌انداز فناوری

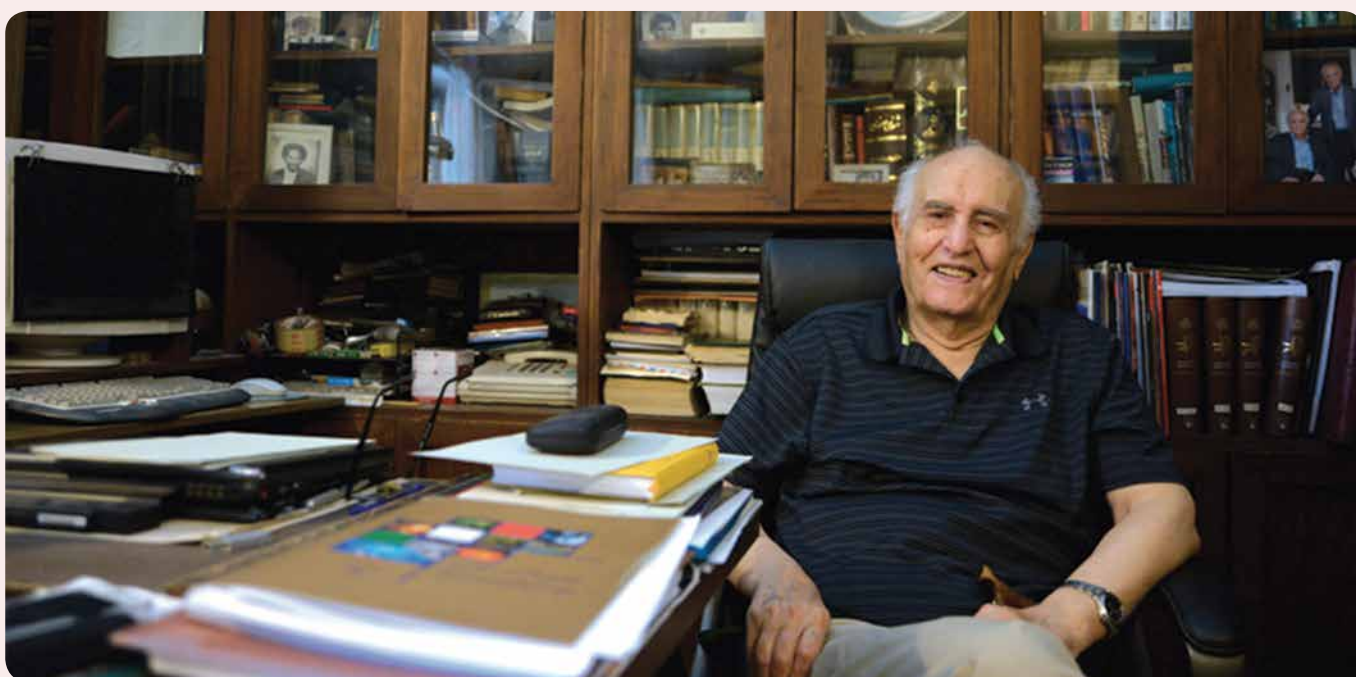
بر اقتصاد جهان در سطح متوسط ارزیابی می‌شود ولی انتظار بر آن است تا سال ۲۰۵۰ این نقش تقویت شود. شعار «اینترنت اشیا» محور اقتصادهای جدید است، این جریان شغل‌های متفاوتی با دستمزدهای بالاتر ایجاد خواهد کرد. مهم‌ترین اثرات در بخش‌های مراقبت‌های بهداشتی، حمل‌ونقل، انرژی و خدمات خرده‌فروشی خواهد بود. اما «چشم‌انداز مصرف‌کنندگان» یکی دیگر از ارکانی است که می‌تواند بر روند رقابت‌پذیری اثرگذار باشد. براساس ارزیابی‌های صورت گرفته در جهانی که به‌طور فزاینده‌ای در حال دیجیتالی شدن است، تعداد مصرف‌کنندگانی که آنلاین خرید می‌کنند و نقش تبلیغات آنلاین، به شکل معنی‌داری افزایش خواهد یافت. براساس این گزارش، در خلال سال‌های اخیر، هزینه تبلیغات جهانی آنلاین افزایش یافته و پیش‌بینی می‌شود تعداد تلفن‌های هوشمند تا سال ۲۰۳۰ هشت برابر شود و تا سال ۲۰۲۰ اثر رفتار مصرف‌کنندگان بر اقتصاد جهان به مراتب بیشتر از آنچه درحال حاضر هست، خواهد بود. در این گزارش از «چشم‌انداز صنعت» نیز به‌عنوان یازدهمین عامل اثرگذار بر رقابت‌پذیری یاد شده است. عاملی که پیش‌بینی‌ها حکایت از آن دارد که تا افق ۲۰۵۰ رو به بهبود خواهد بود. صنایع کلیدی به آینده خوش‌بین بوده و احساس می‌کنند زمان ورود به کسب‌وکارهای جدید فرا رسیده است. در نتیجه رقابت برای تصاحب استعدادهای توانمندی‌ها در بازارهای نوظهور رو به افزایش بوده و بنگاه‌ها باید در استراتژی‌های خود تجدیدنظر کنند، به‌طوری‌که برخی از بنگاه‌ها کانون توجه خود را بر نوآوری معطوف می‌کنند، چشم‌انداز رقابتی در تمامی صنایع به‌واسطه نیروهای فناوری، شکلی جدید به خود خواهند گرفت. از سوی دیگر ارزیابی‌ها حکایت از آن دارد

که «چشم‌انداز تغییر بازار» در آینده ابعاد جدید به خود خواهد گرفت. درحال حاضر، مصرف‌کنندگان به‌طور شتاب زده به خرید کالاهای لوکس اقدام می‌کنند. به‌طوری‌که سهم کالاهای لوکس جهان حدود ۳۴ درصد برآورد می‌شود. این امر تاثیر انتقال در چشم‌انداز بازار بر اقتصاد جهان را دو چندان می‌کند. از سوی دیگر، انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۵ طبقه جدیدی از مصرف‌کنندگان در ابعاد جهانی شکل گرفته و عمده مصرف در کشورهای درحال توسعه تمرکز یابد. به این طریق سیستم‌های پرداخت آنلاین و سیار، فضای بازار آنلاین را تحت نفوذ خود در خواهد آورد و شرق آسیا، خاورمیانه و آفریقا بخش اعظم رشد فروش را از آن خود خواهند کرد. اثر چشم‌انداز بازار در بازه زمانی ۲۰۵۰-۲۰۳۰ روندی نوسانی خواهد داشت. اما برای «شاخص ارزیابی عملکرد مالی، اجتماعی و زیست محیطی» (TBL) که از آن به‌عنوان سیزدهمین ارکان رقابت‌پذیری یاد می‌شود نیز این نکته مدنظر قرار گرفته که درحال حاضر تاثیر شاخص‌های ارزیابی عملکرد ناچیز است. با این حال انتظار می‌رود اثر آن طی چند دهه آینده افزایش یابد. بنگاه‌ها به منظور تقابل با چالش‌های جهانی و پایبندی به تعهدات خود درخصوص پایداری محیط‌زیست، باید به سطح جدیدی از عملکرد دست یابند. در واقع TBL اشاره به اهداف پایدار برای اندازه‌گیری عملکرد مالی، اجتماعی و زیست‌محیطی بنگاه در طول زمان دارد. همچنین بنگاه‌ها با تمرکز بر TBL سعی در شکل دادن به اعتماد و افزایش اعتبار خود دارند. بسیاری از مدیران اجرایی نیز به منظور جذب مشتری و جلب اعتماد آنان، عواملی از قبیل فرهنگ، محیط‌زیست و گزارش‌های مالی را در اولویت خود قرار داده‌اند.



«رضا نیازمند» موسس سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران ابدی شد

درگذشت پدر صنایع نوین ایران



خودش به دلیل کوچ اجباری خانواده و فرار پدرش از دست ماموران رضاشاه در کرمانشاه به دنیا آمده است. نیازمند که علاقه بسیاری به ادامه تحصیل در آمریکا داشت و به گفته خودش یک سال طول کشید تا یک بلیت رفت و برگشت خرید و به این کشور سفر کرد، با ورود به نیویورک در رشته «مدیریت صنعتی و حسابداری صنعتی» تحصیل را آغاز کرد. البته او در نیمه‌های تحصیل به دلیل بیماری مادرش سریع به ایران بازگشت و ترجیح داد پیش او بماند. او با

وی در دوران حضور در عرصه‌های مختلف اقتصادی، همواره فعالان اقتصادی و تجار بسیاری که واردکننده بودند را به راه‌اندازی کارخانه‌ها در کشور تشویق کرد تا صنایع جدید را وارد کشور کنند؛ پشتیبانی که حاصل آن راه‌اندازی کارخانه‌هایی همچون خودروسازی، اتوبوس‌سازی، لوازم خانگی، لوازم الکتریکی و... شد. بنیانگذار بخشی از صنایع نوین کشور، در کتاب خاطراتی که از زندگی‌اش منتشر شده است، پدر و مادرش را همدانی معرفی می‌کند و می‌گوید که

معمار توسعه صنعتی ایران، صبح روز شنبه ۱۸ آذرماه ۱۳۹۶ در سن ۹۶ سالگی دار فانی را وداع گفت. رضا نیازمند، «بنیان‌گذار سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران»، «بنیان‌گذار سازمان مدیریت صنعتی»، «نخستین مدیرعامل شرکت ملی صنایع مس ایران» و «معاون وزیر اقتصاد ایران» بود؛ مردی که دوران طلایی صنعتی شدن کشور و راه‌اندازی کارخانه‌های متعدد به‌خصوص از سوی بخش خصوصی در دهه ۴۰ شمسی را به او نسبت می‌دهند.

توجه به رشته تحصیلی‌اش در آمریکا در سال ۱۳۲۹ جذب سازمان برنامه شد که در آن سال‌ها تازه تاسیس شده بود. نیازمند در این دوره، چهار سال در سازمان برنامه در بخش‌ها و حوزه‌های مختلف به عنوان «عضو هیات مطالعات استان پنجم»، «عضو هیات مطالعات سازمان برنامه»، «ریاست قسمت طرح‌های سازمان» و... کار کرد. در این سال‌ها بود که نیازمند به توصیه یکی از مستشاران آمریکایی برای ادامه تحصیل بار دیگر به آمریکا بازگشت. او در سال ۱۳۳۳ در رقابت «بورس فولبرات آمریکا» قبول و دوباره راهی این کشور شد. او به دانشگاه «سراکیوس نیویورک» رفت تا در رشته مدیریت صنعتی که علاقه بسیاری به آن داشت تحصیل کند.

در این دوره توانست به عضویت انجمن مدیریت آمریکا و انجمن بین‌المللی مدیریت هم دربیاید، اما این بار نیز به دنبال شدت گرفتن بیماری مادرش بار دیگر تحصیل را نیمه‌کاره گذاشت و دکترای نگرفته به ایران بازگشت و برای کار به سازمان برنامه رفت. نیازمند خود را به ابوالحسن ابتهاج که آن دوران رئیس سازمان برنامه بود (کسی که از او به عنوان پایه‌گذار برنامه‌ریزی توسعه در ایران یاد می‌شود) معرفی کرد و مدارک تحصیلی‌اش را نشان داد و ابتهاج نیز از او خواست که در سازمان برنامه مشغول به کار شود. نیازمند در این دوره با کمک ۷ مشاور موسسه فرای که برای رسیدگی به نواقص مدیریت در کارخانه‌ها و تهیه پیشنهادهای اصلاح امور به ایران آمده بودند، بیش از ۵۰ نفر کارشناس را تربیت کرد. پس از این دوره که با اتمام ماموریت کارشناسان موسس فرای و رفتن ابتهاج از سازمان برنامه همراه

بود، نیازمند هم از سازمان برنامه به شرکت نساجی ایران رفت و ریاست هیات‌مدیره این شرکت و مدیرعاملی نساجی مازندران را برعهده گرفت و این کارخانه را که ۱۰ سال زیانده بود ظرف یک سال به سوددهی رساند و برای اولین بار در کشور، گزارش عملکرد سالانه نوشت. پس از این عملکرد درخشان در سال ۱۳۴۰ مدیرعامل شرکت مصالح ساختمانی و سال ۱۳۴۱ رئیس مرکز راهنمای صنایع و با حفظ سمت ناظر دولت در بانک توسعه صنعتی و معدنی شد.

رزومه کاری

دهه ۴۰ شمسی را در تاریخ اقتصاد ایران باید دوران طلایی صنعتی شدن کشور دانست و بی‌شک مرد اول این تحول کسی جز رضا نیازمند نبود. او در خاطراتش از آن دوران این‌چنین تعریف می‌کند: «پنج‌شنبه‌ها می‌نشستم تصمیماتی می‌گرفتم که جلوی پای صنعتگران باز باشد و در این دوران شرایط برای راه‌اندازی صنایع بزرگی چون خودرو، لوازم خانگی و... فراهم شد.» در این بین و همزمان با معاونت وزارت اقتصاد (سال‌های ۱۳۴۲ و ۱۳۴۳) نماینده دولت ایران در هیات‌مدیره سازمان بهره‌وری آسیایی در توکیو و یک دوره رئیس این سازمان بود.

علاوه بر این یکی دیگر از افتخاراتی که رضا نیازمند همزمان با حضور در وزارت اقتصاد به دلیل شایستگی‌هایش کسب کرد، عضویت در هیات امنای دانشگاه شریف بود که تا زمان انقلاب هم ادامه داشت. البته با راه‌اندازی این دانشگاه در سال ۱۳۴۴ به او پیشنهاد ریاست دانشگاه داده شد ولی قبول نکرد و ترجیح داد در کارهای صنعتی

و دولتی حضور داشته باشد. او در این سال‌ها با حفظ سمت در وزارت اقتصاد مدتی هم سرپرست گروه برنامه‌ریزی صنایع و عضو هیات مطالعه قرارداد ذوب‌آهن با روس‌ها شد.

علاوه بر این یکی از تحولات مهم در دهه ۴۰ تاسیس سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران از سوی رضا نیازمند بود که همچنان نیز بعد از ۵۰ سال پابرجاست. سازمانی که در سال ۱۳۴۶ نیازمند بعد از سفر شاه به ایتالیا و بازدید از موسسه نوسازی صنعتی ایتالیا، مامور راه‌اندازی‌اش شد. او سازمان گسترش و نوسازی صنایع را با ۲۱ کارمند در ساختمانی در خیابان طالقانی فعلی راه‌اندازی کرد. در آن سال‌ها ماحصل فعالیت‌های سازمان گسترش تاسیس چهار کارخانه «ماشین‌سازی اراک»، «ماشین‌سازی تبریز»، «تراکتورسازی تبریز» و «آلومینیوم اراک» بود که دانش فنی آن از کشورهای رومانی، روسیه، چکسلواکی و لهستان خریداری شد و نیازمند مدیرانی نخبه و کارآزموده از جمله محمدتقی توکلی (کسی که از او به عنوان مرد صنعت آذربایجان یاد می‌شود و پدرش کارخانه کبریت توکلی را تاسیس کرد) را برای آنها انتخاب کرد. علاوه بر این در همین مدت به دستور او شهرهای صنعتی تبریز و اراک نیز ساخته شد. نیازمند به دلیل خدمات ارزشمندی که در این سال‌ها انجام داد و نقش اساسی که در صنعتی شدن کشور داشت نشان درجه اول «آبادانی و پیشرفت» دریافت کرد.

تقریباً با پایان یافتن دهه ۴۰ رضا نیازمند هم از سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران استعفا داد، او دیگر تمایل چندانی به

کارهای دولتی نداشت، اما استعفا و رفتن همزمان با تاسیس شرکت معدن مس سرچشمه شده بود. شاه و وزیر اقتصاد با توجه به تجربه صنعتی و مدیریتی نیازمند اصرار بسیاری داشتند که او راهاندازی مهم‌ترین و بزرگ‌ترین معدن کشور را در دست بگیرد، اما نیازمند مخالفت می‌کرد تا اینکه در نهایت پذیرفت و از سال ۱۳۵۱ رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت مس سرچشمه شد؛ معدنی که با گذشت ۴ دهه همچنان یکی از افتخارات ملی محسوب می‌شود.

راه‌اندازی معدن مس سرچشمه با توجه به عظمت کار ۳ سال به طول انجامید و در نهایت در سال ۱۳۵۴ این معدن افتتاح شد و او به پاس تلاش شبانه‌روزی‌اش نشان درجه دو تاج را دریافت کرد. او برای راه‌اندازی مس سرچشمه که همزمان با ملی شدن معادن مس شیلی بود با شرکت آمریکایی آناکاندا که تجربه و دانش فنی بسیاری داشت و سال‌ها در شیلی کار کرده بود قراردادی مهم بست که در بهره‌برداری مس سرچشمه نقش اساسی داشت. البته نیازمند مدت زیادی بعد از راه‌اندازی معدن مس سرچشمه در این مجموعه نماند، فشار کار زیاد او را بیمار کرده بود و حتی مدتی برای مداوا به آمریکا رفت و در نهایت پس از افتتاح مس سرچشمه از این کار استعفا داد و دیگر کار دولتی انجام نداد.

در این سال‌ها و بعد از حدود ۳۰ سال کار و فعالیت مستمر صنعتی و مدیریتی، رضا نیازمند دیگر علاقه‌چندانی به شغل‌ها و موقعیت‌های دولتی نداشت و بیشتر ترجیح می‌داد که جذب بخش خصوصی شود یا کاری شخصی راه بیندازد. تا اینکه از طریق

دوستش دکتر اعتماد در سازمان انرژی اتمی پیشنهادی به او داده شد. خود او در این باره می‌گوید: «دکتر اعتماد گفت ما تا حالا ۳ میلیارد دلار برای نیروگاه بوشهر خرج کرده‌ایم، ولی یک کیلو اورانیوم هم نداریم. پیشنهاد کرد من شرکتی برای تامین سوخت نیروگاه چه از طریق خرید اورانیوم و چه از طریق اکتشافات در ایران و خارج تشکیل بدهم و طبق قراردادی ماموریت تامین نیروگاه‌های اتمی را بر عهده بگیرم.» پس از این بود که نیازمند شرکت یوریران را تاسیس کرد و توانست با قراردادی که با شرکت معدن راسینگ به امضا رساند سوخت ۱۷ سال نیروگاه بوشهر را تامین کند.

شرکت نیازمند همچنین برای اولین بار عملیات ژئوفیزیکی و تحقیقاتی برای کشف اورانیوم در ایران انجام داد. او در این سال‌ها برای انجام کارهای شرکتش سفرهای بسیاری داشت و در یکی از همین مسافرت‌ها که برای تهیه تجهیزات به سوئد رفته بود از وضعیت بد برخی از کارخانه‌های این کشور همچون ولوو با خبر شد که در آستانه ورشکستگی بود، نیازمند از طریق رئیس اتاق صنایع سوئد بازدید از کارخانه ولوو داشت و پیشنهادهایی برای تغییر مدیریت در این کارخانه برای بالا رفتن بهره‌وری داد که با استقبال رو به رو شد و باعث شد او مدتی مشاور این کارخانه باشد؛ توصیه‌ها و راهنمایی‌های نیازمند خیلی زود جواب داد و کارخانه ولوو نجات پیدا کرد، پس از آن روش مدیریتی او در کارخانه‌های دیگری هم در سوئد مورد استفاده قرار گرفت و در نهایت منجر به دریافت نشان و لقب شوالیه از سوی پادشاه سوئد برایش شد. پس از پیروزی انقلاب نیز

رضا نیازمند برای سال‌ها به آمریکا رفت و در این دوران در آنجا ادامه تحصیل داد و دکترای خود را در رشته مدیریت صنعتی (که نیمه‌کاره مانده بود) و علاوه بر آن در رشته مدیریت بازرگانی گرفت. او چند سالی بود که دوباره به ایران بازگشته بود و در خانه قدیمی‌اش زندگی می‌کرد. بخش زیادی از روزمرگی‌های او به مطالعه، تحقیق و نگارش کتاب و خاطراتش اختصاص داشت تا اینکه در ۱۸ آذر ۹۶ معمار توسعه صنعتی ایران چشم از جهان فرو بست.

در این میان برخی فعالان اقتصادی با درگذشت پیر توسعه صنعتی ایران نیز پیام‌هایی را منتشر کردند. مسعود خوانساری، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، نیازمند را آیین تمام‌نمای یک عمر خدمت در اقتصاد ایران دانست و وی را یکی از پایه‌گذاران توسعه صنعتی در اقتصاد ایران عنوان کرد. محسن جلال‌پور هم نیازمند را یکی از سرشناس‌ترین تکنوکرات‌های عصر حال حاضر دانست و وی را بنیان‌گذار خیلی از صنایع برشمرده که این روزها دوره عسرت را از سر می‌گذرانند. رئیس اسبق اتاق ایران همچنین در بخش دیگری از اظهارات خود، نیازمند را از آخرین یادگارهای دهه طلایی اقتصاد ایران دانست که باقیمانده تکنوکرات‌های جوان و تحصیلکرده‌ای بود که در دهه ۴۰ زمام امور را در دست گرفتند و بنیان‌های صنعت ایران را پایه گذاشتند؛ فردی که صنایع سنتی را به مدرن تغییر داد و زمینه رشد اقتصادی کشور را فراهم آورد. جلال‌پور در ادامه اظهار کرد: نیازمند، تاریخ زنده صنعتی شدن ایران بود و از هر کدام از صنایع دهه چهل خاطره‌ای با خود داشت.

عملکرد بخش منسوجات و پوشاک در ۷ ماهه اول ۹۶

گروه	۷ ماهه اول ۹۶			۷ ماهه اول ۹۵			درصد تغییر	
	تعداد	سرمایه (میلیارد ریال)	اشتغال (نفر)	تعداد	سرمایه (میلیارد ریال)	اشتغال (نفر)	سرمایه (میلیارد ریال)	اشتغال (نفر)
جواز تاسیس صادرشده در بخش ساخت منسوجات و پوشاک								
ساخت منسوجات	۴۴۷	۲۹۵۴۹,۷	۱۰۸۰۴	۴۲۳	۲۱۷۱۷,۸	۸۹۲۷	۳۶,۱	۲۱,۰
پوشاک و عمل‌آوری پوست خز	۲۷۸	۵۵۲۶,۷	۹۷۶۰	۲۶۸	۹۳۳۴,۳	۱۲۸۷۲	-۴۰,۸	-۲۴,۲
پروانه بهره‌برداری صادرشده در بخش ساخت منسوجات و پوشاک								
ساخت منسوجات	۱۳۶	۸۴۴۵,۸	۳۷۶۳	۱۰۲	۵۸۹۱,۸	۲۴۶۵	۳۳,۳	۵۲,۷
پوشاک و عمل‌آوری پوست خز	۲۸	۴۶۰,۴	۷۶۳	۳۲	۱۲۰,۲	۶۰۲	-۱۲,۵	۲۶,۷
پروانه بهره‌برداری ایجاد شده در بخش ساخت منسوجات و پوشاک								
ساخت منسوجات	۹۵	۵۹۰۰,۳	۲۷۰۰	۶۵	۴۶۴۶,۵	۱۹۳۳	۴۶,۲	۳۹,۷
پوشاک و عمل‌آوری پوست خز	۲۱	۳۵۲,۲	۶۷۸	۲۶	۱۱۶,۹	۵۴۲	-۱۹,۲	۲۵,۱

آمار تولید محصولات منتخب نساجی							
نام محصول	واحد سنجش	مهر ۹۶	شهریور ۹۶	تغییر (درصد)	۷ ماهه اول ۹۶	۷ ماهه اول ۹۵	تغییر (درصد)
الیاف و تاپس پلی استر	هزار تن	۱۷,۸	۱۷,۶	۱,۱	۱۱۳,۷	۱۱۳,۹	۰,۲
نخ پلی استر	هزار تن	۲۲,۴	۲۱,۵	۴,۲	۱۲۰,۶	۱۳۷,۰	۱۳,۶
الیاف اکریلیک	هزار تن	۰,۰	۰,۰	-	۶,۹	۰,۰	-۱۰۰,۰
نخ سیستم پنبه‌ای و ترکیبی الیاف مصنوعی	هزار تن	۱۹,۳	۱۸,۵	۴,۳	۱۱۶,۵	۱۲۲,۸	۵,۴
فرش ماشینی	هزار مترمربع	۷۶۱۲,۰	۷۳۶۲,۰	۳,۴	۴۷۴۶۱,۰	۴۸۱۳۵,۰	۲,۹

صادرات بخش منسوجات و پوشاک در ۷ ماهه اول ۹۶						
گروه	وزن (تن)		ارزش (میلیون دلار)		تغییر (درصد)	
	۷ ماهه اول ۹۶	۷ ماهه اول ۹۵	۷ ماهه اول ۹۶	۷ ماهه اول ۹۵	وزن	ارزش
ساخت منسوجات	۷۵۹۷۹	۶۷۹۰۷	۳۷۶	۳۱۴	۱۱,۹	۱۹,۶
ساخت پوشاک، عمل‌آوردن و رنگ کردن پوست	۱۹۹۱	۱۸۴۲	۳۱	۲۲	۸,۱	۴۱,۳

واردات بخش منسوجات و پوشاک در ۷ ماهه اول ۹۶						
گروه	وزن (تن)		ارزش (میلیون دلار)		تغییر (درصد)	
	۷ ماهه اول ۹۶	۷ ماهه اول ۹۵	۷ ماهه اول ۹۶	۷ ماهه اول ۹۵	وزن	ارزش
ساخت منسوجات	۱۵۹۹۸۹	۱۵۶۲۷۵	۴۸۱,۴	۴۶۴,۴	۲,۴	۳,۷
ساخت پوشاک، عمل‌آوردن و رنگ کردن پوست	۲۰۹۵	۳۸۲۳	۲۶,۹	۳۰,۷	-۴۵,۲	-۱۲,۲

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



آشنایی با سیستم جدید پاشش محلول رنگ و مواد کمکی بر روی منسوجات

دکتر شاهین کاظمی عضو هیئت رئیسه جامعه متخصصین نساجی ایران، دکتری مهندسی شیمی نساجی و علوم الیاف، دانشگاه صنعتی امیرکبیر

مقدمه

یکی از مسائل بسیار مهم در کلیه صنایع مصرف کننده آب، کاهش میزان مصرف این ماده حیاتی در فرآیندهای تولید می باشد. کاهش میزان مصرف آب نه تنها از منظر رقابت پذیری مطرح می باشد، بلکه از نگاه زیست محیطی و کمبود منابع در دسترس این ماده نیز بسیار حائز اهمیت است.

در کشور ایران نیز با توجه به کمبود منابع آبی قابل دسترس و کاهش بارش های سالیانه در این منطقه پیش بینی می شود به تدریج صناعی که نیاز به حجم آب زیادی دارند از مناطق فلات مرکزی ایران خارج شوند و تنها در چند نقطه پربارش کشور متمرکز شوند. صنعت نساجی از جمله صنایع پرمصرف آب می باشد که مخصوصاً در بخش هایی نظیر رنگرزی، چاپ و تکمیل اصولاً بدون استفاده از آب مناسب نمی توان هیچ فرآیند خاصی را انجام داد.

به همین دلیل بسیاری از شرکت های ماشین سازی نساجی به سمت جایگزینی فرآیندهای غوطه وری در آب با روش های جدید متمایل گردیده اند. در این مقاله به



اختصار یکی از این روش ها که بر مبنای پاشش مواد رنگزا و یا مواد شیمیایی بر روی منسوج می باشد توضیح داده می شود.

آغشته سازی منسوجات

بخش رنگرزی، چاپ و تکمیل را می توان مصرف کننده اصلی آب در چرخه تولید منسوجات به حساب آورد. برای کاهش مصرف آب در این بخش از صنعت نساجی راهکارهای مختلفی پیشنهاد شده است.

یکی از این روش ها استفاده از سایر انواع سیالات نظیر دی اکسید کربن مایع به

عنوان جایگزین آب می باشد. هرچند این روش در تعدادی از آزمایشات نتایج خوب و قابل توجهی را منجر گردیده اما در بسیاری از موارد دارای محدودیت عملکردی است و برای استفاده از آن نیازمند استفاده از تجهیزات خاص و ویژه ای است که عموماً هزینه بر بوده و نمی توان به یکباره کلیه دستگاه های متداول در صنعت نساجی را با آن جایگزین کرد. به همین دلیل به نظر می رسد روش اجرایی تر به کارگیری تکنیک هایی است که مصرف آب را در دستگاه های متداول و موجود نساجی کاهش دهد.

اصولاً در فرآیندهای رنگرزی و تکمیل نساجی، مواد رنگزا و سایر مواد شیمیایی در محیط آبی به صورت یک محلول در آمده و سپس کالای نساجی در آن غوطه ور می شود، در این روش منسوجات تنها با حجم محدودی از مواد شیمیایی محلول در آب در تماس بوده و در حقیقت استفاده بسیار مناسبی از شرایط محیطی و سایر قسمت های محلول ندارد، هرچند که همواره تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی سعی نموده اند تا با روش های مختلف از یک سو میزان حجم حمام را کاهش داده و از

سوی دیگر میزان تلاطم موجود در آن را به دلیل افزایش سطح تماس کالا با مواد شیمیایی موجود در حمام افزایش دهند، اما باز هم هنوز حجم مصرف آب در سیستم‌های جدید قابل توجه است. از طرف دیگر با توجه به حجم حمام مورد استفاده و نوع آغشته‌سازی، همواره مقدار قابل توجهی از پساب رنگی یا شیمیایی تولید می‌گردد که فرایند بازیافت و تصفیه آن نه تنها هزینه‌بر بوده بلکه از لحاظ زیست محیطی نیز مسائل و مشکلاتی را برای کارخانجات ایجاد می‌نماید.

علاوه بر این موارد منسوج خیس شده در این روش بایستی با صرف انرژی و حرارت زیاد مجددا خشک شده و آب همراه آن تبخیر گردد که این فرایند نیز بسیار هزینه‌بر و زمان‌بر می‌باشد. با توجه به این موارد یکی از بهترین روش‌های آغشته‌سازی منسوجات با محلول مواد رنگزا و یا مواد تکمیل شیمیایی استفاده از روش پاشش (اسپری) می‌باشد.

پاشش محلول بر روی منسوجات

روش‌های مختلفی برای پاشش محلول

وجود دارد که ساده‌ترین آنها همان روش اسپری یا پاشش با فشار هوا می‌باشد. در این روش به کمک فشار جریان هوا محلول به صورت ذرات ریزی در می‌آید که در حقیقت در محیط گازی (هوا) غوطه‌ور هستند و با سرعت در جهت خاصی پاشیده می‌شوند. در این روش اصطلاحاً مواد به صورت آئروسول (Aerosol) در می‌آیند که با توجه به نوع محلول و دستگاه تولیدکننده آن، ذرات آئروسول در اندازه و سائیزهای مختلفی تولید می‌شوند.

هرچند که از این تکنیک در ساخت بسیاری از اسپری‌های خوشبو کننده، رنگ‌های پاششی، مواد پاک کننده و ... استفاده می‌شود (شکل ۱)، اما در صنعت نساجی استفاده از آن دارای محدودیت‌هایی می‌باشد. از یک سو ذرات جامد موجود در محلول که همان مواد رنگزا و یا مواد تکمیل می‌باشند دارای اندازه‌های متفاوتی بوده که استفاده از یک سیستم جهت پاشش همه آنها را با مشکل مواجه می‌سازد و از سوی دیگر با توجه به

نوع مکانیزم پاشش و تبدیل شدن محلول به ذرات بسیار ریز و پودری و همچنین سرعت عبور منسوجات از دستگاه، میزان پراکندگی ذرات در محیط اطراف بسیار زیاد بوده که این مسئله باعث افت راندمان خواهد شد و در عمل به دلیل کاهش اندازه و جرم ذرات قدرت نفوذ ذرات در منسوجی که از مقابل دستگاه در حال عبور است کاهش می‌یابد.

به همین دلیل بایستی از روش جایگزینی برای پاشش محلول بر روی منسوج استفاده نمود. بهترین روش برای اینکار استفاده از روش پاشش مکانیکی می‌باشد که البته سابقه بسیار طولانی در صنعت نساجی دارد.

پاشش مکانیکی - روش وکو WEKO

نمدمالی یکی از روش‌های تولید منسوجات بی‌باخت سنتی می‌باشد که از گذشته‌های دور تاکنون از آن برای تولید انواع مختلف کفپوش‌ها و حتی بالاپوش‌ها استفاده می‌شود. در این روش تولید منسوجات سنتی به دلیل زبری ذاتی الیاف پشم، به منظور تسهیل حرکت الیاف بر روی یکدیگر و درگیرسازی آنها به مقداری رطوبت نیاز می‌باشد. با توجه به قابلیت جذب آب زیاد الیاف پشم و زمان خشک شدن نسبتاً طولانی آن، نمی‌توان این رطوبت را با عملیات غوطه‌وری منسوج در حمام آبی تامین نمود و به همین دلیل از پاشش آب به کمک جارو یا ابزار مشابه استفاده می‌شود. در حقیقت در این روش ذرات آب به کمک یک روش مکانیکی به صورت قطرات ریز بر روی منسوج پاشیده می‌شوند.

این تکنیک نسبتاً ساده الهام بخش ساخت دستگاهی با نام تجاری وکو WEKO در آلمان شده است که به کمک آن آب و یا سایر محلول‌های شیمیایی را می‌توان به صورت قطرات بسیار ریز و با انرژی جنبشی مناسب بر روی سطح منسوجات پاشید.



شکل ۱ - نحوه عملکرد اسپری و پاشش ذرات محلول به صورت آئروسول



دورانی بهینه منجر به شکل گیری حالت اُتروسل در مایع شده که به دلیل اندازه بسیار کم آن مسلماً از انرژی جنبشی لازم جهت نفوذ در ساختار منسوج برخوردار نیست و از طرف مقابل اندکی کاهش از سرعت بهینه نیز منجر به ایجاد حالت قطره‌های بزرگ می‌شود که مسلماً نمی‌توانند به صورت بهینه سطح منسوج را پوشش داده و حالت لکه لکه ای را بر روی منسوج ایجاد می‌نمایند.

بایستی توجه داشت که اندازه میکرو قطره شکل گرفته در این سیستم رابطه مستقیمی با انرژی جنبشی لازم جهت نفوذ به ساختار منسوج دارد و به همین دلیل بایستی با توجه به نوع فرآیند حتماً قطرات با اندازه معینی تولید شوند تا بتوانند به خوبی در منسوج نفوذ نمایند. با توجه به این موضوعات می‌توان گفت که در عین سادگی، پیچیدگی‌های فنی قابل ملاحظه ای در طراحی این دستگاه لحاظ شده است که باعث عملکرد ویژه و خاص آن می‌شود.

البته در گذشته دیسک‌های پاشش این دستگاه دارای ساختار پیچیده طبقاتی برای انتقال مایع به مرکز دیسک و همچنین پاشش آن بودند که در نسل جدید آنها از لحاظ

بتوان به کمک عملیات مکانیکی الیاف موجود در ساختار آنها جابجا نموده و تنش‌های موجود در آنها خنثی کرده و از ایجاد آبرفت در طی فرآیندهای بعدی جلوگیری به عمل آورد. بدین منظور در قسمت تغذیه ماشین تکمیل از دستگاه ساخت شرکت وکو WEKO استفاده می‌شود. در این دستگاه ذرات و قطرات آب به کمک یک دیسک دوار که با سرعت بالایی در محدوده ۴۰۰۰ دور در دقیقه (rpm) در حال چرخش می‌باشد بر روی سطح منسوج پاشیده می‌شوند.

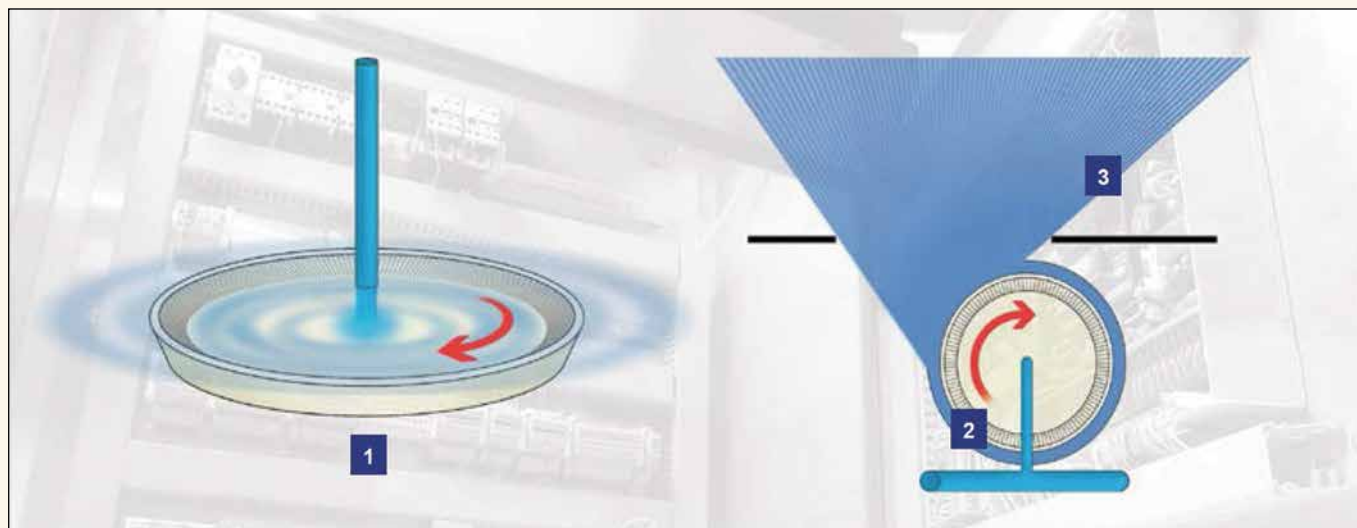
در این دستگاه جریان آب به کمک یک لوله به قسمت میانی این دیسک که تقریباً حالت نعلبکی شکلی دارد انتقال یافته و به دلیل سرعت دورانی و چرخشی بالای دیسک از کناره‌های حاشور خورده دیسک به سمت بیرون پاشیده می‌شود.

هرچند که به ظاهر این عملیات خیلی ساده به نظر می‌رسد اما پارامترهای مهمی نظیر قطر دیسک، سرعت دورانی آن، زاویه لبه‌های جانبی، نوع و جهت شیارها و ... همگی از نکات بسیار ظریف موثر بر اجرای دقیق این فرآیند می‌باشند. به عنوان مثال اندکی افزایش در سرعت

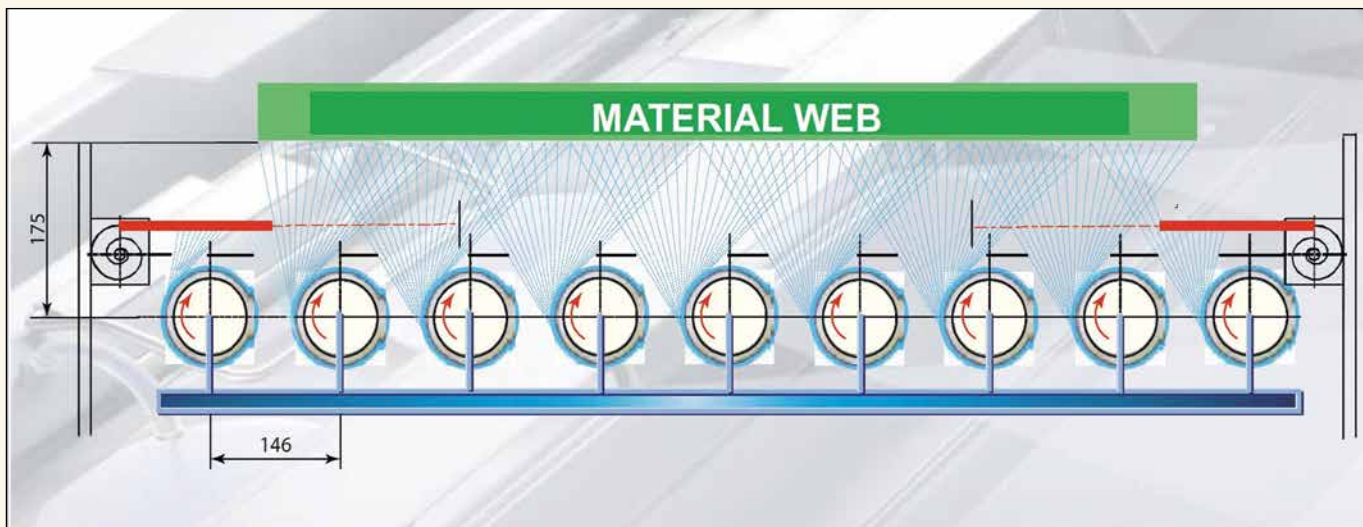
شرکت وایتمن آند کونراد Weitmann & Konrad GmbH & Co. KG شرکت آلمانی است که بیش از ۶۰ سال سابقه فعالیت و تجربه در ساخت تجهیزات آغشته سازی بدون تماس در صنایع چاپ کاغذ را دارا می‌باشد. محققان این شرکت در گذشته به منظور ایجاد رطوبت مورد نیاز جهت چاپ کاغذ دستگاهی با نام تجاری وکو WEKO اختراع نمودند که به روش غیرتماسی رطوبت مورد نظر در کاغذ را جهت اجرای عملیات تکمیلی فراهم می‌نمود. با توجه به شباهت‌های عملیات تکمیلی بر روی کاغذ و منسوجات پس از مدتی این دستگاه توانست قابلیت‌های خود را در کامل نمودن ماشین‌آلات تکمیل نساجی نیز نشان دهد و با اجرای عملیات بهینه سازی بر روی بسیاری از دستگاه‌های تکمیل نساجی نیز نصب گردید.

دستگاه وکو WEKO در ماشین‌آلات نساجی

در بسیاری از فرآیندهای نساجی نظیر عملیات تکمیل ضدآبرفت و جمع شدگی در دستگاه‌های کامپکت، سانفوریزینگ و ... ابتدا بایستی منسوج مقداری مرطوب شود تا



شکل ۲- سه بخش اصلی دستگاه وکو WEKO شامل دیسک دوار، حلقه کنترل کننده و شیار پاشش



شکل ۳- نحوه قرارگیری دیسک‌های پاشش محلول در کل عرض کاری دستگاه وکو WEKO

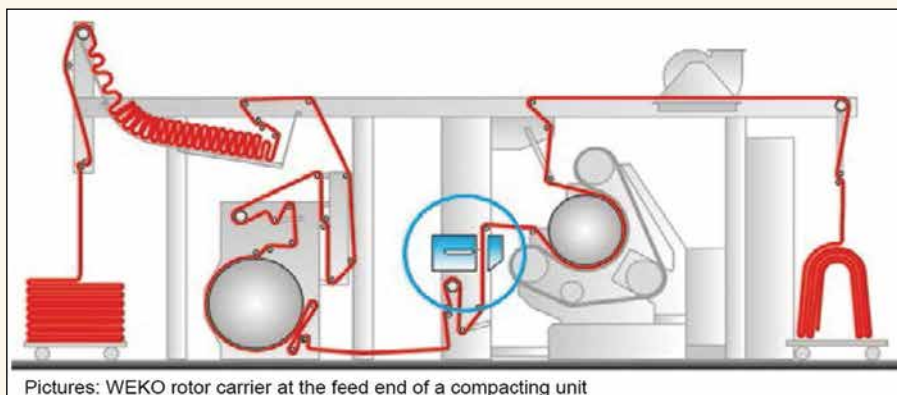
ظاهری بسیار ساده‌تر و کاربردی‌تر شده است.

ادوات دستگاه وکو WEKO
با توجه به شکل ۲، قسمت پاشش این دستگاه از ۳ بخش اصلی تشکیل شده است:

۱. دیسک دوار
 ۲. حلقه کنترل‌کننده
 ۳. شیار پاشش
- همانگونه که گفته شد، دیسک دوار دارای ساختار ویژه ای می‌باشد که به کمک نیروی سانتریفیوژی گریز از مرکز مایعی که در قسمت مرکزی آن توسط لوله (شیلنگ) انتقال وارد می‌شود را به ذرات و قطرات در اندازه میکرو قطره تبدیل نموده که با برخورد به شیارهای حاشیه ای

عملکرد آنها نیز ممانعت به عمل می‌آید. با توجه به عرض منسوج تعداد زیادی دیسک پاشش با قطر معین در کل عرض کاری دستگاه و با فواصل کاملاً حساب شده و دقیق مسئولیت مرطوب سازی منسوج را بر عهده دارند که در شکل ۳ به صورت شماتیک چیدمان آنها نشان داده شده است. به منظور ایجاد پاشش یکنواخت بر روی کل عرض پارچه علاوه بر حلقه کنترل کننده بایستی یک صفحه شیاردار نیز در مقابل دیسک‌ها قرار داشته باشد که وظیفه محدود کنندگی عرض و زاویه پاشش را بر عهده دارد. در این بخش نیز قطرات برخورد کننده به جداره این صفحه جمع آوری شده و مجدداً توسط دستگاه مورد استفاده قرار می‌گیرد. فواصل باز موجود بر

آن به سمت بیرون پاشیده می‌شوند. با توجه به اینکه در این سیستم مایع در تمام جهات ۳۶۰ درجه از دیسک دوار پرتاب می‌شود و منسوج تنها از یک سمت آن در حال عبور می‌باشد، بایستی به کمک یک حلقه محافظ از پاشش مایع در سایر جهاتی که مطلوب نیست جلوگیری به عمل آید. این حلقه کنترل کننده به نوعی طراحی شده که فقط اجازه پاشش مایع از یک جهت را فراهم نموده و سایر قطرات برخورد کننده به آن به پایین منتقل شده و مجدداً توسط پمپ‌های دستگاه به دیسک پاشش انتقال می‌یابد. بدین ترتیب از پاشش قطرات تولید شده توسط یک دیسک به سمت دیسک جانبی و تداخل



Pictures: WEKO rotor carrier at the feed end of a compacting unit



شکل ۴- محل قرارگیری دستگاه وکو WEKO در ماشین تکمیل کامپکت



شکل ۵- راحتی نصب دستگاه وکو WEKO در بخش ورودی ماشین آلات تکمیل و مخزن جانبی آن

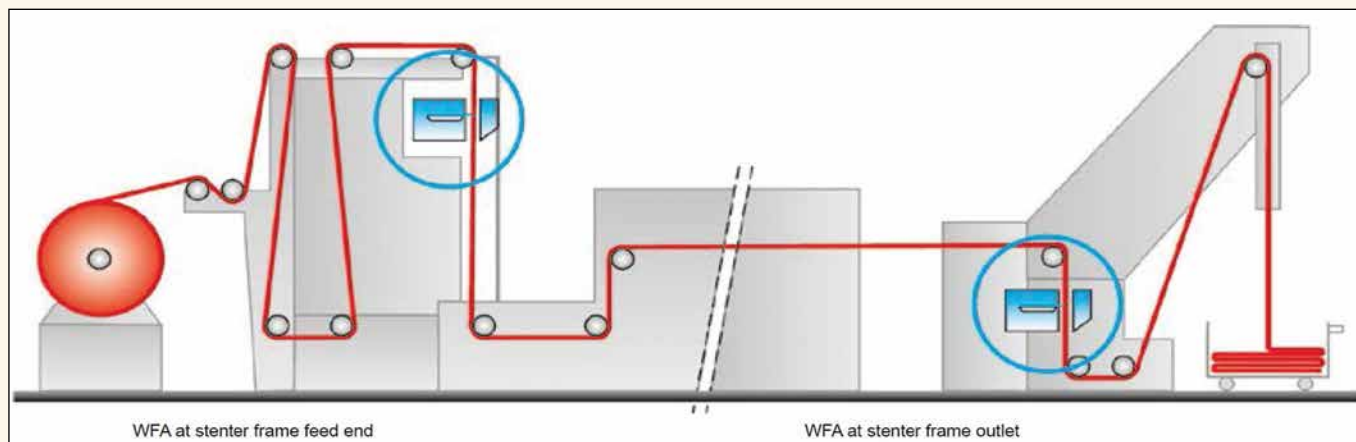
و تنظیم شده ای قرار داشته باشد. در شکل ۴ محل قرارگیری دستگاه وکو WEKO در ماشین تکمیل کامپکت به صورت شماتیک نشان داده شده است.

علاوه بر این در بسیاری از فرآیندهای تکمیل فیزیکی و مکانیکی نظیر خارزنی، برس زنی، سمباده زنی، کالندر و ... نیز وجود رطوبت استاندارد همراه با منسوج نقش بسیار مهمی در راندمان فرآیند دارد و به همین دلیل بسیاری از تولیدکنندگان پیشنهاد می کنند که حتما این بخش به ماشین استاندارد آنها اضافه شود. همانگونه که در شکل ۵ نیز نشان داده

به صورت استاندارد برای اجرای عملیات رطوبت زنی منسوجات قبل از فرآیندهای تکمیل ضدآبرفت و جمع شوندگی کامپکت و سانفورایزینگ استفاده می شود و می توان این دستگاه را بر روی قسمت تغذیه منسوج بسیاری از سازندگان ماشین آلات تکمیل منسوجات مشاهده نمود. در این عملیات آب نقش بسیار مهمی در تسهیل حرکت الیاف و نخ ها تحت نیروهای فشاری مکانیکی دستگاه به منظور متراکم نمودن ساختار بافت حلقوی و یا تار-پودی دارد و البته میزان آن بایستی در یک حد بسیار دقیق

روی این صفحه نیز با توجه به فاصله منسوج از دستگاه در حد معینی تنظیم می شود. در مجموع با توجه به اندازه منافذ باز حلقه کنترل کننده و شیار پاشش می توان گفت که در حدود ۲۲,۵ درصد از مایع تغذیه شده به دیسک به سطح منسوج پاشیده شده و مابقی آن مجدداً توسط سیستم به قسمت تغذیه جهت استفاده مجدد برگشت داده می شود.

رنگرزی و تکمیل منسوجات با استفاده از دستگاه وکو WEKO
مدت های زیادی است که از دستگاه وکو



شکل ۶- محل قرارگیری دستگاه وکو WEKO در بخش ورودی و یا انتهایی دستگاه استنتر

شده است، نصب دستگاه وکو WEKO در بخش ورودی ماشین آلات تکمیل به فضای اندکی نیاز دارد و به راحتی می‌توان مخزن تغذیه آنرا نیز در کنار دستگاه قرار داد.

در طی چند سال اخیر با توجه به اصلاحاتی که بر روی این دستگاه انجام پذیرفته و با توجه به مزایای غیرقابل انکار آن، علاوه بر تکمیل‌های فیزیکی-مکانیکی، استفاده از این دستگاه در سایر فرآیندهای تکمیل و حتی رنگریزی نیز گسترش یافته است.

به عنوان مثال در ماشین آلات جدید، در عوض قرار دادن حمام غوطه وری و غلطک‌های فولارد در دستگاه استنتر می‌توان از سیستم وکو WEKO برای پاشش محلول تکمیل استفاده نمود و سپس با عبور از محفظه‌های حرارتی دستگاه استنتر که از

لحاظ تعداد و یا انرژی مورد نیاز نسبت به حالت استاندارد کمتر شده اند عملیات را اجرایی نمود و یا منسوج را با سرعت بسیار زیادی از داخل دستگاه عبور داد که مسلماً افزایش سرعت کاری دستگاه نقش بسیار مهمی در بهبود راندمان فرآیند دارد. بدین ترتیب می‌توان خصوصیات نظیر ضدآتش، ضد بو، ضد آب، ضد میکروب و ... را با صرف زمان و انرژی کمتری در منسوج ایجاد نمود. البته بایستی توجه داشت که دستگاه وکو WEKO را می‌توان در بخش انتهایی دستگاه استنتر نیز نصب نمود. در این حالت وظیفه دستگاه تنظیم رطوبت محتوی همراه منسوج می‌باشد و بدینوسیله می‌توان از صرف زمان زیاد برای شرایط دهی منسوج در محیط کارخانه جلوگیری نمود و در مواردی که منسوجات بایستی با وزن

استاندارد در شرایط محیطی فروخته شوند از متضرر شدن فروشنده جلوگیری نمود. در شکل ۶ محل قرارگیری دستگاه وکو WEKO در بخش ورودی و یا انتهایی دستگاه استنتر نیز به صورت شماتیک نشان داده شده است.

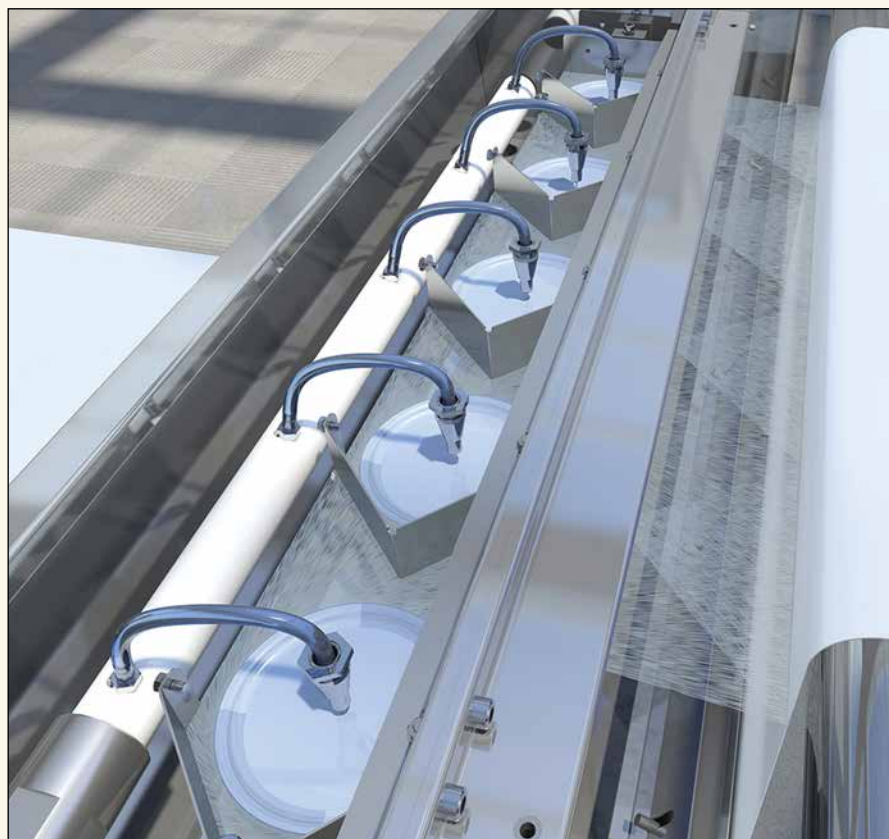
به روش تقریباً مشابهی می‌توان در دستگاه‌های رنگریزی نیمه مداوم و مداوم نظیر پد بیچ (Pad Batch)، پد استیم (Pad Steam) و ... نیز بخش فولارد آغشته سازی را با دستگاه وکو WEKO جایگزین نمود. بدین ترتیب به کمک استفاده از مواد رنگریزی مناسب می‌توان در هزینه‌های اجرایی عملیات رنگریزی نیز صرفه جویی قابل ملاحظه‌ای داشت. در اینگونه موارد با توجه به نیاز به اجرای عملیات در هر دو سوی پارچه می‌توان دستگاه وکو WEKO را در هر دو سوی مسیر عبور منسوج نصب نمود تا عملیات به صورت دو سویه انجام شود.

اصولاً در فرآیندهای رنگریزی و تکمیل، نقش آب تنها یک سیال حامل مواد شیمیایی نظیر رنگزا می‌باشد که پس از انتقال مواد به کالا و ایجاد شرایط مناسب جهت نفوذ آن بایستی بوسیله عملیات خشک شدن از کالا خارج شود. بدین ترتیب می‌توان با حذف و در حقیقت حداقل نمودن میزان آب مصرفی به میزان قابل توجهی از زمان و هزینه‌های اجرای عملیات تکمیل کم نمود.

مزایای استفاده از دستگاه وکو WEKO

مهم‌ترین مزایای استفاده از دستگاه وکو WEKO را می‌توان در موارد ذیل خلاصه نمود:

- کاهش مصرف آب
- عدم هدردهی آب و مواد شیمیایی
- کاهش هزینه و انرژی مورد نیاز جهت خشک کردن
- کاهش هزینه تصفیه پساب
- کنترل و دقت در آغشته‌سازی یکنواخت
- عدم آسیب سطحی منسوج
- قابلیت اجرای عملیات تنها بر روی یک سطح



شکل ۷- نحوه قرارگیری صفحات حائل هفتی شکل و پاشش یکنواخت محلول بر سطح منسوج با دستگاه Weko



شکل ۸- تصویر قرارگیری دستگاه و کو WEKO بر روی خط تولید منسوجات بی‌بافت

هستیم به نحوی که استفاده همزمان این دو ماده در یک حمام امکان‌پذیر نبوده و در صورت استفاده از دو حمام متوالی، امکان خروج و مهاجرت ماده اول از منسوج در حین عبور از حمام دوم وجود دارد، به ناچار بایستی ابتدا عملیات تکمیل با یکی از این مواد را اجرا نموده و پس از خشک شدن منسوج مجدداً آن را با ماده دوم تحت عملیات تکمیل قرار داد. در این موارد اجرای عملیات خشک کردن میانی هزینه‌بر بوده و با توجه به اینکه منسوج مجدداً در حمام ماده دوم غوطه‌ور می‌شود عملاً هزینه و وقت صرف شده جهت عملیات خشک کردن به هدر می‌رود. در این موارد نیز استفاده از دستگاه و کو WEKO می‌تواند بسیار مفید واقع شود. به کمک این دستگاه می‌توان ماده تکمیلی دوم را مستقیماً بر روی پارچه خیس پاشید و اصطلاحاً عملیات تکمیل را به صورت خیس بر روی خیس (Wet on Wet) انجام داد که منجر به کاهش بسیار قابل توجه هزینه تولید می‌شود. همچنین با توجه به اینکه این عملیات به صورت غیرتماسی انجام می‌شود مسلماً منسوج تحت تنش‌های مکانیکی عرضی و یا طولی ناشی از عبور از حمام‌های مختلف قرار نگرفته و به همین دلیل خصوصیات فیزیکی و مکانیکی خود را در حد استاندارد اولیه حفظ خواهد نمود.

مختلف منسوجات بی‌بافت حجم لایه بسیار حائز اهمیت است، به همین دلیل برای آغشته نمودن آنها به مواد شیمیایی مسلماً نمی‌توان از روش‌های فشاری نظیر غلطک فولارد استفاده نمود که در این حالت نیز استفاده از دستگاه و کو WEKO تنها گزینه موجود می‌باشد. در شکل ۸ تصویر قرارگیری یک دستگاه و کو WEKO بر روی خط تولید منسوجات بی‌بافت نشان داده شده است.

در مورد بسیاری از کاربردهای ویژه نیازمند اجرای عملیات تکمیل تنها بر روی یک سطح منسوج می‌باشیم. به عنوان مثال برای ایجاد قابلیت لمینیت بر روی یک منسوجی که قبلاً تحت عملیات تکمیل آبگریز (هیدروفوب) قرار گرفته، حتماً بایستی سطح آن به صورت آبدوست (هیدروفیل) تکمیل شود تا منسوج بتواند تحت عملیات لمینیت قرار گیرد و به خوبی به لایه مقابل بچسبد. با توجه به این موضوع مسلم است که استفاده از فرآیندهای غوطه‌وری در حمام روش مناسبی برای اجرای عملیات تکمیل نمی‌باشد و تنها بایستی از دستگاه و کو WEKO برای ایجاد حالت مورد نظر در یک سطح منسوج استفاده نمود.

در پاره ای از موارد که نیازمند استفاده از ۲ ماده شیمیایی ناسازگار با یکدیگر جهت تکمیل منسوج

- قابلیت اجرای تکمیل خیس (تر) بر روی منسوج خیس

- امکان اجرای عملیات در حجم محدود همانگونه که توضیح داده شد در این سیستم نیازی به حجم بالای حمام آغشته سازی نیست و می‌توان محلول مورد نظر را با غلظت بالا تولید و توسط این سیستم بر روی سطح کالا اعمال نمود. با توجه به این روش پسایی نیز در این فرآیند تولید نمی‌شود که نیازمند استفاده از تجهیزات تصفیه خاصی باشد. از طرف دیگر با توجه به اینکه متعاقب هر فرآیند تکمیل مرطوب و خیس بایستی پارچه تحت عملیات حرارتی خشک کردن قرار گیرد، لذا در صورت کاهش میزان مصرف آب در سیستم می‌توان گفت هزینه‌های اجرای عملیات خشک کردن در دستگاه‌های نظیر استنتر و یا حتی خشک کن‌های غلطکی متداول نیز بسیار کاهش می‌یابد.

یکی دیگر از مزایای غیرقابل انکار این سیستم دقت در پاشش یکنواخت و کنترل شده محلول مورد نظر در سطح منسوج می‌باشد که می‌تواند اطمینان خاطر بیشتری در تولیدکننده از بابت یکنواختی خصوصیات در کل بخش‌های منسوج ایجاد نماید. در شکل ۷ به صورت شماتیک نحوه قرارگیری صفحات حائل هفتی شکل و پاشش یکنواخت محلول بر سطح منسوج نشان داده شده است.

از نکات بسیار ویژه و خاص اجرای عملیات تکمیل به کمک دستگاه و کو WEKO عدم آسیب سطحی منسوج خصوصاً در منسوجات پرزدار نظیر مخمل و یا منسوجات حساس به نیروهای مکانیکی اشاره نمود. با توجه به حذف سیستم غوطه‌وری که متعاقب آن نیازمند غلطک‌های فشارنده فولارد جهت تنظیم میزان برداشت محلول توسط منسوج می‌باشد، می‌توان حساس ترین منسوجات پرزدار نظیر مخمل، پتو، فرش ماشینی و ... را نیز به راحتی توسط این سیستم تحت عملیات تکمیل قرار داد.

علاوه بر این از دستگاه و کو WEKO می‌توان برای تکمیل منسوجات بی‌بافت حجیم نیز استفاده نمود. در بسیاری از انواع

یکی دیگر از مزایای قابل توجه سیستم وکو WEKO قابلیت اجرای آن در حجم محدود می باشد. با توجه به اینکه می توان مایع اندکی در مخازن تغذیه دستگاه پر کرد و از طرف دیگر به دلیل اینکه مایع برگشتی از سیستم عاری از پرز، الیاف و یا سایر مواد شیمیایی همراه منسوج است می توان عملیات تکمیل را تنها در یک مقیاس محدود و بر روی مترای کمی از منسوج اجرایی نمود و بدین ترتیب به نیازهای ویژه و خاص مشتریان در مقیاس کم نیز پاسخ داد.

تکمیل فرش ماشینی

اصولا فرش ماشینی به دلیل ساختار و ماهیت خود کمتر تحت عملیات تکمیل شیمیایی قرار می گیرد، اما امروزه با توجه به درخواست های ویژه مشتریان، استفاده از مواد شیمیایی برای تکمیل سطحی آن نظیر

تکمیل ضدچرک، ضد بو، ضد باکتری و نیز به تدریج در حال رایج شدن می باشد. با توجه به وزن و ساختار نسبتا متراکم فرش ماشینی مسلما از روش های آغشته سازی و فولارد نمی توان برای تکمیل شیمیایی آن استفاده نمود و اجرای عملیات مکانیکی موجب فشرده شدن و خوابیدن نخ های خواب (پرز) سطح فرش می شود. از طرف دیگر با توجه به اینکه در فرش ماشینی تنها یک روی منسوج نیازمند خصوصیات کاربردی ویژه است، لذا نیازی نیست تا کل ساختار آن اعم از نخ های تار و پود نیز تحت عملیات قرار گیرند و به همین دلیل تنها گزینه مناسب جهت اجرای عملیات تکمیل شیمیایی بر روی فرش استفاده از سیستم پاشش وکو WEKO می باشد. به کمک این دستگاه می توان تنها در مقیاس مورد نظر مواد شیمیایی را بر روس سطح نخ های خواب (پرز) فرش پاشید و به همین دلیل خصوصیات مطلوبی

را از لحاظ کاربردی در آن ایجاد نمود. در شکل ۹ نحوه قرارگیری دیسک های پاشش مواد در سیستم وکو WEKO نشان داده شده است.

جمع بندی

امروزه با توجه به حساسیت های زیست محیطی و تمایل به کاهش میزان آب و انرژی مورد استفاده در فرایندهای رنگرزی و تکمیل می توان گفت که حرکت به سمت روش های نوین در صنعت نساجی بسیار حائز اهمیت گشته است و دستگاه وکو WEKO یکی از این راه حل های نوین می باشد که می تواند در ضمن کاهش هزینه های تولید، قابلیت های ویژه ای نظیر اجرای عملیات تکمیل بر یک سمت منسوج و یا اجرای عملیات در مقیاس کم و آزمایشگاهی و ... نیز به کارخانجات نساجی دهد.



شکل ۹- نحوه قرارگیری دیسک های پاشش مواد در دستگاه وکو WEKO

نقش مرکز خرید «مرتر» در صادرات نساجی و پوشاک ترکیه

گذرگاه صادرات



به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، صادرات سالانه نساجی و پوشاک ترکیه به ۳۰ میلیارد دلار نزدیک می‌شود و این در حالی است که ۷,۵ میلیارد دلار از این رقم از طریق خیابان (مرکز خرید) مرتر (Merter) انجام می‌گیرد. انجمن صنعتگران و تجار مرتر با نام اختصاری MESIAD اخیراً اعلام کرده که این منطقه، محصولات نساجی و پوشاک را به ۲۱۵ کشور در سراسر جهان صادر می‌کند.

تمام تولیدکنندگان متوسط و بزرگ بخش نساجی و پوشاک در ترکیه یک فروشگاه یا شوروم در مرتر دارند. بالغ بر ۱۰ هزار فروشگاه در این منطقه وجود دارد و تعداد مردمی که مستقیماً در این فروشگاه‌ها مشغول به کار هستند، به ۱۰۰ هزار نفر می‌رسد. به گفته رییس MESIAD بسیار مهم است که به چنین رقمی در اشتغال در منطقه مرتر رسیده‌ایم؛ منطقه‌ای که تبلیغات و فروش بخش کاربری مانند نساجی و پوشاک در آنجا انجام می‌شود. تعداد کارکنان فعال در بخش تولید برندهای حاضر در این منطقه نیز به مراتب بالاتر است و ۸۰ درصد از تولیدکنندگان نساجی و پوشاک در مرکز خرید مرتر خارج از این منطقه تولید می‌کنند.

بر اساس این گزارش، میانگین ارزش صادرات ترکیه حدود ۱,۷ دلار در هر کیلوگرم است

فارس نقش بسته است.

به گفته وی، صنعتگران نساجی ترکیه که تقریباً تمامی نمایشگاه‌های نساجی جهان را دنبال کرده و در اکثر رویدادها شرکت می‌کنند، به دقت روندهای عرصه مد جهانی را زیر نظر دارند و به همین دلیل است که به آسانی می‌توانند آخرین و جدیدترین ترندها را به مصرف‌کنندگان ارائه نمایند. وی تأکید کرد که ترکیه جزو معدود کشورهای جهان از نظر تولید شلوارهای جین باکیفیت و محصولات بافتنی به شمار می‌رود.

و این رقم در مورد پوشاک به ۱۵ دلار و در مورد نساجی به ۵ دلار در هر کیلوگرم نیز رسیده است. رییس MESIAD تأکید دارد که تلاش‌ها برای افزایش این ارقام ادامه پیدا خواهد کرد. به گفته وی، باور عمومی این است که کالاهای ترکیه‌ای از نمونه اروپایی ارزان‌تر و از نظر کیفیت نیز به مراتب بهتر از کالاهای مشابه چینی هستند. این ادراک و باور در ذهن مصرف‌کنندگان به خصوص در روسیه، جمهوری‌های ترک‌زبان، کشورهای آفریقایی، اروپایی، خاورمیانه و کشورهای حاشیه خلیج

گزارش وابسته بازرگانی ایران در ویتنام از نمایشگاه پوشاک و نساجی این کشور

نگاهی به صنعت نساجی و پوشاک ویتنام



در تولید الیاف و نخ در تولید مواد اولیه پوشاک به ویژه در حوزه رنگرزی و بافت در حال رشد و توسعه می‌باشد. بدین سبب ویتنام به عنوان کشوری با موقعیت ممتاز در صنعت نساجی در جهان شناخته می‌شود. تا قبل از تعلیق موافقت‌نامه تجارت آزاد همکاری‌های ماورای اقیانوسیه (TPP) توسط دونالد ترامپ رییس جمهور آمریکا، تولیدکنندگان بزرگ دنیا با بهره‌مندی از نتایج اجرایی شدن آن، هجوم سیل آسایی به ویتنام داشتند؛ موافقت‌نامه‌ای که در صورت اجرایی شدن آن، می‌توانست به طور اساسی تعرفه‌های تجاری بر سر صادرات

میلیون نفر آنها به طور مستقیم در این صنعت در حال کار می‌باشند.

نقطه قوت این صنعت در ویتنام، بهره‌مندی از دستمزد ارزان و نیروی نسبتاً جوان و باثبات است. این عامل سبب شده که طی سال‌های اخیر، این صنعت در ویتنام با هجوم سرمایه‌گذاران خارجی مواجه گردد. مجموع این تحولات باعث رشد مستمر صادرات پوشاک ویتنام از سال ۲۰۰۸ تاکنون شده است. حدود ۷۰ درصد از تولیدات پوشاک ویتنام با هدف صادرات و با استفاده از مواد اولیه وارداتی تولید می‌گردد. سرمایه‌گذاری

صنعت نساجی و پوشاک ویتنام با سرعتی بیشتر از رقبای منطقه‌ای خود در حال رشد و توسعه می‌باشد و سرمایه‌گذاران خارجی با ورود سرمایه‌های خود به این کشور در صدد استفاده از فرصت‌های ناشی از موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد بین این کشور با مناطق مختلف جهان هستند. صنعت نساجی و پوشاک ویتنام با ۳۸۰۰ واحد تولیدی به عنوان صنعت پیشرو در این کشور محسوب می‌گردد. این کشور در رتبه‌بندی جهانی، پنجمین صادرکننده پوشاک در جهان می‌باشد. در این صنعت، حدود ۲ میلیون ویتنامی مشغول به کار هستند که ۱,۳

زیادی از شرکت‌های بزرگ بین‌المللی اقدام به معرفی انواع محصولات خود نمودند: محصولات هم‌چون نخ، الیاف، پنبه و همچنین پارچه‌های مختلف از جمله پارچه‌های تار پودی، پارچه‌های کشفاف، پارچه‌های کاربردی، پارچه‌های ضد آب و پارچه‌های کت و شلوار. در حوزه‌های لوازم جانبی، انواع سوزن‌های چرخ خیاطی و مواد شیمیایی نساجی نیز ارائه گردیده بود.

روابط با ایران

در جلسه که بین وابسته بازرگانی ایران در ویتنام با خانم توئیت مای معاون انجمن پوشاک و نساجی این کشور (VITAS) در حاشیه نمایشگاه مذکور برگزار شد، خانم توئیت مای گفت: انجمن پوشاک و نساجی ویتنام متشکل از ۶ هزار شرکت و واحد تجاری ویتنامی است که در سراسر زنجیره تامین این محصول مشغول به کار هستند. ما در طول سال ۴ نمایشگاه مربوط به این صنعت را در ویتنام برگزار می‌کنیم. این نمایشگاه‌ها و زمان برگزاری آنها عبارتند از:

- نمایشگاه سایگون تکزس که در ماه آوریل هر سال برگزار می‌گردد.

- نمایشگاه هانوی تکزس که هر سال در ماه نوامبر برگزار می‌شود.

- نمایشگاه صنعت پوشاک و نساجی ویتنام که نوامبر هر سال برگزار می‌گردد و در جریان این جلسه در حال برگزاری است.

- نمایشگاه دنیم شو که هر سال به صورت گردشی در سه کشور هند، بنگلادش و ویتنام اجرا می‌شود.

وی در مورد میزان تولید الیاف و پارچه توسط ویتنام گفت که علیرغم سرمایه‌گذاری دولت ویتنام برای تولید الیاف (مانند پلی استر) و از جمله پروژه ناموفق pvtext که قرار بود بخش زیادی از نیازمندی‌های ویتنام

سوئد، مرکز نساجی کره (KTC)، موسسه تحقیقات ماشین آلات نساجی کره و انجمن ماشین آلات نساجی تایوان نیز در برگزاری این رویداد مهم صنعت نساجی و پوشاک نقش داشته‌اند.

در حوزه ماشین‌آلات تولید پوشاک، چرخ‌های خیاطی ۴ سوزنه سرعت بالا با حاشیه‌دوزی خودکار از سوی شرکت چینی TYPICAL و ماشین آلات اتوماتیک HIKARI (بزرگترین کارخانه تولید ماشین‌آلات دوخت)، بسیار مورد توجه بازدیدکنندگان قرار گرفت. در حوزه چاپ دیجیتال پارچه، شرکت آلمانی «نان تکزس» دستگاه چاپ مجهز به نمایشگر SCHENK را به نمایش گذاشت. سه شرکت بزرگ قلابدوزی یعنی بارودان، تاجی‌مان و شرکت ZSK نیز به نمایش ماشین‌های قطر بزرگ خود در مدل‌های «سینگل هد» و «مالتی هد» پرداختند. به گفته کارشناسان این شرکت آلمانی، به‌کارگیری این دستگاه‌ها در واحدهای کوچک ویتنام باعث ایجاد بهره‌وری در هزینه‌ها شده است.

در حوزه رنگرزی، شرکت ترکیه‌ای «کانلار» که اولین حضورش در یک رویداد صنعت نساجی در ویتنام را تجربه کرد، ماشین آلات رنگرزی HT خود را به نمایش گذاشته بود. این دستگاه مناسب انجام فرآیند رنگرزی برای همه نوع نخ‌های سنگین و سبک تابیده‌شده و همچنین پارچه‌های تولیدشده به صورت طاقه‌ای و یا عرض آزاد می‌باشد.

شرکت NGAISHING به نمایش تجهیزات پرداخته بود که مورد نیاز تمام قسمت‌های خط تولید پوشاک می‌باشد: تجهیزات اتاق برش، پیراهن دوزی، سیم فیوزینگ، اتو و پرس‌های ضدچروک پارچه، دوخت اتوماتیک، خشکشویی صنعتی، استاکرها، اجاق‌های رنگرزی شیمیایی.

در خصوص عرضه انواع نخ و پارچه، تعداد

پوشاک ویتنام به بازار ۱۱ کشور بزرگ چون آمریکا، کانادا و ... را بر دارد. به این منظور، تولیدکنندگان بزرگ صنایع پوشاک می‌بایست به صورت فیزیکی در ویتنام حاضر و در این کشور به فعالیت تولیدی مشغول می‌شدند تا از قوانین مربوط به گواهی مبدأ عبور نمایند.

نمایشگاه صنعت پوشاک و نساجی ویتنام (VTG) - شهر هوشیمین ۲۰۱۷

هفدهمین نمایشگاه پوشاک و نساجی ویتنام از یکم الی چهارم آذرماه ۱۳۹۶ در شهر هوشیمین برگزار شد. این دوره از نمایشگاه بیشتر محل عرضه آخرین دستاوردهای صنعت تولید ماشین‌آلات و لوازم جانبی این صنعت بود. بیش از ۴۰۰ شرکت از ۱۷ کشور پیشرو در صنعت پوشاک جهان، آخرین دستاوردهای تکنولوژیکی خود را در هفدهمین نمایشگاه پوشاک و نساجی ویتنام به نمایشگاه گذاشتند. در این نمایشگاه کشورهایی چون ترکیه، چین، کره جنوبی، ازبکستان، تایوان، هنگ‌کنگ، تایلند، آلمان، مالزی، هند، سوئیس و ژاپن آخرین پیشرفت‌های حوزه ماشین‌آلات نساجی و پوشاک خود را به نمایش گذاشتند. نکته قابل توجه در این نمایشگاه، اولین حضور دو شرکت از ترکیه بود که در حوزه ماشین‌آلات رنگرزی و چاپ، تولیدات خود را به نمایش گذاشتند. این رویداد مهم تجاری توسط شرکت سهامی تبلیغات و نمایشگاه ملی ویتنام (VINEXAD) و شرکت تبلیغاتی-تجاری یورکر و با همکاری اتاق بازرگانی دوخت گوانگ‌دونگ، انجمن ماشین‌آلات نساجی هنگ‌کنگ (HKAMA) و شرکت نمایشگاهی و ارتباطات ویتنام برگزار گردید.

همچنین وزارت صنعت و تجارت ویتنام، انجمن پنبه، الیاف و ریسندگی ویتنام (VOCOSA)، انجمن چرخ خیاطی چین، انجمن پوشاک و قلابدوزی هوشیمین، انجمن ماشین‌آلات

است که در دسترسی‌های گسترده‌ای را به بازارهای بزرگ جهان برای آنها ایجاد نموده و یا خواهد نمود. چنانچه با اتکا به توانمندی‌های کشورمان در این صنعت، بتوان در زنجیره ارزش صنعت پوشاک و نساجی ویتنام ورود پیدا کرد، فرصت‌های بیشماری برای ایران ایجاد خواهد شد.

۳- خلاءهای موجود در زنجیره تامین صنعت پوشاک و نساجی ویتنام فرصت مغتنمی را برای تولیدکنندگان ایرانی برخی از محصولات این زنجیره به وجود می‌آورد که در صورت اتصال به این جریان بزرگ تجاری، می‌توان گام‌های موثری در ایجاد مقیاس تولید برای واحدهای توانمند ایرانی برداشت؛ مشکلی که صنعت پوشاک ایران علیرغم بهره‌مندی از ماشین آلات پیشرفته نساجی با آن مواجه شده و بازار بزرگ پوشاک کشورمان را مورد طمع قاچاقچانی از کشورهای چین، هند، دبی و... قرار داده است. وجود انرژی ارزان قیمت، تولید مقادیر فراوان مواد اولیه نساجی در واحدهای پتروشیمی کشورمان و وجود ۷ منطقه آزاد تجاری، شرایط بسیار مناسبی برای ایجاد تولیدات مشترک و استفاده از موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد ویتنام ایجاد نموده است.

۴- به جهت بهره‌مندی از ترتیبات و توافقات بین‌المللی و منطقه‌ای ویتنام به ویژه مهم‌ترین آن یعنی موافقت‌نامه تجارت آزاد ویتنام با کشورهای اوراسیا، ضروری است مسئولان صنعت نساجی کشورمان با بررسی و مطالعه شرایط همکاری و هدایت سرمایه‌گذاران صادراتی ویتنام که با هزینه‌های بالای تولیدات سرریز شده کارخانجاتشان مواجه شده‌اند، وارد مذاکره شده و نسبت به تشویق آنها برای سرمایه‌گذاری در ایران به منظور عبور محصولاتشان به سوی بازارهای هدف در شمال و غرب کشورمان، اقدام نمایند.



ایشان ارسال گردد. وی همچنین درخواست نمود نمایشگاه‌های ویتنام در حوزه پوشاک و نساجی به تجار و کارخانه‌های ایران معرفی و اطلاع رسانی گردد.

ملاحظات و پیشنهادات

۱- علیرغم مشکلات و ضعف‌هایی که پیرامون صنعت نساجی و پوشاک کشور ایران وجود دارد، فرصت‌هایی در زنجیره تامین صنعت پوشاک و نساجی ویتنام متصور می‌باشد. چنانچه در گزارش ۹ ماهه صنعت پوشاک و نساجی این کشور آمده، ویتنام شدیداً وابسته به واردات انواع الیاف و نخ پایه پتروشیمی است که بخش‌هایی از آن مانند انواع الیاف پلی استر، نخ‌های BCF، DTY و FDY از طریق کشور ایران قابل تامین است.

۲- موضوعی که سبب هجوم برندهای معروف بین‌المللی به ویتنام گردیده، موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد امضا شده و یا در آستانه امضایی

در حوزه الیاف پلی استر را بر طرف نماید، هنوز توفیقاتی نداشته‌ایم و سال گذشته حدود ۱,۵ میلیارد دلار واردات داشته ایم. وی به وجود یک کارخانه خارجی تولیدکننده الیاف پایه پتروشیمی اشاره کرد و تولید این واحد را اندک و محدود ارزیابی کرد که در برابر نیاز روزافزون صنعت پوشاک این کشور ناچیز است.

در این جلسه، توانمندی‌های ایران در حوزه انواع الیاف پلی استر، نخ‌های BCF، DTY و FDY و همچنین مواد اولیه تولید الیاف مانند متیل گلاکسل و PET گرید نساجی تشریح شد. همچنین توانمندی‌های کشورمان در تولید لوازم جانبی ماشین‌آلات نساجی مانند بوبین، ماسوره، بوبین رنگرزی، بوبین‌های فلایر و ... تشریح گردید. خانم توفیق مای نیز با ابراز خشنودی از وجود زمینه‌های همکاری‌های مشترک بین دو کشور در این صنعت درخواست کرد که اطلاعات بیشتری از بازار ایران و نمایشگاه‌های مرتبط برای



موسسه تحقیقات بازار Zion گزارش کرد:

آسیا پاسفیک پیشرو در بازار جهانی نخ های نساجی

ابریشم و کنف افزایش داده است. همچنین استفاده از انواع مختلفی از الیاف مخلوط رشد چشمگیری را تجربه می کند که این موضوع از اهمیت وجود توأمان خصوصیات نخ های مصنوعی و طبیعی در محصول ناشی می شود و فرصت ها و زمینه های جدیدی را برای توسعه، پیش روی صنعت نساجی می گشاید. به گفته کارشناسان، بی ثباتی در تولید کارخانجات، کمبود منابع طبیعی برای تولید نخ و همچنین اعمال مقررات سخت گیرانه در زمینه تجارت محصولات نخی از جمله موانع توسعه بازار نخ های نساجی محسوب می شوند.

طبق این گزارش، انتظار می رود افزایش سرمایه گذاری از جانب برندهای بزرگ تولیدکننده در ایالات متحد آمریکا و کانادا نیز باعث رشد بازار نخ نساجی در آمریکای شمالی شود؛ با این حال، بازار نخ نساجی در آمریکای لاتین و خاورمیانه به واسطه صنعت پوشاک در حال توسعه و نیز تولید محصول در سطوح بالا، رشد نمایی را تجربه خواهد کرد.

آنطور که در این گزارش آمده، تسریع روند شهرنشینی و تغییر گرایش مصرف کنندگان به سمت لباس های مقرون به صرفه و راحت، تقاضا را برای پارچه هایی مانند ویسکوز،

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، در حال حاضر منطقه آسیا پاسفیک رهبر بازار جهانی نخ های نساجی محسوب می شود و بعد از آن، منطقه آمریکای شمالی قرار دارد. در منطقه آسیا پاسیفیک نخ های نساجی از جنس پنبه و پلی استر به طور گسترده ای در محصولات نساجی استفاده می شود. بر اساس گزارش موسسه تحقیقات بازار Zion مستقر در آمریکا، تغییرات الگوی مصرف، افزایش جمعیت، افزایش درآمد خالص و رشد تقاضا برای پوشاک و منسوجات خانگی در آسیا اقیانوسیه، اصلی ترین عوامل رشد بازار نخ های نساجی هستند.





تقاضا جهانی برای الیاف مصنوعی از پنبه پیشی می‌گیرد

سبقت الیاف مصنوعی از پنبه

تقاضا برای محصولات نساجی پنبه‌ای در پایان این بازه ده ساله، همچنان کمتر از سطح تقاضای مربوط به سال ۲۰۱۰ خواهد بود. بر اساس این گزارش، تقاضای مصرف‌کنندگان برای محصولات نساجی ساخته شده از الیاف مصنوعی رشد میانگین سالانه ۳,۷ درصدی را در بازه ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۵ تجربه خواهد کرد در حالی که تقاضا برای محصولات نساجی پنبه‌ای تنها ۰,۲ درصد در سال رشد خواهد داشت. افزایش سهم محصولات نساجی غیرپنبه‌ای نشان دهنده افزایش قابل توجه سهم محصولات نساجی مصنوعی از بازار جهانی منسوجات است. در واقع، این سهم در تمامی ۱۰ سال منتهی به ۲۰۱۶ افزایش پیدا کرده و انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۷ نیز افزایش بیشتری پیدا کرده باشد.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که تقاضای مصرف‌کنندگان در جهان برای محصولات نساجی از جمله پوشاک و منسوجات خانگی، با رشد سالانه ۲,۸ درصد بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۵ مواجه خواهد بود. با این حال، تقریباً بخش عمده این رشد، به واسطه افزایش تقاضا برای محصولات نساجی ساخته شده از الیاف مصنوعی اتفاق خواهد افتاد.

در نتیجه، سهم محصولات نساجی غیرپنبه‌ای از کل تقاضای مصرف‌کنندگان برای انواع منسوجات، از ۷۳ درصد به ۷۹ درصد در بازه ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۵ افزایش پیدا خواهد کرد. این در حالی است که سهم محصولات نساجی پنبه‌ای از ۲۷ درصد به تنها ۲۱ درصد در بازه زمانی مذکور کاهش خواهد یافت. علاوه بر این،

پروسه نوین رنگرزی دنیم

شود.

- جذب رنگ و ثبات رنگ به میزان قابل توجهی بهبود می یابد.
- مصرف آب و انرژی به میزان قابل توجهی کاهش می یابد.
- فضای مورد نیاز برای رنگرزی کاهش می یابد و نیازی به استفاده از ترکیبات گوگردی نیست.
- تصفیه پساب مصرفی راحت تر و کم هزینه تر انجام می شود.
- این تکنولوژی منجر به جذب بهتر رنگ شده، در نتیجه ثبات و کیفیت رنگ افزایش می یابد.
- به طور خلاصه، مزایای زیست محیطی به طور همزمان با کاهش قابل ملاحظه هزینه و بهبود کیفیت به وجود می آید و این تکنولوژی ممکن است تاثیری انقلابی بر تولید جین داشته باشد.

منبع: textiledb.com

پژوهشگر Sudhakar Puvvada می گوید: یک کارخانه تولید پارچه بزرگ، میلیون ها گالن آب را هر روز برای رنگ آمیزی دنیم استفاده می کند که نوآوری IMD می تواند این میزان مصرف آب و انرژی مورد نیاز برای رنگرزی و تصفیه فاضلاب را کاهش دهد. همچنین ادعا می شود این روش ضایعات پارچه را نسبت به روش های معمول کاهش می دهد. پیش بینی می شود که حتی اگر این طرح تنها توسط تامین کنندگان پارچه جین یعنی Lee و Wrangler در آمریکا اجرا شود، این فناوری می تواند تا سالانه ۸ میلیارد لیتر آب صرفه جویی کند، که برابر است با مقدار آب مصرف شده توسط ۷۰ هزار آمریکایی در هر سال.

مزایای این روش

- سرعت فرایند رنگرزی می تواند چند برابر

شرکت لی و والمارت از جمله سرمایه گذاران تولید جین به روش رنگرزی فوم هستند. این تکنولوژی جدید در رویدادی بنام Indigo Mill Designs که توسط مرکز تحقیقات الیاف و بایوپلیمر تک در دانشگاه تگزاس برگزار شده بود، معرفی شد. رنگرزی نخ به روش فوم یک تکنولوژی جدید است که گفته می شود سازگارترین روش با محیط زیست و مقرون به صرفه ترین است. با این حال در گذشته این روش به دلیل واکنش ندادن رنگ ایندیگو با اکسیژن هوا محدود شده بود. در همین راستا راه حل IMD's IndigoZero solution که در دانشگاه تگزاس تک توسعه یافته است، ادعا می شود منجر به کاهش آب مصرفی و صرفه جویی در مصرف انرژی تا ۹۰ درصد می شود. علاوه بر این، در فرایند رنگرزی فوم استفاده از مواد شیمیایی نسبت به روش های معمول کاهش می یابد.



کنترل دمای بدن با پارچه‌های دورو

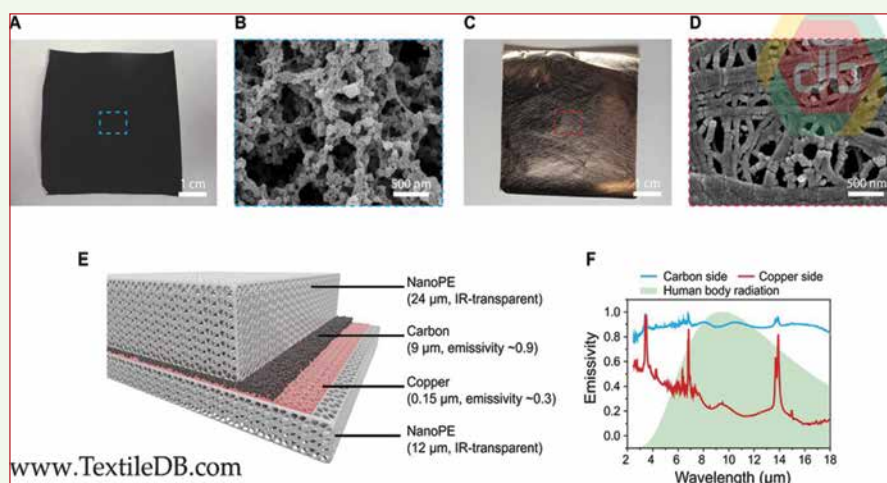
نامتقارن هر دو ضریب انتشار و nanoPE می‌تواند به دو ضریب انتقال حرارت مختلف منجر شود. این پارچه می‌تواند با توجه به سمتی که پوشیده می‌شود، اختلاف دمای ۶.۵ درجه ایجاد کند. اتصالات عددی داده‌های بیشتری را پیش‌بینی می‌کند که تا ۱۴.۷ درجه سانتی گراد گسترش منطقه راحتی برای منسوجات دوطرفه با کنتراست تابش بزرگ را در بر می‌گیرد. اما به گفته پژوهشگران برای اینکه این نوع منسوجات بتواند در البسه بکار روند باید کار بیشتری بر روی آنها انجام شود.

منبع: textiledb.com

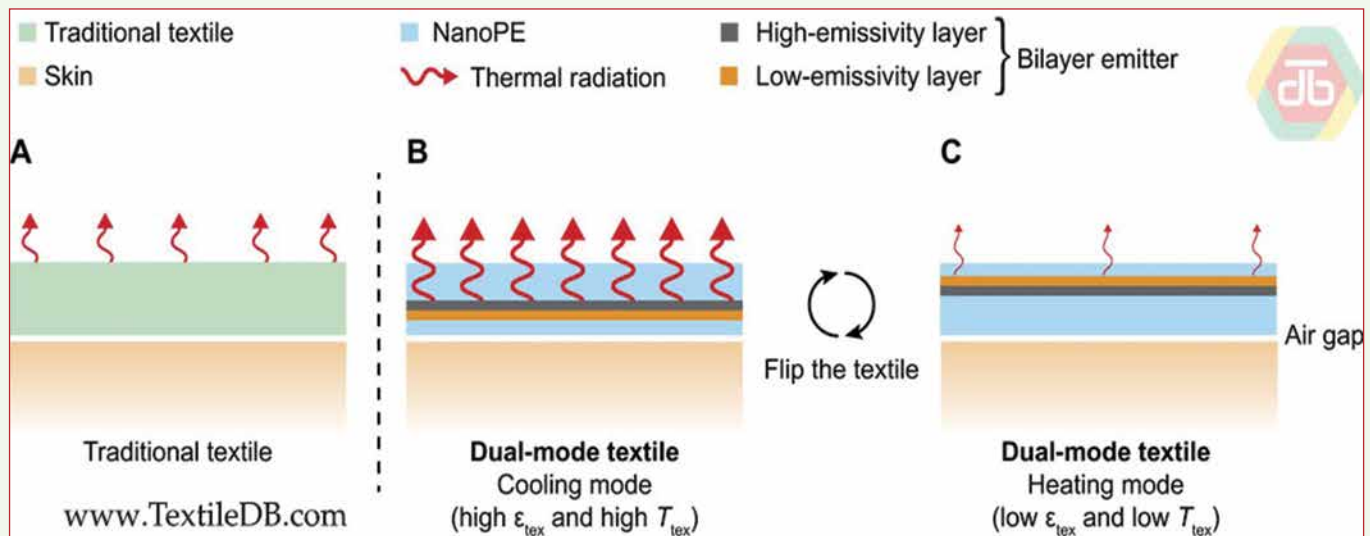
منسوجات دوطرفه شامل دو لایه است. این لایه دو رو، درست در وسط پارچه قرار نمی‌گیرد بلکه به گونه ای در پارچه قرار می‌گیرد که به یک سمت پارچه ر از سمت دیگر آن است. که در لایه پلی‌اتیلن نانوپروس (nanoPE) شفاف مادون قرمز تعبیه شده است در یک طرف یک پوشش مسی وجود دارد که گرما را بین یک لایه پلی‌اتیلن و پوست نگه می‌دارد در حالی که طرف دیگر دارای یک پوشش کربنی است که گرما را تحت لایه دیگری از پلی‌اتیلن آزاد می‌کند. محققان می‌گویند: مان‌شان می‌دهیم که ویژگی‌های

حفظ دمای بدن انسان یکی از اساسی‌ترین نیازهای زندگی است که اغلب انرژی زیادی برای حفظ دمای ثابت بدن، صرف می‌شود. برای گسترش محدوده دمای محیط با حفظ راحتی انسان، مفهوم مدیریت حرارتی شخصی اخیراً در منزل به منظور گرم و سرد کردن به طور جداگانه از طریق کنترل اشعه مادون قرمز بدن انسان مورد استفاده قرار گرفته است. درک این دو عملکرد مخالف یکدیگر در یک پارچه مشابه، یک چالش علمی هیجان‌انگیز و پیشرفت تکنولوژیکی قابل توجه‌ای است.

پژوهشگران دانشگاه استنفورد پارچه دورویی را توسعه داده‌اند که با توجه به سمتی که پوشیده می‌شود، می‌تواند پوشنده لباس را گرم یا سرد کند. محققان تخمین می‌زنند که ۱۳ درصد از انرژی مصرف‌شده در ایالات متحده به کنترل دمای داخلی اختصاص داده شده است، اما برای هر درجه سانتیگراد که ترموستات برای گرم کردن یا خنک کردن خاموش می‌شود، ساختمان می‌تواند ۱۰ درصد از انرژی حرارتی خود را ذخیره کند. ما یک نسل پارچه دوطرفه را نشان می‌دهیم که می‌تواند هر دو فرآیند گرمایش و خنک‌کننده تابشی منفعل را با استفاده از همان قطعه پارچه بدون هیچ گونه ورودی انرژی انجام دهد.



www.TextileDB.com



www.TextileDB.com

وزارت اقتصاد ترکیه گزارش داد:

عملکرد صنعت پوشاک ترکیه در سال ۲۰۱۶

گروه مترجمین مجله

طراحی، دانش فنی فراوان، سرمایه‌گذاری در تکنولوژی، ظرفیت تولید پویا و انعطاف‌پذیر، بخش پوشاک پیشرفته، توجه به مقوله کیفیت، سلامتی و محیط زیست، صنعت نساجی و پوشاک ترکیه نقش قابل توجهی در تجارت جهانی داشته و این قابلیت را دارد که ضمن ارائه استانداردهای سطح بالا، از لحاظ کیفیت و تنوع گسترده محصولات نیز در بازارهای

شناخته می‌شود. در برهه ۳۶ ساله بین ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۶، تولید و صادرات صنعت نساجی و پوشاک ترکیه از کالاهایی با ارزش افزوده کم به سمت اقلامی با ارزش افزوده بالا و کالاهای مبتنی بر مد روز سوق پیدا کرده است. با توجه به شاخص‌هایی همچون نیروی انسانی ماهر و آموزش‌دیده، ظرفیت بالا در بخش

منسوجات و پوشاک جزو مهم‌ترین بخش‌ها در اقتصاد و تجارت خارجی ترکیه محسوب می‌شوند. این دو بخش، پایه‌های اصلی اقتصاد ترکیه را از لحاظ سهم از تولید ناخالص داخلی (GDP)، سهم از تولید، اشتغال، سرمایه‌گذاری و شاخص‌های اقتصاد کلان تشکیل می‌دهند. این بخش‌ها سهم ۱۸،۴ درصدی را از کل حجم صادرات ترکیه در سال ۲۰۱۶ به خود اختصاص داده‌اند.

ترکیه یکی از بازیگران و فعالان اصلی در صنعت پوشاک جهان به شمار می‌رود. صنعت پوشاک ترکیه با سهم ۳،۳۹ درصدی، هشتمین تامین‌کننده بزرگ پوشاک در جهان و سومین تامین‌کننده بزرگ برای اتحادیه اروپا می‌باشد. این صنعت سهم ۴،۰۶ درصدی از صادرات پوشاک کشفای جهان دارد و جایگاه چهارم را در بین کشورهای صادرکننده این نوع پوشاک به خود اختصاص داده است. همچنین ترکیه با سهم ۲،۷۳ درصدی از صادرات پوشاک تارپودی جهان، جایگاه نهم دنیا را از این حیث در اختیار دارد. صنعت نساجی ترکیه نیز به عنوان هشتمین صادرکننده بزرگ در جهان و سومین تامین‌کننده بزرگ اتحادیه اروپا



بین‌المللی رقابت نماید.

صادرات

از زمانی که نظام سهمیه‌بندی جهانی در حوزه نساجی در انتهای سال ۲۰۰۴ به پایان راه رسید و توافق‌نامه سازمان تجارت جهانی در بخش منسوجات و پوشاک (ATC) حاصل شد، صادرات پوشاک ترکیه همواره سیر صعودی داشته است. این بخش توانسته همچنان رقابت‌پذیری خود را حفظ کرده و ارتقا دهد. در سال ۲۰۱۴ کل ارزش صادرات پوشاک ترکیه ۱۶,۲۶ میلیارد دلار اعلام شده و تقریباً ۸۰ درصد از پوشاک صادرشده نیز از نوع پنبه‌ای بوده است. پوشاک کشباف و اکسسوری، با صادراتی به ارزش ۱۰,۰۲ میلیارد دلار، سهم ۶۱,۶۶ درصدی از کل صادرات پوشاک ترکیه داشته و پوشاک تاری پودی با صادراتی به ارزش ۶,۲۳ میلیارد دلار سهم ۳۸,۳۴ درصدی از کل صادرات به خود اختصاص داده است. انواع تی‌شرت و پولوور، جزو مهم‌ترین اقلام صادراتی ترکیه در بخش پوشاک کشباف

هستند. به طوری که ارزش صادرات تی‌شرت و پولوور در سال ۲۰۱۶ به ترتیب ۲,۹۳ و ۱,۶۲ میلیارد دلار گزارش شده است. علاوه بر این، ترکیه به عنوان دومین تولیدکننده بزرگ جوراب در جهان، جمعاً ۱,۰۴ میلیارد دلار جوراب در سال ۲۰۱۶ صادر کرده است. اتحادیه اروپا مهم‌ترین بازار برای بخش صادرات پوشاک ترکیه محسوب می‌شود. در سال ۲۰۱۶ ترکیه جمعاً ۱۰,۶۲ میلیارد دلار پوشاک به اتحادیه اروپا صادر کرده است که معادل ۷۱,۹ درصد از کل صادرات پوشاک این کشور می‌باشد. بازارهای اصلی در بین اعضای اتحادیه اروپا، کشورهای آلمان و انگلستان (بدون توجه به تصمیم این کشور برای خروج از اتحادیه اروپا) هستند. صادرات پوشاک ترکیه به این دو کشور رقم ۴,۶۲ میلیارد دلار محاسبه شده که تقریباً نیمی از کل صادرات پوشاک ترکیه به اتحادیه اروپا را شامل می‌شود. ترکیه با توجه به محصولات باکیفیت و مبتنی بر مد روز، سهم خود را در بازارهای اصلی به خصوص در اتحادیه اروپا

که استانداردهای بالا و مشتریان متفاوتی دارد، افزایش داده است. در سال ۲۰۱۶، شرکت‌های ترک به بیش از ۱۹۰ کشور جهان محصولات خود را صادر کرده اند.

نمایشگاه‌های تجاری

بسیاری از شرکت‌های پوشاک ترکیه از طریق افتتاح فروشگاه‌های مختلف در سراسر جهان، فرآیند بازاریابی و کانال‌های توزیع خود را در بازارهای جهانی گسترش داده‌اند. به منظور افزایش آگاهی بخش مد ترکیه از نیازها و تحولات بازارهای بین‌المللی، شرکت‌های پوشاک در بسیاری از فشن‌شوهای و نمایشگاه‌های بین‌المللی جهان شرکت می‌کنند. علاوه بر این، محصولات پوشاک ترکیه در نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی که توسط این کشور برگزار می‌شوند، به نمایش در می‌آیند. آمار و ارقام مربوط به صادرات پوشاک ترکیه به تفکیک اقلام و بخش‌های مختلف، در جداول پیوست ذکر شده است.





Knitted or Crocheted Clothing Exports of Turkey (USD 1,000)

HS	Products	2014	2015	2016	Change (%) 2015/2016
'6109	T-shirts, singlets and other vests, knitted or crocheted	3.566.429	2.979.563	2.928.826	-1,70%
'6110	Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, knitted or crocheted (excluding ...	1.753.886	1.614.178	1.624.427	0,63%
'6104	Women's or girls' suits, ensembles, jackets, blazers, dresses, skirts, divided skirts, trousers, ...	1.369.948	1.272.683	1.212.769	-4,71%
'6115	Pantyhose, tights, stockings, socks and other hosiery, incl. graduated compression hosiery ...	1.216.564	1.024.859	1.036.342	1,12%
'6106	Women's or girls' blouses, shirts and shirt-blouses, knitted or crocheted (excluding T-shirts ...	573.039	541.195	511.485	-5,49%
'6103	Men's or boys' suits, ensembles, jackets, blazers, trousers, bib and brace overalls, breeches ...	374.371	338.566	346.484	2,34%
'6108	Women's or girls' slips, petticoats, briefs, panties, nightdresses, pyjamas, negligés, bathrobes, ...	319.602	311.990	274.816	-11,92%
'6105	Men's or boys' shirts, knitted or crocheted (excluding nightshirts, T-shirts, singlets and ...	258.946	237.394	255.314	7,55%
'6111	Babies' garments and clothing accessories, knitted or crocheted (excluding hats)	146.059	144.418	175.647	21,62%
'6107	Men's or boys' underpants, briefs, nightshirts, pyjamas, bathrobes, dressing gowns and similar ...	150.732	164.923	161.805	-1,89%
'6114	Special garments for professional, sporting or other purposes, n.e.s., knitted or crocheted	85.349	85.517	105.486	23,35%
'6112	Track-suits, ski-suits and swimwear, knitted or crocheted	76.041	79.178	83.656	5,66%
'6117	Made-up clothing accessories, knitted or crocheted; knitted or crocheted parts of garments ...	53773	52547	62940	19,78%
'6102	Women's or girls' overcoats, car coats, capes, cloaks, anoraks, incl. ski jackets, windcheaters, ...	37.802	38.986	35.389	-9,23%
'6101	Men's or boys' overcoats, car coats, capes, cloaks, anoraks, incl. ski jackets, windcheaters, ...	38.125	37.936	30.317	-20,08%
'6116	Gloves, mittens and mitts, knitted or crocheted (excluding for babies)	2.946	3.297	3.325	0,85%
'6113	Garments, knitted or crocheted, rubberised or impregnated, coated or covered with plastics ...	636	865	316	-63,47%
	Total	10.024.248	8.928.095	8.849.344	-0,88%

Source: Ministry of Economy

Woven Clothing Exports of Turkey (USD 1,000)

HS	Products	2014	2015	2016	Change (%) 2015/2016
'6204	Women's or girls' suits, ensembles, jackets, blazers, dresses, skirts, divided skirts, trousers, ...	2.417.476	2.195.416	2.268.456	3,33%
'6203	Men's or boys' suits, ensembles, jackets, blazers, trousers, bib and brace overalls, breeches ...	1.566.322	1.493.086	1.508.810	1,05%
'6206	Women's or girls' blouses, shirts and shirt-blouses (excluding knitted or crocheted and vests)	732.708	735.737	721.532	-1,93%
'6205	Men's or boys' shirts (excluding knitted or crocheted, nightshirts, singlets and other vests)	630.212	607.084	574.364	-5,39%
'6208	Women's or girls' singlets and other vests, slips, petticoats, briefs, panties, nightdresses, ...	217.371	219.523	196.163	-10,64%
'6211	Tracksuits, ski suits, swimwear and other garments, n.e.s. (excluding knitted or crocheted)	129.862	134.246	132.394	-1,38%
'6202	Women's or girls' overcoats, car coats, capes, cloaks, anoraks, incl. ski jackets, windcheaters, ...	142.498	111.377	107.970	-3,06%
'6214	Shawls, scarves, mufflers, mantillas, veils and similar articles (excluding knitted or crocheted)	68.820	91.000	100.615	10,57%
'6209	Babies' garments and clothing accessories of textile materials (excluding knitted or crocheted ...)	74.742	86.704	93.906	8,31%
'6201	Men's or boys' overcoats, car coats, capes, cloaks, anoraks, incl. ski jackets, windcheaters, ...	96.051	93.121	84.202	-9,58%
'6207	Men's or boys' singlets and other vests, underpants, briefs, nightshirts, pyjamas, bathrobes, ...	46.930	52.407	49.558	-5,44%
'6212	Brassieres, girdles, corsets, braces, suspenders, garters and similar articles and parts thereof, ...	69.213	53.889	48.082	-10,78%
'6210	Garments made up of felt or nonwovens, whether or not impregnated, coated, covered or laminated; ...	23967	27721	22264	-19,69%



'6217	Made-up clothing accessories and parts of garments or clothing accessories, of all types of ...	9.976	9.857	10.345	4,95%
'6215	Ties, bow ties and cravats of textile materials (excluding knitted or crocheted)	4.510	4.533	4.760	5,01%
'6213	Handkerchiefs, of which no side exceeds 60 cm (excluding knitted or crocheted)	810	668	1088	62,87%
'6216	Gloves, mittens and mitts, of all types of textile materials (excluding knitted or crocheted ...)	1.036	735	900	22,45%
Total		6.232.504	5.917.104	5.925.409	0,14%

Source: Ministry of Economy

Turkey's Clothing Exports by Countries (USD 1,000)

Countries	2014	2015	2016	Change (%) 2015/2016
Germany	3.321.488	2.685.044	2.688.035	0,11%
United Kingdom	2.354.640	2.090.593	1.924.292	-7,95%
Spain	1.588.538	1.627.455	1.691.210	3,92%
France	930.611	723.170	692.592	-4,23%
Netherlands	812.877	700.502	653.372	-6,73%
Poland	403.822	415.778	523.519	25,91%
Italy	600.163	513.849	512.575	-0,25%
Iraq	609.029	699.136	502.500	-28,13%
Denmark	488.460	390.849	409.342	4,73%
Iran, Islamic Republic of	50.303	107.022	338.707	216,48%
Ukraine	274.407	271.427	297.616	9,65%
United States of America	236.435	273.442	291.182	6,49%
Belgium	372.892	290.982	280.444	-3,62%
Saudi Arabia	243.341	241.024	266.701	10,65%
Israel	199.049	222.587	265.617	19,33%
Bulgaria	75.618	58.743	248.052	322,27%
Sweden	267.339	199.108	215.609	8,29%
Algeria	136.130	173.571	179.258	3,28%
United Arab Emirates	135.345	137.457	132.765	-3,41%
Egypt	108.214	122.421	105.577	-13,76%
Others	3.048.050	2.901.040	2.555.789	-11,90%
Total	16.256.751	14.845.200	14.774.754	-0,47%

Source: Ministry of Economy

رییس اتحادیه پوشاک مطرح کرد: صدای ناقوس مرگ برای صنعت پوشاک ایران

بنابراین، ناپستی زمان را از دست بدهیم و وقت خود را صرف مقصر قلمداد کردن یکدیگر کنیم.

موفقیت فعالان پوشاک در برندسازی
شیرازی همچنین با رد این ادعا که تولیدکنندگان پوشاک داخلی در برندسازی ناموفق عمل کرده‌اند، اظهارداشت: می‌توان حداقل ۱۰۰ برند پوشاک ایرانی در لباس مردانه مانند کت شلوار و لباس اسپرت یا در لباس زنانه و بچگانه و در شلوارهای کتان و جین نام برد که محصولاتی با کیفیت عالی تولید می‌کنند اما متأسفانه به دلیل عدم حمایت تبلیغاتی در گمنامی به سر می‌برند.

وی با تأکید بر اینکه برندهای داخلی برای رقابت با پوشاک خارجی نیازمند حمایت دولت هستند، گفت: این برندها برای آشنایی مردم، حداقل نیازمند صرف هزینه‌های انجام تبلیغات و اجاره فروشگاه‌های بزرگ هستند، این درحالی است که این هزینه‌ها برای تولیدکنندگان پوشاک سرسام آور است. به عنوان مثال یک فروشگاه برای عرضه یک محصول برند درخواست حداقل ۳۰ درصد سهم می‌کند، حال آنکه تقبل این سهم از توان تولیدکننده و برند داخلی، خارج است.

رییس اتحادیه پوشاک با اشاره به راه اندازی بازارچه بزرگ پوشاک در منطقه ۲۲ تهران و اجاره غرفه‌های آن از سوی برندهای پوشاک خارجی، گفت: تولیدکنندگان و برندهای مطرح داخلی به ندرت از عهده هزینه اجاره این غرفه‌ها برمی‌آیند چراکه قیمت نهایی آنان در مقایسه با



که دارای قدمت و ریشه در فرهنگ ما ایرانیان است اکنون به معرض نابودی کشانده شود. به گفته شیرازی، با این حجم واردات، اعتماد مردم به پوشاک داخلی نیز کاهش یافته و به سمت استفاده از پوشاک خارجی سوق پیدا کرده است. وی افزود: با بی‌توجهی به صنعت تولیدکننده پوشاک داخلی در طول یک دهه گذشته، عده‌ای که توانستند زودتر سرمایه خود را جمع کنند به مشاغل دیگر همچون ساخت و ساز ساختمان روی آوردند، برخی از تولیدکنندگان قابل و معتبر پوشاک به سمت واردات رفتند و بخشی نیز که تنها با پول‌های بهره‌ای و تسهیلات بانکی خود را اداره می‌کردند، به ورطه نابودی افتاده‌اند. رییس اتحادیه صنعت تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران تصریح کرد: البته هنوز هم برای نجات جان این صنعت، دیر نشده است.

رییس اتحادیه صنعت تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران با اشاره به ناشناخته بودن برندهای ارزشمند تولید پوشاک در کشور نسبت به تداوم وضعیت کنونی هشدار داد و گفت: چنانچه به سرعت به وضعیت اورژانسی این صنعت رسیدگی نشود، در آینده نزدیک بازار پوشاک کشور به صورت کامل، جای خود را به واردات تولیدات خارجی خواهد داد. ابوالقاسم شیرازی افزود: دولت‌های ادوار گذشته به خصوص دوره‌های نهم و دهم که برای مقابله با تحریم، تمام مرزها را برای ورود هرچه بیشتر محصولات خارجی باز نگه داشتند، در واقع مقصر اصلی وضعیت ناگوار فعلی صنعت پوشاک کشور هستند.

به گزارش ایرنا، وی تصریح کرد: عملکرد ضعیف دولت‌ها در زمینه حمایت از تولیدکنندگان پوشاک باعث شده است صنعتی

نوع خارجی خود به شدت افزایش پیدا می‌کند.

برداشتن موانع تولید یک ضرورت فوری

شیرازی با اشاره به تاکیدات رهبر معظم انقلاب در توجه به اقتصاد مقاومتی و حمایت از اشتغال و تولیدات ایرانی گفت: ابتدایی‌ترین و فوری‌ترین کار دولت در شرایط فعلی به منظور حمایت از تولیدکنندگان داخلی پوشاک، حرکت در مسیر برداشتن موانع تولید است. وی افزود: دولت امروز بایستی به صورت اورژانسی اقدامات عملیاتی‌تر و جدی‌تری در حمایت از تولیدکنندگان پوشاک داخلی انجام دهد چراکه تولیدکنندگان پوشاک داخلی در معرض ورشکستگی قرار گرفته‌اند و نفس‌های آخر را می‌زنند.

رییس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران در این زمینه پیشنهاد کرد دولت معافیت حداقل سه ساله برای فعالان این بخش از پرداخت هرگونه عوارض، مالیات و حق بیمه ۳۰ درصدی تامین اجتماعی مربوط به کارفرمایان این صنف را

در نظر بگیرد. شیرازی گفت: البته توقع ما حمایت موقت است و بعد از این مدت دولت نیز می‌تواند میوه خود را از این درخت بارور شده بچیند.

نایب رییس و دبیر کمیسیون تولید و توزیع (صنف، صنعت و بازار) کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور ادامه داد: با این اتفاق هزینه تولید محصولات پوشاک داخل به صورت محسوسی کاهش خواهد یافت و این محصولات به راحتی می‌توانند با پوشاک وارداتی مشابه رقابت کنند. ضمن اینکه حمایت دولت از تولیدکنندگان داخلی پوشاک تاثیر به‌سزایی در کاهش ورود پوشاک قاچاق به کشور خواهد داشت چراکه ورود این محصولات به دلیل برخورداری از قیمت بالاتر دیگر به‌صرفه نخواهد بود.

وی ارائه تسهیلات مناسب به تولیدکنندگان صنف پوشاک در واردات ماشین‌آلات روز دنیا و همچنین دسترسی به پارچه ارزان، حمایت و ارائه تسهیلات سوبسیددار از تولیدکنندگان منسوجات داخلی باکیفیت و همچنین راه‌اندازی شهرک‌های تولیدی پوشاک در اطراف شهر

برای تمرکز و یکپارچه کردن تولیدکنندگان این صنف را در بهبود شرایط صنعت پوشاک کشور بسیار اثرگذار دانست.

رییس اتحادیه پوشاک تهران ادامه داد: تا مادامی که تولیدکنندگان پوشاک به صورت انفرادی فعالیت کنند، فعالیت آنها مقرون به‌صرفه نخواهد بود و نمی‌توانند تولیدات باکیفیت و دارای مزیت رقابتی تولید کنند. شیرازی گفت: تولیدکنندگان پوشاک با تمرکز در یک مکان مشخص می‌توانند بسیاری از هزینه‌های اضافی خود را که نهایتاً باعث افزایش قیمت نهایی محصول می‌شود را کاهش داده و سرشکن کنند. به عنوان مثال یک ماشین برش می‌تواند جوابگوی ۳۰۰ واحد تولیدی باشد. ضمن اینکه می‌توان برای تولیدکنندگان داخلی بهترین کلاس‌های آموزشی، طراحی و مد را برنامه‌ریزی و آنان را با جدیدترین متدهای تولید پوشاک در دنیا برای برندسازی و رقابت با برندهای مطرح و همچنین ترغیب حضور در بازارهای جهانی آشنا ساخت.



چینی‌ها رونق بخش بازار پوشاک ایران در بازار پوشاک زمستانی چه خبر است؟

شلوار مردانه از ۵۰ هزار تومان تا حدود ۳۰۰ هزار تومان در مغازه‌ها عرضه می‌شود. معمولاً قیمت‌های زیر ۸۰ هزار تومان متعلق به کارهای پاکستان و چین است و کارهای ایرانی و ترک قیمت بالای ۲۰۰ هزار تومان دارد. پیراهن زمستانی مردانه ایرانی با کیفیت مناسب به طور متوسط از حدود ۵۰ هزار تومان آغاز می‌شود و تا ۸۰ هزار تومان ادامه دارد و در برخی مغازه‌ها به بالای ۱۰۰ هزار تومان می‌رسد. یک دست پالتو مردانه کار ایرانی و ترکیه‌ای در مغازه‌های مرکز شهر رنج قیمت ۳۵۰ تا ۵۵۰ هزار تومان دارد. همچنین بارانی مردانه رنج قیمت ۱۸۰ تا ۳۰۰ هزار تومان دارد. کاپشن مردانه چینی به قیمت ۱۶۵ هزار تومان به فروش می‌رسد و کاپشن‌های ایرانی درجه یک بین ۲۵۰ تا ۳۰۰ تومان عرضه می‌شود. همچنین پیراهن مردانه ایرانی از رنج قیمت ۲۵ هزار تومان شروع می‌شود و به ۱۰۰ هزار تومان می‌رسد، و کارهای برند تا حدود ۲۰۰ هزار تومان ادامه می‌یابد.

قیمت انواع لباس زنانه

لباس‌های زنانه به دلیل تنوع بیشتری که نسبت به لباس‌های مردانه دارند با قیمت‌های متنوع‌تری عرضه می‌شوند. بررسی‌ها نشان می‌دهد پالتوی زنانه که در این فصل تقاضای نسبتاً بالایی دارد بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان عرضه می‌شود و در برخی از مغازه‌ها این قیمت به بیش از ۷۰۰ هزار تومان هم می‌رسد. قیمت مانتو مجلسی زنانه با پارچه ترک و دوخت ایران از ۲۵۰ هزار تومان شروع می‌شود و به حدود ۴۰۰ هزار تومان می‌رسد. در این بین مانتوهای مجلسی چینی به طور متوسط بین ۱۸۰ تا ۲۰۰ هزار تومان عرضه می‌شود.

رنج قیمت کاپشن زنانه جنس ایرانی به طور متوسط بین ۱۰۰ تا ۲۵۰ هزار تومان است و کاپشن‌های چینی و پاکستانی با قیمت زیر ۱۰۰ هزار تومان در بازار قابل خرید هستند. همچنین مانتو شلوار اداری قیمت‌های متفاوتی دارد و رنج قیمتی آن از ۷۵ تا ۴۰۰ هزار تومان است. شلوار زنانه درجه دو و سه ایرانی و چینی قیمت حدود ۳۰ هزار تومان دارد اما شلوارهای ایرانی با کیفیت بهتر از ۸۰ هزار تومان شروع می‌شود و تا ۲۵۰ هزار تومان ادامه هم دارد.

همچنین بلوزهای زمستانی زنانه کار ایرانی رنج قیمتی بین ۵۰ تا ۷۵ هزار تومان دارند و جنس ترک رنج قیمتی بین ۸۰ تا ۲۰۰ هزار تومان دارد. شال گردن زنانه از حدود ۲۰ هزار تومان که جنس‌های با کیفیت پایین‌تر است آغاز می‌شود و تا ۵۰ هزار تومان هم عرضه می‌شود. شال زمستانی با کیفیت مناسب نیز از ۴۰ هزار تومان آغاز و تا ۶۰ هزار تومان ادامه دارد.

با شروع فصل سرما، رفت و آمدها در بازار پوشاک زیاد شده و تا حدودی رونق نسبی پیدا کرده است. هر چند همچنان پوشاک ترک و چینی عرصه را بر تولید پوشاک داخلی تنگ کرده است. در میان پوشاک مختلف از کشورهای چین، تایلند، کره جنوبی، پاکستان و سنگاپور در بازار داخلی، پوشاک ترک به دلیل کیفیت مناسب و مطلوب جایگاه خاصی در بازار دارند و البته به دلیل گران‌تر بودن نسبت به سایر برندها مشتریان خاص خود را دارد.

از طرف دیگر پوشاک چینی به دلیل قیمت‌های پایین مورد استقبال زیادی قرار دارند و سهم بالایی در تقاضای بازار پوشاک ایران به خود اختصاص داده‌اند. در این میان تولیدکنندگان پوشاک داخلی هم سعی می‌کنند با سایر برندها رقابت کنند و جایگاه خود را در بازار داشته باشند؛ هر چند کار سختی پیش رو دارند.

قیمت انواع لباس‌های مردانه

لباس‌های مردانه مانند لباس‌های زنانه با تنوع قیمت زیادی روبه‌رو هستند. کت و شلوار مردانه ترک از ۴۰۰ هزار تومان آغاز می‌شود و تا ۸۵۰ هزار تومان ادامه می‌یابد. این در حالی است که یک دست کت و شلوار در برخی دیگر از مغازه‌ها رنج قیمتی ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان دارد. به عقیده تعدادی از فروشندگان، جنس و برش پارچه و البته برند بودن یا نبودن کار مهم‌ترین دلیل این اختلاف قیمت است.



۹۵ درصد از برندهای پوشاک، فاقد مجوز قانونی فعالیت هستند سوءاستفاده برندهای خارجی از ضعف تولید داخل

افتخاری در این خصوص به رسانه‌ها می‌گوید: متأسفانه برخی برندها، با مشاهده وضعیت صنعت پوشاک ایران به برخی کاستی‌ها و معایب موجود در آن پی برده‌اند و از همین نقیصه و کاستی برای سوء استفاده از وضعیت موجود بهره می‌گیرند. وی در این خصوص می‌افزاید: به عنوان نمونه تولیدکنندگان داخلی در زمینه کت و شلوار مردانه و ماتو به دلیل هزینه بالای سرمایه‌گذاری ناشی از تغییر متعدد و متنوع مدل‌ها، دچار کاستی‌ها و بضاعت ضعیفی می‌شوند و بالطبع برخی برندهای خارجی با سوء استفاده از این نقیصه به تسخیر بازار پوشاک بچه‌گانه، مجلسی زنانه و سایر انواع پوشاک مردانه مبادرت می‌ورزند. عضو هیئت مدیره اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک کشور در ادامه تصریح

نمایندگی را به وزارت صنعت، معدن و تجارت ارائه کرده‌اند که به واقع باید میان این میزان، با تعداد مراکز و برندهایی که هم‌اکنون، از مجوز برخوردارند، تفاوتی جدی قائل شد و آنچنان که اخبار جراید نشان می‌دهد ۹۵ درصد از برندها در کشور، غیرقانونی فعالیت می‌کنند.

سوء استفاده از کاستی‌های موجود در صنعت پوشاک ایران

البته در این میان، برخی از فعالان صنعت پوشاک همچون مجید افتخاری، عضو انجمن صنایع پوشاک ایران، از عدم رغبت برندها برای تولید در ایران خبر می‌دهد و اساساً درخواست مجوز را پوشش و سرپوشی برای واردات قاچاق توسط برندهای مذکور عنوان می‌کند.

طبق آمار، ۹۵ درصد از برندهای فعال پوشاک در ایران، فاقد مجوز قانونی بوده و از ۴۰۰ برند خارجی، تنها ۱۷ برند از مجوز قانونی فعالیت برخوردارند. به واقع، این عدد و رقم نشان می‌دهد بخش عمده برندهای فعال در این عرصه، فاقد مجوز قانونی هستند و به تبع در چنین شرایطی نظارت بر عملکرد این برندها کافی نخواهد بود.

منصور میرزاخانی، یکی از فعالان حوزه تولید پوشاک و لباس در غرب استان تهران با اشاره به تعریف و ضوابطی خاص برای فعالیت برندهای پوشاک در ایران، اظهار کرد: بنابر اخبار موجود، برندهای خارجی پوشاک فعال در ایران موظف‌اند طی مدت ۲ سال، معادل ۲۰ درصد میزان واردات محصولات خود را در ایران تولید کنند و از این میزان، ۵۰ درصد را صادر کنند. وی افزود: به واقع تدبیر اتخاذشده می‌تواند از ضریب مصرف‌گرایی در کشور کم کند و به نوعی ضریبی از تولید را در کشور به واسطه فعالیت برندها ممکن سازد که این امر می‌تواند گام موثری در راستای فعالیت برندها، شرکت‌ها و تولیدات خارجی در کشور به شمار آید.

میرزاخانی تصریح کرد: به واقع تولید مشارکتی، راهکاری است که می‌بایست با تقویت هرچه بیشتر در تمامی حوزه‌های تولید مد نظر قرار گیرد و این رویه‌ای است که باید در راستای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی با جدیت تمام در دستور کار قرار گیرد. این فعال در حوزه تولید پوشاک یادآور شد: آنچنان که در گزارش‌های رسانه‌ها قیدشده از ۴۰۰ برند پوشاک خارجی فعال، بیش از ۱۲۵ برند درخواست دریافت





کرد: یکی از برندهای خارجی که در قالب ۱۷ برند، دارای مجوز نیز نمی‌گنجد کمر تولیدکنندگان داخلی را شکسته است. جولان تولیدکنندگان به اصطلاح برند خارجی در ایران به این موارد خلاصه نمی‌شود و بنابر اظهارات این مقام مسئول، یکی از برندهای اسپانیایی فاقد مجوز، با برخورداری از ۸۰ شعبه در کشور به وارد کردن پوشاک و البسه دست دوم و کیلویی اقدام می‌کند.

به واقع این شیوه از واردات و عرضه پوشاک را می‌توان اوج ضعف نظارتی دستگاه‌های ذیربط مسئول دانست که یک برند اسپانیایی جسورانه در سالی که از سوی رهبر معظم انقلاب به اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال مزین شده، به واردات و عرضه اندام در برابر تولیدکنندگان داخلی اقدام می‌نماید. افتخاری می‌گوید: در سال ۹۶، حدود ۶۱ میلیون دلار واردات پوشاک رسمی در کشور داشته‌ایم. اما سوالی که در این مجال به ذهن متبادر می‌شود ناظر بر این امر است که در شرایطی که همچنان حداقل سه ماه به پایان سال باقی

مانده و عموماً ماه‌های پایانی، اوج فروش لباس محسوب می‌شود توجه این میزان از واردات چه می‌تواند باشد.

در صورت توجه به تولید داخلی، البسه ایرانی از کیفیت قابل توجهی برخوردار است

اسماعیل حاجی‌زاده، یکی از تولیدکنندگان پیراهن مردانه در غرب استان تهران در گفتگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی با اشاره به کیفیت مرغوب و مطلوب برخی از البسه و پوشاک ایرانی اظهار کرد: متأسفانه شرایطی در بازار حاکم شده که گویی تمامی لباس‌های ایرانی، بی‌کیفیت‌اند و این تلقی اشتباه و ویران‌کننده‌ای است که عرصه را برای فعالیت تولیدکنندگان داخلی تنگ و محدود می‌سازد. وی افزود: هم‌اکنون، بسیاری از تولیدات داخلی و ایرانی، با مارک‌های خارجی به فروش می‌رسند که اتفاقاً از حیث کیفیت محصول از مرغوبیت خاص و ویژه‌ای برخوردارند و تولیدکنندگان ناچارند برای فروش محصولات خویش، البسه ایرانی را با

مارک‌ها و اتیکت‌های خارجی، ترکیه‌ای و... به فروش برسانند.

حاجی‌زاده اضافه کرد: به اعتقاد بنده، رسانه‌ها و دستگاه‌ها و نهادهای فرهنگی باید در راستای فرهنگ‌سازی و آگاه‌سازی مردم تلاش هرچه بیشتری را مد نظر قرار دهند، زیرا رویه و روال موجود زینده کشوری همچون ایران نیست. این تولیدکننده البسه در غرب استان تهران گفت: پوشاک قاچاق نیز مزید بر علت شده تا بسیاری از تولیدکنندگان داخلی متضرر شوند و این پدیده در کنار رکود حاکم بر بازار، منجر به تعطیلی بسیاری از تولیدکنندگان فعال در سنوات گذشته شده است.

امید آن می‌رود، دستگاه‌های ذیربط و مسئول، با تلاش هرچه بیشتر، عزم خود را در راستای حمایت از تولیدکنندگان پوشاک داخلی و تشدید برخوردها با قاچاقچیان البسه خارجی جزم نمایند که یقیناً در این ارتباط هرچه تولید داخلی حمایت شود، شاهد اشتغال‌زایی هرچه بیشتر در سایه یکی از سودآورترین صنایع تولیدی خواهیم بود.

برنامه غول پوشاک ورزشی برای توسعه بازار آدیداس به دنبال سهم بازار بیشتر در آمریکا

آدیداس حدود ۱۳ درصد با نرخ ارز ثابت رشد کرده است. برند ریباک به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های آدیداس، نرخ رشد ملایم ۰.۶ درصدی را تجربه کرده است. در شرایطی که فروش ریباک در سایر نقاط جهان در حال افزایش است، اما در خانه این برند یعنی آمریکا میزان فروش با کاهش مواجه شده است.

نکته دیگر اینکه با توجه به رشد دورقمی فروش آدیداس در سال جاری، این برند برنامه‌ای برای کاهش هزینه‌ها یا کاهش تعداد کارکنان نخواهد داشت و با قدرت برای توسعه بازارهای خود تلاش خواهد کرد.

وجود دارد و معتقدند که سهم آنها در این منطقه باید به طور قابل توجهی بزرگتر و سودآورتر باشد.

آدیداس حاشیه سود ۱۱ درصدی را در بازار آمریکای شمالی تا سال ۲۰۲۰ هدف‌گذاری کرده است. در حال حاضر، این رقم بین ۷.۵ تا ۷.۷ درصد است. مدیران آدیداس معتقدند که ایالات متحد آمریکا در آینده نزدیک به عنوان سودآورترین بازار جهان شناخته خواهد شد چراکه این بازار در قیاس با اروپا از پیچیدگی کمتری برخوردار است. در واقع، تنها ۴ یا ۵ زنجیره خرده‌فروشی مهم کل ایالات متحد آمریکا را پوشش می‌دهند. در سه ماهه سوم سال ۲۰۱۷، فروش

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، آدیداس به دنبال آن است که با نایک در بازار ایالات متحد آمریکا رقابت کند. در حال حاضر آمریکای شمالی حدود ۲۰ درصد از فروش آدیداس را شامل می‌شود. در شرایطی که آدیداس رقابت تنگاتنگی با نایک در سایر نقاط جهان دارد، اما نایک هنوز در بازار آمریکا پیشرو محسوب می‌شود. از آنجایی که سهم آمریکای شمالی از بازار ورزشی در جهان ۳۷ درصد است، آدیداس حضور کمرنگ‌تر در این منطقه را به عنوان بزرگترین ضعف خود قلمداد می‌کند. بنابراین مدیران این برند احساس می‌کنند که فرصت‌های زیادی در آمریکای شمالی



رشد بازار پوشاک ورزشی در جهان

گروه مترجمین مجله.

پیش‌بینی می‌شود ارزش بازار جهانی لباس ورزشی تا سال ۲۰۲۲ بیش از دو برابر افزایش پیدا کند و از رقم ۷۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ به ۱۸۴٫۶ میلیارد دلار برسد. در سال ۲۰۱۷، درآمد بخش «پوشاک ورزشی و فضای باز» ۵۳ میلیارد و ۲۴ میلیون دلار به ثبت رسید و انتظار می‌رود بین سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۲ نرخ رشد سالانه ۱۱ درصدی را تجربه کند. در نتیجه درآمد این بخش تا

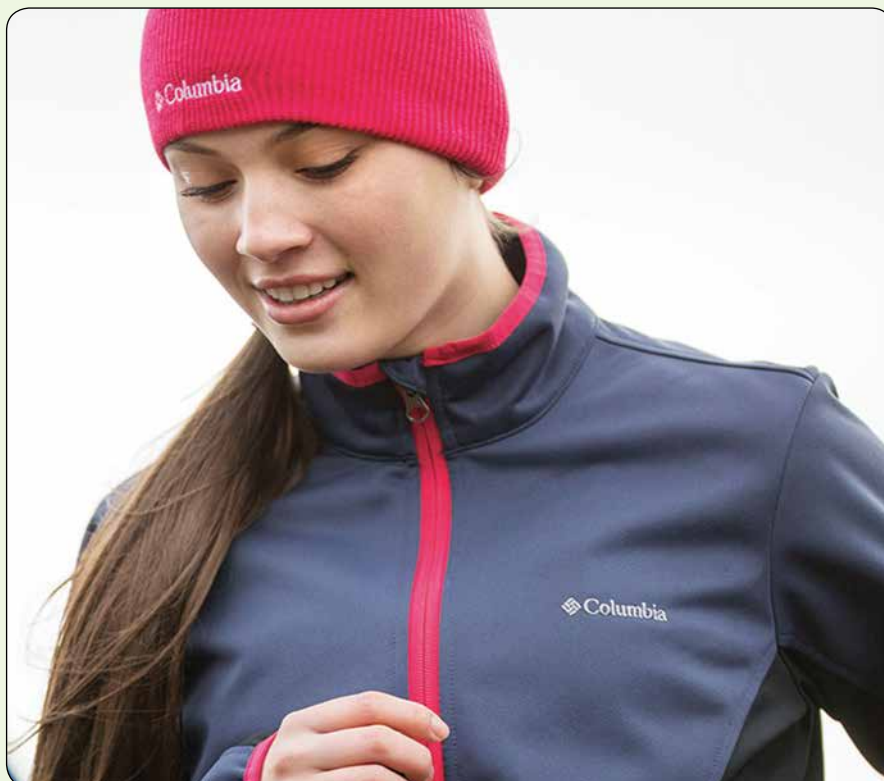
سال ۲۰۲۲ به ۸۹ میلیارد و ۴۲۸ میلیون دلار افزایش پیدا خواهد کرد. میزان اقبال مردم جهان به پوشاک ورزشی یا به تعبیر دیگر، بخشی از جمعیت جهان که از پوشاک ورزشی استفاده می‌کنند، در سال ۲۰۱۷ رقم ۸٫۲ درصد بوده و انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۲ به ۱۰٫۴ درصد برسد. برای برندهای پوشاک جهان، بخش ورزشی دومین بخش از لحاظ رشد سریع بازار

محسوب می‌شود. چین، آمریکای لاتین و اروپای مرکزی و شرقی بازارهای اصلی البسه ورزشی در جهان هستند. آنطور که در پژوهش موسسه تحلیلگران صنعت جهان (Global Industry Analysts) آمده، پیش‌بینی می‌شود بازار جهانی پوشاک ورزشی و تناسب اندام تا سال ۲۰۲۴ به ۲۳۱٫۷ میلیارد دلار برسد. این روند افزایشی از رشد جمعیتی از جهان که سبک زندگی سالم‌تر را برگزیده‌اند و همچنین افزایش مشارکت عمومی در فعالیت‌های ورزشی و تناسب اندام، نشئت می‌گیرد. بر اساس این گزارش، منطقه آسیا پاسیفیک با نرخ رشد سالانه ۶٫۹ درصدی در بازه مورد بررسی، سریع‌ترین رشد را در بین تمام مناطق جهان تجربه خواهد کرد.

بررسی موسسه بین‌المللی یورومانیتر نیز نشان می‌دهد طی سه سال گذشته، صنعت پوشاک جهانی به واسطه افزایش فروش پوشاک ورزشی، عملکرد قدرتمندی را به ثبت رسانده است. فروش پوشاک ورزشی برای سومین سال متوالی، از فروش سایر اقلام پوشاک سبقت گرفته و در سال ۲۰۱۷ رشد تقریباً ۷ درصدی را تجربه کرده است.

بازارهای نوظهور

سه دوره آینده بازی‌های المپیک در قاره





آسیا برگزار خواهد شد و روسیه و قطر نیز میزبانان بعدی جام جهانی فوتبال هستند. منطقه آمریکای جنوبی نیز منطقه دیگری است که برندهای پوشاک باید روی آن متمرکز شوند. برزیل به عنوان یکی از کشورهای این منطقه اگرچه میزبانی بازی‌های المپیک را پشت سر گذاشته، اما هنوز هم مملو از فرصت‌هاست. مکزیک نیز همچنان به عنوان یک بازار قابل توجه و روبه رشد برای مجموعه‌ای از کالاها و رویدادهای مرتبط با ورزشی شناخته می‌شود. در واقع، کشورهای برزیل، مکزیک، کلمبیا و پرو در سال‌های اخیر، سهم برجسته‌ای در بین مشتریان برندهای آدیداس و نایک داشته‌اند که این موضوع، اهمیت آمریکای لاتین را به عنوان یک بازار هدف مورد تاکید قرار می‌دهد. با این حال، نباید از این نکته غافل شد که

آسیا و به خصوص چین، همچنان محور و مرکز اصلی توجهات هستند. چین در حال حاضر دومین بازار بزرگ پوشاک ورزشی بعد از ایالات متحد آمریکا محسوب می‌شود و ظرفیت زیادی برای فعالیت برندهای ورزشی با سابقه و جدید، در خود دارد. این کشور دارای طبقه متوسط بزرگ و پویاست که گرایش فزاینده‌ای به سلامت و تناسب اندام دارند و متعاقباً تقاضای چشمگیری برای برندهای پوشاک ورزشی خارجی در این کشور وجود دارد. چین همچنین میزبانی بازی‌های المپیک زمستانی ۲۰۲۲ را بر عهده دارد و دولت این کشور به منظور ترویج فعالیت‌های ورزشی و تناسب اندام در سراسر کشور، قصد دارد ۸۱۳ میلیارد دلار صنایع و زیرساخت‌های ورزشی را تا سال ۲۰۲۵ ایجاد کند. هدف از این سرمایه‌گذاری، تقویت مصرف داخلی در بخش ورزش

از جمله پوشاک ورزشی می‌باشد. در اروپا نیز و در شرایطی که بسیاری از کشورها دارای بازار ورزشی بالغ و تکامل یافته هستند، بخش عمده‌ای از کشورها هنوز هم رشد قابل توجهی را در زمینه تجارت کالاها و ورزشی هم در داخل و هم خارج از اروپا تجربه می‌کنند. در این زمینه، رشد چشمگیر بازار در کشورهای اروپای مرکزی و شرقی قابل توجه است: کشورهای مجارستان، لاتویا، کرواسی، اسلواکی، بلغارستان و لهستان تنها کشورهایی هستند که نرخ رشد سالانه بالای ۱۰ درصد را برای صادرات به ثبت رسانده‌اند. همچنین لهستان و اسلواکی تنها کشورهایی هستند که بین سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۵ نرخ رشد سالانه بالای ۱۰ درصد را هم در واردات و هم در صادرات پوشاک و اقلام ورزشی ثبت کرده‌اند.

پیشینه کوتاه برند GAP غول آمریکایی تولیدکننده پوشاک



برند Gap به عنوان یکی از شرکت‌های اصلی تولیدکننده پوشاک در آمریکا شناخته می‌شود که خواستگاه اصلی‌اش سن فرانسیسکو است. اولین فروشگاه Gap توسط دونالد فیشر (Donald Fisher) و همسرش دوریس فیشر (Doris Fisher) در سال ۱۹۶۹ راه اندازی شد.

بنیان‌گذاران Gap

دونالد فیشر توسعه‌دهنده املاک و مستغلات بود که همواره ایده فروش لباس در فروشگاه‌های زنجیره‌ای برایش جذابیت داشت. او در اصل به دنبال جذب

نسل جوانی از خریداران بود که به دنبال خرید اجناس ارزان، راحت و ماندگار مانند شلوار جین هستند. اولین فروشگاه او در نزدیکی دانشگاه سن فرانسیسکو بود. شیوه جذب مشتری او اینطور بود که در فروشگاه موسیقی پخش می‌کرد و به‌صورت غیرمستقیم جوان‌ها را برای خرید شلوارهای جین به سمت فروشگاه خودش می‌کشاند. متأسفانه، دونالد شروع خوبی نداشت و خیلی زود به آستانه ورشکستگی رسید و مجبور شد که سهام خود را به نازل‌ترین قیمت ممکن بفروشد.

به فروش رسیدن سهام ظرف چند روز او را

متعجب کرد. دونالد متوجه شد که تقاضای کافی برای محصولات وجود دارد اما قیمت نقش تعیین‌کننده‌ای در این معامله بازی می‌کند. بنابراین تصمیم گرفت که همان روند پیشین را دوباره تکرار کند. این بار با این تفاوت که جین‌ها در سایزهای مختلف موجود شدند و قیمت‌ها پایین نگه داشته شدند تا نسل جوان و دانشجو بتوانند از پس خرید کردن آنها بریابند. حالا قضیه فرق کرد. او می‌توانست مقدار زیادی از اجناس خود را طی چند روز بفروشد. به‌این ترتیب او تصمیم گرفت که فروشگاه‌های بیشتری را باز کند. فروشگاه‌هایی با دیوارهای رنگی

فروشگاه‌های آن‌ها به بیش از ۹۵ فروشگاه در سرتاسر آمریکا رسید. آن‌ها همچنین چند برند زیرشاخه دارند که از آن جمله می‌توان به Banana republic و Old Navy و برند کودکانه Gap اشاره کرد که تمرکز آن‌ها بر روی گروه خاصی از خریداران بود و لباس‌های مورد علاقه آن‌ها را تولید و عرضه می‌کردند.

از آن زمان به بعد، گپ مسیر موفقیت خود را تا تبدیل شدن به بزرگترین خرده‌فروشی دنیا به شکل صعودی طی کرد. در سال ۲۰۰۸ شرکت Gap، ۱۳۰ هزار کارمند در بیش از ۳۰۵۰ فروشگاه در سرتاسر دنیا داشت. امروزه فروشگاه‌های Gap در بیش از ۵۰ کشور دنیا حضور دارند. در سال ۲۰۱۲، درآمد سالیانه Gap ۱۵ میلیارد دلار گزارش شد که سود خالص آن به یک میلیارد دلار می‌رسید. شرکت Gap یکی از شرکت‌هایی است که مسیر رو به رشد خود را در طول تاریخ بسیار سریع طی کرده است.

سایزها و رنگ‌های متنوعی ارائه می‌دادند. تا سال ۱۹۸۰ فروش آن‌ها سه برابر شد و درآمد سالیانه شرکت به نزدیک ۳۰۵ میلیون دلار رسید. تا پایان سال ۱۹۷۰، Gap خط تولید لباس‌های خود را راه‌اندازی کرده بود که در فروشگاه‌های خود آن‌ها را عرضه می‌کرد. در سال ۱۹۸۰ برند Gap ۴۵ درصد فروش فروشگاه‌ها را به خود اختصاص می‌داد. خیلی زود آن‌ها محصولات Gap را به مهم‌ترین محصول قابل فروش در فروشگاه‌ها تبدیل کرده و سایر محصولات را در پس زمینه قرار دادند.

فقط Gap بفروشیم

گرفتن این تصمیم برای آن‌ها چالش بزرگی بود و ممکن بود آینده فروشگاه را به مخاطره بیندازد چرا که آن‌ها در ابتدا با فروش نام‌های مشهور آغاز کرده بودند اما نتیجه موفقیت‌آمیز بود. در سال ۱۹۸۷ آن‌ها به درآمد یک میلیارد دلار رسیدند و عدد

که فضای داخلی‌شان را صدای موسیقی پر می‌کرد و باعث سرگرمی و نشاط خریداران می‌شد.

دو سال بعد از بازگشایی اولین فروشگاه، Gap توانست درآمد سالانه تقریباً ۲,۵ میلیون دلار را به ارمغان بیاورد. با شناخته‌تر شدن برند، فروشگاه‌های بیشتری در سطح آمریکا افتتاح شدند. به طوری که تا سال ۱۹۷۶ درآمد حاصل از فروش محصولات Gap به ۱۰۰ میلیون دلار رسید. این مقدار چهل برابر عددی بود که تا پنج سال پیش‌ازین زمان به دست آمده بود. تعداد فروشگاه‌ها نیز به ۱۸۰ فروشگاه در ۲۱ ایالت آمریکا رسید.

اجناس محدود؛

سایزها و رنگ‌های متنوع

تمرکز ویژه مدیران Gap در فروشگاه‌های خود بر روی این موضوع بود که آن‌ها اجناس محدودی را در فروشگاه‌هایشان عرضه می‌کردند اما همین اجناس محدود را در





گزارش ماهانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (اول دسامبر ۲۰۱۷)

افزایش تولید در فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، پیش‌بینی دبیرخانه کمیته مشورتی جهانی پنبه حاکی از آن است که سطح زیر کشت پنبه بعد از دو سال کاهش متوالی، با ۱۱ درصد افزایش به ۳۲,۵ میلیون هکتار در فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ خواهد رسید. انتظار می‌رود سطح کشت پنبه در هند به ۱۱,۵۵ میلیون هکتار در فصل زراعی مذکور رسیده و میزان تولید این کشور نیز با رشد ۸,۷ درصدی به ۶,۲ میلیون تن برسد. در ایالات متحد آمریکا سطح کشت پنبه برای دومین سال متوالی افزایش یافته و به ۴,۶ میلیون تن خواهد رسید که مبین افزایش ۲۰ درصدی است. پیش‌بینی می‌شود سطح کشت پنبه در پاکستان بعد از چندین سال روند کاهشی، در فصل زراعی

۲۰۱۷-۱۸ رقم ۲۴ درصد افزایش پیدا کرده و به ۳,۱ میلیون تن بالغ گردد و متعاقباً تولید پنبه این کشور نیز با رشد ۲۴ درصدی به ۲,۰۶ میلیون تن برسد.

در مجموع پیش‌بینی دبیرخانه نشان می‌دهد که میزان تولید در تمام کشورهای اصلی تولیدکننده پنبه از جمله چین، برزیل، منطقه فرانسوی آفریقا و ترکیه در فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ افزایش پیدا کند. لازم به ذکر است که تولید جهانی پنبه در فصل زراعی ۲۰۱۶-۱۷ رقم ۷ درصد افزایش پیدا کرد و انتظار می‌رود در فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ نرخ رشد ۱۲ درصدی را تجربه کند. از سوی دیگر، پیش‌بینی می‌شود مصرف جهانی

کارخانجات در این فصل زراعی با رشد ۳ درصدی همراه شده و به ۲۵,۲ میلیون تن بالغ گردد. از اواسط سال ۲۰۱۷ شکاف بین قیمت‌های پنبه و قیمت‌های پلی‌استر در حال کم شدن است و همین موضوع تمایل برای مصرف پنبه را افزایش می‌دهد. در حالی که مصرف کارخانجات رو به افزایش است، میزان موجودی انبارها نیز همچنان رشد پیدا خواهد کرد چراکه میزان تولید از میزان مصرف پیشی گرفته است.

انتظار می‌رود واردات پنبه توسط چین با رشد یک درصدی مواجه شده و به ۸,۱۲ میلیون تن برسد. همچنین پیش‌بینی می‌شود مصرف پنبه در کشورهای هند، پاکستان، ترکیه، بنگلادش، ویتنام و برزیل رشد ملایمی را تجربه کند.

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

دوره	۲۰۱۵-۱۶	۲۰۱۶-۱۷	۲۰۱۷-۱۸		
شرح	میزان	تغییرات ماهانه	میزان	تغییرات ماهانه	میزان
تولید	۲۱,۴۸	۰,۰۰	۲۳,۰۰	-۰,۰۴	۲۵,۷۴
مصرف	۲۴,۱۸	۰,۰۰	۲۴,۵۲	-۰,۰۴	۲۵,۲۲
واردات	۷,۵۷	۰,۰۰	۸,۱۱	-۰,۰۳	۸,۱۵
صادرات	۷,۵۵	۰,۰۰	۸,۱۱	-۰,۰۳	۸,۱۵
موجودی آخر دوره	۲۰,۲۴	۰,۰۰	۱۸,۷۱	۰,۱۷	۱۹,۲۴
شاخص Cotlook A (سنت/پوند)	۷۱		۷۰		۷۲



ICAC

SUPPLY AND DISTRIBUTION OF COTTON

December 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	18.71
CHINA	6.696	10.811	13.280	14.118	12.65	10.63
USA	0.729	0.827	0.512	0.795	0.83	0.60
PRODUCTION						
WORLD TOTAL	27.079	26.225	26.269	21.483	23.00	25.74
INDIA	6.290	6.766	6.562	5.746	5.73	6.23
CHINA	7.600	7.000	6.600	5.200	4.90	5.25
USA	3.770	2.811	3.553	2.806	3.74	4.65
PAKISTAN	2.002	2.076	2.305	1.537	1.66	2.06
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	4.072	4.65	5.18
CONSUMPTION						
WORLD TOTAL	23.450	24.101	24.587	24.180	24.52	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	0.71	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	8.11	8.15
USA	2.836	2.293	2.449	1.993	3.25	3.18
INDIA	1.690	2.015	0.914	1.258	0.99	1.07
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	0.65
UZBEKISTAN	0.690	0.615	0.550	0.500	0.34	0.37
AUSTRALIA	1.343	1.058	0.527	0.616	0.81	0.73
IMPORTS						
WORLD TOTAL	10.213	8.858	7.789	7.571	8.11	8.15
BANGLADESH	1.055	1.112	1.183	1.378	1.41	1.54
VIETNAM	0.517	0.687	0.934	1.001	1.20	1.40
CHINA	4.426	3.075	1.804	0.959	1.10	1.34
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	0.00	0.00
STOCKS ADJUSTMENT 2/	-0.075	-0.063	-0.047	-0.034	-0.01	0.00
ENDING STOCKS						
WORLD TOTAL	19.428	21.317	22.955	20.243	18.71	19.24
CHINA	10.811	13.280	14.118	12.650	10.63	9.09
USA	0.827	0.512	0.795	0.827	0.60	1.35
ENDING STOCKS/MILL USE (%)						
WORLD-LESS-CHINA 3/	55	49	52	46	49	59
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.

آمریکا به دنبال افزایش صادرات پنبه به بنگلادش بزرگترین صادرکننده، به دنبال بزرگترین واردکننده

را به عنوان کشور پیشرو در زمینه واردات طلای سفید تثبیت خواهد کرد. با این وجود، بنگلادش برای تامین پنبه مورد نیاز خود، به شدت به هند وابسته است. به طوری که حدود ۶۰ درصد از واردات پنبه بنگلادش از طریق هند تامین می‌شود.

زمان تحویل کوتاه‌تر اغلب به عنوان دلیل اصلی وابستگی بنگلادش به پنبه هندی ذکر می‌گردد. از این دیدگاه، فاصله جغرافیایی بنگلادش نسبت به ایالات متحد آمریکا یک چالش بزرگ برای افزایش تجارت آمریکا و بنگلادش در بخش پنبه به شمار می‌رود.

۲۰۲۴ میزان صادرات پنبه خود را به این کشور آسیایی، به بیش از یک میلیون عدل برساند. بزرگترین مزیت پنبه آمریکا، آلودگی کمتر آن در قیاس با پنبه سایر کشورهاست. همچنین کیفیت الیاف در آمریکا به کمک گونه‌های جدید بذر و شیوه‌های جدید تولید، تقویت شده است.

در حال حاضر، بنگلادش بزرگترین واردکننده پنبه در جهان شناخته می‌شود. پیش‌بینی شده که این کشور در فصل زراعی ۲۰۱۷-۱۸ حدود ۷,۱ میلیون عدل پنبه وارد کند که این موضوع، جایگاه بنگلادش

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، ایالات متحد آمریکا قصد دارد صادرات محموله‌های پنبه خود را به بنگلادش دست کم ۱۰ درصد در سال افزایش دهد. در بیشتر کشورهای مهم آسیایی تولیدکننده پوشاک، سهم صادرات پنبه آمریکا بین ۱۵ تا ۴۰ درصد است در حالی که این سهم در بنگلادش هنوز حدود ۱۰ درصد گزارش شده است.

سال گذشته، حدود ۶۰۰ هزار عدل پنبه از آمریکا به مقصد بنگلادش صادر شد و ایالات متحد امیدوار است که تا سال





مدیر امور زراعت سازمان جهاد کشاورزی استان البرز خبر داد: برداشت حدود ۸۵ هکتار از مزارع پنبه

وی ادامه داد: از سوی دیگر با پایش مداوم و کنترل به موقع عوامل خسارت‌زا که با تلاش کشاورزان و نظارت فنی کارشناسان جهاد کشاورزی صورت می‌گیرد آفات و بیماری‌های پنبه در مزارع این استان خسارت اقتصادی چندانی وارد نمی‌کند و در نتیجه میزان استفاده از سموم شیمیایی بسیار ناچیز است. وی گفت: برداشت در مزارع پنبه در سال زراعی جاری از تاریخ ۲۰ آبان آغاز شده که تا ۱۲ آذر نزدیک به ۸۵ هکتار از مزارع برداشت شده است.

متبوع وارد چرخه تولید پنبه در سطح استان البرز کرده است.

مدیر امور زراعت سازمان جهاد کشاورزی استان البرز ادامه داد: میانگین آبیاری محصول پنبه در شهرستان اشتهارد ۹-۱۰ نوبت در آبیاری نشتی و کرتی است. لذا تلاش سازمان جهاد کشاورزی برای صیانت از منابع آبی، حمایت از توسعه روش آبیاری نوین (تیپ) و توسعه کشت نشائی در مزارع پنبه بوده و برش سالیانه لازم تهیه و به مدیریت‌های شهرستانی نیز ابلاغ شده است.

مدیر امور زراعت سازمان جهاد کشاورزی استان البرز گفت: برداشت در مزارع پنبه در سال زراعی جاری از تاریخ ۲۰ آبان آغاز شده و محصول نزدیک به ۸۵ هکتار از مزارع برداشت شده است. به گزارش ایسنا، علی حیدری گفت: کشت پنبه در سطح ۱۶۰ هکتار از اراضی شهرستان اشتهارد با تعداد ۳۰ نفر بهره بردار در سال زراعی ۹۵-۹۶ صورت گرفته بود که از سطوح یاد شده ۱۵۰ هکتار آن به صورت کشت اول و ۱۰ هکتار آن به صورت کشت دوم (جاکشت مزارع غلات) انجام شد. وی افزود: برای ترویج استفاده بهینه و صرفه‌جویی در آب مصرفی مزارع، روش کشت نشائی پنبه بر اساس برنامه ابلاغی حدود ۱,۵ هکتار به صورت کشت نشائی-حفاظتی، همراه با آبیاری تیپ و با استفاده از یک رقم وارداتی جدید پنبه برای اولین بار در استان انجام شد.

حیدری، بذور مورد استفاده در کشت پنبه را عموماً شامل بذور ایرانی نوع کرکدار و بذور دلینته شده از ارقام ورامین و خرداد عنوان کرد و گفت: تاریخ متداول کشت محصول پنبه در استان البرز از اوایل اردیبهشت‌ماه تا اواسط خردادماه است و با توجه به عدم تولید مناسب رقم ورامین که در چند ساله گذشته بیشترین سطح کشت پنبه را به خود اختصاص داده بود این سازمان به تازگی ارقام دیگری از جمله رقم ایرانی خرداد و برخی ارقام خارجی را با هماهنگی وزارت



افزایش تولید پنبه الیاف بلند در مصر عزم دولت مصر برای تقویت بخش پنبه



به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، تولید پنبه الیاف بلند در مصر بر اساس برنامه‌های دولت این کشور، گسترش خواهد یافت و ۱۲۸ کارخانه تحت تملک بخش بازرگانی عمومی، به منظور تقویت تولید، بازسازی خواهند شد. این موضوع را شریف اسماعیل نخست وزیر مصر در جریان افتتاح دومین نمایشگاه «به مقصد آفریقا» در زمینه پوشاک و منسوجات که اخیراً در قاهره برگزار شد، مطرح کرده است. همچنین دولت مصر مایل است که در زمینه بازسازی و احیای کارخانجات ریسندگی و بافندگی این کشور مشارکت و همراهی نماید. گفتنی است صادرات پنبه مصرف بین

ماه‌های ژوئن و آگوست ۲۰۱۷ (سه‌ماهه چهارم فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶) با کاهش ۳۸ درصدی به ۳۲۷۶ تن رسیده در حالی که این رقم در مدت مشابه سال قبل ۵۷۳۳ تن بوده است. هند با واردات ۱۴۷۴ تن پنبه، در صدر کشورهای واردکننده پنبه مصری در مدت مذکور قرار داشته و سهم این کشور از صادرات پنبه مصر، ۴۱،۵ درصد محاسبه شده است. بر اساس گزارش سه ماهه آژانس اطلاعات دولت مصر، افت صادرات پنبه به دلیل کاهش سطح زیر کشت این محصول اتفاق افتاده است. بر اساس این گزارش، کل مصرف پنبه داخلی در مصر در فاصله ژوئن تا آگوست

۲۰۱۷ رقم ۱۷۶۱ تن بوده در حالی که این میزان در مدت مشابه سال قبل، رقم ۴۸۳۲ تن گزارش شده است. این آمار، کاهش ۶۳ درصدی مصرف پنبه مصری در داخل این کشور را نشان می‌دهد. در ماه جولای، عبدالفتاح السیسی رئیس جمهور مصر، جلسه‌ای را با نخست وزیر این کشور و همچنین وزرای کشاورزی و تجارت و بخش شرکت‌های دولتی برگزار کرد تا راه‌های تقویت صنعت پنبه مصر مورد بررسی قرار گیرد. لازم به ذکر است بر اساس آمار وزارت تجارت مصر، صنعت نساجی و ریسندگی ۲۶،۴ درصد از کل تولید صنعتی این کشور را به خود اختصاص می‌دهد.



مهاجرت نخبگان؛ رنج اقتصاد ایران

مسعود خوانساری رییس اتاق بازرگانی تهران

دقیقا همان امکان را از خودمان سلب کرده‌ایم. مهاجرت را تنها به نیروهای دانشگاهی خلاصه نکنید و تصور کنید که یک قالیباف یا یک طراح نخبه ایرانی به آن سوی مرزها می‌رود. محصول این است که کشور هدف، حالا یک بافنده ماهر فرش پیدا کرده و می‌تواند تولید قابل عرضه داشته باشد و ما هم دیگر آن استعداد و امکان را نداریم. به معنایی در عرصه رقابت، بازی به نفع طرف‌های مقابل تغییر می‌کند. در مورد پسته و فرش هم این اتفاق رخ داده و کشورهای دیگر از وجودشان بهره‌مند شده‌اند.

در مورد ایران آمارهای دقیقی وجود ندارد به طوری که برخی برآوردها نشان می‌دهد نزدیک به ۵,۵ میلیون نفر از ایرانی‌ها در آن سوی مرزها زندگی می‌کنند و این یعنی کشور از مزیت همراهی و استفاده از توان آنها بی‌بهره است. آمار مرکز جهانی مهاجرت هم نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۵ معادل ۱,۴۰ درصد از کل جمعیت ایران خارج کشور زندگی می‌کنند. در سال ۱۳۸۸ وزارت علوم اعلام کرد از ابتدای انقلاب از میان ۱۲ هزار دانشجویی که با هزینه دولت به کشورهای مختلف رفته‌اند، ۴۰۰ نفر بازنگشته‌اند، همچنین ۶۰ هزار دانشجوی ایرانی در خارج از ایران تحصیل می‌کنند. براساس آمارهای رسمی

غیرقابل انکار دارد که برخی از آنها چنین‌اند: اول: افراد باقی‌مانده و به‌خصوص نیروهای کارآزموده دائما با خود در این کلنجر هستند در صورتی که مانند هم‌دوره‌ای‌ها یا همکارانشان مهاجرت می‌کردند، فرصت بهتری برای زندگی داشتند. محصول این فکر کاهش میزان علاقه و تمایل آنها به کار فعلی‌شان است و در نتیجه میزان بهره‌وری به شدت کاهش می‌یابد.

دوم: مهاجرت اساسا یک پدیده اقتصادی و اجتماعی نامطلوب است، چراکه فرد مهاجر اثرات غیرقابل انکاری در حلقه اطرافیان خود دارد. به این معنا که نباید انتظار داشت در صورت مهاجرت یک عضو خانواده، دیگر اعضا هیچ واکنش احساسی و عاطفی نداشته باشند و بنابراین تا یک دوره بسیار مشخص زمانی، تمامی اعضای خانواده از نظر فکری و عاطفی درگیر فرد مهاجر می‌مانند و در نتیجه ذهن‌شان برای عمل به برنامه‌های کاری خلاقانه یا رو به جلو مهیا نیست.

سوم: فضای اقتصاد جهانی سراسر رقابت است. وقتی ما جوان نخبه‌ای را به کشورهای منطقه یا اروپایی می‌فرستیم، در واقع امکان تولید کالا، صنعت یا محصولی را به آن کشور داده‌ایم و

اخیرا خبری منتشر شده که نشان می‌دهد حدود ۱,۵ میلیون ایرانی در آستانه مهاجرت قرار گرفته‌اند. صرف‌نظر از اینکه این خبر تا چه اندازه به واقعیت نزدیک باشد، می‌توان بیان داشت که مهاجرت و به‌خصوص مهاجرت نخبگان در ایران به مسئله‌ای جدی تبدیل شده است که باید در مورد آن فکر کرد. بخش قابل توجهی از این مشتاقان مهاجرت را جمعیت جوان تحصیل‌کرده‌ای تشکیل می‌دهند که سال‌ها نظام آموزشی کشور برای پرورش آنها هزینه پرداخته و حالا آنها پیش از آنکه بازدهی مناسبی برای اقتصاد ملی داشته باشند، دقیقا قبل از فصل شکوفایی، مرزهای این کشور را ترک می‌کنند. چند هفته قبل گزارشی در یکی از رسانه‌های کشور منتشر شده بود که نشان می‌داد از برندگان چند دوره المپیادهای علمی کشور که جمعیت‌شان به ۱۵۰ نفر می‌رسید، به غیر از یک نفر ۱۴۹ نفر دیگر مهاجرت کرده‌اند. آیا این اتفاق را تنها می‌توان به عنوان یک مشکل عادی عنوان کرد؟

موضوع مهاجرت تنها یک بحث انسانی و محدود به حوزه‌های جامعه‌شناسی نیست. مهاجرت برای اقتصاد ایران خسارت‌های مالی به همراه دارد. به این نکته نیز باید توجه داشت که مهاجرت گسترده شهروندان چند اثر جانبی

نسبت خروج فارغ التحصیلان از ایران به تعداد کل این افراد ۱۵ درصد است. تعداد مهاجران ایرانی به آن سوی مرزها تا چهار دهه پیش تنها ۵۰ هزار نفر بوده است. مهاجرت نخبگان چنان رواج داشته است که در چند سال گذشته صندوق بین المللی پول، ایران را از این نظر در رتبه نخست جهان قرار داد.

به هر حال اعداد گویای این موضوع است که مهاجرت به بحثی جدی تر از همیشه در اقتصاد ایران تبدیل شده است. نیروهای نخبه ای مانند مرحوم مریم میرزاخانی، فیروز نادری و... همگی از دل همین جامعه و اقتصاد به کشورهای دیگر رفته اند. البته و صدا البته سوالی اساسی هم وجود دارد، اینکه آیا اگر این نخبگان در ایران باقی می ماندند، احتمالا به این میزان بازدهی و اعتبار می رسیدند؟ به نظر می رسد ساختار حاکم بر اقتصاد ایران چنان نیست که بتواند این افراد صاحب آینده را به جایگاهی درخشان برساند. کما اینکه بسیاری از نخبگان دیگر هم در کشور ماندند ولی امروز اثری از آنها در اقتصاد نمی توان یافت یا اگر اثرگذار هم باشند، به اندازه نمونه های مهاجر نیستند. بخشی از مهاجران جوانانی هستند که باید آنها را نیروهای متخصص، فعال و صاحب خلاقیت و دانش محسوب کرد که تنها برای دستیابی به شغل و زندگی بهتر راهی آن سوی مرزها شده اند. این گروه در صورتی که در ایران وضعیت کاری مناسبی پیدا کنند و امکان زیست مناسب داشته باشند، احتمالا دست به مهاجرت نمی زنند.

بخشی از دلایل مهاجرت نخبگان کشور به آن سوی مرزها به موضوع زیست شهروندی مربوط است. این افراد علاقه دارند در آسایش و امنیت زندگی کنند و گاهی به دلیل برخی تصمیم گیری ها احساس امنیت در آنها از بین می رود. محصول این اتفاق پیش کشیده شدن گزینه مهاجرت برای جوانانی است که در

هر جای دیگر دنیا هم می توانند شغل و زندگی داشته باشند. متأسفانه طی سال های اخیر ایران بیش از اندازه سیاسی و به معنایی سیاست زده شده است. این سیاست زدگی احساس آرامش و امنیت را به خطر می اندازد و موضوع مهاجرت را باز هم پیش می کشد. نکته قابل توجه اینجا است که مهاجران ایرانی در کشورهای دیگر به دلیل اینکه شهروند درجه دو تلقی می شوند، خود را از مناقشات داخلی که می تواند سیاسی یا اجتماعی خاص کشور مقصد باشد کنار می کشند و عملاً زیست شان در فضایی به شدت آرام و فارغ از احوالات پیرامونی صورت می گیرد. اتفاقاً این نوع رفتار برای آنها که از جوی سیاست زده به فضایی آرام رفته اند، مطلوبیت هم به همراه می آورد.

نسل های بعدی این ایرانیان مهاجر به دلیل اینکه هیچ اتصال به فرهنگ ایرانی ندارند، عملاً نشانی از هویت ملی شان را بروز نمی دهند و این گونه یک نسل نخبه از کشور دور می شود. برای درک بهتر این وضعیت بهتر است به آمارهای صندوق بین المللی پول توجه شود که نشان می دهد ایران در بین ۹۱ کشور جهان از نظر فرار مغزها رتبه اول را در اختیار دارد و سالانه تا ۱۸۰ هزار نفر با تحصیلات عالیه از کشور خارج می شوند. طبق آمار صندوق بین المللی پول هم اکنون بیش از ۲۵۰ هزار مهندس و پزشک ایرانی در آمریکا هستند. طبق آمار رسمی اداره گذرنامه، در سال ۸۷ روزانه ۱۵ کارشناس ارشد، ۴ دکتر و سالانه ۵۴۷۵ نفر لیسانسیه از کشور مهاجرت کردند. این اعداد تایید کننده وضعیت نامطلوب ایران در مورد پدیده مهاجرت است. اما موضوع نگران کننده این است که آیا راهکاری برای نگه داشتن طیف مهاجران اقتصادی وجود دارد؟ حسرت بزرگ همین جاست که اقتصاد ایران پتانسیل های ذاتی بسیاری دارد که می توان با بهره گیری از آنها به اقتصادی

قابل رشد رسید و در این صورت است که مقداری از بار مهاجرت کاسته می شود. به همین جهت وقتی در مورد موضوعات صرفاً اقتصادی مانند بهبود محیط کسب و کار، کاهش حجم بوروکراسی حاکم بر اقتصاد، رفع قوانین مزاحم، بهبود وضعیت ساختارهای نظام مالیاتی، بانکی و ارزی، مبارزه با فساد، ایجاد فضای رقابتی در اقتصاد، ایجاد شفافیت و در یک کلام بهینه سازی ساختار اقتصادی صحبت می شود، تنها اقتصاد نیست که نفع می برد و این جامعه است که از ثمرات زندگی بهتر شهروندان کشور بهره مند می شود.

یک نمونه ساده در نظام اقتصادی ایران موضوع استارت آپ ها است. تنها طی دوره ای کوتاه و به سبب ایجاد بسترهای اینترنتی و قانونی، موجی از امید در میان جوانان تحصیل کرده ایجاد شد و آنها از این فضا برای خلق بنگاه هایشان استفاده کردند. البته همانند که مدتی بعد فشارهای ملموس و ناملموس اقتصادی، همان عرصه را هم تنگ کرد ولی حداقل طی زمانی مشخص بخشی از نیروهای که ممکن بود برای خلق فرصت شغلی مناسب از کشور مهاجرت کنند، در ایران باقی ماندند و بنگاه های خلاقیت محور را تاسیس کردند. جان کلام اینکه جامعه و اقتصاد هردو به یکدیگر اتصال ناگسستنی دارند. بهبود این دو باید همزمان صورت گیرد و البته که اقتصاد اولویت های بیشتری دارد ولی باید دقت داشت که موضوعات به ظاهر اجتماعی مانند مهاجرت در میان مدت می تواند چه اثرات تخریبی عظیمی بر پیکره اقتصاد این سرزمین داشته باشد. با این نگاه موضوع بازسازی اقتصاد ایران هم به موضوعی ملی تبدیل می شود که دیگر در دایره تنگ اختلافات سیاسی و جناحی نمی گنجد. برای اینکه از رنج مهاجران کم کنیم، باید زودتر به فکر بازسازی اقتصاد این کشور باشیم.



نقش مدیران در ایجاد مشکلات فعلی

هادی حق شناس کارشناس اقتصادی

مدیریت در ابعاد مختلف باشد که بخشی از آن نیز در بنگاه‌های اقتصادی دولتی به راحتی قابل رصد کردن است. به عنوان یک عدد و یک شاخص برای عدم بهره‌وری شرکت‌های دولتی به این نکته کلیدی باید اشاره شود؛ اگر براساس بودجه سال آینده بانک‌ها و شرکت‌ها مجاز باشند ۸۱۴ هزار میلیارد تومان درآمد و ۸۱۴ هزار میلیارد تومان هزینه داشته باشند، مطمئناً ارزش دارایی‌های این شرکت‌ها چند برابر بودجه آنها است. حال اگر فرض شود ارزش دارایی آنها همین عدد ۸۱۴ هزار میلیارد تومان باشد، سود بلندمدت این پول یا منابع در بانک‌ها معادل کل مالیات وصولی دولت در یک سال است. حال سوال این است که این شرکت‌ها به این میزان سوددهی دارند؟ پاسخ قطعی خیر است و علت آن ناکارآمدی مدیریت در این شرکت‌ها است.

به نظر می‌رسد که دولت به معنی واقعی باید از خود شروع کند، از بالاترین سطوح تا پایین‌ترین سطوح در حد یک بنگاه کوچک اقتصادی یا یک دهیار و یک بخشدار. اگر معیارها براساس همین قانون جامع خدمات مدیریت کشوری باشد و عزل و نصب‌ها به معنای واقعی براساس شایستگی صورت بگیرد، کشور با کمترین هزینه می‌تواند معضلات جدی خود را در میان مدت حل کند. اگر این معضلات قابل حل نبود، امروز کشورهای دیگر نیز مسائل و معضلاتی شبیه به ایران می‌داشتند، اما هنگامی که دیده می‌شود فضای کسب و کار ایران در میان ۱۳۶ کشور رتبه سه رقیمی دارد، بیانگر آن است که حداقل ۱۰۰ کشور در جهان مدیریتی کسب و کار بهتری از ما دارند. وقتی افغانستان دارای نرخ تورم کمتر از پنج درصد است پس باید برای اقتصاد ایران فکر کرد.

سیستم حذف نمی‌شود... این طبیعی است که از ظن مدیران بهترین عملکرد را از آن خود می‌بینند و ایرادی نیز نباید علی‌الظاهر به آنها گرفت. اما این ایراد به مدیران رده بالاتر وارد است که با وجود ناکارآمدی و داشتن کارنامه ضعیف باز مدیران پیشین حفظ می‌شوند یا به سازمان‌های دیگر منتقل می‌شوند. حتی در مواردی مدیری با کارنامه ضعیف ارتقا می‌یابد.

به نظر می‌رسد یکی از مصادیق امر به معروف و نهی از منکر در بحث مدیران است به لحاظ اینکه مدیران امانت‌دار بیت‌المال هستند و هنگامی که منابع مردم با ناکارآمدی مدیریت می‌شود، اتلاف منابعی که شکل می‌گیرد آسیب‌های جدی به حقوق شهروندی وارد می‌شود. اگر امروز در ایران صدها هزار فارغ‌التحصیل دانشگاهی داریم که در سفارتخانه‌های مختلف به دنبال کار در کشورهای دیگر هستند، اگر سرمایه‌گذاری در اقتصاد ملی متناسب با ظرفیت اقتصاد کشور نیست، طبعاً باید به دنبال سوءمدیریت‌ها گشت. بخشی از شاخص‌های اقتصاد کلان کشور محصول عملکرد مدیران است و بخشی نیز ناشی از تحریم‌های ظالمانه یا بحران‌های اقتصادی بیرون از مرزهای کشور، ولی بخش دیگر قطعاً ناشی از ناکارآمدی است.

مصادق واقعی ناکارآمدی‌ها را به راحتی می‌توان در اعداد ۶ برنامه توسعه دید. در برنامه‌های پنج‌ساله هدفگذاری شده بود رشد اقتصادی به هشت درصد برسد و حدود دو و نیم واحد آن نیز متأثر از بهره‌وری بود ولی عملاً آنچه رخ داد در حالت خوش‌بینانه حدود یک درصد بوده است. بنابراین پر واضح است که یکی از ضعف‌های ساختاری اقتصاد ایران، ضعف

انتقاد کردن یکی از شیوه‌های معمول و مرسوم مدیران در ایران و در سطوح مختلف است. در بسیاری از موارد معمولاً در حوزه‌هایی نقد جدی انجام می‌شود که عملکرد دیگران در آن دیده می‌شود و نقدی در خصوص حوزه‌های تحت مدیریت‌شان معمولاً بسیار کم یا ناچیز است. به نظر می‌رسد یکی از مشکلات جدی در حوزه‌های اقتصادی ایران و به طور مشخص علت نرخ تورم، بیکاری و سرمایه‌گذاری نامطلوب در اقتصاد ایران قطعاً به ناکارآمدی بخشی از مدیران کشور باز می‌گردد. طبیعتاً این ناکارآمدی‌ها طی زمان ایجاد شده و معمولاً ناکارآمدی در عرصه‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی خیلی دیر بروز و ظهور پیدا می‌کند.

همین لایحه بودجه سال آینده هنگامی که مورد ارزیابی دقیق قرار می‌گیرد به راحتی یک نکته در آن پیدا می‌شود. این نکته عبارت از آن است که با وجود تفسیر اصل ۴۴ قانون اساسی به سود بخش خصوصی و اعلام صریح سیاست‌های اقتصاد مقاومتی که عصاره هر دو یعنی افزایش سهم بخش خصوصی و مردم در اقتصاد را مورد تأکید قرار داده، می‌بینیم همچنان دو سوم بودجه کشور متعلق به شرکت‌ها است. با وجود واگذاری شرکت‌ها به بخش خصوصی هنوز در تمام ۱۰ سال گذشته و از زمان اجرایی شدن سیاست‌های اصل ۴۴ بودجه شرکت‌ها و بانک‌ها سیر صعودی داشته است. وقتی که رئیس‌جمهوری به صراحت اعلام می‌کند که وزرا قبل از انتخاب شدن قول می‌دهند شرکت‌ها واگذار شود ولی پس از انتخاب رویه دیگری در پیش می‌گیرند؛ این نشانه ضعف مدیریت در سطوح مختلف کشور است. این طبیعی است که هیچ مدیری به شکل خودخواسته از



موانع و راهکارهای جذب سرمایه‌گذاری خارجی

عباس آرگون عضو هیئت نمایندگان اتاق ایران.

سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی که نقش اساسی در ایجاد اشتغال و افزایش رشد و توسعه اقتصادی کشور می‌تواند ایفا کند و از بعد داخلی موجب تحرک بیشتر بخش‌های مختلف اقتصادی و از بعد خارجی باعث ارائه جنبه‌ای مثبت از کشور در صحنه بین‌المللی و تقویت جایگاه سیاسی و امنیتی شود، در شرایط کنونی با موانع و مشکلاتی مواجه است. یکی از موانع جدی در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی وجود محیط کسب و کار نامناسب در کشور است؛ چراکه این فضای نامساعد کسب و کار باعث افزایش هزینه‌های عملکرد بنگاه‌های اقتصادی از یکسو و از بین رفتن اعتماد و انگیزه سرمایه‌گذاران خارجی برای سرمایه‌گذاری از سوی دیگر شده تا منتج به عقب‌نگهداشتن تولید کشور از رقبای جهانی خود شود. به علاوه فشارهای سیاسی و تحریم‌های طولانی‌مدت

کشورمان باعث عقب‌ماندگی نظام بانکی ما و فاصله گرفتن با نظام مالی و استانداردهای بین‌المللی شده و بانک‌های داخلی توان مناسبی برای برقراری روابط با بانک‌های معتبر دنیا و ارائه خدمات به سرمایه‌گذاران خارجی نداشته و سرمایه‌گذاران خارجی نیز تمایلی برای همکاری با بانک‌های درجه پایین‌تر را ندارند.

فقدان اطلاعات جامع و مدون از صنایع مختلف در کشور، عدم توجه به بخش‌های مزیت‌دار اقتصادی و تعیین و اولویت‌بندی نکردن ظرفیت‌های جذب سرمایه، موجب بازدهی پایین سرمایه‌گذاری‌ها و افزایش هزینه تامین مالی شده که این عوامل منجر به کاهش انگیزه و تقاضای سرمایه‌گذاری و در نتیجه کاهش روند سرمایه‌گذاری و عدم تحقق رشد اقتصادی پایدار شده است. در این خصوص ضعف و ابهام در شفافیت و

ماهیت قوانین و مقررات از جمله قانون کار، بیمه، مالیات و سایر قوانین مرتبط به حوزه کسب و کار و نقل و انتقالات ارزی، عدم توسعه یافتگی بازارهای مالی و پیش‌بینی پذیر نبودن سیاست‌های پولی، مالی و ارزی، نوسان‌ها و تغییر در نرخ ارز و چند نرخی بودن آن و بعضاً ذهنیت منفی جامعه به حضور اشخاص خارجی در بخش‌های مختلف اقتصادی از دیگر موانع موجود در جذب سرمایه‌گذاری خارجی است.

بالا بودن ریسک سرمایه‌گذاری و ضعف در تامین امنیت اقتصادی و بیمه سرمایه‌گذاری‌ها و فراهم نبودن زیرساخت‌ها و فقدان برنامه از جذب سرمایه‌های خارجی، وجود بوروکراسی‌های زائد و پیچیده اداری و هزینه بالای آن و درخواست‌های مختلف از سرمایه‌گذاران و عدم اجماع در بین مسئولان درخصوص جذب سرمایه‌گذاری خارجی و مشکلات زیرساختی و حضور وسیع و پررنگ دولت در اقتصاد در برابر نقش کمرنگ بخش خصوصی در اقتصاد، بسته بودن اقتصاد و عدم پیوند مناسب با اقتصاد جهانی از جمله دیگر موانع قابل‌اشاره در این زمینه است.

به‌رغم موانع ذکرشده درخصوص جذب سرمایه‌گذاری خارجی، ایران به جهت دارا بودن ظرفیت‌های اقتصادی مناسب، بازار بزرگ در کشور و در منطقه، ضمن برخورداری

یکی از موانع جدی در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی وجود محیط کسب و کار نامناسب در کشور است؛ چراکه این فضای نامساعد کسب و کار باعث افزایش هزینه‌های عملکرد بنگاه‌های اقتصادی از یک سو و از بین رفتن اعتماد و انگیزه سرمایه‌گذاران خارجی برای سرمایه‌گذاری از سوی دیگر شده تا منتج به عقب‌نگهداشتن تولید کشور از رقبای جهانی خود شود.



کردن سرمایه‌گذاری خارجی است. همچنین اعمال مدیریت صحیح و اصولی و بهینه بر سرمایه‌ها که اهمیتی به مراتب بیشتر از جذب سرمایه‌ها دارد، باید مدنظر باشد.

کشور برای رفع مشکل کمبود منابع مالی و خروج از رکود و رسیدن به رونق اقتصادی نیاز به سرمایه‌گذاری‌های فراوانی دارد و این کار با دیپلماسی فعال اقتصادی برای معرفی فرصت‌ها و جاذبه‌های سرمایه‌گذاری در کشور و اعتمادبخشی بیشتر به جامعه جهانی میسر می‌شود. از این‌رو، دولت به‌عنوان بستر ساز این امر باید با تعامل با بخش خصوصی، زمینه جذب و هدایت سرمایه‌های خارجی به‌خصوص سرمایه‌های ایرانیان مقیم خارج از کشور به سمت بخش خصوصی را ایجاد کند تا ضمن جلوگیری از توسعه بیشتر اقتصاد دولتی در کشور، موجبات توانمندی و ارتقای جایگاه و سهم بخش خصوصی نیز فراهم شود.

جاذبیت‌ها و تعیین اولویت‌های مزیت‌دار برای سرمایه‌گذاری، ایجاد شفافیت بیشتر و رفع ابهام در قوانین و مقررات از جمله قانون کار و بیمه و سایر قوانین مرتبط به حوزه کسب و کار اقدام و ثبات در سیاستگذاری و تدوین استراتژی‌های بلندمدت و برنامه‌ریزی صحیح برای اعتمادسازی بیشتر سرمایه‌گذاران، از بین بردن بوروکراسی زائد و پیچیده اداری، افزایش بهره‌وری نیروی انسانی، پیش‌بینی‌پذیر کردن نرخ ارز، خروج از اقتصاد دستوری و مبارزه جدی با فساد و قاچاق کالا در دستور کار قرارگیرد.

از دیگر اقدامات، بهره‌مندی و استفاده از تجارب کشورهای پیشرو در این زمینه و ایجاد یک بانک اطلاعاتی از صنایع مختلف با امکان ارائه فرصت‌های مزیت‌دار سرمایه‌گذاری به زبان بین‌المللی و ایجاد شرکت‌های مشاوره سرمایه‌گذاری خارجی و استفاده از متخصصان این حوزه در عملی

از سرمایه‌انسانی جوان، متخصص و خلاق از منابع عظیم نفت و گاز و ذخایر بزرگ و غنی در حوزه مواد معدنی نیز برخوردار است و با دسترسی به دریا و آب‌های آزاد بین‌المللی و واقع شدن در مسیر اصلی ترانزیت منطقه از موقعیت استراتژیک و ارزشمندی برخوردار بوده و کشور را به‌عنوان محلی مناسب برای سرمایه‌گذاران خارجی معرفی می‌کند.

ولی قبل از جذب سرمایه‌گذار خارجی باید با برقراری انضباط مالی و فراهم کردن فضای شفاف و به دور از هرگونه رانت نسبت به بهبود فضای کسب و کار در کشور اقدام و ضمن فراهم کردن شرایط ساده و روان با هدایت سرمایه‌های داخلی به سمت تولید و بخش‌های مولد اقتصادی، از خروج سرمایه‌ها از کشور پیشگیری و با حفظ و صیانت از سرمایه‌های موجود، اطمینان حاصل کرد.

به علاوه در این زمینه باید نسبت به تبیین

توسعه اقتصادی از مسیر صادرات غیر نفتی می‌گذرد



هانی فیصلی رییس اتاق خرمشهر

مراودات تجاری و بهبود وضعیت مالی کشور در رگ‌های اقتصادی جامعه شریان دهد. توسعه سطح صادرات غیرنفتی جز با بهبود روابط سیاسی، رؤیایی است که به‌سختی قابل حصول است. دیدار، مذاکره و تفاهم با عوامل سیاسی و اقتصادی کشورهای مختلف سریع‌ترین راه برای رونق تجارت در کشور است و این مهم را نباید به‌هیچ‌عنوان

اقتصادی را به‌پیش کشانده و حرکتی به‌سوی گسترش رفاه و تعادل و بهبود سطح معیشت را ایجاد کنند.

کشور ما در دوره پسابرجام، با توسعه روابط سیاسی با کشورهای مختلف، توانسته تحرکی را حداقل از بعد روانی در فضای روابط خارجی و توسعه اقتصاد بین‌الملل ایجاد کرده و امیدواری لازم در زمینه توسعه

در دنیایی که رقابت کشورها برای سبقت گرفتن در توسعه اقتصادی، بیش از همیشه نمود پیدا کرده است، تحصیل ابزاری چون تولید کالاهای باکیفیت، توسعه صادرات غیرنفتی، گسترش مراودات تجاری و بهبود روابط سیاسی بین‌الملل بر هیچ‌کس پوشیده نیست. عواملی که همگی چنان حلقه‌های یک زنجیر، می‌توانند چرخ‌های عرابه رشد

مورد اغفال قرار داد.

وجود منابع غنی و پررونق در کشور که زمینه سرمایه‌گذاری را به‌نحو مطلوب فراهم می‌آورد، عاملی انگیزشی در جهت جذب سرمایه‌های خارجی است. بی‌هیچ تعارف هیچ فعال اقتصادی در جهان نمی‌تواند به‌سادگی از استعدادهای طبیعی و ظرفیت‌های بی‌بدیل کشور ما در زمینه مختلف اقتصادی بگذرد. این‌که ایران کشوری ثروتمند و سرشار از ذخایر انسانی، معدنی، طبیعی است، میل به ورود را در دل هر فعال اقتصادی جویای سود قرار داده تا که از این فرصت با توجه به شرایط پسابرجام موجود به بهترین نحو بهره‌برد. مقبولیت و مطلوبیت دو عامل مهم در ایجاد روابط است که تا زمانی که در هر به آن معتقد باشند، می‌توان به سود و نتیجه مطلوب امیدوار بود.

اکثر کشورهای جهان به این باور رسیده‌اند که ایران، کشوری صلح‌طلب است و محدود کردن روابط اقتصادی با ایران جز ضرر رساندن چیزی را عاید نخواهد نمود. پس بهتر است روابط تجاری و اقتصادی بین‌الملل خویش را بیش‌ازپیش مهم برشمرده و در راه گسترش روزافزون مراودات تجاری با بهره‌ از اهرم‌های سیاسی و تعاملات مناسب قدم برداریم.

تولید مطلوب، شاهراه بهبود وضعیت اقتصادی

نبض اقتصاد هر کشور با تولید و صنعت می‌تپد. نبضی که اگر نوای مطلوب بگیرد سبب توسعه گردش مالی، بالا بردن محورهای مطلوبیت نهائی، افزایش حجم صادرات و رشد درآمد ملی خواهد شد. شاید

در نگاه اول افزایش تولید ساده انگاشته شود. اما نباید غافل شد که تولید دارای قدرت رقابت با کالای جهانی هرچند در میزان و مقدار محدود، بسیار سودآورتر و اثربخش‌تر از تولید بی‌کیفیت و غیرقابل‌رقابت است.

برای اثربخشی تولید و تقویت صنعت لازم است زمینه لازم برای تولید کالاهای باکیفیت فراهم شود. زمینه‌هایی چون تأمین مناسب‌ترین مواد اولیه موردنیاز و ورود تکنولوژی نوین تولید در خط‌های صنعتی کشور (که این دو عامل مستقیماً به روابط اقتصادی خارجی کشور بازمی‌گردد) و ایجاد تسهیلات لازم در زمینه راه‌اندازی و بهبود خطوط تولید که جز با حمایت بخش‌های دولتی از طریق اعطای اعتبارات، امتیازات، معافیت‌های ویژه و تخفیف عوارض مختلف امکان‌پذیر نیست.

تولید بسان شاهراهی اقتصادی برای توسعه‌یافتگی یک جامعه است. کلیه راه‌های این مسیر چون بهبود روابط خارجی، ایجاد تکنولوژی به این شاهراه ختم می‌شود. بهبود کمی و کیفی تولید به معنی توسعه اقتصادی یک جامعه است. هیچ‌گاه نمی‌توان بهبود عواملی چون سطح معیشت، میزان اشتغال، گردش مالی، درآمد ملی، مطلوبیت نهایی، رفاه و مراودات تجاری را جدا از مسیر صنعت و تولید کالاهای باکیفیت ملی دانست.

تولید باکیفیت کالاهای، یعنی رقابت‌پذیر بودن آن‌ها با محصولات مشابه خارجی و رقابت‌پذیری آن یعنی ایجاد تقاضا برای کالاهای. وقتی تقاضایی برای کالا افزایش می‌یابد قطعاً نیاز به عرضه (تولید) بیشتر آن وجود داشته و این یعنی کسب کار، درآمد و رفاه بیشتر. چیزی که در حوزه

تولید به آن اهمیت لازم داده نشده، تولید هدفمند کالاهاست. تولیدی باید با نگاه هوشمندانه به بازارهای هدف و به تقاضای کشورهای طرف معامله صورت گیرد. بر کسی پوشیده نیست که می‌توان با شناسایی کالاهای موردنیاز کشورهای هدف و تولید و بسته‌بندی آن‌ها، باکیفیت و سلیقه مدنظر آن‌ها میزان صادرات را به شکل فزاینده افزایش داد. موردی که به دلیل دید کوتاه به افق آینده و تفکر در سود کلان کوتاه‌مدت به جای درآمد پایدار و مداوم، همواره مغفول مانده است.

مشتراکات دینی، مذهبی، زبانی، فرهنگی و اجتماعی ما با غالب کشورهای همسایه اهرمی مهم در توسعه صادرات کالاهای تولید شده به آن کشورهاست. از سوی دیگر توجه به این نکات در نحوه تولید و بسته‌بندی کالاهای بی‌شک سطح تقاضای این کشورها را نسبت به کالاهای ایرانی افزایش خواهد داد. صنعت ما با بهره‌گیری از منابع طبیعی غنی چون نفت، گاز، معادن کانی، آب و زمین‌های حاصلخیز توان بالای را دارد. منابعی که برای یک کشور در توسعه اقتصادی مهم و اساسی بوده و می‌تواند به راحتی مسیر توسعه‌یافتگی اقتصادی را برای هر کشور فراهم نماید.

ایران در شرایط بیم و امید فعلی توانایی گام نهادن در راه توسعه و جهش اقتصادی را به کمک بهره‌گیری از تقویت صنعت، رشد تولید ناخالص ملی و بهبود روابط خارجی داراست تا بتواند با بهره‌مندی از این سه اهرم اساسی حجم صادرات غیرنفتی را افزایش و به اهدافی چون افزایش درآمد ملی و بهبود سطح معیشت و رفاه جامعه نایل آید.



۲۰۳۰؛ سال تحول مشاغل و مهارت‌ها

مترجم: مریم رضایی

کرد که نشان‌دهنده تحولات اساسی در محیط کار و تغییراتی برای همه کارکنان است. با اینکه امکان‌سنجی فنی اتوماسیون مهم است، اما تنها فاکتوری نیست که بر سرعت و شدت استفاده از اتوماسیون اثر بگذارد. فاکتورهای دیگر، هزینه توسعه و اتخاذ راه‌حل‌های اتوماسیون برای کاربردهای خاص در محیط کار، دینامیک‌های بازار کار، مزیت‌های اتوماسیون و پذیرش اجتماعی و قانونی آن را شامل می‌شود. با در نظر گرفتن این فاکتورها، تحقیقات جدید تخمین می‌زند که بسته به سرعت اتخاذ اتوماسیون، تا سال ۲۰۳۰ تقریباً بین صفر تا ۳۰ درصد ساعات کار در سراسر دنیا را می‌توان اتوماتیک‌سازی کرد.

البته نتایجی که به دست می‌آید، کشور به کشور فرق می‌کند و نشان‌دهنده ترکیبی از فعالیت‌ها است که در حال حاضر توسط نیروی کار انجام می‌شود. اثر بالقوه اتوماسیون بر اشتغال، در هر شغل و بخشی هم متفاوت است. فعالیت‌هایی که بیشتر در معرض اتوماسیون هستند، عمدتاً فعالیت‌های فیزیکی در محیط‌های قابل پیش‌بینی هستند؛ اموری مثل کار با دستگاه و آماده‌کردن فست‌فود. جمع‌آوری و پردازش داده‌ها؛ دو دسته‌بندی دیگر از فعالیت‌هایی است که به‌طور

کافی وجود دارد تا اشتغال کامل حاصل شود، اما تحولات پیش‌رو شاید به اندازه یا بیشتر از تغییراتی که در صنایع کشاورزی و تولید در گذشته شاهد آن بودیم، چالش‌برانگیز خواهد بود. به‌طور کلی، این موضوع پنج حوزه را در برمی‌گیرد که عبارتند از: (۱) اثر اتوماسیون بر کار (۲) سناریوهای محتمل برای رشد اشتغال (۳) وجود کار کافی در آینده (۴) معنای اتوماسیون برای مهارت‌ها و دستمزدها (۵) نحوه مدیریت تحولات پیش‌رو در نیروی کار. موارد ۱ و ۲ در این شماره و بقیه در شماره آینده مورد بحث قرار خواهند گرفت.

۱) اتوماسیون چه اثری بر کار خواهد داشت؟

قبلاً دریافته بودیم که حدود نیمی از فعالیت‌هایی که افراد به خاطر آن در سراسر دنیا حقوق می‌گیرند، با تکنولوژی‌های امروز از نظر تئوریک می‌توانند اتوماتیک‌سازی شوند. تعداد بسیار کمی از مشاغل (کمتر از ۵ درصد) فعالیت‌هایی را در برمی‌گیرند که بتوانند به‌طور کامل اتوماتیک‌سازی شوند. به هر حال، در ۶۰ درصد مشاغل، حداقل یک سوم فعالیت‌های اصلی را می‌توان اتوماتیک‌سازی

دنای تکنولوژی‌محوری که در آن زندگی می‌کنیم، دنیایی است مملو از وعده‌ها و البته چالش‌ها. خودروهایی که خودشان راه می‌روند، دستگاه‌هایی که اشعه ایکس را تشخیص می‌دهند و الگوریتم‌هایی که به درخواست‌های خدمات مشتری واکنش نشان می‌دهند، همگی جلوه‌هایی از اشکال جدید اتوماسیون هستند. به هر حال، با اینکه این تکنولوژی‌ها بهره‌وری را افزایش می‌دهند و زندگی ما را بهبود می‌بخشند، استفاده از آنها جایگزین خیلی از کارهایی می‌شود که انسان‌ها در حال حاضر انجام می‌دهند؛ پیشرفتی که نگرانی‌های عمومی زیادی برانگیخته است. گزارش اخیر موسسه مک‌کینزی تعداد و انواع مشاغل را که ممکن است تا سال ۲۰۳۰ تحت سناریوهای مختلف ایجاد شوند ارزیابی کرده و آن را با مشاغل که به واسطه اتوماسیون از بین می‌روند، مقایسه کرده است.

در این صورت، در سال‌های آینده شاهد تحولاتی احتمالی در برخی مشاغل خواهیم بود که اثرات مهمی برای مهارت‌ها و دستمزد نیروی کار به دنبال دارد. یافته‌های کلیدی مک‌کینزی حاکی از آن است که طبق بیشتر سناریوهای موجود، تا سال ۲۰۳۰ کار به اندازه

فزاینده‌ای می‌توانند با دستگاه‌ها و روبات‌ها بهتر و سریع‌تر انجام شوند. این مساله می‌تواند تعداد قابل‌توجهی از نیروی کار را مثلاً در حسابداری، امور قانونی و پردازش امور اداری محو کند. به هر حال، باید اشاره کرد که حتی وقتی برخی وظایف اتوماتیک‌سازی شده‌اند، اشتغال در آن حوزه‌ها کم نمی‌شود، بلکه ممکن است افراد وظایف جدیدی داشته باشند. اتوماسیون بر مشاغلی که باید دیگران را مدیریت کرد، از تخصص استفاده کرد و تعاملات اجتماعی را به کار برد، اثر کمتری دارد. در این نوع مشاغل، ماشین‌ها نمی‌توانند با عملکرد انسانی سازگار شوند. در محیط‌های غیرقابل پیش‌بینی که مشاغلی مثل باغبانی، لوله‌کشی یا مراقبت از کودکان و افراد سالخورده را دربرمی‌گیرد نیز اتوماسیون تا سال ۲۰۳۰ اثر چندانی نخواهد داشت، چون اتوماتیک‌سازی این‌گونه مشاغل از نظر فنی دشوار است.

۲) سناریوهای محتمل برای رشد اشتغال کدامند؟

شغل‌هایی که به واسطه اتوماسیون از بین

می‌روند، به راحتی قابل شناسایی هستند، در حالی که شغل‌هایی که به‌طور غیرمستقیم با تکنولوژی ایجاد می‌شوند، قابل تشخیص نیستند و در بخش‌ها و مناطق جغرافیایی مختلف پراکنده می‌شوند. در اینجا برخی منابع بالقوه که تا سال ۲۰۳۰ حتی بدون اتوماسیون باعث اشتغالی می‌شوند را مدل‌سازی می‌کنیم. برای سه رویداد اول، تنها یک سناریوی خط روند (Trend Lines) بر اساس هزینه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های فعلی کشورها، مدل‌سازی می‌کنیم.

افزایش درآمد و مصرف، به‌ویژه در اقتصادهای نوظهور: قبلاً ارزیابی شده بود که مصرف جهانی بین سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۳۰ حدود ۲۳ تریلیون دلار رشد خواهد کرد و بیشتر آن مربوط به افراد طبقه متوسط در اقتصادهای نوظهور است. تأثیرات این مصرف‌کنندگان جدید، نه فقط در کشورهایی که درآمد ایجاد می‌شود، بلکه در اقتصادهایی که به این کشورها صادرات دارند نیز حس می‌شود. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد که در سطح جهان ۲۵۰ تا ۲۸۹

میلیون شغل جدید تنها به واسطه اثر افزایش درآمد بر کالاهای مصرفی ایجاد خواهد شد. پیر شدن جمعیت: تعداد افرادی که ۶۵ سال به بالا سن دارند، تا سال ۲۰۳۰ در مقایسه با سال ۲۰۱۴ حداقل ۳۰۰ میلیون نفر بیشتر خواهد بود. بالا رفتن سن جمعیت باعث می‌شود الگوهای مصرفی آنها تغییر کند و افزایش قابل توجهی در هزینه‌های درمان و دیگر خدمات شخصی ایجاد شود. این موضوع تقاضای جدید برای برخی مشاغل مثل پزشکی، پرستاری، تکنسین‌های بهداشت و نیز پرستاری در خانه را به میزان قابل توجهی افزایش می‌دهد. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد تا سال ۲۰۳۰ مشاغل بهداشت و درمان و مشاغل مرتبط با بالا رفتن سن بین ۵۰ تا ۸۵ میلیون نفر افزایش خواهد یافت.

توسعه و استقرار تکنولوژی: مشاغل مرتبط با توسعه و استقرار تکنولوژی‌های جدید نیز رشد می‌کنند. هزینه‌های کلی استفاده از تکنولوژی بین سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۳۰ بیش از ۵۰ درصد رشد خواهد کرد. حدود نیمی از این مشاغل به خدمات اطلاعات-تکنولوژی مرتبط هستند. تعداد افرادی که در این مشاغل کار می‌کنند، در مقایسه با افرادی که در حوزه‌های بهداشت و سلامت یا ساخت و ساز هستند کم است، اما درآمد بیشتری دارند. ارزیابی می‌شود تا سال ۲۰۳۰ این روند بتواند در سطح جهان ۲۰ تا ۵۰ میلیون شغل جدید ایجاد کند. برای سه رویداد بعدی هم یک سناریوی خط روند و هم یک سناریوی افزایشی را مدل‌سازی می‌کنیم که فرض می‌کند بر اساس انتخاب‌های عینی دولت‌ها، رهبران کسب‌وکار و افراد برای ایجاد مشاغل جدید، سرمایه‌گذاری‌های بیشتری صورت می‌گیرد. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و ساختمان‌ها: زیرساخت‌ها و ساختمان‌ها دو حوزه‌ای هستند که از قدیم کمتر از میزان برنامه‌ریزی شده برای آن هزینه می‌شود و اگر اقداماتی برای پر کردن شکاف‌های زیرساختی





باید روش خود را برای یافتن مشاغل جدید پیدا کنند. از میان کل مشاغلی که از بین می‌روند، ۷۵ تا ۳۷۵ میلیون نفر باید دسته‌بندی‌های شغلی خود را تغییر دهند و مهارت‌های جدید یاد بگیرند (شکل زیر). در شرایط مشخص، چین بیشترین تعداد نیروی کار را دارد که باید مشاغل خود را تغییر دهند. اگر اتوماسیون در این کشور به سرعت به کار گرفته شود، بیش از ۱۰۰ میلیون یا ۱۲ درصد نیروی کار در سال ۲۰۳۰ مشمول این تغییر می‌شوند.

با اینکه این رقم به تنهایی بسیار زیاد به نظر می‌رسد، اما در مقایسه با ده‌ها میلیون چینی که ظرف ۲۵ سال گذشته شغل خود را در صنعت کشاورزی تغییر داده‌اند، بسیار اندک محسوب می‌شود. برای اقتصادهای پیشرفته، درصد نیروی کاری که باید مهارت‌های جدید یاد بگیرد و شغل جدید پیدا کند، بالاتر است؛ یعنی یک‌سوم نیروی کار سال ۲۰۳۰ در آمریکا و آلمان و نزدیک به نیمی از جمعیت در ژاپن.

منبع: McKinsey

- طبقه رو به رشدی از هنرمندان، اجراکنندگان و مشاغل خلاقانه در حوزه سرگرمی (با افزایش درآمد، تقاضای بیشتری برای تفریح و سرگرمی ایجاد می‌شود)
- معماران و مشاغل مرتبط به آن
- مشاغل دستی در محیط‌های غیر قابل پیش‌بینی مثل خدمات بهداشت و درمان خانگی

تحولات گسترده آینده نیروی کار

تغییرات در کاهش یا افزایش مشاغل، نشان می‌دهد تعداد قابل توجهی از افراد باید دسته‌بندی‌های شغلی را عوض کنند و در سال‌های پیش رو، مهارت‌های جدید یاد بگیرند. این تغییر در مقیاسی صورت می‌گیرد که از زمان تحولات نیروی کار صنعت کشاورزی در اوایل دهه ۱۹۰۰ در آمریکا و اروپا و اخیراً در چین، مشابه آن دیده نشده است.

تخمین موسسه مک‌کینزی می‌گوید تا سال ۲۰۳۰ اتوماسیون بین ۴۰۰ تا ۸۰۰ میلیون شغل را در سراسر دنیا از بین می‌برد و باید مشاغل جدیدی یافت شوند. به هر حال، افراد

و غلبه بر کمبود مسکن صورت بگیرد، باعث افزایش قابل توجهی در تقاضای نیروی کار می‌شود. مشاغلی که بر اثر این تقاضاها ایجاد می‌شوند عبارتند از: معمار، مهندس، برق‌کار، نجار و دیگر مشاغل فنی و کارگران ساختمانی. سرمایه‌گذاری در انرژی تجدیدپذیر و سازگاری آب‌وهوایی: سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر مثل انرژی بادی و خورشیدی؛ تکنولوژی‌های بالا بردن رانندگی انرژی و کاهش تغییرات آب‌وهوایی می‌تواند در مجموعه‌ای از مشاغل مثل تولید صنعتی، ساخت‌وساز و نصب تقاضای جدید ایجاد کند. بازاری کردن مشاغل بدون دستمزد: آخرین رویدادی که مورد توجه ما است، پتانسیل پرداخت مزایا برای خدماتی است که جایگزین مشاغلی می‌شوند که در حال حاضر به آنها مزایا تعلق نمی‌گیرد. این به اصطلاح بازاری کردن مشاغل در اقتصادهای پیشرفته رایج است و افزایش مشارکت زنان در محیط کار می‌تواند این روند را تسریع کند. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد این اقدام می‌تواند در سراسر دنیا ۵۰ تا ۹۰ میلیون شغل ایجاد کند؛ به‌خصوص در مشاغلی مثل مراقبت از کودک، آموزش کودکان، نظافت، آشپزی و باغبانی.

وقتی نرخ خالص تغییرات در رشد مشاغل در کشورهای مختلف را بررسی می‌کنیم، دسته‌بندی‌هایی که بیشترین درصد رشد خالص اتوماسیون را دارند عبارتند از:

- ارائه‌دهندگان خدمات بهداشتی
- مهندسان، دانشمندان، حسابداران و تحلیلگران
- متخصص‌های IT و دیگر متخصصان عرصه تکنولوژی
- مدیرانی که کارشان به راحتی قابل جایگزینی با دستگاه نیست.
- مربیان، به‌ویژه در اقتصادهای نوظهوری که جمعیت جوان دارند.

۷ نکته ضروری برای توسعه محصولات جدید

منبع: Inc

آیا اندازه بازار برای پذیرش محصولات یا خدمات شما کافی است؟

اگر تعداد افرادی که استفاده از محصول شما را راهکاری برای حل یک مشکل می‌دانند به اندازه کافی نباشد، آنگاه حتی تولید باکیفیت‌ترین و نوآورانه‌ترین محصولات یا خدمات نیز نمی‌تواند شما را به موفقیت برساند چرا که شما نوآوری‌های خود را به یک بازار خالی از مشتری ارائه کرده‌اید.

آیا مشتری اساسا پولی برای خرید محصول شما دارد؟

این مسئله ارتباط تنگاتنگی با نکته قبلی دارد اما درک آن به صورت جداگانه از اهمیت خاصی برخوردار است. اگر شما یک داروی ساده برای درمان بیماری انگلی تریپانوزومیاز آفریقایی (African trypanosomiasis) که اصطلاحا به آن بیماری خواب نیز گفته می‌شود) ساخته باشید و بخواهید آن را به قیمتی گزاف در کشورهای کم‌درآمد جنوب صحرای آفریقا به فروش برسانید، تقریباً با اطمینان می‌توان گفت که شما در این راه شکست خواهید خورد. از طرفی عوامل دیگری مانند فقدان یک شبکه توزیع قابل‌اتکا، استفاده از ارزهای متفاوت در کشورهای مختلف، محدودیت ابزارهای ارتباطی و ... نیز کسب‌وکار در این منطقه را با چالش جدی مواجه ساخته‌اند. در چنین شرایطی منطقی‌ترین راهکار این است که خود را به سازمان‌های دولتی مناطق درگیر بیماری نزدیک نموده و از منابع در اختیار آنها استفاده کنید. همیشه به دنبال این باشید که مشتریان خود و توانایی مالی آنها را به درستی تشخیص دهید.

آیا واقعا این توانایی را دارید که بازار مناسب خود را بیابید و مشتریان را جذب کنید؟

شاید با توجه به گسترش روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات و فراگیر شدن شبکه‌های اجتماعی، پرسیدن این سؤال کمی عجیب و احمقانه به نظر برسد. بسیاری از افراد فکر می‌کنند در دنیای به هم پیوسته امروز، هر ایده نوآورانه‌ای را می‌توان به محصول تبدیل کرد و برای آن

هفته‌نامه آمریکایی Inc که به صورت تخصصی در حوزه استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای کوچک فعالیت می‌کند، در مقاله‌ای به قلم مایکل گربر، مؤسس شرکت آموزش مهارت‌های کسب‌وکار گربر در کالیفرنیا، به نکات مهمی که یک کارآفرین باید قبل از ورود به بازار رعایت کند پرداخته است. از هزاران سال پیش تاکنون بازارها همواره چالش‌های خاص خود را داشته‌اند؛ چالش‌هایی که به مرور زمان دستخوش تغییر شده و حتی برخی از آنها به کلی از بین رفته و جای خود را به چالش‌های تازه داده‌اند. بالین وجود، مهم‌ترین چالش بازار یعنی ضرورت تطابق محصولات عرضه‌شده با نیازهای مصرف‌کنندگان همچنان بدون تغییر مانده است. اگرچه نوآوری و فناوری باعث شده‌اند که حتی معتبرترین برندهای دنیا نیز مجبور باشند دائماً محصول و شیوه‌های بازاریابی خود را تغییر دهند اما پشت همه این تغییرات، یک واقعیت همیشگی نهفته است: اگر شما محصولی ارائه کنید که متقاضیان زیادی در بازار داشته باشد و شما بتوانید این متقاضیان را پیدا کنید، مهم‌ترین گام را در راه موفقیت کسب‌وکارتان برداشته‌اید. به طور کلی یک کارآفرین باید قبل از ورود به یک بازار جدید و یا معرفی یک محصول نوآورانه، هفت نکته را مد نظر داشته باشد:

آیا محصول شما می‌تواند پاسخی فوری برای یک مشکل مشخص باشد؟

درک این قضیه بسیار آسان است؛ بسیاری از شما وقتی تبلیغات محصولات جدید را در رسانه‌ها مشاهده می‌کنید، از خود می‌پرسید: «واقعا چه کسی این محصول را خریداری می‌کند و اصلاً چه کسی به این نتیجه رسیده است که این محصول به درد بازار می‌خورد؟» هر روز هزاران نوزاد در دنیا متولد می‌شوند و پس از مدتی نیاز به اسباب‌بازی دارند، اما اسباب‌بازی‌هایی که نتوانند پاسخگوی یک نیاز خاص باشند تنها برای دوره کوتاهی در بازار باقی خواهند ماند و در بلندمدت جایی در بازار نخواهند داشت. درک صحیح مشکل (نیاز بازار) و طراحی یک محصول مناسب برای پاسخگویی به آن، اولین مسئله مهم در کسب‌وکار به شمار می‌رود.



آیا این مصرف‌کنندگان همان‌هایی هستند که شما می‌خواهید کمکشان کنید؟

شاید کمی عجیب به نظر برسد اما انگیزه‌های خیرخواهانه در کسب‌وکار، انگیزه‌هایی بسیار قوی هستند. بازار هدف شما و مصرف‌کنندگانی که در آن حضور دارند باید واقعا با اعتقادات و اصول اخلاقی شما در یک راستا باشند، در غیر این صورت برای جذب و حفظ آنها در رقابت با دیگران دچار مشکل خواهید شد.

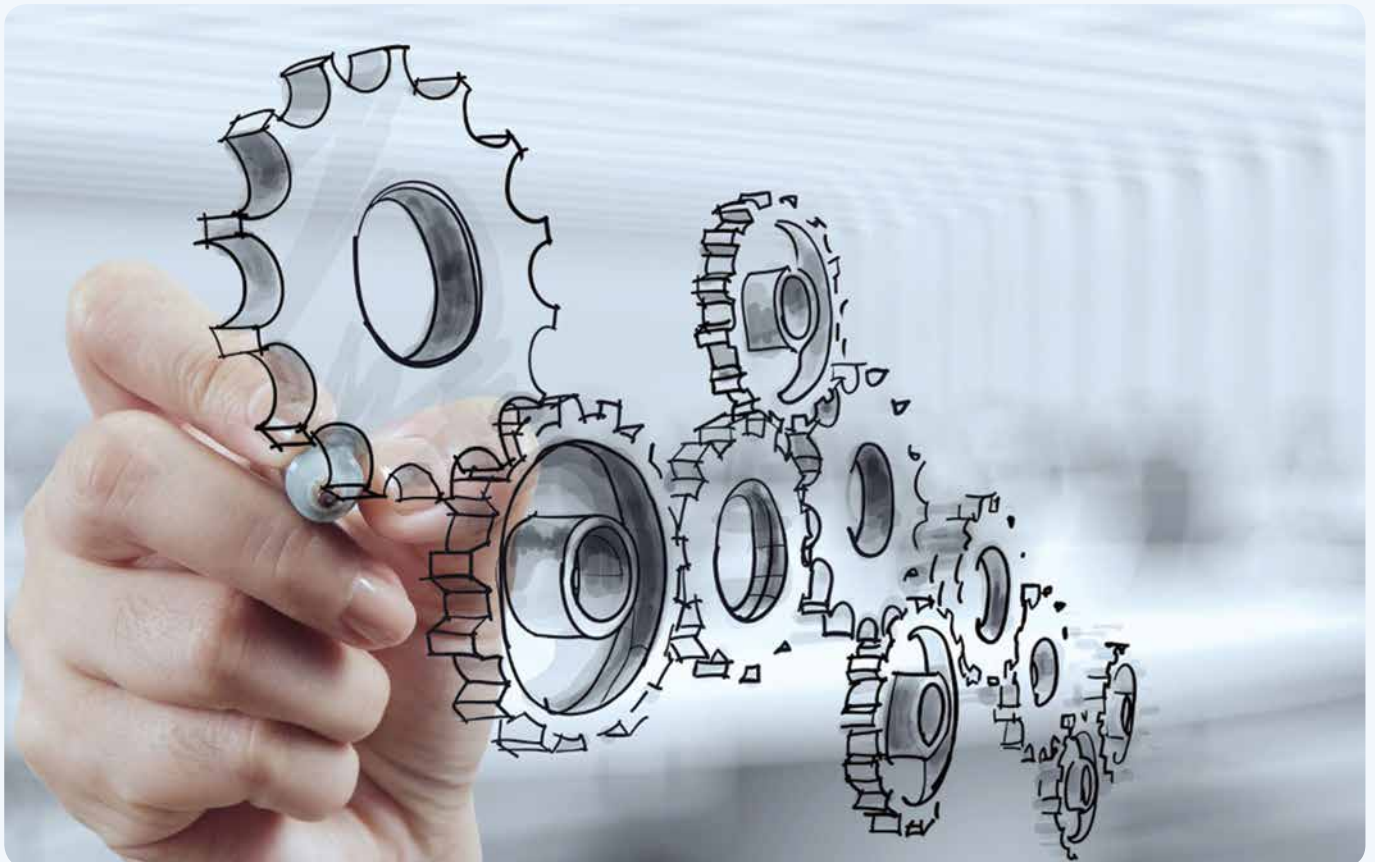
آیا شما می‌توانید به این مصرف‌کنندگان کمک کنید؟

کارآفرین کسی نیست که صرفا یک محصول را تولید کند و در فروشگاه‌های زنجیره‌ای صاحب‌نام به فروش برساند؛ عنوان کارآفرین وقتی برآورده شما خواهد بود که بتوانید برای مصرف‌کنندگان محصولات یا خدمات خود ارزش واقعی ایجاد کنید. برای داشتن یک کسب‌وکار متعالی و ارزش‌آفرین باید همواره تأثیراتی که کسب‌وکارتان بر زندگی مشتریان، بازارها و به‌طور کلی جامعه می‌گذارد را مورد بررسی دقیق قرار دهید. وقتی شما یک کالای جدید را وارد بازار می‌کنید، رؤیاهای، تصورات، اهداف و رسالت‌های شما نیز با آن محصول وارد بازار می‌شود؛ پس تلاش کنید تا بهترین محصول را به بازار ارائه دهید.

مشتری یافت، اما در واقعیت همه کارها به این سادگی پیش نمی‌رود. اگر افرادی که شما آنها را مشتریان بالقوه می‌پندارید، با شما هم‌زبان نباشند و زبان شما را درک نکنند، از ابزارهای ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی مشابه شما بهره‌گیرند و یا اساسا به شما اعتماد نداشته باشند، آنگاه بهتر است دیگر روی آنها حساب نکنید زیرا احتمالا نه با شما تماس خواهند گرفت و نه محصولی از شما خواهند خرید.

آیا مشتریان بالقوه شما در گذشته از خرید محصولات جدید استقبال کرده‌اند؟

سه دهه قبل، افرادی که در خانه‌های خود رایانه شخصی داشتند به این نتیجه رسیده بودند که باید برای کامپیوتر خود یک سیستم‌عامل جدید خریداری کنند. امروز وقتی ما یک رایانه شخصی می‌خریم، انتظار داریم به‌محض روشن کردن آن با تعداد زیادی از نرم‌افزارهای نصب‌شده و آماده کار مواجه شویم و بتوانیم در کوتاه‌ترین زمان ممکن و بدون صرف هزینه اضافه، از قابلیت‌های محصولی که خریده‌ایم حداکثر استفاده را ببریم. شما باید تصمیم بگیرید که وارد کدام بازار شوید و محصولاتتان را به کدام مشتریان عرضه کنید؛ آیا مشتریانی که مایلند برای خرید محصول جدید پول پرداخت کنند را ترجیح می‌دهید یا مشتریانی که صرفا به دنبال محصولات رایگان هستند؟



اطلاعات مشترک

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

اطلاعات پستی

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

هزینه اشتراک

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

راهنمای اشتراک

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

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



LENZING TARGETS SPECIALTY FIBRES TO MAKE UP 5 PERCENT OF ITS TURNOVER

For 50 years Lenzing Modal fibers and MicroModal branded fibers have been a permanent feature in international collections of fashion industry. They are particularly successful with figure-hugging products such as day and night wear and home wear. Baby and children's clothing could be a future market for Lenzing Modal fibers.

These fibers are produced using beech wood and are biodegradable. Lenzing has an

eco-friendly production site with high recovery rates of process ingredients and low air emissions. The advantages of adopting the Modal production process are clear. Customers benefit from the very good processability which makes it easier to produce high quality yarns. Different climatic zones, which can lead to problems with processing, play a less important role. Even different spinning technologies play a lesser role when processing the new

Lenzing modal fibers. Moreover higher production efficiency could be reached in the spinning mill.

Lenzing is aiming for specialty fibers to make up 50 per cent share of their turnovers by 2020. Lenzing continues to be one of the technological leaders in the field of Modal production even after 50 years. The company is working continuously on improvements to its processes and has set further benchmark in Modal production.

GERBER UPGRADES SOFTWARE

Gerber Technology has made major advances in its software product lines AccuMark and YuniquePLM to make it easier for customers to adopt technology and achieve optimisation through improvements in their digital workflow. AccuMark Cloud offers all the features of AccuMark, the industry leading pattern design, grading, marker-making and production planning software, with the benefits of cloud computing.

AccuMark Creator leverages core functionality of the Yunique PLM product in the form of simple AccuMark add-on modules beginning with virtual sample management, allowing AccuMark users easier and more efficient collaboration with internal and external partners.

YuniquePLM 8.0 is the latest in easy-to-use, cloud-

based PLM with a new modern look, more intuitive functionality and equipped with a self-guided tutorial for easier training and adoption.

Gerber is partnering with Avametric on an advanced 3D simulation engine that powers Gerber's 3D product, integrates into AccuMark 2D and gives users the most realistic representation of fabric properties to create digital samples, saving companies up to 50 per cent of time and associated cost. The Avametric partnership also expands its 3D offer to cover the complete apparel value chain from retail/consumer all the way through design, development and production.

These innovations will enable customers' digital transformation, so they can be agile and competitive in today's e-commerce and internet driven markets.

VDMA TEXTILE FORUMS IN US & MEXICO END SUCCESSFULLY

The VDMA Textile Machinery Association has successfully hosted events for the textile industries in the US and Mexico. The textile machinery conference in Charlotte, US was held on November 6, 2017. A two day event was consequently held on November 8 and 9, 2017, in Mexico City. The Mechanical Engineering Industry Association is headquartered in Germany.

More than 80 decision-makers of the US textile, nonwoven and carpet industry as well as 25 leading textile machinery and accessories manufacturers participated in the US conference. The event in Mexico City attracted nearly 450 customers and 30 textile machinery and accessories manufacturers, making it one of the most successful events of the VDMA Textile Machinery Association ever.

The conference in Mexico City was addressed by José Cohen Sitton, president of the National Chamber of the Textile Industry Canaintex. Where these two events focused on customers, the



training session at the Instituto Politécnico Nacional (Escuela Superior de Ingeniería Textil) in Mexico City on November 10, 2017 aimed at future engineers. About 500 textile engineering students followed the technical presentations from 18 textile machinery and components manufacturers.

The company delegates also visited the machinery department of the faculty. The VDMA's contribution to improve the education of future customers was very much appreciated.

In the US and Mexico, the VDMA member companies presented their latest production technologies from spinning to dyeing and finishing. Major topics addressed were digitalisation of the textile and textile machinery industry (Industrie 4.0 / industrial internet), higher efficiency and profitability, energy, water and material savings, new applications with growth potential, such as composites and nonwovens, higher quality with measurement, control and testing devices, technical training centres.



YARN EXPO ATTRACTS QUALITY SUPPLIERS FROM ACROSS THE GLOBE

Yarn Expo was held in China from October 11 to 13. This is a yarn and fiber sourcing event which attracted suppliers and buyers from around the world.

This year, the exhibition space expanded by 115 per cent, accommodating 494 exhibitors from 13 countries and regions. Suppliers were happy to see there was a strong demand for their products at the show. They could connect with existing customers and with new buyers. There were good suppliers from Indonesia, India and Vietnam. The show is comprehensive with different kinds of products including cotton yarns and specialty yarns available. On the other hand, buyers felt the fair offered

a wide range of products with high quality and competitive prices. This is one of the biggest yarn fairs in the world. It helped companies expand their sales channels and learn about current market demand. They could meet high-end domestic and overseas customers.

The Aditya Birla Group connected with its target customers this edition. A lot of fabric and apparel companies visited the booth and wanted to know more about the company's fibers. Aditya Birla's products are eco-friendly and differentiated so there is a big potential for them in China. Many visitors came to the booth of Indo-Rama Synthetics and some of them even placed orders onsite.

THE 2018 GLOBAL DIRECTORY OF FIBER PRODUCERS RELEASED

The 2018 World Directory of Manufactured Fiber Producers has been released. This is the only desk reference tool providing global coverage of the manufactured fiber industry. The new edition includes an update of the introduction section, which provides a graphic summary of long term trends in production, by fiber type and region, and a worldwide distribution table of manufactured fiber plants by fiber type.

The directory's digital download includes popular Fiber Cross Index, which offers an easy way to cross-reference fiber types by country and manufacturer. It features an Excel spreadsheet option that offers customers a simple way to personalize marketing campaigns with the ability to generate a mail merge

or e-mail broadcast.

The 2018 digital edition provides quick and personal direct access to industry contacts worldwide. It lists almost 1,400 company names in 64 countries with contact details, including 1,100 e-mail addresses and website addresses with hotlinks to provide instant access to company product line information and communication channels. Each World Directory company listing includes products, plant locations, trademarks, contact details and more.

Of importance in the 2018 directory is the only available up-to-date list of over 700 fiber trademarks to facilitate compliance with the US Federal Trade Commission labeling Rule 303.17 – extremely useful to those exporting textile consumer products to the US. Trademarks are cross-referenced by fiber type.

PREMIERE VISION ISTANBUL REGISTERS 7,652 VISITS

The 7th edition of Première Vision Istanbul registered 7,652 visits in three days, a 10 per cent increase over October 2016. The show had stepped-up presence of foreign visitors from countries like Iran, Russia and Ukraine, Bulgaria and Serbia, as well as from Greece, Qatar, Kuwait, Jordan and Lebanon. They comprised 19 per cent of overall visitors. The show was held during October 18-20, 2017. Excitement was felt in the stands of the 108 exhibitors from Turkey, South Korea, Italy, Japan, Lebanon, Pakistan, including 17 newcomers, who presented their collections for the Autumn Winter 1819 season.

In terms of fashion, visitors were treated to an insightful perspective of the Autumn Winter 1819 colours and fabrics. Many of them followed the five sessions of the «Let's talk about fashion» guided tours through the forum.

Visitors discovered rich and dark decorations for a mysterious elegance. There were British classics re-worked with a touch

of impertinence, from Prince of Wales patterns in knits, to fluid club stripes and plaids worked in lace. Soft fleeces and woolens for cosy warmth and semi-tech / semi-glamorous fluids for fashion with an Athleisure accent also made their mark. The show presented a full range of products: yarns, an exhaustive offer to satisfy every fabric need, a selection of trim producers for apparel and leather goods and some manufacturers offering high level services for fashion brands. Like usual the Small Quantity programme was offered to emerging designers. Additionally, designers and

buyers from the Middle East and Eastern Europe enjoyed this opportunity to discover the Sustainable Denim Wardrobe by Lenzing and the Open Fashion Studio.

Four student teams from Okan University expressed their creativity in the Open Fashion Studio. Working from a brief given to them by the Première Vision fashion team, these rising designers created prototypes of bags using products from YKK. They used fabrics furnished by exhibitors at Première Vision Istanbul.

The «Shadow of the Magical Forest» project was awarded top prize by the prestigious jury.





KARL MAYER SHOWCASES HIGH-FASHION LOOK FOR UPHOLSTERY FABRICS



Karl Mayer has used its Rascheltronic machine, a high-speed jacquard raschel machine, to produce stable upholstery fabrics. Producers of sportswear and lingerie fabrics are using the Rascheltronic to produce stretch and non-stretch textiles with functional zones. The model used is designated the RSJC 1/5 EL, and this new collection has made it an effective tool for manufacturers of home textiles, as per the German manufacturer.

Since the emergence of the athleisure trend, it has

become clear that various synergies existing between specific segments of the textile sector can be exploited. For example, lingerie lace is being incorporated into the shirts of women runners and functional materials are being used in sexy briefs, the company informs. Home and household textiles can also profit from the transfer of ideas from one sector to another. For example, the possibilities offered by typical warp knitting machines used in the clothing sector are now bringing a touch of flamboyance to the home. The fabrics

incorporate an attractive, graphic design with open-work constructions and are extremely heavy for Rascheltronic fabrics. The final fabrics weigh between 330 and 400 g/m², depending on the arrangement of the weft lapping. In some designs, the weft runs along the holes, which therefore remain open, and does not join any stitch wales. In other patterns, the ground bars with the weft add to the openings, which affects the appearance and characteristics of the textile.

The warp-knitted textiles, with the partially filled-in openings, are denser and more stable in all directions. The fabrics also have the appropriate abrasion resistance values for use as upholstery fabrics. The results of abrasion tests carried out by textile developers at Karl Mayer are within the average range of the specific requirements of most manufacturers. The performance of these durable warp-knitted fabrics has also attracted the attention of shoe fabric producers. The machines are selling very well globally he informs.

averred, "Our target clients are mainly brand owners and resellers. I have successfully met them and have some promising contacts. We have also developed some new connections with both domestic and overseas customers. Intertextile Shanghai is no doubt the world's number one show."

Taku Ito, Manager, Sojitz Vancet (Shanghai) Trading Co, Japan (Japan Pavilion) pointed out, "We exhibit at this show to find new customers and sales channels in China. We've been joining the show for a while now, and we continued this edition as we can always meet new customers – I mean, really 'new'. This year, there were about 400 companies that visited our booth. It's also interesting that we are getting more online apparel shops visiting us lately." On similar lines Susan Hon, B2B Marketing Communication Director, North Asia, Invista, Hong Kong opined, "Intertextile has always been one of the most important trade fairs for us because of its strength in attracting a wide range of buyers, including an unrivalled number of market-leading brands that no other fairs can offer."

GTalking about the interesting trait of the show, Martin Yang, Marketing Manager, Nilit Nylon Technologies (Suzhou), Israel (Functional Lab) said, "Its ability in gathering large number of trade buyers makes it one of the best trade shows. Moreover, majority of them are quality buyers who aren't only our target customers but also keen to place orders." Štěpán Kučera, MD, Preciosa Components, China (Accessories Vision) adds, "This has been Preciosa's third consecutive appearance at the autumn edition of Intertextile Shanghai, where we continue to see an increase in attendance by our target customers, namely high-end fashion brands from both the Chinese and international markets."

Shanshan Lu, Client Manger, Beijing Ecocert Certification Centre, China (All About Sustainability) was of the opinion "As Intertextile Shanghai is the largest fair of its kind, we can always find our target

customers here, which are manufacturers from the Greater China area and the Asia Pacific region. The All About Sustainability zone has enhanced the exhibiting effectiveness as it creates a strong theme that attracts the right visitors to our booth. I think the visitor flow is stronger than last year."

Impressed buyers

While exhibitors highly valued the fair's ability to attract quality, genuine buyers from around the world, buyers were pleased to find all categories of apparel fabrics and accessories from the entire industry under one roof. As Johnny Lau, Head of Material Management, Quiksilver Asia Sourcing, Hong Kong puts it, "The strongest trait of Intertextile Shanghai is its scale and aptitude in gathering the entire industry in one place. I believe no matter which sector of the industry or market you belong to, suiting, casual wear or ladieswear; high-end or fast fashion, you are ensured to find the right suppliers here." Luis Alfonso Yepes Londono, Manager, Yetex SAS, Columbia said, "Among all trade shows, Intertextile Shanghai is the most influential one for my business, even compared to the European shows. Not only can I find local suppliers, but the fair literally puts brands from around the globe under one roof."

Sharing similar sentiments, Zhou Jie, GM, Shenzhen New Look Fashion, China pointed out, "Intertextile Shanghai is a comprehensive trade fair, and what's unique about it is its unparalleled ability in gathering both domestic and premium international apparel fabrics and accessories suppliers. Therefore, the sourcing options in this fair caters to all market demands."

The next Intertextile Shanghai Apparel Fabrics Spring Edition will be held from March 14 to 16, 2018. Intertextile Shanghai Apparel Fabrics is co-organised by Messe Frankfurt (HK); the Sub-Council of Textile Industry, CCPIT; and the China Textile Information Centre.



INTERTEXTILE SHANGHAI APPAREL FABRICS 2017: IMPRESSES BUYERS, VISITORS WITH MYRIAD SOURCING OPTIONS

Intertextile Shanghai concluded its 2017 Autumn Edition on October 13 with strong business results and praise from worldwide participants once again. Once again they affirmed its reputation as the most effective apparel fabrics and accessories trade event for boosting sales and product sourcing. Knowing the fair covered an all-encompassing range of products that cater to all sourcing needs, 77,883 came from 102 countries and regions to Shanghai to source. This year, Hong Kong, India, Indonesia, Italy, Japan, Korea, Russia, Taiwan, the UK and the US were the top 10 visitor countries and regions after Mainland China.

Meanwhile, 4,538 exhibitors from 32 countries and regions enjoyed the surge of business potential brought by this large number of high-quality trade buyers. The strong line-up of exhibitors, included 10 country and region pavilions viz. France, Germany, Hong Kong, India, Japan, Korea, Milano Unica (Italy), Pakistan, Taiwan and Thailand along with 10 Group Pavilions organised by foremost industry leaders like DuPont, Hyosung, Invista and Lenzing, who presented a full-spectrum of innovative and fashion offerings in 11 halls across 276,000 sq. mt. (gross) exhibition area, an increase of nearly 6 per cent compared to 2016.

While the nature of textile trade fairs has evolved over recent years, exhibitors' success at this year's Intertextile Shanghai confirms it is still the industry's most effective order-writing and business development trade show because it remains the event where the global industry gathers to make purchasing decisions. As a result, many exhibitors see the fair as their business growth engine and reported

positive outlooks for sales after the fair.

Talking about the trade show's importance, Erika Jimenez, Development and Purchasing Department, Luca Cuccolini, Spain (SalonEurope), said, "A few years ago, we decided to explore the Chinese market. Knowing that Intertextile Shanghai is the most comprehensive fair of its kind in Asia, there was no doubt that this would be the fair to expose our brand. Throughout the years, we have been satisfied with the visitor flow and business opportunities, especially this year." Happy with the response, Jean Denerolle, GM, Dormeuil, France (Premium Wool Zone) said, "Joining Intertextile Shanghai is an effective way for us to develop the Chinese market. We are happy that the organiser referred a VIP buyer to us. Overall, we succeeded in receiving orders and promoting our brands, so I am pleased with the result this year."

Exhibitors look to positive business

A veteran participant, Luca Maderna, New Age srl, Italy (Verve for Design) explains, "It's our 10th year exhibiting at Intertextile. Given the large scale, we can always find new contacts here, and it's also a great opportunity for us to present our new collection to regular customers." Another participant, Kang Nan Hee, Assistant Manager, R&D Textile, Korea (Korea Pavilion) observed, "This is our 10th year at Intertextile Shanghai. Every year, we participate in both the spring and autumn fairs and they have never let us down. Not only can we meet numerous new buyers in each edition, we can also keep pace with the ever-changing market trends in the fabric industry."

Ederhard Ganns, MD, Union Knopf (HK), Germany also

Index



Editorial

- Ease of doing business and economic security, two
essential factors for investment 2

Newsletter

Viewpoint

- Difficulties facing Iranian textile Industrialist 8
- The recession threatens textile industry in Isfahan 15

Report

- 4 undesirable scenarios facing Iran economy 17
- Report of the General Assembly of the Alborz Textile and
Garment Association 20
- Report of China Homelife & Machinex exhibition in Tehran 23
- Another damage to the Iran apparel industry 26
- The Need for Organizationalism in Textile and Apparel
Industries 27
- The best countries in the world for doing business 29
- The biggest players in world trade 31
- Optimism to Iran 2019 33
- The future of competitiveness by 2050 35
- The father of Iran modern industry died 37
- Performance of the Iran textile and clothing sector in the in
the first 7 months of the year 40

Scientific, Specialty

- Introduction to the new spraying system of dye solution 41
and auxiliary materials on textiles

Textile World

- Turkey's annual textile, apparel exports nearing \$30 billion 49
- An overview of Vietnam's textile and clothing industry 50
- Asia-Pacific leads in global textile yarn market 53
- Synthetic fibers demand outpace cotton globally 54
- A new process for denim dyeing 55

- A dual-mode textile for human body radiative heating and
cooling 56

Apparel

- Performance of the Turkish clothing industry in 2016 57
- Sound the death bell for the Iran apparel industry 62
- An overview of winter clothing market 64
- Foreign brands exploit the weakness of domestic
production 65
- Adidas looks at bigger US share 67
- Global sportswear segment fuelling growth in overall
apparel market 68
- History of the Gap 70

Production&Distribution of Cotton

- International Cotton Advisory Committee monthly report 72
- US looking to export more cotton to Bangladesh 74
- Harvesting about 85 hectares of Alborz cotton fields 75
- Long staple cotton production in Egypt to be expanded 76

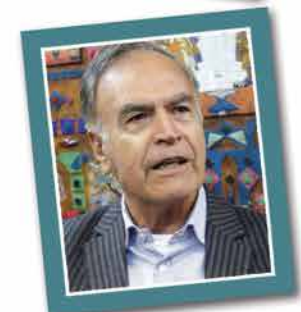
Economic Analysis

Management & Marketing

- 2030; Year of Jobs and skills evolution 83
- 7 essential tips for developing new products 86

English Section

- Lenzing targets specialty fibres to make up 5% of its turnover 89
- Gerber upgrades software 89
- VDMA textile forums in US & Mexico end successfully 90
- Yarn Expo attracts quality suppliers from across the globe 91
- The 2018 global directory of fiber producers released 91
- Premiere Vision Istanbul registers 7,652 visits 92
- Karl Mayer showcases high-fashion look for upholstery 93
fabrics
- Intertextile Shanghai Apparel Fabrics 2017 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: Saeedeh Shakoori

Coordination: Engineer Hossein Kiani

Colleagues of this Issue: Engineer Nima Bassiri, Engineer Ehsan Soltani, Dr.Shahin Kazemi, Nima Sabouri,
Engineer Alireza Pournaserani, Engineer Farzaneh Salehi, Maryam Rezaei

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**