

- ۳۰ - بخش نساجی و پوشاک ویتنام و بازار اروپا
۳۲ - رشد ۳۰ درصدی تولید الیاف تا سال ۲۰۳۰
۳۳ - احیای صادرات نساجی ترکیه در ماه ژوئن
۳۴ - افت سفارشات ماشین آلات نساجی ایتالیا
۳۵ - برند جدید بیرلاسولز در حوزه الیاف ضد میکروبی
۳۶ - نگرانی خرده فروشان از موج دوم تعطیلی فروشگاهها
۳۷ - نگاهی به صادرات جهانی انواع فرش و کفپوش نساجی
- * نمایشگاه ها**
۳۸ - اعتماد صنعت منسوجات خانگی به نمایشگاه هیم تکستایل
۳۹ - اولین نمایشگاه اینترنتی تکستایل سال ۲۰۲۰ برگزار شد
۴۰ - نمایشگاه IFAI سال ۲۰۲۰ مجازی برگزار می شود
- * تولید و تجارت پنبه**
۴۱ - گزارش دپارتمان کشاورزی آمریکا از بازار پنبه (اگوست ۲۰۲۰)
۴۴ - بررسی وضعیت تولید پنبه در ایران (راهکارهای جهش تولید)
- * تحلیل اقتصادی**
۵۰ - چرا انگیزه سرمایه گذاری و تولید از بین رفته
۵۱ - تبعات سیاست های توزیع رانت و تورمزا بر تولید
۵۳ - لزوم اصلاح سیاست های ارزی
۵۴ - غلبه حاشیه ها بر متن تجارت
- * مدیریت و بازاریابی**
۵۵ - ۱۰ نکته مؤثر در روانشناسی فروش
۵۷ - چه اموری در کسب و کار از پول مهم تر هستند؟
- * بخش انگلیسی**
۶۳

- * سرمقاله**
۲ - گشایش سیاسی، لازمه گشایش اقتصادی
- * خبرنامه**
۴ - ممنوعیت ورود کالاهای خارجی می تواند صنعت نساجی را سرپا کند
۵ - راه اندازی شهرک تخصصی نساجی و پوشاک در منطقه ویژه اقتصادی پیام
۶ - ظرفیت صادرات ۱۵۰ میلیون دلاری پوشاک به عراق وجود دارد
۶ - لزوم حرکت به سمت ارتقای داخلی سازی در صنعت نساجی و پوشاک
۷ - لزوم رعایت کف عرضه پلی پروپیلن های نساجی در بورس کالا
۷ - افزایش ۳۰ تا ۴۰ درصدی قیمت فرش ماشینی
۹ - بازدید معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از شرکت الوان ثابت
۱۰ - برگزاری دومین دوره جشنواره فن آفرینی در صنعت نساجی
- * دیدگاه**
۱۱ - بی ثباتی نرخ ارز؛ پاندمی ویرانگر تولید
- * گزارش**
۱۳ - گزارش سازمان بین المللی کار از تبعات کرونا بر نیروی کار جوان
۱۵ - اقتصاد زیرزمینی با اقتصاد رسمی چه می کند؟
۱۷ - شکوفایی پلی اکریل در گرو ادامه حمایت ها
۲۰ - رونق صنعت نساجی با چاشنی کرونا
۲۲ - بررسی فراز و فرودهای اقتصادی کشور در دهه ۹۰
۲۴ - نساجی؛ صنعت راهبردی ولی مغموم
۲۶ - گزارش میدانی از بازار پارچه فروشان میدان مولوی
۲۸ - چهار چالش عمده صنایع کوچک
- * دنیای نساجی**
۲۹ - چشم انداز بازار الیاف پلی استر استیبل تا ۲۰۲۵

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: مهندس جمشید بصیری

مسئول اجرایی تحریریه: مهندس علیرضا هاشمی

ویراستار مقالات فنی: مهندس محمد نیک پنجه

طراح و صفحه آرا: حمیدرضا قائمی

مسئول روابط عمومی: سعیده شکوری

هماهنگی و اجرا: مهندس حسین کیانی

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

مهندس حمید آقایی، علی قنبری شیرسوا، محمد خادمی، خسرو صادقی، ندا گنجی

امور چاپ: چاپ ایده آل، خیابان دماوند، اول سی متری نیروی هوایی، خیابان خوب، پلاک ۱۱ / تلفن: ۷۷۶۹۱۸۵۳

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

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

E-mail: info@sanatnassaji.com

www.sanatnassaji.com

گشایش سیاسی، لازمه گشایش اقتصادی

جمشید بصیری طهرانی

در طی سالیان گذشته، یکی از نقدها و ایرادات جدی که به نظام تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی کشور وارد بوده، تأثیرپذیری بالای تصمیمات و سیاست‌های اتخاذشده، از تحولات سیاسی داخلی و بین‌المللی بوده است به طوری که بروز هرگونه تغییر در عرصه سیاست داخلی و آرایش سیاسی قوای سه‌گانه و همچنین تغییر و تحولات در عرصه بین‌المللی، سیاست‌های اقتصادی کشور را نیز با تغییرات جدی و بعضاً ۱۸۰ درجه‌ای مواجه ساخته است. در واقع اینطور می‌توان گفت که اقتصاد کشور طی سال‌های گذشته، همراه زیر سایه و تحت تأثیر مسائل سیاسی بوده و باد سیاست به هر طرف که وزیده، اقتصاد را هم به همان سمت سوق داده است؛ بدون آنکه تبعات این تغییر و تحولات ناگهانی و مکرر در عرصه اقتصاد، بر متغیرهای کلیدی اقتصادی اعم از نرخ ارز، تورم، رشد اقتصادی، اشتغال و به طور کلی، وضعیت فعالان اقتصادی و عامه مردم، در نظر گرفته شود.

قوانین و برنامه‌های متعددی توسط دولت‌ها و مجلس‌ها در ادوار گذشته تدوین و تصویب شده که متأسفانه با تغییر آرایش سیاسی قوا و روی کار آمدن گروه‌های سیاسی رقیب در عرصه قدرت، به کناری نهاده شده یا اجرای آنها متوقف شده است. نتیجه آنکه، بعد از تدوین پنج برنامه پنجساله توسعه و نیز برنامه ششم توسعه که از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ باید اجرایی شود، هنوز خط مشی و مسیر کل توسعه اقتصادی کشور به درستی مشخص نیست

و هر روز و هر هفته، یک دستورالعمل و بخشنامه جدید برای اداره اقتصاد کشور در حوزه‌های مختلف اعم از ارز، تولید، صادرات، واردات، بهره‌بانکی و ... صادر می‌گردد که بعضاً ۱۸۰ درجه با بخشنامه قبلی مغایرت دارد. اسنادی هم که تاکنون تحت عنوان سند استراتژی توسعه صنعتی توسط وزارت صنایع گذشته یا وزارت صنعت، معدن و تجارت فعلی تدوین شده، متأثر از همین تغییرات سیاسی و بعضاً سلیقه وزرا و مسئولان وقت، به کناری نهاده شده و با سند دیگر جایگزین شده‌اند. در واقع، اینطور می‌توان گفت که استراتژی توسعه صنعتی در کشور هیچگاه اجرایی نشده، بلکه از سندی به سند دیگر منتقل شده است!

البته در گذشته و تا پیش از تحریم نفتی اخیر، همواره درآمدهای نفتی کشور در نقش ستارالعیوب خطاها و بی‌تدبیری‌ها عمل می‌کرد و به همین دلیل، هیچگاه تبعات مخرب سیاست‌های غلط اقتصادی و بازی سیاسیون با مولفه‌های اقتصادی، به شکل جدی مشخص نمی‌شد. اما با اعمال شدیدترین تحریم‌های نفتی علیه کشور در دو سال گذشته که به کاهش ۹۰ درصدی درآمدهای نفتی و ارزی کشور منجر شده، دیگر خبری از ستارالعیوب اقتصادی سال‌های قبل نیست و زخم‌های کهنه اقتصاد کشور یک به یک در حال سر باز کردن هستند.

رئیس سازمان برنامه و بودجه اخیراً در اظهار نظری گفته که «فقط ۶ درصد از

درآمد نفتی مورد انتظار در سال ۹۹ محقق شده است» که اگر این جمله را در کنار تحریم‌های بین‌المللی علیه کشور قرار دهیم، به خوبی ریشه التهابات امروز اقتصاد کشور قابل تفسیر است. این در حالی است که از سال‌ها قبل و حتی پیش از اعمال تحریم‌ها، کاهش وابستگی کشور به درآمدهای نفتی، افزایش صادرات غیرنفتی، افزایش سهم بهره‌وری در رشد اقتصادی، کوچک‌سازی دولت و ... جزو برنامه‌های راهبردی مندرج در اسناد بالادستی کشور قرار داشت، ولی متأسفانه به دلیل نبود عزم سیاسی و اولویت پیدا کردن منافع حزبی و جناحی بر منافع کلان اقتصادی، هیچ کدام به صورت جدی پیگیری نگردید و اگر هم اقدامی صورت گرفت، در کشاکش منازعات سیاسی و شعارهای عوام‌گرایانه، بی‌نتیجه باقی ماند. حتی در مواردی مثل توافق هسته‌ای برجام نیز که توانست به رفع بخش زیادی از تحریم‌ها منجر شده و شرایط را برای گشایش اقتصادی کشور فراهم آورد، اما متأسفانه به دلیل اختلافات سیاسی داخلی و عدم یکپارچگی کشور برای بهره‌برداری حداکثری از منافع این توافق، چراغ برجام هم خیلی زود به خاموشی گرایید...

متأسفانه در مقطع فعلی نیز که کشور با کسری شدید بودجه و مشکلات عدیده ناشی از آن مواجه است، باز هم شاهد سایه سنگین فشارها و تنش‌های سیاسی داخلی و بین‌المللی هستیم که شرایط را برای حل مشکلات اقتصادی موجود و برداشتن



دلار می‌رسد (تازه اگر پول آن به کشور برسد) و دولت برای جبران کسری بودجه به هر دری - حتی فروش نفت به مردم در قالب طرح گشایش اقتصادی - می‌زند، انتظار اینکه شرایط اقتصادی فعالان اقتصادی و مردم بهبود پیدا کند، انتظار گزافی است.

البته نباید این نکته مهم را هم از نظر دور داشت که در همین شرایط دشوار اقتصادی که دولت اصطلاحاً آه در بساط ندارد، این تولیدکنندگان، صنعتگران و کارآفرینان خدوم و دلسوز بخش خصوصی هستند که به پشتوانه سرمایه‌گذاری، دانش فنی و تلاش شبانه‌روزی خود همچنان چراغ تولید و اشتغال را در کشور روشن نگاه داشته‌اند و حتی با مالیات و عوارضی که به دولت پرداخت می‌کنند، بخشی از بار مشکلات موجود و بی‌تدبیری‌های گذشته برخی مسئولان را نیز به دوش کشیده‌اند؛ آنهم در شرایطی که طی سال‌های اخیر به جای حمایت، تشویق و تسهیل از جانب دولت، بیشتر با سخت‌گیری و فشار، اعمال محدودیت، نوسان و بی‌ثباتی و جریمه و تنبیه مواجه بوده‌اند.

بر همین اساس، امید است مسئولان و دست‌اندرکاران کشور نیز این ازخودگذشتگی و مجاهدت بی‌چشمداشت فعالان بخش خصوصی برای حفظ تولید و اشتغال کشور را سرلوحه کار خود قرار دهند و به جای اینکه بعضاً به فکر برنامه‌چینی برای تضعیف جناح رقیب و قهرمان‌جلوه‌دادن خود بوده یا احیاناً فکر تصاحب کرسی‌های قدرت در سال ۱۴۰۰ باشند، امروز را دریابند و با تلاش همدلانه و همراهی حداکثری با فعالان اقتصادی و مردم، در مسیر کاهش مشکلات موجود و ایجاد گشایش واقعی در عرصه اقتصاد کشور گام بردارند.

نگارش این سرمقاله، کشورهای اروپایی در کنار روسیه و چین مخالفت خود را با این پیشنهاد اعلام کرده‌اند، اما چه بسا در لحظه‌ای که خوانندگان گرامی مشغول مطالعه این نوشتار هستند، شرایط به ضرر کشورمان تغییر کرده باشد. البته حتی اگر این تیر آمریکا هم به سنگ بخورد، باز هم دولت این کشور حداقل تا زمان انتخابات آمریکا در تاریخ ۱۳ آبان ۱۳۹۹ دست از التهاب‌آفرینی علیه ایران برندخواهد داشت و شاهد تبعات منفی این فضا سازی‌ها بر اقتصاد کشور خواهیم بود.

مطمئناً اگر نظام اقتصادی کشور در طی سال‌های گذشته مستقل از نظام سیاسی، تغییرات جناحی و تغییر و تحولات مدیریتی عمل می‌کرد، می‌توانستیم از فرصت‌های بی‌بدیلی که در سال‌های قبل ایجاد شد برای انجام اصلاحات اقتصادی، ایجاد زیرساخت‌های تولیدی-صنعتی و سرمایه‌گذاری در بخش‌های مولد اقتصادی استفاده کنیم و همین ساختار اقتصادی قوی می‌توانست امروز پشتوانه و نجات‌بخش کشور باشد. در طی سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۳ یعنی به مدت یک دهه، کشور هر سال بیش از ۴۰ میلیارد دلار درآمد نفتی داشت و حتی در سال ۱۳۹۰ درآمد نفتی کشور به قله بی‌تکرار ۱۱۸ میلیارد دلار رسید که متأسفانه این درآمد هنگفت به جای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های تولیدی و صنعتی، صرف یک سری طرح‌های بی‌حاصل همچون بنگاه‌های زودبازده، کلنگ‌زنی‌های تبلیغاتی و از همه بدتر، واردات گسترده انواع کالاها به کشور گردید. طبیعی است که وقتی درآمد نفتی ۱۱۸ میلیارد دلاری نتوانسته دردی از اقتصاد کشور دوا کرده و کشور را در مسیر توسعه اقتصادی و صنعتی قرار دهد، اکنون که درآمدهای نفتی به زحمت به ۱۰ میلیارد

فشارها از دوش فعالان اقتصادی و مردم، دشوار کرده است. در حوزه داخلی و با روی کار آمدن مجلس جدید از اوایل سال جاری که از قضا زاویه ۱۸۰ درجه‌ای با دولت فعلی دارد، بعضاً شاهد مطرح شدن طرح‌هایی همچون استیضاح یا سوال از رئیس‌جمهور و وزرای دولت و نیز برخی انتقادات و اقدامات غیرسازنده و غیرراهگشا هستیم. نمونه بارز این موضوع در عدم رای اعتماد مجلس به گزینه پیشنهادی دولت برای وزارت صنعت قابل مشاهده است که اتفاقاً او توانسته بود در دوران سه‌ماهه سرپرستی، رای موافق و حمایت اکثر مجامع صنعتی و صنفی را به دست بیاورد. برخی از ناظران سیاسی، رای عدم اعتماد مجلس را به عدم حضور رئیس‌جمهور در آن جلسه نسبت می‌دهند که اگر این تحلیل درست باشد، نمونه دیگری از تاثیر مولفه‌های سیاسی در مسائل اقتصادی کشور است که باعث شده، یکی از مهم‌ترین وزارتخانه‌های کشور با گذشته بیش از سه ماه، همچنان بدون وزیر باقی بماند.

در حوزه بین‌المللی نیز دولت آمریکا و شخص رئیس‌جمهور این کشور در ماه‌های پایانی منتهی به انتخابات و از آنجایی که خطر از دست دادن کرسی ریاست‌جمهوری در دوره بعدی را احساس می‌کند، تحرکات علیه کشورمان را به شدت افزایش داده و به قول معروف، قصد دارد آخرین تیرهای در ترکش خود را روانه کشورمان کند. رئیس‌جمهور آمریکا بعد از شکست در تصویب قطعنامه تمدید تحریم‌های تسلیحاتی ایران در تاریخ ۲۳ مردادماه، یک هفته بعد ضمن شکایت از ایران به شورای امنیت به دلیل نقض برجام، خواستار فعال شدن مکانیسم ماشه یا همان بازگشت خودکار تحریم‌های شورای امنیت علیه کشورمان شد که اگرچه در لحظه

ممنوعیت ورود کالاهای خارجی می‌تواند صنعت نساجی را سرپا کند

به شرط تملک به برخی سرمایه‌گذاران دیگر واگذار شوند تا بتوانیم شاهد خروجی مؤثرتری از آن‌ها باشیم. وی ادامه داد: برخی سرمایه‌گذاران اعتقاد دارند این شرکت‌ها دستگاه‌های خوب و به‌روزی ندارند، اما برخی دیگر معتقدند که می‌توانند این کارخانه‌ها را مجدداً سرپا کنند، ما نیز پنبه و پشم را در اختیارشان قرار می‌دهیم تا بتوانیم تولیدات این شرکت‌ها را با کیفیت بیشتری به بازار عرضه کنیم. خانپور در پایان یادآور شد: اکنون خوشبختانه واحدهای نساجی کوچک بسیار خوبی در استان شکل گرفته‌اند که قطعاً اگر این واحدها دست به دست هم بدهند شاهد تحول مثبت و مفیدی در صنعت نساجی استان خواهیم بود.

گفتنی است، طی دهه‌های ۶۰ و ۷۰ استان قزوین وضعیت بسیار مناسبی در صنعت نساجی داشت و در این زمینه حرف‌های زیادی برای گفتن داشت، اما اکنون به دلایل مختلف از قبیل واگذاری‌های نامناسب و به‌روز نشدن ماشین‌آلات و فن‌آوری‌ها این صنعت در استان دچار رکود شده است. با توجه به این‌که دو تن از ۴ نماینده استان قزوین عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی هستند، انتظار می‌رود فکری به حال صنعت نساجی استان شود تا این صنعت در استان بتواند به روزهای اوج خود بازگردد.



نشوند، قطعاً در آینده شاهد رشد و توسعه صنعت نساجی در کشور خواهیم بود. مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان قزوین تأکید کرد: البته اکنون نیز در استان قزوین برندهای بسیار خوبی مانند دسترنج رضابافت وجود دارد که از کیفیت بسیار خوبی برخوردارند و چادر مشکی را نیز در دستور کار خود قرار داده‌اند، هم‌چنین شرکت‌هایی نظیر دیپاریس در کاسپین و نفیس نخ در لیا نیز از شرکت‌های خوب و به‌نام نساجی در استان قزوین هستند.

خانپور در ادامه در رابطه با مشکلات شرکت‌هایی نظیر مهنخ و فرنخ اظهار کرد: کارخانجاتی مانند مهنخ و فرنخ نیز متأسفانه با مشکلات خاصی دست و پنجه نرم می‌کنند و سرمایه‌گذاران آن‌ها صلاحیت لازم را نداشته‌اند و قرار است این شرکت‌ها به‌صورت اجاره

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان قزوین گفت: با توجه به این‌که وزارت صمت واردات ۲ هزار و ۵۰۰ کالا را به کشور ممنوع کرده، قطعاً در آینده شاهد رشد و توسعه صنعت نساجی در کشور خواهیم بود. به گزارش سرویس اقتصادی صبح قزوین، حمیدرضا خانپور اظهار کرد: یکی از مشکلاتی که صنعت نساجی طی سال‌های اخیر با آن مواجه شد، واردات بی‌رویه محصولات خارجی به کشور بود که در مقابل تولید داخل قرار می‌گرفت. وی افزود: خوشبختانه اکنون یک بسیج عمومی در وزارت صنعت و دولت به‌وجود آمده که تصمیم دارند حمایت خاصی از کارخانجات نساجی داشته باشند. خانپور عنوان کرد: اخیراً چند سرمایه‌گذار خوب و مطرح کشوری نیز به استان قزوین آمده‌اند و با خریداری زمین، در حال ساخت‌وساز در واحدهای صنعتی هستند، برخی از واحدهای قدیمی نساجی نیز نیاز است به‌روز و نوسازی یا بازسازی شوند تا صنعت نساجی مجدداً بتواند به سال‌های رونق خود بازگردد.

این مقام مسئول ادامه داد: با توجه به این‌که وزارت صنعت، معدن و تجارت واردات ۲ هزار و ۵۰۰ کالا را به کشور ممنوع کرده و بخشی از این ممنوعیت نیز به بخش پوشاک، البسه و پارچه مرتبط است، اگر این ممنوعیت اجرایی شود و منسوجات به طرق مختلف دیگر وارد کشور

جناب آقای عباس مقصودی

عضو محترم هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران

خبر درگذشت والده مکرمه جنابعالی باعث تأثر اینجانب گردید. مصیبت وارده را به جنابعالی و خانواده محترم تسلیت عرض نموده و برای آن مرحومه از درگاه ایزد متعال آمرزش الهی را مسئلت می‌نمایم.

جمشید بصیری طهرانی

جناب آقای محمود زینی

عضو محترم هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران

با نهایت تأثر و تالم، درگذشت برادر گرامی تان را تسلیت عرض نموده و برای آن مرحوم، آمرزش و غفران الهی را از درگاه ایزد منان مسئلت می‌نمایم.

جمشید بصیری طهرانی



راهاندازی شهرک تخصصی نساجی و پوشاک در منطقه ویژه اقتصادی پیام



نایب رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی و رئیس انجمن تخصصی همگن نساجی، پوشاک و چرم استان البرز از راهاندازی شهرک تخصصی نساجی، پوشاک، چرم و سلولزی با فناوری‌های نوین در منطقه ویژه اقتصادی پیام خبر داد.

یدالله مالیر در نشست مشترک با حضور معاون امور صنایع سازمان صمت البرز، مدیران منطقه ویژه اقتصادی پیام و گمرک استان البرز و با مشارکت تعدادی از اعضای انجمن که صبح یکشنبه ۲۶ مردادماه در اتاق بازرگانی البرز برگزار شد؛ گفت: یکی از وظایف انجمن تخصصی صنایع همگن نساجی، پوشاک و چرم استان البرز شناسایی امکانات و پتانسیل‌های استان و به تبع آن ایجاد پلی برای بهره‌برداری صحیح از آن است از همین رو طی برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته و برگزاری مذاکرات فشرده با منطقه ویژه اقتصادی پیام، مقرر گردید تا فعالان اقتصادی مرتبط نساجی، پوشاک، چرم و سلولزی در قالب یک شهرک تخصصی با فناوری‌های نوین در منطقه ویژه اقتصادی پیام فعالیت خود را آغاز نمایند.

مالیر ضمن اشاره به مزیت‌های منطقه ویژه اقتصادی پیام تصریح کرد: امکاناتی چون معافیت گمرکی، معافیت مالیاتی، فرودگاه جهت پروازهای کارگو و نزدیکی به محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی استان البرز و پایانه صادراتی استان به علاوه امکانات مناسب زیرساختی از جمله مزیت‌های این منطقه است که می‌توان به نحو مطلوب از آن بهره جست. وی درباره برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته برای ایجاد این شهرک تخصصی افزود: در فاز نخست ۱۰۰ هکتار زمین به این شهرک اختصاص می‌یابد که در صورت حضور واحدهای تولیدی، ایجاد اشتغال ۱۰ هزار نفری از آن انتظار می‌رود و در فاز بعدی ۲۰۰ هکتار دیگر به این شهرک ضمیمه خواهد شد که اشتغال

نهایی این شهرک ۳۰ هزار نفر برآورد می‌شود.

نایب رئیس اول اتاق بازرگانی البرز درباره چند و چون حضور واحدهای تولیدی در این شهرک تخصصی اظهار داشت: در فاز نخست، نگاه ویژه ما معطوف به واحدهای تولیدی و سرمایه‌گذاران استان البرز است اما در فازهای بعدی از سرمایه‌گذاران دیگر استان‌ها و سرمایه‌گذاران خارج از کشور نیز دعوت به عمل خواهد آمد. رئیس انجمن تخصصی صنایع همگن نساجی، پوشاک و چرم استان البرز در ادامه عنوان کرد: تولید در شهرک تخصصی نساجی، پوشاک، سلولزی و چرم با فناوری‌های نوین استان البرز مبتنی بر صادرات خواهد بود و هیچ منعی برای حضور اصناف تولیدی استان وجود ندارد چراکه بخش مهمی از تولیدات صنعت پوشاک و چرم استان، توسط اصناف تولیدی استان، تولید می‌شود. در خاتمه مقرر گردید جهت اجرایی شدن این پروژه کارگروهی مرکب از نمایندگان اتحادیه‌های صنفی و نمایندگان بخش صنعت و با مشارکت کارشناسان منطقه ویژه اقتصادی پیام و سایر دستگاه‌های مرتبط تشکیل و با راهبری شرکت تعاونی انجمن این طرح را تا تحقق آن پیگیری نمایند.

تسلیت قطره ای است در برابر غم دریاگونه شما

جناب آقای محمود زینی

مدیریت محترم گروه صنعتی لایکو و عضو محترم هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران

با نهایت تأثر، درگذشت برادر گرامی تان را تسلیت عرض نموده و از درگاه ایزد منان برای آن مرحوم غفران الهی و برای جنابعالی و خانواده محترم، صبر جمیل مسئلت می‌نمایم.

شاهین کاظمی، عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران



ظرفیت صادرات ۱۵۰ میلیون دلاری پوشاک به عراق وجود دارد

رئیس سازمان صنعت و معدن تجارت استان البرز نیز در حاشیه این نشست در گفتگو با خبرنگاران گفت: انتظار می‌رود استان البرز با توجه به حضور واحدهای خوشنام و طراز اول صنعت پوشاک و صنایع نساجی بتواند در راستای صادرات پوشاک به عراق نقشی تعیین‌کننده و تاثیرگذار داشته باشد. رامین ربیعی تصریح کرد: در راستای صادرات پوشاک به عراق مشوق‌های مطلوبی توسط سازمان توسعه تجارت ایران تدارک دیده شده که فعالان صنفی و صنعتی تولید پوشاک می‌توانند با مراجعه به دبیرخانه انجمن تخصصی صنایع همگن نساجی، پوشاک و جرم استان البرز از کم و کیف این مشوق‌ها مطلع و در صورت دارا بودن شرایط لازم از آن بهره‌مند شوند.

سومین میز کالای کشوری عراق با رویکرد بررسی زمینه‌ها، مشکلات، موانع و راهکارهای توسعه صادرات پوشاک به این کشور و به منظور تلاش برای افزایش سهم صادرات پوشاک ایران در بازار عراق در سازمان توسعه تجارت ایران برگزار شد. به گزارش روابط عمومی و اطلاع‌رسانی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان البرز در این جلسه مدیر کل دفتر عربی-آفریقایی سازمان توسعه تجارت ایران گفت: عراق سالانه حدود ۷۰۰ میلیون دلار واردات پوشاک از جهان دارد که سهم ایران از این میزان حدود ۳۵ میلیون دلار است. فرزند پیلتن افزود: بررسی‌ها نشان می‌دهد ایران ظرفیت صادرات ۱۵۰ میلیون دلاری پوشاک به کشور عراق را دارد.

لزوم حرکت به سمت ارتقای داخلی‌سازی در صنعت نساجی و پوشاک

اولیه و نوسان نرخ ارز برشمرد که علاوه بر زنجیره تامین (از الیاف گرفته تا پارچه)، در نهایت روی قیمت محصولات نهایی تاثیرگذار می‌شود. نامی ابراز امیدواری کرد: زودتر گشایش وعده داده شده از سوی مسئولان بانک مرکزی اتفاق بیفتد تا نوسان کمتری در تولیدات نساجی و پوشاک پدید آید. وی خاطرنشان کرد: اکنون ارز برای واردات الیاف و ماشین‌آلات وجود دارد، اما به میزان حداقلی تخصیص داده می‌شود. نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران گفت: «ارز نیمایی» برای واردات الیاف و «ارز حاصل از صادرات» برای واردات نخ، پارچه و ماشین‌آلات تخصیص می‌یابد، اما ارز حاصل از صادرات با آن نرخ‌هایی که به شکل رسمی اعلام می‌شود، متفاوت بوده و اغلب نزدیک به نرخ‌های بازار آزاد است. وی گفت: واردات مواد اولیه مورد نیاز صنعت به تدریج در حال انجام است، اما ذخیره‌سازی مواد در انبارها رو به کاهش است و باید جنس جدید جایگزین شود.

متعدد بانک مرکزی در ارتباط با تخصیص ارز، بیان منشأ ارز و غیره در گمرکات باقی ماندند و انتظار می‌رود در این شرایط حساس شرایط کسب‌وکار تسهیل شود، زیرا در غیر این صورت قاچاق توسعه خواهد یافت. نامی اضافه کرد: هفته‌های پس از اتمام تعطیلات عید و قرنطینه، وضعیت خوبی در بازار پوشاک پدید آمد، اما به تازگی بازار مجدد افت کرده است. به گفته وی، امسال به دلیل ممنوعیت واردات همچنین حضور نداشتن برندهای خارجی، شرایط برای برندهای داخلی خوب است، هر چند در مجموع بازار رونقی شبیه پارسال در همین زمان را تجربه نمی‌کند، زیرا با توجه به شیوع کرونا حجم تقاضا در بازار کاهش دارد.

نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران خاطرنشان کرد: برندهای ایرانی هنوز با بحران جدی روبه‌رو نشده‌اند، اما تامین مواد اولیه به چالشی اساسی فرا روی تولیدکنندگان تبدیل شده است. وی، مهمترین دلایل این چالش را کمبود تخصیص ارز برای واردات مواد

نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران می‌گوید امسال به نام «جهش تولید» نامگذاری شده، در عین حال محدودیت‌هایی در سطح جهانی ناشی از بحران تحریم‌ها و شیوع ویروس کرونا را داریم، بنابراین حرکت به سمت ارتقای داخلی‌سازی در صنعت نساجی و پوشاک اجتناب‌ناپذیر است. به گزارش ایرنا، مجید نامی افزود: به جز الیاف پلی‌استر که از داخل تامین می‌شود، پنبه، الیاف اکریلیک و ویسکوز نیز از خارج وارد شده و هرگونه توقف در واردات سبب افزایش غیرمنطقی قیمت‌ها یا کمبود خواهد شد. وی اضافه کرد: نمی‌توان همه مواد، ملزومات و تجهیزات را دست‌کم در کوتاه‌مدت در داخل تامین کرد، به همین دلیل باید طوری عمل شود که واردات مواد اولیه و ماشین‌آلات تولید دچار وقفه نشود.

به گفته نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، ماه‌های گذشته برخی ماشین‌آلات و مواد اولیه مورد نیاز این صنعت به دلیل بخشنامه‌های

لزوم رعایت کف عرضه پلی پروپیلن های نساجی در بورس کالا

معاون امور صنایع وزیر صمت با ارسال نامه ای به مدیرعامل شرکت ملی پتروشیمی، در خصوص کاهش عرضه گرانول پروپیلن نساجی شرکت های پتروشیمی در بورس کالا، خواستار رعایت کف عرضه های پلی پروپیلن های گرید نساجی از سوی پتروشیمی ها به دنبال بروز رقابت های بالای ۳۰ درصد روی قیمت این محصولات شد. به گزارش کالاکسیر؛ در نامه مهدی صادقی نیارکی آمده است: «با عنایت به گستردگی و تنوع محصولات صنایع پایین دستی مواد پتروشیمی (گرانول پلی پروپیلن) در این بخش از صنعت نساجی از جمله الیاف پلی پروپیلن، نخ بی سی اف و سی اف، (انواع موکت نمدی، تافتینگ و خودرو)، حصیر پلاستیکی، کیسه پلی پروپیلن و با ظرفیت حدود ۱۲۰۰ هزار تن و نیز پراکندگی جغرافیایی قریب به ۲۰۰ واحد صنعتی مصرف کننده این مواد در سطح کشور با نیاز ماهیانه حدود ۵۰ هزار تن گرانول پلی پروپیلن مورد مصرف در صنایع مذکور، حفظ فعالیت تولید و اشتغال این صنایع از اهمیت بالایی برخوردار است.» معاون امور صنایع وزارت صمت در متن این نامه عنوان کرده که براساس

اطلاعات دریافتی از سامانه شرکت بورس کالای ایران، عرضه مواد مذکور در هفته منتهی به سوم مرداد ۹۹ با ۲۱۰۰ تن کسری عرضه نسبت به حداقل کف عرضه تعهد شده مواجه بوده و مشکلات ناشی از کاهش عرضه به ویژه در برخی گریدهای پرمصرف (از جمله HP۵۵۲R/Z۳۰S/HP۵۱۰L/RG۱۱۰۲XL) توسط بعضی مجتمع های پتروشیمی از جمله پتروشیمی رجال، پتروشیمی جم و پتروشیمی شازند موجب رقابت در خرید غالباً تا سقف بیش از ۳۰ گردیده و بی ثباتی در قیمت فروش کالای نهایی صنایع پایین دستی در عرصه فروش داخلی و صادرات بی المللی گردیده است. صادقی نیارکی در این نامه با اشاره به اهمیت و ضرورت حفظ اشتغال مستقیم حدود ۴۰ هزار نفر واحدهای فعال نساجی مصرف کننده مواد گرانول پلی پروپیلن و تقویت قدرت رقابت پذیری در بازارهای صادراتی، خواستار رعایت کف عرضه هفتگی به منظور جلوگیری از القای کمبود و در ادامه افزایش کف عرضه برای تامین تقاضای مواد اولیه گرید نساجی معمول شد.

افزایش ۳۰ تا ۴۰ درصدی قیمت فرش ماشینی

فرش ماشینی در ایران، قیمت آن مانند قیمت سایر کالاهای مصرفی از جمله لوازم خانگی افزایش نجومی نداشته است. وی همچنین گفت: در زمینه فرش ماشینی صادرات هم انجام می شود؛ به طوری که اگر صادرات نبود مشکلات متعددی ایجاد می شد، اما این صادرات هدفمند نیست و اغلب خود تولیدکنندگان صادرات را انجام می دهند.

کمالیان ادامه داد: در این میان شیوع ویروس کرونا هم باعث شده همسایه های ایران مانند عراق، افغانستان و کشورهای آسیای میانه که به صورت حضوری به کارخانه های فرش ایران مراجعه و خرید می کردند و با توجه به نرخ ارز برایشان مقرون به صرفه هم بود، از مسافرت و خرید حضوری خوداری کنند و شاهد کاهش صادرات فرش ماشینی باشیم. البته با توجه به اینکه صادرات مدیریت شده نیست آمار دقیقی از میزان صادرات و حتی کاهش آن در پی شیوع ویروس کرونا در دسترس نیست.

ایران خبر داد و گفت: واردات فرش ممنوع نیست، اما با توجه به نرخ ارز در حال حاضر اصلاً واردات فرش خارجی مقرون به صرفه نیست. از طرف دیگر در حال حاضر همه انواع فرش های ماشینی از جمله فانتزی و اصیل مورد نیاز مصرف کننده در داخل تولید می شود.

البته به گفته رئیس اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران، تولیدکنندگان در حال حاضر با مشکل تامین الیاف مواجه هستند که با قیمت های متغیر عرضه می شود و نظارتی در بازار آن وجود ندارد. الیاف عمدتاً از آلمان، ترکیه و هند وارد می شود و بعد برخی ریسندها الیاف خود را متناسب با نرخ دلار عرضه می کنند، به طوری که در سال جاری قیمت الیاف سه نوبت افزایش یافته است. وی همچنین از افزایش ۱۰۰ تا ۱۵۰ درصدی قیمت الیاف در پی افزایش نرخ ارز خبر داد و گفت که این افزایش قیمت باعث شد قیمت فرش ماشینی هم ۳۰ تا ۴۰ درصد گران تر شود. البته به گفته کمالیان با توجه به اشباع بودن بازار

رئیس اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران از افزایش ۳۰ تا ۴۰ درصدی قیمت فرش ماشینی در پی افزایش نرخ ارز و همچنین کاهش صادرات فرش ماشینی در پی شیوع ویروس کرونا خبر داد و گفت که در حال حاضر قیمت فرش ماشینی شش متری بسته به نوع بافت آن حدود دو تا سه میلیون تومان است. محمدهادی کمالیان، اظهار کرد: در سال های اخیر تولیدکنندگان ایرانی توانستند بازار را تامین کنند و مدت زمان طولانی است که فرش های ترکیه ای هم به ایران وارد نمی شود. به عبارت دیگر زمانی که ایران در تولید فرش فانتزی ضعیف بود عمدتاً این نوع فرش که با متربال خاص بافته می شود، از ترکیه و بلژیک وارد می شد، اما در سال های اخیر تولیدکنندگان ایرانی نیاز داخل را پوشش دادند و وارداتی در این زمینه انجام نمی شود.

وی در ادامه از تولید فرش ابریشمی که بخشی از آن ماشینی و بخشی به صورت دستی بافته می شود به عنوان یک نوآوری در صنعت فرش

واردات بی‌رویه صنعت نساجی استان گیلان را دچار رکود کرد

گسترش این پدیده شوم اقتصادی جلوگیری کند. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت گیلان شناخت ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در استان در راستای حفظ و ایجاد هرچه بیشتر فرصت‌های شغلی جدید را لازم و ضروری اعلام کرد و گفت: سازمان صنعت، معدن و تجارت گیلان برای تحقق این دسته از اهداف اهتمام و توجه بسیار خوبی دارد. دلق‌پوش احیا و برگرداندن واحدهای نساجی استان گیلان به چرخه تولید و صنعت و برنامه سازمان صمت استان برای این موضوع را متذکر شد و عنوان کرد: سازمان صنعت، معدن و تجارت گیلان از فعالان این بخش حمایت‌های لازم را در حوزه‌های مختلف به‌عمل می‌آورد تا صنعت نساجی استان مانند گذشته احیا شود. وی برگزاری جلسات رونق تولید و رفع موانع تولید و پیگیری‌های سازمان صمت برای بررسی و حل و فصل مشکلات فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان را راهکاری بسیار مثبت ارزیابی کرد و گفت: در این راستا تسهیلات بسیار خوبی نیز پرداخت می‌شود که بدون شک آثار بسیار مثبتی در بخش تولید به بار می‌آورد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت گیلان با اعلام اینکه صنعت نساجی در استان توجیه اقتصادی و جغرافیایی بسیار بالایی داشته و باید تلاش کنیم تا این صنعت مجدداً احیا شود تصریح کرد: در استان گیلان نسبت به سایر استان‌های کشور اقدامات و کارهای مؤثرتری در حوزه رفع موانع تولید انجام شده است.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت گیلان با بیان اینکه این استان در گذشته قطب تولیدات نساجی در کشور بود گفت: واردات بی‌رویه صنعت نساجی گیلان را دچار رکود کرد. فرهاد دلق‌پوش در گفتگو با تسنیم، قاچاق کالا را از جمله پدیده‌های شوم اقتصادی که بر روی تولیدات داخلی کشورها تأثیرات مخربی بر جای می‌گذارد تلقی کرد و اظهار داشت: از دهه ۸۰ به این طرف به علت واردات بی‌رویه اقلام نساجی، صنعت نساجی گیلان دچار رکود شده است.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت گیلان یکی از تبعات قاچاق کالا را وارد آمدن ضربه به چرخه تولید و صنعت کشور اعلام کرد و در همین زمینه ابراز داشت: ایجاد اختلال در فرآیندهای تولیدی، از بین رفتن اشتغال ایجادشده و یا کاهش فرصت‌های شغلی از جمله آثار منفی قاچاق کالا محسوب می‌شود. دلق‌پوش با بیان اینکه واردات بی‌رویه نه تنها بر روی منسوجات تولید داخل کشور بلکه بر روی صنعت نساجی پویای استان گیلان نیز تأثیر گذاشت تصریح کرد: پوشش، ایران‌پولین، ایران برک، خاور و فومنت از جمله واحدهای بسیار فعال صنعت نساجی استان گیلان به شمار می‌رفتند. وی لطمه خوردن و آسیب واحدهای نساجی موجود در استان گیلان از واردات بی‌رویه اقلام نساجی را مورد تأکید قرار داد و خاطرنشان کرد: وزارت صنعت، معدن و تجارت در راستای مقابله با قاچاق کالا برنامه‌ها و طرح‌های بسیار خوبی دارد که می‌تواند از

تولید پوشاک ۳۵ درصد گران‌تر شد

هم خریداری وجود ندارد. شیرازی تصریح کرد: مواد اولیه دچار افزایش قیمت شده و خرید و تولید، بسیار سخت شده و امیدواریم دولت در این باره تمهیداتی بیاندیشد. رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک با بیان اینکه دولت با ارائه معافیت در بخش مالیات، بیمه و عوارض به این بخش کمک کند، افزود: کمک دولت می‌تواند هم اشتغال در این بخش را حفظ کند و هم موجب افزایش اشتغال شود. وی توضیح داد: با توجه به افزایش قیمت مواد اولیه اگر تولیدکننده بخواهد اجناس جدید تولید کند حداقل با ۳۵ درصد افزایش هزینه مواجه می‌شود.

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک گفت: در حال حاضر تولید پوشاک صنعتی نیمه فعال شده و دلایل کمبود و نبود مواد اولیه از یک‌سو و افزایش قیمت از سوی دیگر است. به گزارش میزان، ابوالقاسم شیرازی با بیان اینکه در شرایط فعلی تولید پوشاک صرفه اقتصادی ندارد، افزود: پوشاکی که برای ایام عید تولید شده به دلیل تغییر فصل، دیگر خواهان ندارد و سرمایه تولیدکنندگان از بین رفته است.

شیرازی ادامه داد: به‌رغم افزایش قیمت‌ها، تولیدکنندگان در حال عرضه اجناس فصل‌های گذشته، زیر قیمت تمام‌شده هستند اما باز



بازدید معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از شرکت الوان ثابت



تولید راکتیو و اسپری درایر بازدید به عمل آمد که در پایان جناب آقای دکتر ستاری پیشنهادی مبنی بر راه اندازی خط تولید رنگ های راکتیو، دارویی و غذایی در مقیاسی با وسعت برآورد نیازهای کشور و منطقه داشتند تا از این مسیر نیاز به واردات رنگ صنایع وابسته به حداقل برسد و خروج ارز معادل ۱۰۰ میلیون دلار در سال به صفر برسد. که با رویکرد مثبت جناب آقای دکتر وهابزاده مدیرعامل محترم همراه بود و مصوب شد این خطوط تولید به زودی در شرکت الوان ثابت طراحی و اجرایی گردد.

امید است استان همدان با همکاری مثبت معاونت علمی ریاست جمهوری و همکاری همه جانبه جناب آقای دکتر شاهرخی استاندار محترم، به قطب رنگ خاورمیانه تبدیل شود.

در تاریخ شنبه ۴ مرداد ۱۳۹۹، جناب آقای دکتر ستاری معاون محترم علمی و فناوری رئیس جمهوری به همراه جناب آقای صالحی معاون محترم نوآوری و تجاری سازی فناوری، جناب آقای دکتر الیاسی معاون محترم سیاست گذاری و توسعه و جناب آقای دکتر مرادی ریاست محترم پارک علم و فناوری استان همدان، جناب آقای دکتر پورمجاهد معاون محترم اقتصادی استانداری همدان و هیئت همراه از شرکت الوان ثابت بازدید به عمل آوردند که مورد استقبال جناب آقای دکتر وهابزاده مدیرعامل محترم الوان ثابت و مدیران ارشد شرکت قرار گرفت.

در این دیدار از واحدهای تولید رنگ های دارویی و غذایی و سایر خطوط تولید، دانشگاه علمی کاربردی الوان ثابت و پروژه احداث خط



برگزاری دومین دوره جشنواره فن آفرینی در صنعت نساجی (منسوجات بی‌بافت خانگی و صنعتی)



قابلیت تطابق گرمایی

لازم به ذکر است طبق اعلام مسئولان برگزاری جشنواره، هماهنگی لازم جهت عقد قرارداد تجاری با طرح/طرح‌های منتخب پس از اعلام شرکت نگین رز سپاهان (حامی مالی جشنواره) متعاقبا انجام خواهد شد.

- * منسوجات بی‌بافت با قابلیت هیدروفیل و آنتی‌استاتیک دائم
- * طراحی و تولید منسوجات خانگی محافظ امواج الکترومغناطیس به‌ویژه کفپوش و دیوارپوش
- * غشاء جداسازی نانوکامپوزیتی برپایه منسوجات بی‌بافت
- * معرفی روشی نوین و مقرون به‌صرفه جهت ایجاد تنوع رنگی گسترده در لایه‌های بی‌بافت خانگی و صنعتی با مخلوط کردن الیاف
- * لایه فعال الکتروریسی با قابلیت کنترل رهایش عصاره‌های معطر
- * حذف چسب از ضایعات موکت با روش‌های مکانیکی
- * خط تولید لایه‌های ترموفیوز عمودی (آکاردئونی)
- * ارتقاء ایزولاسیون حرارتی منسوجات بی‌بافت با استفاده از ذرات معدنی نانوساختار سیلیس
- * تولید منسوجات فنی و خانگی هوشمند با

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» دومین جشنواره فن آفرینی در صنعت نساجی با موضوع منسوجات بی‌بافت خانگی و صنعتی توسط انجمن علوم و فناوری مهندسی نساجی ایران و با حمایت شرکت نگین رز سپاهان در دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر برگزار شد. مراسم پایانی این جشنواره و اعلام طرح‌های برگزیده، ابتدا قرار بود روز ۱۴ اسفندماه ۱۳۹۸ در محل دانشکده مهندسی نساجی برگزار گردد که به دلیل شیوع ویروس کرونا به تعویق افتاد و در نهایت، مراسم اختتامیه این جشنواره روز دوشنبه ۱۶ تیرماه ۱۳۹۹ به صورت مجازی و با حضور تیم داوران متشکل از داور تخصصی حوزه بی‌بافت و داوران صنعتی از شرکت نگین رز تنها حامی مالی جشنواره و نیز تیم‌های شرکت‌کننده برگزار گردید. در این مراسم، ۱۰ طرح برتر از میان طرح‌های ارسالی، به شرح زیر اعلام گردید:

* بهبود استحکام کامپوزیت‌ها توسط عملیات پلاسما/پلازما





بی ثباتی نرخ ارز؛ پاندمی ویرانگر تولید

سومات هاگوپیان رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران

آیا صادرکننده می تواند مطمئن باشد آن سیاستی که امروز افزایش بهای ارز را مفید به حال صنعت تشخیص داده است فردا مسیر بازگشت قیمت ها را آن هم به صورت ضربتی فراهم نمی کند؟ صادرات نیاز به مشوق دارد؛ اما امروز هزینه تعلیق اقتصادی را پرداخت می کند. نرخ ارز درست در این معرکه ایستاده است.

چون تحرک آن از فرامین اقتصادی و تحولات اصیل اقتصادی تبعیت نمی کند، برای همین بی ثباتی به تصویری مانا برای اقتصاد ایران تبدیل شده است. بسیاری از صنعتگران ما بهترین توانایی را برای حضور در بازارهای خارجی دارند. مثالش همین صنعت پوشاک است که تولیدکنندگان آن با پیشینه تاریخی خود، از بهترین توانمندی ها برای حضور در بازارهای خارجی بهره مند هستند، اما یا سال ها تاوان حضور قاچاق در بازارهای کشور را پس داده اند یا اسیر سیاست هایی بوده اند که صنعت پوشاک را به حاشیه رانده است.

امروز نیز که شهروندان و سیاست گذاران دانسته اند، صنعت پوشاک می تواند برای هر کشوری، صنعتی توسعه ساز باشد بازهم تولیدکنندگان پوشاک گرفتار سرمایه در گردش، تامین مواد اولیه، بی ثباتی نرخ ارز (برای ارائه داده های خود به بازارهای جهانی) و دردرهای الوان دیگری هستند که رهایی از آنها نیاز به جهدی طاقت فرسا دارد.

دسترسی وجود ندارد از جهش صادراتی نیز سخن گفت؟ در هر اقتصادی نرخ ارز یک محیط بیرونی را در مقابل خود دارد و در یک محیط درونی نیز در فعل و انفعالات اقتصادی نقش تعیین کننده ای ایفا می کند. جریان ارز در ایران بیشتر کارکردی درونی دارد، چون نقشی در بهینه سازی فضای بیرونی اقتصاد ندارد و نمی تواند به خاطر همان تعلیق و بی ثباتی حتی به شکل گیری اندیشه ای سازنده برای دستیابی به دنیای بیرون کمک کند.

گفته می شود که افزایش بهای ارز برای صادرات مفید است؛ اما دیده نمی شود بازارهای جهانی آن طور که باید رو به اقتصاد ایران دریچه ای ندارند تا بتوان از صادرات شادمان شد. نقطه تلخ، اما واقعی ماجرا اینجاست که تولیدکننده نیز دوری از صادرات را یک تصمیم عقلایی می داند؛ چون از بی ثباتی واهمه دارد و هر لحظه در این تصور غوطه می زند که از سوی این آشفتگی اقتصادی شکار می شود و موجودیت خود را از دست می دهد. عین این ماجرا در صنعت پوشاک رخ داده است. ما در دهه ۷۰ تولید کنندگانی داشتیم که پوشاک تولیدی خود را به بازارهای اروپایی صادر می کردند؛ اما به راحتی مقهور بازی ارزی شدند که ریسمان آن در اختیار سیاست گذاران اقتصادی بود. اکنون نیز همان واهمه با همان هیبت در مقابل ما ایستاده است.

صحبت کردن در مورد بهای ارز شبیه حرکت در فضایی معلق می ماند که انسان برای ترسیم جغرافیای حضورش بیشتر از هر چیز به دنبال نقطه اتکا می گردد تا روی آن بایستد و باثباتی که به دست آورده است، تصاویر مربوط به محیط پیرامونش را ارائه دهد. شما تغییر و تحولات نرخ ارز، فرازها و فرودهایش در همین چند روز گذشته را بررسی کنید آن وقت شاید بهتر بتوان این تعلیق و بی ثباتی حاکم بر فضای اقتصادی را ترسیم کرد. به هر حال سناریوی ارز و بهای آن به نظر نگارنده نقطه عطف نمایش حضور در تعلیق یا تحرک در فضای بدون ثبات است؛ چون دشوار می توان از سیاست هایی سخن گفت (یا آنها را واکاوی کرد) که محدوده تغییر و تحولات بهای ارز را تعیین می کنند. آن وقت در چنین شرایطی هر از گاهی نیز شنیده می شود که افزایش بهای ارز به سود تولیدکنندگان یا صادرکنندگان است و آنها می توانند با اتکا به رشد نرخ ارز شرایط بهینه تری را تجربه کنند. بی تردید در فضای تعلیق و در تحلیل داده های اقتصادی خطای راهبردی به وفور اتفاق می افتد؛ اما تکیه بر این باور که می توان در هنگامه رشد بهای ارز به افزایش راهگشای نرخ صادرات نیز دل بست، خطای فاحش راهبردی است که حتما اقتصاد را با دست اندازهای زیادی همراه می کند. مگر می شود وقتی به بازارهای خارجی

تا اطلاع ثانوی که تغییرات نرخ

ارز از سیاست‌های استاندارد

تبعیت کنند، صادرات به

حمایت‌های راهبردی تکیه بدهد

و ثبات نیز سرلوحه عمل در

اقتصاد ایران باشد، لطفاً از ارتباط

بهینه میان نرخ ارز و صادرات

سخن نگوییم. برای درک این

ماجرا و عمق معضلی که در آن

نهفته است می‌توان سرگذشت

و سرنوشت صادرکنندگان

پوشاک در تغییر و تحولات ارزی

دهه ۷۰ را یکبار دیگر دوره کرد

////////////////////

من با قاطعیت می‌گویم که اگر از صنعت پوشاک حمایت می‌شد علاوه بر آن که می‌توانست لکوموتیو صنعت نساجی باشد، یک گردش سرمایه ۲۰ میلیارد دلاری نیز برای اقتصاد ایران به ارمغان می‌آورد و به‌سادگی مسیر حضور در بازارهای خارجی را برای تولیدکنندگان ایرانی تثبیت می‌کرد. منتهی این امر نیاز به ثبات و حمایت دارد. بازهم می‌گویم، برای صادرات باید پشتوانه ساخت. بدون سوبسیدهای صادراتی و ارائه خدمات حمایتی- راهبردی نمی‌توان انتظار داشت که همه تولیدکنندگان با تکیه بر مواجهی نرخ ارز دل به دریا بزنند و دست بر شانه صادرات بگذارند. ما بدون تعارف در یک دور تسلسل هستیم. نرخ ارز بالا می‌رود. از سیاست مشخصی تبعیت نمی‌کند.

دودش قبل از هرکس (بر عکس ادعاهای موجود) به چشم تولیدکننده می‌رود (چون او باید بتوان تصمیم‌سازی‌های غیراستاندارد را بدهد). ثبات اقتصادی وجود ندارد، پس نمی‌توان به تحولات ارزی اطمینان کرد.

بازارهای صادراتی شکل نمی‌گیرند و همین‌گونه همه چیز می‌چرخد، ما دوباره به ابتدای خط برمی‌گردیم و بازهم در این دور تسلسل می‌ایستیم. نتیجه نهایی آن نیز دوری از بازارهای خارجی می‌شود. بدون بازارهای خارجی و ثباتی که چارچوب‌های اقتصادی را بسازند، افزایش نرخ ارز اتفاقاً به یک ویرانگر برای تولیدکننده تبدیل می‌شود چون دارایی‌های صنعتگران را بر باد می‌دهد، مسیر سرمایه‌گذاری را مسدود می‌کند و قدرت خرید مردم را نیز کاهش می‌دهد.

پس تا اطلاع ثانوی که تغییرات نرخ ارز از سیاست‌های استاندارد تبعیت کنند، صادرات به حمایت‌های راهبردی تکیه بدهد و ثبات نیز سرلوحه عمل در اقتصاد ایران باشد، لطفاً از ارتباط بهینه میان نرخ ارز و صادرات سخن نگوییم. برای درک این ماجرا و عمق معضلی که در آن نهفته است می‌توان سرگذشت و سرنوشت صادرکنندگان پوشاک در تغییر و تحولات ارزی دهه ۷۰ را یکبار دیگر دوره کرد.



گزارش سازمان بین‌المللی کار از تبعات کرونا بر نیروی کار جوان رهنمودهایی برای نجات اشتغال و تولید



گروه مترجمین مجله: بر اساس اعلام سازمان بین‌المللی کار (ILO)، بیش از یک‌ششم از نیروی کار جوان در جهان از زمان شروع همه‌گیری کووید ۱۹ فعالیت کاری خود را متوقف کرده‌اند، در حالی که در مورد مابقی کسانی که هنوز شاغل هستند، ساعت کاری آنها تا ۲۳ درصد کاهش پیدا کرده است. طبق این گزارش، افزایش سریع و قابل‌توجه بیکاری در جمعیت جوان از آغاز ماه فوریه امسال، زنان را بیشتر از مردان تحت تأثیر قرار داده است.

آنطور که در نسخه چهارم گزارش این سازمان با عنوان «کووید ۱۹ و دنیای کار» عنوان شده، شرایط پاندمی نه تنها اشتغال جمعیت جوان را از بین می‌برد، بلکه فرآیند آموزش و پرورش نیروی انسانی را نیز مختل کرده و موانع عمده‌ای را در مسیر افرادی که به دنبال ورود به بازار کار هستند یا می‌خواهند شغل خود را تغییر دهند، قرار می‌دهد.

بر اساس این گزارش، نرخ بیکاری جمعیت جوان جهان در سال ۲۰۱۹ رقم ۱۳٫۶ درصد بوده که در حال حاضر، بالاتر از تمامی گروه‌های دیگر است. برآوردها حاکی است که حدود ۲۶۷ میلیون جوان در سراسر جهان شغلی ندارند و در مسیر آموزش و مهیا شدن برای ورود به بازار کار هم نیستند. همچنین آن‌دسته از گروه سنی ۱۵ تا ۲۴ سال که در حال حاضر شاغل هستند احتمالاً در مشاغلی حضور دارند که آنها را در معرض آسیب قرار می‌دهد؛ نظیر مشاغل کم‌درآمد، کار در بخش غیررسمی،

یا تضمین آموزش در کشورهای توسعه‌یافته، و برنامه‌ها و ضمانت‌های اشتغال‌محور در اقتصادهای کم‌درآمد و با درآمد متوسط اشاره کرد. این گزارش می‌افزاید آزمایش و ردیابی مبتلایان به کووید ۱۹ می‌تواند تأثیر بسیار زیادی بر جلوگیری از ایجاد اختلال در بازار کار داشته باشد و به طور قابل‌توجهی، مانع از اعمال قرنطینه و تعطیل کردن کسب‌وکارها گردد.

در کشورهایی با پروتکل‌های آزمایش و ردیابی قوی، میانگین کاهش ساعت کاری، تا ۵۰ درصد کمتر گزارش شده است و نیاز کمتری به کاهش ساعت کاری بوده است. سه دلیل برای این موضوع وجود دارد:

۱- آزمایش و ردیابی باعث کاهش ضرورت اجرای اقدامات محدودکننده سختگیرانه می‌شود؛

۲- اعتماد عمومی را ارتقا می‌بخشد و بنابراین ضمن ترویج مصرف، از اشتغال

یا فعالیت به عنوان کارگر مهاجر. در همین ارتباط، مدیر کل سازمان بین‌المللی کار می‌گوید: «بحران اقتصادی ناشی از کووید ۱۹ جمعیت جوان و مخصوصاً زنان را سخت‌تر و سریع‌تر از هر گروه دیگری دچار آسیب می‌کند. اگر ما اقدامات قابل‌توجه و فوری را برای بهبود شرایط آنها انجام ندهیم، میراث این ویروس می‌تواند چندین دهه همراهمان باشد. اگر استعداد و انرژی جمعیت جوان به دلیل فقدان فرصت یا مهارت به حاشیه رانده شود، این موضوع تمام آینده ما را با آسیب مواجه می‌کند و شرایط را برای ساختن مجدد اقتصادها در پساکرونا دشوارتر می‌سازد.

بر همین اساس، سازمان بین‌المللی کار در بیانیه خود خواستار واکنش و سیاست‌گذاری فوری، کلان و هدفمند برای حمایت از جمعیت جوان شده است که از آن جمله می‌توان به برنامه‌های گسترده اشتغال‌زایی

موجود نیز حمایت می‌کند؛

۳- کمک می‌کند که اقدامات محدودکننده و جداسازی افراد در محیط کار به حداقل ممکن برسد.

در گزارش اخیر سازمان بین‌المللی کار همچنین برآوردهای قبلی در ارتباط با میزان کاهش ساعت‌های کاری در سه‌ماهه اول و سه‌ماهه دوم سال ۲۰۲۰ در قیاس با سه‌ماهه چهارم سال ۲۰۱۹ به‌روزرسانی شده است. بر این اساس، برآورد می‌شود که در سه‌ماهه اول سال جاری، میانگین ساعت‌های کاری در جهان ۴,۸ درصد کاهش پیدا کرده باشد که تقریباً معادل ۱۳۵ میلیون شغل تمام‌وقت با احتساب هفته کاری ۴۸ ساعته می‌باشد.

دستورالعمل‌های شش‌گانه برای کارخانجات پوشاک آسیا

گفتنی است سازمان بین‌المللی کار

شش دستورالعمل اجرایی و عملیاتی را برای کمک به کارخانجات پوشاک آسیا جهت تداوم فعالیت در بحبوحه پاندمی کووید ۱۹ و نیز ایجاد انعطاف‌پذیری در کسب‌وکارشان، طراحی و ارائه کرده است. این شش دستورالعمل با شش موضوع ذیل ارتباط مستقیم دارد: مدیریت جریان وجوه نقد، کاهش هزینه‌ها، یافتن منابع درآمدی جایگزین، ایجاد بسترهای لازم برای حضور آنلاین و گسترش آن، سازماندهی کارخانجات برای عملیات ایمن‌تر و کارآمدتر، و برقراری ارتباط با کارگران.

در ارتباط با مدیریت جریان وجوه نقد، این دستورالعمل‌ها به کارخانجات توصیه می‌کند که در وهله اول، جریان نقدینگی شرکت را شناسایی و بررسی کنند. به تولیدکنندگان توصیه می‌شود که جهت تسریع گردش مالی و کاهش فشارهای ناشی از کمبود نقدینگی بر عملیات کارخانه، هزینه‌های خود را کاهش دهند. دستورالعمل‌های

ذکرشده همچنین مالکان کارخانجات را ترغیب می‌کند که به دنبال منابع درآمدی جایگزین نظیر بسته‌های حمایتی اضطراری و فرصت‌های کوتاه‌مدت نظیر تولید تجهیزات مراقبت فردی، باشند تا از شرایط پاندمی جان سالم به در ببرند. همچنین توصیه می‌شود که مدیران شرکت‌ها به منظور ترویج و معرفی کسب‌وکار خود و تسهیل ارتباط با خریداران، حضور آنلاین داشته باشند و زیرساخت‌های آنلاین و مبتنی بر تجارت الکترونیک را ایجاد یا تقویت کنند.

این دستورالعمل‌ها همچنین از تولیدکنندگان می‌خواهند که به منظور ایجاد شرایط ایمنی بهتر و تقویت راندمان عملیاتی، کارخانجات خود را مجدداً سازماندهی کنند و در عین حال، ارتباطات خوب درون‌سازمانی با کارگران را حفظ کنند تا در طول بحران فعلی، محیط کار بهره‌ورتر و کارآمدتری داشته باشند.



۵۵۸ هزار میلیارد تومان، گردش مالی اقتصاد زیرزمینی

اقتصاد زیرزمینی با اقتصاد رسمی چه می‌کند؟



شامل می‌شود؟ جمع این دو عدد نزدیک به ۷۵ درصد بودجه سالانه ایران خواهد شد. گردش مالی مواد مخدر در کشور بیش از ۱۶۰ هزار میلیارد تومان در سال است. از طرفی ۵۰ درصد تولید ناخالص داخلی ایران در اختیار بخش‌هایی است که هیچ‌گونه حسابرسی قانونمند و کنترل منظمی روی آن‌ها اعمال نمی‌شود.

تصویر چهارم: مسعود نیلی، اقتصاددان و دبیر پیشین ستاد هماهنگی اقتصادی دولت دوازدهم برآوردی از عمق تاریک اقتصاد ایران اعلام کرده است. اقتصاد غیررسمی ایران از سال ۱۳۵۹ تا ۱۳۹۳، از حدود ۲۴ تا ۴۲ درصد نوسان داشته است. حجم اقتصاد غیررسمی که در ابتدای دهه ۶۰، کمتر از ۲۵ درصد تولید ناخالص داخلی بود، در سال‌های جنگ روندی افزایشی به خود گرفت و تا حدود ۴۰ درصد پیش رفت؛ اما پس از جنگ، بار دیگر اقتصاد غیررسمی در روندی کاهشی حرکت کرد تا اینکه تحریم‌های اقتصادی، اثر خود را بر این متغیر در ابتدای دهه ۹۰ نشان داد و حجم اقتصاد غیررسمی به حدود ۳۵ درصد تولید ناخالص داخلی رسید.

این آمارها، چهره زشت اقتصاد ایران را تصویر می‌کند؛ چهره‌ای که نشان از اندازه قابل‌توجه اقتصاد غیررسمی در آن دارد؛ آنچه مهم است اینکه در چهار دهه گذشته، حجم اقتصاد غیررسمی نسبت به تولید ناخالص داخلی همواره حدود ۲۴ تا ۴۲ درصد نوسان داشته است. حجم اقتصاد غیررسمی که در ابتدای دهه ۶۰ کمتر از ۲۵ درصد تولید

سازمان امور مالیاتی حجم اقتصاد زیرزمینی ایران را منتشر کرد؛ در این گزارش برآورد شده که بیش از ۵۵۸ هزار میلیارد تومان گردش مالی در بخش «زیرزمینی» و «غیررسمی» ایجاد می‌شود. رقمی که اگر با نرخ ارز ۴۲۰۰ تومانی مورد قبول بانک مرکزی ایران مقایسه شود؛ بالغ بر ۱۳۳ میلیارد دلار است و با نرخ ارز آزاد، به ۲۵ میلیارد دلار می‌رسد. سازمان امور مالیاتی همچنین برآورد کرده که فرار مالیاتی در ایران به ۵۱,۵ هزار میلیارد تومان می‌رسد. کمی به عقب برگردیم؛ این اولین بار نیست که آماری از حجم اقتصاد زیرزمینی در ایران ارائه می‌شود؛ بارها از حجم اقتصاد زیرزمینی گفته شده و نسبت به عواقب آن هشدار داده‌اند.

تصویر اول: «۳۰ درصد تولید ناخالص ملی، اقتصاد زیرزمینی یا قاچاق است»؛ این را هادی قوامی، نماینده مجلس دهم در آخرین روز بهمن‌ماه سال گذشته در نطق میان‌دستور خود گفت. به گفته قوامی، نقدینگی کشور در سال ۱۳۵۷، ۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان بوده و در پایان سال ۱۳۹۲، به بیش از ۵۵۰ هزار میلیارد تومان افزایش یافته است، یعنی بیش از ۲۲۰ برابر شده است؛ سوال اینجاست که آیا رشد اقتصادی واقعی به میزان این ۲۲۰ برابر افزایش یافته است؟ قطعاً پاسخ منفی است؛ نرخ رشد اقتصادی کشور در سال ۱۳۹۱ منفی ۵,۶ درصد است؛ این مسئله نشان می‌دهد که نقدینگی به سمت دلالی در فعالیت‌هایی مانند ارز، قاچاق، خرید سکه و مسکن کانالیزه می‌شود و بی‌انضباطی را گسترش می‌دهد.

تصویر دوم: فرهاد دژپسند، وزیر امور اقتصادی و دارایی میزان فرار مالیاتی در ایران را براساس برآوردها عددی بین ۳۰ تا ۴۰ هزار میلیارد تومان می‌داند. او یکی از دلایل گسترده بودن دامنه این عدد را فرار مالیاتی می‌داند.

تصویر سوم: به گفته محسن صفایی‌فراهانی، مدیر باسابقه، قوه مجریه اعلام می‌کند توانستیم میزان قاچاق کالا را از ۲۵ میلیارد دلار در سال به ۱۵ میلیارد دلار در سال کاهش دهیم؛ آن ۱۵ میلیارد دلار به همراه ۱۶۰ هزار میلیارد تومان، چند درصد بودجه سالانه ایران را

ناخالص داخلی بود در سال‌های جنگ روندی افزایشی به خود گرفت و تا حدود ۴۰ درصد پیش رفت. اما پس از جنگ بار دیگر اقتصاد غیررسمی در روندی کاهشی حرکت کرد تا اینکه تحریم‌های اقتصادی، اثر خود را بر این متغیر در ابتدای دهه ۹۰ نشان داد و حجم اقتصاد غیررسمی به حدود ۳۵ درصد تولید ناخالص داخلی رسید.

بنگاه‌ها در دالان زیرزمینی

چرا برخی از افراد و بنگاه‌ها تمام یا بخشی از زمان و دارایی‌های خود را فعالیت‌های غیررسمی اقتصادی می‌کنند؟ چه عواملی آن‌ها را به این مسیر تاریک سوق می‌دهد؟ علی‌عرب‌مازار، اقتصاددان در پژوهش «اقتصاد غیررسمی در ایران» این عوامل را در سه سطح خرد، کلان و توسعه‌ای طبقه‌بندی کرده است. بر چنین مبنایی، رویکردهای اقتصاد خرد به این پدیده، در توجیه گرایش افراد و بنگاه‌ها به فعالیت‌های اقتصادی غیررسمی، به برتری منافع خالص مورد انتظار مشارکت در این حوزه در قیاس با اقتصاد رسمی اشاره می‌کنند. مثلاً در آنجا که منافع خالص مورد انتظار با احتساب ریسک کشف حاصل از واردات قانونی کالایی کمتر از منافع خالص حاصل از واردات غیرقانونی (قاچاق) آن است، مبادرت به قاچاق گزینه‌ای منطبق با انتخاب عقلایی است؛ اما رویکرد کلان اقتصادی، بر اثر محیط اقتصادی و متغیرهای اصلی آن بر گزینش فعالیت در اقتصاد غیررسمی تمرکز دارد. بخشی از عواملی که تعیین‌کننده منافع خالص مورد انتظار ناشی از فعالیت در هر یک از دو حیطه رسمی یا غیررسمی است، مربوط به قیمت‌های آن کالا در داخل و خارج، هزینه‌های حمل‌ونقل و عواملی از این قبیل نیست بلکه در محدوده متغیرهای کلان اقتصادی، نظیر نرخ ارز، نوسانات اقتصادی رکود و رونق و وضعیت درآمد و اشتغال ناشی از آن است.

نسبت فرار مالیاتی به GDP

سازمان امور مالیاتی در گزارش خود عنوان کرده که میانگین نسبت حجم اقتصاد زیرزمینی و فرار مالیاتی برآوردی به تولید ناخالص داخلی در بخش غیررسمی اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۶ به ترتیب ۷,۳۷ و ۵,۳ درصد بوده است. پیش از این نتایج مطالعات داخلی نشان می‌داد که نسبت حجم اقتصاد زیرزمینی به تولید ناخالص داخلی ۳۰ درصد بوده است.

مالیاتی که دریافت نمی‌شود

هزار آماري منتشر می‌شود از حجم فرار مالیاتی افراد، شرکت‌ها، نهادها و بخشی از اقتصاد که فعالیت شفاف ندارند. دستاوردهای تجربی در اغلب کشورهای توسعه یافته نشان می‌دهد که درآمدهای مالیاتی یکی از مهم‌ترین منابع درآمدی در این کشورها را تشکیل

می‌دهد و مالیات نقش قابل‌توجهی در اعمال سیاست‌های اقتصادی در این کشورها ایفا می‌کند. به گونه‌ای که در برخی از کشورها ۹۰ تا ۹۵ درصد از هزینه‌های عمومی دولت از طریق درآمدهای مالیاتی تأمین می‌شود. اما کشورهای در حال توسعه دارای یک سیستم مالیاتی ناکارآمد هستند که قادر به تأمین اهداف مالی و مالیاتی دولت نیستند. در اقتصاد ایران به دلیل فقدان پایگاه اطلاعات اقتصادی و مالی فعالان اقتصادی کشور، عدم شفافیت در فعالیت‌های اقتصادی، معافیت‌های مالیاتی گسترده، ضعف ضمانت‌های اجرایی قوانین، فقدان اعتماد لازم به نظام مالی دولت، مکانیزه نبودن کامل سیستم مالیاتی و عدم توانایی آن در شناسایی صحیح میزان درآمد مردم، میزان مالیات تشخیصی ناچیز بوده کما اینکه بخش قابل‌توجهی از همین مالیات تشخیصی نیز به مرحله وصول نمی‌رسد و اگر هم وصول شود، اصل فایده در آن رعایت نمی‌شود یعنی هزینه وصول آن بالاست. این مسئله سبب می‌شود تا مالیات بالفعل متفاوت از مالیات بالقوه باشد که در نتیجه آن شکاف مالیاتی به وجود خواهد آمد که آثار سوء و پیامدهای نامطلوبی برای اقتصاد کشور دارد.

سازمان امور مالیاتی در گزارش خود عنوان کرده که «در شرایط کنونی اقتصاد کشور که دولت از یک سو به دنبال بهبود فضای کسب‌وکار و افزایش سرمایه‌گذاری و تولید توسط بخش خصوصی است و از سوی دیگر با مشکلات بودجه‌ای روبه‌روست، بحث فرار مالیاتی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.»

آمار چه می‌گوید؟

اندازه نسبی اقتصاد غیررسمی ایران، از ۲۸,۱ درصد در سال ۱۳۹۲ به نزدیک به ۳۰ درصد در سال ۱۳۹۴ رسیده و پیش‌بینی می‌شود در سال پایانی برنامه ششم توسعه، به سطح بی‌سابقه ۳۴,۵ درصد برسد. در این وضعیت تحریم‌های اقتصاد هم اثرگذار است؛ اما آنچه مشخص است اینکه با افزایش اندازه اقتصاد غیررسمی، سیاست‌های تجاری دولت برای حمایت از تولید داخلی مختل می‌شود، نااطمینانی‌ها برای فعالیت‌های اقتصادی رسمی بالاتر می‌رود و هزینه حضور و فعالیت در این بخش افزایش می‌یابد. گاهی باید نقش دولت و حتی حاکمیت را در اقتصاد زیرزمینی جست‌وجو کرد؛ این دولت است که با تعیین قوانین، مرز بین کالاها و خدمات قانونی و غیرقانونی را رسم می‌کند؛ در فعالیت‌های غیررسمی، یعنی تولیدات غیرقانونی نیز نقش دولت پررنگ است. باید اقتصاد در مدار و بسترهای سیاست‌گذاری و مالی-بانکی شفاف تعریف شود؛ زیرزمین اقتصاد، اقتصاد ملی را به مرز فنا نزدیک می‌کند.

منابع در دفتر نشریه موجود است.



بررسی آخرین وضعیت کارخانه پلی اکریل اصفهان شکوفایی پلی اکریل در گرو ادامه حمایت‌ها

شود. حسن قاضی عسگر در گفتگو با ایرنا با بیان اینکه هیئت مدیره قبلی این شرکت دارای مسائل حقوقی بود و دستگاه قضایی استان به این موضوع ورود پیدا کرد، افزود: با توجه به در پیش بودن برگزاری مجمع عمومی این شرکت، گروه ویژه پلی اکریل در استانداری در سال جاری اقدام به معرفی هیئت مدیره منتخب برای این شرکت از بین باتجربه‌ترین نیروهای استان کرد تا بهترین آنها پس از رای‌گیری در مجمع عمومی مشخص شوند.

وی با اشاره به اینکه گروه ویژه پلی اکریل، زیرمجموعه کارگروه اقدام و زیر نظر شورای تامین استان اصفهان است، تاکید کرد: مسئولیت تامین امنیت و پیشرفت استان به عهده شورای تامین است و اگر اعضای این شورا احساس کنند که مجموعه‌ای با کارکرد نادرست برخی افراد با مشکل روبه‌رو می‌شود و ممکن است امنیت و توسعه استان در معرض خطر قرار گیرد به آن موضوع ورود پیدا می‌کنند. قاضی عسگر با بیان اینکه نمایندگان سه قوه برای رفع مشکلات این کارخانه همفکری و تصمیم‌سازی می‌کنند، تصریح کرد: هدف اصلی گروه ویژه پلی اکریل، برطرف کردن مسائل و مشکلات این کارخانه در کوتاه‌ترین زمان ممکن است.

فعال بودن ۹۵ درصد ظرفیت بخش پلی استر کارخانه

نگاهی به آخرین وضعیت کارخانه پلی اکریل نشان می‌دهد که در زمان حاضر



و در سال‌های ۹۵ و ۹۶ خطوط تولید آن متوقف شد اما با حمایت‌های دولت، دستگاه قضایی و امنیتی و پرداخت تنخواه، تعدادی از خطوط تولیدی آن از سال ۹۶ فعال شد و کارگران به سر کار بازگشتند. در سه سالی که از فعال شدن مجدد برخی از خطوط تولیدی کارخانه پلی اکریل، گذشت و با وجودیکه برخی از مسائل مانند پرداخت حقوق به کارگران حل شد اما همچنان این شرکت با برخی مشکلات مانند تامین مواد اولیه، بدهی‌های انباشته و موضوع مالکیت مواجه بود.

به گفته معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استانداری اصفهان، با دستور استاندار اصفهان در سال گذشته گروه ویژه‌ای برای بررسی مسائل و مشکلات پلی اکریل در استانداری تشکیل شد تا تصمیم‌هایی برای رفع آنها و برنامه‌ریزی برای حداکثر بهره‌وری از کارخانه گرفته

کارگران شرکت پلی اکریل ایران با توجه به ایجاد تغییر و تحولات چند ماه اخیر در این مجموعه صنعتی بزرگ اصفهان خواهان تامین حداکثری منافع این کارخانه هستند؛ از طرفی مسئولان امر قول دادند با هدف حفظ توسعه اقتصادی استان و رساندن این کارخانه به اوج دوران فعالیت برای رفع مشکلات موجود این واحد تولیدی تلاش کنند.

کارخانه پلی اکریل در اصفهان با بیش از چهار دهه فعالیت و اشتغال‌زایی دست‌کم حدود یک‌هزار و ۸۰۰ نفر، مادر صنعت نساجی کشور و استان اصفهان به‌شمار می‌آید؛ مهم‌ترین تولیدات این کارخانه، الیاف اکریلیک، نخ و الیاف پلی استر است که به عنوان مواد اولیه در شرکت‌های نساجی و تولید فرش و پتو مورد استفاده قرار می‌گیرد. این مجموعه بزرگ صنعتی در سال‌های گذشته دچار مشکلات مالی

بخش پلی‌استر آن فعالیت بیشتری دارد بطوری که به گفته نایب رئیس هیئت مدیره منتخب شرکت پلی‌اکریل ایران، کارخانه پلی‌اکریل در اصفهان با حمایت‌های انجام‌شده توسط دولت، دستگاه قضایی و نهادهای امنیتی در زمان حاضر با ۹۵ درصد ظرفیت بخش پلی‌استر فعالیت دارد.

محمدرضا جعفری اظهار داشت: خطوط تولید بخش پلی‌استر کارخانه پلی‌اکریل پس از سال‌ها، اکنون با ۹۵ درصد ظرفیت خود کار می‌کند و با وجود همه مشکلات مالی و تحریمی، سه هزار تن ماده اولیه اکریلونیتریل (AN) برای خط تولید اکریلیک در سه ماه گذشته خریداری شد و بخش اکریلیک با حدود ۲۵ درصد ظرفیت خود در سه ماه گذشته کار می‌کند. وی با بیان اینکه در زمان حاضر بخش عمده حقوق و معوقه‌های کارکنان و کارگران این کارخانه پرداخت می‌شود، افزود: هیئت مدیره منتخب شرکت پلی‌اکریل ایران نیز از حدود ۲ ماه گذشته شروع به کار کرده و امید است که با حمایت دولت، قوه قضاییه، دستگاه‌های امنیتی و نمایندگان مجلس این واحد صنعتی بزرگ هرچه زودتر به دوران اوج خود بازگردد.

جعفری با بیان اینکه با توجه به مباحث مطروحه درباره هیئت مدیره قبلی شرکت پلی‌اکریل ایران، هیئت مدیره منتخب این شرکت توسط شورای تامین استانداری اصفهان و زیر نظر دادگستری معرفی و ثبت رسمی شد، خاطرنشان کرد: در زمان حاضر هیئت اجرایی کارخانه پلی‌اکریل نیز مانند سابق به فعالیت خود ادامه می‌دهد. وی به جلسه‌ها و بازدیدهای چند هفته اخیر از پلی‌اکریل اشاره و اضافه کرد: در این جلسه‌ها و بازدیدها بر حمایت از این مجموعه صنعتی در جهت تولید و اشتغال پایدار تاکید شده است.

جعفری به بازدید احسان خاتمی رئیس هیئت حمایت از صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت از پلی‌اکریل اشاره کرد و گفت: در این بازدید گزارشی از تولید کارخانه و شروع صادرات مجدد یک بخش دی‌ام‌تی جامد پس از سه سال با همکاری تیم اقتصادی بازرگانی هیئت اجرایی، تولید الیاف و نخ پلی‌استر و الیاف اکریلیک، ارائه و درباره راهکارهای ادامه فعالیت پلی‌اکریل و دی‌ام‌تی و رفع دغدغه‌های تولید و پرداخت معوقه‌های کارگران و تسهیلات بانکی بحث و تبادل نظر شد. کارخانه دی‌ام‌تی یکی از زیر مجموعه‌های پلی‌اکریل و تولیدکننده مواد اولیه مورد نیاز خط تولید پلی‌استر است.

خواسته‌ها و انتظارات کارگران و سهامداران

با توجه به مجموعه شرایط پیش آمده، نمایندگان کارگران و سهامداران شرکت پلی‌اکریل ایران نیز خواسته‌هایی را مطرح و بر تامین حداکثری منافع و مصالح این مجموعه صنعتی بزرگ تاکید کردند. به گفته عضو شورای اسلامی کار کارخانه پلی‌اکریل اصفهان، کارگران خواهان این هستند که حداکثر منافع این کارخانه در عقد قراردادهای جدید با کارگزاران برای تامین و خرید ماده اولیه اکریلونیتریل (AN) در نظر گرفته شود و این قراردادها به صلاح کارخانه باشد.

اکریلونیتریل (AN) به علت نیاز در صنایع تولید الیاف مصنوعی و صنایع شیمیایی به عنوان یک ماده اولیه ضروری اهمیت ویژه‌ای دارد. احمدرضا شفیع‌زاده به تغییرات مدیریتی چند ماه گذشته شرکت پلی‌اکریل ایران اشاره و اضافه کرد: در زمان حاضر، اداره کارخانه در اختیار هیئت اجرایی قرار دارد، حقوق کارگران و کارکنان پرداخت

می‌شود و معوقات نیز به صورت تدریجی در حال پرداخت است. وی با بیان اینکه هیئت مدیره شرکت نیز در تلاش برای برگزاری مجمع و برنامه‌ریزی برای این مجموعه صنعتی است، خاطرنشان کرد: خط تولید پلی‌استر کارخانه در حال فعالیت است اما به دلیل مشکلاتی برای خرید ماده اولیه اکریلونیتریل وجود دارد خط تولید اکریلیک به میزان کم فعال است.

شفیع‌زاده با اشاره به اینکه برای تامین و خرید اکریلونیتریل مذاکره‌هایی با چند کارگزاری انجام شده است، تصریح کرد: ما هنوز اطلاعاتی از جزییات آنها نداریم اما خواهان این هستیم که با توجه به برخی مباحث که درباره کارگزاری‌های قبلی مطرح بود، قراردادهای کارگزاری و سرمایه‌گذاری جدید با در نظر گرفتن حداکثر منافع کارخانه منعقد شود. وی، اولویت نخست برای کارخانه پلی‌اکریل را راه‌اندازی خطوط تولیدی تعطیل‌شده آن دانست و تاکید کرد: بهترین حالت برای پلی‌اکریل این است که راسا برای خرید مواد اولیه اقدام یا آن را تولید کند اما با توجه به برخی مشکلات مالی امکان خرید مستقیم این ماده وجود ندارد و این موضوع در کوتاه مدت حل نمی‌شود.

تامین ماده اولیه اکریلونیتریل، بزرگترین دغدغه کارخانه پلی‌اکریل
عضو شورای اسلامی کار کارخانه پلی‌اکریل اصفهان، بزرگترین دغدغه پیش روی این کارخانه را تامین ماده اولیه اکریلونیتریل خواند و افزود: اگر خط تولید اکریلیک با حداکثر ظرفیت راه‌اندازی شود، گردش مالی حدود ۳۰۰ میلیارد تومانی در ماه دارد. وی تاکید کرد: انتظار کارگران این کارخانه از مسئولان کشور و استان از جمله شورای تامین و کارگروه اقدام



چند پیشنهاد دریافت کردیم، افزود: این پیشنهادهای در گروه ویژه پلی‌اکریل مطرح شد و تلاش می‌شود با توجه به تجربه‌هایی که از سال‌های قبل داشتیم، بهترین و با صرفه‌ترین کارگزاری که بهترین قیمت و نحوه مدیریت را اعمال کند، انتخاب شود. وی با اشاره به تلاش‌های استانداری اصفهان برای رفع مشکلات همه واحدهای صنعتی استان بویژه کارخانه‌های بزرگ، خاطرنشان کرد: گروه ویژه برای یکی دیگر از واحدهای صنعتی بزرگ اصفهان نیز تشکیل شده و در صدد هستیم که با همکاری و هماهنگی همه دستگاه‌های اجرایی و سه قوه در کوتاه‌ترین زمان مسائل آنها برطرف شود تا آسیبی به جامعه و روند توسعه استان وارد نشود.

گفتنی است شرکت پلی‌اکریل ایران در سال ۱۳۵۳ تأسیس شد و با بهره‌برداری از کارخانه آن در سال ۱۳۵۷ محصولاتش شامل الیاف اکریلیک و نخ و الیاف پلی‌استر تأمین‌کننده مواد اولیه بسیاری از صنایع نساجی و فرش کشورمان شد. این کارخانه که سال‌های درخشانی را به ویژه در دهه ۶۰ و ۷۰ پشت سر گذاشت در چند سال گذشته با مشکلات مالی و مدیریتی مواجه و خطوط تولید آن در سال ۹۵ متوقف شد، حقوق کارکنان و کارگران این کارخانه برای ماه‌ها پرداخت نشد و در نیمه نخست سال ۹۶ بسیاری از کارگران آن زیر پوشش بیمه بیکاری قرار گرفتند. کارخانه پلی‌اکریل، سال ۹۶ با حمایت‌های مالی صورت‌گرفته از سوی دولت، فعالیت خود را از سر گرفت و برخی از خطوط تولید آن راه‌اندازی شد و کارگران به سر کار خود برگشتند؛ این کارخانه در کیلومتر ۴۵ جاده اصفهان- مبارکه قرار دارد. ظرفیت محصولات تولیدی بخش پلی‌استر کارخانه پلی‌اکریل ۱۸ هزار تن در سال است.

که بر اساس آخرین اطلاعات، مسئولان در حال تعیین تکلیف مالکیت این کارخانه هستند. وی از دیگر انتظارات سهامداران پلی‌اکریل را فروش محصولات تولیدی با نرخ‌های مصوب انجمن نساجی، انتخاب افراد اصلح در شرکت‌های زیر مجموعه، پیگیری افزایش سرمایه از محل تجدید ارزیابی و حسابرسی گزارشات مالی سابق با قید فوریت با توجه به زیان انباشته این شرکت، عنوان کرد.

نماینده سهامداران شرکت پلی‌اکریل ایران با اشاره به حدود ۱۷ هزار سهامدار این شرکت و باز شدن نماد بورس آن در چند روز اخیر تأکید کرد که لازم است نگاه‌ها به پلی‌اکریل با افق بلند و در جهت رونق همه خطوط تولید آن باشد. بر اساس آخرین اطلاعات، پس از تعیین هیئت مدیره منتخب برای این شرکت مباحث مختلفی درباره پیشبرد فعالیت‌های کارخانه مطرح شد که از جمله آنها می‌توان به تأمین پایدار ماده اولیه اکریلو نیتریل (AN) برای خط تولید اکریلیک، حل کردن مسئله بدهی‌های شرکت، تجدید ارزیابی و افزایش سرمایه، حل ریشه‌ای مشکلات و ارائه شفاف اطلاعات در بورس اشاره کرد.

معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری اصفهان از جمله دغدغه‌های مربوط به پلی‌اکریل را پرداخت بدهی‌های عظیم آن و برگرداندن کارخانه به حالت عادی و فعال کردن همه خطوط تولیدی عنوان و تأکید کرد: در گروه ویژه پلی‌اکریل همه این مسائل بررسی شد و تلاش می‌شود تمهیداتی در نظر گرفته شود تا کارگران با طیب خاطر به کار خود مشغول باشند و حقوق صاحبان و سهامداران شرکت نیز حفظ شود.

قاضی عسگر با بیان اینکه برای انتخاب کارگزار جهت تأمین ماده اولیه اکریلونیتریل

استانداری و هیئت مدیره و هیئت اجرایی این است که بهترین شرایط را برای این کارخانه فراهم کنند تا به دوران اوج خود بازگردد. شفیع‌زاده با بیان اینکه هنوز مالکیت کارخانه پلی‌اکریل نیز در هاله‌ای از ابهام قرار دارد افزود: کارگران و کارکنان این کارخانه انتظار دارند که هرچه زودتر درباره این موضوع و سهامداری شرکت تعیین تکلیف شود.

نماینده سهامداران شرکت پلی‌اکریل ایران نیز با بیان اینکه این شرکت در شرایط موجود نمی‌تواند به طور مستقل برای خرید ماده اولیه خط تولید اکریلیک، اقدام کند و برای این کار باید با یک سرمایه‌گذار، قرارداد ببندد، اظهار داشت: سهامداران شرکت انتظار دارند که این قرارداد به گونه‌ای تنظیم شود تا حداکثر منافع و عائدی را برای پلی‌اکریل به همراه داشته باشد. مسعود رضانژاد فهادان، شفافیت، تقسیم عادلانه سود خالص و در نظر گرفتن درصد معقول برای شرکت پلی‌اکریل و ضمانت‌نامه جهت اجرای تعهدات سرمایه‌گذار را از نکاتی دانست که در عقد این قراردادها باید در نظر گرفته شود. وی همچنین با بیان اینکه هیئت مدیره جدید پلی‌اکریل با حکم شورای تأمین استان اصفهان جایگزین هیئت مدیره قبلی شد، اظهار داشت: این هیئت مدیره باید در مجمع عمومی رای بیاورد به همین دلیل انتظار سهامداران این است افرادی که انتخاب می‌شوند دارای توانمندی، تعهد و روحیه جهادی و مقیم و ساکن اصفهان باشند.

رضانژاد با اشاره به اهمیت حضور سهامداران خرد در مجمع عمومی برای رای دادن به هیئت مدیره شرکت، خاطرنشان کرد: یکی دیگر از موضوع‌هایی که درباره پلی‌اکریل مطرح است، مالکیت آن می‌باشد

رونق صنعت نساجی با چاشنی کرونا

محمد خادمی

باید انجام دهد تا همانند ترکیه در صنعت نساجی پیشرفت کند؟ می‌گوید: «طبیعتاً با برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و میان‌مدت امکان‌پذیر نخواهد بود و برای این صنعت یک برنامه‌ریزی بلند مدت باید انجام شود. این صنعت یک ویژگی منحصر به فردی که دارد آن است که اشتغال‌زایی فراوانی را ایجاد می‌کند؛ اما به عنوان یک صنعت سرمایه‌گذار محسوب می‌شود که این روزها به دلیل مشکلات ارزی که وجود دارد باید نقدینگی بیشتری در این حوزه صورت بگیرد، خصوصاً در قسمت ریسندگی سرمایه‌گذاری بیشتری را نسبت به حوزه بافندگی و پوشاک می‌طلبد.»

آن طور که کیمیایی‌اسدی می‌گوید: «تکنولوژی ماشین‌آلات ریسندگی در اختیار چند کشور قرار دارد و باید ماشین‌آلات مان را به دلیل فرسودگی نوسازی کنیم تا میزان بهره‌وری افزایش یابد؛ در این میان ترک‌ها از این تکنولوژی بهره‌مند هستند و ما در حال حاضر برخی از نخ‌ها را نمی‌توانیم تولید کنیم، بنابراین بازار داخلی رو به تولیدات کشورهای دیگر می‌آورد.»

نساجی نیازمند ماشین‌آلات به‌روز

این کارشناس نساجی در ادامه می‌افزاید: «متأسفانه صادرات کالاهای نساجی کشورمان قابل‌توجه نیست و بسیار محدود است، علت این امر نیز برمی‌گردد به اینکه ترکیه به دلیل پیشرفتگی که در این صنعت انجام داده، ارزان بودن، بهره‌وری بالا به واسطه دستگاه‌های به‌روز و تنوع کالاهای

که مواد اولیه آن از پارچه تامین می‌شود و ورود پیدا نکردن پوشاک خارجی به کشور باعث شده توجه بیشتری به این صنعت داخلی شود. برای اینکه بیشتر از وضعیت این صنعت کهن با خبر شویم گفتگویی با «احمد کیمیایی اسدی» عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی و کارشناس ارشد حوزه نساجی انجام داده‌ایم.

صادرات نساجی صفر است

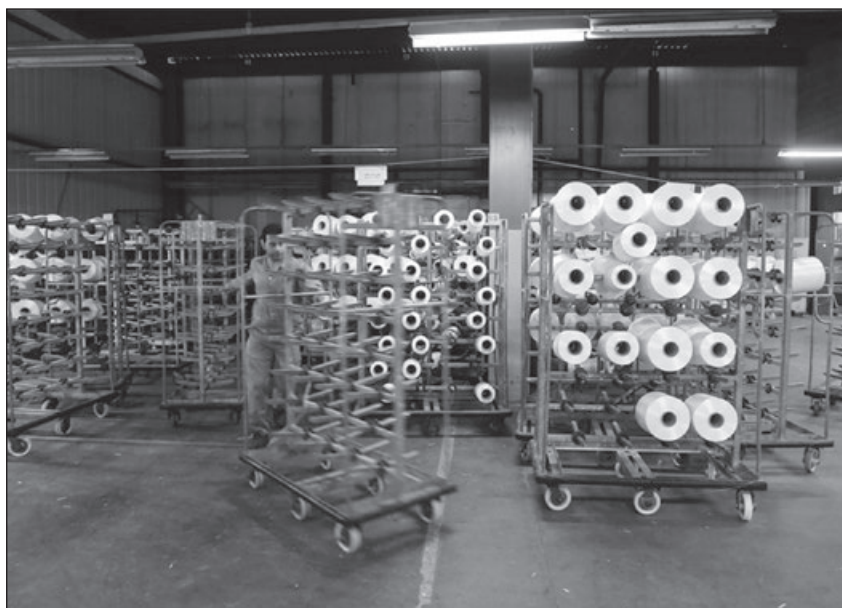
او در این باره می‌گوید: «کرونا عاملی شد برای توسعه برخی از صنایع از جمله نساجی که دلایل گوناگونی دارد، یکی از دلایل رونق گرفتن صنعت نساجی در این ایام کرونایی مربوط به بسته شدن مرزها بود، چرا که بخش قابل‌توجهی از کالاهای نساجی از آن سوی مرزها به شکل‌های مختلف به ویژه به صورت قاچاق و عمدتاً از کشور همسایه ما ترکیه وارد می‌شد؛ از همین جهت به تولید داخل توجه بیشتری صورت گرفت و این روزها صنعت نساجی کشورمان از آن رکود قبل از ویروس کرونا خارج شد و تولیدات پارچه، دوخت پوشاک و ... رونق گرفته است.»

وی ادامه می‌دهد: «صنعت نساجی در ترکیه بسیار پیشرفت کرده و یکی از کشورهای موفق در دنیا به حساب می‌آید، به طوری که میلیاردها دلار کالا در این حوزه به کشورهای CIS و اتحادیه اروپا صادرات دارد و به عنوان یک ابرقدرت در صنعت نساجی است.» این عضو اتاق بازرگانی درباره اینکه کشورمان چه اقداماتی را

از قدیمی‌ترین صنایع دنیا صنعت نساجی است؛ چرا که نیاز به لباس و پوشاک پس از نیاز به غذا و مسکن از نیازهای اولیه انسان به‌شمار می‌آید. صنعت نساجی در ایران یکی از مهم‌ترین بخش‌های اشتغال‌زا است. صنعت نساجی در ایران جزء صنایعی برشمرده می‌شود که از پیشینه فراوانی برخوردار بوده است. صنعت نساجی به دلیل اشتغال‌زایی بالا و نقش صنعتی، اقتصادی و اجتماعی فوق‌العاده، بسیار مورد توجه اغلب کشورها و اقتصادهای بزرگ دنیا قرار دارد. مزایای متنوع این صنعت از جمله اشتغال‌زایی بالا، ارزآوری، تولید ثروت ملی، نیاز به سرمایه‌گذاری کمتر نسبت به سایر صنایع و ارزش افزوده بالا باعث شده است تا بسیاری از کشورها صنعتی شدن خود را از صنایع نساجی و پوشاک آغاز کنند.

بر پایه سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ ایران، صنعت نساجی ایران باید به رتبه سوم منطقه (خاورمیانه) و رتبه پنجاه جهان دست پیدا کند. معنی روشن و هویدا این سخن این است که نام ایران، هم‌اکنون حتی در میان سیاهه ۵۰ کشور برتر صنعت نساجی جهان نیز قرار ندارد. تا همین چند سال قبل اوضاع صنعت نساجی کشور مساعد نبود و بسیاری از کارخانجات این صنعت یا ورشکسته شدند یا حال و روز خوبی به واسطه حضور کالاهای نساجی خارجی نداشتند؛ اما این روزها ویروس کرونا که به جان بسیاری از کسب‌وکارها افتاده جان دوباره به صنعت نساجی کشور داده است، به طوری که تولید روزانه میلیون‌ها ماسک





بازار منطقه خوبی را برای خود کسب کرده است، اما ایران نیز می‌تواند با یک برنامه‌ریزی بازار خوبی را در این زمینه در کشورهای عراق، افغانستان و پاکستان به دلیل همسایه بودن و فرهنگ مشابه به دست آورد.» این عضو کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق بازرگانی درباره اینکه چرا تولید چادر مشکی با توجه به بالا بودن استفاده از این کالا در ایران کم است و تولیدکنندگان ما نتوانسته‌اند به اندازه نیاز کشور تولید کنند؟ می‌گوید: «واردات پارچه چادر مشکی از سالیان سال صورت می‌گرفت و بیشتر از کشورهای شرق آسیا روانه بازار ما می‌شد، اما در چند سال اخیر دولت در جهت ماشین‌آلات تولید پارچه مشکی اقداماتی را انجام داده است، اما به دلیل تحریم‌ها و افزایش قیمت ارز کمی در این زمینه با مشکل مواجه هستیم و فعلاً امکان تامین نیاز داخل را نداریم. همچنین کیفیت پارچه چادر مشکی را نتوانسته‌ایم همانند مالزی، کره جنوبی و... ارتقا دهیم و به شکل تخصصی‌تر پارچه‌های مشکی تولید ما به مرور زمان بور می‌شوند و حالت درخشان و جذابیت خود را از دست می‌دهند، اما ثبات رنگ در پارچه‌های خارجی بیشتر مشاهده می‌شود؛ البته در خبرها آمده که اقداماتی را دولت در این زمینه انجام داده است تا بتوانیم این کالا را که در سنت و عقیده ما مورد استفاده قرار می‌گیرد بومی‌سازی کنیم.»

عوامل اقتصادی موثر بر صنعت نساجی

بهره بانکی در خارج از کشور حدود سه درصد است، اما این رقم در ایران به ۲۵ درصد نیز می‌رسد. بر اساس قانون نوسازی صنایع نساجی، بانک‌های عامل باید در قبال تسهیلات اعطایی، بازپرداخت را به

تولید می‌شود و ۷۰ درصد آن را باید از خارج وارد کرد. تعرفه‌های بالای گمرکی برای ماشین‌آلات بافندگی، معضل دیگر تولیدکنندگان است. تولیدکنندگان رقیب با عضویت در سازمان تجارت جهانی (WTO)، مجبور به پرداخت تعرفه واردات کالا نیستند. در ایران به دلیل وضع تعرفه بر واردات به بهانه حمایت از تولید داخلی باید مبلغ تعرفه را به قیمت تمام‌شده کالا بیفزایند. علاوه بر این به علت عدم عضویت در سازمان تجارت جهانی بسیاری از تولیدکنندگان برای صدور کالا مجبور به پرداخت تعرفه هستند که باعث افزایش قیمت تمام‌شده و ورود بی‌رویه محصولات به داخل شده و توان رقابت با کالاهای خارجی را کاهش می‌دهد. عضویت در WTO، فرصتی برای اقتصاد، نساجی و صنایع وابسته به آن است که وارد بازارهای جهانی شوند. البته هر کالایی با هر قیمت و کیفیتی قابلیت ورود به WTO را ندارد؛ از لازمه‌های حضور در این بازار، استفاده از فناوری‌های پربازده است.

منبع: روزنامه اسکناس

صورت دلار دریافت کنند، اما بانک‌ها با این توجیه که کارخانه‌ها با آمریکا مراودات تجاری ندارند، بازپرداخت را به صورت یورو دریافت می‌کنند. افزایش یکباره نرخ یورو در بازارهای جهانی باعث شد بانک‌ها سیاست‌های جدیدی را اتخاذ کنند که در نهایت سبب بدهکاری کارخانه‌ها به بانک‌ها شد. در کشورهای رقیب، مالیات بر درآمد حدود ۱۳ درصد است، اما در ایران ۲۵ درصد است. در ایران سه درصد مالیات و عوارض فروش کالا از تولیدکننده گرفته می‌شود که باعث افزایش هزینه‌های سربار و در نتیجه افزایش قیمت تمام‌شده نسبت به کشورهای رقیب و پایین آمدن توان رقابتی می‌شود.

در زمینه قوانین و مقررات واردات و صادرات، همه مواد اولیه در داخل تولید نمی‌شود و باید آن‌ها را وارد کرد، ولی دولت برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی قوانین سختی دارد؛ مثلاً وضع تعرفه ۱۵ درصدی برای واردات پنبه و تعرفه ۱۵- ۱۰ درصدی برای پلی‌استر؛ در حالی که فقط ۳۰ درصد پلی‌استر مورد نیاز در داخل

بررسی فراز و فرودهای اقتصادی کشور در دهه ۹۰ تحریم‌ها با اقتصاد ایران چه کرد؟

کار) داشته‌اند. درآمد سرانه کشور نیز از ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ کاهش ۳۴ درصدی داشته و قدرت خرید هر فرد ایرانی نسبت به سال ۱۳۹۰ حدود یک‌سوم کاهش یافته است. بر این اساس، اگر رشد ۸ درصد سالیانه در اقتصاد ایران محقق شود ۶ سال طول می‌کشد تا درآمد به سطح سرانه سال ۱۳۹۰ بازگردد.

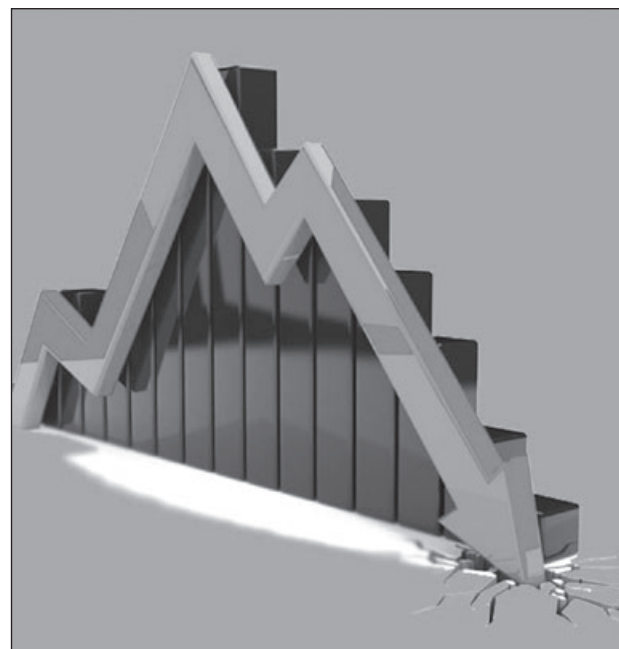
افزون بر این‌ها، شکاف نابرابری بر اثر رشد اقتصادی منفی و تورم بالا در حال تشدید شدن است. فقر مطلق به معنای ناتوانی در کسب حداقل استانداردهای زندگی و معیشت در حال افزایش است. نرخ فقر کشوری از ۱۵.۱ درصد در سال ۱۳۹۱ به ۱۵.۵ در سال ۱۳۹۲ و پس از آن تا پایان سال ۱۳۹۷ به ۱۸.۴ رسیده و در سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ با توجه به شرایط اقتصادی بیشتر شده است. همچنین نرخ فقر بین ۵ تا ۳۲ درصد در استان‌های مختلف متغیر است. استان‌های نیمه شرقی کشور نرخ فقر بالاتری دارند.

در این گزارش ریشه‌های وضعیت فعلی اقتصاد نیز بررسی شده و ذیل چهار عنوان مالیه عمومی دولت، راهبرد اقتصادی، محیط فعالیت اقتصادی، حکمرانی بخشی و مدیریت و تصمیم‌گیری اقتصادی به عواملی، چون کسری بودجه ساختاری مداوم، رویکرد نادرست در سیاست‌های مالیاتی، بودجه ریزی و هزینه کرد کارا، مدیریت بازار ارز و... ناشی از اتکا به به منابع نفتی، فقدان راهبرد مناسب در اقدامات حمایتی از بنگاه و خانوار، فقدان سیاست‌های توسعه صنعتی، آمایش سرزمینی و تربیت نیروی انسانی، نبود دیپلماسی اقتصادی سازگار با اهداف کلان کشور، نبود برنامه مشخص جهت کاهش و مدیریت عدم اطمینان‌های اقتصادی و ... اشاره شده است. بررسی آمارهای فوق، نشان می‌دهد دهه ۹۰ از لحاظ اقتصادی دهه خاصی در تاریخ اقتصادی ایران است چرا که شاخص‌های اقتصادی فراز و فرودی غریب را طی کردند. هادی حق‌شناس اقتصاددان در این باره در گفتگو با فرارو اظهار کرد: برای داشتن تحلیلی جامع از وضعیت کنونی اقتصاد باید از دهه ۹۰ به مسایل بنگریم. سال ۱۳۹۰ از نظر اقتصادی، سال تاریخی است. چرا که مجموع درآمدهای نفتی ما به یک ۱۵۰ میلیارد دلار رسید رقمی که نه قبل از و نه بعد از آن تکرار نشده بود.

وی افزود: از طرف دیگر در این دهه در سال‌های ۹۱، ۹۲، ۹۴، ۹۷

مرکز پژوهش‌های مجلس در خرداد ۱۳۹۹ گزارشی از وضعیت اقتصاد کشور ارائه کرده که طبق آن رشد اقتصادی بین سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ به شدت پرنوسان و بین منفی ۸.۳ تا ۱۴ درصد با متوسط نزدیک به صفر بوده است. طبق این گزارش، متوسط رشد اقتصادی در سال‌های مختلف: ۱۱.۴ درصد (۱۳۴۱ تا ۱۳۵۶)، منفی ۴.۸ درصد (۱۳۵۷ تا ۱۳۶۷)، ۵ درصد (۱۳۶۸ تا ۱۳۹۱) و ۰.۲ درصد (۱۳۹۲ تا ۱۳۹۸) بوده است. همچنین نرخ تشکیل سرمایه ثابت از ۱۳۹۰ پیوسته نزولی بوده و از نظر ظرفیت رشد اقتصادی در سال‌های آتی هشداردهنده است.

همچنین نرخ تورم بلندمدت اقتصاد ایران به‌طور متوسط ۲۰ درصد بوده در حالی که متوسط نرخ تورم جهان در سال ۲۰۱۸ برابر ۲.۴ درصد بوده است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، تعداد شاغلین کشور از ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ حدود ۳ میلیون نفر افزوده شده، اما این افراد عمدتاً در بخش غیرشرکتی متمرکز بر خدمات خرده‌فروشی، تعمیرات، حمل و نقل و واسطه‌گری اضافه شده‌اند. حدود ۲.۵ میلیون نفر نیز در زمستان ۱۳۹۸ اشتغال ناقص (کمتر از ۴۴ ساعت در هفته



۹ سال گذشته صفر است این طبیعی است که نرخ تشکیل سرمایه منفی باشد. چون نرخ استهلاک وجود دارد. در سال‌های آینده نیز تا نرخ رشد اقتصادی بالای ۸ تا ۱۰ درصد نشود نرخ تشکیل سرمایه منفی خواهد بود.

این کارشناس مسایل اقتصادی در ادامه با اشاره به نرخ تورم ۲۰ درصدی در ایران گفت: نتیجه تورم سقوط طبقه متوسط به طبقه پایین است. تورم موجب افزایش فاصله بین دهک‌های درآمدی و فقیرتر شدن کسانی می‌شود که درآمد ندارند یا درآمد ثابت دارند. همچنین تورم موجب توقف کارهای مولد و بنگاه‌های تولید و رونق سفته بازی و دلالی می‌شود.

وی افزود: دلیل تورم، افزایش رشد نقدینگی است. چون هزینه جاری دولت در حال افزایش است، اما چرا درآمد دولت متناسب با هزینه جاری رشد نمی‌کند، چون اقتصاد ایران دولتی است. درآمد دولت باید از محل مالیات و کسب و کار مردم باشد وقتی کسب و کار مردم مثبت نیست و از اساس سهم مردم در اقتصاد ایران ناچیز است در نتیجه درآمد دولت کم می‌شود پس کسری بودجه ایجاد می‌شود سپس پایه پولی افزایش می‌یابد و رشد نقدینگی زیاد می‌شود و در نتیجه تورم افزایش پیدا می‌کند و این دور تسلسل باطل در اقتصاد ایران تکرار می‌شود.

این کارشناس تشریح کرد: راهکار برون رفت از این وضعیت، اصلاح ساختاری اقتصاد ایران است، اما چون دردناک است انجام نمی‌شود. چون هزینه‌اش را هیچ دولتی تقبل نمی‌کند. اما اقتصاد ایران الان در شرایط مناسبی برای اصلاح نیست. مثل این می‌ماند بیماری که غده‌ای در بدن دارد در آی سی یو باشد اگر بخواهیم درمان شود باید اول از آی سی یو خارج شود علایم بالینی‌اش برگردد و به ثبات برسد بعد آن غده درمان شود. اقتصاد ایران در شرایط عادی نیست بنابراین باید علایم حیاتی آن را برگرداند. اقتصاد باید در وضعیت ثبات قرار بگیرد تا بعد به جراحی‌های ساختاری پرداخت.

او افزود: یکی از راه‌های برگرداندن علایم حیاتی اقتصاد ایران رفع تحریم و یکی استفاده از ظرفیت‌های داخلی اقتصاد ایران است. در اقتصاد ایران بهره‌وری پایین است باید بهره‌وری افزایش پیدا کند. ظرفیت‌های اقتصاد ایران باید استفاده شود. باید بخش خصوصی را نه در مصاحبه و شعار بلکه در عمل بپذیریم. در عمل سهم بخش خصوصی متناسب با ظرفیتش نیست. بخش خصوصی فرهنگ، سازو کار و الزامات خاص خود را دارد تا زمانی که این الزامات را نپذیریم بخش خصوصی نقش خود را ایفا نخواهد کرد.

و ۹۸ پنج سال رشد اقتصادی منفی داشتیم باشیم که در دهه‌های گذشته چنین چیزی را نداشتیم که رشد اقتصادی ۵ سال منفی باشد. اصلی‌ترین دلیل این رشد اقتصادی منفی تحریم‌های ظالمانه‌ای است که در سال ۹۱ و ۹۲ و ۹۷ و ۹۸ بر ایران اعمال شد. او ادامه داد: ما در این دهه دو سال پیاپی، نرخ تورم یک‌رقمی داشتیم که باز در دهه‌های گذشته نرخ تورم یک‌رقمی در دو سال پیاپی نداشتیم.

حق شناس گفت: اگر علل اقتصادی و متغیرهای سیاسی را در این دهه لحاظ نکنیم نمی‌توانیم به تحلیل واقع‌بینانه‌ای برسیم. دهه ۹۰ تنها دهه‌ای در تاریخ ایران است که ابتدا و انتهایش با تحریم‌های یک‌جانبه روبه‌رو بودیم و شدیدترین تحریم‌ها بر اقتصاد ایران اعمال شده است؛ بنابراین اگر میانگین رشد اقتصادی صفر بوده و به شکل سینوسی هم رشد منفی در حداکثر ممکن و هم رشد مثبت در حداکثر تکرار شده باشد بی‌حکمت نیست و حکمت آن در تحریم‌های ظالمانه و یک‌جانبه غرب بر اقتصاد ایران است.

وی در توضیح اهمیت تاثیر تحریم‌ها بر اقتصاد ایران، بیان کرد: ما در سال ۹۵ و ۹۶ رشد اقتصادی مناسبی داشتیم. قدرت خرید و همچنین قدرت خرید کارکنان دولت در سال ۹۶ احیا شد، اما تورم بالای ۳۰ درصد در سال‌های ۹۸ و ۹۷ موجب شد تعادل اقتصاد ایران به هم بریزد؛ لذا اصلی‌ترین دلیل در وضعیت فعلی تحریم‌هاست.

این اقتصاددان اضافه کرد: یک آمار می‌تواند گویای واقعیت موجود باشد. ما در دو سال گذشته از ۸۰۰ میلیارد دلار درآمد ارزی نفت محروم شدیم. همچنین حداقل در دو سال گذشته از ۷۰۰ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی هم محروم شدیم. ۷۰۰ میلیون دلار هزینه جاری برخی کشورهای منطقه است. ما از منبع درآمدی مهمی محروم شدیم. وی افزود: ما همچنین از درآمدهای ترانزیت‌ها و کریدورهای هوایی محروم شدیم. تحریم فقط نیامدن پول به داخل کشور نیست. بلکه صادرات و واردات ما دچار مشکل شده است. ما در بهره‌گیری از کریدورهای هوایی و زمینی دچار مشکل شدیم. از استفاده از تکنولوژی خارجی و سرمایه خارجی محروم شدیم. توتال و خودروسازان در صنعت ایران بودند و با تحریم‌ها رفتند. ما قرارداد بیش از ۱۰۰ هواپیما را بستیم و کان‌لم‌یکن تلقی شد. تحریم‌ها تاثیرات غیرقابل کتمان بر اقتصاد ایران گذاشته است.

حق‌شناس درباره نزولی بودن نرخ تشکیل سرمایه در ایران، اظهار کرد: هر سرمایه‌گذاری یک نرخ استهلاکی دارد. اگر فرض کنیم نرخ استهلاک ۱۰ درصد باشد اگر رشد اقتصادی بیش از ۱۰ درصد باشد نرخ تشکیل سرمایه مثبت است وقتی میانگین رشد اقتصادی

متولیان و دست اندرکاران صنعت نساجی یزد بیان کردند:

نساجی؛ صنعت راهبردی ولی مغموم

توسعه پایدار داشته باشد که به دنبالش رفاه را برای مردم به ارمغان آورد قطعا نیازمند صنایع با توسعه پایدار است و در ایران اسلامی نیز صنعت نساجی یکی از هفت صنعت راهبردی است ولی به دلایلی در جایگاهی که پیش‌بینی شده است، قرار ندارد. این عضو گروه علمی دانشگاه یزد با بیان این که یکی از دلایل کاهش انگیزه و شکست در بازار رقابتی صنعت نساجی، معضل قاچاق است، بیان می‌کند: خارجی بودن فرهنگ مصرف از دیگر چالش‌های حوزه نساجی در ایران است. دهقانی‌اشکذری بستن مجاری قاچاق را یکی از راهکارهای جدی حمایت از صنعت نساجی می‌داند و عنوان می‌کند: برای رسیدن به بازارهای جهانی باید ابتدا از بازار کشور خودمان شروع کنیم و سپس با مطالعه بازارهای بین‌المللی به اهداف ترسیم شده دست یابیم.

این استاد دانشگاه در ادامه با بیان این که نباید صنعت نساجی را مانند خیلی از صنایع رقابتی در فضای عرضه و تقاضا رها کنیم، تصریح می‌کند: رقبای خارجی، مواد اولیه گران، قاچاق کالا، دانش سنتی و دستمزدهای بالای نیروی کار، همگی تهدیدهایی جدی برای صنعت نساجی در استان یزد هستند که باید توسط مسئولان و دست‌اندرکاران بیش از پیش مدیریت شود. وی تاکید می‌کند: دولت باید به صنعت نساجی نگاه حمایتی خاصی داشته باشد چون این صنعت از جمله صنایع زیربنایی از جهت تامین نیازهای الزامی مردم و دارای بازار بسیار خوب ملی و منطقه‌ای است. دهقانی‌اشکذری با بیان این که صنعت نساجی یزد از نظر ظرفیت اشتغال و رونق تولید، قابلیت جهش را دارد، اظهار می‌کند: احیای این صنعت راهبردی مستلزم تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و حمایت خاص دولتمردان درخصوص ایجاد مراکز نوآوری است.

نساجی به عنوان یکی از صنایع راهبردی کشورمان در حالی مورد کم‌توجهی مسئولان به ویژه در سال جهش تولید واقع شده که یک عضو هیئت علمی دانشگاه یزد معتقد است احیای این صنعت راهبردی مستلزم تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و حمایت خاص دولتمردان جهت ایجاد مراکز نوآوری است. امسال از سوی مقام معظم رهبری به نام سال «جهش تولید» نامگذاری شده و مسئولان حوزه‌های مختلف تلاش دارند از تمام ظرفیت‌های اقتصادی و تولیدی کشور برای تحقق این مهم بهره گیرند.

توانمندی‌های حوزه نساجی یکی از این ظرفیت‌هاست که ضرورت استفاده از محصولات این بخش در تمام ایام و در همه سطوح جامعه می‌تواند به رغم مشکلات ناشی از تورم، رکود و مسائل مبتلا به اقتصاد کلان کشورمان، در زمینه تحقق جهش تولید به کمک مسئولان بیاید. هرچند برخی کارشناسان معتقد هستند که صنعت نساجی کشورمان به سبب فرسودگی ماشین‌آلات و نداشتن دانش فنی و فناوری روز از بازار نساجی دنیا کمی عقب‌تر است ولی بسیاری نیز بر این باور هستند که با تقویت این حوزه و رونق صادرات می‌توان به توسعه و بهبود این مهم و حذف وابستگی کشور به درآمدهای نفتی کمک کرد. استان یزد به عنوان یکی از قطب‌های نساجی کشور از دیرباز سوابق درخشانی در این بخش داشته لذا این باور وجود دارد که نساجی یزد می‌تواند نقش موثر و حیاتی در رونق اقتصادی و جهش تولید در این حوزه داشته باشد و به واسطه برخورداری از بازارهای بسیار خوب ملی و منطقه‌ای باید مورد توجه و اهتمام ویژه مسئولان و دست‌اندرکاران قرار گیرد.

نساجی یکی از هفت صنعت راهبردی ایران

محمدرضا دهقانی‌اشکذری عضو گروه علمی نساجی دانشگاه یزد در گفتگو با ایسنا به ضرورت حمایت از صنعت نساجی در سال جهش تولید تاکید می‌کند و می‌گوید: اگر کشوری بخواهد

نساجی صنعتی با قابلیت‌های بالا در یزد

مجتبی دستمالچی‌پان رئیس انجمن صنایع نساجی و پوشاک یزد هم با اشاره به ضرورت ایجاد زیرساخت‌های لازم برای تحقق



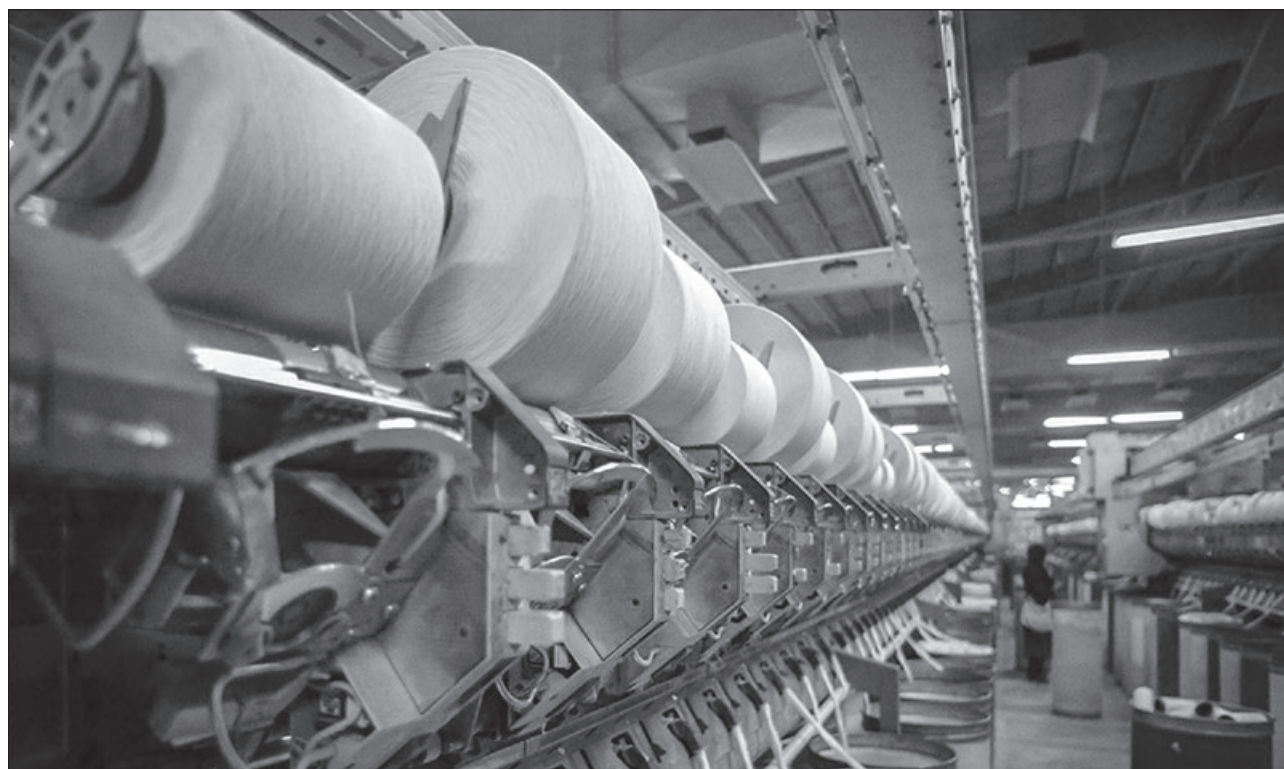
این حوزه می‌خواند و بیان می‌کند: نداشتن آمار دقیق از نحوه فعالیت واحدهای رسمی دارای مجوز و واحدهای سنتی که مجوز صنعتی هم ندارند، لطمه‌های زیادی به سیاست‌گذاری در حوزه نساجی استان یزد زده است. این مسئول با بیان این که صنعت نساجی برای یزد چند مزیت دارد، تصریح می‌کند: دوستداری طبیعت، کم‌مصرفی در آب و بیشترین میزان اشتغال نسبت به سرمایه‌گذاری، از جمله مزیت‌های صنعت نساجی است.

رئیس انجمن صنایع نساجی و پوشاک یزد در ادامه با اشاره به این که ایران در حوزه صنعت نساجی امروز دارای مزیت‌های نسبی است، خاطرنشان می‌کند: بسیاری از کالاهای نساجی از الیاف مصنوعی ساخته می‌شوند به عبارتی تمام الیاف یا نخ‌های مصنوعی از مشتقات نفتی بوده و مواد اولیه آن را توسط پتروشیمی‌های داخل کشورمان می‌توان تولید کرد. دستمالچیان در پایان با بیان این که متأسفانه برخی کارخانه‌ها به سبب سفارش‌ها و بازار خرید مجبور به عرضه محصولات خود با برند خارجی هستند، می‌گوید: امروز نساجی استان یزد قابلیت این را دارد که بهترین پارچه‌ها را با بالاترین کیفیت تولید کند.

شعار امسال که از سوی مقام معظم رهبری به نام «جهش تولید» نامگذاری شده است، اظهار می‌کند: از دیرباز تاکنون صنعت نساجی یزد در دنیا معروف بوده و در این دیار، پارچه‌هایی با ارزش افزوده بالا تولید شده است. وی ادامه می‌دهد: ترمه و پارچه دارایی، از جمله محصولات منحصربه‌فرد صنعت نساجی استان یزد است که همچنان تاریخچه این هنر و صنعت دیرینه، مردم کویر را در تار و پود خود برای گردشگران به نمایش گذاشته است.

رئیس انجمن صنایع نساجی و پوشاک یزد با بیان این که صنعت نساجی این استان هنوز باعث افتخار کشور است و استان یزد قطب تولید پارچه‌های رومبلی کشور محسوب می‌شود، می‌گوید: با وجود ظرفیت‌های بالای نساجی در این استان، متأسفانه در حال حاضر شاهد تعطیلی برخی از واحدهای نساجی هستیم که باید به منظور ساماندهی این معضل، برنامه‌ریزی جدی از سوی مسئولان انجام شود.

دستمالچیان تهیه بانک اطلاعاتی دقیق از واحدهای فعال و موجود نساجی استان را اولین گام برای برنامه‌ریزی جدی در



گزارش میدانی از بازار پارچه‌فروشان میدان مولوی کسادى بازار، محصول مشترک کرونا و دلار

خسرو صادقی

تا انتخاب دکمه و زیپ و... شاید رمز و راز متفاوت بودن خود را در این می‌دانند که البسه‌شان را از مدل‌های از پیش ساخته‌شده بازار انتخاب نکنند. هرکس چنین باوری دارد و به دنبال پارچه‌ای با قیمت مناسب است حتما پاساژ مولوی از جمله مکان‌هایی است که به آن سر می‌زند. اخوان از فروشندگان این بازار است که می‌گوید این روزها با کاهش قدرت خرید مردم تمایل اکثر بانوان به انتخاب پارچه‌های ارزان‌تر است.

به گفته او فروش پارچه‌های ارزان ۵۰ درصد بیشتر شده اما پارچه‌های گران‌قیمت با کاهش ۹۰ درصدی مشتری روبه‌رو شده‌اند. از سوی دیگر حراجی فروش‌های پارچه در این بازار با رونق بیشتری روبه‌رو هستند. از او در مورد ارزان‌ترین و گران‌ترین پارچه موجود در بازار مولوی می‌پرسیم. می‌گوید پارچه مانتویی هر متر ۴۰ تا ۵۰ هزار تومان ارزان‌ترین پارچه و پارچه ترک متری ۳۵۰ هزار تومان هم‌اکنون گران‌ترین پارچه موجود در مغازه اوست. اخوان می‌گوید خیلی از مشتری‌ها نسبت به اسم «پارچه ترکیه‌ای» حساسیت ویژه‌ای دارند و تصور می‌کنند هر پارچه‌ای که اسم ترکیه‌ای را روی خود داشته باشد لزوماً کیفیت بهتری هم دارد. به گفته او همین مسئله موجب شده برخی از فروشندگان از آن سوءاستفاده کرده و پارچه چینی را به جای پارچه ترک بفروشند.

طبقه مولوی ۲۰ سال است که محل ازدحام مشتریان انواع پارچه ایرانی و خارجی است اما سال‌های اخیر به دلیل رشد واردات، پارچه‌های چینی و ترکیه‌ای گوی سبقت را از محصولات داخلی ربوده‌اند.

ارزان‌ترین‌ها پرمشتری‌اند

خیلی از بانوان تمایل دارند لباس آماده بخرند. از مزون‌ها یا فروشگاه‌های شیک و مجلسی سطح شهر. اما هنوز هم بسیاری هستند که دوست دارند خودشان در صفر تا صد دوخت لباسشان مشارکت داشته باشند؛ از انتخاب مدل و رنگ و جنس پارچه گرفته

تجار بازار پارچه در خیابان مولوی تهران می‌گویند مردها بیشتر پارچه فاستونی ایرانی می‌خرند اما در بازار پارچه‌های مناسب لباس زنانه، فقط ۱۰ درصد محصولات ایرانی است. مشاهدات نشان می‌دهد پارچه فاستونی ساخت ایران هنوز پرمشتری‌ترین پارچه برای دوخت لباس مردانه است اما در بازار پارچه‌های مناسب لباس زنانه، وضع متفاوت است. به گفته یکی از فروشندگان، در این بازار ۷۰ درصد محصولات چینی، ۲۰ درصد پارچه ترک و ۱۰ درصد هم تایوانی هستند. چهارراه مولوی بازار اصلی پارچه فروشان در تهران است. پاساژ سه





دو برابر گران شد

از سال گذشته تاکنون به ویژه با افزایش قیمت دلار بسیاری از اجناس بازار به ویژه کالاهای وارداتی گران شدند. به خصوص این روزها که نرخ دلار روزانه بالا می‌رود قیمت بسیاری از اجناس هم روزبه‌روز تغییر می‌کند. عرفان یکی از فروشندگان بازار مولوی با اشاره به این موضوع می‌گوید از آن جایی که تقریباً ۹۰ درصد پارچه‌های موجود چینی هستند قیمت دلار تاثیر مستقیمی روی قیمت آنها دارد. او در مورد چرخه تولید تا فروش پارچه می‌گوید: ما پارچه را از عمده‌فروشان می‌خریم، آنها هم پارچه را از تجار بزرگ و واردکنندگان. قیمت دلار از ابتدا یعنی از آن جایی که تجار بزرگ پارچه را از خارج وارد می‌کنند و سپس در مرحله بعدی در عمده‌فروشی و قیمتی که ما از آنها می‌خریم به گرانی پارچه منجر می‌شود و ما هم مجبوریم پارچه را به قیمتی به مشتری و مزون‌ها بفروشیم که بتوانیم پس از آن با پول به‌دست‌آمده پارچه جدید بخریم.

بنابراین این ادعا که گاهی گفته می‌شود پارچه خرید سابق است و ما گران‌فروشی می‌کنیم درست نیست چون پول پارچه قرار است خرج خرید پارچه جدید شود. همین سوال را از اخوان می‌پرسم، او نظر دیگری دارد. اخوان می‌گوید درست است که باید مبلغ خرید پارچه صرف جنس جدید شود اما گاهی فروشندگان یک پارچه را تا ۲۰۰ یا ۳۰۰ درصد گران‌تر می‌فروشند. اگر پارچه‌ای به هر دلیلی در بازار کم باشد این بهانه‌ای به دست برخی فروشندگان می‌دهد تا آن را چندبرابر گران‌تر بفروشند.

کو آن همه مشتری؟

بازار پارچه مولوی روزگاری محل پرازدحامی بود که جای سوزن انداختن در آن نبود. به ویژه در روزهای آخر اسفند و تعطیلات نوروز که با بهار طبیعت رخ و لباس مردمان هم نو می‌شود. اما امسال سالی استثنایی بود. ویروس کرونا تاب و توان بازار را گرفت. اسفند ماه به دلیل شیوع ویروس کرونا بازار رونقی نداشت

و در ماه‌های فروردین و اردیبهشت هم کرکره مغازه‌ها پایین بود. این روزها هم کساد بازار با موج دوم کرونا ادامه دارد. اخوان می‌گوید: در همین ۵ دقیقه‌ای که من مشغول صحبت با شما هستم مشتری نداشتم، در حالی که سال گذشته همین موقع ظرف ۵ دقیقه ۱۰۰ نفر وارد پاساژ می‌شد، از این تعداد ۱۰ نفر وارد مغازه ما می‌شدند و لااقل ۲ نفر پارچه می‌خریدند. او گرچه کرونا را عامل اصلی این خلوتی و کساد می‌داند اما ادامه می‌دهد کرونا ۸۰ درصد و گرانی‌ها ۲۰ درصد در رکود بازار نقش دارند. واردات بی‌رویه پارچه، صنعت نساجی را با رقیب قدرتمندی روبه‌رو کرد که در نهایت پارچه‌های وطنی را بر زمین زد. این را شاید بتوان اولین ضربه به بازار پارچه دانست اما این روزها ضربه دوم حاصل همدستی کرونا و نرخ دلار است؛ پارچه‌ها هر روز گران‌تر می‌شود و به دلیل ویروس کرونا بازار هر روز خلوت‌تر. منبع: دنیای اقتصاد

رئیس سابق کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی تهران تشریح کرد:

چهار چالش عمده صنایع کوچک

با روابط عمومی اتاق بازرگانی تهران به چهار چالش عمده صنایع کوچک اشاره کرد و گفت: بخش خصوصی بارها هشدار داده است که ارز چندنرخی مفسده‌انگیز بوده و برای فعالان اقتصادی از جمله صنایع کوچک چالش ایجاد کرده است. از این رو، لازم است بساط ارز چندنرخی برچیده شده و ارز تک‌نرخی شود.

پورقازی با بیان اینکه «چالش دیگر صنایع کوچک در ارتباط آنها با تامین‌کنندگان نهفته است» توضیح داد: بخش مهمی از صنایع کوچک، مواد اولیه خود را از طریق اصناف و بازار تهیه می‌کنند و محصول خود را نیز به همان بازار می‌فروشند. متأسفانه بازار و اصناف نسبت به شفافیت کم‌توجه هستند و ترجیح می‌دهند که معاملات غیررسمی داشته باشند. در حالی که این رویه به رقابت در بازار لطمه وارد می‌کند. صنایع کوچک نیز ناگزیر به تمکین هستند و به معاملات غیررسمی تن می‌دهند. حال آنکه، این معاملات برای صنایع بسیار مضر است و مانع رشد آنها می‌شود.

او گفت: مسئله دیگری که بسیار حائز اهمیت می‌نماید، آن است که صنایع کوچک بتوانند در حوزه صادرات نیز فعال باشند. این در حالی است که اکنون ارتباطات بین‌المللی کشور در سطح قابل‌قبولی قرار ندارد و در عین حال، نقل و انتقال وجوه به سادگی ممکن نیست. بنابراین، صادرات برای تولیدکنندگان و برای صنایع کوچک بسیار دشوار است. البته نه تنها نقل و انتقال پول که تامین مواد اولیه، فرآیند بوروکراتیک و طولانی دارد و فعالان اقتصادی به راحتی قادر نیستند مواد اولیه وارد کرده و محصولات خود را صادر کنند.

او با اشاره به اینکه پایه پولی و نقدینگی به شدت افزایش می‌یابد، ادامه داد: واحدها قادر نیستند قرارداد بلندمدتی منعقد کنند و در شرایطی که قیمت مواد اولیه، به طور پی‌درپی در حال افزایش است، انعقاد قرارداد بلندمدت برای طرفین مقرون‌به‌صرفه نیست. بنابراین چنانچه این مسایل زیربنایی حل شود، یعنی ارز تک‌نرخی شده و پایه پولی کنترل شود و همچنین اصناف و بازار ملزم باشند که در چارچوب مقررات به معاملات رسمی بپردازند و شفافیت داشته باشند، بخش عمده‌ای از مشکلات صنایع کوچک برطرف خواهد شد. تهیه و تنظیم: ندا گنجی

مهدی پورقازی، عضو سابق هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران و از فعالان صنعتی بر این باور است که «ارز چند نرخی»، «مقاومت تامین‌کنندگان مواد اولیه در برابر شفافیت و معاملات غیررسمی»، «عدم دسترسی به بازارهای صادراتی» و «رشد پایه پولی و افزایش نرخ تورم» از چالش‌های عمده صنایع کوچک برای بقا و توسعه به شمار می‌آید.

براساس گزارش‌های رسمی، تا پایان فروردین‌ماه امسال (۱۳۹۹) معادل ۴۵ درصد اشتغال واحدهای صنعتی متعلق به صنایع کوچک بوده است و به عبارتی، ۴۵۱ هزار و ۶۰۹ نفر در بخش صنایع کوچک اشتغال دارند. براساس این گزارش در ۲ هزار و ۱۴۶ واحد صنعتی متوسط فعال در کشور نیز ۱۳۹ هزار و ۷۹ نفر شاغل هستند. در عین حال بر اساس آنچه خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی ایران (ایرنا) گزارش داده است، ۵۲ درصد از صنایع کشور به صنایع کوچک اختصاص دارد و بدین ترتیب ۲۳ هزار و ۵۵۰ واحد صنعتی کوچک در کشور فعالیت می‌کنند که از لحاظ تعداد بیشترین واحد صنعتی به این بخش تعلق دارد.

این آمار و ارقام معمولاً در آستانه روز ۲۱ مرداد ماه که در سالنامه ایرانیان به نام «حمایت از صنایع کوچک» نامگذاری شده اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. چنین مرسوم است که در آیین گرامی‌داشت این روز، متولیان حوزه صنعت با تشریح بیان کاری خویش برای این حوزه به طرح چالش‌ها و مصائب فعالان صنعتی می‌پردازند. جالب توجه اینکه دو چالش «تامین مواد اولیه» و «سرمایه در گردش» همچنان و هنوز در صدر فهرست مسایل صنعتگران، خاصه صاحبان صنایع کوچک قرار دارد؛ حال آنکه به نظر می‌رسد شیوع ویروس کرونا، به این کهنه‌چالش‌ها شدت بیشتری بخشیده است. اما این صنایع با وجود مصائبی که در تامین سرمایه در گردش و تامین مواد اولیه دارند، چگونه می‌توانند مسیر جهش تولید را طی کرده و افراد بیشتری از جویندگان کار را به اشتغال بگیرند؟

مهدی پورقازی، رئیس سابق کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی تهران، بر این باور است که یکی از مهم‌ترین راهکارهایی که می‌تواند به صنایع کوچک کمک کند این است که پایه‌های اقتصاد ترمیم شود و زیر ساخت‌ها توسعه پیدا کند. او در گفتگو





چشم انداز بازار الیاف پلی استر استیپل تا ۲۰۲۵

بخش‌های کلیدی که محرک رشد این بازار خواهند بود عبارتند از: بخش مراقبت فردی و بهداشت، مبلمان منزل، پوشاک، فیلتراسیون، خودروسازی و ساخت‌وساز

بود. این الیاف به دلیل دوام و مقرون به صرفه بودن آن، کاربرد گسترده‌ای برای تولید پارچه‌های خودرو پیدا کرده است و استفاده از آن باعث می‌شود هزینه تولید اتومبیل تا حدی کاهش پیدا کند. انتظار می‌رود در سال‌های آینده، سهم صنایع خودروسازی از مصرف الیاف پلی استر در رقم ۱۴ درصد ثابت باقی بماند. علاوه بر این، مصرف الیاف پلی استر در صنعت مبلمان منزل نیز طی سال‌های اخیر افزایش چشمگیری پیدا کرده و پیش‌بینی می‌شود سهم این بخش از مصرف جهانی الیاف پلی استر استیپل طی سال‌های آینده، رقمی در حدود ۱۴,۵ درصد باشد.

بر اساس این گزارش، منطقه آسیا پاسیفیک با در اختیار داشتن سهم عمده در بازار الیاف ذکر شده، پیشرو این بازار می‌باشد. رشد مصرف الیاف پلی استر استیپل در این منطقه عمدتاً از افزایش فعالیت‌های ساخت‌وساز تجاری، افزایش مناطق مسکونی، افزایش قدرت خرید مردم و رشد سریع شهرنشینی نشئت می‌گیرد.

بر اساس گزارشی که توسط موسسه Market Research منتشر شده، پیش‌بینی می‌شود ارزش بازار جهانی الیاف پلی استر استیپل تا سال ۲۰۲۵ با نرخ رشد مستمر سالانه معادل ۴,۱ درصد همراه باشد. بر این اساس، ارزش این بازار به رقمی در حدود ۳۵ میلیارد و ۵۴۶ میلیون دلار تا پایان سال ۲۰۲۵ خواهد رسید.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، بخش‌های کلیدی که محرک رشد این بازار خواهند بود عبارتند از: بخش مراقبت فردی و بهداشت، مبلمان منزل، پوشاک، فیلتراسیون، خودروسازی، ساخت‌وساز و سایر بخش‌ها. پیش‌بینی می‌شود بخش پوشاک با نرخ رشد سالانه ۴,۲ درصد بین سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۵، اصلی‌ترین محرک رشد بازار الیاف پلی استر استیپل باشد.

به غیر از بخش پوشاک، بخش‌های خودروسازی و مبلمان منزل نیز موجب رشد بازار جهانی الیاف پلی استر استیپل خواهند

بخش نساجی و پوشاک ویتنام و بازار اروپا

به منظور تقویت صادرات نساجی ویتنام، مجلس ملی این کشور اخیراً توافق‌نامه تجارت آزاد ویتنام-اتحادیه اروپا را تصویب کرده که این توافق از اول آگوست سال جاری اجرایی شده است

تجارت آزاد ویتنام-اتحادیه اروپا را تصویب کرده که این توافق از اول آگوست سال جاری اجرایی شده است. بر اساس این توافق‌نامه جدید، برای مدت پنج سال ۷۷,۳ درصد از گردش مالی صادرات کلیدی ویتنام به اتحادیه اروپا یعنی منسوجات و پوشاک، معاف از مالیات خواهد بود و در عین حال، تعرفه‌های واردات بر ۲۲,۷ درصد باقی‌مانده بعد از گذشت هفت سال، حذف خواهد شد. این توافق‌نامه برای شرکت‌های نساجی و پوشاک ویتنام فرصتی را فراهم می‌کند که ماشین‌آلات با کیفیت بالا را وارد کنند و تحت استانداردهای اروپایی به مواد اولیه دسترسی داشته باشند.

شرکت‌های نساجی و پوشاک ویتنام به منظور بهره‌مندی از مزایای این توافق‌نامه جدید، سرمایه‌گذاری برای ارتقای زیرساخت‌های کارخانجات را آغاز کرده‌اند تا بتوانند استانداردهای فنی مدنظر واردکنندگان را برآورده نمایند. آنطور که عضو هیئت مدیره یکی از شرکت‌های سرمایه‌گذاری مشترک در ویتنام با نام Thanh Cong پیش‌بینی کرده، توافق‌نامه جدید می‌تواند صادرات این شرکت به اتحادیه اروپا را تا ۵۰ درصد افزایش دهد. به همین ترتیب، توافق‌نامه تجارت آزاد با اتحادیه اروپا، شرکت Viet Thang Jean را نیز قادر می‌سازد قراردادهای خرید بلندمدت را با شرکای تامین‌کننده مواد اولیه خود در کره جنوبی



تعرفه‌های بالا بر محصولات نساجی و پوشاک وارداتی از ویتنام است که رقابت‌پذیری این کشور را در بازار جهانی نساجی و پوشاک تضعیف کرده است. به منظور بازپس‌گیری سهم از دست‌رفته، شرکت‌های داخلی به سمت تولید محصولات مارکدار و محصولاتی که مهارت بالاتری نیاز دارند، سوق پیدا کرده‌اند. با این حال، بیماری کووید ۱۹ الگوی مصرف را در کشورها تغییر داده به نحوی که بازار نساجی شاهد افزایش تقاضا برای محصولات ارزان یا متوسط است.

برآورده کردن استانداردهای صادرات
به منظور تقویت صادرات نساجی ویتنام، مجلس ملی این کشور اخیراً توافق‌نامه

گروه مترجمین: با وجود اینکه اروپا یکی از بازارهای مصرفی بزرگ در جهان محسوب می‌شود، اما صادرات نساجی و پوشاک ویتنام به این قاره تنها ۸ میلیارد دلار است. ویتنام در شش ماه ابتدایی امسال، بیش از ۲ میلیارد دلار پوشاک و منسوجات به اروپا صادر کرده در حالی که این صادرات در کل سال گذشته میلادی، بیش از ۸ میلیارد دلار بوده است. در حال حاضر، اتحادیه اروپا بعد از آمریکا و ژاپن، سومین واردکننده بزرگ پوشاک و منسوجات از ویتنام محسوب می‌شود.

تعرفه‌های بالا حاشیه رقابتی ویتنام را تضعیف می‌کند
یکی از دلایل این صادرات متوسط،

و ترکیه منعقد نماید.

تمرکز بر مواد اولیه بومی

البته با وجود مزیت‌های ذکر شده، تاکنون تنها چند شرکت توانسته‌اند از مزایای توافق‌نامه مذکور بهره‌برداری کنند چراکه صنعت نساجی و پوشاک ویتنام هنوز وابستگی زیادی به مواد اولیه و منابع وارداتی از کشور چین دارد. برای غلبه بر این مشکل، شرکت‌های مصرف‌کننده و آنهایی که از واحد فرآوری برخوردار نیستند، لازم است یا خود به تولید پارچه در داخل مبادرت نمایند یا اینکه از مواد اولیه داخلی خرید کنند. آنها همچنین می‌توانند مواد اولیه را از کشورهای نظیر کره جنوبی و ترکیه که با اتحادیه اروپا توافق‌نامه تجاری دوجانبه دارند، وارد نمایند.

مانع دیگر، اندازه شرکت‌های نساجی و پوشاک ویتنام است. بسیاری از این شرکت‌ها در گروه کوچک و متوسط با منابع محدود و فرآیندهای تولید زیر استاندارد هستند. سرمایه‌گذاری آنها در بخش تحقیق و توسعه محصولات نیز ناکافی است و فاقد پشتوانه فکری و جنبه تجاری به شکل موثر هستند. بنابراین، شرکت‌های ویتنامی باید روی برآورده کردن استانداردها و فرآیند مدیریتی که توسط اتحادیه اروپا تعیین شده، تمرکز کنند، به قوانین مربوط به مسئولیت اجتماعی پایبند باشند و رویه شفاف‌تری را در زمینه مدیریت تولید و نیروی کار اتخاذ نمایند.

تاثیر همه‌گیری بر عملکرد بخش پوشاک

لازم به ذکر است آمار و ارقام موجود از ضربه شدید همه‌گیری کرونا بر صادرات نساجی و پوشاک ویتنام حکایت می‌کند. به دلیل این همه‌گیری، بازارهای سنتی و اصلی صنعت پوشاک ویتنام نظیر ایالات متحد

آمریکا و اروپا که مجموعاً بین ۷۰ تا ۸۰ درصد از صادرات پوشاک این کشور را به خود اختصاص می‌دهند، تقریباً فلج شده‌اند در حالی که میزان سفارشات از منطقه آسیا نیز کوچک بوده است. بسیاری از شرکت‌ها سفارشات با ارزش بالا نظیر کت و شلوار و و پیراهن رده بالا را دریافت نکرده‌اند و در عین حال، تولید انواع ماسک و البسه محافظتی که به نوعی راه نجات بسیاری از شرکت‌ها در این دوران بوده است، با کاهش شدید تیراژ به دلیل مازاد عرضه در جهان مواجه شده است.

بر اساس پیش‌بینی‌ها، اگر شرایط در آینده نزدیک بهبود پیدا نکند، حدود ۶۰ تا ۷۰ درصد از شرکت‌های کوچک و متوسط ویتنام با خطر تعطیلی مواجه خواهند شد. در همین ارتباط، رئیس انجمن نساجی و پوشاک ویتنام (Vitas) گفته، پاندمی کووید-۱۹ باعث تغییر فرهنگ خرید مصرف‌کنندگان شده و آنها بیشتر به سمت خرید محصولات ضروری به جای خریدهای تفریحی و غیرضروری روی آورده‌اند. به منظور مدیریت این شرایط

و تلاش برای بقا، بسیاری از شرکت‌های پوشاک به سمت بازار داخلی چرخش پیدا کرده‌اند، اما تقاضای داخلی نیز به دلیل کاهش هزینه‌کرد مردم، ضعیف گزارش شده است.

بر اساس اعلام وزارت صنعت و تجارت ویتنام، در هفت ماهه اول سال جاری میزان تولید نساجی در کشور افزایش ۱,۸ درصدی داشته اما میزان تولید پوشاک با کاهش ۴,۶ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل مواجه بوده است. کل گردش مالی صادرات پوشاک و نساجی ویتنام در مدت یادشده رقم ۱۶,۱۸ میلیارد دلار برآورد شده که نسبت به هفت ماهه اول ۲۰۱۹ کاهش ۱۲,۱ درصدی نشان می‌دهد. در همین بازه زمانی، صادرات انواع الیاف و نخ نیز کاهش ۲۰,۹ درصد داشته است. پیش‌بینی می‌شود که کل گردش مالی صادرات صنعت نساجی و پوشاک ویتنام در سال جاری میلادی حدود ۳۲,۷۵ میلیارد دلار باشد که نشان‌دهنده کاهش ۱۶ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۹ می‌باشد.



رشد ۳۰ درصدی تولید الیاف تا سال ۲۰۳۰

میزان تولید الیاف در جهان طی ۲۰ سال گذشته بیش از دو برابر افزایش پیدا کرده و انتظار می‌رود با ۳۰ درصد افزایش مجدد، به ۱۴۶ میلیون تن در سال ۲۰۳۰ بالغ گردد

گواهینامه جنگل (PEFC) در ژنو مورد تایید قرار گرفته، بالا گزارش شده است، اما ریسک تامین منابع جنگلی برای تولید الیاف سلولزی بازیافتی مصنوعی از جنگل‌های بکر یا در معرض خطر، همچنان بالاست.

بر اساس این گزارش، پشم‌های تولیدشده به روش مرسوم همچنان بر بازار جهانی الیاف پشم سیطره دارند اما در این زمینه استانداردهایی در زمینه مسئولیت اجتماعی و تولید پایدار تدوین شده که می‌تواند بازار این الیاف را تحت‌الشعاع قرار دهد. در مورد الیاف پشم بازیافتی نیز سهم بازار این الیاف هنوز اندک است اما پتانسیل بالایی در این زمینه وجود دارد.

در جدول پیوست میزان تولید الیاف مختلف در جهان طی سال ۲۰۱۹ و نیز سهم هر نوع الیاف از کل تولید جهانی به تفکیک ذکر شده است.

به سمت بازیافت منسوجات از منسوجات معطوف گردد و فوراً شرایط اجتماعی در زمینه جمع‌آوری و بازیافت محصولات نساجی و پوشاک نیز تقویت گردد.

از طرف دیگر، با توجه به چالش‌های فنی و توجه کمتر ناشی از حجم مصرف پایین‌تر، سهم بازار الیاف پلی‌آمید هنوز در قیاس با پلی‌استر اندک است. در مورد الیاف سلولزی مصنوعی بازیافتی (MMCFs) نیز سهم بازار این الیاف کمتر از یک درصد برآورد می‌شود، اما در این بخش طرح‌های تحقیق و توسعه متعددی در جریان است و بنابراین، انتظار می‌رود سهم بازار الیاف سلولزی بازیافتی در چند سال آینده افزایش قابل‌توجهی پیدا کند. بر اساس این گزارش، با وجودی که سهم بازار الیاف سلولزی بازیافتی که توسط شورای نظارت بر جنگلداری (FSC) در آلمان و برنامه تایید

بر اساس گزارش جدید موسسه بین‌المللی Textile Exchange با عنوان «الیاف و مواد اولیه پرمقاصی»، تولید جهانی الیاف در سال ۲۰۱۹ حدود ۱۱۱ میلیون تن بوده است. میزان تولید الیاف در جهان طی ۲۰ سال گذشته بیش از دو برابر افزایش پیدا کرده و انتظار می‌رود با ۳۰ درصد افزایش مجدد، به ۱۴۶ میلیون تن در سال ۲۰۳۰ بالغ گردد؛ البته مشروط بر اینکه شرایط کسب‌وکارها در جهان روال طبیعی خود را داشته باشد.

بر اساس این گزارش، الیاف پنبه با سهم بازار ۲۵ درصد در سال ۲۰۱۹ پرمقاصی‌ترین الیاف در قیاس با دیگر مواد اولیه نساجی بوده است. در حالی که سهم الیاف پلی‌استر بازیافتی رو به افزایش است و به ۱۴ درصد در سال گذشته میلادی رسیده، با این حال این بخش هنوز با سرعت و مقیاسی مناسبی پیشرفت نکرده است. قیمت‌های پایین الیاف پلی‌استر پایه فیسیلی یا نفتی، شرایط چالش‌برانگیزی را برای الیاف پلی‌استر بازیافتی و پایه گیاهی ایجاد کرده است. دامنه تاثیر الیاف پلی‌استر به عنوان الیافی با بزرگترین سهم بازار بسیار زیاد است.

در حالی که استفاده از بطری‌های پلاستیکی به عنوان ماده اولیه گزینه بسیار خوبی است و عمده پلی‌استر بازیافتی در حال حاضر بر پایه بطری‌های پلاستیکی تولید می‌شود، اما لازم است نگاه‌ها بیشتر

Fibre type	Total world production (in metric tonnes) in 2019	Percentage of global fibre production in 2019
Synthetic fibres	70 million	63%
Polyester	58 million	52%
Cotton	26 million	23%
Man-made cellulosic fibres	7 million	6.4%
Polyamide	5.6 million	5%
Wool	1 million	1%
Other plant-based fibres, including jute, linen and hemp	—	6%
Silk & down	—	<1%



احیای صادرات نساجی ترکیه در ماه ژوئن

در ماه ژوئن صادرات نساجی این کشور با رشد ۱۹,۸ درصدی نسبت به ماه مشابه سال قبل، به ۷۶۶ میلیون دلار بالغ شده است



کشورهای قدیمی بلوک شرق نیز با افزایش ۳۷,۲ درصدی در ماه ژوئن به ۸۷ میلیون دلار رسیده است در حالی که صادرات نساجی ترکیه به این منطقه در دوره ژانویه تا ژوئن ۲۰۲۰ با کاهش ۱۰,۹ درصدی رقم ۴۳۱ میلیون دلار بوده است.

در بین تمام اقلام نساجی، منسوجات فنی مهمترین محصول صادراتی ترکیه در دوره ژانویه تا ژوئن سال جاری محسوب می‌شود. صادرات این محصول از ترکیه در دوره یادشده با افزایش ۴۴ درصدی در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، به رقم ۱,۱ میلیارد دلار رسیده است. در ماه ژوئن نیز صادرات محصولات حوزه منسوجات فنی از ترکیه رقم ۳۱۸ میلیون دلار محاسبه شده که افزایش ۲۰,۲ درصدی را نسبت به ژوئن ۲۰۱۹ نشان می‌دهد.

شده است. کل صادرات نساجی ترکیه در نیمه اول سال جاری میلادی نیز رقم ۱۳,۵ میلیارد دلار بوده که نسبت به نیمه اول سال گذشته، رشد ۱۵,۸ درصدی داشته است. در فاصله ژانویه تا ژوئن، صادرات نساجی ترکیه از لحاظ حجم با کاهش ۱۴,۳ درصدی به ۹۹۹ هزار تن رسید. با این حال، این صادرات در ماه ژوئن با ۱۶,۳ درصد افزایش مواجه شده است. در این ماه، ترکیه بالاترین حجم صادرات نساجی و مواد اولیه را به کشورهای عضو اتحادیه اروپا داشته است. با این حال، صادرات این کشور به اتحادیه اروپا با افت ۱۸,۵ درصدی، رقم ۲ میلیارد دلار بوده است. در مقابل، صادرات نساجی و مواد اولیه ترکیه به دیگر کشورهای اروپایی با جهش ۱۱۵ درصدی به ۱۱ میلیون دلار در ماه ژوئن بالغ شده است. این صادرات به

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، نشریه الکترونیکی مطرح ترکیه با عنوان textilegence در گزارشی اشاره کرده که اگرچه صادرات نساجی و مواد اولیه این کشور در نیمه اول سال ۲۰۲۰ به شدت تحت تاثیر پاندمی کووید۱۹ قرار گرفته است، اما به زودی روند احیا و بازبایی سریع این بخش آغاز خواهد شد. ضمن اینکه آمارهای ثبت‌شده برای ماه ژوئن موید این موضوع است.

بر اساس این گزارش، صادرات نساجی ترکیه در فاصل ژانویه تا ژوئن ۲۰۲۰ با کاهش ۱۷,۴ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل، به ۴,۱ میلیارد دلار رسید. با این حال، در ماه ژوئن صادرات نساجی این کشور با رشد ۱۹,۸ درصدی نسبت به ماه مشابه سال قبل، به ۷۶۶ میلیون دلار بالغ

افت سفارشات ماشین آلات نساجی ایتالیا

کاهش در سفارشات هم در بازار داخلی و هم در بازار برون مرزی اتفاق افتاده و علت آن هم عمدتاً به تعطیلی واحدهای تولیدی نساجی در پی شیوع کرونا مربوط می شود

ما منجر نخواهد شد. مسئله دیگر، احتمال بروز مجدد ویروس در پاییز پیش رو است که می تواند خرید ماشین آلات جدید را از جانب شرکت ها به تاخیر بیندازد.

آنطور که انجمن تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی ایتالیا عنوان کرده، تمرکز بر دیجیتالی شدن و بین المللی شدن برای راه اندازی مجدد این بخش ضروری است. به گفته رئیس ACIMIT، «ما

باید از این توقف اجباری ایجاد شده، برای افزایش رقابت پذیری کسب و کارهای خود بهره برداری کنیم. ما با همکاری دانشگاه پلی تکنیک میلان، یک پروژه بلندپروازانه را با هدف ایجاد یک لیبل دیجیتال برای ماشین آلات نساجی ایتالیا راه اندازی کرده ایم. این امر به تولیدکنندگان ما امکان می دهد که ماشین آلات نساجی خود را با تکنولوژی پیشرفته به بازارهای جهانی عرضه کنند.»

وی افزود: «به همان نسبت که تلاش های ما برای حرکت به سمت بین المللی شدن باید پیگیری شود، حمایت آژانس تجارت ایتالیا در زمینه اعطای تسهیلات و وام به بخش ماشین آلات نساجی نیز قطعاً ستودنی است و می تواند خلاء ایجاد شده در اثر لغو تعدادی از طرح های تشویقی که برای سال ۲۰۲۰ برنامه ریزی شده بود را جبران نماید. لذا در حال حاضر تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی عضو ACIMIT می توانند از این ابزارهای جدید استفاده کنند.»

شدت سفارشات دریافتی بخش ماشین آلات نساجی را تحت تاثیر قرار داد و نسبت به شرایط ماه های آینده نیز نگرانی عمیقی وجود دارد. همزمان با بازگشایی مجدد واحدهای تولیدی، تولیدکنندگان عضو ما مشغول کار هستند تا بتوانند سفارشات را که پیش از تعطیلی ها دریافت کرده اند پردازش کرده و تحویل مشتریان خود دهند.»

وی اضافه کرد: «حجم و گسترده کاری که امروز وجود دارد، تنها برای دو ماه و نیم آینده کفایت می کند. بر همین اساس، بخش ماشین آلات نساجی با یک دوره نسبتاً دشواری روبه رو خواهد بود. بازگشایی و شروع مجدد فعالیت ها با کندی اتفاق افتاده چراکه میزان مصرف پوشاک در اروپا و ایالات متحد آمریکا با کاهش مواجه است. این موقعیت قطعاً به سرمایه گذاری های جدید از جانب مشتریان

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، شاخص میزان سفارشات دریافتی برای ماشین آلات نساجی ایتالیا که توسط انجمن تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی این کشور (ACIMIT) ارائه می گردد، در دوره آوریل تا ژوئن ۲۰۲۰ با افت ۴۷ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته میلادی مواجه شده است. این کاهش در سفارشات هم در بازار داخلی و هم در بازار برون مرزی اتفاق افتاده و علت آن هم عمدتاً به تعطیلی واحدهای تولیدی نساجی مخصوصاً در ماه آوریل امسال در پی شیوع کرونا مربوط می شود. طبق این گزارش و در مدت یاد شده، میزان کاهش سفارشات در بازارهای داخلی رقم ۴۴ درصد و در بازار خارجی رقم ۶۲ درصد بوده است.

در همین ارتباط، الساندرو زوجی رئیس ACIMIT گفت: «تعطیلی واحدهای تولیدی نساجی در ماه آوریل امسال به



برند جدید بیرلاسلولز در حوزه الیاف ضد میکروبی

الیاف و پارچه مخصوص این برند، به صورت ذاتی دارای خصوصیات ضد میکروبی است که می‌تواند ۹۹ درصد از باکتری‌ها و ویروس‌ها را از بین ببرد

می‌شود. همین موضوع، خصوصیات ضد میکروبی بادوامی را در الیاف ایجاد می‌کند. دانش پشوانه این تکنولوژی به این صورت است که عامل فعال با لایه رویی الیاف، پیوند محکمی را تشکیل می‌دهد و در نتیجه، ماندگاری و دوام بسیار عالی در برابر شستشو و پوشیدن، در پارچه‌هایی ایجاد می‌کند.

پیوند بین غشای سلولی میکروب و عامل فعال باعث مختل شدن عملکردهای حیاتی غشای سلولی شده و در نتیجه، غشای سلولی دچار پارگی شده و میکروب را از بین می‌برد. این عوامل فعال به صورت ذاتی با الیاف پیوند می‌دهند و متعاقبا ماندگاری بالایی در خواص ضد میکروبی ایجاد می‌کنند.

اثربخشی این الیاف تحت استانداردهای سختگیرانه ISO مورد آزمایش قرار گرفته و توسط آزمایشگاه‌های بین‌المللی تایید شده است. علاوه بر این، به دلیل ماهیت طبیعی این الیاف، پارچه حاصله با پوست انسان سازگار است. از بین بردن میکروب‌ها باعث جلوگیری از انتشار بوی نامطبوع شده و ضمن تمیز نگه داشتن پارچه، بهداشتی بودن آن را افزایش می‌دهد.

الیاف برند Liva و پارچه تولیدشده با آن را می‌توان برای تولید لباس مردانه، زنانه، بچگانه، ورزشی، میهمانی، انواع اکسسوری و همچنین منسوجات خانگی، استفاده کرد. همچنین در داخل بافت این الیاف یک ردیاب منحصربه‌فرد وجود دارد که باعث می‌شود شناسایی منبع آن در تمام مراحل زنجیره ارزش نساجی امکان‌پذیر بوده و هرگونه جعل یا تصرف در آن نیز غیرممکن شود. به منظور ردیابی محصول در ابتدا و انتهای زنجیره ارزش و نیز اطمینان از صحت داده‌ها، از ابزار مبتنی بر فناوری بلاکچین با عنوان «ردیاب سبز یا Green Track» استفاده می‌شود.

لازم به ذکر است برند Liva یکی از زیرمجموعه گروه بیرلاسلولز (Birla Cellulose) در صنعت مد و پوشاک محسوب می‌شود. گروه بیرلاسلولز نیز بخشی از شرکت صنعتی گرسیم (Grasim Industries Limited) است و شرکت پرچمدار گروه هندی آدیتیا بیرلا (Aditya Birla) به شمار می‌رود. ارزش گروه آدیتیا بیرلا ۴۸,۳ میلیارد دلار اعلام شده است.

گروه مترجمین مجله: برند Liva به عنوان زیرمجموعه گروه بیرلا سلولز، یک نوع الیاف ضد میکروبی را با موفقیت تولید کرده که نه تنها ویروس‌ها و باکتری‌ها را از بین می‌برد، بلکه فرآیند رشد آنها را نیز مهار می‌کند و پارچه تولیدشده را نیز برای مدت طولانی تمیز و بهداشتی حفظ می‌کند. این نوآوری جدید Liva که خاصیت حفاظت الیاف ضد میکروبی تولیدشده توسط بیرلاسلولز را نیز تقویت می‌کند، یک جهش رو به جلو در صنعت پوشاک محسوب می‌شود که بر اساس آن، عامل ضد میکروبی در الیاف ویسکوز استیپل با موفقیت تزریق شده و زمانی که این الیاف به روش تار پودی یا حلقوی تبدیل به پارچه می‌شود، فرد پوشنده را از باکتری‌ها و ویروس‌ها حفظ می‌کند. خاصیت ضد میکروبی این الیاف بعد از چندین بار شستشو دوام می‌آورد و در عین حال، راحتی و نرمی پارچه نیز حفظ می‌شود.

برند Liva با معرفی راهکارهای پایدار در صنعت مد، همواره یک برند پیشرو بوده است. الیاف و پارچه مخصوص این برند، به صورت ذاتی دارای خصوصیات ضد میکروبی است که می‌تواند ۹۹ درصد از باکتری‌ها و ویروس‌ها را از بین برده و همچنین رشد آنها بر روی پوشاک و منسوجات خانگی را متوقف کند.

در همین ارتباط، رئیس اجرایی و مسئول ارشد فروش و بازاریابی بخش پالپ و الیاف در گروه آدیتیا بیرلا ضمن معرفی جدیدترین نوآوری شرکت از طریق یک مراسم کاملاً مجازی بر بستر اینترنت، گفت: «محصولات ضد میکروبی در حال حاضر یک نیاز و ضرورت هستند و در آینده نزدیک نیز همچنان در معرض توجهات قرار خواهند داشت. الیاف Liva با توجه به تقویت خصوصیات الیاف ضد میکروبی تولیدشده توسط بیرلا سلولز، نه تنها ضد میکروبی هستند بلکه از دوام بالا برخوردار می‌باشند و کیفیت محصول نهایی را حفظ می‌کنند. هدف ما در Liva آن است که پوشاک و منسوجات خانگی را ایمن کنیم بدون آنکه عملکرد و شکل ظاهر (مد) آنها به خطر بیافتد و خدشه‌دار گردد.

محصول جدید با استفاده از تکنولوژی داخلی تیم تحقیق و توسعه بیرلاسلولز تولید شده که در آن، عامل ضد میکروبی در مرحله تولید الیاف به آن تزریق می‌شود و به یک بخش یکپارچه با الیاف تبدیل

نگرانی خرده‌فروشان از موج دوم تعطیلی فروشگاه‌ها

اگر دولت‌ها طرح‌های حمایتی خود که در طول موج اول همه‌گیری معرفی و اجرا کردند را لغو کنند، آنگاه تاثیر موج دوم تعطیلی‌ها به مراتب سخت‌تر و شدیدتر خواهد بود

همچنان مناظره درباره بسته‌های حمایتی را ادامه می‌دهند. البته ممکن است زمانی که این حمایت‌ها واقعا اجرایی شوند، قدری دیر شده باشد چراکه در حال حاضر بسیاری از خرده‌فروشان نظیر JC Penney، Neiman Marcus، Lucky Brand، Brooks Brothers و Ascena برای اعلام ورشکستگی اقدام کرده‌اند.

علاوه بر حمایت‌های نامشخص و غیرقطعی دولتی، خرده‌فروشان همچنین باید با تغییرات پراکنده و غیرمنظم در محدودیت‌ها مقابله کنند. به عنوان مثال، انگلستان تمام فروشگاه‌های غیرضروری را مجبور کرد تنها دو هفته بعد از بازگشایی، بار دیگر تعطیل کنند. این در حالی است که این فروشگاه‌ها زمانی که بازگشایی را آغاز کرده‌اند نیز با کاهش ۴۲ درصدی در مراجعه‌کنندگان یا اصطلاحا پاخور فروشگاه مواجه بوده‌اند. بر همین اساس، خرده‌فروشان نیازمند یک رویه شفاف و واضح در ارتباط با تعطیلی و بازگشایی هستند تا بتوانند امنیت محل‌ها را به خوبی تامین کرده، مرخصی‌ها را مدیریت کنند و به منظور حداقل کردن ضایعات، سطوح موجودی فروشگاه‌های خود را مدیریت نمایند.

تاثیر چشمگیر بر خرده‌فروشان کوچک

افزایش موارد ابتلا به ویروس، اغلب خرده‌فروشان را مجبور به تعطیلی فروشگاه‌ها حتی بدون مجوز و الزام دولتی می‌کند. به عنوان مثال، در ایالات متحد آمریکا حدود ۱۴ هزار مرکز خرید و شرکت خرده‌فروشی در اول مارس امسال، بازگشایی شدند؛ با این حال، بر اساس آمار وبسایت راهنمای تجارت Yelp اکثر این فروشگاه‌ها خیلی زود تعطیل شدند. برخی از دیگر فروشگاه‌ها در مناطق آسیب‌دیده نیز تصمیم گرفتند که خیلی زود تعطیل کنند. با این حال، این روند بازگشایی و تعطیلی مکرر ممکن است عوارض بزرگی بر کسب‌وکارهای کوچک که هم‌اکنون نیز برای تداوم فعالیت و بقای خود می‌جنگند، به دنبال داشته باشد.

گروه مترجمین: گسترش مجدد همه‌گیری در ایالات متحد آمریکا، استرالیا و برخی از کشورهای اروپایی باعث شده تا دولت‌ها در این کشورها، حمایت از کسب‌وکارهای حوزه مد و پوشاک را کاهش دهند. تعدادی از خرده‌فروشان مد و پوشاک در کشورهای ذکرشده نیز متاثر از نگرانی ناشی از بازگشایی و تعطیلی متناوب فروشگاه‌های خود، قصد دارند تا پایان سال جاری اعلام ورشکستگی نمایند.

با وجودی که خرده‌فروشان پوشاک در آمریکا اجازه فعالیت در طول دوره بحران را پیدا کردند، اما بر اساس آمار موسسه Affinity Solutions این گروه در هفته منتهی به ۱۹ جولای امسال، رکورد کاهش ۷,۳ درصدی در درآمدهای حاصل از فروش را به ثبت رساندند. همچنین طبق آمار موسسه Opportunity Insights که تیمی از اقتصاددانان مستقر در دانشگاه هاروارد هستند، درآمد خرده‌فروشان در کالیفرنیا ۱۹,۹ درصد، تگزاس ۱۳,۲ درصد و آریزونا ۱۸ درصد کاهش یافته است. خرده‌فروشان آلمانی نیز که اکثر فروشگاه‌های غیرغذایی را برای مدت دو ماه تعطیل کردند، انتظار کاهش ۳۰ درصدی در درآمدها را مخصوصا در صنعت مد و پوشاک می‌کشند.

موج دوم کرونا آسیب شدیدتری به خرده‌فروشان می‌زند

انجمن‌های خرده‌فروشی در اروپا و استرالیا، هر دو بر این عقیده هستند که اگر دولت‌ها طرح‌های حمایتی خود که در طول موج اول همه‌گیری معرفی و اجرا کردند را لغو کنند، آنگاه تاثیر موج دوم تعطیلی‌ها به مراتب سخت‌تر و شدیدتر خواهد بود. دولت استرالیا اخیرا از برنامه‌های خود برای کاهش ۷۵ درصدی بودجه اختصاص‌یافته برای کارگران بیکار شده در قالب طرح حمایت از مشاغل، خبر داده است. دولت انگلستان نیز قصد دارد طرح پشتیبانی از کارکنان را در ماه‌های آینده پایان دهد. البته در ایالات متحد آمریکا، حمایت‌ها همچنان پابرجاست چراکه دو حزب اصلی سیاسی



بافتینه

نگاهی به صادرات جهانی انواع فرش و کفپوش نساجی

انتظار می‌رود صادرات انواع فرش و کفپوش با تداوم روند کاهشی، به ۱۴ میلیارد و ۷۰۲ میلیون دلار در سال ۲۰۲۲ برسد که نشان‌دهنده کاهشی ۱۱,۷ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۹ می‌باشد



گروه مترجمین: موسسه Texpro
به عنوان بازوی تحلیل بازار سایت Fibre2Fashion در گزارشی به بررسی آماری صادرات انواع فرش و کفپوش نساجی پرداخته است. بر اساس این گزارش، روند تجارت این اقلام طی سال‌های اخیر با کاهش مواجه بوده است. در سال ۲۰۱۷ صادرات انواع فرش و کفپوش نساجی رقم ۱۸ میلیارد و ۷۷ میلیون دلار بوده که این رقم در سال ۲۰۱۹ میلادی با کاهش ۷,۹ درصدی به ۱۶ میلیارد و ۶۴۳ میلیون دلار بالغ شده است. ضمن اینکه این صادرات در سال ۲۰۱۹ نسبت به ۲۰۱۸ کاهش ۱,۳ درصدی داشته است. انتظار می‌رود صادرات انواع فرش و کفپوش با تداوم روند کاهشی، به ۱۴ میلیارد و ۷۰۲ میلیون دلار در سال ۲۰۲۲ برسد که نشان‌دهنده کاهشی ۱۱,۷ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۹ می‌باشد.

بر اساس این گزارش، ارزش واردات جهانی فرش و سایر کفپوش‌های نساجی در سال ۲۰۱۷ رقم ۱۲ میلیارد و ۴۸۸ میلیون دلار بوده که این رقم با کاهش ۷,۷ درصدی به ۱۱ میلیارد و ۵۲۶ میلیون دلار در سال ۲۰۱۹ رسیده است. میزان کاهش واردات در سال گذشته میلادی نسبت به سال ۲۰۱۸ رقم ۱۴ درصد اعلام شده و پیش‌بینی می‌شود ارزش واردات با تداوم روند کاهشی، به ۱۰ میلیارد و ۲۲۰ میلیون دلار در سال ۲۰۲۲ بالغ گردد. (۱۱ درصد کاهش نسبت به ۲۰۱۹)
صادرکنندگان اصلی انواع فرش و کفپوش

از سوی دیگر، واردکنندگان اصلی انواع فرش و کفپوش نساجی جهان در سال ۲۰۱۹ به ترتیب کشورهای ذیل بوده‌اند:

ایالات متحد آمریکا با یک میلیارد و ۴۸۸ میلیون دلار؛ آلمان با یک میلیارد و ۱۹۲ میلیون دلار؛ انگلستان با یک میلیارد و ۱۴۳ میلیون دلار؛ و کانادا با ۷۴۴,۸ میلیون دلار. این کشورها مجموعاً ۳۶,۴ درصد از کل واردات را به خود اختصاص داده‌اند. کشورهای ژاپن (۶۱۲,۲ میلیون دلار)، فرانسه (۵۱۴,۲ میلیون دلار) و هلند (۳۸۷,۶ میلیون دلار) از دیگر واردکنندگان مهم انواع فرش و کفپوش‌های نساجی در سال ۲۰۱۹ بوده‌اند.

از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۹، بالاترین رشد از نظر ارزش واردات در بین کشورهای اصلی واردکننده، مربوط به کانادا با نرخ ۴۵ درصد گزارش شده است.

نساجی در جهان در سال ۲۰۱۹ به ترتیب عبارتند از:

چین با ۴ میلیارد و ۷۴۸ میلیون دلار؛ ترکیه با ۲ میلیارد و ۵۵۳ میلیون دلار؛ هند با یک میلیارد و ۷۱۴ میلیون دلار؛ بلژیک با یک میلیارد و ۶۱۱ میلیون دلار؛ و هلند با یک میلیارد و ۲۰۵ میلیون دلار. این کشورها مجموعاً ۷۱,۱ درصد از کل صادرات این محصولات را به خود اختصاص داده‌اند. از دیگر صادرکنندگان مهم می‌توان به ایالات متحد آمریکا (۹۰۹,۵ میلیون دلار)، آلمان (۶۰۱,۳ میلیون دلار) و انگلستان (۳۵۲,۱ میلیون دلار) اشاره کرد.

از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۹، بالاترین رشد از لحاظ ارزش صادرات در بین کشورهای مهم صادرکننده، مربوط به ترکیه با نرخ رشد ۳۴,۱ درصد و هلند با نرخ رشد ۱۳,۴ درصد بوده است.



هیم تکستایل ۲۰۲۱ روزهای ۱۲ تا ۱۵ ژانویه برگزار می شود اعتماد صنعت منسوجات خانگی به نمایشگاه هیم تکستایل

در کشور آلمان، انجمن معماران داخلی (bdia)، انجمن خرده‌فروشان نساجی و کالای خواب (BTE)، انجمن صنعت منسوجات خانگی (Heimtex)، انجمن مبلمان برای فروشگاه‌های تخصصی متوسط (MZT)، انجمن فروشندگان تخت خواب (VDB) و شبکه معماران جهانی، همگی بر اهمیت زایدالوصف نمایشگاه هیم تکستایل تأکید کرده‌اند. همچنین از بعد بین‌المللی، تعدادی از فعالان کلیدی صنعت منسوجات خانگی از کشورهای اسپانیا، تایوان، ترکیه، انگلستان و ... دیدگاه‌ها و نقطه نظرات خود را در ارتباط با نمایشگاه به اشتراک گذاشته‌اند.

بخش زیادی از فضای سالن‌های نمایشگاه اکنون توسط غرفه‌گذاران رزرو شده است به طوری که تا اواسط ماه جولای، ۹۴۷ غرفه گذار از ۴۹ کشور جهان به صورت رسمی، در هیم تکستایل ۲۰۲۱ ثبت نام کرده‌اند و فضای رزرو شده توسط آنها رقمی معادل ۹ زمین فوتبال است. طی هفته‌ها و ماه‌های آینده نیز فضاهای بیشتری توسط فعالان صنعت منسوجات خانگی رزور خواهد شد. در حال حاضر، اطلاعات کلی تمام شرکت‌های حاضر در نمایشگاه در وبسایت اختصاصی این رویداد منتشر شده است.

نمایشگاه هیم تکستایل همچنین علامت‌های مثبتی از اوضاع سیاسی جهان دریافت می‌کند و این امیدواری افزایش پیدا کرده که شاهد برقراری آرامش و بازگشت سریع کسب‌وکارها و حضور موفقیت‌آمیز آنها

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، نمایندگان صنعت منسوجات خانگی جهان نمایشگاه Heimtextil پیش رو را به عنوان یک رویداد تعیین‌کننده جهت تقویت فعالیت‌های کاری و تجاری خود بعد از فروکش کردن همه‌گیری کرونا، قلمداد می‌کنند؛ نمایشگاهی که قرار است روزهای ۱۲ تا ۱۵ ژانویه ۲۰۲۱ برگزار گردد. فعالان صنعت منسوجات خانگی همچنین نسبت به تعهدات و اقدامات جامع بهداشتی و محافظتی شرکت مسه‌فرانکفورت به عنوان مجری نمایشگاه، اعتماد کامل خود را ابراز کرده‌اند. بنابراین هم تجار و هم صنعتگران، بر این عقیده‌اند که پیش‌نیازهای لازم برای برگزاری ایمن نمایشگاه هیم تکستایل فراهم خواهد شد.

در همین ارتباط اولاف اشمیت، نایب رئیس بخش منسوجات و تکنولوژی‌های نساجی در شرکت مسه‌فرانکفورت گفته: «هیم تکستایل ۲۰۲۱ نسبت به دوره‌های قبلی متفاوت خواهد بود و بیشتر بر کسب‌وکار و تجارت واقعی متمرکز خواهد بود. همچنین اقدامات احتیاطی و بهداشتی لازم، به طور قطع شکل ظاهری نمایشگاه را تغییر خواهد داد. ما بسیار خرسند و خوشحال هستیم که غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان بیشمار داخلی و بین‌المللی، به ما اعتماد می‌کنند و از مشارکت خود در نمایشگاه هیم تکستایل به عنوان اولین رویداد مهم منسوجات خانگی بعد از شروع مجدد کسب‌وکارها، خبر می‌دهند.»

هستند، مسئولان و برگزارکنندگان هیم تکستایل ۲۰۲۱ غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان خود را با یک اقدام جدید، تحت حمایت قرار می‌دهند به این صورت که به غرفه‌گذاران یک سری کد بلیط رایگان تحویل می‌شود تا آنها را بین مشتریان و بازدیدکنندگانی که می‌خواهند در نمایشگاه حضور داشته باشند، توزیع کنند. با این اقدام، هیم تکستایل همبستگی خود را با غرفه‌گذاران ابراز می‌کند و این امکان را برای تعداد زیادی از تجار و کارشناسان صنعت منسوجات خانگی و مبلان فراهم می‌نماید تا به صورت رایگان وارد فضای نمایشگاه شوند. همچنین به گفته اولاف اشمیت نایب رئیس بخش منسوجات و تکنولوژی‌های نساجی در شرکت مسه فرانکفورت، مسئولان نمایشگاه قصد دارند که انگیزه‌های مضاعفی را برای خریداران داخلی و بین‌المللی جهت بازدید از نمایشگاه فرانکفورت در روزهای آغازین سال جدید میلادی ایجاد نمایند و بر همین اساس، بازدیدکنندگان و خریداران می‌توانند به طور یکسان با شرکای تجاری قدیمی و جدید خود ملاقات کنند.

در شماره‌های آینده، جزئیات بیشتری در ارتباط با نمایشگاه منسوجات خانگی هیم تکستایل ۲۰۲۱ ارائه خواهد شد.

در نمایشگاه‌های تجاری باشیم. اکنون مهم است که در نمایشگاه‌های تجاری حداقل فاصله اجتماعی به میزان ۱٫۵ متر توسط شرکت کنندگان رعایت شود. همچنین بر اساس یک دستورالعمل و چارچوب کلی، برای هر فرد غرفه‌گذار، باید سه مترمربع فضا اختصاص پیدا کند. در صورت رعایت این ضوابط، مسئولان هیم تکستایل به تمام بازدیدکنندگان اجازه خواهند داد که در همه زمان‌ها به سالن‌ها وارد شوند.

از آغاز ماه جولای، مسافرت به اتحادیه اروپا از مبدأ تعدادی از کشورهای منتخب بار دیگر ممکن شده است. به گفته مدیرعامل انجمن صنعت نمایشگاه‌های تجاری آلمان، کاهش محدودیت‌ها یک علامت مهم برای غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان تجاری بین‌المللی است که برای شرکت در نمایشگاه‌های تجاری ما و نیز دیگر رویدادهای مهم، به آلمان سفر می‌کنند و می‌تواند نویدبخش یک شروع مجدد و موفقیت‌آمیز برای رویدادهای تجاری باشد. دولت آلمان تاکنون علاوه بر ۲۶ کشور عضو اتحادیه اروپا، اجازه مسافرت بدون محدودیت را به بازدیدکنندگان ۷ کشور دیگر نیز صادر کرده است.

با توجه به وضعیت چالش‌برانگیزی که بسیاری از شرکت‌ها با آن مواجه

اولین نمایشگاه اینتر تکستایل سال ۲۰۲۰ برگزار شد

می‌شود که طبق جدول زمانی قبلی برگزار شده است. همین برگزاری موفق می‌تواند این اطمینان و اعتماد را ایجاد نماید که سایر نمایشگاه تجاری این شرکت در حوزه صنایع نساجی و پوشاک نیز که پیشتر به دلیل همه‌گیری کرونا لغو شدند یا به تعویق افتادند نیز در زمان‌بندی جدیدی که برای آنها در نظر گرفته شده برگزار گردند.



شرکت نمایشگاهی فرانکفورت (Messe Frankfurt)، اولین نمایشگاه تجاری خود بعد از ماه فوریه و نیز اولین نمایشگاه اینتر تکستایل در سال جاری یعنی نمایشگاه پارچه‌های لباسی را روزهای ۱۵ تا ۱۷ جولای در شهر شتن برگزار کرد. نمایشگاه شتن یک رویداد جدید است که به منظور همسویی با دو نمایشگاه باسابقه پوشاک اینتر تکستایل در شانگهای، تعریف شد و با وجود چالش‌های موجود و محدودیت‌های مسافرتی ناشی از همه‌گیری کرونا، مورد استقبال خوبی قرار گرفت.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، نمایشگاه پارچه‌های لباسی اینتر تکستایل شتن ۲۰۲۰، در مرکز بزرگتر و جدید نمایشگاه و همایش شهر شتن برگزار گردید و پذیرای مجموعاً ۸۸۶ غرفه‌گذار بود که در فضایی بالغ بر ۵۰ هزار مترمربع گرد هم آمدند. این نمایشگاه در کنار سه نمایشگاه Yarn Expo، Chic و PH Value که به صورت همزمان برگزار شدند، مجموعاً بیش از ۴۲ هزار بازدیدکننده را جذب خود کردند.

همانطور که ذکر شد نمایشگاه اینتر تکستایل شتن اولین نمایشگاه تجاری شرکت نمایشگاهی فرانکفورت از ماه فوریه به بعد محسوب

نمایشگاه IFAI سال ۲۰۲۰ مجازی برگزار می‌شود

نمایشگاه IFAI ۲۰۲۰ که قرار بود روزهای ۳ تا ۶ نوامبر ۲۰۲۰ در ایندیاناپولیس ایالات متحد آمریکا برگزار شود، صرفاً یک رویداد مجازی و آنلاین خواهد بود

کارشان در جلسات و نشست‌های آموزشی و دانش‌محوری که ارائه خواهد شد مشارکت نموده و اطلاعات خود را افزایش دهند. همچنین متخصصان نساجی از سراسر دنیا می‌توانند ضمن آشنایی با جدیدترین محصولات، با غرفه‌گذاران حاضر نیز ملاقات و گفتگو نمایند؛ با همکاران خود ارتباط برقرار کنند و از دانش و تخصص مربیان و ارائه‌دهندگان سطح بالا از سراسر جهان، بیاموزند.

طبق اعلام مسئولان برگزاری، نمایشگاه مجازی امسال میزبان جلسات متعددی به صورت زنده و یا به درخواست شرکت‌کنندگان خواهد بود. نشست‌های آموزشی عمیق و کنفرانس منسوجات پیشرفته بر روی مانیتور بازدیدکنندگان، برگزار خواهد شد. شرکت‌کنندگان نیز قادر خواهند بود که محتوای نشست‌ها را ببینند، بشنوند و سوالات خود را با سخنران و نیز دیگر شرکت‌کنندگان در میان بگذارند. مدیران فروش شرکت‌های حاضر در نمایشگاه نیز می‌توانند از طریق فضای مجازی نمایشگاه از جمله نرم‌افزار رویداد مجازی، راهنمای نمایش دیجیتال، جلسات تخصصی حامیان مالی و نیز سالن‌های شبکه‌سازی، به تبلیغ و بازاریابی برای محصولات و خدمات خود بپردازند.

شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان قادر خواهند بود از طریق برقراری ارتباط مستقیم با غرفه مجازی غرفه‌گذاران، از آنها بازدید کنند. در این غرفه‌های مجازی، راه‌های مختلفی برای ارائه اطلاعات محصولات به بازدیدکنندگان به شکلی آسان و نیز ارتباط با غرفه‌ها به صورت چت، مکالمه زنده یا تنظیم قرار ملاقات و ... در نظر گرفته خواهد شد.

گفتنی است نمایشگاه IFAI یکی از بزرگترین نمایشگاه‌های تجاری منسوجات فنی در ایالات متحد آمریکا محسوب می‌شود. غرفه‌گذارانی از بیش از ۶۰ کشور جهان از طریق این رویداد با مشتریان بالقوه خود ملاقات می‌کنند. این نمایشگاه عمدتاً با هدف برقرار کردن ارتباطات تجاری و کاری جدید و نیز جذب مشتریان جدید تاسیس شده است.



به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، با توجه به تداوم عدم قطعیت‌ها در ارتباط با گسترش همه‌گیری کووید ۱۹ و اهمیت سلامت و ایمنی کل جامعه نساجی، انجمن بین‌المللی پارچه‌های صنعتی (IFAI) که یک انجمن تجاری صنفی است، اخیراً اعلام کرده که نمایشگاه IFAI ۲۰۲۰ که قرار بود روزهای ۳ تا ۶ نوامبر ۲۰۲۰ در ایندیاناپولیس ایالات متحد آمریکا برگزار شود، صرفاً یک رویداد مجازی و آنلاین خواهد بود.

بر همین اساس، این نمایشگاه مجازی طی چندین روز در اوایل ماه نوامبر امسال برگزار خواهد شد. بستر فراهم‌شده برای نمایشگاه به نحوی است که فرصت‌های جالب‌توجه بسیاری را برای شرکت‌کنندگان، غرفه‌گذاران و حامیان مالی، جهت کشف فرصت‌های جدید، شبکه‌سازی و کمک به رشد کسب‌وکارهایشان فراهم خواهد کرد. برگزاری به صورت مجازی، به شرکت‌کنندگان داخلی و بین‌المللی این رویداد امکان می‌دهد که حضور در نمایشگاه IFAI را که تاکنون ۹۹ دوره از آن برگزار شده، به شکل دیگری تجربه نمایند. در واقع، نمایشگاه امسال به نوعی جشن ۱۰۰ سالگی آن نیز محسوب می‌شود. شرکت‌کنندگان نمایشگاه، می‌توانند به راحتی از منزل یا محل

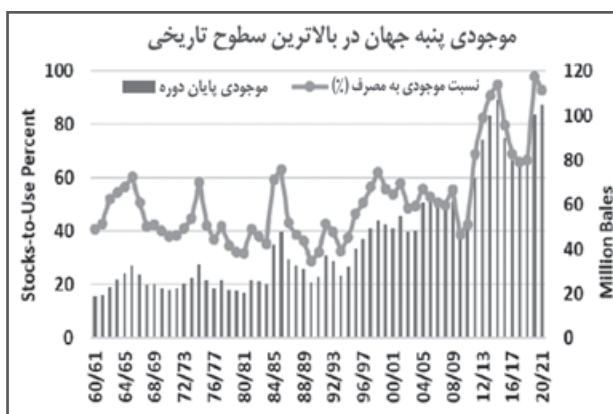
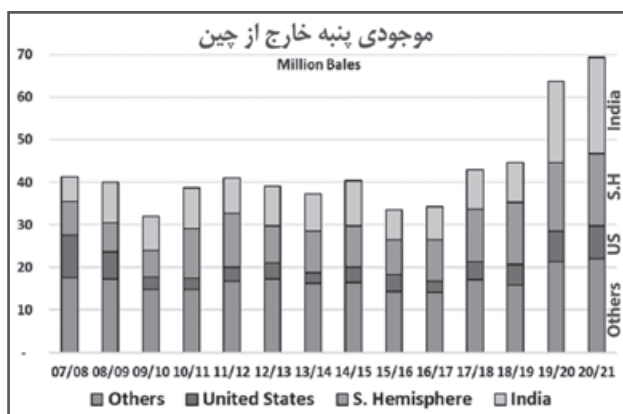


گزارش دپارتمان کشاورزی آمریکا از بازار پنبه (اگوست ۲۰۲۰) انبارهای پنبه، چشم‌انتظار پایان همه‌گیری

البته در طول چند سالی که چین در حال ایجاد ذخایر پنبه بود و به رغم نیازی که این کشور برای واردات حجم بالای پنبه برای پشتیبانی از ذخایر دولتی و نیز تامین نیاز کارخانجات داخلی خود داشت، اما در کمال تعجب موجودی خارجی از چین بدون تغییر باقی ماند. در واقع، با توجه به اینکه موجودی ذخایر دولتی چین بازار جهانی را تحت‌الشعاع قرار داده بود، اما قیمت‌ها همچنان در سطوح بالایی باقی ماند و همین موضوع، تولید پنبه در خارج از چین را نیز با رونق مواجه کرد.

چین از سال ۲۰۱۴-۱۵ سیاست کاهش سطح ذخایر دولتی خود را آغاز کرد و این روند را تا سال ۲۰۱۸-۱۹ ادامه داد. کاهش تقاضای واردات برای تامین ذخایر دولتی، باعث کاهش قیمت‌های جهانی گردید و همین امر، به کاهش تولید پنبه در سال ۲۰۱۶-۱۵ انجامید و مانع از افزایش موجودی پنبه خارج از چین گردید. به نظر می‌رسد سطح ذخایر دولتی چین در سال ۲۰۱۹-۲۰ به رقم مورد نظر دولت رسیده باشد و بر همین اساس، انتظار می‌رود موجودی جهانی پنبه در سال جاری تغییر اندکی را نسبت به سال قبل تجربه کند. در چین، انتظار می‌رود ذخایر دولتی این کشور فعالیت محدودی در سال جاری

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» به نقل از دپارتمان کشاورزی آمریکا (USDA)، بین سال‌های ۶۱-۱۹۶۰ و ۱۱-۲۰۱۰ نسبت «موجودی به مصرف» پنبه در جهان بین ۳۰ تا ۶۰ درصد بود. با این حال، از سال ۱۲-۲۰۱۱ این نسبت هیچگاه کمتر از ۶۵ درصد نبوده و در چهار مقطع از جمله در دو سال اخیر، بالای ۹۰ درصد قرار داشته است. یک دلیل مهم برای افزایش چشمگیر موجودی جهانی پنبه، به سیاست کشور چین برای ایجاد ذخایر انبوه پنبه از سال ۱۲-۲۰۱۱ تا ۱۴-۲۰۱۳ مربوط می‌شود. در قالب این سیاست، چین به مدت سه سال، بیش از ۵۰ میلیون عدل (۱۰،۹ میلیون تن) به موجودی ذخایر دولتی خود اضافه کرد. دقیقاً به همین دلیل بود که شاهد رشد سریع نسبت «موجودی به مصرف» پنبه به ۹۵ درصد در سال ۱۵-۲۰۱۴ بودیم. دولت چین بعد از شوک قیمتی سال ۲۰۱۰ که شاخص قیمت پنبه (A-Index) به ۱،۷۵ دلار در هر پوند رسید، شروع به ایجاد چنین ذخایر عظیمی از پنبه نمود. در این سال، با وجود عرضه بیش از ۱۰ میلیون عدل به بازار توسط ذخایر دولتی چین، قیمت‌های داخلی پنبه در این کشور نیز جهش قابل‌توجهی پیدا کرد.



کاهش پیدا می‌کند.

پیش‌بینی مربوط به تولید جهانی در سال ۲۰۲۰-۲۱ نیز تقریباً بدون تغییر است و اثر منفی کووید ۱۹ بر تقاضای جهانی در مقطعی از سال زراعی اتفاق افتاده که کشاورزان در اکثر کشورهای مهم تولیدکننده، نمی‌توانند برای جایگزین کردن کشت پنبه با محصولی دیگر تصمیم‌گیری کنند. همین موضوع نیز احتمالاً باعث افزایش نسبت «موجودی به پنبه» و بازگشت آن با محدوده ۹۰ درصد خواهد شد.

با نگاهی به آینده، با توجه به برنامه‌های حمایتی دولت در دو کشور بزرگ تولیدکننده پنبه یعنی چین و هند که تولیدکنندگان را تا حدی از نوسانات قیمتی مصون نگه می‌دارد، قیمت‌های کمتر پنبه اثر محدودی بر تولید جهانی خواهد داشت. به ویژه که افت چشمگیر در تقاضای جهانی طی ماه‌های اخیر، ریشه قیمتی نداشته اما به دلیل اثرات کووید ۱۹، قیمت‌های پایین تر پنبه به تنهایی تأثیر اندکی بر تقاضا خواهد داشت و نمی‌تواند تقاضا را تحریک کند. در واقع، برای آنکه موجودی جهانی پنبه به سطوح پایین تری کاهش پیدا کند، لازم است تقاضای مصرفی به سطوح پیش از همه‌گیری کووید ۱۹ بازگردد و از ارقام ناچیز فعلی فاصله بگیرد.

داشته باشد. بر همین اساس، نسبت «موجودی به مصرف» در حدود ۶۵ درصد قرار دارد که اندکی بالاتر از میانگین بلندمدت است و انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۹-۲۰ تغییر اندکی را تجربه نماید.

با این حال، تولید جهانی پنبه در سال ۲۰۱۹-۲۰ نسبتاً در سطوح بالایی قرار داشته چراکه سیاست حداقل قیمت حمایتی در هند، به افزایش تولید در این کشور به بالاترین سطح منجر شده و دولت هند نیز اکنون به ذخایر قابل توجه پنبه دسترسی دارد. علاوه بر این، برزیل برای سومین سال متوالی رکورد تولید پنبه را به ثبت رسانده چراکه بخش عمده تولید این کشور به کشت دوم منتقل شده و همین امر، هزینه تولید را کاهش داده است.

جدیدترین پیش‌بینی دپارتمان کشاورزی آمریکا حاکی از آن است که شرایط سال ۲۰۲۰-۲۱ مشابه سال ۲۰۱۹-۲۰ خواهد بود که بیانگر رشد ملایم مصرف و کاهش جزئی موجودی جهانی می‌باشد. در همین حال، شیوع کووید ۱۹ پیش‌بینی‌های قبلی در ارتباط با تقاضای جهانی پنبه را به شدت تعدیل کرده است. تازه‌ترین برآورد USDA نشان می‌دهد که مصرف جهانی پنبه در سال‌های ۲۰۱۹-۲۰ و ۲۰۲۰-۲۱ مجموعاً به حدود ۲۵ میلیون عدل (۵,۴ میلیون تن)

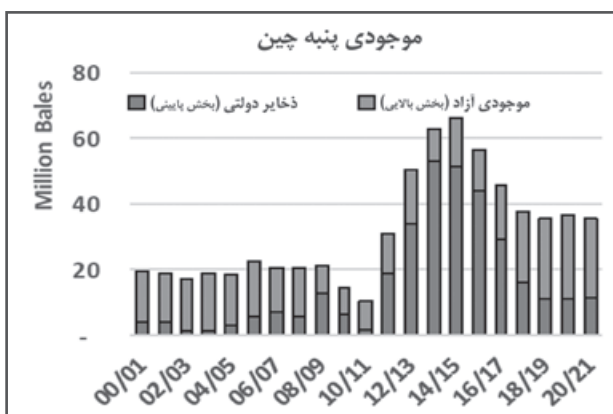
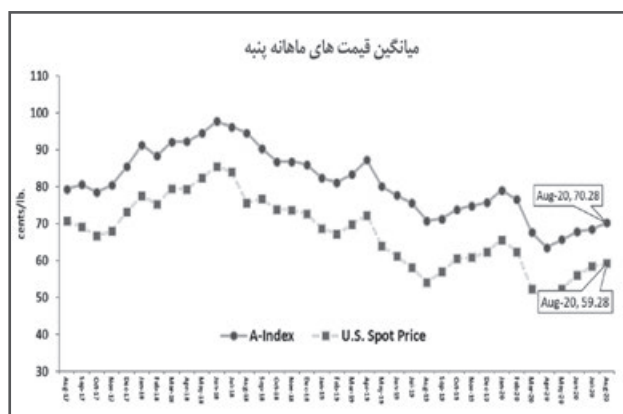


Table 01 Cotton World Supply, Use, and Trade (Season Beginning August 1)
(1000 MT)

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	Jul 2020/21	Aug 2020/21
Production						
India	5,879	6,314	5,617	6,641	6,205	6,466
China	4,953	5,987	6,042	5,933	5,770	5,770
United States	3,738	4,555	3,999	4,336	3,810	3,936
Brazil	1,528	2,007	2,830	2,918	2,613	2,613
Pakistan	1,676	1,785	1,655	1,350	1,415	1,415
Uzbekistan	811	840	713	762	708	708
Turkey	697	871	816	751	653	653
Other	3,943	4,628	4,161	4,089	4,136	4,028
Total	23,226	26,989	25,834	26,779	25,310	25,589
USE Dom. Consumption						
China	8,382	8,927	8,600	7,185	8,056	7,947
India	5,302	5,258	5,225	4,355	5,008	4,899
Pakistan	2,243	2,373	2,330	2,003	2,243	2,177
Bangladesh	1,481	1,633	1,568	1,415	1,524	1,589
Turkey	1,426	1,622	1,502	1,437	1,502	1,524
Vietnam	1,176	1,437	1,524	1,328	1,481	1,481
Brazil	697	740	740	610	697	675
Other	4,585	4,735	4,677	3,962	4,375	4,323
Total	25,290	26,725	26,166	22,294	24,885	24,615
Imports						
China	1,096	1,243	2,099	1,524	1,960	1,960
Bangladesh	1,481	1,655	1,524	1,524	1,546	1,589
Vietnam	1,197	1,524	1,502	1,415	1,524	1,524
Turkey	801	876	762	1,002	893	914
Pakistan	533	740	621	827	849	762
Indonesia	738	766	664	588	664	631
India	596	365	392	501	239	218
Other	1,763	1,790	1,640	1,352	1,435	1,453
Total	8,205	8,959	9,204	8,733	9,110	9,052
Exports						
United States	3,248	3,545	3,230	3,353	3,266	3,266
Brazil	607	909	1,310	1,946	1,960	1,960
India	991	1,128	764	631	980	1,067
Greece	221	234	295	310	321	294
Benin	180	233	303	261	283	283
Australia	812	852	791	299	218	218
Mali	239	283	294	256	283	218
Other	1,960	1,862	2,027	1,713	1,792	1,749
Total	8,259	9,047	9,014	8,770	9,102	9,054
Ending Stocks						
China	9,998	8,272	7,766	8,000	7,701	7,755
India	1,716	2,009	2,028	4,183	4,641	4,902
Brazil	1,509	1,885	2,668	3,032	2,947	3,015
United States	599	914	1,056	1,568	1,481	1,655
Pakistan	504	616	543	701	696	679
Turkey	333	387	358	592	543	565
Bangladesh	355	404	388	526	577	555
Other	2,455	3,132	2,660	3,292	3,791	3,715
Total	17,468	17,619	17,468	21,894	22,376	22,842

بررسی وضعیت تولید پنبه در ایران (راهکارهای جهش تولید)

پژوهشگر: علی قنبری شیرسوا



اولویت و ضرورت موضوع

پنبه یکی از محصولات راهبردی صنعتی و ماده اولیه صنایع نساجی است. از روغن پنبه‌دانه در صنایع روغن‌کشی و از کنجاله آن در خوراک دام استفاده می‌شود. از پنبه چندین فرآورده مهم دیگر استحصال می‌شود که مهم‌ترین آن لیتر مورد نیاز صنایع نظامی است. در حال حاضر حدود ۵۰ درصد پنبه مورد نیاز کشور در داخل تولید می‌شود. پیش‌بینی می‌شود با وجود تحریم و همچنین برنامه کاهش صادرات پنبه توسط کشورهای تولیدکننده به واسطه توسعه صنایع نساجی آن کشورها، تامین پنبه مورد نیاز از طریق واردات با محدودیت شدیدی مواجه شود. لذا لازم است برای سال‌های پیش رو شاهد جهش تولید پنبه در کشور باشیم.

مقدمه و طرح مسئله

پنبه با کاربردهای وسیع در صنعت، یکی از مهم‌ترین محصولات کشاورزی در جهان است. صادرات این محصول، سودآوری بالایی دارد و برخی از کشورها به این محصول لقب «طلای سفید» را داده‌اند. تولید و کشت پنبه همواره از فعالیت‌های بسیار مهم به شمار می‌رود و در حال حاضر با توجه به اهمیت این محصول استراتژیک در تولید پوشاک و البسه، نقش تعیین‌کننده آن در توسعه صنعت نساجی غیرقابل‌انکار است؛ حوزه‌ای که کشور ایران به عنوان

کشور با کاهش همراه بوده است. همین امر باعث شده کشور ایران از یک صادرکننده پنبه به یک واردکننده تبدیل شود. با توجه به این مسائل، وزارت جهاد کشاورزی طرح خودکفایی در تولید پنبه را از سال ۱۳۹۴ تا سال ۱۴۰۴ در دستور کار خود قرار داده است. در همین راستا و برای تحلیل بیشتر ضرورت و اهمیت تولید پنبه، بررسی وضعیت تولید پنبه در جهان و ایران، وضعیت صادرات و واردات، موانع و چالش‌های جهش تولید و برنامه‌ها، سیاست‌ها و راهکارهای وزارت جهاد کشاورزی برای جهش تولید، مصاحبه‌ای با آقای مهندس ابراهیم هزارجریبی، مجری طرح پنبه وزارت جهاد کشاورزی انجام شده که مهم‌ترین بخش‌های آن در این پژوهش ارائه می‌شود (این مصاحبه در ۹۹/۵/۲۰ انجام شده).

یکی از عرصه‌های قابل‌توجه تولید این محصول، از سابقه و عقبه‌ای دیرین برخوردار است. تولید پنبه را می‌توان نقطه اتصال دو حوزه زراعت و صنعت نساجی نام نهاد و با این اوصاف، پیشرفت و رونق در حوزه اشاره شده، باعث رشد و شکوفایی عرصه زراعتی کشت این محصول از یک سو و توسعه صنعت نساجی و تولید پنبه از دیگر سو خواهد شد. پنبه به عنوان یک گیاه صنعتی، در طیف وسیعی از بخش‌های اقتصادی مورد استفاده قرار می‌گیرد و کمتر محصول کشاورزی با این قابلیت را می‌توان پیدا کرد. این محصول به لحاظ ایجاد اشتغال دارای اهمیت فراوانی در هر اقتصادی است. علیرغم اهمیت این محصول، متأسفانه در طی دهه‌های اخیر، میزان تولید پنبه در



جدول ۱- کشورهای مهم تولید کننده پنبه در جهان - آمار ۲۰۱۹

کشور	سطح کشت ۱۰۰۰ هکتار	عملکرد کیلوگرم در هکتار	تولید ۱۰۰۰ تن	صادرات ۱۰۰۰ تن	واردات ۱۰۰۰ تن	مصرف ۱۰۰۰ تن
هند	12600	425	5350	800	340	5400
آمریکا	4130	968	3999	3214	1	644
چین	3367	1794	6040	30	2100	8250
پاکستان	2325	718	1670	16	638	2358
برزیل	1618	1685	2726	1310	4	730
ازبکستان	900	712	641	127	0	630
مالی	698	395	276	300	0	2
بنین	656	450	295	292	0	1
بورکینافاسو	646	283	183	200	0	3
ترکمنستان	534	562	300	143	0	141
ترکیه	520	1879	977	105	762	1555
تائزانی	420	193	81	43	0	44
ساحل عاج	392	515	202	195	0	2
استرالیا	343	1414	485	791	0	6
آرژانتین	333	772	257	118	1	167
یونان	277	1083	300	298	7	16
ایران						
ایران	90	711	64	0	98	120
رتبه ایران	30	19	26		13	17

وضعیت تولید پنبه در جهان و کشورهای پیشرو

بر اساس گزارش کمیته مشورتی جهانی پنبه این محصول در بیش از ۶۰ کشور جهان کشت می‌شود و ۲,۵ درصد از زمین‌های قابل کشت جهان را اشغال نموده است. ۱۵۰ کشور جهان درگیر صادرات و واردات این محصول هستند و با احتساب نیروی شاغل در بخش‌های خدماتی، فراآوری، انبارداری و حمل و نقل، در این صنعت تعداد افراد شاغل به ۳۵۰ میلیون نفر در جهان می‌رسد. همچنین افراد بیشتری در صنایع وابسته مانند نهاده‌های کشاورزی، ماشین‌آلات و تجهیزات، روغن‌کشی و نساجی به آن اضافه خواهند شد. کشت پنبه باعث امنیت غذایی و افزایش امید به زندگی در جوامع روستایی کشورهای در حال توسعه آفریقا، آسیا و آمریکای لاتین می‌گردد. در سال ۲۰۱۹ ارزش پنبه تولیدی حدود ۶۰ میلیارد دلار می‌باشد.

کشت پنبه در جهان ۳۰ تا ۳۶ میلیون در هکتار است. در سال ۲۰۱۹ سطح کشت جهانی پنبه ۳۳ میلیون هکتار می‌باشد. بیشترین سطح کشت مربوط به کشورهای هندوستان با ۱۲,۶، آمریکا با ۴,۱۳ و چین ۳,۴ میلیون هکتار گزارش شده است.

میزان تولید جهانی پنبه ۲۵,۷ میلیون تن می‌باشد. بزرگترین کشورهای تولیدکننده جهان به ترتیب چین (با ۶,۰۴ میلیون تن)، هند (با ۵,۳۵ میلیون تن) و آمریکا (با ۳,۹۹ میلیون تن) می‌باشند. میانگین عملکرد الیاف پنبه در جهان ۷۷۸ کیلوگرم در هکتار است. در کشورهای مهم تولیدکننده پنبه، ترکیه با ۱,۸۷۹، چین با ۱,۷۹۴ و برزیل با ۱,۶۸۵ کیلوگرم الیاف در هکتار مقام‌های اول تا سوم را در جهان به خود اختصاص داده‌اند. حدود ۲۸,۶۷ میلیون کشاورز پنبه‌کار در دنیا فعالیت دارند. واردات پنبه در جهان ۹,۲۲

بذر ارقام آپلند در زمان صادرات امیرکبیر (۱۲۳۰) و سپس با وقفه‌ای طولانی مجدداً در سال ۱۳۰۳ وارد کشور شد. از آن پس سطح کشت آن به مرور افزایش یافت و تا سال‌های قبل از انقلاب تولید سالیانه آن که بخش عمده‌ای از صادرات غیرنفتی کشور را به خود اختصاص داده بود، تقریباً پایدار باقی ماند. در سال‌های توسعه کشت و تولید پنبه، بیش از ۱۰۰ کارخانه پنبه‌پاک‌کنی با ظرفیتی حدود ۷۰۰ هزار تن و ش، به شکلی مناسب فعال بوده‌اند و استان‌های گلستان (معروف به منطقه طلای سفید) و مازندران با دارا بودن شرایط اقلیمی مساعد و با کمترین مقدار مصرف آب، از مهم‌ترین مناطق تولید پنبه کشور محسوب می‌شدند. در این دوره وجود قطعات بزرگ اراضی با توان مدیریتی و سرمایه‌گذاری مناسب از مهم‌ترین عوامل تاثیرگذار در توسعه کشت پنبه محسوب می‌شد. به لحاظ فنی و زراعی، عواملی چون: مشارکت کارشناسان

میلیون تن و بزرگترین کشورهای واردکننده به ترتیب چین (۲,۱ میلیون تن) بنگلادش (۱,۵۴ میلیون تن) و ویتنام (۱,۵۱ میلیون تن) می‌باشند. صادرات جهانی پنبه ۹,۱ میلیون تن است و به ترتیب آمریکا (با ۳,۲ میلیون تن)، برزیل (با ۱,۳ میلیون تن) و هند (با ۰,۸ میلیون تن) بزرگترین صادرکنندگان جهانی می‌باشند. میزان مصرف جهانی پنبه ۲۶,۰۱ میلیون تن است که بزرگترین کشورها به لحاظ مصرف، چین (۸,۲۵ میلیون تن)، هند (۵,۴ میلیون تن) و پاکستان (۲,۳۶ میلیون تن) می‌باشند.

وضعیت تولید پنبه در ایران

دوره پیش از انقلاب اسلامی

در ایران کشت پنبه بومی بیش از دو هزار سال رایج بوده است. لیکن نوع الیاف متوسط آن که در صنایع نساجی به طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد، برای اولین بار

بین‌المللی در بخش تحقیقات، رایج نبودن کشت‌های فشرده، رعایت تناوب زراعی صحیح، وجود نهاده‌های با کیفیت (سموم نباتی و ...)، پایین بودن دستمزد، قیمت مناسب و کفایت نسبی آب، شرایط مناسبی برای توسعه کشت پنبه فراهم نمودند. نیاز کشور به درآمدهای ارزی و حفظ و افزایش اشتغال و وجود سازمان تخصصی، از عواملی بود که عزم و اراده دولت را در این مسیر همراه نمود.

از سال ۱۳۵۸ تا سال ۱۳۸۱

در این دوره، سطح کشت پنبه گرچه با نوساناتی همراه بود، لیکن تولید، نیاز داخلی را تامین می‌کرد. در این مقطع، سال ۱۳۷۵ به لحاظ سطح کشت و تولید در اوج قرار گرفت که ۴۱ درصد آن مربوط به استان گلستان بوده است. صادرات پنبه در این سال‌ها قطع شد و یا از میزان قابل‌توجهی برخوردار نبود. مجموع صادرات کشور طی این مدت کمتر از ۱۰۰ هزار تن بوده که از این میزان حدود ۵۰ درصد مربوط به سال ۱۳۷۵ می‌باشد. بنابراین می‌توان مهم‌ترین

شاخصه این دوره را انحصار فروش پنبه به صنایع داخلی ذکر کرد. شاخصه‌های مهم دیگر این دوره عبارتند از: افزایش قیمت نهاده‌ها و خدمات، افزایش نرخ کارمزد بانکی، رواج کشت‌های پی‌درپی و فشرده تابستانه، توجه زارعین به برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و توسعه کشت غلات، دانه‌های روغنی، ذرت و شالی. در این مقطع زمانی سازمان پنبه در سال ۱۳۷۱ بنا به مصوبه شورای عالی اداری منحل و تمامی وظایف آن به اداره کل پنبه و دانه‌های روغنی با تشکیلاتی محدود، منتقل شد. از حرکت‌های مثبت در این دوره، راه‌اندازی صندوق پنبه ایران در سال ۱۳۷۴ بود که با هدف تنظیم بازار ایجاد شد. لیکن به دلیل بروز مشکلات و عدم تداوم تخصیص اعتبارات، از کارایی مورد انتظار برخوردار نشد.

از سال ۱۳۸۲ تاکنون

به رغم وجود ثبات نسبی در تامین نیاز داخلی، از سال ۱۳۸۲ واردات پنبه شکل گرفت و به مرور بر میزان سالیانه آن افزوده شد. به موازات آن، سطح کشت پنبه با

کاهش شدید مواجه و نهایتاً از سال ۱۳۸۵ به بعد میزان آن با افت شدید روبه‌رو شد. کاهش درآمد فعالیت‌های کشاورزی در مقایسه با بخش‌های خدماتی و کم‌زحمت، موجب کاهش تمایل جوانان به حرفه پرزحمت زراعت، از جمله پنبه‌کاری شد. در جداول پیوست روند تغییرات سطح کشت، عملکرد، تولید، واردات و صادرات پنبه کشور در مقاطع زمانی ۱۰ ساله (۹۰-۱۳۵۰) ارائه شده است. آمار ده‌ساله اخیر نشان می‌دهد که ایران از مقام صادرکننده پنبه به کشوری واردکننده تبدیل شده است.

نگاهی به روند عملکرد تولید، سطح زیرکشت و واردات پنبه طی ۱۰ سال گذشته در ایران نشان می‌دهد که سطح زیرکشت و تولید این محصول کاهش یافته است.

امسال در سطح ۹۷ هزار و ۴۶۸ هکتار پنبه‌کاری در ۱۸ استان کشور وجود دارد و از برنامه تدوین‌شده برای این محصول جلوتر هستیم. اگر با ضریب تبدیل یک‌دوم تخم پنبه و یک‌سوم الیاف محاسبه کنیم از ۲۷۰ هزار تن و ش معادل ۸۱ هزار تن الیاف تولید می‌شود و نیاز کشور به الیاف پنبه تقریباً ۱۶۰ هزار تن

جدول ۲- آمار عملکرد پنبه در دهه گذشته (۱۳۹۰-۱۳۹۹)

	صادرات پنبه	معصرف پنبه	واردات پنبه	تولید پنبه	عملکرد پنبه	تولید وش	عملکرد وش	سطح کشت
	هزارتن	هزارتن	هزارتن	هزارتن	کیلو/هکتار	هزارتن	کیلو/هکتار	هزارهکتار
1390	0	126.009	39.2	75.883	656	267448	2312064	115.675
1391	0	108.747	50.5	65.426	650	234249	2327247	100.655
1392	0	118.534	54.7	60.67	748	189.595	2337	81.116
1393	0	115.425	50.8	58.894	695	184.012	2170	84.8
1394	0	97.23	50.6	49.345	687	154.203	2146	71.84
1395	0	114.286	62.3	52.07	740	160.995	2288	70.365
1396	0	125.712	68	55.838	746	180.239	2408	74.85
1397	0	112.552	64	50.422	712	165.318	2335	70.8
1398	0	162.135	97.6	68.635	760	228.784	2535	90.25
1399				81	831	270	2770	97.468
								پیش‌بینی



جدول ۳ - میزان واردات پنبه به ایران

ارزش (میلیون دلار)								مقدار (هزار تن)								سال
98	97	96	95	94	93	92	91	98	97	96	95	94	93	92	91	پنبه
200.4	138.25	142.2	114.8	99.1	119.4	138.2	130.4	97.6	63.984	68	62.3	50.6	50.8	54.7	50.5	

می‌نماید. از آنجا که تأمین لیتر خام به عنوان یک ماده راهبردی از اولویت‌ها و دغدغه‌های صنایع دفاعی کشور است که در حال حاضر کل لیتر مورد نیاز از طریق واردات تأمین می‌شود لذا پیش‌بینی می‌گردد با اجرای این طرح می‌توان بخشی از لیتر مورد نیاز صنایع دفاعی کشور را تأمین کرد.

توان سازگاری

پنبه نسبت به انواع خاک سازگاری زیادی داشته و عموماً به شوری خاک متحمل است. این گیاه در اثر وجود برخی مکانیزم‌های انتخابی، جذب سدیم را توسط ریشه محدود می‌سازد. آستانه تحمل پنبه به شوری خاک بدون افت عملکرد ۷,۷ دسی زیمنس بر متر می‌باشد.

خاک تزریق و به حفظ حاصلخیزی خاک کمک می‌کند. لذا به دلیل اثرات مثبت تناوبی این محصول، کشت آن در سیستم زراعی کشور بسیار مفید است.

صرفه جویی ارزی

در حال حاضر حدود ۵۰ درصد نیاز کشور، بالغ بر ۹۷ هزار تن الیاف از طریق واردات تأمین می‌گردد که نیازمند صرف سالانه ۲۰۰ میلیون دلار بوده و در شرایط فعلی تأمین آن با محدودیت‌های زیادی مواجه است. از آنجائی که فرآورده‌های پنبه ارزش افزوده قابل توجهی دارد و طبیعتاً کشورهای صادرکننده در آینده محصول خام خود را به سادگی صادر نخواهند کرد، لذا توسعه کشت پنبه را در حد تأمین نیاز داخلی اجتناب‌ناپذیر

است. در حقیقت نیمی از نیاز کشور تولید و نیمی از آن وارد می‌شود.

میزان واردات پنبه در کشور

هم‌اکنون ۵۰ درصد پنبه مورد نیاز کشور همچنان وارداتی است. میزان واردات انواع پنبه در سال ۱۳۹۸ برابر با ۹۷ هزار تن و ارزش آن در حدود ۲۰۰ میلیون دلار بوده است. حقوق ورودی برای واردات این محصول در سال ۱۳۹۸ برابر با ۵ درصد تعیین شده است. از این رو می‌توان بیان داشت که سیاست دولت مبتنی بر ایجاد رقابت بین تولیدکننده داخلی و واردات آن بوده است.

ضرورت احیای کشت پنبه و مزیت‌های فنی، اقتصادی و اجتماعی آن

اثرات مثبت گیاه پنبه در سیستم تناوب گیاه پنبه به دلیل دارا بودن ریشه عمیق و جذب مواد غذایی از لایه‌های عمیق خاک، زمین را برای کشت گیاهان با ریشه سطحی افشان آماده می‌کند و به دلیل وجینی بودن زراعت آن، پاک‌کننده علف‌های هرز بوده و از پایداری علف‌های جدید جلوگیری می‌کند. ضمناً به دلیل نداشتن آفات و بیماری‌های مشترک با غلات، از گیاهان بسیار مناسب در تناوب با گندم بوده و ضمن کاهش علف‌های هرز، آفات و بیماری‌های گندم، دفعات و هزینه‌های سم‌پاشی در غلات را کاهش داده و عملکرد آن را افزایش می‌دهد. همچنین گیاه پنبه کربن آلی را به عمق

جدول ۴ - آمار سطح کشت پنبه (هکتار)

ردیف	نام استان	1399	1398	1397
1	آذربایجان شرقی	1000	605	450
2	اصفهان	1100	1210	1210
3	اردبیل	12485	7753	3365
4	البرز	55	60	150
5	تهران	7	7	7
6	خراسان جنوبی	7114	7170	7179
7	خراسان رضوی	23328	24520	22906
8	خراسان شمالی	7400	8280	5981
9	سمنان	1910	2050	1235
10	فارس	18381	17900	14562
11	قزوین	125	120	0
12	قم	558	680	386
13	کرمان	1500	1450	981
14	گلستان	21385	17600	11920
15	مازندران	643	440	268
16	مرکزی	140	80	50
17	هرمزگان	250	250	100
18	یزد	87	75	50
	جمع	97468	90250	70800

سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده

کشاورزان با تجربه سرمایه انسانی ارزشمندی برای تولید این محصول محسوب می‌شوند. تجربه آنان حاصل ده‌ها سال کار و تلاش و صرف هزینه زیاد فراهم آمده است. برای بیش از یکصد کارخانه پنبه‌پاک‌کنی و ۳۷۰۰ واحد کارخانجات کوچک و بزرگ نساجی بیش از ۷۲۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری شده است.

اشتغال

یقیناً جلوگیری از مهاجرت و حفظ اشتغال در روستاها از دغدغه‌های مهم مسئولان است. امروزه برای ایجاد اشتغال دائم هر نفر در جامعه، حدود ۳۵ هزار دلار سرمایه‌گذاری لازم است. بر اساس جداول هزینه تولید محصولات زراعی در سال ۹۲، در هر هکتار زراعت پنبه با برداشت دستی ۹۰ نفر روز و در مزارع با برداشت مکانیزه ۵۰ نفر به کار گرفته می‌شود. در حالی که نیروی انسانی مورد نیاز در هر هکتار کشت شالی ۵۰ نفر روز، آفتابگردان ۳۰ نفر روز، سویا ۳۰ نفر روز، ذرت دانه‌ای ۲۰ نفر روز و ذرت علوفه ۱۵ نفر روز است. بر اساس گزارشات، صنعت نساجی کشور، حدود ۱۲ درصد از شاغلین بخش صنعت را به خود اختصاص می‌دهد لذا وابستگی این صنعت به پنبه وارداتی، قابل تأمل است.

آثار بهداشتی الیاف پنبه

الیاف پنبه دارای ویژگی‌های خوب از جمله سبکی، مقاومت در برابر حرارت، تبادل دمای بدن، راحت، تجزیه پذیر، حساسیت‌زایی بسیار پایین و بدون آلایندگی زیست محیطی بوده و برتر از الیاف مصنوعی است. به رغم افزایش الیاف مصنوعی، از اهمیت پنبه کاسته نشده و مصرف سرانه

آن در جهان کاهش نیافته است

طرح خودکفایی پنبه

در کشور طرح خودکفایی پنبه نوشته شده است. در برنامه اقتصاد مقاومتی مصوب شد و در سال جهش تولید به عنوان طرح‌های اولویت‌دار اقتصاد مقاومتی به تصویب دولت رسیده است و در طرح اقتصاد مقاومتی مقرر است در افق ۱۴۰۴ به خودکفایی ۱۰۰ درصد برسیم. طرح خودکفایی پنبه یکی از ۸ طرح اقتصاد مقاومتی در حوزه محصولات کشاورزی است که در راستای افزایش تولید این محصول پیگیری می‌شود. هدف این طرح که از سال ۱۳۹۴ اجرای آن آغاز شده، در گام نخست، توقف روند نزولی تولید پنبه و سپس، توسعه کشت این محصول بوده است. و سالانه قرار است با رشد ۷ درصدی پیش برویم و تا پایان سال ۱۴۰۴ تولید به ۲۸۲ هزار تن برسد که با این میزان خودکفایی در کشور ایجاد خواهد شد. براساس برنامه ششم توسعه هم قرار است تولید کشور به ۲۸۲ هزار تن برسد.

وضعیت خرید تضمینی، نهادهای تولید و سطح مکانیزاسیون کشت پنبه در کشور

پنبه دارای قیمت تضمینی است. قیمت سال جاری ۴۸۷۶۰ ریال است. حدود ۳ سال است که قیمت در بازار بیشتر از قیمت تضمینی است و دولت به خرید تضمینی پنبه ورود پیدا نکرده است و نهادهای تولید مانند کود، سم و بذر به اندازه کافی موجود است. البته تامین نهادهای یارانه‌دار با محدودیت مواجهه است. ۹۰ درصد کشت پنبه ماشینی است و ۱۰ درصد دستی است. ۹۸ درصد مزارع پنبه به صورت دستی توسط کارگر برداشت می‌شود و فقط ۲ درصد مزارع

توسط ماشین برداشت می‌شود.

وضعیت صنایع تبدیلی و فرآوری پنبه در کشور

محصول تولیدی در مزرعه، وش نام دارد. وش در کارخانجات پنبه‌پاک‌کنی تصفیه می‌شود و به دو محصول پنبه‌دانه و پنبه تفکیک می‌شود. در کشور حدود ۷۰ کارخانه فعال پنبه‌پاک‌کنی وجود دارد که کافی است. از پنبه‌دانه در صنعت روغن‌کشی استفاده می‌شود و باقیمانده آن به عنوان کنجاله مورد استفاده دام قرار می‌گیرد. البته در حال حاضر روغن‌کشی از پنبه‌دانه بسیار محدود صورت می‌گیرد و پنبه‌دانه مستقیماً به عنوان خوراک دام استفاده می‌شود. پنبه هم تحویل کارخانجات ریسندگی قرار می‌گیرد و تبدیل به نخ می‌شود

موانع، مشکلات و علل عمده کاهش تولید پنبه در کشور

هزینه‌های تولید پنبه در کشور بالا است زیرا آفات زیادی دارد بنابراین به دلیل قیمت بالای سموم هزینه پنبه‌کاران بالا می‌رود. مثلاً در استانی مثل خوزستان که منطقه گرم است و آفت زیادی دارد پنبه‌کاری تعطیل شده است. هزینه‌های برداشت این محصول هم بالا است چرا که هم برداشت سخت است و محدودیت کارگری وجود دارد و کمباین‌های ویژه این محصول هم در کشور نیست؛ قیمت آن هم بسیار گران است و کشاورزان نمی‌توانند تهیه کنند. استفاده از این کمباین‌ها هم نیاز به زمین‌های بزرگی دارند که البته زمین‌های کشاورزی در کشور ما خرد است. میانگین زمین‌های پنبه‌کاران ۳ هکتار است. در قدیم هزینه کارگری ارزان بود به همین دلیل پنبه‌کاری رواج بیشتری داشت. اکنون نیز در کشورهایی



هماهنگ باشند.

جمع بندی

مهم‌ترین مسئله این است که بیشتر کشورهای دنیا چه فقیر و چه غنی از تولید پنبه در کشور خود حمایت می‌کنند. در صورتی که این حمایت دولتی در ایران صورت نگیرد باعث عدم رقابت تولید داخل با واردات می‌شود. لذا باید حمایت‌های دولتی ادامه و افزایش یابد. هماهنگی در زنجیره تولید از مزرعه تا نساجی و پوشاک مهم است. اگر کالاهای نساجی با قاچاق وارد کشور شوند باعث لطمه به صنعت نساجی داخلی پایین‌دستی می‌شود و در نهایت باعث تضعیف زراعت پنبه در مزرعه که اولین حلقه تولید است می‌شود. از دست رفتن جایگاه این محصول در کشور باعث شده تا ایران به یک کشور واردکننده پنبه تبدیل شود. اگرچه عوامل زیادی در کاهش سطح زیرکشت این محصول نقش داشته‌اند، اما مهم‌ترین عامل آن را می‌توان از دست دادن جذابیت اقتصادی این محصول دانست. بالاتر بودن هزینه تولید این محصول نسبت به متوسط جهانی و کشورهای همسایه از یک طرف و کاهش نسبت قیمتی این محصول نسبت به گندم، باعث کمتر شدن سود خالص این محصول شده و در نهایت انگیزه کشاورزان برای قرار دادن این محصول در الگوی کشت از دست رفته است. بنابراین، با توجه به محدودیت‌های ارزی و مشکلات ناشی از تحریم‌ها، پیشنهاد می‌شود اولاً، توسعه تحقیقات جهت کاهش مصرف آب و افزایش عملکرد در واحد سطح صورت بگیرد و از طرف دیگر، انگیزه اقتصادی کشاورزی و سودآوری این محصول تقویت شده و همچنین سیاست‌های تعرفه‌ای مناسب در مورد واردات پنبه اتخاذ شود. منابع در دفتر نشریه موجود است.

وجود تورم سالانه قابل توجه در کشور، میزان حمایت‌های داخلی جبران‌کننده آن نیست.

برنامه‌ها و سیاست‌های وزارت جهاد کشاورزی برای توسعه و جهش تولید پنبه در کشور

پنبه در اولویت حمایت‌های عمومی وزارت جهاد کشاورزی قرار دارد. این حمایت‌ها عبارتند از: تسهیلات سرمایه در گردش کشاورزان، تسهیلات خرید ماشین‌های کشاورزی، یارانه نهاده‌های کشاورزی و برنامه‌های تحقیقات، آموزش و ترویج.

راهکارهای جهش

تولید پنبه در کشور

- برداشت ماشینی: در حال حاضر بیشتر پنبه‌ها به صورت دستی برداشت می‌شود. هزینه برداشت دستی و کمبود کارگر مهم‌ترین عامل بازدارنده سطح کشت پنبه برای آینده است. برداشت ماشینی با افزایش تولید ماشین در داخل و واردات با تخصیص یارانه تسهیلات و یارانه قیمت باید توسعه یافته و فراگیر شود.

- بذر: سالانه برای حدود ۶۰ درصد پنبه‌کاری کشور از بذر گواهی شده و استاندارد استفاده می‌شود. هزینه زیاد تولید بذر استاندارد و ضد عفونی‌شده در داخل کشور و قیمت زیاد بذر وارداتی باعث می‌شود تا کشاورزان از بذر خودمصرفی استفاده کنند. تخصیص یارانه بذر راه‌حل اصلی استفاده حداکثری از بذور استاندارد است.

- هماهنگی زنجیره تولید پنبه از مزرعه تا نساجی و پوشاک: واردات بی‌رویه و قاچاق اقلام مختلف نساجی به ویژه نخ باعث صدمه به تولید داخل می‌شود. این زنجیره و فراتر از آن شبکه تولید باید هماهنگ و تنظیم‌شده در سراسر مجموعه با هم

مانند هندوستان، ازبکستان، چین، آفریقا به دلیل کارگر ارزان تولید پنبه مناسبی دارند. برخی کشورها مانند ترکیه، آمریکا، یونان، استرالیا و آرژانتین هم با مکانیزاسیون یعنی استفاده از انواع ماشین‌آلات، تولید خود را افزایش داده‌اند. اما از همه اینها مهم‌تر در کشورهای مختلف با پرداخت یارانه به پنبه، تولید این محصول را افزایش می‌دهند اما در کشور ما یارانه‌ای پرداخت نمی‌شود. در این راستا با توجه به بررسی‌های میدانی، نظر کارشناسان و سوابق موجود، مهم‌ترین علل کاهش سطح کشت و تولید پنبه در زیر خلاصه شده است:

- دشواری زراعت: عملیات برداشت سنتی و دشوار بوده، دستمزدها افزایش یافته، کمبود کارگر مشهود و ماشین‌های برداشت گران است.

- بازده اقتصادی: محصولات رقیب به دلیل برتری بازده اقتصادی جایگزین پنبه شده و کشت آن به اراضی کم‌بازده منتقل شده است. این موضوع موجب محدودیت ارتقای عملکرد پنبه نیز شده است. کشت پنبه با آخرین و حساس‌ترین آبیاری‌های غلات همزمان بوده و از این بابت معمولاً با محدودیت آب مواجه است.

- نقش صنعت: صنعت نساجی کشور با بخش تولید پنبه تعامل کافی نداشته و به دلیل وجود تسهیلات روان و تا حدی به واسطه ضایعات کمتر، به واردات توجه بیشتری دارد.

- بازرگانی: قیمت‌های بین‌المللی پنبه با اتخاذ سیاست‌های حمایتی دولت‌های تأثیرگذار، پایین نگه داشته شده و به رغم



چرا انگیزه سرمایه‌گذاری و تولید از بین رفته

محسن جلال پور فعال اقتصادی

دیگر تغییر می‌کند. تصمیمی که در یک دوره زمانی به عنوان بهترین انتخاب مطرح است؛ الزاما در دوره‌های بعدی بهترین نیست. به همین دلیل است که اقتصاددانان نقش سیاست‌گذاری را در ایجاد انگیزه برای فعالیت اقتصادی سالم بسیار مهم و اساسی می‌دانند. ساختار سیاسی خوب ساختاری است که توان تنظیم و تدوین سازوکارهای مناسب برای فعالیت سالم کارآفرینان را فراهم کند. درجه خوب بودن حکمرانی در کشورها در قانون‌گذاری صحیح و سالم‌سازی فضای کسب‌وکار است و کشوری را می‌توان موفق دانست که بتواند انگیزه‌های تولید را بالا ببرد.

به قول میلتون فریدمن «هنر سیاست‌گذار ایجاد فضایی است که در آن منفعت افراد نادرست در انجام کار درست باشد. در غیر این صورت حتی افراد درست هم کار خوب را انجام نخواهند داد.»

دهه چهل را دهه طلایی اقتصاد ایران می‌دانند و در تاریخ معاصر ایران کمتر دوره‌ای شبیه این دوره می‌شناسیم. در فاصله سال‌های ۱۳۴۲ تا ۱۳۵۲ میانگین نرخ رشد اقتصادی ۱۱٫۲ درصد و میانگین سالانه نرخ تورم ۲٫۶ درصد بوده است. علاوه بر آن، مهم‌ترین صنایع ایران در همین دوره پایه‌گذاری شدند. دلیل موفقیت سیاست‌گذار این بود که با سیاست‌گذاری صحیح، ذی‌نفعان واردات را به ذی‌نفعان تولید تبدیل کرد. بر خلاف دوره حاضر که دولت‌های ما ذی‌نفعان تولید را با سیاست‌های نادرست اقتصادی به ذی‌نفعان سفته‌بازی و قماربازی تبدیل کرده‌اند.

سیاست‌گذار را باید متوجه کرد به میزانی که اقتصاد به ثبات و پایداری نزدیک شود و محیط کسب‌وکار مساعد باشد، انگیزه برای سرمایه‌گذاری بلندمدت و تولید و ایجاد ارزش افزوده افزایش می‌یابد و به میزانی که اقتصاد در ورطه بی‌ثباتی و تله تورم مزمزم گرفتار شود، انگیزه سرمایه‌گذاری و کارآفرینی از بین می‌رود. در حال حاضر تورم باعث شده نرخ بازده حاصل از نگهداری دارایی‌ها بیش از بازده حاصل از ایجاد ارزش افزوده باشد. در چنین اقتصادی، انگیزه برای سرمایه‌گذاری در مستغلات و خرید و فروش ملک و مسکن منطقی‌تر از تولید و کارآفرینی با همه گرفتاری‌هایش است.

منبع: تعادل

صنعتگر دلسوز و بزرگواری را می‌شناسم که از اواخر دهه ۴۰ تا امروز در کار تولید بوده و سال‌های طولانی است که در این راه کمر خم کرده و فرد موفق محسوب می‌شود. گاهی حال و احوالی از هم می‌پرسیم و از زمانی که می‌شناسمش همواره او را فردی ملی‌گرا و مومن و معتقد می‌دانم.

اخیرا شنیدم قصد دارد خط تولیدش را متوقف و زمین کارخانه‌اش را واگذار کند. پرس و جو کردم؛ بازنشستگی بهانه بود. گفته بود: «می‌خواهم خودم را خلاص کنم». گفته بود: «مدتهاست پول کارگران را از محل ساخت‌وساز و فروش آپارتمان در تهران می‌پردازم و خیلی وقت است به این نتیجه رسیده‌ام که در کشور ما، تولید خطاست.» دوستی که برایم خبر را آورد در وصفش گفت: ۵۰ سال عاشق کارش بوده و هر روز ساعت ۵ صبح از خانه بیرون می‌زده و ۱۰ شب به خانه بر می‌گشته و غیرممکن است بتواند از کارخانه‌اش دل بکند.

خواستند من و برخی دوستان پا در میانی کنیم که کارخانه را تعطیل نکند. پرسیدم زمین کارخانه‌اش کجاست؟ گفتند: فلان جاست که این روزها ارزش زیادی پیدا کرده. یاد جمله آقای مهدی آگاه افتادم که گفته بود: «عمده شرکت‌های ما ورشکسته هستند فقط زمینی که در آن واقع شده‌اند قیمت زیادی پیدا کرده است.» گفتم: دنبال دلیل نگردید؛ «زمان» و «زمین» بهترین انگیزه برای تعطیل کردن خط تولید آن کارخانه ایجاد کرده‌اند. گفتند چطور؟ گفتم: متأسفانه در کشور ما عوامل و دلایل زیادی وجود دارد که انگیزه تولید و سرمایه‌گذاری را از بین می‌برد و در مقابل انگیزه برای خرید و فروش و نگهداری دارایی‌ها مثل املاک و مستغلات و ارز و طلا را افزایش می‌دهد. زمانی که پیرمرد تصمیم گرفت کارخانه‌اش را احداث کند، سود و انگیزه تولید در اقتصاد ایران بیشتر از خرید و فروش زمین و املاک بود اما امروز انگیزه و منفعت تعطیل کردن کارخانه و فروش زمین آن قوی‌تر است.

واضح است که گذر زمان باعث شده نظام فکری پیرمرد کارآفرین تغییر اساسی کند. ارزش‌های ذهنی همه ما در طول زمان ثابت نمی‌ماند و انتخاب‌ها و تصمیم‌های اقتصادی ما از دوره‌ای به دوره





تبعات سیاست‌های توزیع رانت و تورم‌زا بر تولید

فریال مستوفی عضو هیئت نمایندگان اتاق ایران

که دولت به جای فراهم آوردن حمایت‌های لازم از اقتصاد به دنبال رقابت با بخش خصوصی و پیدا کردن راه‌هایی برای جبران کسری ناشی از سیاست‌های بودجه‌ریزی غلط است.

حاکمیت اقتصاد دولتی، عدم اجرای صحیح قوانین و عدم پایبندی به مالکیت خصوصی افراد همگی باعث بالا بودن رتبه ریسک کشور در فعالیتهای تولیدی شده است. در این راستا نگاهی به گزارش بانک جهانی اخیر به خوبی گواه نامناسب بودن شاخص‌های مختلفی است که بر مبنای آنها سرمایه‌گذاران انگیزه لازم را برای سرمایه‌گذاری در یک کشور پیدا می‌کنند. وضعیت محیط کسب‌وکار در شاخص رقابت‌پذیری جهانی سال ۲۰۱۹، رتبه ایران ۹۹ از ۱۴۰ کشور جهان و ۱۷ از ۲۰ کشور منطقه گزارش شده است. بدترین نماگرها مربوط به بازار کار (رتبه ۱۴۰) یعنی آخرین رتبه در بین ۱۴۰ کشور، عدم ثبات اقتصاد کلان (رتبه ۱۳۴) و عدم کارایی بازار کالا (رتبه ۱۳۳) بوده است. رتبه ایران در شاخص بین‌المللی حقوق مالکیت ۱۰۳ از ۱۲۹ کشور در سال ۲۰۱۹ بوده است. در خصوص شاخص ریسک در رتبه‌بندی جهانی نیز از جمله کشورهایی است که بالاترین ضریب ریسک را دارد. در گزارش سازمان شفافیت بین‌الملل در بین ۱۶۸ کشور مورد بررسی، ایران در کشورهای انتهایی فهرست از نظر شاخص ادراک فساد قلمداد شده که خود توضیح‌دهنده مسائل بسیاری است. قرار گرفتن در لیست سیاه FATF را نیز باید به موانع مراودات تجاری بین‌المللی ایران اضافه کرد.

با توجه به آمارهای موجود مشخص است که دولت در سطح اقتصاد داخلی باید تغییرات عمده‌ای ایجاد بکند و همه مشکلات را نمی‌توان بر گردن تحریم‌ها انداخت. در سطح اقتصاد کلان، دولت باید به فکر حفظ ارزش پول ملی باشد. در دوره‌های با نوسانات بسیار بالا، شوک ارزی هم بر تقاضا هم بر عرضه ایجاد کرده است. همچنین باید توجه داشت که قدرت خرید بنگاه‌های تولیدی بالطبع چقدر دستخوش نوسان شده است. مشکلات تامین مالی بنگاه‌ها نیز همچنان وجود دارد و همه اینها یعنی تحمیل هزینه بر بنگاه‌ها و تا زمانی که اصلاحات اساسی در اقتصاد داخلی ایران انجام نشود گذر زمان و امید به بهبود وضعیت تجارت چه داخلی چه بین‌المللی امید

اقتصاد ایران سال‌های متمادی است که به دلیل سیاست‌های غلط با رانت و فساد ناشی از قیمت‌گذاری دولتی کالاها و خدمات مواجه است. درحالی‌که آمارها نشان می‌دهند که طی ۳۹ سال از ۵۰ سال میانگین تورم در کشور حدود ۱۸ درصد بوده است، قیمت‌گذاری دولتی کالاها و خدمات در این شرایط در عمل باعث شکل‌گیری کاسبان و دلالتان و در نتیجه رانت و فساد شده است. فساد که به دلیل انباشت سال‌ها سیاست اشتباه و عدم نظارت و پیگیری به سختی قابل مهار شده است. از طرفی، حمایت کلی و شعاری از صادرات صرفاً به منظور بازگشت ارزهای صادراتی و وضع تعرفه‌های سنگین بر واردات با شعار حمایت از تولید داخلی بدون توجه به مزیت رقابتی صرفاً در کوتاه‌مدت می‌تواند با کاهش کسری بودجه به برخی از مشکلات کمک کند ولی در درازمدت برای حمایت از بخش خصوصی واقعی و صادرکنندگانی که به طور سالم مشغول به کار هستند نیاز به بازبینی مشوق‌های حمایتی است. آنچه روی کاغذ به نام حمایت از تولید داخلی و رشد اقتصادی هرساله هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی می‌شود، با آنچه در عمل اتفاق می‌افتد فاصله معناداری دارد. حمایت‌های بی‌سرانجام از صنعت خودرو نمونه بارز این سیاست‌های اشتباه است. درواقع هزینه حمایت از تولید داخلی نابهره‌ور، از محل رفاه مردم جبران می‌شود. درحالی‌که دولت می‌توانست به جای این سیاست‌های ناکارآمد، به حمایت از بنگاه‌هایی که می‌توانستند با کمی نقدینگی احیا شوند و ارزش افزوده‌ای به چرخه تولید بیاورند، بپردازد. در کمتر اقتصادی دیده می‌شود که بازدهی سرمایه‌گذاری در بورس، طلا و... به وضعیتی که در حال حاضر در اقتصاد کشور شاهد آن هستیم برسد، در چنین شرایطی، عقل سلیم حکم می‌کند که مردم به جای نگهداری ریال، آن را تبدیل به دارایی‌هایی کنند که ارزش پولشان در درازمدت حفظ شود. و این موضوع ناخودآگاه بستر را برای فعالیت‌های سوداگرانه عده‌ای خاص مهیا می‌سازد. این نوسانات هرروزه و دامنه نامعلوم آن، اولین صدمات خود را به چرخه تولید و بنگاه‌های تولیدی کوچک و متوسط وارد می‌آورد حال آنکه یکی از شعارهای برنامه توسعه ششم جهش تولید است. به نظر می‌رسد

عربی است.

گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس در خصوص وضعیت اقتصاد سال ۹۹ ایران نشان می‌دهد در صورتی که بخواهیم به سطح درآمد سرانه سال ۱۳۹۰ بازگردیم حداقل به شش سال زمان نیاز است و این به خوبی نشانگر کاهش قدرت خرید ناشی از هدف‌گذاری غیراصولی در اهداف و سیاست‌های کلان اقتصادی کشور است که نتیجه‌ای جز فلج کردن اقتصاد و ورشکستگی بنگاه‌ها و فقر عمومی ندارد. بنگاه‌های کوچک با توجه به وابستگی بیشتری که به منابع داخلی برای تامین سرمایه در گردش خود و همچنین لزوم پرداخت هزینه‌های جاری دارند، در معرض آسیب‌های شدیدتر در کوتاه‌مدت هستند. این در حالی است که ۱۵,۴ میلیون از شاغلان کشور در این بنگاه‌ها مشغول به کارند. ملاحظه می‌شود که همه پارامترهای یک اقتصاد در هم تنیده هستند و تغییر یکی بر دیگری به شدت تاثیر می‌گذارد. طی سال‌های اخیر با کاهش منابع حاصل از فروش نفت، کسری بودجه عمدتاً از طریق استقراض از صندوق توسعه ملی و انتشار اوراق صورت گرفته است. درست است که دولت در شرایط موجود، راهی به جز این اقدامات نداشته ولی موضوع این است که چرا باید اقتصاد به این نقطه برسد؟ آیا تجربیات گذشته برای تبیین یک استراتژی هدفمند کافی نیست؟

با توجه به موارد گفته‌شده، اولین عاملی که برای ادامه فعالیت در هر بخش اقتصادی در وهله نخست، مهم است فضای کسب‌وکار مناسب و مهم‌تر از همه شفافیت است که متأسفانه در کشورمان وجود ندارد. متوسط رشد اقتصادی کشور از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ نزدیک به صفر درصد بوده است. و در عین حال نوسانات شدیدی را تجربه کرده است؛

این نوسانات از منفی ۸,۳ تا مثبت ۱۴ درصد بوده‌اند و این خود به خوبی نشانگر عدم ثبات در رسیدن به هدف‌های برنامه‌های توسعه ناشی از هدف‌گذاری اشتباه است. تشکیل سرمایه ثابت از سال ۱۳۹۰ به بعد همواره روندی نزولی داشته است. این موضوع به‌خصوص از منظر پتانسیل رشد اقتصادی سال‌های آینده بسیار هشداردهنده خواهد بود. از طرفی دیگر با کسری بودجه ناشی از کاهش چشمگیر فروش نفت و استمرار تحریم‌ها، جذب منابع مالی خارجی نیز امکان‌پذیر نیست، بنابراین صادرات کالاهای غیرنفتی‌مان در چنین وضعی بسیار مهم است و از این‌رو تعبیه سیستم صحیح نظارتی و برخورد جدی و اقدامات تنبیهی متناسب برای عده‌ای که طبق بخشنامه بانک مرکزی ارزهای ناشی از صادرات را به کشور بازگشت نمی‌دهند ضروری است تا جلوی فساد و قاچاق گرفته شود.

آنچه حائز توجه است وضعیت صادرکنندگان واقعی بخش خصوصی است که به طور سالم مشغول به فعالیت هستند و کسب‌وکارشان هرروزه به دلیل مشکلات نقل و انتقالات پولی در اثر تحریم‌ها رو به وخامت می‌گذارد. باید توجه داشت که همیشه عده‌ای هستند که از شرایطی که ناگزیر در وضعیت‌های خاص اقتصادی ایجاد می‌شود، سوءاستفاده کنند که در این خصوص تنها راه اجرای قاطع مقررات و تبیین استراتژی اصولی است. تداوم سیاست دستوری پولی، سخت‌تر شدن سطح دسترسی مردم و بنگاه‌های اقتصادی به تسهیلات بانکی و ایجاد پدیده رانت پولی در شرایط تورمی برای کسانی است که از امکان و رابطه لازم برای دریافت تسهیلات برخوردارند. با نگاهی به آمارهای منتشره از بانک مرکزی در خصوص میزان بدهی‌های دولت، ملاحظه می‌شود که هر سال از سال

۱۳۸۴ میزان بدهی‌ها بیشتر شده است. آیا با این وضع ثبات در هزینه کالا و خدمات ممکن است؟ به طور طبیعی خیر. یکی از پیش‌شرط‌های تحقق هدف جهش تولید، کنترل تورم و سطح عمومی قیمت‌هاست که دولت باید در جهت آن اقدام اساسی کند. در نتیجه برای مهار تورم باید آنچه سبب افزایش و ایجاد تورم می‌شود را شناسایی کرد.

طبق نظر کارشناسان می‌توان گفت مهم‌ترین عامل نرخ تورم در ایران حجم نقدینگی است و پس از آن انتظارات تورمی، مدیریت ناصحیح بازار ارز و ناتوانی در کنار رفتار سفته‌بازانه در بازارها، تورم وارداتی و ناترازی عرضه و تقاضا بوده که موثر بر رشد نرخ تورم هستند. در نتیجه دولت باید برای مهار تورم نقدینگی را کنترل و آن را به سمت تولید و فعالیت‌های مولد هدایت کند. در سال‌های اخیر مکانیسم‌های کنترل تورم راه به جایی نبرده است و متأسفانه همه تقصیرها بر گردن تحریم‌هاست در صورتی که برای حل مشکلات ابتدا باید به مسائل داخلی اقتصاد توجه کرد و تا این مسائل حل نشود، به فرض اینکه تحریمی در کار نباشد، چون بسترهای لازم را نداریم، مراودات تجاری در سطح بین‌المللی نیز راه به جایی نمی‌برد. همه اینها تنها از طریق استقرار نظام بازار آزاد رقابتی منصفانه قابل تحقق هستند. و لازمه آن اصلاح ساختار و قطع ریشه سیستم سوداگرایی نهادی است. از این‌رو رشد اقتصادی در وضعیت فعلی اقتصاد کشور تنها در صورتی اتفاق می‌افتد که عزم راسخی برای اصلاح ساختار و مبارزه واقعی با فساد وجود داشته باشد و برای تحقق این موضوع همان‌طور که گفته شده، زیرساخت‌های زیادی لازم است محقق شود.

منبع: دنیای اقتصاد





لزوم اصلاح سیاست‌های ارزی

مهراد عباد عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران

زیر نظر بانک مرکزی صادر شود و بانک عامل نیز حتما در پروسه ارزی قرار گیرد. بعد از مدتی بانک‌ها انجام کار حواله را متوقف یا مخصوص مشتریان ویژه کردند و اکثر حواله‌ها از طریق صرافی‌های مجاز انجام گرفت. صرافی‌های مجاز را بانک مرکزی تایید کرده بود، اما هیچ ضمانتی بابت حسن انجام کار آنها ارائه نکرد و در این بین، کلاهبرداری‌هایی هم از طریق صرافی‌ها انجام شد. بانک‌های عامل هم عملا بدون آنکه کاری انجام دهند مدارک را از بازرگانان دریافت کرده و به بانک مرکزی ارائه می‌دهند که این فرآیند، صرفا به بوروکراسی موجود افزوده و موجب اتلاف زمان و هزینه کرد بیشتر از سوی بازرگانان شده است.

شاید راه حل بهتر برای شفافیت در نقل و انتقال پول خارجی آن بود که روال انجام حواله بدون تغییر باقی می‌ماند و انتقال، بدون نیاز به مجوز و با تشخیص تاجر از طریق صرافی یا بانک انجام می‌شد. به بیان دیگر، اگر صرفا قانونی وضع می‌شد که نقل و انتقال صرافی‌های دارای فاکتور رسمی قابل قبول تلقی می‌شد، شاید کل مسئله شفافیت حل می‌شد. دولت، اکنون ارزی برای واردات ندارد و به همین سبب، مجوز واردات نیز صادر نمی‌کند در حالی که ارز واردات را قرار نیست دولت تامین کند. همزمان باید نحوه تامین ارز صرافی‌ها مانند گذشته، تعیین شود تا صراف‌ها نیز مشکل ارز نداشته باشند؛ چرا که در حال حاضر، ارز صراف‌ها را فقط بانک مرکزی تامین

این طرح را در دستورکار قرار داد. در ابتدا برای واردات گروه‌بندی کالایی تعیین کرد و به تدریج، حلقه تخصیص ارز تنگ‌تر شد و کسانی که می‌توانستند از این رانت استفاده کنند به سلاطین جدید ایران زمین تبدیل شدند.

اما دلایل دولت برای این تصمیم اشتباه چه بوده؟ تصمیم اشتباهی که بخش خصوصی و تشکله‌ها، یک‌صدا چندین سال است آن را نقد می‌کنند و دلیل و برهان می‌آورند که تصمیم نادرست بوده و تلاش می‌کنند که دولت را از این تصمیم منصرف کنند اما تاکنون موفق به انجام آن نبوده‌اند. تعیین قیمت ۴۲۰۰ تومانی برای دلار، به دو دلیل ممانعت از افزایش بیشتر نرخ ارز اتخاذ شد و البته به تدریج، سیاست‌های دیگری نظیر محدود کردن ثبت‌سفارش‌ها، محدود کردن تخصیص ارز، محدود کردن نقل و انتقال پول به خارج از کشور از طریق سامانه نیما و کنترل برگشت ارز حاصل از صادرات نیز به آن افزوده شد.

مسئله شفافیت نقل و انتقال‌های ارزی پیش از ارز ۴۲۰۰ تومانی، مسئله‌ای بود که به کشور خسارات بسیاری وارد کرده بود و پولشویی‌های بسیاری با این عنوان انجام می‌گرفت. در آن زمان انتقال پول از طریق حواله‌ها به هر میزان و برای هر موردی حتی بدون فاکتور رسمی قابل انجام بود. این امر باعث می‌شد که مقادیر زیادی ارز به صورت غیررسمی از مملکت خارج شود. راه حل دولت نیز این بود که تمام حواله‌ها

«ارز با نرخ ۴۲۰۰ تومان به همه فعالان اقتصادی، مسافران، دانشجویان، محققان و ... عرضه می‌شود»، «تصمیمات ارزی دولت در آینده کامل‌تر و پخته‌تر می‌شود»، «تلاش می‌شود در آینده نقص‌ها در خصوص مسائل ارزی کشور برطرف شود» این‌ها گزیده‌ای از اظهارات مسئولان طی سال‌های اخیر پس از اعلام نرخ ۴۲۰۰ تومان برای ارز است. از آن زمان تاکنون صاحب نظران و کارشناسان بسیاری تعیین نرخ ۴۲۰۰ تومانی برای ارز را سیاست غیرصحیحی عنوان کرده و از ضرورت اصلاح آن سخن گفته‌اند اما دولت هر بار با تصمیم‌های جدید موضوع را پیچیده‌تر کرده است. ارز ۴۲۰۰ تومانی در ادامه تصمیمات اشتباه دولت‌ها در حوزه سیاست‌های ارزی، آنجا که برای چندین سال پیاپی نرخ ارز را ثابت نگه داشتند، اتخاذ شد.

این نرخ در جلسه دولت در تاریخ فروردین ۱۳۹۷ متولد شد؛ اگرچه، گفته می‌شود این تصمیم در همان جلسه، مخالفان زیادی هم داشته اما گویی، حرف آنها شنیده نشد و نرخ بدون مبنای کارشناسی و سلیقه‌ای نهایی شد. این عدد به قدری دور از واقعیت‌های اقتصاد بود که ظرف مدت دو ماه ثبت‌سفارش برای واردات کالا ۲۰۰ درصد افزایش پیدا کرد و آن قدر رانت‌زا بود که برخی تورهای مسافرتی هزینه‌های سفر را به شرط دریافت سهمیه ارز، رایگان اعلام کردند. پس از دو ماه دولت دریافت که اشتباه بزرگی مرتکب شده و از آن پس اصلاح

می‌کند اما در گذشته راه‌های دیگری نیز برای تامین ارز آنها وجود داشت. از سوی دیگر، اگر واردات بدون انتقال ارز با محدودیت مواجه نمی‌شد، قیمت تمام شده مواد اولیه وارداتی تا این حد افزایش نمی‌یافت.

در ضمن محدود کردن ثبت سفارش‌ها جهت کنترل نیاز به ارز و واردات، باعث شده قاچاق کالا به مقدار زیادی افزایش یابد و مواد اولیه مورد نیاز کارخانجات داخلی کمیاب و به شدت گران شود که در نهایت منجر به گرانی کالای تولید داخل می‌شود.

مشکل اصلی ارز ۴۲۰۰ تومانی، فسادزا بودن آن است، هر کجا که قیمت یک کالا یا خدمات چند نرخ داشته باشد با اطمینان باید گفت که در مورد این کالا فساد وجود

دارد. این موضوع دیگر برکسی پوشیده نیست و حتی آقای رئیس‌جمهور نیز به این نکته اشاره کرده است که در این مدت افراد زیادی ارز ۴۲۰۰ تومانی دریافت کردند و به نرخ ارز آزاد کالای وارداتی را فروختند. اکنون گروه زیادی از کالاها که باید فقط با این ارز وارد می‌شد در صف انتظار هستند تا ارز دریافت کنند که این امر باعث کاهش واردات کالای اساسی پزشکی شده و قیمت آن در بازار سیاه افزایش یافته است.

در موضوع برگشت ارز صادراتی نیز گفته می‌شود، مقداری از این ارزها برگشت داده نشده و علت اصلی آن عدم نظارت دولت بر این روند بوده و تازه بعد از چندین سال دولت به فکر نظارت بر آن افتاده است. شایسته بود

که پس از وضع قانون، به دایره نظارت‌ها نیز افزوده می‌شد و در عین حال، در مورد چگونگی اعمال نظارت، صادرکنندگان واقعی مورد مشورت قرار می‌گرفتند.

راه‌حل عبور از تبعات ارز ۴۲۰۰ تومانی فقط حذف آن و تک‌نرخ کردن ارز است که نیاز به شجاعت دارد. دولت مطمئن باشد که حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی به نفع کشور است. در حال حاضر چندین نرخ برای ارز وجود دارد: نرخ در صفحات مجازی، نرخ رسمی، نرخ حواله رسمی، نرخ حواله غیررسمی، نرخ نیمایی، نرخ سنا و آقای رئیس‌جمهور لطفاً تیغ جراحی اقتصاد را به دست بگیرید و با تک‌نرخ کردن ارز این جراحی لازم‌الاجرا را شروع کنید.

غلبه حاشیه‌ها بر متن تجارت

عباس آرگون عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران



پس از تحویل کالا هم به سد ترخیص از گمرک بر می‌خوریم. از دیگر گرفتاری‌های واردکنندگان مسئله ممنوعیت واردات کالاهای مشخص به بهانه تولید نمونه مشابه داخلی است. حمایت از تولید داخلی مطلوب همه فعالان اقتصادی است اما تصمیم‌گیری‌های دولت در این باره مطابق با واقعیت نیست. گاه نمونه‌های داخل کمتر از یک‌سوم و یک‌چهارم از نیاز داخلی را تامین می‌کند و کسری بازار زمینه مشکلات بیشتر برای تولیدکنندگان پایین‌دستی را فراهم می‌کند. متأسفانه نگاه جامعی در بحث نیاز بازار، توان تولید و مدیریت واردات در بدنه دولت وجود ندارد و تصمیم‌گیری‌ها در خلاء و بدون مشورت با بخش خصوصی گرفته می‌شود. بحث‌های حاشیه‌ای انرژی بیشتری از فعال اقتصادی می‌گیرد تا متن تجارت. در این عرصه هر روز درگیر حاشیه‌ای هستیم چراکه تصمیم‌های مرتبط بدون مشورت با بازیگران اصلی تجارت در کشور گرفته و اجرا می‌شود.

مشکلات واردکنندگان در کشور کم از صادرکنندگان ندارد. در غیاب دلارهای نفتی، این انجام صادرات غیرنفتی است که ارز واردات را تامین می‌کند و تا زمانی که چالش‌های ارزی صادرات ادامه دارد، واردات هم دچار مشکل است. نکته دیگر، فرایند اداری و مقررات مربوط به واردات است که از مرحله ثبت سفارش تا تخصیص ارز و ترخیص کالا از گمرک را به هفت‌خوانی برای فعال اقتصادی تبدیل کرده است.

در مرحله تخصیص ارز، دریافت ارز دولتی یا ۴۲۰۰ تومانی، به یک نحو دشوار است و ارز نیمایی به نحو دیگر. ارز دریافتی برای واردات کالا به طور معمول ارزی غیر از یورو و دلار است و تبدیل آن به ارز مورد نظر واردکننده هزینه‌هایی دارد که پای فعال اقتصادی است. برای خرید کالا از طرف‌های خارجی در غیاب ال‌سی باید از حواله استفاده کنیم و این یعنی باید پیش از تحویل کالا پول را پرداخت، درحالی که از کیفیت کالا و شیوه تحویل آن هم اطمینان نداریم.



۱۰ نکته مؤثر در روانشناسی فروش

وقتی فروشی را انجام می‌دهید مانند این است که در یک چالش جدی برنده شده‌اید. هیچ حسی بهتر از این در فروش وجود ندارد. اما همه ما لحظه از دست دادن فرصت‌های خوب را هم تجربه کرده‌ایم. با این حال، اکثر فروشندگان در مورد دلیل اینکه چطور از یک فرصت استفاده کرده‌اند یا چرا آن را از دست داده‌اند، چیز زیادی نمی‌دانند. دلیل همه آنها به روانشناسی فروش برمی‌گردد. در اینجا به ۱۰ نکته مؤثر در مورد فروش محصول می‌پردازیم تا اعتماد شما را به معجزه روانشناسی فروش جلب کنیم.

۱- تصمیم‌گیری عاطفی

روانشناسی فروش یا psychology of sales می‌گوید: مردم بر اساس احساس، نیاز یا عواطفشان تصمیم می‌گیرند، نه با منطق. این یکی از رازهای ترغیب افراد به خرید است. باید از خودتان بپرسید: دکمه تحریک عاطفی مردم کجاست؟ ترغیب مشتری هم می‌تواند باعث ایجاد رضایت مشتری و هم ایجاد ارزش مالی و غیر مالی برای کسب‌وکار شما شود.

۲- توجیه منطقی

مردی عکس تبلیغاتی یک ماشین اسپورت را می‌بیند و فوراً عاشق آن می‌شود. با این حال، او نمی‌تواند خود را به خرید ماشین فقط بر اساس احساساتش مجاب کند، بنابراین در مورد جزئیات فنی، قدرت موتور، ایمنی، و تعمیر و نگهداری خودرو تحقیق می‌کند. او این ماشین را می‌خواهد چون باعث می‌شود

احساس خوبی داشته باشد، اما بر اساس روانشناسی فروش او سعی می‌کند با آوردن دلایل منطقی و توجیه تصمیم اول خود، یعنی خرید اتومبیل را از دید دیگران نیز منطقی جلوه دهد.

۳- معامله دوسویه

هر وقت که شما کاری برای کسی انجام می‌دهید، احتمال اینکه در عوض، کاری برایتان انجام دهد، بیشتر خواهد بود. در حال حاضر، طرفداران فروش درونگرا درک خوبی از این مفهوم دارند. بازاریابان درونگرا همیشه در تعاملات خود ارزشی را به مخاطب ارائه می‌کنند. (اگر مجموعه فعالیت‌های شما به شکلی باشد که نخستین بار مشتری احساس کند او به سراغ شما آمده و شما به سمت او نرفته‌اید، بازاریابی شما از جنس درونگرا یا جاذبه‌ای است) تیم‌ها با اطمینان از اینکه محتوای مفید و آموزنده به آنها در راستای اهدافشان کمک می‌کند، محتوا تولید می‌کنند. شما هم اگر با روش درونگرا کار می‌کنید و محتوای جدید را به صورت منظم ارسال می‌کنید، در مسیر یک معامله دوسویه هستید. به طور منظم مطالب را ارائه دهید و سعی کنید بهترین سازگاری را با نیازهای مشتریان خود داشته باشید.

۴- تعهد

در روانشناسی فروش، فروشندگان حرفه‌ای این مسئله را می‌دانند که برداشتن هر قدم به‌سوی فروش، یک پیروزی کوچک است. خرید مشتری از شما در قالب یک فرایند اتفاق می‌افتد. در واقع او مراحل زیادی را

طی می‌کند تا در نهایت خرید انجام شود. هرچه مشتری جلوتر می‌آید، مرحله به مرحله احتمال اینکه از شما خرید کند بیشتر می‌شود به اصطلاح تعهد او به خرید افزایش می‌یابد. برای اینکه در هر مرحله موفق باشید پیشنهادی جذاب به مشتری می‌دهید تا برایش تعهدی کوچک ایجاد کنید و از آنجایی که مشتری ذاتاً علاقه‌ای به بدهکار بودن و زیر دین شما رفتن ندارد با قبول آن به نوعی پیشنهاد شما را جبران می‌کند. مثلاً وقتی فروشنده یک قنادی مقداری شیرینی به مشتری تعارف می‌کند کمی تعهد خرید در او ایجاد شده و احتمال خرید را بالا می‌برد یا اگر فروشنده دوچرخه به شما اجازه سواری با دوچرخه‌ای که نظر شما را جلب کرده بدهد باز همین اتفاق می‌افتد.

۵- تمایل

همه ما می‌دانیم که در بعضی موارد نگاه شرکت‌ها به ارزش‌ها با نگاه مردم فرق می‌کند. ارزش‌ها در سطوح بالای شرکت‌ها تعیین می‌شوند و ممکن است تغییر کنند. با این حال، شرکت‌های مدرن ارزش‌های اصلی و مأموریت خود را روی هویت برند خود متمرکز می‌کنند. مصرف‌کنندگان جوان، به دنبال برندهایی هستند که کمک می‌کنند تا با مصرف آنها، ارزش‌های شخصی خود را پیدا کنند. اما چه رازی در این مسئله نهفته است؟ جواب این سؤال تمایل است. تمایل به معنای داشتن ارتباط یعنی خریداران به جای اینکه با محصولی که تنها یک سری ویژگی دارد و یک قیمت مشخص، با چیزی



ارتباط برقرار می کنند که به آنها هویت می دهد. چیزی را می خردند که فرصت تبدیل شدن به فردی که می خواهند بشوند را به آنها بدهد. شما می توانید این کار را در فضای بصری سایت خود نیز انجام دهید، مثلاً: اگر می خواهید شخصیت خاصی را در سایت تان نشان دهید در انتخاب نوع عکس ها و فعالیتی که انجام می دهد بسیار دقت کنید. سعی کنید ارزش هایی را مورد هدف قرار دهید که برای بازار هدف شما مهم اند.

۶- مسلط بودن

هرکسی روی چیزی تسلط دارد، اما داشتن تسلط در امور درست، بسیار مهم است. وقتی در مورد تسلط سخن به میان می آید، ممکن است به کسی مانند یک رهبر کسب و کار، استاد یا حتی شخصیت تلویزیونی فکر کنید. اما سؤال این است: آیا برند شما هم در موضوع خاصی اقتدار و تسلط دارد و شما چگونه این مسئله را بیان می کنید؟ برای مثال، کم کردن ریسک، یک عامل کلیدی در تاثیرگذاری بر تصمیم گیرنده خرید است. اگر شما مهارت های خود را در انجام کارها و ارائه محصول نشان دهید به این معنی است که می توانید ریسک مشتری را کاهش دهید. آن وقت کم کردن ریسک مشتری می تواند حوزه تسلط شما باشد.

۷- اثبات اجتماعی

وقتی می خواهید در مورد خاصی تصمیم بگیرید سراغ کسانی می روید که به نوعی تأیید دیگران را با خود دارند. ممکن است سراغ متخصصین نروید ولی به فردی که در میان اقوام مورد قبول است مراجعه کنید. این در واقع نوعی تسلط فرد بر اطرافیان است. به هنگام فروش می توانید به دنبال افرادی باشید که خریدارتان تحت تأثیر آنهاست و نظرشان در تصمیم خرید او اثرگذار است. شما این موضوع را در جمع افراد هم می بینید. مثلاً: وقتی تعداد زیادی از افراد یا گروه خاصی در فضای مجازی بر موضوعی تأکید می کنند مشتری نظر آنها را دلیلی بر اثبات درستی موضوع تصور می کند.

۸- کمیابی

کمیابی یکی از قویترین عناصر روانشناسی فروش است، به ویژه در مدل تجارت با مصرف کننده (BYC). همیشه مردم فکر می کنند چیزی که کمیاب تر است، ارزشمندتر است. اگر می خواهید برخی از کسب و کارهای حرفه ای که از این عنصر روانشناسی فروش استفاده می کنند را بشناسید، نگاهی به کارآفرینان کوچک آنلاین بیاندازید. آن ها تحت پوشش یک فروشگاه یک نفره با منابع محدود، دائماً عدد موجودی را نشان می دهند و این موضوع مثل اختطاری برای مشتری است که اگر زود اقدام نکنی

این عدد کمتر خواهد شد و محصول تمام می شود.

۹- یگانگی

باید تمام چیزهایی که به مشتری بالقوه ارائه می کنید با هم همخوانی داشته باشند. برای این کار می توان روی ارزش ها حساب کرد. ارزش ها به راحتی می توانند همه رفتارهای ما را در ارتباط با مشتری در یک راستا قرار دهند. وقتی افراد ارزش مشخصی دارند، بی اساس تصمیم گیری نمی کنند یا معیارهای تصمیم گیری خود را سریع تغییر نمی دهند. به خاطر همین است که امروزه موفق ترین شرکت ها، به دنبال افزایش قدرت ارزش های برند خود هستند. تصمیمات خریدی که با ارزش ها همخوانی دارند، مهم اند، چه بین نسل جدید که می خواهند محیط زیست را نجات دهند و چه مدیرانی که می خواهند شهروندان سازمانی خوبی باشند. شما می توانید یگانگی را با استفاده از شناخت شخصیت مشتریان فعلی و تعریف گروه های خاص و فروش یک جهان بینی به آنها پیاده کنید. می توانید از مشترکات مخاطبان برند خود پرسید: این که آرزوهای مشترک آن ها چیست؟ و یا از چه چیزی می ترسند؟ و ...

۱۰- پیروی از اکثریت

اکثر ما تقلیدکننده هستیم. برای پیدا کردن راهنما به دیگران نگاه می کنیم، مخصوصاً زمانی که در مورد چیزی مطمئن نیستیم. می خواهیم بدانیم دیگران در مورد آن چه فکری می کنند؟ دیگران چه احساسی دارند؟ دیگران چه کار می کنند؟ سپس، عمل می کنیم. به خاطر همین وقتی می خواهیم مشتری را به کاری ترغیب کنیم بهتر است نشان دهیم که قبلاً عده ای آن کار را انجام داده اند. شاید دیده باشید هنگام جمع آوری کمک های مردمی برای این که غابرن را تشویق به کمک کنند همان اول کار مقداری پول داخل صندوق شیشه ای می ریزند و به این ترتیب صندوق زودتر پر می شود.

در پایان

مواردی که گفته شد تعداد کمی از نکات روانشناسی فروش هستند. با دانستن آنها به راحتی می توانید ارتباط موفق با مشتریان خود داشته باشید و فروش های موفق را تجربه کنید. ناگفته نماند، از آنجایی که موارد گفته شده به نوعی با خواسته های درونی مشتری مطابقت دارد رعایت آنها حس خوبی را در مشتری ایجاد می کند و به هیچ وجه سوءاستفاده از دانش روانشناسی نیست.

منبع:

<https://www.rahsoo.com/10-tips-in-psychology-of-sales>



وقتی کسب و کار فقط معطوف به دارایی مادی نیست چه اموری در کسب و کار از پول مهم تر هستند؟



نیروی کار حرفه‌ای می‌کنند. شاید در ابتدا عجیب به نظر برسد، اما داشتن علاقه به حوزه تخصصی فعالیت مهم‌ترین سرمایه کسب و کارها محسوب می‌شود. بسیاری از کارآفرینان در عمل مشغول به فعالیت در حوزه‌های بی ارتباط با سلیقه‌شان هستند. دلیل ادامه حضور در یک چنین وضعیتی نیز اغلب ترس از تغییر حوزه تخصصی پس از گذشت چند سال عنوان می‌شود. اگر شما در حوزه مورد علاقه‌تان مشغول به فعالیت هستید، یکی از افراد موفق در دنیای کسب و کار محسوب می‌شوید. این امر در مورد نیروی کار در دسترس شرکت‌ها نیز صحت دارد. بسیاری از کارمندان علاقه زیادی به حوزه فعالیت‌شان ندارند. دلایل مورد بحث در مورد کارآفرینان در اینجا نیز مانع اصلی

مثابه آخرین مرحله از یک فرآیند منسجم تلقی نمایید. بسیاری از برندها در فرآیند توسعه کسب و کار فقط به دنبال کسب سود بیشتر هستند و تصور مدیران آنها این است که اگر یک کسب و کار به فکر الزامات توسعه برند و کسب سود بیشتر نباشد، در نهایت فقط با شکست مواجه خواهد شد. در ادامه به برخی از مهم‌ترین دارایی‌های برندها، به جز پول‌های موجود در حساب‌های بانکی، اشاره خواهیم کرد.

۱. علاقه به کار

فعالیت در دنیای کسب و کار اغلب با سرمایه‌گذاری هنگفت بر روی ارائه خدمات مناسب با سلیقه مشتریان صورت می‌گیرد. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به همکاری با

وقتی صحبت از مدیریت و راه‌اندازی کسب و کار می‌شود، توجه اغلب مردم به میزان پول و دارایی برندها جلب می‌شود. بر این اساس مهم‌ترین داشته یک برند براساس موجودی حساب مالی‌اش ارزیابی می‌شود. شاید در نگاه نخست این شیوه ارزیابی وضعیت برندها منطقی به نظر برسد، اما امروزه در دنیای کسب و کار امور بسیار مهم‌تری از صرف دارایی مادی وجود دارد.

امروزه اغلب برندها در تلاش برای معرفی محصولات تازه و کاربردی به بازارهای مختلف دنیا هستند. نکته مهم در این میان عدم وابستگی موفقیت برندها به فروش هرچه بیشتر است. اگر شما در تلاش برای موفقیت در بازار کسب و کار هستید، باید کسب درآمد را به

پیش روی تغییر حوزه تخصصی از سوی کارمندان می‌شود.

۲. کارمندان مناسب

موفقیت کسب‌وکارها بدون در اختیار داشتن کارمندان مناسب امکان‌پذیر نیست. موفقیت برندها تا حدودی بستگی به توانایی ایده‌پردازی مدیران دارد. با این حال اگر شرکت موردنظر از نیروی کار حرفه‌ای و توانمند برخوردار نباشد، توانایی اجرای ایده‌ها را نخواهد داشت. درست به همین خطر اغلب ایده‌های مناسب در ابتدا در مرحله اجرا با بازخورد بسیار ضعیفی روبه‌رو می‌شوند. هرچه مهارت و توانایی تیم کارمندان یک شرکت بیشتر باشد، شانس آن کسب‌وکار برای پیاده سازی درست ایده‌هایش بیشتر خواهد بود.

بسیاری از کارشناس دنیای کسب‌وکار نسبت به بررسی ویژگی‌های کارمندان خوب اقدام کرده‌اند. ما در اینجا برخی از معیارهای مهم برای تعیین کارمندان مناسب را مدنظر داریم. به معیارهای ذیل در رابطه با وضعیت کارمندان توجه نمایید:

- نگاه مثبت به کارهای پیش رو و مسئولیت‌شان
- انعطاف‌پذیری برای پذیرش شرایط تازه و غیرمنتظره
- تمایل برای پذیرش مسئولیت‌های بیشتر و ارتقای سازمانی
- همکاری و حمایت از همکاران
- توانایی مدیریت زمان به صورت کاربردی

بدون تردید توانایی کارمندان در حوزه‌های مختلف تاثیر مستقیم بر روی وضعیت

شرکت دارد. این نکته در تمام کسب‌وکارها، بدون توجه به وسعت فعالیت‌شان، مهم است بنابراین اگر مجموعه کارمندان فعال و تاثیرگذاری دارید، یکی از برندهای خوش شانس و به احتمال زیاد موفق در بازار کسب‌وکار هستید.

۳. مشتریان وفادار

تعامل با مشتریان در بازارهای کسب‌وکار به هیچ وجه کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان را ندارند. مشاهده شمار بالایی از شرکت‌های ورشکسته در طول سال‌های متمادی نشانه خوبی از سختی‌های تعامل با مشتریان است. برندهای بزرگ به خوبی توانایی جلب نظر مشتریان را دارند. این امر به دلیل مهارت و تجربه بالای آنها در بازار کسب‌وکار است. اگر کسب‌وکار شما دارای مشتریان وفادار و علاقه‌مند به برندتان است، گام بلندی برای موفقیت طولانی‌مدت برداشته‌اید.

بسیاری از برندها در آرزوی مشتریان وفادار هستند. این امر مزیت‌های قابل‌ملاحظه‌ای مانند تضمین مقدار مشخصی از فروش در طول سال به همراه دارد. بسیاری از برندها در طول دوره‌های بحران مالی بر روی وفاداری مشتریان‌شان تکیه دارند. اگر شما دامنه مناسبی از مشتریان وفادار داشته باشید، در چنین زمان‌هایی امکان تکیه بر آنها وجود خواهد داشت. شما در غیر این صورت باید مشکلات مالی‌تان را با دشواری بسیار زیادی حل و فصل نمایید.

۴. شبکه ارتباطات برند

ارتباطات میان برند با مشتریان و دیگر

برندها اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه همکاری میان شرکت‌ها برای کسب سود بیشتر در بازارهای مختلف امری رایج محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توانایی برندها برای حفظ ارتباطات‌شان در طول دوران فعالیت است. بسیاری از برندها در همان ماه‌های نخست بخش قابل‌توجهی از ارتباطات‌شان را خراب می‌کنند. این امر به دلیل عدم آشنایی با بازار کسب‌وکار روی می‌دهد. اگر شما همچنان پس از گذشت سال‌های متمادی دارای ارتباط مناسبی با دیگر شرکت‌ها هستید، یکی از برندهای موفق در عرصه کسب‌وکارتان محسوب می‌شوید. مدیریت ارتباطات برند هرگز کار ساده‌ای نیست بنابراین شما باید نسبت به موفقیت‌تان در این حوزه احساس افتخار نمایید.

۵. زمان

زمان یکی از مهم‌ترین عوامل در حوزه کسب‌وکار است. کارآفرینان دارای توانایی مدیریت زمان به صورت کاربردی همیشه جلوتر از رقبایشان هستند. دلیل این امر توانایی برندهایی با مدیریت زمان بهتر برای فعالیت باکیفیت‌تر است. امروزه بسیاری از شرکت‌ها مشکلات اساسی در زمینه مدیریت زمان دارند. مواجهه با محدودیت زمان همیشه یکی از آزاردهنده‌ترین چالش‌ها در زمینه مدیریت کسب‌وکار محسوب می‌شود. اگر یک برند توانایی مدیریت زمان به صورت کاربردی را داشته باشد، به طور میانگین نیمی از رقبایش را پشت سر خواهد گذاشت.

منبع: noobpreneur و فرصت امروز



GLOBAL EXPORTS OF CARPETS AND FLOOR COVERINGS DECLINES

The trade of carpets and other floor coverings has been declining over the years. The global export of carpets and other floor coverings was \$18,077.10 million in 2017, which declined 7.93 per cent to \$16,643.01 million in 2019, according to data from TexPro. Total exports diminished 11.39 per cent in 2019 compared to the previous year.

Further, the trade is expected to drop to \$14,702.34 million in 2022 with a rate of 11.66 per cent from 2019, according to Fibre2Fashion's market analysis tool TexPro.

The global import value of carpets and other floor coverings was \$12,488.47 million in 2017, which decreased 7.70 per cent to \$11,526.24 million in 2019. Total imports diminished 14.27 per cent in 2019 over the previous year and is expected to decrease to \$10,220.09 million in 2022 with a rate of 11.33 per cent from 2019.

China (\$4,747.86 million), Turkey (\$2,553.26 million), India (\$1,714.23 million), Belgium (\$1,610.94 million)

and Netherlands (\$1,204.65 million) were the key exporters of carpets and other floor coverings across the globe in 2019, together comprising 71.09 per cent of total export. These were followed by the US (\$909.48 million), Germany (\$601.27 million) and the UK (\$352.12 million).

From 2016 to 2019, the most notable rate of growth in terms of export value, amongst the main exporting countries, was attained by Turkey (34.10 per cent) and the Netherlands (13.42 per cent).

The US (\$1,487.55 million), Germany (\$1,192.25 million), UK (\$1,142.80 million) and Canada (\$744.81 million) were the key importers of carpets and other floor coverings across the globe in 2019, together comprising 39.63 per cent of total import. These were followed by Japan (\$612.20 million), France (\$514.17 million) and Netherlands (\$387.59 million).

From 2016 to 2019, the most notable rate of growth in terms of export value, amongst the main importing countries, was attained by Canada (0.45 per cent).

TURKEY'S TEXTILE EXPORTS RECOVER IN JUNE 2020

Turkey's leading e-magazine textilegence.com states, though the country's textile and raw materials exports were hugely impacted by the COVID-19 pandemic in the first half of 2020, they soon managed to enter a rapid recovery process. Turkey's textile exports during January-June '20, declined 17.4 per cent to \$4.1 billion compared to the same period previous year. However, in June, the country's textile exports increased by 19.8 per cent to \$766 million compared to the previous year. Its overall exports in the first half of the year

increased by 15.8 per cent to \$13.5 billion.

Turkey's quantity-based textile exports during the January-June period decreased by 14.3 per cent to 999,000 ton. However, exports in June increased by 16.3 per cent. The country exported the highest amount of textile and raw materials to 28 EU countries during the month. However, its exports to the EU fell 18.5 per cent to \$2 billion. Exports to other European countries increased by 114.9 per cent to reach \$11 million in June.



HOME TEXTILES INDUSTRY EXPRESS CONFIDENCE IN HEIMTEXTIL

Representatives from home textiles industry view upcoming Heimtextil (January 12-15, 2021) as a decisive way to boost their business activities after restart. They have also expressed their confidence in Messe Frankfurt's comprehensive protection and hygiene concept. Both trade and industry thus consider the prerequisites for a safe Heimtextil to be met.

"Heimtextil 2021 will be different – more concentrated and focused on actual business. And the necessary hygiene precautions will also of course change the look of our trade fair," said Olaf Schmidt, vice president textiles & textile technologies at Messe Frankfurt. "We consider ourselves all the more lucky that numerous exhibitors and visitors, both national and international, are placing their trust in us by announcing their participation and are counting on Heimtextil to be the first industry highlight after the restart".

In Germany, bdia (Association of German Interior Architects), the BTE (Association of German Textile and Bedding Retailers),

the DecoTeam, Heimtex (Association of the Home Textiles Industry), the MZE (the furniture association for leading, medium-sized specialist stores), the VDB (Association of Bed Dealers) and World-Architects have all stated how incredibly important Heimtextil is. On the international side, the following major industry players have shared their thoughts about Heimtextil: CIE (Consejo Intertextil Español), El Corte Inglés, Home Textiles from Spain, IGI (The Global Wallcoverings Association), Taiwan Textile Federation, Tetsiad (Turkish Home Textile Industrialists' and Businessmen's Association) and UKFT (UK Fashion and Textile Association) – see below for detailed statements by the industry representatives.

Hall occupancy by exhibitors is now taking concrete shape: by mid-July, 947 exhibitors from 49 countries had made a firm booking for a stand at Heimtextil. They therefore currently occupy a surface area of nine football fields. More stand bookings will follow over the next few weeks and months. Heimtextil has now published an overview

of all participating companies on its website:

Heimtextil is also receiving positive signals from the world of politics, which give rise to hopes for a relaxation and speedy return to successful trade fair operations: at trade fairs, it is now important to ensure that the minimum social distance of 1.5 metres is observed. As a guideline, three square metres of space should be available for each person. This will ensure that Heimtextil can permit all visitors entry to the halls at all times. Since the start of July, travel to the EU from selected third countries has been possible again.

"This is an important signal for international exhibitors and trade visitors who come to Germany for our trade fairs and another important building block in the successful restart of the trade fair," said Jörn Holtmeier, CEO of AUMA (Association of the German Trade Fair Industry). The German government has so far permitted unrestricted travel to Germany for visitors from eleven countries, in addition to the 26 EU member states.



PAKISTAN TO ESTABLISH MARKETS ALONG IRAN BORDER

Pakistan Prime Minister's Advisor for Textile, Industry & Production Abdul Razak Dawood announced that his country is to establish markets at its common border with Iran.

As the Pakistan media reported, the official added, "The development of similar markets on the border with Iran is also on the agenda of the Islamabad government."

His remarks were made on the verge of the ninth round of Iran-Pakistan joint trade committee meeting, which is to be held in the near future, reported Mehr News Agency.

Lamenting about the US sanctions imposed on Iran, Dawood said that the sanctions have

slowed free trade between the two sides.

"Sanctions on Iran are an obstacle to the promotion of trade relations," he said, adding that no headway is being made on the independent trade agreement with Iran due to sanctions.

In a bid to strengthen bilateral relations and expand cooperation in the fields of trade and commerce, Iran and Pakistan have recently decided to hold a new round of meetings of the Joint Trade Committee and the Joint Economic Commission.

On July 6, 2019, heading a high-ranking delegation, the former Iranian minister of industry, mines, and trade Reza

Rahmani paid a visit to Pakistan to attend the eighth Iran-Pakistan Joint Trade Committee meeting and to explore avenues of economic cooperation with Pakistani officials.

At the time, the two sides signed a memorandum of understanding for strengthening bilateral trade and economic ties and vowed to remove potential barriers in the way of mutual trade.

In November 2019, Observer of Pakistan's Balochistan Province Reza Baloch said that the government of Pakistan decided to launch four border marketplaces on the border shared with Iran for trade and business as well as to improve the livelihood of frontiersmen.

FIRST INTERTEXTILE FAIR OF 2020 TAKES PLACE IN SHENZHEN

From July 15-17, Messe Frankfurt hosted its first trade fair since February and first Intertextile Apparel show of the year: Intertextile Shenzhen Apparel Fabrics. The fair was newly rebranded to align with the two well-established Intertextile Apparel shows in Shanghai and was well-received despite the current industry challenges and travel

restrictions.

Held at the larger, brand-new Shenzhen World Exhibition & Convention Center, the 2020 edition of Intertextile Shenzhen Apparel Fabrics welcomed a total of 886 exhibitors covering 50,000 sqm. Together with the concurrently held Yarn Expo Shenzhen, CHIC and PH Value, the four fairs attracted over 42,000 visits.



IRAN'S INDUSTRIAL PMI DROPS FOR SECOND CONSECUTIVE MONTH

The announcement was made by the Statistics and Economic Analysis Center of Iran Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agriculture. The center is measuring PMI, known by its Farsi acronym Shamekh, in Iran since past 22 months.

PMI is an indicator of economic health for manufacturing and services sectors. It provides information about current business conditions to companies' decision-makers, analysts and purchasing managers. The headline PMI is a number from 0 to 100. A PMI above 50 represents an expansion compared with the previous month. A PMI reading under 50 represents a contraction, and a reading at 50 indicates no change. The further away from 50, the greater the level of change.

PMI is based on a monthly survey sent to senior executives of more than 400 companies. It is based on five major survey areas: new orders (30%), raw material inventory (10%), production (25%), supplier deliveries (15%) and employment (20%).

The survey poses 12 questions about business conditions and any changes, whether it is improving, no changes or deteriorating.

"Wood, paper and furniture industries" posted the highest PMI with a reading of 61.9 during the month under review while "clothing and leather" registered the lowest PMI reading with 46.5.

Five Main Sub-Indices

The "production" sub-index for Iran's industrial sector decreased from 71.92 in the second month of the current year (April 20-May 20) to 58.69 in the third month of the year (May 21-June 20) to 56.47 in the

fourth month of the current year (June 21-July 21).

Industries classified as "others" recorded the highest PMI of the "production" sub-index (78.6) while "clothing and leather" registered the lowest PMI with a reading of 45.8.

The "new orders" sub-index fell from 65.85 in the month ending May 20 to 59.62 in the month ending June 20 to 58.85 in the month ending July 21, with the top performing industries being "wood, paper and furniture" (72.5) and the worst being "clothing and leather" (33.3).

The "supplier deliveries" sub-index, which measures how fast deliveries are made, decreased from 65.82 in the month ending May 20 to 58.53 in the month ending June 20 to 54.85 in the month ending July 21. The highest PMI in the category was posted by "clothing and leather industries" with a reading of 66.7 and the lowest was recorded for "rubber and plastic" with a reading of 42.3.

The "raw material inventory" sub-index dropped from 43.52 in the month ending May 20 to 42.96 in the month ending June 20 to 39.53 in the month ending July 21.

"Wood, paper and furniture" posted the highest PMI (55) while "textile industries" registered the lowest PMI reading of 10.7 among all groups.

The PMI reading of "employment" sub-index was above the threshold last month. It fell from 56.24 in the month ending May 20 to 55.81 in the month ending June 20, but rebounded to 56.49 in the month ending July 21.

Industries classified as "others" posted the highest PMI reading (71.4) whereas petroleum and gas product industries posted the lowest PMI (46.2).



IRAN CAN EXPORT \$150 MILLION GARMENTS TO IRAQ: TPO

Farzad Piltan, Director-General,, Iran's Trade Promotion Organization (TPO)'s Office of Arabian and African Countries said that Iran has the potential for exporting \$150 million of garments to Iraq per year.

The official made the remarks on the sidelines of the third meeting of TPO's Commodity-Country Desk on trade with Iraq, which was mainly focused on investigating the ways for increasing garments export to the Arab country.

Iraq imports \$700 million of garments per year,

while the share of Iran's garment exports to its neighbor is just \$35 million, which can be increased at least to \$150 million, Piltan noted.

Despite the re-imposition of U.S. sanctions against the Islamic Republic, Iraq has been getting closer to Iran both politically and economically.

There is also the same approach adopted by Iran, as many Iranian companies are now eager to conduct trade with Iraq, especially with the Kurdistan region where there is a great demand for Iranian products.

IRAN EXPORTS TO TURKEY DECLINE BY 90%



Head of Iran and Turkey Joint Chamber of Commerce Mehrdad Saadat says the outbreak of Coronavirus has affected Iran's trade with Turkey as Iran's exports have declined by 90 percent.

Speaking with ILNA on the latest development on Iran-Turkey trade, Saadat said that the virus pandemic was the main reason for decline in Iran's exports to Turkey and there was no other reason for it.

He added that fortunately after reopening of borders, the trade between both countries is growing and traders are to compensate the four-month decrease in trade volume and today one can see long lines of trucks in the border with Turkey for taking their cargos into Turkey.

Saadat said that talks with Turkey are underway to ask them to increase working hours of their border checkpoints in order to accelerate the arrival of trucks into Turkey.

He reiterated that the main task of the chamber is to attract investment in Iran, adding that housing sector in Turkey in the past 15 years has been an alluring market which has had 35 percent profit and comparing to Iran it has no economic justification, noting that he does not recommend Iranians for investments in housing sector in Turkey because their profits in investment in housing sector in Iran will be two or more times more than in Turkey.



* IRAN CAN EXPORT \$150 MILLION GARMENTS TO IRAQ: TPO

- Farzad Piltan, Director-General,, Iran's Trade Promotion Organization (TPO)'s Office of Arabian and African Countries said that Iran has the potential for exporting \$150 million of garments to Iraq per year...*page63*

* IRAN EXPORTS TO TURKEY DECLINE BY 90%

- Head of Iran and Turkey Joint Chamber of Commerce Mehrdad Saadat says the outbreak of Coronavirus has affected Iran's trade with Turkey as Iran's exports have declined by 90 percent. Saadat said that the virus pandemic was the main reason for decline in Iran's exports to Turkey and there was no other reason for it...*page63*

* IRAN'S INDUSTRIAL PMI DROPS FOR SECOND CONSECUTIVE MONTH

- PMI is an indicator of economic health for manufacturing and services sectors. It provides information about current business conditions to companies' decision-makers, analysts and purchasing managers. The headline PMI is a number from 0 to 100. A PMI above 50 represents an expansion compared with the previous month. A PMI reading under 50 represents a contraction, and a reading at 50 indicates no change...*page62*

* PAKISTAN TO ESTABLISH MARKETS ALONG IRAN BORDER

- Pakistan Prime Minister's Advisor for Textile, Industry & Production Abdul Razak Dawood announced that his country is to establish markets at its common border with Iran...*Page 61*

* FIRST INTERTEXTILE FAIR OF 2020 TAKES PLACE IN SHENZHEN

- From July 15-17, Messe Frankfurt hosted its first trade fair since February and first Intertextile Apparel show of the year: Intertextile Shenzhen Apparel Fabrics. The fair was newly rebranded to align with the two well-established Intertextile Apparel shows in Shanghai...*Page 61*

* HOME TEXTILES INDUSTRY EXPRESS CONFIDENCE IN HEIMTEXTIL

- Representatives from home textiles industry view upcoming Heimtextil (January 12-15, 2021) as a decisive way to boost their business activities after restart. They have also expressed their confidence in Messe Frankfurt's comprehensive protection and hygiene concept. Both trade and industry thus consider the prerequisites for a safe Heimtextil to be met...*page60*

* GLOBAL EXPORTS OF CARPETS AND FLOOR COVERINGS DECLINES

- The trade of carpets and other floor coverings has been declining over the years. The global export of carpets and other floor coverings was \$18,077.10 million in 2017, which declined 7.93 per cent to \$16,643.01 million in 2019, according to data from TexPro. Total exports diminished 11.39 per cent in 2019 compared to the previous year...*page59*

* TURKEY'S TEXTILE EXPORTS RECOVER IN JUNE 2020

- Turkey's textile exports during January-June '20, declined 17.4 per cent to \$4.1 billion. However, in June, the country's textile exports increased by 19.8 per cent to \$766 million compared to the previous year...*Page 59*

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, Engineer Hamid Aghabeygh, Ali Ghanbari Shirsava, Mohammad Khademi, Khosro Sadeghi, Neda Gangi

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

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

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



Sponsored By:

