



- * پوشاک**
- ۴۹ - برندهای برتر مد و پوشاک سال ۲۰۱۶
 - ۵۲ - قاچاق پوشاک ۵۰ برابر واردات رسمی
 - ۵۴ - برند Gap ۷۵ فروشگاه خود را تعطیل می کند
 - ۵۵ - خردهفروشی آمریکایی به دنبال بازارهای عربی منطقه
 - ۵۶ - کوچ پوشاک قاچاق از مغازه‌ها به سایت‌های اینترنتی
 - ۵۸ - چگونگی الهام گیری از محیط اطراف برای طراحی لباس
 - ۶۰ - از صفر تا زارا

- * تولید و تجارت پنبه**
- ۶۳ - گزارش ماهانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (اول ژوئن ۲۰۱۶)
 - ۶۵ - پرداخت یارانه هدفمند به پنبه کاران از سوی آمریکا
 - ۶۶ - پنبه وارداتی رشته‌ای که سر دراز دارد
 - ۶۸ - نزول کاشت پنبه در هند به کمترین سطح ۷ سال گذشته

- * نانو در نساجی**
- ۶۹ - کاربرد فناوری نانو در منسوجات خانگی

- * تحلیل اقتصادی**
- ۷۷ - مرگ مغزی اقتصاد ایران
 - ۸۲ - هزینه‌های توسعه در ایران به صورت بحرانی افزایش یافته
 - ۸۴ - چرا اقتصاد ایران بهره‌ور نیست؟
 - ۸۶ - رویه‌های زهردار در اقتصاد ایران
 - ۸۸ - دولت رکود را دریابد
 - ۸۹ - ۲۰۱۷، پایان ترس بانک‌های خارجی

- * مدیریت، بازاریابی**
- ۹۰ - برند مشترک مصداقی از مشارکت استراتژیک شرکت‌ها
 - ۹۲ - اصل انسانی که مدیران باید بدانند
 - ۹۴ - ۲۲ قانون تغییرناپذیر بازاریابی
 - ۹۵ - مدیران بزرگ چگونه با دیگران ارتباط برقرار می کنند؟

- * سرمقاله**
- ۲ - چرا نشان‌های تجاری ایرانی ماندگار نیستند؟

- * خبرنامه**
- ۴

- * نمایشگاه ITM 2016**
- ۱۰ - گزارشی از برگزاری نمایشگاه ITM 2016 در استانبول

- * دیدگاه**
- ۱۶ - نظام مهندسی نساجی، یک نیاز یا ... / مهندس بهرام حریری

- * گزارش ویژه**
- ۱۹ - عملکرد اقتصادی دولت یازدهم در سه سال اول: احسان سلطانی

- * گزارش**
- ۲۷ - اقتصاد ایران در آستانه رفتن دوباره به کما
 - ۲۹ - مطالبات ده‌گانه بخش خصوصی از دولت
 - ۳۲ - ۵ چالش تجارت با ایران
 - ۳۳ - داستان تکراری چادرمشکی
 - ۳۵ - سه ماموریت برای رونق بنگاه‌های صنعتی

- * دنیای نساجی**
- ۳۷ - برنامه پنجساله صنعت بافندگی چین
 - ۴۰ - سهم ۱۵ درصدی منسوجات از کل صادرات هند
 - ۴۲ - آمریکا مشتری اصلی پوشاک کامبوج
 - ۴۳ - صنعت نساجی ترکمنستان به دنبال سرمایه‌گذاری خارجی
 - ۴۴ - ساخت شهرک نساجی در مصر توسط چین
 - ۴۵ - زخم‌پوش نانوالیاف جایگزین نخ‌های بخیه

- * گزارش آگهی**
- ۴۶ - اصول اندازه‌گیری رنگ (کالرچیپینگ) در نساجی (بخش اول)



مسئول اجرا: مهندس علیرضا هاشمی

محرران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، مهندس علی روشنی، عماد عزتی، سهیلا روزبان، آزاده یکتایی

محرران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، مهندس علی روشنی، عماد عزتی، سهیلا روزبان، آزاده یکتایی

محرران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، مهندس علی روشنی، عماد عزتی، سهیلا روزبان، آزاده یکتایی

محرران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، مهندس علی روشنی، عماد عزتی، سهیلا روزبان، آزاده یکتایی

محرران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، مهندس علی روشنی، عماد عزتی، سهیلا روزبان، آزاده یکتایی

محرران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، مهندس علی روشنی، عماد عزتی، سهیلا روزبان، آزاده یکتایی

محرران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، مهندس علی روشنی، عماد عزتی، سهیلا روزبان، آزاده یکتایی

محرران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، مهندس علی روشنی، عماد عزتی، سهیلا روزبان، آزاده یکتایی

محرران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، مهندس علی روشنی، عماد عزتی، سهیلا روزبان، آزاده یکتایی

محرران این شماره: مهندس نیما بصیری، مهندس احسان سلطانی، مهندس علی روشنی، عماد عزتی، سهیلا روزبان، آزاده یکتایی



چرا نشان‌های تجاری ایرانی ماندگار نیستند؟

بحث پیرامون موضوع ماندگاری برندهای ایرانی یا اعتماد و عدم اعتماد طولانی مدت به کالاهای ساخت داخل را باید فراتر از ساختار خطی و تقلیل‌گرایانه اقتصادی تفسیر کرد؛ به این معنی که بهتر است چنین موضوعی را در قالب نوع و چگونگی نظام الگوهای رفتاری، فرهنگی و جامعه‌شناختی ارزیابی کرد، تا چالش‌ها و ریشه‌های چنین مسأله اجتماعی بیش از گذشته آشکار و براساس آن راهکارهایی ارائه شود. انواع گوناگون نظام‌های فرهنگی تحت شرایط معینی شکل می‌گیرند و در ساختمان ذهنی گروه‌های اجتماعی انباشته می‌شوند تا ملکه ذهن آنها شوند. نظام و ساختمان و ساختار فرهنگی جامعه ایرانی تحت شرایط خاص خود یعنی در ارتباط با دیگر ساختارها از جمله ساختارهای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی سامان می‌گیرد و الگوهای رفتاری و مناسبات اجتماعی خاصی را در افراد نهادینه می‌سازد. افراد یا عوامل انسانی در حوزه عمومی یا جامعه با یکدیگر طبق همان الگوهای رفتاری و مناسباتی که در چارچوب جامعه شکل گرفته و برای همگان قابل شناسایی است به ارتباط متقابل با یکدیگر می‌پردازند.

جامعه در هر نوع زیست‌جغرافیایی که باشد به وسیله میراث فرهنگی و مناسبات اجتماعی که برآمده از آن است، به ارگانیک‌های انسانی نظام می‌بخشد و افراد را هم‌رنگ خود در می‌آورد و به رفتارهای معینی مطابق با ساختارهای موجود ناگزیر می‌کند. (آرین پور) بی‌اعتمادی گسترده یکی از الگوهای رفتاری و از انباشته‌های ذهنی جامعه

ایرانی است که عاملیت‌های انسانی در چارچوب آن و با توجه به این مولفه کنش و واکنش اجتماعی خود را رقم می‌زند و الگوهای رفتاری و سپس الگوهای مصرفی خود را در تعامل با آن شکل می‌بخشد. نظام فرهنگی و الگوهایی که اعضای یک جامعه با آن به روابط متقابل خود جامعه عمل می‌پوشانند، هر دو توسط یکدیگر به گونه‌ای متقابل بازتولید شده یا تحول پیدا می‌کنند.

مردم در جامعه الگوها را از کودکی تا بزرگسالی می‌آموزند. خلق و خواها را یاد می‌گیرند، سپس اجرا می‌کنند و با اجرا کردن نقش خود در قالب همان الگوهایی که آموخته‌اند به نظام فرهنگی موجود رای اعتماد داده و آن را بازتولید می‌کنند. بی‌اعتمادی یکی از ویژگی‌های خلق و خوی ایرانی است. نوع زیست‌تاریخی، شکل‌گیری نهادها و ساختارها و در نهایت فرهنگی که از این فرآیند شکل می‌گیرد به اعضای جامعه می‌آموزد که برای امن و راحت و دور از تنش زندگی کردن بهتر است میل به بی‌اعتمادی را در خود برای کنش در جامعه نهادینه کنند. بی‌ثباتی و بی‌نظمی دائمی و نهادینه شده در حجمی وسیع، از ساختارها گرفته تا در لایه‌های اجتماعی جامعه بین افراد، الگوهایی را در ما ایجاد کرده که از دردسر گریزان شویم. در رفتارهای خود حداکثر وسواس را به خرج می‌دهیم تا در برخورد با دیگران یا در انتخاب و تصمیم‌گیری برای خرید کالا دچار دردسر نشویم. از انکار به ایمان می‌رسیم. از بی‌اعتمادی محض رو به اعتماد حرکت می‌کنیم. دائم می‌شنویم و به ما توصیه می‌کنند «تو این

دوره و زمنه به کسی اعتماد نکن.» همین عناصر دخیل در الگوهای رفتاری ما، الگوهای مصرف را نیز شکل داده زیرا الگوهای مصرفی ما جدا از الگوهای فرهنگی نیست و در خلا ایجاد نمی‌شوند و مانند الگوهای رفتاری بازتاب شرایط زیست اجتماعی ما خواهد بود. منطق محیط اقتضا می‌کند که به راحتی به اطرافیانمان اعتماد نکنیم، به‌ویژه جایی که پای پول و آبرو در میان باشد.

وقتی جماعت ایرانی به هم‌نوع خود اعتماد ندارد یا در برخورد با وی از در بی‌اعتمادی وارد می‌شود، چگونه می‌شود حاصل دسترنج و کاروتولیدی که از فکر و نقشه و سرمایه و منافع همان افراد به دست آمده اعتماد کند؟ برند او یک برند داخلی است. او در قبال هر آنچه رنگ داخلی داشته باشد از پیش موضع مشخصی دارد. یادمان داده‌اند برند ایرانی، جنس و کالای ایرانی، شخصیت و منش ایرانی، خودروی ایرانی، رمان و داستان‌نویس و هنرمند ایرانی، فوتبال ایرانی، مدرک علمی و دانشگاهی ایرانی و هزاران مقوله دیگر، نه تنها چیزی در چنته ندارند؛ بلکه بوی دردسر هم می‌دهند. انسان را اگر موجودی اجتماعی تعریف کنیم، به‌زعم مقصود فراستخواه شخصیت او نیز اجتماعی و به‌شدت تحت‌تاثیر محیط نهادی قرار دارد. ما وقتی به دنیا می‌آییم با خود خلق و خوی ذاتی به همراه نداریم. چیزی از پیش تعیین شده به‌عنوان شخصیت و ذات ایرانی وجود ندارد؛ بلکه خلق و خوی هر یک از ما پاسخ به محیط نهادی و موقعیتی است که در آن قرار می‌گیریم. محیط و موقعیت یا جزئی‌تر بگوییم، اصول نظام بازار و

فرهنگ عرضه و تقاضا و مصرف کالا به ما تا حد زیادی ثابت کرده است جنس ایرانی خوب نیست، کالای ایرانی تجلی همان اعتقادی است که می‌گوید آموخته را آزمون خطاست. این را موقعیتی به ما آموخته است که دائم در طول تاریخ دچار تنش و کشاکش بوده است. ما در چنین میدانی پرورش می‌یابیم و جامعه‌پذیر می‌شویم. الگوهای رفتاری را برای خود درونی می‌سازیم. برای ارتباط‌های متقابل و نقش‌پذیری و انتخاب‌های روزانه آماده می‌شویم و به‌طور دائمی با افراد کنش و واکنش داریم. خلق و خویهای لازم در این تکاپوهای اجتماعی در خلاء شکل نمی‌گیرد؛ بلکه در همین میدان و محیطی یاد می‌گیریم که بهتر است به کسی یا به چیزی که دست پرورده داخل است توجه نکنیم زیرا در غیراین صورت به دردسر خواهیم افتاد. این منطق بازی محیط است. منطق ایفای نقش در محیط و جامعه ایرانی اینگونه اقتضا می‌کند که برای حفظ آرامش و دوری از هزینه‌های گزاف، «ایرانی‌اش را نخیریم. خارجی‌اش بهتر است.»

بی‌اعتمادی نیز از همان دست عناصر فرهنگی است که به‌طور قوام یافته‌ای در خلق و خوی ما جای گرفته و باعث شده است با نوعی ذهنیت انباشته از بدبینی و شک و تردید که برآمده از همان بی‌اعتمادی ریشه دار ایرانی است، در جامعه گام برداشته و با دیگران به روابط متقابل بپردازیم.

شما وقتی دچار یک قضاوت زود هنگام نسبت به کسی در ذهن می‌شوید یا یک پیش‌زمینه منفی نسبت به یک محیط اجتماعی یا قومیت خاصی دارید، پس از روبه‌رو شدن با وی دو حالت رخ می‌دهد؛ یا متوجه می‌شوید وی آنطور که شما فکر می‌کرده‌اید نبوده و اینگونه ذهنیت خود را تعدیل می‌کنید یا ذهنیت منفی شما نسبت به آن فرد یا در قبال فلان محیط تشدید می‌شود و کنش خود را براساس همان بدبینی تکرار می‌کنید تا تبدیل به یک فرهنگ می‌شود. همین قالب تحلیلی را وقتی درباره موضوع بی‌اعتمادی به نشان تجاری ایرانی به‌کار می‌بریم مساله تا حدودی روشن می‌شود. به هر حال در زمان کنونی ذهنیت ما نسبت به نشان تجاری و کالای ایرانی منفی است یا اگر هم

جزیی از خریدارانش باشیم در ادامه کم پیش می‌آید این روند را ادامه دهیم. در هر صورت یک‌بار آن را امتحان می‌کنیم یا از دیگری که امتحانش کرده می‌پرسیم. نه به‌طور صددرصد، اما در بیشتر مواقع پیش‌بینی‌تان درست از آب در می‌آید. انباشته‌های ذهنی‌تان بر اثر این امتحان بیشتر به خود می‌قبولاند که جنس و نشان تجاری ایرانی یعنی دردسر؛ یا اگر هم خوب باشد مورد تایید واقع نمی‌شود. در هر حال ما مردمان ظاهر دوستی هستیم! زیرا امتحانش کردیم. موقعیت میدان و محیط باعث شده است که در ابتدا فرهنگ بی‌اعتمادی به‌طور خاص بر سر کالای ایرانی به‌وجود آید سپس الگوهای رفتاری‌اش در ما نهادینه می‌شود و در نهایت این الگوهای رفتاری بر همه کنش‌های ما حتی مصرف کالا اثرگذار باشد. انسان با آموخته‌هایش پیش می‌رود، انتخاب می‌کند و زندگی می‌کند.

محیط و میدان اگرچه فرهنگ و شخصیت ما را رقم می‌زند، اما ما هم منفعل و پذیرنده تمام عیار و بی‌اختیار نیستیم. رفتارها و خلق و خویهای ما و انباشته‌های ذهنی هر یک از ما تغییر خواهد کرد اگر «فلک را سقف بشکافیم و طرحی نو در اندازیم.» اعتماد کردن خوب است. همگان هوادار جنس ایرانی خواهند بود و بر سرش پایدار خواهند ماند، اما این شرط دارد؛ به ایرانی، سیاست او، اقتصادش، نماینده مجلسش، رییس و مدیرانش، کالاهایی که تولید می‌کنند و به‌طور خاص نشان‌های تجاری ایرانی که تبلیغ می‌کنند می‌شود اعتماد کرد؛ اما نه با توصیه و موعظه کردن و شعار دادن. باید ثابت کرد چند مرده حلاجیم.

پایداری اعتماد به نشان‌های تجاری ایرانی

گفتیم که ساختارهای بیرونی ما را تربیت کرده و با توجه به تجاری که از محیط کسب می‌کنیم خلق و خوی ما و زاویه دید ما به جهان را شکل می‌دهد. حال چگونه می‌شود این افکار قالبی بدبینانه را تغییر داد؟ یک فرآیند بده‌بستان تحول‌گرای باید در محیط و میدان تولید و مصرف، شعارها، حرف‌ها، برنامه‌ها و کالاها رخ دهد. ساختارها (نظام سیاسی و

اقتصادی و فرهنگی) سعی می‌کنند الگوهای رفتاری ما را تغییر دهند تا الگوهای مصرف ما نیز در کنار خلق و خویهایی که تحول پذیرند، تغییر شکل دهد. ما برای خرید (یعنی کنش کردن) به کالا و محیط تولیدی سالم (ساختار سالم اقتصادی) نیازمندیم. بالاخره جنس یا نشان تجاری ایرانی در یک فعل و انفعال یا در اثر تبلیغ گسترده یا سفارش دوستان خریده و آزمایشش می‌کنیم و می‌بینیم انتظارمان برآورده شد و به محیط نهادی اقتصادی (ساختار تولیدی) پاسخ مثبت می‌دهیم. الگوی بی‌اعتماد بودنمان به سمت و سوی اعتماد پذیری حرکت می‌کند و یاد می‌گیریم اعتماد کنیم. یادگیری به قول مقصود فراستخواه «تغییر نسبتا پایدار در رفتار است». حال اگر آنچه انتظار داشتیم اتفاق نیفتد، در نتیجه بی‌اعتمادی‌مان دو چندان می‌شود. اما اگر پاداش گیریم و دوباره پاداش گیریم اعتمادمان به یک الگوی رفتاری تبدیل می‌شود. طرحی نو که در انداختیم متوجه شدیم که حال اعتماد مردم به نشان تجاری ایرانی پایدار است. ساختارها که تغییر کردند، رفتار ما نیز تغییر کرد و ما با رفتارمان به‌عنوان عوامل انسانی با تجربه‌ای که کسب کردیم و به امکانات تازه فلان ساختار تولیدی ارج نهادیم و آن کالا را خریدیم، در پی تغییر ساختارها بر خواهیم آمد و آن را غیرمستقیم توسعه خواهیم داد. پس از دید علم جامعه‌شناسی می‌توان این‌گونه گفت که هم ساختارها در تغییر الگوهای رفتاری افراد حائز اهمیت هستند هم عاملیت‌های انسانی در تغییر ساختارهای جامعه. ساختار امکاناتی را برای کنش در اختیار ما می‌گذارد و این اتفاق زمینه‌ای می‌شود برای کنش‌های بعدی و بعدی. وقتی این روند ادامه یافت (نشان تجاری ایرانی طبق شعارش در تبلیغات انتظارم را برآورده کرد) به یک اصلاح نهادی و الگوهای رفتاری و مصرفی پایدار منجر خواهد شد. ساختار هم مرا تغییر می‌دهد و هم از طریق کنش‌های من تغییر می‌کند. به عبارتی تولیدکننده‌های علم، کالا، سیاست و فرهنگ باید بدانند از همان دست که دهند با همان دست پس خواهند گرفت.

برگرفته از یادداشتی به قلم محمد زارعی کارشناس جامعه‌شناسی



رسیدن به ظرفیت ۹۹ درصدی تولید با نوسازی واحدهای نساجی

است اما نوسازی دستگاه‌ها و افزایش کیفیت محصولات می‌تواند ضمن افزایش رقابت موجب حل مشکلات تولید شود.

در ادامه این جلسه مدیرکل صنعت، معدن و تجارت استان یزد درباره دستاوردهای کارگروه رفع موانع و تسهیل تولید استان گفت: تاکنون ۱۹ نشست اصلی حاصل ۳۶۳ جلسه کارشناسی برگزار کرده‌ایم. محمدرضا علمدار افزود: در این نشست‌ها ۳۱۸ مصوبه برای رفع مشکلات ۲۰۱ واحد صنعتی تصویب شد که ۱۷۲ مورد آن یعنی ۵۴ درصد مصوبه‌ها مربوط به موانع بانکی بوده است و بقیه مربوط به مسائل مالیاتی، گاز، تامین اجتماعی و برق و سایر موارد بوده است. در این نشست پیشنهادهایی مانند بررسی تقاضای واحدهای تولیدی، جدی گرفتن اجرای مصوبات کارگروه‌ها، ضرورت ارتقای ظرفیت استفاده از فناوری‌های روز دنیا در واحدهای کوچک و متوسط و توجه ویژه به استان یزد از سوی وزارت صنعت مطرح شد. گفتنی است سه هزار و ۵۰۰ واحد صنعتی و تولیدی در استان یزد فعال است.

مدیرکل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: واحدهای صنعت نساجی که به موقع تجهیزات و دستگاه‌ها را بازسازی و نوسازی کرده‌اند ضمن خروج از رکود به ظرفیت ۹۹ درصدی تولید رسیده‌اند. به گزارش ایرنا، گلنار نصرالهی در کارگروه تسهیل رفع موانع تولید استان یزد افزود: واحدهای تولیدی نساجی با نوسازی دستگاه‌ها و افزایش تولیدات، مواد تولیدی خود را تا دو و حتی سه ماه زودتر پیش‌فروش کرده‌اند. وی خاطر نشان کرد: با وجودی که واردات بی‌رویه برخی صنایع را با مشکل مواجه کرده، اما با فعالیتهای خوبی که با همکاری بخش خصوصی انجام گرفته، از مشکلات این بخش کاسته شده به گونه‌ای که تولیدات آن نیز افزایش یافته است.

مدیرکل صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت بررسی مشکلات هر رشته صنعتی را به صورت جداگانه در کارگروه‌های استانی خواستار شد و اظهار کرد: مشکلات هر رشته صنعتی با دیگری متفاوت

گره صنعت نساجی با صادرات باز می‌شود

قدرت رقابت این صنعت در بازارهای جهانی را زیر سوال برده است. رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در خصوص ارائه تسهیلات به صنعتگران، گفت: یک صنعتگر واقعی چشم به دریافت کمک از دولت و یا بانک ندارد؛ اگر رکود برطرف شود تامین سرمایه خودبه‌خود صورت می‌گیرد. وی اذعان داشت: در حال حاضر صنعت نساجی با ۳۵ تا ۴۰ درصد ظرفیت کار می‌کند و در صورت بازگشت رونق به بازار، قابلیت رسیدن به ظرفیت ۱۰۰ درصد وجود دارد. مروج حسینی تاکید کرد: مشکل اقتصادی کشور با وفاق ملی حل می‌شود و تحقق این امر مستلزم هم‌نظر شدن همه دست‌اندرکاران اداره‌کننده کشور است.

حسین گروسی نماینده مجلس شورای اسلامی نیز در گفتگو با باشگاه خبرنگاران جوان، در خصوص وضعیت صنعت نساجی کشور اظهار داشت: این صنعت از وضعیت مناسبی برخوردار نیست و نیازمند برنامه‌ریزی و تحولی عمیق است. وی در خصوص راهکارهای توسعه صنعت نساجی یادآور شد: توسعه این صنعت با صادرات گره خورده است چرا که این امر علاوه بر افزایش توان تولید داخل چرخ اقتصادی صنعت نساجی را نیز به حرکت در می‌آورد.

کارشناسان معتقدند توسعه صنعت نساجی با صادرات گره خورده است چرا که این امر علاوه بر افزایش توان تولید داخل، چرخ اقتصادی این بخش را نیز به حرکت در می‌آورد. محمد مروج حسینی رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در گفتگو با باشگاه خبرنگاران جوان گفت: رکود یکی از مشکلات اساسی صنایع کشور است و در کنار آن عدم ارائه تسهیلات و امکانات از سوی بانک‌ها به صنایع، وخامت اوضاع را تشدید کرده است. وی ادامه داد: برطرف نشدن مشکلات بانکی جهت نقل و انتقالات بین‌المللی، ضعف در صادرات محصولات صنعتی را رقم زده است.

مروج حسینی اذعان داشت: محصولات نساجی کشور در مقایسه با کشورهای مهم تولیدکننده، مرغوبیت چندانی ندارد و علت این امر از بی‌توجهی‌ها به این صنعت نشئت می‌گیرد که نارضایتی فعالان این حوزه را نیز به دنبال داشته است. وی با اشاره به اینکه صنعت نساجی کشور از نبود تجهیزات و تکنولوژی روزآمد رنج می‌برد، افزود: ماشین‌آلات قدیمی در این صنعت میزان مصرف انرژی و هزینه تمام‌شده کالا را بالا برده و میزان بهره‌وری را کاهش داده و مجموعه این عوامل



رفع نواقص مالیات ارزش افزوده در لایحه جدید

ظرفیت در انتهای سال راهاندازی شود. نعمت زاده با بیان این که در دنیای امروز، همراه شدن و تاثیر گرفتن از فناوری‌های جدید اطلاعاتی اجتناب‌ناپذیر است، اظهار داشت: در سیستم مالیاتی نیز ضمن بهره‌گیری از فناوری‌های جدید همچون طرح جامع مالیاتی می‌توانیم به سمت نوآوری و بهره‌وری بیشتر حرکت کنیم؛ همانطور که در طرح کارت هوشمند سوخت نیز همین تجربه را داشتیم و اقتصاد کشور از یک نوآوری جدید و مزایای متعدد آن بهره‌مند شد. وی در خاتمه، با تاکید بر تعامل و همراهی هرچه بیشتر نظام مالیاتی با مودیان و فعالان اقتصادی و افزایش اعتماد میان دستگاه مالیاتی و مردم، خواستار رفع مشکلات و موانع صنعتگران و تولیدکنندگان کشور به ویژه در ارتباط با صادرات و استرداد مالیات بر ارزش افزوده به این بخش شد.

از صنعت را در اختیار دارد، گفت: با رشد و رونق بخش صنعت، در نهایت نظام مالیاتی نیز همچون یک بنگاه سهامی، از آورده خود منتفع خواهد شد. نعمت زاده، در مورد لایحه مالیات بر ارزش افزوده نیز گفت: در این لایحه که هم‌اکنون مراحل نهایی خود را طی می‌کند، کاستی‌ها و نقایص قبلی رفع شده و امیدواریم با اجرای این لایحه به شکلی هدفمند و اثربخش از حوزه صنعت حمایت شود. وزیر صنعت، معدن و تجارت با ابراز خوشحالی از اینکه طرح جامع مالیاتی به عنوان طرح با اهمیت و ملی که به شفافیت اقتصادی کشور کمک شایانی می‌کند، امسال عملیاتی خواهد شد، گفت: همه باید همت کنیم تا این طرح را به سرانجام برسانیم و حتی بنده معتقدم اگر با ۸۰ درصد ظرفیت هم‌اکنون این طرح اجرا شود، بهتر از این است که با ۱۰۰ درصد

وزیر صنعت معدن و تجارت از رفع نواقص مالیات بر ارزش افزوده در لایحه جدید مالیات بر ارزش افزوده خبر داد. محمدرضا نعمت زاده در اجلاس سراسری مدیران مالیاتی کشور با اشاره به اینکه مالیات نه تنها مهم‌ترین منبع درآمدی دولت، بلکه ابزار مهمی برای تحرک اقتصادی در کشور است، گفت: به اعتقاد من همه باید توجه خود را معطوف به رونق اقتصادی کنیم. نظام مالیاتی از جمله بخش‌هایی است که می‌تواند در این رابطه کمک‌های شایان توجهی به رشد و رونق اقتصادی بکند؛ همان طوری که هم‌اکنون در چارچوب قانون مالیات‌های مستقیم با مشوق‌ها و معافیت‌های قانونی از تولید، صادرات، گردشگری، اشتغال، مناطق محروم و کمتر توسعه‌یافته و همچنین مناطق ویژه اقتصادی، حمایت می‌شوند. وی با بیان اینکه سازمان امور مالیاتی ابزار و ظرفیت‌های لازم برای حمایت

نساجی خراسان رضوی درگیر رکود

کالا، باعث تعطیلی واحدهای تولید پوشاک شده و بیکاری جوانان را به دنبال داشته است. وی در ادامه افزود: با سرکشی از واحدهای فروش پوشاک در می‌یابیم که بیش از ۶۰ درصد پوشاک موجود در بازار قاچاق است و از آن ۴۰ درصد باقی‌مانده نیز سهم پوشاک تولید داخل تنها ۱۰ درصد است. رییس اتحادیه تولیدکنندگان پوشاک مشهد با اشاره به مشکلات اقتصادی واحدهای تولیدی عنوان کرد: دولت از واحدهای تولید پوشاک ما هیچ حمایت و پشتیبانی در هیچ زمینه‌ای انجام نداده است و حتی بانک‌ها نیز وام‌هایی که به تولیدکنندگان ما می‌دهند با سود ۲۷ درصد است. مرادی در پایان گفت: اگر مسئولان می‌خواهند جلوی ورشکستگی و بیکاری تولیدکنندگان را بگیرند باید به داد دل تولیدکنندگان برسند؛ و با اهدای تسهیلات بانکی با سود کم و ایجاد معافیت‌های مالی برای آنها، از قاچاق کالا و از واردات بی‌رویه پوشاک جلوگیری کنند.

اینکه صنعت نساجی اشتغال بسیار زیادتری نسبت به سایر بخش‌ها ایجاد می‌کند، اظهار داشت: به این معنی که اگر یک کارخانه نساجی تعطیل شود تعداد بسیار بیشتری کارگر شغل خود را از دست می‌دهند. در همین حال، رییس اتحادیه تولیدکنندگان پوشاک مشهد نیز گفت: سیاست‌های اشتباه مالی و تجاری دولت باعث ورشکستگی اکثر کارگاه‌ها و کارخانه‌های تولید پوشاک شده است. محسن مرادی در گفتگو با «مشهد پیام» با اشاره به کاهش ۷۰ الی ۸۰ درصدی ظرفیت تولید پوشاک مشهد بیان کرد: در مشهد بالغ بر ۳ هزار و ۷۰۰ نفر در قالب ۸۰۰ کارگاه و کارخانه در حال فعالیت هستند اما به دلیل مشکلات اقتصادی و ضعیف بودن بازار مجبور به کاهش ظرفیت ۸۰ درصدی تولید خود شده‌اند. مرادی در خصوص علل تعطیلی و کاهش ظرفیت تولید واحدهای تولیدی گفت: رکود حاکم بر بازار، واردات بی‌رویه پوشاک خارجی و قاچاق فزاینده این

رییس انجمن صنایع نساجی خراسان رضوی گفت: کمک حدود ۸۰۰ میلیارد تومانی که قرار است دولت به عنوان تسهیلات در اختیار صنعتگران قرار دهد زیر سوال بوده و اطمینانی به انجام آن نیست. ابراهیم دهقان در گفتگو با تسنیم اظهار داشت: اگر دولت قصد داشته باشد که این میزان تسهیلات را به واحدهای تولیدی اعطا کند، کمک بزرگی است اما نمی‌توان گفت که این مبلغ ۱۰۰ درصد پرداخت می‌شود. وی با بیان اینکه مشکلات اقتصادی بسیار زیادی هم‌اکنون دامن صنعت نساجی در خراسان رضوی را گرفته است، خاطر نشان کرد: در واقع این صنعت از سایر صنایع جدا نبوده و با مشکلات تمام آنها روبه‌رو است.

رییس انجمن صنایع نساجی خراسان رضوی افزود: مشکلات بیکاری و تعدیل نیرو در بسیاری از واحدهای صنایع نساجی به چشم خورده و عواقب آن جامعه را درگیر کرده است. دهقان با تاکید بر

۱,۵ میلیارد ریال پوشاک قاچاق در اصفهان



مدیرکل گمرک استان اصفهان گفت: پرونده‌های پوشاک ارجاع‌شده توسط نیروی انتظامی به گمرک اصفهان طی دوماهه ابتدایی سال ۹۵ حدود ۱۲ هزار ثوب به ارزش یک میلیارد و ۵۶۶ میلیون ریال بوده است. اسداله احمدی ونهری در گفتگو با ایسنا، پیرامون تاثیر افزایش تعرفه واردات بر حمایت از تولید داخل و افزایش قاچاق در بخش پوشاک اظهار کرد: اولین کارخانه‌های نساجی کشور در اصفهان راه‌اندازی شد و استان اصفهان در گذشته قطب تولید نساجی کشور بوده است، اما مشکلات به وجود آمده در صنعت نساجی و پوشاک و عدم به‌روزرسانی تجهیزات و خطوط تولید موجب تضعیف این صنعت شد و حتی بسیاری از کارخانه بزرگ نساجی رو به تعطیلی رفتند. وی افزود: اما با توجه به نیاز جامعه به نساجی و پوشاک، کشورهای دیگر به خصوص چین و ترکیه در این صنعت سرمایه‌گذاری بسیار زیادی کردند و توانستند محصولاتی با قیمت و کیفیت مناسب تولید و روانه کشورهای مختلف کنند.

مدیرکل گمرک استان اصفهان اضافه کرد: تضعیف واحدهای تولید داخل و تولید محصولات نساجی و پوشاک با قیمت و کیفیت مناسب در کشورهای دیگر و نیاز بازار داخلی ایران، عرصه را برای ورود پوشاک و پارچه به کشور با حاشیه سود بالا فراهم کرد. احمدی ونهری ادامه داد: دولت به منظور حمایت صنایع داخلی، تصمیم به افزایش تعرفه پوشاک گرفته است، به طوری که در سال گذشته پوشاک در گروه ۱۰ کالای با تعرفه ۷۵ درصدی قرار گرفت، یعنی واردات رسمی پوشاک مشمول ۱۴۶ درصد حقوق ورودی به اضافه ۹ درصد ارزش افزوده می‌شد و همین امر موجب رو آوردن به قاچاق شد، زیرا هزینه قاچاق کالا و ورود پوشاک از مبادی غیررسمی بسیار کمتر از ورود کالا به صورت رسمی و قانونی بوده

است. وی خاطرنشان کرد: سال گذشته ۲۵۵ هزار و ۶۷۰ ثوب پوشاک به ارزش حدود ۲۲ میلیارد ریال توسط نیروی انتظامی استان اصفهان کالای مظنون به قاچاق کشف شده است.

مدیرکل گمرک استان اصفهان تاکید کرد: کمیسیون ماده یک مقررات صادرات و واردات، در سال ۹۵ تصمیم به کاهش تعرفه پوشاک به میزان ۵۵ درصد و قرار گرفتن آن در گروه ۹ کالایی گرفت و با توجه به اینکه گمرک مجری قوانین ابلاغی است در سال جاری پوشاک ورودی به گمرک مشمول ۵۵ درصد به اضافه ۹ درصد ارزش افزوده خواهد بود و پیش بینی می‌شود با اجرای این تصمیم قاچاق پوشاک کاهش و مقدار بیشتری پوشاک از طریق مبادی رسمی وارد کشور شود. به گفته احمدی ونهری، در سال جاری با تصویب هیئت دولت تعرفه تخفیفی جهت واردات پوشاک از کشور ترکیه به میزان ۴۰ درصد در نظر گرفته شده است. وی تاکید کرد: با توجه به استقرار نیروی انتظامی در تمامی مبادی ورودی استان و نظارت و بازرسی دقیق همکاران نیروی انتظامی کالاهای مظنون به قاچاق کشف،

مطابق قانون جدید مبارزه با قاچاق کالا و ارز، کالاهای مشکوفه تحویل سازمان جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی استان اصفهان می‌شود. مدیرکل گمرک استان اصفهان گفت: پرونده‌های مظنون به قاچاق کشف‌شده جهت تعیین ارزش و رسیدگی به اسناد مثبت گمرکی به گمرک اصفهان ارجاع می‌شود. در خصوص پوشاک و پرونده‌های ارجاع‌شده توسط نیروی انتظامی به گمرک اصفهان طی دوماهه ابتدایی سال ۹۵ تعداد حدود ۱۲ هزار ثوب به ارزش یک میلیارد و ۵۶۶ میلیون ریال بوده است. احمدی ونهری به مبادی ورودی و خروجی برای واردات و صادرات کالا اشاره و خاطرنشان کرد: علاوه بر گمرک اصفهان (اداره کل)، کارکنان گمرک در کاشان، فرودگاه اصفهان، مجتمع فولاد مبارکه، ذوب آهن و امانات پستی حضور دارند و نسبت به انجام تشریفات امور گمرکی اقدام می‌کنند. وی اظهار کرد: پیشنهاد می‌شود که کالاهای مشکوفه که محکوم به قاچاق کالا می‌شوند، به خصوص پوشاک در اختیار سازمان‌هایی نظیر بهزیستی، کمیته امداد امام خمینی (ره)، خیریه‌ها و اداره کل زندان‌ها جهت مصرف نهایی قرار گیرند.

تملک ۱۵۰۰ واحد صنعتی توسط بانک‌ها/ تسهیلات جدید برای بنگاه‌ها

طرح‌های اقتصاد مقاومتی وقفه‌ای ایجاد نشود ضمن اینکه در بسته‌های حمایتی، هم یارانه‌ها و هم حمایت‌هایی مد نظر قرار داده شده است. مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی گفت: اگر واحدهایی ۱۸ ماه قبل دچار بحران شده باشند اما لیست بیمه را هم رد کرده باشند می‌توانند از بخشودگی جرایم تأمین اجتماعی استفاده کنند.

یزدانی افزود: از ۸۷ هزار واحد صنعتی کشور بیش از ۸۰ هزار واحد، کوچک و متوسط هستند و زیر ۵۰ نفر اشتغال دارند که باید از آنها حمایت شود. وی گفت: در دو سال اخیر واحدهای صنعتی زیادی به چرخه تولید برگشته‌اند اما تعدادی هم تعطیل شدند. یزدانی با بیان اینکه تدابیری در جهت شفاف‌سازی آمارها و پرداخت یارانه‌ها و حمایت از واحدهای کوچک و متوسط اندیشیده شده است، افزود: در سال ۹۴ بیش از ۸۵۰ واحد تعطیل را به چرخه تولید برگرداندیم که برای ۱۶ هزار نفر اشتغال ایجاد کرده است.

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی با تأکید بر اینکه دولت و وزارت صنعت و معدن و تجارت به امور واحدهای تولیدی بی‌توجه نیستند، گفت: امسال امیدواریم با بازگشت واحدهای متوقف اقتصادی بیش از ۱۸۵ هزار اشتغال جدید ایجاد شود. یزدانی گفت: در کل کشور بیش از ۱۵۰۰ واحد صنعتی توسط بانک‌ها تملک شده است که ۱۱۰۰ واحد در داخل شهرک‌های و نواحی صنعتی هستند. وی افزود: بیشتر واحدهایی که تملک شده‌اند تعطیل هستند و نیمه‌کاره رها شدند. وی ادامه داد: در بخشنامه ستاد اقتصاد مقاومتی کشور تأکید شده است که بانک‌ها مکلفند این طرح‌ها را با منابع خود به بهره‌برداری برسانند.

واحدهایی که توسط کارگروه‌های استانی تسهیل و رفع موانع تولید معرفی می‌شوند، این تسهیلات را در وجه آنها پرداخت کنند. وی ادامه داد: بیش از ۶۰ درصد مشکلات واحدها، نقدینگی و سرمایه در گردش است بنابراین بازگشت این تسهیلات عموماً یکساله است. مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی گفت: در مجموع ۱۰ هزار بنگاه و ۲ هزار طرح صنعتی را هدفگیری کردیم که امیدواریم تا پایان امسال همه آنها به چرخه تولید برگردند.

یزدانی گفت: رییس سازمان مالیاتی بخشنامه‌ای را به همه استان‌ها صادر کرد که همه ادارات امور کل مالیاتی استان‌ها موظفند ظرف یک هفته گواهی موضوع تبصره ماده ۱۸۶ را صادر کنند. وی افزود: اختیارات کامل به آنان داده شده است که در اجرای

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی گفت: در کل کشور بیش از ۱۵۰۰ واحد صنعتی توسط بانک‌ها تملک شده‌اند که بیشتر این واحدها تعطیل هستند. علی یزدانی در برنامه گفتگوی ویژه خبری شبکه دو سیما در پاسخ به این پرسش که منبع ۱۶ هزار میلیارد تومانی که قرار است به ۷۵۰۰ بنگاه تعطیل تخصیص داده شود از کجاست؟ گفت: امسال تلاش گسترده‌ای در جهت خروج بنگاه‌های متوقف انجام شده است و بر اساس بخشنامه‌ای که بانک مرکزی صادر کرده این منابع از منابع داخلی بانک‌ها و با سود مصوب شورای پول و اعتبار تأمین می‌شود.

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی افزود: بر اساس این بخشنامه بانک‌ها موظفند بدون توجه به چک‌های برگشتی و بدهی‌های غیرجاری



مشکلات نساجی مازندران ناشی از سومدیریت‌های گذشته است

عضو کمیسیون صنعت و معدن مجلس شورای اسلامی، مشکلات کارخانه‌های نساجی مازندران را ناشی از سومدیریت‌های قبلی دانست و گفت که برنامه‌ریزی برای حرکت شتابنده و ارتقای ظرفیت‌های موجود این کارخانه‌ها پیگیری می‌شود. عبدالله رضیان در جمع نمازگزاران شهرستان قائمشهر افزود: قائمشهر به خاطر فعالیت سه کارخانه نساجی از جمله شهرهای صنعتی و مطرح کشور بود، ولی اکنون کارخانه‌ها در وضعیت نامناسبی قرار دارند. وی گفت: مدیران کنونی شهرستان و استان میراث‌دار سوء مدیریتی هستند که در سال‌های گذشته بر کارخانه‌های نساجی مازندران اعمال شد.

نماینده مردم قائمشهر در مجلس دهم توضیح داد: کارخانه نساجی شماره ۲ مازندران تقریباً از بین رفته است و دو کارخانه شماره ۱ و ۳ نیز مشکلات زیادی دارند. رضیان یکی از نمونه‌های سوء مدیریت در گذشته را واگذاری کارخانه نساجی شماره ۳ به صورت نادرست و خارج از چارچوب‌های قانونی دانست و افزود: اگر مدیریت درستی اعمال می‌شد، واگذاری به بخش خصوصی باید مشکلات کارخانه را حل می‌کرد نه این که بر مشکلاتش اضافه کند.

عضو کمیسیون صنایع مجلس گفت: در شرایط کنونی آنچه که مهم است حل مشکلات کارخانه نساجی شماره ۳ با برنامه‌ریزی و تعامل و کمک همه دست‌اندرکاران اعم از کارگران، مدیران، مسئولان شهری و استانی است. وی افزود: اکنون برنامه‌های مدیریت این کارخانه رو به جلو تدوین شده و در حال اجراست. رضیان حفظ ظرفیت فعلی تولید و بهره‌گیری از ظرفیت‌های خالی کارخانه نساجی شماره ۳ را از دستاوردهای برنامه مدیریتی کنونی برشمرد. این نماینده مجلس در عین حال از نادیده

گرفته شدن مشکلات کارخانه نساجی شماره ۲ انتقاد کرد و گفت: از انتقال این کارخانه به بخش خصوصی جلوگیری می‌کنیم.

بر اساس این گزارش، نخستین کارخانه نساجی مازندران در سال ۱۳۰۹ به عنوان یکی از صنایع بزرگ ایران فعالیت خود را در قائمشهر آغاز کرد و در گذشته نه چندان دور در قالب سه کارخانه بزرگ نساجی شماره ۱، ۲ و ۳ از صفر تا صد تولید پارچه شامل ریسندگی (تولید نخ از پنبه)، بافندگی، رنگ‌رزی و عرضه آن به بازار را انجام می‌داد و در سراسر کشور شعبه‌های فروش پارچه داشت. این کارخانه‌ها که دارای حدود یکصد سال قدمت هستند در اوایل دهه ۷۰ به بانک ملی واگذار شدند و کارخانه شماره ۳ هم در اواخر سال ۸۸ در قالب قانون خصوصی‌سازی به بخش خصوصی واگذار شد.

طولانی شدن مشکلات مالی این کارخانه‌ها از جمله نساجی شماره ۳ به مدت بیش از

یک دهه سبب شد تا میزان مطالبه حقوقی، بیمه‌ای و بازنشستگی یک‌هزار و ۵۰۰ تن از کارگران و بازنشستگان آن تا پیش از روی کار آمدن دولت یازدهم از مرز ۱۵۰ میلیارد تومان فراتر برود. شهریورماه سال ۹۲ همزمان با آغاز فعالیت دولت یازدهم این کارخانه به سرمایه‌گذار ایرانی واگذار و از وی تعهد گرفته شد تا مطالبات معوقه چندین ساله کارگران و بازنشستگان را پرداخت کند.

مالک جدید کارخانه پرداخت معوقات کارگران و بازنشستگان را با کمک دولت از دی‌ماه سال ۹۳ آغاز کرد و به بحران بیش از یک دهه‌ای کارگری در این کارخانه پایان داد. با این وصف رکود اقتصادی از یک سو و کمبود نقدینگی به همراه دیگر مشکلات از سوی دیگر، سبب شد تا ریشه مشکلات در این کارخانه خشکانده نشود و هر از چند گاهی در قالب به تعویق افتادن پرداخت حقوق، خودنمایی کند.



نرخ بیکاری به ۱۱٫۸ درصد رسید

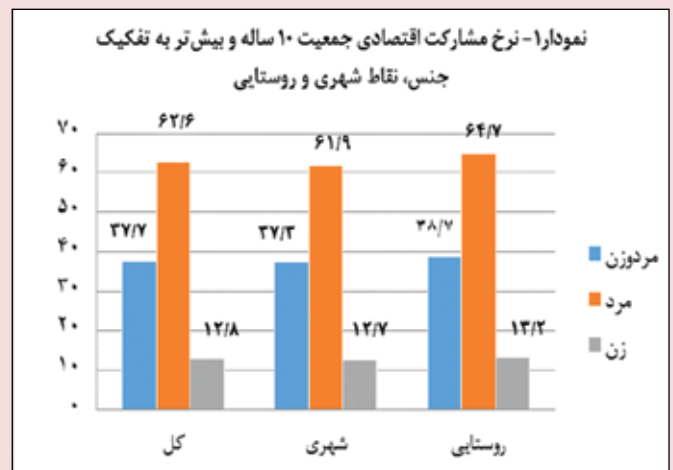
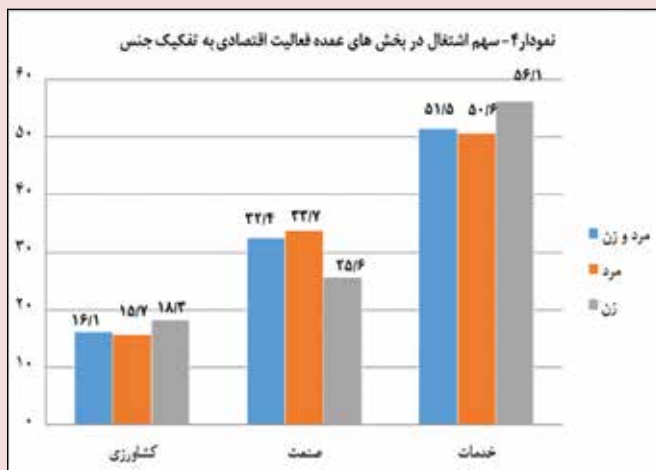
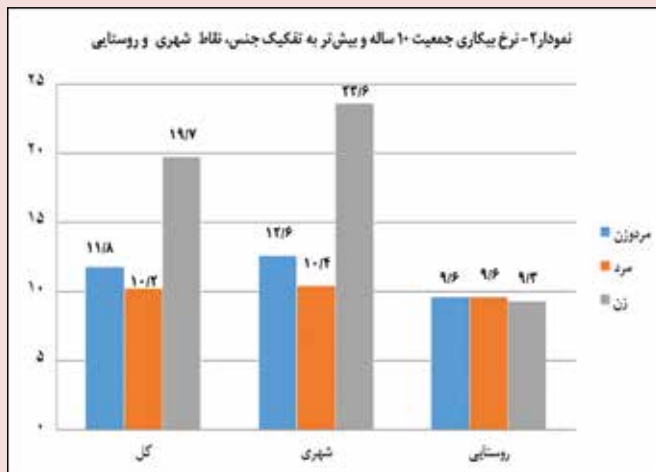
داشته و در نقاط روستایی ۰٫۱ درصد کاهش داشته است. همچنین در جمعیت مردان ۰٫۶ درصد افزایش و در بین زنان ۱٫۳ درصد کاهش داشته است.

نرخ بیکاری جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر در زمستان سال ۱۳۹۴ نسبت به فصل قبل (پاییز ۱۳۹۴) ۱٫۱ درصد افزایش داشته است. این شاخص در نقاط شهری ۰٫۹ درصد و در نقاط روستایی ۱٫۵ درصد افزایش یافته که تغییرات این نرخ در بین مردان ۱٫۲ درصد و در بین زنان ۰٫۸ درصد افزایش یافته است. نسبت اشتغال جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر در فصل زمستان سال ۱۳۹۴، ۳۳٫۲ درصد بوده این نسبت برای مردان به مراتب بیشتر زنان بوده است، به طوری که نسبت مذکور در بین مردان ۵۶٫۳ و در بین زنان ۱۰٫۳ درصد بوده است. نسبت اشتغال جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر در نقاط روستایی بیشتر از نقاط شهری بوده است به نحوی که این نسبت در نقاط روستایی ۳۵ درصد و در نقاط شهری ۳۲٫۶ درصد بوده است.

بر اساس اطلاعات منتشر شده از سوی مرکز آمار ایران درباره وضعیت نیروی کار در زمستان سال ۱۳۹۴ نرخ مشارکت اقتصادی در جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر در کل کشور ۳۷٫۷ درصد بوده است. این شاخص در بین مردان ۶۲٫۶ درصد و در بین زنان ۱۲٫۸ درصد محاسبه شده است. همچنین نتایج نشان می‌دهد درصد جمعیت فعال ۱۰ ساله و بیشتر در نقاط روستایی بیشتر از نقاط شهری است به طوری که نرخ مشارکت اقتصادی در نقاط روستایی ۳۸٫۷ درصد و در نقاط شهری ۳۷٫۳ درصد بوده است. نرخ مشارکت اقتصادی برای جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر در کل کشور ۴۱٫۲ درصد به دست آمده است. این میزان در بین مردان ۶۸٫۸ درصد و در بین زنان ۱۴ درصد بوده است. نرخ مشارکت اقتصادی کل کشور برای جمعیت ۱۵ سال به بالا در نقاط شهری نیز ۴۰٫۶ درصد و در نقاط روستایی ۴۳٫۱ درصد به دست آمده است.

بر اساس اطلاعات مرکز آمار ایران در فصل زمستان نرخ بیکاری جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر در کل کشور ۱۱٫۸ درصد بوده که این شاخص در بین مردان ۱۰٫۲ درصد و در بین زنان ۱۹٫۷ درصد محاسبه شده است. همچنین اطلاعات منتشر شده درباره وضعیت بیکاری بیانگر این است که نرخ بیکاری در نقاط شهری بیشتر از نقاط روستایی است. همچنان که نرخ بیکاری در نقاط شهری ۱۲٫۶ درصد و در نقاط روستایی ۹٫۶ درصد بوده است.

بیشترین نرخ بیکاری در گروه سنی ۲۰ تا ۲۴ ساله با نرخ ۳۰ درصد محاسبه شده است. بررسی این شاخص در بین زنان و مردان نشان می‌دهد همین گروه سنی در بین مردان نرخ بیکاری ۲۵٫۷ درصدی و در بین زنان نرخ بیکاری ۴۷٫۲ درصدی را تجربه می‌کند. بر اساس اطلاعاتی که مرکز آمار ایران منتشر کرده است نرخ بیکاری جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر در زمستان سال ۱۳۹۴ نسبت به زمستان سال ۱۳۹۳، ۰٫۳ درصد افزایش یافته است. این نرخ در نقاط شهری ۰٫۵ درصد افزایش





گزارشی از برگزاری نمایشگاه ITM 2016 در استانبول



به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات نساجی ترکیه (ITM 2016) به عنوان تنها رویداد در ترکیه و خاورمیانه و سومین نمایشگاه مهم این عرصه در جهان، روزهای اول تا چهارم ژوئن امسال در مرکز نمایشگاهی توپاک استانبول برگزار شد و علاوه بر جذب فعالان پیشرو عرصه تکنولوژی نساجی، ۴۹ هزار و ۷۳۰ نفر بازدیدکننده را در جریان برگزاری مورد استقبال قرار داد. این رویداد در ۱۲ سالن و در فضایی بالغ بر ۱۲۰ هزار مترمربع برگزار شد. این نمایشگاه که از نظر وسعت، گسترده‌ترین نمایشگاه ITM تاکنون بوده، فرصت بزرگی برای شرکت‌کنندگان داخلی و خارجی جهت ارائه تکنولوژی‌های جدیدشان فراهم کرد و بیش از ۱۰۰۰ شرکت تولیدکننده تکنولوژی‌های نساجی در آن شرکت کردند. بر اساس اعلام برگزارکنندگان، حجم بالایی از قراردادهای تجاری و فروش در جریان برگزاری این رویداد، منعقد شده است.

با افزایش تعداد مشارکت‌کنندگان، امسال سالن دیگری برای انواع نخ و تکنولوژی‌های مربوطه در نظر گرفته شده بود. تکنولوژی‌های بافندگی حلقوی و کشفاب در سالن‌های ۶ و ۷ عرضه شده بود. شرکت‌های فعال در زمینه تولید ماشین‌آلات بافندگی تخت و حلقوی، ماشین‌های جوراب‌بافی، گلدوزی و ماشین‌آلات تولید لحاف، در سالن ۶ حضور داشتند. در سالن ۷ نیز جدیدترین مدل‌های ماشین‌آلات مقدمات بافندگی حلقوی تار و پودی و همچنین ماشین‌آلات بافندگی تخت و حلقوی به نمایش در آمده

در سالن ۲ نمایشگاه، تکنولوژی‌های بافندگی تارپودی به نمایش درآمده بود و برندهای پیشرو در زمینه تولید ماشین‌آلات بافندگی تارپودی، ماشین‌آلات مقدمات بافندگی، ماشین‌آلات فرش و موکت، در این سالن حضور داشتند. همچنین جنب و جوش زیادی در بخش تکنولوژی‌های نخ واقع در سالن‌های ۳، ۲ و ۵ به چشم می‌خورد. همگام



لازم به ذکر است در سال‌های اخیر صنعت چاپ منسوجات در ترکیه و سراسر جهان توسعه قابل توجهی پیدا کرده است. به خصوص تکنولوژی‌های چاپ دیجیتال با تقاضای زیادی مواجه هستند و سرمایه‌گذاری زیادی در این تکنولوژی‌ها از سوی تولیدکنندگان نساجی و پوشاک انجام گرفته است. بر همین اساس، در چند سال اخیر تعداد ماشین‌آلات چاپ معمولی/دیجیتال منسوجات که در نمایشگاه‌های ITM ارائه شده، افزایش یافته است. در ITM 2016 نیز سالن ویژه‌ای به تکنولوژی‌های چاپ معمولی و دیجیتال اختصاص پیدا کرد و به دلیل تقاضای زیادی بازار، یک بخش مجزا از نمایشگاه به این موضوع اختصاص یافته بود. بر همین اساس، یک فضای ویژه در سالن‌های ۸ و ۹ برای ماشین‌آلات چاپ منسوجات، ماشین‌آلات چاپ دیجیتال منسوجات، رنگ و مواد شیمیایی برای چاپ منسوجات، قطعات یدکی و متعلقات در نظر گرفته شده بود. در بین غرفه‌داران نمایشگاه امسال، تعداد زیادی از متخصصان صنعت ماشین‌آلات نساجی نوآوری‌های خود را ارائه کردند. به عنوان



بود. سالن‌های ۱۲ و ۱۴ به تکنولوژی‌های رنگرزی و تکمیل اختصاص داشت. در سالن ۴ تولیدکنندگان ماشین‌آلات کمکی برای تمام انواع ماشین‌آلات نساجی شرکت کرده بودند. در سال ۱۰ نیز به خصوص شرکت‌های فعال در زمینه ماشین‌آلات رنگرزی و تکمیل حضور داشتند. همچون دوره‌های گذشته، نمایشگاه ITM سال ۲۰۱۶ نیز اثبات کرد که ترکیه به کانونی در زمینه تولید نساجی جهان در منطقه اوراسیا تبدیل شده و این کشور از لحاظ برگزاری نمایشگاه‌های نساجی، دوران موفقیت‌آمیزی را تجربه می‌کند. این رویداد توسط شرکت نمایشگاه‌های توپاک و با همکاری انجمن صنعتگران ماشین‌آلات و لوازم جانبی ترکیه (TEMSAD) برگزار شد و طیفی از نوآوری‌ها و تکنولوژی‌های روز دنیا در آن به نمایش درآمد. نمایشگاه ITM بخش‌های مختلف ماشین‌آلات نساجی شامل ماشین‌آلات ریسندگی، بافندگی تار پودی و حلقوی، رنگرزی، چاپ، تکمیل و جوراب‌بافی و همچنین صنایع زیرمجموعه و مواد شیمیایی نساجی را در بر می‌گرفت.





ماشین ریسندگی کامپکت با عنوان K46 را در نمایشگاه استانبول در معرض دید قرار داد.

گفتنی است در نمایشگاه امسال، هیئتی متشکل از اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران و نمایندگانی از وزارت صنعت، معدن و تجارت از این نمایشگاه بازدید کردند. در روز افتتاحیه این نمایشگاه نشست مشترکی با حضور خانم نصرالهی مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت، مهندس بهشتی‌پور معاون مدیرکل ماشین‌سازی و مهندس سیما کاظمی از دفتر طرح و برنامه وزارت صمت و آقای زادبوم رایزن اقتصادی و تجاری ایران در استانبول، ریچارد سالواتوره مسئول هماهنگی انجمن TEMSAD و جمعی از اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران برگزار شد که در خصوص موارد متعددی از تعاملات و همکاری‌های مشترک بحث و تبادل نظر شد.

به گزارش سایت انجمن صنایع نساجی، در بخش آغازین این نشست ریچارد سالواتوره ضمن خیر مقدم به مقامات ایران به معرفی انجمن



مثال، Shima Seiki تولیدکننده پیشرو ماشین‌آلات بافندگی کامپیوتری، گل سرسید محصولات خود با عنوان MACH2XS را به نمایش گذاشت. شرکت ایتالیایی Busi Giovanni ماشین‌آلات جوراب‌بافی تک‌سیلندر خود را ارائه کرد. همچنین شرکت Groz-Beckert عرضه‌کننده سوزن‌های ماشین‌آلات صنعتی، قطعات دقیق و ابزارهای ظریف، ماکتی از ماشین‌آلات بافندگی حلقوی جدید خود را که ترکیبی از ۱۴ تکنولوژی مختلف بافندگی است، در معرض دید عموم قرار داد. شرکت Karl Mayer تولیدکننده آلمانی ماشین‌آلات نیز ماشین جدید تریکو با عنوان HKS 4-M EL و تکنولوژی سبازبندی نوآورانه خود را به نمایش درآورد. همچنین شرکت سویسی ریتر ماشین‌آلات و نوآوری‌های نسل جدید خود را برای سیستم‌های کامل ریسندگی، مقدمات ریسندگی و فرآیند نهایی ریسندگی با عناوین تجاری Beacker، Graf، Novibra و Suessen معرفی کرد. این شرکت همچنین ست ترکیبی خود با عنوان E36/E86 و یک





با اشاره به تعرفه‌های تجارت ترجیحی بین دو کشور و نیز حجم قاچاق پوشاک و منسوجات به ایران، به مقایسه سیاست‌های حمایتی ترکیه از تولیدکنندگان و سیاست‌های بازدارنده تولید در ایران پرداخت. مروج همچنین با اشاره به موضوع اتخاذ سیاست‌های آنتی‌دامپینگ و سیف گارد توسط دولت ترکیه در جهت حمایت از تولیدکنندگان این کشور، از رایزن بازرگانی ایران خواست تا در این خصوص سرعت عمل و اثرگذاری بیشتری داشته باشند.

در ادامه این نشست حاضرین به طرح دیدگاه‌های خود پرداختند و پس از بحث و تبادل نظر در ضیافت ناهار انجمن تمساده حضور یافتند. همچنین در این ضیافت که با حضور نمایندگان از تشکل‌های نساجی سایر کشورها و نیز نمایندگان تشکل‌های نساجی ترکیه برگزار شد، لوح‌های یادبودی به خانم نصرالهی و آقایان مهندس مروج و زادبوم اهدا گردید و همچنین هدایایی که توسط انجمن صنایع نساجی ایران به منظور تقدیر از هم‌تایان ترک در نظر گرفته شده بود، توسط ایشان به

تمساده و تاریخچه نمایشگاه پرداخت و از علاقمندی‌های انجمن مذکور به گسترش همکاری‌های فیما بین سخن گفت. وی با دفاع از کیفیت محصولاتی تولیدی اعضای آن انجمن نمایشگاه مذکور را فرصت مناسبی برای آشنایی با توانمندی‌های شرکت‌های ترک دانست.

گلنار نصرالهی نیز در سخنان کوتاه خود بر اهمیت ساخت داخل تاکید نمود و همکاری‌های مشترک در قالب قراردادهای بای بک و تولید تحت لیسانس و توجه ویژه به کیفیت را مهم‌ترین راه ورود به عرصه رقابت بین‌الملل دانست و از علاقمندی و حمایت وزارت صمت از چنین رویکردی سخن گفت. در ادامه این نشست مهندس مروج رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران نیز ضمن معرفی انجمن و توانمندی‌های آن از گسترش همکاری‌های فیما بین براساس تئوری برد-برد استقبال نمود و با اشاره به آمار و ارقام‌های تجارت بین‌المللی در حوزه نساجی و پوشاک دو کشور، از قوانین و مقررات مزاحم تولید انتقاد نمود و خواستار حمایت جدی‌تر و بیشتر دولت از بخش خصوصی شد. مروج





وی ادامه داد: خوشبختانه صنعتگران ایرانی با توجه به عدم نیاز به ویزا در سفر به ترکیه و سهولت سفر به کشور همسایه، استقبال خوبی از ITM به عمل آورده بودند، در این راستا انجمن‌ها و تشکل‌های نساجی و پوشاک سعی کرده بودند با بیشترین اعضای خود در نمایشگاه حضور داشته باشند تا از نزدیک در جریان آخرین دستاوردها و تکنولوژی‌های این صنعت قرار گیرند.

شیبانی در بخش دیگر این گفتگو تصریح کرد: طی چند سال اخیر به دلیل مشکلات متعدد ناشی از تحریم‌های بین‌المللی و مسائل مالی، بانکی و... صنعتگران ایرانی جهت خرید ماشین‌آلات مدرن نساجی حضور چندین چشمگیری در نمایشگاه‌های خارجی نداشتند و صرفاً بازدیدکننده بودند اما در نمایشگاه ITM امسال متوجه شدم که مدیران واحدهای نساجی و پوشاک به‌طور جدی‌تر و مصمم‌تر در حال بررسی و ارزیابی ماشین‌آلات شرکت‌های مختلف جهت خرید و بهره‌برداری هستند اگرچه مشکلات گشایش اعتبار ناشی از تحریم‌های بین‌المللی هنوز به‌طور



نمایندگان انجمن تمساده‌ها گردید. هیئت‌اعزازی طی سه روز حضور در استانبول ضمن بازدید از نمایشگاه ترکیه در جریان آخرین دستاوردها و پیشرفت‌های فنی و تجاری نساجی این کشور قرار گرفتند.

همکاری‌های صنعت ماشین‌آلات ترکیه و نساجی ایران

نایب رییس هیئت‌مدیره انجمن صنایع نساجی ایران نیز در گفتگویی ضمن اشاره به برگزاری جلسه مشترک انجمن صنایع نساجی ایران و انجمن صنایع ماشین‌آلات و قطعات یدکی ترکیه در حاشیه نمایشگاه ITM، از توافقاتی مشترک با طرف ترکیه‌ای در زمینه مسائل تجاری و اقتصادی سخن گفت. علیمردان شیبانی سپس به ارائه توضیحاتی در مورد ITM پرداخت و گفت: اولین دوره نمایشگاه ITM استانبول سال ۲۰۰۴ برگزار شد و در نمایشگاه امسال که ششمین تجربه برگزاری آن محسوب می‌شود، تلاش مدیران نمایشگاه برای توسعه سطح کمی و کیفی این رویداد صنعتی بسیار چشمگیر و محسوس بود.





کامل رفع نشده اما اطمینان دارم که این شرایط، گذرا و موقتی است و به زودی شاهد جهش و رونق چشمگیری در بخش ماشین‌آلات کارخانجات نساجی ایران خواهیم بود.

وی ضمن اشاره به حضور شرکت‌های معتبر و نامدار بین‌المللی همچون پیکانول، دورنیر، اشتابلی، وندویل، لوا، تروشیر، ریتیر، تویوتا، گروز بکرت، اشمیت، اشتول، بروکنر، فاره، دیلو، استارلینگر... در ITM ابراز داشت: می‌توان گفت بیشتر شرکت‌های معتبر بین‌المللی در زمینه طراحی و ساخت ماشین‌آلات بخش‌های مختلف نساجی در این نمایشگاه حضور داشتند؛ البته این حضور فقط به ارائه بروشور و کاتالوگ محدود نمی‌شد و هر کدام به ارائه دستگاه‌ها و ماشین‌آلات جدیدی در غرفه‌های خود پرداخته بودند. و هر روز در ساعت‌های مشخص، به صورت همزمان ماشین‌آلات روشن می‌شدند تا بازدیدکنندگان بتوانند نحوه عملکرد آنها را مشاهده نمایند.

به‌گفته شیبانی، نکته قابل توجه در ITM امسال، حضور قدرتمندانه بخش ماشین‌آلات چاپ و تکمیل و رنگریزی بود به طوری که بخش عمده‌ای از سالن‌های نمایشگاه به ارائه ماشین‌آلات این بخش اختصاص پیدا کرده بود که متأسفانه کمبود شدید سرمایه‌گذاری در این رشته در ایران بسیار محسوس است.

نایب رییس انجمن صنایع نساجی ایران، اذعان داشت: سابقه برگزاری نمایشگاه‌های نساجی در ایران به مراتب بیشتر از سابقه برگزاری نمایشگاه در ترکیه است و همان‌طور که اشاره شد اولین دوره برگزاری ITM به سال ۲۰۰۴ بازمی‌گردد و پس از تنها ۱۲ سال امروزه شاهد برگزاری یک نمایشگاه بسیار پررونق و دارای امکانات فراوان برای غرفه‌داران و بازدیدکنندگان از سراسر جهان هستیم که باید از این موفقیت در کشور خود الگو برداری کنیم، نه این‌که با کمال تأسف نمایشگاهی داشته باشیم که با وجود همه پتانسیل‌ها و افراد خبره در راس آن، نتوانسته‌ایم هنوز آن‌طور که شایسته است مشارکت شرکت‌های خارجی را برای حضور

مناسب در آن جلب کنیم.

وی اضافه کرد: زمانی که از واژه «بین‌المللی» در عنوان یک نمایشگاه استفاده می‌شود، به این معناست که شاهد حضور غرفه‌داران و بازدیدکنندگان کشورهای مختلف باشیم، پس برای تشویق و ترغیب صنعتگران سایر کشورها به حضور در نمایشگاه نساجی ایران، در گام نخست باید تجدید نظری در اجاره بهای غرفه‌ها به عمل آید؛ در مراحل بعدی نیز اختصاص تخفیف‌های ویژه برای میهمانان خارجی در قیمت هتل‌ها و مراکز اقامتی در دستور کار قرار گیرد. و از همه مهم‌تر توجه بیشتر به نظافت سرویس‌های بهداشتی و ساعت برگزاری روزانه نیز مورد تجدید نظر قرار گیرد. وی در پایان ابراز امیدواری نمود که رونق مورد انتظار جامعه صنعتی و اقتصادی کشور به صورت واقعی و عینی در بخش‌هایی همچون کیفیت کالاهای تولیدی، تعرفه‌ها، بازسازی و نوسازی ماشین‌آلات، تأمین نقدینگی و سرمایه در گردش واحدهای صنعتی، مهار قاچاق، حفظ اشتغال مولد و امثالهم نمایان شود.



نظام مهندسی نساجی، یک نیاز یا ...

مهندس بهرام حریری دبیر و عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران



مدتهاست که بحث نظام مهندسی نساجی به عناوین مختلف و در مناسبت‌های مختلف مطرح است و اظهارنظرهای گوناگونی در این رابطه طرح شده است که عموماً از سرعدم وقوف کامل و بعضاً به عنوان راهی برای فرار بوده است. در این چند خط سعی شده است که به صورت اجمالی و بسیار خلاصه و ساده این موضوع مهم طرح شود تا اظهارنظرهای موافقین و مخالفین براساس واقعیت‌ها، الزامات، نیازها و درنهایت بایدها و نبایدها مورد بحث و بررسی قرارگیرد.

اینطور برداشت می‌شود که بسیاری از اظهارنظرکنندگان در این رابطه تاکنون متن تهیه شده را که مدت‌هاست در سایت جامعه متخصصین نساجی ایران و به جهت اطلاع، بررسی، نقد و... آورده شده است را مطالعه ننموده‌اند فلذا در این تحلیل به جای جای این متن اشاره می‌گردد.

بسیار دیده‌ایم و شنیده‌ایم که واحدهای صنعتی در بدو تاسیس با مشکل مواجه شده‌اند، یا پس از تاسیس و راه‌اندازی امکان ادامه فعالیت پیدا نکرده‌اند و یا پس از مدتی به دلایل متعدد متوقف شده‌اند و یا در نهایت با انگیزه ابتدایی تاسیس مغایرت پیدا کرده و به جهت بقا

تولید نشود و به دلایل متعدد، تولید در این واحدها به‌صرفه و صلاح انجام نشود. بسیار دیده‌ایم و شنیده‌ایم که ابنیه عظیمی ساخته شده است، ارزش فراوانی خارج شده است، ماشین‌آلات متعددی وارد شده است، جذب نیروی فراوانی به عمل آمده است،

به سویی دیگر کشیده شده‌اند. بسیار دیده‌ایم و شنیده‌ایم که عدم تطابق ماشین‌آلات خط تولید فلان واحد صنعتی موجب شده است که تعدادی از دستگاه‌ها بلااستفاده بمانند یا از ظرفیت تعدادی از دستگاه‌ها استفاده نشود و یا محصول منطبق با تعریف دستگاه

زیرساخت‌هایی مانند آب و برق و گاز و تصفیه سساب و آب ایجاد شده است و... ولی واحد به دلایل متعدد زیانده بوده و متوقف شده و یا با تعدیل نیرو و امثالهم مواجه شده و یا... .

در تحلیل چرایی موارد فوق‌الذکر همواره به این عناوین بر می‌خوریم: مشکل مدیریتی، واردات بی‌رویه، قاچاق کالا، قانون کار ناکارآمد، بهره‌های بانکی سنگین، مابه‌التفاوت نرخ ارز، قوانین دست‌وپاگیر و از این دست.

گرچه بسیاری از این عوامل بسیار تاثیرگذار و تعیین‌کننده و مهم هستند، گرچه در بسیاری از موارد علت اصلی همین موارد هستند و گرچه در بسیاری از موارد تعدادی از این عوامل با هم دخیل هستند ولی برخی عوامل نیز هیچگاه مطرح نمی‌شوند و در هیچ گزارشی به چشم آورده نمی‌شوند و این سوالات در اکثر موارد مطرح نمی‌شوند تا پاسخی بدانها داده شود:

آیا از پیش سبد محصولات مورد نظر طراحی شده است؟ آیا ماشین‌آلات با احتساب تعریف دسته محصولات انتخاب شده‌اند؟ آیا فرآیند تولید محصولات مورد نظر به درستی طراحی شده است؟ آیا ملزومات تولید به نحو مناسب و علمی و عملی تامین شده‌اند؟ آیا نیروهای نصب درست انتخاب شده‌اند؟ نیروهای راه‌اندازی چطور؟ آیا برای راهبری نیروها آموزش دیده‌اند و یا از نیروهای باتجربه و کارآمد استفاده شده است؟ انتخاب نیروها برچه مبنایی بوده است؟ آیا بالانس خط تولید بررسی شده است؟ آیا محدودیت‌ها و مزیت‌های ماشین‌آلات در هنگام انتخاب مدنظر و توجه بوده است؟ چگونه و بر چه مبنایی طراحی کارخانه انجام شده است؟ و ده‌ها و صدها سوال اینچنینی دیگر.

روند و روال مرسوم تاسیس و تشکیل واحدهای صنعتی در کشور نشان می‌دهد که بجز موارد معدودی از واحدها که توسط فروشنده خط تولید کامل طراحی و تعریف شده‌اند، اکثر واحدها بدون توجه به سوالاتی از جنس و نوع سوالات فوق‌الذکر ایجاد شده‌اند و حال که این سوالات طرح شده‌اند، کاملاً معلوم است

که علت توقف این واحدها چه بوده است. از آنجایی که روند و روال تصویب طرح‌ها عموماً با نگرش صرف به موضوعات مالی است، هرگونه طرحی که روی کاغذ و براساس داده‌های مالی و نیز تحلیل‌های نرم افزاری (مانند نرم افزار تحلیل مالی کامفار) و نهایتاً محاسبات ساده عددی در مقادیر ورودی و خروجی قسمت‌ها توجیه‌پذیر باشد و نرخ بازده داخلی **IRR** مطلوبی را نشان بدهد، حتماً مورد تصویب قرار می‌گیرد و این تصویب فارغ از نگاه تخصصی به فرآیند و ماشین‌آلات و ویژگی‌های آنها می‌باشد.

با نگاهی آماری به صاحبان صنایع می‌توان دریافت که عموماً این افراد حقیقی و یا حقوقی متخصصین رشته فعالیت‌هایی که در آنها سرمایه‌گذاری نموده‌اند نیستند و طبعاً هیچ الزامی برای این موضوع هم وجود نداشته و ندارد ولی ابزار این سرمایه‌گذاران برای تمیز دادن درست یا نادرست بودن طرح‌ها چه می‌تواند باشد؟ و چه تضمینی بر درست بودن این تصمیم‌گیری وجود دارد؟ چگونه باید از رسیدن به سبد محصول تعیین‌شده اولیه مطمئن بود؟ چگونه باید باور داشت که ماشین‌آلات بر اساس نیازها و منطبق بر نیت تولیدات مشخص شده تعریف شده‌اند؟ این موضوع یکی از دغدغه‌های اساسی سرمایه‌گذاری در کشور بوده و هست به گونه‌ای که بسیاری را از سرمایه‌گذاری صنعتی دور و بسیاری را پشیمان نموده است.

منابع دریافت اطلاعات، صحت و سلامتی اطلاعات دریافتی، کارآمد بودن و به‌روز بودن اطلاعات و نهایتاً انطباق اطلاعات با نیازها موضوع دیگری است که در تمامی مراحل آغازین تا انتهای طول عمر یک واحد صنعتی حائز اهمیت و توجه ویژه می‌باشند و می‌بایست در محدوده‌های زمانی مناسب مورد بازنگری و به‌روزرسانی قرارگیرند. این مهم چگونه محقق می‌شود؟ آیا سرنوشت بسیاری از مجموعه‌های عظیمی که روزی پیش‌قراول صنعت خود بودند و بعدها به دلیل ضعف تکنولوژیکی امکان ادامه

حیات را از دست دادند دور از این ماجراست؟ آیا صرف تصویب یک طرح در یک نهاد، ارگان، سازمان و یا وزارتخانه به معنی بررسی تخصصی آن طرح است؟ آیا این مراجع تمامی تخصص‌های مورد نیاز صنعتی را دارا هستند؟ آیا می‌توان انتظار داشت که مرجعی هم درباره صنایع شیمیایی اظهار نظر کند و هم درباره صنایع فلزی؟ هم متخصص در صنایع نساجی باشد هم در صنایع غذایی؟ طبعاً اینگونه نیست. پس چگونه باید به یقین رسید؟

صنعت نساجی به عنوان یکی از متنوع‌ترین صنایع که در طیفی بسیار وسیع گسترده شده است نشان می‌دهد که امکان وقوف کامل به همه گستره‌های این صنعت برای کسی میسر نمی‌باشد و حتی اساتید بزرگ و صاحب‌نام دانشگاهی که تمام عمر گرانقدر خود را مصروف تحقیق و تعلیم و تعلم این رشته از صنعت نموده‌اند به ناچار قسمتی از این همه را انتخاب نموده و در آن زمینه تمرکز نموده‌اند. نگاهی به دسته‌بندی تخصصی در زیرگروه‌های تفکیک شده در انجمن صنایع نساجی ایران به عنوان یک پرسابقه در مالکیت صنایع نساجی نشان می‌دهد که تقسیم‌بندی شرکت‌های تولیدی نیز در شاخه‌های محدود ممکن نبوده و به ناچار کمیته‌های متعددی ایجاد شده است. با این وصف چگونه متصور است که مرجعی بدون دارا بودن تمامی تخصص‌های لازمه بتواند اظهارنظری متقن درباره طرحی داشته باشد که سرمایه‌گذار با اتکا بدان و با اطمینان از صحت طراحی واحد صنعتی خود به دنبال ایجاد ارزش افزوده سرمایه خود باشد؟ آیا یکی از دلایل فرار سرمایه‌گذاران از صنعت نساجی این عدم اطمینان نیست؟ آیا در حالی که رقیب صنایع نساجی تولیدکنندگان بی‌کیفیت (و در نتیجه ارزان)، قاچاق حجیم و کالای همراه مسافر هستند نباید به سرمایه‌گذار حق داد که به دنبال جایی دیگر برای سرمایه‌گذاری باشد؟

ضعف موجود در کشور در پاسخگویی به تمامی سوالات و موضوعات مطروحه فوق و

بسیاری موارد مشابه دیگر، با رعایت انصاف و بی‌طرفی حتماً تشکیل مرجعی تخصصی، بروز، توانمند و کارآمد است که می‌تواند همان «سازمان نظام مهندسی نساجی» باشد.

با نگاهی گذرا به فصل دوم «پیش‌نویس کلیات قانون نظام مهندسی نساجی» با عنوان «اهداف و وظایف سازمان»، دیده می‌شود که ۲۴ هدف و ۱۴ وظیفه بر این سازمان متصور است که به تمامی موضوعات مطروحه قبلی پاسخی شایسته و درخور خواهد داد. (به جهت آشنایی بیشتر در انتهای این مطلب لیست این اهداف و وظایف ارائه می‌گردد).

بهره‌گیری از توان تخصصی کشور در سایه قانون‌مندی و قانون‌مداری و با رعایت اصول علمی و عملی موضوعه می‌تواند موجب گردد که بسیاری از سرمایه‌های ملی به بیراهه نرفته و موجبات بقای مجموعه‌هایی که با خون دل تاسیس و حفظ شده‌اند را فراهم نمود. کنترل و نظارت بر این سرمایه‌گذاری‌ها و همچنین برخورد تخصصی و علمی و عملی با موضوعات تاسیس یا توسعه یا بازسازی صنایع می‌تواند موجبات رشد و اعتلای این صنعت بزرگ را فراهم کرده و رونق منتظر را به این صنعت

مهم بازگرداند.

طبعاً پیش‌نویس تهیه‌شده می‌تواند نواقص و معایب و نقاط کوری داشته باشد که همت و عزم فراوانی را برای تکمیل آن می‌طلبد ولی پیش از آن باید این باور وجود داشته باشد که چنین سازمانی نه به جهت ایجاد درآمد برای تعدادی طراحی شده و نه به عنوان سرعت‌گیری دیگر برای سرمایه‌گذاران معرفی می‌شود، نه به عنوان دکانی برای کسب برخی و نه به سرفصلی در هزینه‌های سرمایه‌گذار معنی می‌شود بلکه ملجأ و مفری است به سوی پیشرفت و تسریع امور طرح‌های ایجاد و توسعه‌ای، راهی است برای ایجاد شرایط پذیرش برای ارکان ناظر و تصمیم‌گیری، بازویی است برای سیاست‌گذاران صحنه صنعت، توانی بالقوه است برای مشارکت‌های فکری و عملی به نهادهایی مانند مجلس شورای اسلامی، دولت و سرمایه‌گذاران و نهایتاً روشی است که با بهره‌گیری قانونی و الزامی از آن تضمین بازگشت سرمایه برای سرمایه‌گذار (چه از بخش عمومی و چه از بخش خصوصی) دارای وجاهت بسیار بیشتری می‌گردد.

ذکر این نکته خالی از فایده نیست که اگر

در جایی تخلف، کوتاهی و قصور، ناتوانی و ویژه‌خواری و هرگونه انحرافی از قانونی مشاهده می‌گردد به معنی آن نبوده و نیست که آن قانون ناتوان و ناکارآمد است و طبعاً می‌بایست نهادهای نظارتی بر اجرای قانونی کنترل کارآمد داشته باشند فلذا اگر در جایی نظام مهندسی موجب بروز مواردی شده است، به این معنی نخواهد بود که نظام مهندسی نساجی نیز چنین خواهد بود.

یکی از دغدغه‌های صاحبان صنایع و مدیران تصمیم‌گیر مجموعه‌های صنعتی چگونگی جذب و بکارگیری نیروهای تخصصی است. استفاده از درجه‌بندی و رتبه‌بندی مهندسیین متخصص موجب می‌گردد که مدیر یا مالک صنعت بتواند براساس گواهی مرجعی صاحب نظر، در مورد میزان معلومات علمی مرتبط، داشته‌های عملی سودمند، توانمندی‌های فردی و نهایتاً تجربیات مرتبط و قابلیت‌های آزمون‌شده نیروی تخصصی مورد نیاز خود را جذب نماید و از فرآیند سعی و خطا (که متأسفانه هم از کرامت انسانی می‌کاهد و هم موجب هزینه کردن وقت و انرژی و بودجه سرمایه‌گذار می‌گردد) جلوگیری به عمل آورد. این مهم با بهره‌گیری از فرآیند ارزش‌سنجی مستمر در نظام مهندسی محقق می‌گردد.

و نکته آخر اینکه به نظر می‌رسد دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان متولی امر قاعدتاً می‌بایست برای سهولت امور صنایع نساجی کشور پیگیر موضوع نظام مهندسی نساجی باشد و با تشکیل کارگروهی متشکل از تمامی دست‌اندرکاران این صنعت بتواند زنجیره متصلین به این صنعت را کامل نماید و با اینکار از تشکیل تشکلهای موازی و هم‌پوشان جلوگیری نموده و آینده عملیاتی این صنعت را روشن‌تر نماید.

منتظر دریافت نقطه نظرات خوانندگان از طریق ایمیل یا کانال اختصاصی جامعه متخصصین نساجی ایران می‌باشیم.





عملکرد اقتصادی دولت یازدهم در سه سال اول

احسان سلطانی پژوهشگر اقتصادی

نگاهی به گذشته

در دوره اقتصاد نفتی (۹۰-۱۳۷۸)، درآمدهای صادرات نفت خام از کمتر از ۲۰ میلیارد دلار در سال به تدریج افزایش یافت و به بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۰ صعود کرد. ویژگی بارز این دوره، اتکای روزافزون اقتصاد کشور به درآمدهای نفتی و همچنین حاصل از صادرات انواع مواد خام و اولیه دیگر اعم از سنگ آهن، فلزات خام، تولیدات پتروشیمی و حتی محصولات کشاورزی با ارزش افزوده پایین بود. در دوره ۹۰-۱۳۷۸ رشد متوسط سرانه سالانه اقتصاد به ۳٫۶ درصد بالغ گردید و رشد متوسط سالانه بخش های بانکی ۸٫۷، صنعت ۶٫۷، خدمات ۴٫۶ و کشاورزی ۰٫۷ درصد بوده است. از کل درآمد حقیقی اقتصادی ایجاد شده در این دوره، سهم خدمات (بدون مستغلات) ۳۹، ساختمان و مستغلات ۲۲، صنعت ۱۹ و کشاورزی ۲٫۴ درصد می باشد که ملاحظه می شود سهم بخش های ساختمان و مستغلات از بخش های مولد صنعتی و کشاورزی پیشی گرفته است. تفوق بخش های نامولد، کیفیت اقتصاد ایران را به شدت پایین آورده که اصولاً اقتصادی کمیت گرا به جای کیفیت گرا محسوب می شود.

در دوره اقتصاد نفتی، میزان مشارکت بخش های خدمات (بدون مستغلات)، نفت و مسکن+مستغلات به ترتیب ۳۳، ۲۳ و ۱۹ درصد و از سوی دیگر بخش های صنعت و کشاورزی به ترتیب ۹٫۳ و ۴٫۹ درصد (جمعاً ۱۴٫۲ درصد) از کل ایجاد درآمد اسمی (ارزش جاری)

اقتصاد کشور بوده که نشان-دهنده اوج تفوق و تسلط بخش های غیرمولد بر مولد است. در این دوره اثرات بیماری هلندی بر اقتصاد کشور با شدت و حدت زیادی ملاحظه می-گردد، چنان چه با وجود رشد تورمی کل اقتصاد به میزان ۶٫۳ برابر، نرخ آن برای بخش ساختمان (غیر قابل تجارت) ۹٫۴ و برای بخش صنعت (قابل تجارت) ۳٫۳ برابر بوده است. در نیمه دوم دهه هشتاد سهم بخش صنعت و معدن از تشکیل سرمایه

ثابت ناخالص کشور از ۱۸ درصد به ۹ درصد تنزل یافت و در همین حال سهم بخش مستغلات از ۲۴ درصد به ۴۴ درصد صعود کرد.

توسعه صنعتی این دوره اصولاً بر پایه صنایع بزرگ بالادستی دولتی و شبه دولتی متکی به رانت منابع طبیعی و انرژی (پتروشیمی، سیمان و فلزات اساسی) یا بازارهای محافظت شده در برابر واردات (خودروسازی) بود که منجر به ایجاد ارزش افزوده بالا نگردید و به

روند بهای نفت خام سبد نفتی ایک (خرداد ۹۵-۱۳۸۵)



رغم سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته، در شرایطی که در دهه هشتاد ارزش تولیدات صنایع بزرگ کشور ۳,۵ برابر شد، میزان نیروی کار شاغل در آنها تغییری پیدا نکرد. در دوره ۹۰-۱۳۷۸ به ترتیب اهمیت چهار صنعت خودروسازی، شیمیایی (پتروشیمی)، فلزات اساسی و کانی غیرفلزی (سیمان) عهده‌دار در حدود دو-سوم ارزش افزوده صنعتی ایجاد شده به شمار می‌روند. لذا توأم با تضعیف صنایع اشتغال‌زای کوچک و متوسط پایین‌دستی و به رغم کسب بیش از یک هزار میلیارد دلار درآمدهای نفتی تراز اشتغال کشور صفر بوده و اشتغال صنعتی کاهش داشته است. در حقیقت آن چه با صرف در حدود ۷۰ درصد از کل سرمایه‌گذاری صنعتی و هزینه‌ای بالغ بر ۷۰ میلیارد دلار با گسترش صنایع پتروشیمی، فولاد و کانی غیرفلزی (سیمان) انجام شد، در اصل بیشتر با هدف ایجاد مجراهای زهکش منابع طبیعی کشور و تله‌های رانت بود.

در سال ۱۳۹۰ سهم بخش‌های مولد (صنعتی و کشاورزی) از کل تولید ناخالص داخلی ایران به ۱۷ درصد تنزل یافت که به مراتب کمتر از اغلب اقتصادها و حتی کشورهای عربی بود و در همین حال سهم ارزش افزوده بخش نفت به ۲۵ درصد رسید. بخش خدمات که در کشورهای توسعه‌یافته با تکیه بر خدمات صنعتی و خلق ارزش افزوده، نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند،

عملا در ایران بر علیه بخش‌های مولد فضای فعالیت خود را گسترش داد. در این سال، در شرایطی که بیش از ۷۰ درصد تجارت جهانی مبتنی بر صادرات کالاهای نهایی بود، بیش از ۸۵ درصد صادرات کشور را مواد خام و به همین میزان واردات کشور را کالاهای نهایی تشکیل داد. در مجموع توسعه اقتصادی این دوره و به ویژه در بخش صنعت بی کیفیت بوده، چنان‌چه به رغم نرخ رشد سرانه اقتصادی بالاتر ایران نسبت به خیلی از کشورها (به عنوان مثال ترکیه، مالزی، عربستان و شیلی)، آنها از ایران به شدت جلو افتادند.

مقایسه درآمدهای نفتی ایران با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جهان در طی دوره ۸ ساله (۹۲-۱۳۸۴) نشان می‌دهد که این درآمدها معادل با رتبه پنجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جهان بوده و از کل سرمایه‌گذاری خارجی در منطقه آسیای غربی یا آفریقا نیز بیشتر می‌باشد، لذا مشکل کشور کمبود سرمایه و منابع نبوده است.

طنز تلخ تاریخ کشور این است که به رغم تجربیات تلخ نیم قرن اخیر، دولت مردان کشور به تدریج از ابتدای دهه هشتاد، عمق وابستگی اقتصاد کشور به درآمدهای نفتی را هر روز بیشتر کردند و با اخذ سیاست‌های اقتصادی علیه تولید (و به ویژه صنایع کوچک و متوسط بخش خصوصی) از قبیل افزایش

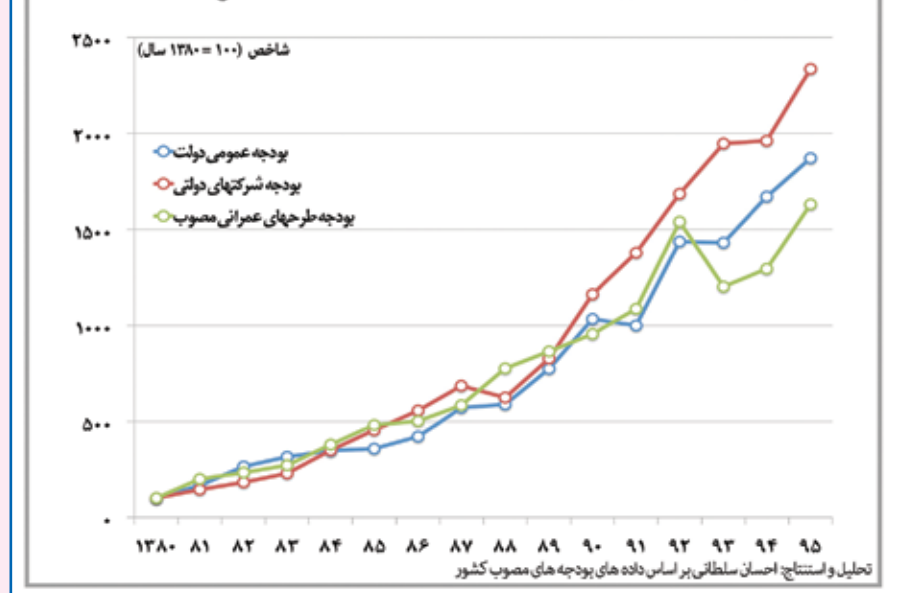
مستمر هزینه‌های تولید و از سوی دیگر تسهیل واردات، عملا با تضعیف بخش مولد اقتصاد، کشور را در برابر تحریم‌ها ضربه‌پذیر و شرایط را برای بروز تحریم‌ها مهیا کردند. به عبارتی دیگر دولت‌ها با اعمال ساز و کارهای ضد تولید، تحریم‌ها علیه مردم و به ویژه بنگاه‌های صنعتی کوچک و متوسط بخش خصوصی را تشدید کردند که از آن به عنوان خودتحریمی نام برده می‌شود. اقتصاد دولتی نفتی دهه هشتاد چه با تحریم‌ها و چه بی تحریم‌ها اقتصاد کشور را به دوران رکود تورمی کنونی می‌رسانید. در مجموع عملکرد اقتصاد نفتی دهه هشتاد به شرح ذیل است.

(۱) صادرات گسترده مواد خام و اولیه و تنوع بخشی به آن، (۲) تثبیت نرخ ارز (کاهش نرخ تبدیل ارز حقیقی موثر) و در نتیجه کاهش قدرت رقابتی تولید داخلی با اعطای یارانه ارزی به واردات، (۳) واردات گسترده کالاهای مصرفی و به ویژه از کشورهای چین و آسیای ارزان قیمت، (۴) رشد صنایع بزرگ دولتی و شبه دولتی (متکی به رانت مواد اولیه و انرژی ارزان یا بازارهای بسته) و تضعیف صنایع کوچک و متوسط بخش خصوصی، (۵) کنترل نسبی تورم با واردات کالاهای مصرفی (با ارز ارزان) و از سوی دیگر رشد بالای نقدینگی و در نتیجه انتقال تورم به بخش غیرقابل تجارت زمین و مسکن (بیماری هلندی)، (۶) رشد بخش‌های غیرمولد سفته‌بازی، واسطه‌گری و بانکی، (۷) ایجاد رانت و فساد اقتصادی گسترده، (۸) کاهش قدرت اقتصادی مولد کشور و اشتغال مولد، (۹) تضعیف قدرت اقتصادی عامه مردم و (۱۰) بروز اجتناب‌ناپذیر رکود اقتصادی

البته باید توجه داشت که افزایش درآمدهای ارزی/نفتی همواره رشد شدید و نامتعارف سه بخش خدماتی بازرگانی (واردات)، ساختمان و مستغلات و فعالیت‌های بانکی کشور را به همراه داشته و از سوی دیگر بخش‌های مولد صنعتی و کشاورزی را تحدید و تضعیف کرده است.

دولت‌ها در عمل اغلب در جهت اهداف تحریم‌کنندگان و همسو با آنها عمل کرده‌اند. اگر در طی دهه هشتاد با وجود منابع عظیم مالی، دولت‌های وقت به جای تقویت بخش‌های دولتی و شبه دولتی، گسترش دلالتی و واسطه‌گری و رشد بخش‌های رانتی صنعت، به ارتقاء قدرت اقتصادی و صنعتی کشور و حضور قدرتمند مردم و بخش خصوصی در اقتصاد همت کرده بودند، تضعیف

روند تغییرات شاخص بودجه‌های عمومی دولت، شرکت‌های دولتی و طرح‌های عمرانی



دلارهای حاصل از فروش نفت خام)، (۲) توسعه و رشد بنگاه های کوچک و متوسط و (۳) رشد تقاضا از طریق ایجاد اشتغال جدید، اشاره شده بود. به رغم اذعان به سه موضوع کلیدی فوق الذکر، در راهبرد دولت بخش های نفت، گاز، پتروشیمی و صنایع معدنی و آزادسازی منابع مالی بلوکه شده و همچنین صادرات و گردشگری و صرفه جویی در انرژی، به عنوان پیشران خروج از رکود تبیین شدند. بخش مسکن که با رشد ابر تورمی و نامتعارف خود یکی از مسببین رکود بود نیز به عنوان پیشران خروج از رکود معرفی شد.

ملاحظه می شود که به جز گردشگری (که آن هم در عمل اقدامی در حمایت از آن صورت نگرفت و به نظر می آید برای خالی نبودن عریضه ذکر شد)، موارد دیگر در سمت تلاوم و استمرار سیاست های اقتصادی دولت های پیشین با شدت و حدت بیشتر بود تا با کسب درآمدهای ارزی از محل خام فروشی اقتصاد کشور به حرکت خود ادامه دهد. در جهت فعال سازی تقاضای کل بدون ایجاد تورم راهکارهایی شامل تسهیل/ تشویق صادرات، کاهش مالیات، حفظ رقابت پذیری بنگاه های تولیدی از طریق اتخاذ سیاست های ارزی و افزایش مخارج عمرانی دولت مناسب ارائه شد، که در عمل تا کنون بر خلاف آنها عمل شده است. مخارج عمرانی دولت کاهش یافت و به جای کاهش، میزان

قطع روابط بانکی و تجاری با کشورهای توسعه یافته و اتکا به کشورهای در حال توسعه، (۶) روند نزولی سرمایه گذاری در بخش های مولد از نیمه دهه هشتاد، (۷) تسلط سه وجهی بخش های نامولد رانته سفته-بازی (مستغلات)، سوداگری (واردات) و رباخواری (بانکی) بر اقتصاد و بخش های مولد، (۸) وابستگی شدید کشور به واردات اعم از کالاهای مصرفی و مواد اولیه و واسطه ای، (۹) شیوع گسترده رانت خواری، تجمل گرایی و فساد و (۱۰) تضعیف، تحریف و تخریب روند و نظام و سیستم اقتصادی و مجموعه ای از انواع کاستی ها و دشواری هایی که یک کشور می تواند به آنها مبتلا شود و در راس همه چیرگی یک اقتصاد متمرکز دولتی نفتی به همراه بخش بسیار بزرگ و غالب شبه دولتی رانته.

در شرایط بروز تحریم های گسترده و فروپاشی اقتصاد رانته نفتی، تنها راهکار منطقی و پایدار این بود که دولت با تکیه بر توانایی های مردم و بخش خصوصی و کارآفرینان و مساعد ساختن فضای کسب و کار و کاهش هزینه های فعالیت، چرخ اقتصاد را به گردش بیاورد. در راستای شناخت و تبیین معضلات و چالش های اقتصادی، دولت اقدام به تهیه گزارش خروج از رکود نمود که در آن به موضوعات مهم (۱) دامن زدن به بیماری هلندی (به واسطه هزینه کردن

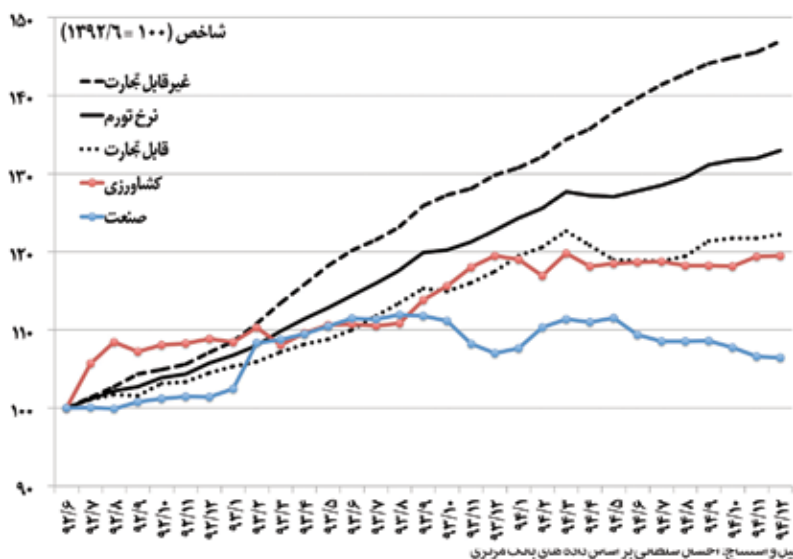
اقتصاد کشور آن را تا حد بالایی مستعد تاثیر گذاری تحریم ها نمی کرد. به عبارت دیگر رشد کاذب اقتصاد و تهی شدن آن از نیروهای مولد و کارآفرین، شاید مهمترین عاملی بود که به اجازه تعمیق و تشدید تحریم ها را داد. لذا بروز رکود اقتصادی اخیر و بروز تحریم ها را می توان دو روی یک سکه دانست که محصول کژکارکردی های اقتصادی هستند و متأسفانه کارکردهای دولت ها در زمینه های متعددی همسو با اهداف تحریم گران قرار گرفت.

علت اصلی رشد کاذب اقتصادی دهه قبل و به خصوص از نیمه دوم آن، تزریق مداوم درآمدهای رو به ازدیاد نفتی بود و به همین دلیل دولتمردان آن زمان در سودای باطل نفت بشکه ای ۲۰۰ دلار و حتی بالاتر بودند و این افزایش درآمدهای نفتی بود که به اقتصاد وابسته به آن نیرو می بخشید. نفت و تکیه بر درآمدهای آن و عدم تکیه بر نیروی کار و خلاقیت مردم کشور، برآیندی جز روزگار تلخ امروز ما نمی تواند داشته باشد و همواره دشمنان و رقیبان چه با کاهش مصنوعی بهای نفت (چه در حال حاضر و چه در زمان های دیگر از جمله در جنگ تحمیلی) و یا با اعمال تحریم ها از آن بالاترین استفاده ها را برده اند. اقتصاد تک محصولی دهه هشتاد حکایت تیمی بود که با تکیه بر یک بازیکن قصد هموردی در صحنه های جهانی را داشت و در نهایت در میان خودشیفتگی مریبان تیم و همه مه و بهت تماشاگران، به دروازه خودی گل می زد.

سیاست های خروج از رکود

دولت یازدهم در شرایطی سکان اداره کشور را در دست گرفت که با کاهش نیروی محرکه نفت و ترکیدن حباب اقتصاد کاذب وابسته به آن، بالطبع اقتصاد با واماندگی و پس رفت روبرو شده بود. ده مشخصه اصلی و مهم اقتصاد ایران در ابتدای شروع به کار دولت یازدهم را می توان به شرح ذیل برشمرد، (۱) فقدان درآمدهای مکفی نفتی برای اداره امور کشور، (۲) کاهش توان مولد اقتصادی و به ویژه تحدید و تضعیف بنگاه های کوچک و متوسط کارآفرین و مولد بخش خصوصی (صنعتی و کشاورزی)، (۳) تنزل توان مصرف خانوار و فقیرتر شدن عامه مردم و کاهش میزان اشتغال مولد، (۴) وجود دولت بزرگ و ناکارآ با کارآمدی پایین و هزینه بالا، (۵) تحریم ها و

روند رشد شاخص تغییرات بهای تولیدکننده (صنعت و کشاورزی) و تورم



وصول مالیات ها در سال ۱۳۹۵ نسبت به ۱۳۹۲ بیش از دو برابر افزایش پیدا کرد. به رغم تنزل قدرت رقابت پذیری بنگاه های تولیدی، بخش اعظم بار افزایش مالیات به تولیدکنندگان صنعتی و به خصوص صنایع کوچک و متوسط منتقل گردید.

در راستای سیاست گذاری های خروج از رکود، اشتباهات راهبردی مهمی در تبیین ریشه های رکود تورمی و تعیین راهکارهای خروج از آن صورت گرفت که عبارتند از، (۱) ادعا شد رکود از جانب تقاضا نبوده و در سطح عرضه است یا به عبارتی دیگر مردم دارا بوده و توان مصرف دارند. واقعیت امر این می باشد که رکود بیشتر در سمت تقاضا و به تدریج از اواسط دهه هشتاد به بعد شکل گرفته است. مهمترین دلیل آن کاهش فعالیت صنایع کوچک و متوسط و از بین رفتن زمینه های کسب درآمد و توان مصرف عامه مردم است، (۲) نقش کلیدی و محوری فعالیت مردم و بنگاه های مولد کوچک و متوسط در حاشیه دیده شد و (۳) صنایع بزرگ دولتی و شبه دولتی و مواردی دیگر که در اصل برای کسب درآمدهای ارزی مهم بودند، به عنوان پیشران اقتصاد معرفی شدند. نکته مهم این است که صنایع بزرگ بالادستی به زنجیره صنایع کوچک و متوسط داخلی چندان اتصال نداشته و شبکه ها و خوشه های صنعتی پایین دستی قدرتمندی

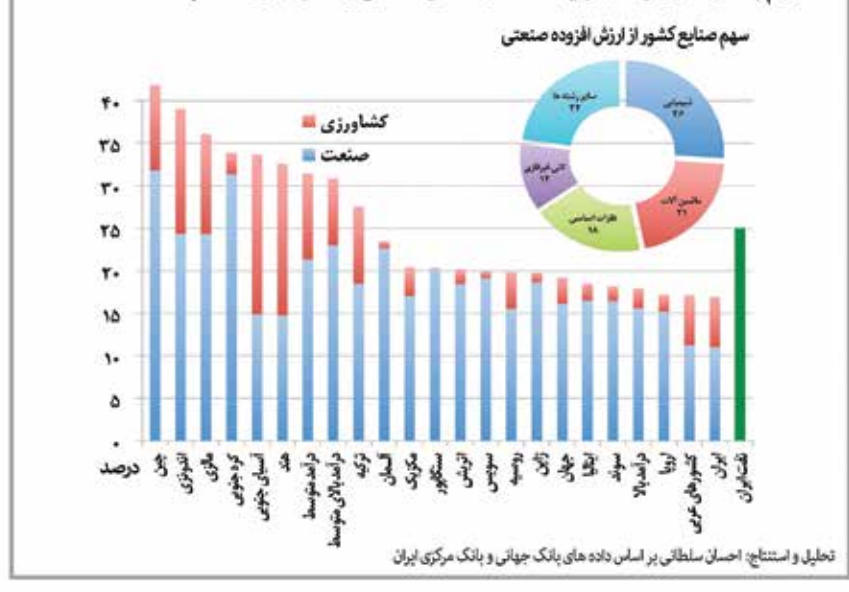
شکل نگرفته است (به عنوان مثال خودروسازی با مونتاژ گسترده قطعات وارداتی). از سوی دیگر سیاست گذاری های دولت در جهت تقویت شبکه های داخلی و صنایع پایین دستی اشتغال زا رقم نخورد. به عنوان مثال در سال ۱۳۹۳، خوراک پتروشیمی ها با نرخ ارزان تامین شد، اما محصولات آنها با نرخ ارز آزاد به تولیدکنندگان پایین دستی عرضه شد و در همین حال ارز دولتی با نرخ مبادله ای در اختیار واردکنندگان کالاهای مصرفی (نهایی پتروشیمی) قرار گرفت. به نظر می رسد تعیین بخش های پیشران بیشتر در جهت صیانت منافع صنایع بزرگ دولتی و شبه دولتی و کسب درآمدهای ارزی برای گذران امور جاری دولت بوده است.

رویه منطقی، طبیعی و مورد انتظار از دولت این بود که از این فرصت طلایی استفاده کرده و مقدمات دوران اقتصاد بدون نفت را با تسهیل فضای فعالیت و شرایط کسب و کار نیروهای مولد و کارآفرین به ویژه در بخش خصوصی فراهم نماید. اما دولت ضمن نادیده گرفتن پتانسیل نیروی مولد بخش خصوصی، با تکیه بر صنایع بزرگ دولتی و شبه دولتی و افزایش هزینه های فعالیت بخش مولد خصوصی و مالیات ها، رویکردی بس متناقض و متضاد برای خروج از رکود در پیش گرفت و به تدریج رکن اصلی سیاست اقتصادی خود

را بر محور چرخه باطل دولت های پیشین مستقر کرد. در این میان دولت نقطه ثقل فعالیت خود را بر افزایش درآمدهای حاصل از فروش منابع طبیعی یا با ارزش افزوده کم قرار داد و به امید برطرف شدن تحریم ها و کسب درآمدهای نفتی نشست. سه سال زمان پر ارزش از دست رفت. به قول بیهقی قضا در کمین بود، کار خویش می کرد و قیمت های نفت چنان سقوط کرد که درآمدهای نفتی نیمه دهه هشتاد در میان مدت نیز دور از انتظار خواهد بود.

قاعده درست و طبیعی برون رفت از رکود این بود که دولت با کوچک سازی بدنه و چابک سازی و ارتقاء کارآمدی و کارآیی خود به جای باری بر دوش اقتصاد، پشتیبان و کمک کار آن شود. از سوی دیگر بسترسازی لازم برای رشد فعالیت مولد و کارآفرینی و رفع تضییقات و تحمیلات موجود ضمن افزایش ایجاد اشتغال و درآمد ملی، توان مصرف جامعه را بالا برده و خروج از رکود را رقم می زد. همچنین در این میان بازسازی و بازآرایی برنامه ریزی شده ساختارها و نهادهای اقتصادی نیز قابل پیگیری بود. اما آن چه در عمل تکوین یافت، عبارت است از، (۱) عدم کوچک سازی و چابک سازی و کاهش موثر هزینه های دولت، (۲) افزایش نرخ رشد هزینه های تصدی گری (بودجه شرکت های دولتی) و در مقابل کاهش نرخ رشد هزینه های حاکمیتی (بودجه جاری) و طرح های عمرانی، (۳) کسب درآمدهای حاصل از نفت و منابع طبیعی و مطالبات نفتی به هر طریق و بهای ممکن جهت گذران امور دولت. در این زمینه می توان به واردات گسترده کالاهای بنجل و بی کیفیت چینی، هندی و دیگر کشورهای طرف معامله (از منسوجات و پوشاک گرفته تا خودرو و قطعات آن) جهت تسویه مطالبات ارزی اشاره کرد، (۴) سرکوب قیمتی تولیدات داخلی با واردات گسترده کالاهای مصرفی و همراه با آن افزایش هزینه های تولید داخل اعم از انرژی، مالی، نیروی کار، مالیاتی و غیره، (۵) همزمان با ایجاد تضییقات و تحمیلات و بالا بردن هزینه های تولید و کسب و کار، افزایش بی رویه اخذ مالیات به هر طریق ممکن از صنایع کوچک و متوسط بخش خصوصی. نکته تاسف آور انتقال بار مالیاتی کشور به بخش مولد خصوصی و عدم اخذ مالیات از صاحبان ثروت و منافع بادآورده و در همین حال افزایش اندک بار مالیاتی بخش های بازرگانی و واسطه ای و غیر مولد

سهم بخش های مولد از تولید ناخالص داخلی مناطق و کشورهای منتخب (۱۳۹۰/۲۰۱۱)



سال از زمان سرمایه‌گذاری تا بهره‌برداری از واحدهای صنعتی به طول می‌انجامد، هنوز زود است تا در زمینه میزان سرمایه‌گذاری‌های صنعتی در سه سال اخیر اظهار نظر شود، اما با توجه به شرایط تحریم و رکود اقتصادی، بی‌تردید روند افول سرمایه‌گذاری صنعتی که البته از سال ۱۳۸۵ آغاز شده، کماکان استمرار یافته است. بررسی داده‌های جواز تاسیس صنعتی نشان می‌دهد که در سال ۱۳۹۴ نسبت به سال ۱۳۹۲ میزان اشتغال و سرمایه‌گذاری این جوازها بیش از ۲۰ درصد کاهش داشته است.

هر چند در مجموع گروه محصولات وسایل نقلیه، وسایل خانگی، فلزات اساسی و پتروشیمی رشد تولید قابل توجهی را در سال ۱۳۹۳ نسبت به سال ۱۳۹۲ تجربه کرد، اما در سال ۱۳۹۴ به استثنای میزان تولیدات پتروشیمی که تقریباً ثابت ماند، بقیه اقلام فوق‌الذکر دچار کاهش تولید شدند. ضمن آن که کاهش قیمت‌های تولیدات صنعتی جهانی بر روی صادرات اقلامی از قبیل فلزات اساسی و به تبع آن تولید آنها تأثیرگذار بوده است، اما استمرار رکود در کشور به ناکارآمدی سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و در نتیجه شکست اقدامات خروج از رکود که درباره آن بحث شد، بر می‌گردد.

در مجموع هر چند که دولت همه‌توان و تلاش خود

دولت. بنابراین در خوش‌بینانه‌ترین شرایط پیش‌بینی می‌شود که در سال جاری، درآمدهای ریالی موثر (با تعدیل تورم) دولت از محل صادرات نفت خام، از سقف یک-سوم سال ۱۳۹۰ فراتر نرود. بنابراین با وجود همه تلاش‌های دولت برای کسب درآمدهای ارزی حاصل از صادرات نفت خام و مشتقات آن، سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ سخت‌ترین سال‌های ربع قرن اخیر از نقطه نظر کمبود درآمدهای نفتی محسوب می‌شوند.

بهای سبب نفتی ایک از زمان سقوط خود به کمتر از ۳۰ دلار در هر بشکه که در اوایل سال میلادی جاری، روند رشد نسبتاً مداومی را تا نزدیک مرز ۵۰ دلار در ماه جاری میلادی (ژوئن)، در حال تجربه کردن می‌باشد و متوسط بهای ۵ ماهه اول سال ۲۰۱۶ میلادی به بیش از ۳۴ دلار در هر بشکه رسیده است. لذا ملاحظه می‌شود که به رغم افزایش صادرات نفت ایران، قیمت‌ها نیز بالا رفته است. در مجموع دولت حداکثر تلاش خود را در زمینه کسب درآمدهای نفتی و بازیابی ظرفیت‌های بلااستفاده در زمان تحریم‌ها مبذول داشته و عملکرد موفق‌تری در این خصوص ارائه کرده است.

صنعت

با توجه به این که به صورت متوسط در حدود دو

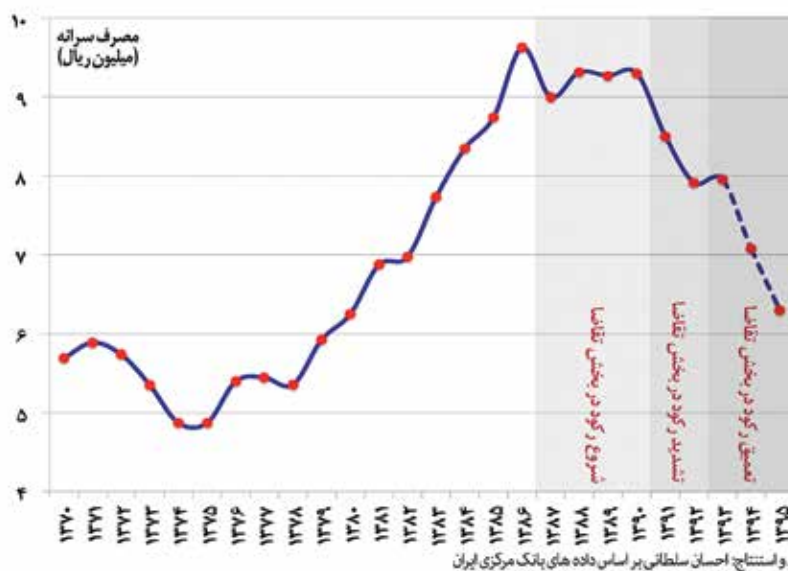
در مقایسه با بخش‌های مولد صنعتی است و (۶) با توجه به عدم تکافوی درآمدهای حاصل از صادرات مواد خام و اولیه و اخذ مالیات از نیروهای مولد بخش خصوصی، اقدام به کسب درآمد از مردم از هر طریق ممکن از فروش خدمت‌سربازی و افزایش نرخ جرائم رانندگی گرفته تا بالا بردن عوارض و بهای آب و برق و خدمات دولتی.

رکن اصلی و مهم سیاست اقتصادی دولت کنونی کنترل تورم است، اما در همین حال نقدینگی افزایش می‌یابد، حجم بزرگ دولت حفظ شده و کارآیی آن افزایش نمی‌یابد، هزینه‌های خدمات دولتی و انرژی افزایش پیدا می‌کند، واردات (با ارز نفتی ارزان) تسهیل شده، مالیات تولیدکنندگان به شدت بالا رفته و دسترسی و هزینه تامین سرمایه در گردش نیز افزایش می‌یابد. ساز و کار موجود به نحوی تنظیم شده که از تولیدکننده مالیات مضاعف (حتی با زبان دهی) به اجبار اخذ شده و به رغم عدم پرداخت یارانه تولید، یارانه به ثروتمندان پرداخت می‌شود. فشار بار مالیاتی به تولیدکنندگان انتقال یافته و از بخش توزیعی و وارداتی کم شده و در این میان هیچ قدمی در جهت اخذ مالیات از درآمدهای بادآورده و صاحبان ثروت برداشته نمی‌شود.

نفت

با بروز تحریم‌ها و کاهش شدید حجم صادرات نفت از سال ۱۳۹۱، درآمدهای نفتی ایران روند تنزلی شدیدی را تجربه کرد و پس از آن سقوط تدریجی بهای نفت از اواسط سال ۱۳۹۳، این روند را شدت بخشید. هم‌زمان با تشدید تحریم‌ها و کاهش صادرات نفت در سال ۱۳۹۱، افزایش بیش از دو برابری نرخ ارز مانع از افت درآمدهای ریالی دولت شد که در سال ۱۳۹۲ هم این روند ادامه یافت. سقوط شدید بهای نفت در سال ۱۳۹۴ به کمتر از نصف سال قبل از آن و عدم افزایش قابل ملاحظه نرخ تبدیل ارز، منجر به از دست رفتن در حدود نیمی از درآمدهای ریالی قابل وصول نسبت به قبل شد. در سال جاری به رغم افزایش صادرات نفت و مشتقات آن به قبل از تحریم‌ها، عوامل مهم و تأثیرگذار ذیل مانع از رشد درآمدهای موثر ریالی دولت خواهد گردید، (۱) کاهش بهای نفت، (۲) افزایش سهم هزینه‌های سربار تولید و فروش نفت و (۳) تثبیت نرخ ارز با وجود افزایش تورمی هزینه‌های

روند رشد هزینه مصرف نهایی خانوارها (بدون مسکن)



را در جهت حمایت از صنایع بزرگ دولتی و شبه دولتی مبدول کرد، اما کارنامه عملکرد آن در خصوص صنایع کوچک و متوسط ضعیف ارزیابی می گردد. افزایش هزینه های تولید، نیروی کار، خدمات دولتی و مالیات ها به همراه سرکوب بهای فروش تولیدات (نظر به واردات گسترده و رکود عمیق) در کنار بی توجهی مسئولین ذیربط، به بهای تضعیف هر چه بیشتر این بخش مهم اقتصاد تمام شد.

مسکن

در طی نیم قرن اخیر تا سال ۱۳۸۰، نرخ رشد بهای زمین و مسکن بیش و کم در حول و حوش نرخ کلی تورم نوسان داشته است. در ابتدای دهه هشتاد هر چند یک پیک تند قیمت های زمین و مسکن به وقوع پیوست، اما در دولت های نهم و دهم بود که پر قدرت ترین پیک های تورمی زمین و مسکن در تاریخ ایران رقم خورد. در طی دوره ۹۲-۱۳۸۴ با وجود افزایش سطح کلی بهای کالاها و خدمات به میزان ۴،۴ برابر، بهای متوسط زمین و مسکن به ترتیب ۸ و ۶ برابر گردید. پس از دوره های صعود شدید بهای مسکن تا سال ۱۳۹۲، نظر به رشد نامتعارف و بی رویه قیمت مسکن، شکاف بین بهای عرضه و توان خرید

مصرف کنندگان به شدت عمیق گردید و در نتیجه فقدان قدرت خرید عامه مردم، رکود ایجاد شد. البته بخش مهمی از این امر به ورود به بخش رکود دوره تجاری مسکن بر می گردد. هر چند مافیای مسکن که به شدت در دولت های نهم و دهم قدرت گرفت، با فشار مستمر بر دولت یازدهم، در سودای استمرار کسب منافع کلان خود بود، اما ضمن این که عدم توان خرید مسکن عامه مردم، مهم ترین عامل توقف روند مخرب پیشین و کنترل بازار است، سیاست گذاری های اقتصادی دولت یازدهم در عدم تمکین به خواسته های ذینفعان نیز در این امر تاثیر گذار می باشد.

بورس

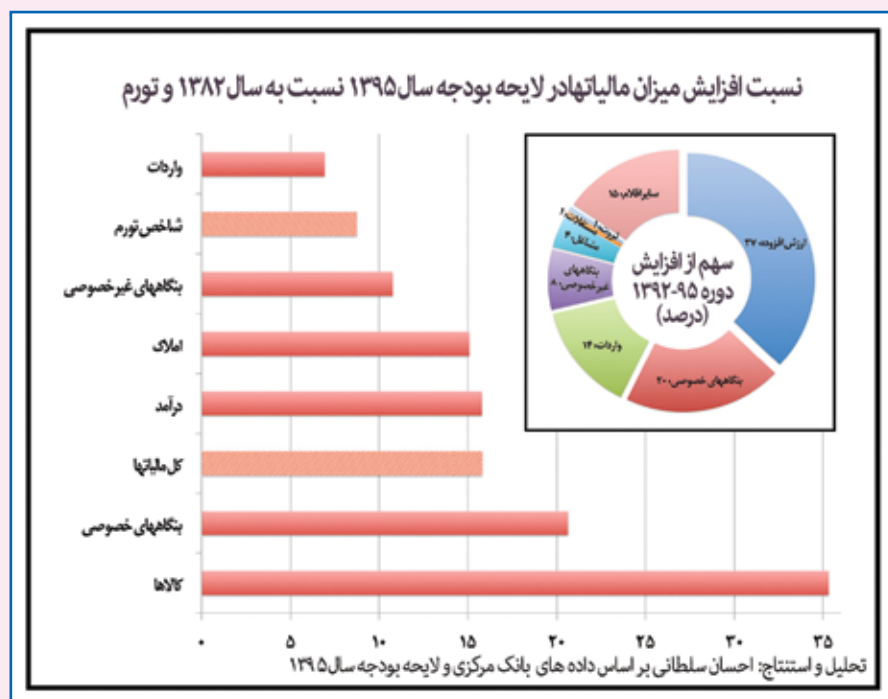
ارزش کل بورس تهران ۱۲۸۰ هزار میلیارد دلار (معادل با ۹۵ میلیارد دلار) در سال ۱۳۹۰ بوده است، بروز تحریم ها و افزایش شدید نرخ ارز منجر به افزایش بهای سهام و در نتیجه ۳ برابر شدن ارزش بازار بورس تا سقف ۳۹۰۰ هزار میلیارد ریال (معادل با ۱۲۰ میلیارد دلار) در سال ۱۳۹۲ گردید. با تخلیه حساب قیمتی ناشی از شوک ارزی، ارزش بازار بورس در سال ۱۳۹۳ به ۲۷۰۰ هزار میلیارد ریال (معادل با ۸۰ میلیارد دلار) تنزل یافت. در فصل چهارم سال ۱۳۹۴ بازار

بورس رشد قابل توجهی را تجربه کرد. در مجموع ملاحظه می شود که پس از شوک شدید قیمتی سال ۱۳۹۲، بروز رکود و سکون در بازار بورس امری چندان غیر طبیعی نبوده است. همچنین باید توجه داشت که بیش از ۶۰ درصد ارزش بورس تهران متعلق به بانک ها، پتروشیمی ها، فلزات اساسی و معادن است که در سال ۱۳۹۴ دچار بحران در بازارهای فروش داخلی و خارجی یا فعالیت خود بوده اند.

نقدینگی و بانک ها

گزارش بانک مرکزی حاکی از ۱۷ رقمی شدن حجم نقدینگی کشور به میزان ۱۰ کوادریلیون ریال (یک میلیون میلیارد تومان) در پایان سال ۱۳۹۴ می باشد که در مقایسه با شهریور ماه سال ۱۳۹۲، دو برابر شده است. هر چند که بسیاری از اقتصاددانان اعتقاد دارند که پوشش آماري چند موسسه اعتباری جدید توان اضافه کردن ۱۱۰۰ هزار میلیارد نقدینگی را ندارد، اما اگر ادعای بانک مرکزی درست باشد، باز هم نرخ رشد حجم نقدینگی در طی ۳۰ ماه اخیر بیش از ۶۰ درصد می باشد. در این میان نسبت شبه پول (سپرده های غیردبدراری بانکی) از کل نقدینگی از ۷۸ درصد به ۸۷ و سهم سپرده های سرمایه گذاری مدت دار از کل نقدینگی از ۷۰ درصد به ۸۰ درصد افزایش یافته است. این در حالی است که سهم شبه پول از کل نقدینگی در سال ۱۳۸۰، ۵۵ درصد و متوسط جهانی آن در حدود ۵۰ درصد می باشد.

در طی سال های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۴، بانک های خصوصی ۲۵۰۰ هزار میلیارد ریال سپرده از بخش خصوصی اخذ کرده و در مقابل ۱۱۰۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات پرداخت کرده اند، یعنی این که ۱۴۰۰ هزار میلیارد ریال سپرده جدید از بخش خصوصی اخذ شده، بی آن که تسهیلاتی در مقابل پرداخت گردد. با تفاضل سپرده های بخش خصوصی به میزان ۶۹۰۰ میلیارد ریال از تسهیلات اخذ شده به میزان ۴۱۰۰ میلیارد ریال، مجموع بدهی بانک های خصوصی به بخش خصوصی در سال ۱۳۹۴، بیش از ۲۸۰۰ هزار میلیارد ریال محاسبه می شود. سهم سپرده های بخش خصوصی نزد بانک های خصوصی از کل حجم نقدینگی نزدیک به ۷۰ درصد می باشد که بیش از ۴۰ درصد آن (۲۸ درصد از کل حجم نقدینگی) نزد



تعمیق رکود و سرکوب قیمت‌ها (با واردات ارزان قیمت) منجر به زیان دهی اغلب تولیدکنندگان صنعتی و کشاورزی شده و به رغم افزایش هزینه‌ها، با توجه به کسش ضعیف تقاضای بازار، آنها نتوانسته‌اند تولیدات خود را به قیمت تمام شده واقعی بفروشند. کاهش نرخ تورم در نتیجه تعمیق رکود و سرکوب بهای تولیدکنندگان داخلی و از سوی دیگر رفع شوک تورمی ناشی از افزایش نرخ ارز و کاهش عمومی بهای کالاها در سطح جهان به دست آمده و عواملی از قبیل حجم بالای نقدینگی، افزایش سرعت گردش پول، برگشت رونق به بازارهای داخلی و رشد اقتصاد جهانی، تداوم آن را به صورت جدی تهدید می‌کند.

ارز

هر چند که کمبود شدید منابع ارزی، منجر به فشار مستمر بر روی افزایش نرخ تبدیل ارز در سال ۱۳۹۴ گردید، اما از یک سو شرایط رکودی (و کاهش تقاضای ارز) و از سوی دیگر مقاومت دولت موجب شد تا بهای ارز چندان تغییری نسبت به سال ۱۳۹۲ نداشته باشد و در عمل نرخ تبدیل ارز موثر حقیقی کاهش یافت. با وجود کاهش قدرت رقابتی صادرکنندگان در بازارهای صادراتی و همچنین تولیدکنندگان در بازارهای داخلی،

تورم به حدود ۱۰ درصد در سال جاری است. در طی دو سال و نیم اخیر، نرخ متوسط تورم سالانه ۱۲٫۱ درصد و کالاهای قابل تجارت و غیرقابل تجارت به ترتیب ۸٫۴ و ۱۶٫۷ درصد و از سوی دیگر نرخ افزایش بهای تولیدکنندگان صنعتی و کشاورزی به ترتیب ۲٫۵ و ۷٫۴ درصد بوده است.

در طی دوره شهریور ۱۳۹۲ لغایت فروردین ۱۳۹۵، تورم بخش‌های غیرقابل تجارت (از قبیل خدمات عمومی و دولتی و مسکن) با نسبت در حدود ۲ برابر اقلام قابل تجارت (با امکان صادرات و واردات) افزایش داشته است. به عبارت دیگر نرخ رشد تورمی کالاهای غیرقابل تجارت و خدمات بین ۳۰ تا ۴۰ درصد بالاتر از نرخ عمومی تورم و رشد تورمی کالاها و کالاهای قابل تجارت به همین مقدار پایین‌تر از نرخ عمومی تورم بوده است. این امر ضمن این که تداوم بیماری هلندی اقتصاد را نشان می‌دهد، حاکی از این می‌باشد که کاهش نرخ تورم نه از طریق کاهش کلی و متوازن نرخ همه کالاها و خدمات مصرفی، بلکه به علت سرکوب بهای تولیدکننده صنعتی و کشاورزی حاصل شده است. در همین حال بهای خدمات دولتی، انرژی و مالیات‌ها در نرخ به مراتب بالاتر از نرخ کلی تورم بالا رفته است.

بانک‌ها باقی مانده و به صورت تسهیلات پرداخت نشده است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد بیش و کم همه بانک‌های خصوصی واقعی دارای تراز سپرده به مطالبات منفی هستند، یعنی این که بیش از اعطای تسهیلات، سپرده دریافت کرده‌اند و بخش قابل توجهی از منابع بانکی در آنها رسوب کرده است. در شرایطی که در سال ۱۳۹۱، خالص بدهی بانک-های خصوصی به کل اقتصاد کشور فقط ۱۷۰ هزار میلیارد ریال بوده، در پایان سال ۱۳۹۴، کل خالص بدهی بانک‌های خصوصی در حدود ۱۷۰۰ هزار میلیارد می‌باشد که از کل سرمایه آنها بیشتر است. تحلیل داده‌های بانکی حاکی از این است که بیش از نیمی از بانک‌های خصوصی ورشکسته هستند و تا کنون با جذب سپرده‌ها با نرخ‌های سود بالا نتوانسته‌اند به فعالیت خود ادامه دهند.

برآیند بسیار مهم سیاست‌های بانکی کشور در تحدید و تضعیف بخش مولد بوده است. در شرایطی که در سال‌های ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴، کم و بیش هم تولیدکننده صنعتی و هم کشاورزی با افزایش بهای تولیدات ناچیزی روبرو بودند، رکود عمیق اقتصادی، کمبود نقدینگی و افزایش شدید هزینه پول، آنها را با بحران روبرو کرد. افزایش نرخ‌های سود بانکی و بیش از آن بانکی غیررسمی و بازار سیاه که به بیش از ۶۰ درصد رسیده است، ایران را به بهشت سپرده‌گذاران بانکی و رباخواران تبدیل کرده است. آن هم در دوره‌ای از تاریخ جهان که در چند سال گذشته نرخ‌های سود بانکی در سطح جهان روند نزولی داشته و در کشورهای اروپایی، آمریکا و ژاپن (که ۷۰ درصد اقتصاد جهان را شامل می‌شوند) به نزدیک صفر رسیده است. کمبود نقدینگی و نرخ بالای سود تسهیلات بانکی از سویی شرایط تولید را دشوار کرده و از سوی دیگر به میزان زیادی قدرت رقابت در برابر کالاهای وارداتی را از تولیدکنندگان گرفته است. به نظر می‌رسد بیش از آن چه مصالح کلان اقتصاد کشور مد نظر باشد حفظ وضعیت نامطلوب و غیرقابل قبول و منافع سیستم بانکی هدف بوده، هر چند که منجر به تشدید وخامت اوضاع این بخش نیز شده است.

تورم و رکود

آخرین آمارهای رسمی حاکی از تداوم کاهش نرخ



نظر به این که قیمت های داخلی به نرخ ارز حساسیت بالایی دارند، کنترل نرخ تبدیل به ارز با وجود تضعیف تولید داخلی به نفع مصرف کنندگان تمام شد. در هر صورت اقتصاد کشور نیازمند یک نظام ارزی با افق بلندمدت و از سوی دیگر بدون اتکا به ارز حاصل از فروش منابع خام و اولیه است.

مالیات ها

در لایحه بودجه سال ۱۳۹۵، درآمد های مالیاتی یکصد هزار میلیارد تومان پیش بینی شده است. هر چند در طی استقرار دولت یازدهم از سال ۱۳۹۲، بودجه کل کشور ۳۱ درصد افزایش داشته، اما میزان وصول درآمد های مالیاتی دو برابر شده که به مفهوم افزایش ۳،۵ برابری مالیات ها نسبت به رشد بودجه کل کشور است. از سوی دیگر با توجه به برآورد افزایش تولید ناخالص داخلی (اسمی) به میزان ۵۰ درصد در سال جاری، ملاحظه می شود که نرخ رشد مالیات ها دو برابر بیش از رشد اقتصاد تورم می باشد. در لایحه بودجه سال ۱۳۹۵، سهم مالیات ارزش افزوده از کل مالیات ها ۲۹،۳ درصد، بنگاه های خصوصی ۲۲،۳ درصد، واردات ۱۵،۱ درصد، بنگاه های غیر خصوصی ۹،۷ درصد، حقوق و دستمزد ۸،۷ درصد، مشاغل ۴،۲ درصد، ثروت ۲،۵ درصد و مستغلات ۰،۸ درصد، در

نظر گرفته شده است.

بر اساس لایحه بودجه، در سال ۱۳۹۵ نسبت به سال ۱۳۹۲، مالیات ارزش افزوده ۲،۹ برابر، واردات ۱،۹ برابر، بنگاه های خصوصی ۱،۹ برابر، درآمد ۱،۹ برابر، بنگاه های دولتی ۱،۷ برابر و ثروت ۱،۲ برابر رشد خواهد داشت. از کل افزایش مالیات لایحه بودجه سال ۱۳۹۵ نسبت به مالیات سال ۱۳۹۲، ۳۷ درصد سهم مالیات ارزش افزوده، ۲۰ درصد سهم بنگاه های خصوصی، ۱۴ درصد سهم واردات، ۷،۸ درصد سهم بنگاه های عمومی، ۴ درصد سهم مشاغل و فقط به ترتیب ۰،۸ و ۰،۶ درصد سهم مستغلات و ثروت است. بنابراین افزایش بار مالیاتی بنگاه های خصوصی بیش از واردات، ۲،۶ برابر بنگاه های دولتی، ۵ برابر مشاغل (شامل همه اصناف و عمده فروشان و خرده فروشان)، ۳۱ برابر ثروت و ۲۵ برابر مستغلات است.

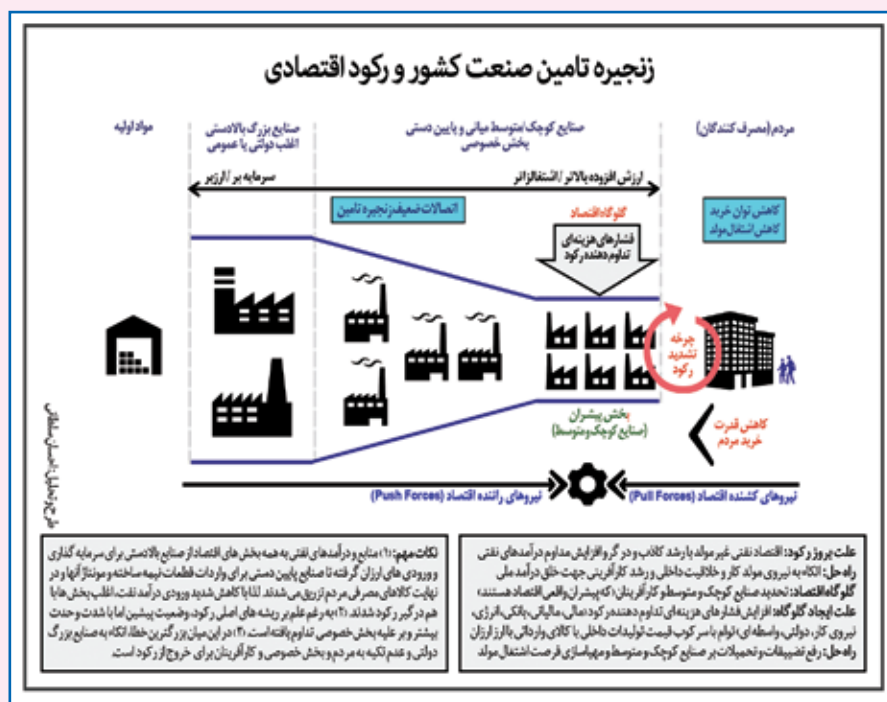
شاخص های جهانی

در سال های اخیر به کرات در محافل دولتی و بخش خصوصی در خصوص شاخص هایی از قبیل سهولت کسب و کار، رقابت پذیری جهانی، توسعه انسانی و امثالهم بحث های زیادی در گرفته است. در این رابطه شایان ذکر می باشد که هم اکنون نزدیک به ۲۰۰ کشور بزرگ و کوچک جهان در فهرست سازمان های

بین المللی قرار داشته و رتبه بندی شاخص های فوق الذکر به صورت متوسط بیش از ۱۵۰ کشور را در بر می گیرد. در سال ۲۰۱۴ میلادی (متناظر با ۱۳۹۳) بر اساس نرخ های برابری دلار و برابری قدرت خرید، اقتصاد ایران به ترتیب در رتبه های ۲۸ و ۱۸ جهانی قرار می گیرد. اندازه اقتصاد ایران بر پایه نرخ های برابری دلار و برابری قدرت خرید، به تنهایی به ترتیب از ۷۷ و ۸۷ کشور جهان بزرگتر است. در سطح جهانی رتبه های پایین تر از ۱۰۰ اهمیت نداشتند و برای کشوری در حد و اندازه ایران، اصولاً رتبه های کمتر از ۵۰ موضوعیت ندارد، چه برسد به این که به عنوان مثال تغییر رتبه ایران از ۱۴۰ به ۱۳۰ یا بالعکس، به عنوان مسئله ای قابل توجه دیده شده و درباره آن بحث گردد. همچنین با این که وضعیت کشورها و شیخ نشین های حوزه خلیج فارس از لحاظ شاخص های رقابتی مناسب است، اما رتبه های بسیار عالی آنها حاکی از اعمال نظر در تدوین این گونه گزارش ها می باشد.

بحران مزمن و ریشه دار اقتصادی ایران که با عمیق تر شدن رکود، هر روز بیشتر خود را عیان می سازد، ریشه در سیاست گذاری ها و ساز و کارهایی دارد که کم رنگ شدن نقش مردم در اقتصاد و بسته شدن فضای فعالیت مولد و سازنده آنها را در پی داشته و آن چه در عمل مستمرا به وقوع پیوسته افزایش هزینه های کار و تلاش و کاهش هزینه های رانت خوری و سوداگری آلوده به فساد بوده است. عامه مردم از سویی امکان فعالیت اقتصادی مولد را از دست داده و از سویی با نبود درآمد لازم و کافی توان مصرف را ندارند. راهکار نجات اقتصاد ایران نه در تکیه بر فروش منابع ملی، بلکه در اتکا به نیروهای مولد داخلی با پیگیری سه محور (۱) کاهش اندازه و ابعاد دولت و افزایش کارآمدی و کارایی آن، (۲) تحدید بخش شبه دولتی رانتهی و سربار اقتصاد و (۳) گشایش فضا و کاهش هزینه های کسب و کار بخش خصوصی مولد، است.

در پایان ضمن آرزوی موفقیت برای دولت یازدهم در خدمت به مبهن اسلامی، امید می رود با همکاری و پشتیبانی مجلس جدید و بازسازی تیم اقتصادی دولت، تحولات مثبت سیاست خارجی که در تسهیل روابط تجاری، کاهش تنش های سیاسی و تقویت وزنه منطقه ای منعکس شده، بتواند در خروج اقتصاد از رکود و تسریع توسعه اقتصادی و در کنار آن ایجاد اشتغال مولد و بهبود معیشت عامه مردم تاثیر گذاری لازم را داشته باشد.



وزیر صنعت: حال و روز صنعت فاجعه‌بار است اقتصاد ایران در آستانه رفتن دوباره به کما

ضعف ما است در عین حال به دلیل کاهش سرمایه‌گذاری در بخش صنعت شاهد فاجعه هستیم.

۲- در رونق اقتصادی در بین ۱۲۸ کشور جهان رتبه ۱۰۶ هستیم. در رونق اقتصادی به شدت مشکل داریم که می‌توان آن را در بین جوانان، فعالان اقتصادی و جامعه مشاهده کرد.

۳- در شاخص آزادی اقتصادی از بین ۱۸۶ کشور جهان رتبه ما ۱۷۱ است، مقررات دست و پاگیر باعث می‌شود فعالان اقتصادی نتوانند آزادانه فعالیت داشته باشند.

۴- رشد اقتصادی ما تا سال ۹۰ مثبت بود که از سال ۹۰ تا ۹۲ به شدت کاهش پیدا کرد و رشد منفی داشتیم اما از سال ۹۴ روند کاهش این رشد منفی، کاهش پیدا کرد.

۵- از سال ۹۰ کاهش سرمایه‌گذاری داشتیم و در بخش صنعت و معدن ۴۱ درصد رشد منفی را شاهد بودیم. در سال ۹۲، ۱۰ درصد رشد منفی داشتیم که از سال ۹۳ این رقم به ۸٫۱ درصد رسید در حالی که ما باید ۲۰ تا ۲۵ درصد رشد مثبت داشته باشیم. با این وجود با توجه به کاهش سرمایه‌گذاری‌ها و روند رشد منفی در این بخش، موجب شده تا فاجعه در بخش صنعت به دلیل عدم سرمایه‌گذاری به وجود آید.

۶- دو میلیون و ۱۱۷ هزار کسبه در بخش اصناف داریم که آمار رسمی و حدود ۷۰۰ الی ۸۰۰ هزار مورد هم کسبه و اصناف غیررسمی هستند که به دلیل معضل بیکاری به وجود آمده است. در مجموع سه میلیون صنف و شش میلیون نفر را شامل می‌شود.

در ماه گذشته دو وزیر کلیدی اقتصادی کشور یعنی وزیر اقتصاد و دارایی و صنعت، معدن و تجارت به مجلس شورای اسلامی رفته و در جمع نمایندگان تازه مجلس گزارش‌هایی را از شرایط و حال روز صنعت، معدن، تجارت و شاخص‌های اقتصادی ارائه داده‌اند که به خوبی نشان می‌دهد، شرایط اقتصادی و صنعتی کشور در وضعیتی کاملاً بحرانی به سر می‌برد و مانند بیماری است که در آستانه ورود به کماست؛ سال پیش رییس‌جمهور در جریان گفتگویی تلفنی اعلام کرد دولت یازدهم در شرایطی اقتصاد را تحویل گرفت که مانند بیماری بود که به کما رفته بود و دولت آن را از به هوش آورده است و حالا شرایط خوبی دارد و تنها بعضی وقت‌ها سرما می‌خورد اما به نظر می‌رسد که وزرای اقتصادی دولت باید به رییس‌جمهور گزارش دهند و اعلام کنند که این بیمار دوباره دچار عفونت شدید شده است و ممکن است بار دیگر به کما برود، اگرچه برخی از شاخص‌های اقتصادی در این مدت بهبود یافته و امیدهای جدید شکل گرفته ولی این بار بیماری اقتصادی کشور از نقطه‌ای دیگر کلید خورده است و رکود بحران‌های جدیدی را شکل داده است و بار دیگر شرایط اقتصادی در وضعیت خطر قرار گرفته است، وضعیتی که بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۲ هم در کشور تجربه شد و تبعات بسیار زیادی برای کشور داشت. برای پی بردن به این شرایط که وزیر صنعت، معدن و تجارت هم از آن به عنوان «حال و روز فاجعه‌بار» یاد کرد، نگاهی می‌اندازیم به تمام اعداد و مهم‌ترین مواردی که از سوی محمدرضا نعمت‌زاده و علی طیب‌نیا ارائه شد.

اعداد نعمت زاده از شرایط صنعت، معدن و تجارت:

۱- رتبه ایران در فضای کسب و کار جهانی یکی از نقاط ضعف ما است، در بین ۱۸۹ کشور در فضای کسب و کار رتبه ۱۱۸ را داریم. در سه سال گذشته رتبه ما رو به بهبود بوده اما کماکان فضای کسب و کار یکی از نقاط

۷- از سال ۹۰ تا ۹۴ روند صادرات غیرنفتی رو به افزایش بوده است اما سرعت آن کم است. سال گذشته با وجود رکود اقتصادی اجازه ندادیم صادرات کاهش پیدا کند. در عین حال با توجه به افت شدید قیمت‌های جهانی به ویژه نفت و میعانات گازی در این بخش جمعا ۴۲ میلیارد دلار صادرات داشتیم که نسبت به سال گذشته‌اش کاهش داشته است و دلیل آن کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی است.

۸- در دولت گذشته خصوصی‌سازی ناصحیح به خاطر رد دیون انجام می‌شد که در این دولت این کار را متوقف کردیم. ناهماهنگی‌ها در سیاست‌های پولی و ارزی تا زمانی که ارز دونرخی باشد به ضرر تولید ملی است.

۹- به دلیل سود بحث خدمات، بانک‌ها تمایل دارند که تسهیلاتشان را به این بخش بدهند.

اعداد علی طیب‌نیا از شاخص‌های اقتصادی:

۱- پیش از شروع به کار دولت تدبیر و امید، ترکیبی از نارسایی‌های بلندمدت ساختاری و نهادی، سیاست‌های نادرست اقتصادی و تحریم‌های مختلف مالی و اقتصادی، رشد اقتصادی با میانگین سالانه در حدود ۲,۲ درصد را برای دوره هشت ساله منتهی به سال ۱۳۹۲ در پی داشت، رشدی که به زحمت توانست آثار رشد جمعیت بر کاهش درآمد سرانه را خنثی کند، رشدی لازم و بسیار کمتر از میانگین نزدیک به ۴,۶ درصدی رشد بلندمدت اقتصادی کشور در بیش از نیم قرن اخیر و نیز با فاصله زیاد از هدف ۸ درصدی که در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه کشور و برای تحقق اهداف سند چشم‌انداز ۲۰ ساله پیش‌بینی شده بود.

۲- اکنون در شرایطی هستیم که نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه تک‌رقمی شده و در اردیبهشت ماه به ۷,۴ درصد رسیده است و نرخ تورم متوسط سالانه در همین ماه به ۱۰,۴ درصد کاهش یافته و در آستانه تک‌رقمی شدن نرخ تورم قرار داریم، دامنه نوسانات نرخ ارز نیز بسیار محدود شده است، متوسط نرخ دلار در بازار آزاد در سال ۹۴ معادل سه هزار و ۴۵۰ تومان بود که در مقایسه با سال ۹۳ فقط حدود ۵,۲ درصد افزایش یافته است. برای مقایسه کافی است توجه کنیم که متوسط نرخ دلار در بازار آزاد در سال ۹۱ نسبت به سال ۹۰، بیش از ۹۲ درصد افزایش یافته بود، همچنین شکاف نسبی نرخ دلار بازار آزاد و بازار رسمی با ۷,۱ واحد درصد کاهش نسبت به سال قبل به ۱۶,۶ درصد در سال ۱۳۹۴ رسید.

۳- در این شرایط، بسیاری از کشورهای صادرکننده نفت با تورم شدید و کاهش قابل‌ملاحظه ارزش پول ملی مواجه شدند، برای مثال روسیه تحت تاثیر کاهش درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام، با کاهش رشد

اقتصادی و افزایش قیمت‌ها و کاهش ارزش پول ملی خود در برابر دلار مواجه شد، به نحوی که ارزش پول ملی روسیه در برابر دلار از اواسط سال ۲۰۱۴ تا اواخر سال ۲۰۱۵ تقریبا نصف شد و ارزش یک دلار از ۳۵ به ۷۰ روبل رسید. نرخ تورم از حدود ۶ درصد در سه‌ماهه ابتدایی سال ۲۰۱۴ به بیش از ۱۵ درصد در انتهای سال ۲۰۱۵ افزایش یافت.

۴- در سال ۹۴ موفق شدیم بر اساس گزارش مرکز آمار ایران رشد مثبت اقتصادی را در سطحی پایین‌تر و معادل مثبت یک درصد حفظ کنیم.

۵- عوامل مختلفی دست به دست هم دادند تا سال ۹۵ را سالی تعیین‌کننده برای آینده اقتصادی کشور بنمایند. ورود به دوره پسابرجام و گشایش‌های اقتصادی و مالی، با پایان یافتن تحریم‌های ظالمانه اقتصادی علیه مردم کشورمان، فضای مناسب اقتصادی در پی ایجاد آرامش و ثبات در بازارهای اقتصادی، وجود ظرفیت‌های خالی اقتصادی، عزم دولت به رعایت انضباط مالی و پولی و نهایتا سیاست‌های مناسب اتخاذشده برای انجام اصلاحات ساختاری و نهادی در اقتصاد، در چارچوب عملیاتی کردن سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، نوید نرخ‌های رشد اقتصادی بالاتر و آغاز رونق اقتصادی در سال ۹۵ را می‌دهد.

۶- بنابراین بخشی از سیاست‌های دولت در سال جاری تلاش برای فعال ساختن ظرفیت‌های بالقوه تولیدی که به دلیل تحریم‌ها و شرایط اقتصادی در سال‌های اخیر بلااستفاده مانده بود یا کمتر از ظرفیت اسمی مورد استفاده قرار می‌گرفت، است.

۷- تلاش داریم تا منابع مالی موجود را به سمت سرمایه در گردش واحدهای تولیدی و حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط و اعطای تسهیلات با هدف ایجاد تقاضا برای محصولات واحدهای تولیدی، سوق دهیم تا هم به نرخ‌های بالاتر رشد اقتصادی برسیم و هم فراگیری این رشد را گسترش دهیم.

گفتنی است دولت در ماه‌های گذشته امیدهای بسیاری به روزهای پساتحریم و پسابرجام داشته است و پیش‌بینی می‌کرده که با رشد بسیار زیاد سرمایه‌گذاری‌ها و برداشته شدن کامل تحریم‌ها مواجه باشیم؛ اتفاقاتی که در نهایت آن گونه که مدنظر دولت بوده است رخ نداده اما به اعتقاد کارشناسان دولت باید برنامه‌های جایگزینی را برنامه‌ریزی کند و خروج از رکود را در رأس کارهای اقتصادی خود قرار دهد تا چرخ اقتصاد کشور به چرخش در بیاید. کارشناسان می‌گویند در کنار برنامه‌های میان و بلندمدت، دولت باید طرحی اورژانسی را در دستور کار خود قرار دهد و به وضعیت کنونی سر و سامان دهد و گرنه بحران شدت خواهد گرفت و بار دیگر اقتصاد کشور به کما می‌رود.

در پانزدهمین نشست هیئت نمایندگان اتاق تهران مطرح شد مطالبات ده‌گانه بخش خصوصی از دولت

واحدهای تولیدی که با کاهش تولید و درآمد در مقایسه با سال ۱۳۹۳ مواجه بوده‌اند، بر اساس درخواست ایشان، بررسی دفاتر جهت سال ۱۳۹۴ صورت گرفته و ملاک تعیین مالیات دفاتر قانونی ایشان باشد.

۲- معاف کردن سود تفاوت نرخ تسعیر ارز حاصل از صادرات از هرگونه مالیات و عوارض و عطف به ماسبق نمودن معافیت مذکورله بازرگانان از سال ۱۳۹۰

مسعود خوانساری در توضیح دومین ماده پیشنهادی هیئت نمایندگان اتاق تهران که به مسئله مالیات تفاوت نرخ تسعیر ارز حاصل از صادرات مرتبط است گفت: تعیین مالیات، برای آنچه سود تفاوت نرخ تسعیر ارز عنوان می‌شود، در حالی صورت می‌گیرد که صادرات به خودی خود از مالیات معاف است و تعیین این نوع مالیات، مشکلات بسیاری برای صادرکنندگان پدید آورده و آنها را با ارقام سنگین مالیاتی مواجه ساخته است.

خوانساری در مورد معافیت مالیاتی برای این بخش از فرآیند صادرات گفت: با هدف توسعه صادرات و ایجاد انگیزه نزد تجار کشور، رفع معضل مالیات تسعیر ارز، برای سال‌های گذشته و نیز سال ۱۳۹۵ موضوعی بسیار خطیر و حیاتی است. با عنایت به اهداف دولت در

مقاومتی می‌تواند با کمترین بوروکراسی ممکن، این اقدامات را به مرحله اجرا برساند و ناظر بر حسن اجرای آن باشد.

مشکلات مالیاتی

۱- دریافت مالیات عملکرد واحدهای صنعتی در سال ۱۳۹۴ مطابق با مالیات قطعی عملکرد در سال ۱۳۹۳ و در صورت اعتراض مؤدی به کاهش درآمد در مقایسه با سال ۱۳۹۳، رسیدگی دفاتر و دریافت مالیات بر اساس نتایج رسیدگی عادلانه

با توجه به اینکه فعالان اقتصادی این روزها، در محافل بخش خصوصی و البته در مواجهه با مقامات دولتی از فشار مالیاتی در شرایط رکود، ابراز استیصال می‌کنند، نخستین پیشنهاد اعضای هیئت نمایندگان اتاق به مسئله مالیات اختصاص یافت. رییس اتاق تهران در توضیح این ماده پیشنهادی عنوان کرد که با توجه به رکود حاکم بر فضای اقتصاد کشور در سال ۱۳۹۴ و نیز عدم رشد اقتصادی قابل قبول واحدهای تولیدی، پیشنهاد می‌شود برای کلیه واحدهای تولیدی کشور مالیات قطعی شده سال ۱۳۹۳، با افزایشی معادل شاخص تورم تولیدکننده ملاک تعیین مالیات در سال ۱۳۹۴ قرار گیرد. بدیهی است آن دسته از مؤدیان در

پانزدهمین نشست هیئت نمایندگان اتاق تهران در حالی برگزار شد که مسعود خوانساری، رییس اتاق تهران از مطالبات ده‌گانه اعضای هیئت نمایندگان اتاق از رییس ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی گفت، مطالباتی که در نشست هیئت نمایندگان نیز مطرح و در مورد آن بحث و بررسی صورت گرفت. پس از دیدار رییس اتاق تهران با معاون اول رییس‌جمهور که در آن برخی از مطالبات جدی بخش خصوصی در جهت تسهیل و بهبود فضای کسب‌وکار مطرح شده بود، این مطالبات در پانزدهمین نشست هیئت نمایندگان اتاق تهران نیز عنوان و در مورد آن بحث و بررسی شد تا در نهایت این مطالبات به شکل سرفصل‌های روشن و مشخصی به عنوان مطالبات بخش خصوصی به ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی اعلام شود؛ ستادی که ریاست آن بر عهده اسحاق جهانگیری است و از اختیارات کافی برای اجرای این مطالبات برخوردار است.

مطالبات ده‌گانه هیئت نمایندگان اتاق تهران برای حل بخشی از مشکلات بخش خصوصی در حوزه مالیات، بیمه تامین اجتماعی، صنعت سیمان، قیمت حامل‌های انرژی، قیمت ارز، بهبود فضای کسب‌وکار و نظام بانکی است. به گفته رییس اتاق تهران این اقدامات جملگی از اختیارات دولت است و ستاد فرماندهی اقتصاد



به پایان سال موکول کرد تا اطمینانی نسبی حاصل شود که فروشنده کالا و خدمات حق و حقوق خود را دریافت کرده است و می‌تواند مالیات بر ارزش افزوده قانونی را بپردازد.

مشکلات بیمه‌ای

۴- اجرای صریح مواد ۳۹ و ۱۰۱ قانون تامین اجتماعی توسط سازمان مذکور در مورد مسایل و مشکلات فعالان بخش خصوصی در حوزه بیمه تامین اجتماعی، هیئت نمایندگان اتاق تهران ابتدا خواستار اجرای صریح مواد ۳۹ و ۱۰۱ قانون تامین اجتماعی توسط سازمان تامین اجتماعی شد. مسعود خوانساری گفت: برداشت و تحلیل غلط از قانون تامین اجتماعی و خلاف نص صریح آن، ضمن صدور بخشنامه‌های فنی و اجرایی، واحدهای سازمان را مکلف می‌کند در دوره‌های حداکثر ۱۰ ساله ضمن حسابرسی

ارائه‌شده را به صورت تعهدی و در سررسید طولانی پس از صدور فاکتور فروش یا صورت وضعیت دریافت می‌کنند. در حالی که رویکرد سازمان امور مالیاتی در دریافت مالیات ارزش افزوده با مهلت حداکثر تا پایان دوره سه‌ماهه پس از صدور فاکتور فروش، در حالی که فروشنده کالا یا خدمات، ارزش کالا یا خدمت فروخته شده را دریافت نکرده است، اقدامی ناعادلانه و مانعی در توسعه کسب و کار عنوان می‌شود.

رییس اتاق تهران در این مورد گفت: برای نجات فعالان اقتصادی از این تنگنا به معاون اول رییس‌جمهور پیشنهاد شده است که برای خروج از این تنگنا تمهیدات مناسبی اندیشیده و راهکار مناسبی جایگزین شود تا نه اجحافی در حقوق سازمان امور مالیاتی و بیت‌المال ایجاد شود و نه فشار مضاعف و ناعادلانه‌ای به فعالان اقتصادی وارد شود. خوانساری گفت: برای مثال می‌توان مهلت سه‌ماهه را تمدید و

توسعه صادرات غیرنفتی پیشنهاد می‌شود بخشنامه و دستورالعمل سازمان امور مالیاتی در بخش مذکور بلااثر شده و تجار کشور از پرداخت مالیات ناشی از تسعیر و تبدیل ارز حاصله از صادرات معاف شوند. بدیهی است ضرورت ایجاد انگیزه و نشاط ایجاب می‌کند این موضوع به سال‌های قبل نیز تسری یابد.

۳- دریافت مالیات ارزش افزوده از حالت تعهدی به حالت نقدی و پس از قطعیت پرداخت ارزش فاکتور فروش یا صورت وضعیت انجام خدمات به فروشنده یا پیمانکاران نمایندگان بخش خصوصی کشور معتقدند پرداخت مالیات ارزش افزوده با توجه به رویکرد دریافت از حلقه‌های معاملاتی، به معضلی برای فعالان اقتصادی تبدیل شده است. در شرایط فعلی با بروز پدیده رکود، اصولاً تولیدکنندگان و پیمانکاران حتی ارزش کالای فروخته یا صورت وضعیت خدمات

اجرای قانون بهبود فضای کسب و کار

۹- تاکید موکد بر اجرای مواد ۲ و ۳ قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار پیشنهاد دیگر اعضای هیئت نمایندگان اتاق تهران به رییس ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی، اجرایی شدن مواد ۲ و ۳ قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار است. خوانساری در این باره توضیح داد: این مواد قانونی دستگاه‌های دولتی را مکلف می‌کند که در فرآیند تدوین و اصلاح مقررات و آیین‌نامه‌ها نظر اتاق‌ها و تشکل‌های اقتصادی ذیربط را جویا شوند و بدون نظرخواهی از بخش خصوصی آیین‌نامه جدیدی را مصوب و اجرا نکنند. این مواد قانونی باید به طور کامل عملیاتی شده و روی اجرای آن نیز نظارت و حساسیت وجود داشته باشد.

۱۰- اصلاح نظام بانکی

خوانساری یکی از مهم‌ترین خواسته‌های بخش خصوصی از دولت و ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی را اصلاح نظام بانکی خواند. رییس اتاق تهران گفت: اولویت نخست اقتصاد کشور در دوران فعلی اصلاح نظام بانکی است. دولت می‌تواند در جهت شفاف‌سازی معاملات نظام بانکی، تقویت سرمایه بانک‌های تجاری و تخصصی و تطبیق مقررات بانکی با مقررات بانکی بین‌المللی حرکت کند و به تدریج اصلاحات جدی‌تر و عمیق‌تر را در مشارکت و هماهنگی با نهاد قانون‌گذار پی بگیرد. خوانساری افزود: به تعویق انداختن این اصلاحات می‌تواند باعث از دست رفتن فرصت ویژه پسابرجام شود. اصلاح نظام بانکی می‌تواند از درون خود بانک‌ها و با نظارت دقیق بانک مرکزی آغاز شود. ضمن این که برای تغییر و اصلاح قوانین اصلی بانکی نیز باید با تدقیق و تعمق بیشتر، از نظر کارشناسان خبره بانکی و فعالان اقتصادی بهره برد.

احداث رویه بتنی برای جاده جدیدالاحداث توسط وزارت راه و شهرسازی

منطقی کردن قیمت حامل‌های انرژی

۷- تک‌نرخی و منطقی شدن قیمت حامل‌های انرژی رییس اتاق تهران همچنین برای منطقی کردن قیمت حامل‌های انرژی ضمن اشاره به کاهش جهانی آن عنوان کرد: به منظور کاستن از فاصله قیمت سوخت با قیمت‌های جهانی و بهره‌گیری از این فرصت جهت افزایش بهره‌وری به ویژه در حوزه حمل‌ونقل و کاستن از لطمات اقتصادی ناشی از عرضه سوخت ارزان، پیشنهاد می‌شود تا قیمت حامل‌های انرژی منطقی شود تا سبب افزایش بهره‌وری و رقابت گردد. ضمن این که دونرخ شدن سوخت سبب‌ساز بروز رانت و فساد خواهد شد و لازم است از آن پرهیز شود.

تک‌نرخی شدن ارز

۸: اعمال سیاست تک‌نرخی شدن ارز در بازه زمانی مشخص مهم‌ترین مطالبه فعالان بخش خصوصی نیز تک‌نرخی شدن ارز است که مسعود خوانساری در این باره گفت: از آنجا که بالاتکلیفی وضعیت این متغیر مهم اقتصادی پیش‌بینی‌پذیری و تصمیم‌گیری در فضای کسب و کار را تا حدودی غیرممکن ساخته است، مطالبه بخش خصوصی این است که دولت در خصوص اعمال سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز، دست به اقدامی عاجل زده و ارباب حرف و تجارت را از سردرگمی خارج کند. اعضای هیئت نمایندگان اتاق تهران در این باره بیانیه‌ای جداگانه نیز صادر کردند که در نشست عمومی قرائت و مصوب شد.

اسناد مالی و دفاتر فعالان اقتصادی نسبت به افزایش حوزه شمول پرداخت حق بیمه به قراردادهای خرید اقلام و کالا و نیز خرید خدمات، اقدام و ضمن محاسبه جرایم دیرکرد تأدیه نسبت به وصول مبالغی گزاف و غیرمنصفانه و غیرقابل پرداخت عمل کند. این امر در حالی است که حسابرسی سالانه به‌رغم نص صریح قانون که سازمان را مکلف به بازرسی و نه حسابرسی (مطابق مواد ۳۹ و ۱۰۱ قانون) ظرف مدت ۶ ماه از تاریخ ارسال فهرست بیمه‌شدگان کارگاه‌ها می‌کند، خلاف تلقی شده و لازم است، تمکین از قانون به سازمان تأمین اجتماعی موکدا الزام شود.

۵- اصلاح عدم تسری حق بیمه، موضوع ۴ درصد مشاغل سخت و زیان‌آور به قبل از تصویب قانون مذکور و عدم عطف به ماسبق نمودن قانون یادشده

خوانساری در ادامه مشکلات بیمه‌ای به آیین‌نامه‌ای اشاره کرد که در تاریخ ۸۶/۲/۵ به تصویب هیئت وزیران رسیده و طی آن پرداخت ۴ درصد حق بیمه مربوط به مشاغل سخت و زیان‌آور به سنوات قبل از تصویب قانون تسری داده شده و کارفرما را مکلف به پرداخت یکجای آن می‌کند. او گفت: اکنون هیئت نمایندگان اتاق تهران با توجه به مشکلات متعددی پیش‌آمده برای فعالان اقتصادی، پیشنهاد اصلاح این آیین‌نامه را مطرح کرده است.

۶- توجه خاص به مشکلات صنعت سیمان در حوزه صادرات به کشور عراق با رویکرد مذاکره با مقامات عراقی از مجاری مربوط توسعه صادرات کالای مذکور با ارایه تخفیف در خدمات حمل و نقل دریایی برای توسعه بازارهای آفریقایی و افزایش تقاضا در بازار داخل با رویکرد ضرورت

نشریه تجاری دانشگاه هاروارد مطرح کرد:

۵ چالش تجارت با ایران

که می‌خواهند وارد بازار ایران شوند باید شاخص‌های اصلی اقتصاد کلان ایران را بشناسند و ارزیابی درستی از آن داشته باشند. تمرکز روی داده‌هایی از قبیل رشد جمعیت، تورم، رشد تولید ناخالص داخلی راهی برای پیش‌بینی میزان توسعه بازار در سال‌های آینده است و می‌تواند برآوردی نسبی در مورد سطح درآمد و سودآوری شما ارائه دهد.

سوم: یک شریک محلی خوب پیدا کنید. با وجود اینکه طبق قانون ایران شما می‌توانید به طور مستقل در ایران نمایندگی راه‌اندازی کنید و کار کنید ولی بهتر است در ابتدای کارتان در ایران از یک توزیع‌کننده محلی استفاده کنید. شرکت‌ها از مدل دویی برای پیدا کردن شریک ایرانی استفاده می‌کنند. به این معنا که از شرکای خود در دویی برای برقراری ارتباط با بازرگانان ایرانی استفاده می‌کنند و این راهی است که از این طریق شرکت‌ها می‌توانند توزیع‌کنندگان یا شرکای ایرانی را پیدا کنند. بسیاری از شرکت‌های غربی همین کار را از طریق ترکیه انجام می‌دهند و از طریق نمایندگی‌های خود در ترکیه تلاش می‌کنند تا شرکای قابل‌اعتماد ایرانی پیدا کنند.

چهارم: باید بازار سیاه کالای خود را شناسایی کنید و با این بازار مبارزه کنید زیرا این بازارها می‌توانند دید مصرف‌کنندگان را در مورد کالایی که تولید می‌کنید و به بازار ایران عرضه می‌کنید تغییر دهد. در این وضعیت است که محصول شما با استقبال کمتری نسبت به دیگر کالاهای موجود در بازار روبه‌رو می‌شود.

پنجم: مشکل اصلی همکاری با ایران در شرایط فعلی دسترسی به منابع مالی و ارزش‌های خارجی است. حتی شرکت‌های ایرانی ممکن است هفته‌ها منتظر بمانند تا برای واردات کالا به ایران منابع مالی و ارزی به دست آورند. بدون دسترسی به سیستم مالی آمریکا، این فشار در آینده نزدیک هم کاهش نمی‌یابد. از طرفی سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز در ایران و سیاست‌های دولتی در حمایت از صنایع داخلی هم می‌تواند فشار دیگری روی نظام تأمین مالی خارجی در ایران وارد کند.

نشریه تجاری دانشگاه هاروارد، ایران را سرزمین فرصت‌های اقتصادی برای سرمایه‌گذاران خارجی می‌داند ولی می‌نویسد که با دیدی روشن و با انتظاراتی واقعی وارد اقتصاد ایران شوید و بدانید که هنوز همکاری با ایران به سادگی امکان‌پذیر نیست. اقتصاد ایران در سال‌های تحریم با مشکلات زیادی مواجه بود. این مشکلات ابعاد زیادی داشت که مهم‌ترین و مخرب‌ترین آنها را می‌توان عدم دسترسی به نظام بانکی بین‌المللی دانست. بعد از توافق هسته‌ای انتظار می‌رفت ارتباط بانکی ایران و غرب سریع برقرار شود ولی هنوز با گذشت پنج ماه از اجرایی شدن این توافق اخبار خوشی به گوش نمی‌رسد.

نشریه تجاری دانشگاه هاروارد در مقاله‌ای به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های تجارت با ایران می‌پردازد و از ایران به عنوان کشوری با پتانسیل بالای رشد اقتصادی و جذب سرمایه‌های خارجی یاد می‌کند. ولی همزمان به این نکته اشاره می‌کند که اگر روند برداشته شدن تحریم‌های بانکی کند باشد و شرکت‌های متقاضی کار با ایران نتوانند منابع مالی لازم را در طول زمان معقولی تأمین کنند، رغبت خود را برای حضور در بازار ایران از دست می‌دهند و به دنبال آن بازار ایران را ترک می‌کنند.

در بخشی از این گزارش که توسط نشریه تجارت فردا ترجمه شده، به پنج مسئله و چالش درباره چگونگی برنامه‌ریزی تجارت با ایران اشاره و اعلام شده که برای آغاز تجارت با ایران باید به این پنج چالش موجود در فضای فعلی ایران توجه شود:

اول: باید اطلاعات خود را در زمینه تحریم‌ها و نحوه عملکرد آنها کامل کنید. بهتر است از یک وکیل در زمینه تحریم‌های اقتصادی ایران کمک بگیرید تا به شما بگوید کاری که می‌خواهید انجام دهید برخلاف اصول قانونی دنیا هست یا خیر. بدون شک اطلاع از محدودیت‌های قانونی همکاری با ایران به خصوص در شرایط فعلی که ممکن است این محدودیت‌ها هر روز کمتر شود کمک بزرگی در زمینه برنامه‌ریزی درست برای مشارکت اقتصادی با کشور ایران می‌کند.

دوم: در ایران اطلاعات کمی در مورد بازار وجود دارد. شرکت‌هایی

واردات سالانه ۵۰ میلیون متر چادر مشکی به کشور

داستان تکراری چادر مشکی



داستان دیروز و امروز نیست. ۵۰ سال است که ایران بالاترین مصرف چادر مشکی را در جهان دارد، با این وجود تنها یک درصد از نیاز کشور به چادر مشکی در داخل مرزهای ایران تولید می‌شود. به جرأت می‌توان ادعا کرد، در سال‌های نه چندان دور کشورهایمانند سوئیس، ژاپن و کره که به هیچ وجه مصرف‌کننده پارچه چادر مشکی نیستند، عمده تأمین‌کنندگان بازار داخلی کشورمان بودند، اما اخیراً تولیدات سایر کشورها مانند تایلند، اندونزی، ویتنام و هندوستان نیز بعضاً جایگزین شده‌اند، در حالی که ما همچنان اندر خم نحوه تولید، چگونگی سرمایه‌گذاری، تهیه لایحه و طرح و همچنین بررسی مکان و محل احداث کارخانه تولید پارچه چادر مشکی هستیم و هر از چند گاهی مطلبی و یا مصاحبه‌ای از یک مقام مسئول و یا غیرمسئول، تولید آن را به سوژه روز تبدیل می‌کند، ولی مثل همیشه هیچ اتفاقی نمی‌افتد.

هر چند مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت طی سال‌های گذشته برای پایان دادن به این مشکلات قول احداث کارخانه تولید پارچه چادر مشکی توسط بخش خصوصی در کشور را داده‌اند که هنوز مراحل اجرایی آن تکمیل نشده است. همچنین تعرفه گمرکی پارچه به میزان زیادی کاهش یافته است. از واردات این کالا که بگذریم قاچاق سرسام‌آور این کالا نیز کمر صنعت نساجی را خم کرده است به طوری که سالانه حدود ۷۰ تا ۷۵

و تعرفه واردات چادر مشکی ۱۰ درصد است، سایر پارچه‌ها که تعرفه ۳۰ و ۳۲ درصدی دارند، در قالب این نوع پارچه وارد می‌شوند. از سوی دیگر حجم واردات پارچه چادر مشکی به صورت قاچاق نیز کم نیست و به گفته مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت سالانه بیش از ۵۰ میلیون متر پارچه چادر مشکی از طریق قاچاق وارد کشور می‌شود.

میلیون متر پارچه چادر مشکی در کشور نیاز است که در حال حاضر حجم عمده‌ای از این پارچه‌ها از خارج تأمین می‌شود و این در حالی است که ایران یکی از مصرف‌کننده‌های عمده پارچه چادر مشکی به شمار می‌رود و همواره با حجم زیاد واردات این محصول و سودجویی و تخلف مواجه است. کارشناسان بر این باورند که زیان عدم تولید مناسب پارچه چادر مشکی در کشور تنها در خروج ارز از کشور به واسطه خرید محصول نهایی خلاصه نمی‌شود، بلکه هرساله حجم زیادی از پارچه‌های دیگر که اختلاف تعرفه‌ای با پارچه چادر مشکی دارند، به عنوان پارچه چادر مشکی با تعرفه کمتر به کشور وارد می‌شوند. در حال حاضر به علت اینکه پارچه چادر مشکی تولید داخلی نداریم

سود های ۱۰۰۰ درصدی مافیا

صنعت نساجی را فلج کرده است

چندی پیش بود که یکی از مسئولین با افشاگری در برنامه ثریا با اشاره به اینکه واردات پارچه مشکی با هزینه‌ای حدود هر متر ۱،۵ تا ۲ دلار تمام می‌شود اما با ۳ تا ۱۰

برابر قیمت در بازار کشور به فروش می‌رسد در یک افشاگری جالب توجه، از سود های ۳۰۰ تا ۱۰۰۰ درصدی واردکنندگان چادر مشکی در ایران خبر داد! وی با پذیرش اینکه حرکت مناسبی در این زمینه در کشور صورت نپذیرفته گفت: معتقدیم در زمینه سیاست‌گذاری و خط مشی‌ها کار عمیق و جدی در کشور صورت نگرفته و می‌توانستیم به جای اینکه الان صحبت از چرایی تولید نشدن چادر مشکی در کشور بکنیم پرچمدار تولید و حتی صادرات چادر مشکی باشیم.

در همین خصوص یک کارشناس ارشد صنعت نساجی در گفتگو با یکی از رسانه‌ها با اشاره به اینکه ایران با وجود داشتن توانمندی‌های لازم برای تولید چادر مشکی، عملاً بازار داخلی را در اختیار رقبای خارجی همچون ژاپن و کره جنوبی گذاشته است، گفت: در سنوات گذشته چهار کارخانه تولیدکننده چادر مشکی در کشور احداث شد که تولید آنها در سطح متوسط بود. به گفته وی، کرپ ناز، حجاب شهر کرد، نای زرین و ایران مرینوس قم چهار واحد تولیدکننده چادر مشکی بودند که هم‌اکنون بنا به دلایلی از تولید بازمانده‌اند.

محمد فرخنده افزود: چنانچه تولیدات این کارخانه‌ها تاکنون ادامه می‌یافت، به طور قطع کیفیت آنها در سطح تولیدات مشابه خارجی بود، اما متأسفانه این چهار شرکت نتوانستند به تولید خود ادامه دهند. وی بیان کرد: هم‌اکنون مجموع عوامل تولید چادر مشکی در کشور وجود دارد، اما به سبب نبود حمایت از سوی مسئولان، امکان تولید چادر مشکی عملاً در کشور متوقف شده است. وی به حمایت‌های مختلف دولت از تولید خودرو در کشور اشاره و اظهار داشت: چگونه از صنعت خودرو که هیچ سودآوری برای کشورمان ندارد، حمایت می‌شود، اما برای تولید چادر مشکی با وجود توانمندی و مزیت، هیچ حمایتی وجود ندارد.

وی تصریح کرد: در زمان راه‌اندازی چهار واحد تولیدکننده چادر مشکی یادشده، تعرفه محصولات نساجی ۴۰ درصد بود اما پس از به بهره‌برداری رسیدن این واحدها، تعرفه این محصولات به یکباره به کمتر از ۱۶ درصد کاهش یافت. وی نخ را از جمله مواد اولیه تولید چادر مشکی دانست و اضافه کرد: هم‌اکنون تعرفه واردات نخ حدود ۲۰ درصد است، در حالی که تعرفه واردات محصول کامل (چادر مشکی) کمتر از ۱۶ درصد و گاهی تا ۱۰ درصد تعیین شده، بنابراین واضح است که با توجه به این شرایط کسی به دنبال سرمایه‌گذاری در راستای تولید چادر مشکی نیست و تمایل به واردات آن بیشتر وجود دارد. این کارشناس صنعت نساجی کشور تصریح کرد: برای ایجاد بستر تولید، بهتر است از توانمندی‌های داخلی حمایت شود تا این صنعت بتواند رقابت کند.

فرخنده گفت: چنانچه از مجموعه تولیدکنندگان داخلی چادر مشکی حمایت‌های لازم به عمل می‌آید، به طور قطع هم‌اکنون شاهد شکوفایی این بخش از صنعت کشور بودیم. وی ادامه داد: صنعت تولید چادر مشکی نیازمند پشتیبانی‌های اولیه بود، حمایت‌هایی که برای برخی از بخش‌ها با وجود نداشتن مزیت، به کمک‌های دائمی تبدیل شده است. وی درباره راه‌اندازی دوباره واحدهای تولیدکننده چادر مشکی خاطر نشان کرد: هم‌اکنون برای هیچکس انگیزه‌ای وجود ندارد که به دنبال سرمایه‌گذاری و تولید چادر مشکی در کشور برود، بنابراین باید در ابتدا میان تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران اعتمادسازی شود.

ردپای چینی‌ها در بازار چادر مشکی

در همین ارتباط رییس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران می‌گوید: واردات و عدم تولید چادر مشکی، داستان مفصلی است که بارها از آن صحبت شده است. در حال حاضر ۹۵

درصد از نیاز بازار پارچه چادر مشکی از طریق واردات تامین می‌شود. در عین حال، بر اساس آمار منتشرشده نیاز سالانه کشور به پارچه چادر مشکی حدود ۴۰ میلیون متر برآورد می‌شود که از این مقدار، تنها حدود ۲ میلیون متر آن از طریق تولید داخلی تامین می‌شود.

واردات چادر مشکی کار سودآوری بوده و به همین دلیل همواره به هر شکلی که شده، از تولید آن جلوگیری شده و سال‌هاست که کسی دنبال آن نرفته است. دو واحد نساجی قرار بوده که چادر مشکی تولید کنند، اما تولیدشان چیزی حدود ۵،۱ میلیون مترمربع بیشتر نیست و بقیه آن وارد می‌شود و حدود سالانه ۱۰۰ میلیون دلار نیز هزینه واردات چادر مشکی به صورت رسمی می‌شود.

البته این آمار غیر از آن چیزی است که توسط مسافران و قاچاق وارد می‌شود. چادر مشکی قبلاً از ژاپن و کره وارد می‌شد، اما الان چادرهای مرغوب از کره وارد می‌شود و جنس‌های معمولی از چین. وزارت صنایع تاکنون در این زمینه خیلی تلاش کرده است. حتی نخستین وزیر صنایع دوره آقای احمدی‌نژاد خیلی تلاش کرد. ولی تجار به یک شکلی مانع تولید می‌شوند. یعنی در حقیقت واردکنندگان عامل اصلی پیشگیری از تولید چادر مشکی هستند. چرا که واردات چادر مشکی سود قابل توجهی دارد هر مترمربع پارچه چادر مشکی حداکثر بین ۷۰ سنت تا یک دلار است که ۵ متر آن یک چادر می‌شود. یعنی ۵ دلار قیمت پارچه است. حالا شما این رقم را با قیمت چادر در بازار داخلی مقایسه کنید که متوجه سود آن می‌شوید. ما باید یک واحد تولیدی خیلی بزرگ داشته باشیم که تمام چادر مورد نیاز را تولید کند. در این واحد تولیدی احتمالاً باید بیش از ۱۰۰۰ نفر مشغول بافندگی و تکمیل آن باشند. هم‌اکنون هر قواره چادر مشکی در بازار از ۵۰ هزار تومان تا بیش از ۶۰۰ هزار تومان قیمت دارد.

سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران گزارش داد سه ماموریت برای رونق بنگاه‌های صنعتی

دستورالعمل ابلاغی تکمیل هزار طرح به سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی سپرده شده است.

تعیین تکلیف واحدهای مشکل‌دار

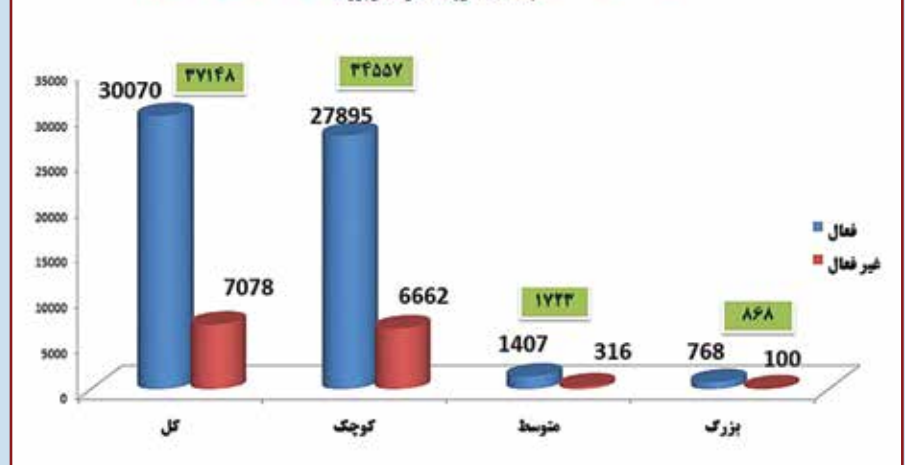
داده‌های اعلام شده بیانگر آن است که در حال حاضر ۸۷ هزار و ۹۱۷ واحد صنعتی در کل کشور مستقر هستند که از این تعداد ۳۷ هزار و ۱۴۸ واحد در شهرک صنعتی و ۵۰ هزار و ۷۶۹ واحد در خارج از شهرک‌های صنعتی مستقر هستند. براساس تفکیک صورت گرفته در آمارهای مذکور از مجموع ۳۷ هزار و ۱۴۸ واحد مستقر در شهرک‌های صنعتی ۳۴ هزار و ۵۵۷ واحد در رده صنایع کوچک قرار دارند که از این تعداد ۲۷ هزار و ۸۹۵ واحد در حال حاضر فعال و ۶ هزار و ۶۶۲ واحد تولیدی کوچک غیرفعال هستند. در گروه صنایع متوسط نیز از مجموع ۳۷ هزار و ۱۴۸ واحد، هزار و ۷۲۳ واحد در شهرک‌های صنعتی مستقر هستند که از این تعداد هزار و ۴۰۷ واحد فعال و ۳۱۶ واحد غیرفعال هستند اما درخصوص صنایع بزرگ ۸۶۸ واحد در شهرک‌ها و نواحی صنعتی مستقر هستند که در این گروه ۷۶۸ واحد فعال و ۱۰۰ واحد غیرفعالند.

گسترده بودن واحدهای غیرفعال در گروه‌های مختلف موجب شد تا برای فعال کردن واحدهای غیرفعال یا واحدهایی که زیر ظرفیت فعالیت می‌کنند، فرآیند شناسایی و دسته‌بندی واحدهای صنعتی کوچک و متوسط مستقر در شهرک‌های صنعتی در دستور کار سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران قرار گیرد. در این راستا

براساس گزارش منتشر شده از سوی این سازمان، در خصوص فعال‌سازی ۷۵۰۰ واحد تولیدی مشکل‌دار موجود در سراسر کشور فعال‌سازی ۳۷۵۰ واحد به سازمان شهرک‌های صنعتی ایران محول شده است. در خصوص دومین وظیفه محول شده به این سازمان نیز ۸ هدف‌گذاری در نظر گرفته شده که در این خصوص می‌توان به «پیاده‌سازی توسعه خوشه‌های صنعتی، مطالعات امکان‌سنجی توسعه خوشه‌ها، کنسرسیوم‌های صادراتی، شرکت‌های مدیریت صادرات، آموزش، حمایت ویژه از توسعه صادرات (واحد صنعتی)، تعاونی‌های تامین مشترک مواد اولیه و نظام مبادلات پیمانکاری فرعی» اشاره کرد. همچنین برای تکمیل طرح‌های صنعتی با پیشرفت فیزیکی بالای ۶۰ درصد نیز تکمیل دو هزار طرح در دستور کار قرار گرفته که بر اساس

فعال‌سازی واحدهای تولیدی که در سال‌های تحریم به دلیل عدم تامین منابع مالی به واحدهای غیرفعال بدل شده‌اند یا تولیدشان زیر ظرفیت است را می‌توان یکی از اهداف دولت دانست؛ هدفی که به منظور تحقق آن سه ماموریت به دستگاه‌های مرتبط ابلاغ شده است. «رونق تولید و تعیین تکلیف ۷۵۰۰ واحد تولیدی مشکل‌دار با هدف فعال کردن این واحدها، ارتقای رقابت‌پذیری واحدهای تولیدی کوچک و متوسط با هدف افزایش صادرات و تکمیل طرح‌های صنعتی با پیشرفت فیزیکی بالای ۶۰ درصد» از جمله ماموریت‌هایی است که در راستای بازگرداندن رونق به واحدهای تولیدی مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی در دستور کار سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران قرار گرفته است.

تعداد واحدهای فعال و غیرفعال در شهرک‌ها و نواحی صنعتی کل کشور
به تفکیک کوچک، متوسط و بزرگ



این سازمان «اقدام به اخذ اطلاعات واحدهای صنعتی کوچک و متوسط حائز شرایط مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی، تشکیل تیم کارشناسی (معاون صنایع کوچک مدیر شهرک صنعتی مربوطه و کارشناسان مرتبط) با مسئولیت مدیر عامل شرکت استانی برای بررسی و پایش اطلاعات واحدها و طرح‌های صنعتی، بررسی فرم‌های تکمیل شده و دسته‌بندی مشکلات فراروی واحدهای صنعتی کوچک توسط تیم کارشناسی، ثبت اطلاعات در سامانه و ارسال گزارش از مصوبات به صورت هفتگی برای سازمان، بررسی نهایی از سوی معاونت صنایع کوچک سازمان و تهیه فهرست نهایی واحدهای مشمول اخذ تسهیلات برای ارسال به کارگروه استانی و ملی» کرده است. بررسی که موجب شد تا نمایی کلی از وضعیت واحدهای متوقف و زیر ظرفیت به دست آید.

براساس نمای به دست آمده مقرر شد تسهیلات پیش‌بینی شده به چهار هزار و ۸۰۷ واحدی که زیر ظرفیت در حال فعالیت هستند اختصاص یابد. برای این گروه تسهیلات ۷۵ هزار و ۷۸۶ میلیارد ریالی در نظر گرفته شد که با تخصیص تسهیلات پیش‌بینی شده شرایط برای ایجاد ۹۷ هزار و ۸۸۴ فرصت شغلی در کشور به وجود خواهد آمد. اما در خصوص واحدهای متوقف شده پس از فرآیند شناسایی واحدهایی که توجیه اقتصادی دارند، تخصیص ۲۳ هزار و ۹۱۹ میلیارد ریال تسهیلات به هزار و ۸۹۶ واحد متوقف شده در دستور کار قرار گرفت که با تخصیص این رقم تسهیلات، شرایط برای اشتغال ۳۶ هزار و ۹۷۸ نفر در کشور ایجاد خواهد شد.

گروه‌های متقاضی دریافت تسهیلات

اما بررسی وضعیت واحدهای صنعتی متقاضی دریافت تسهیلات به تفکیک گروه‌های صنعتی بیانگر آن است که صنایع فلزی با ۲۸ درصد سهم بیشترین متقاضی دریافت تسهیلات هستند. پس از صنایع فلزی صنایع شیمیایی با ۲۵ درصد، صنایع غذایی و آشامیدنی و دارویی با ۱۸ درصد، کانی‌های

غیرفلزی با ۱۰ درصد، صنایع سلولزی با ۷ درصد، نساجی با ۶ درصد، برق و الکترونیک با ۵ درصد و خدماتی با یک درصد سهم بیشترین متقاضی دریافت تسهیلات محسوب می‌شوند.

ارتقای رقابت‌پذیری با هدف صادرات

ارتقای رقابت‌پذیری واحدهای تولیدی کوچک و متوسط با هدف افزایش صادرات یکی دیگر از برنامه‌های پیش‌بینی شده برای سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران محسوب می‌شود که در این راستا نیز این سازمان ۸ پروژه را در دستور کار خود قرار داده است. در این خصوص می‌توان به در نظر گرفتن ۵ پروژه برای پیاده‌سازی توسعه خوشه‌های کسب‌کار اشاره کرد. پیش‌بینی ۱۶ پروژه برای انجام مطالعات امکان‌سنجی توسعه خوشه‌ای و تدوین برنامه عملیاتی خوشه کسب‌کار یکی دیگر از برنامه‌های این سازمان برای ارتقای رقابت‌پذیری محسوب می‌شود. در نظر گرفتن ۶ پروژه برای شکل‌گیری و توسعه کنسرسیوم‌های صادراتی سومین اقدام این سازمان برای تحقق این هدف محسوب می‌شود. از سوی دیگر، ۳۰ پروژه نیز برای ساماندهی و توسعه شرکت‌های بازرگانی صادراتی (مدیریت صادرات) از سوی این سازمان در نظر گرفته شده است. در بخش آموزش نیز آموزش ۱۰۰ هزار نفر از مدیران، کارکنان و مشاوران واحدهای صنایع کوچک و متوسط در دستور کار سازمان قرار گرفته است. اما برای حمایت ویژه از توسعه صادرات صنایع کوچک و متوسط صادراتی حمایت از ۱۲۰۰ واحد در این طرح پیش‌بینی شده است. در نهایت ایجاد ۳۱ تعاونی تامین مشترک مواد اولیه با محوریت واحدهای صادراتی و توسعه ۳۱ نظام مبادلات پیمانکاری فرعی به منظور پیوند بین صنایع کوچک، متوسط و بزرگ در دستور کار سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران قرار گرفته است.

تکمیل طرح‌های صنعتی

تکمیل طرح‌های صنعتی با پیشرفت فیزیکی

بالای ۶۰ درصد را می‌توان سومین مأموریت محول شده به سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران دانست. براساس آمار اعلام شده تکمیل ۲ هزار طرح صنعتی با پیشرفت فیزیکی بالای ۶۰ درصد در دستور کار قرار گرفته که وظیفه این سازمان تکمیل هزار طرح صنعتی است. داده‌های اعلام شده حکایت از آن دارد که در حال حاضر ۹۹ هزار و ۸۴۰ طرح صنعتی در حال ساخت در کشور وجود دارد که ۲۹ هزار و ۷۹۹ طرح صنعتی در حال ساخت در کل شهرک‌ها و نواحی صنعتی مستقر شده‌اند. با توجه به آمار مذکور می‌توان گفت از مجموع طرح‌های در حال ساخت ۷۷ هزار و ۴۴۶ طرح در حال ساخت و ساز در کشور از پیشرفت صفر تا ۲۰ درصد برخوردار هستند که آمار برای طرح‌های صنعتی در حال ساخت در شهرک‌های صنعتی به ۲۱ هزار و ۴۹۶ طرح می‌رسد. در خصوص طرح‌هایی که پیشرفت فیزیکی ۲۰ تا ۴۰ درصد دارند نیز ۶ هزار و ۹۶۰ طرح به طرح‌های در حال ساخت در کشور اختصاص دارد و سهم طرح‌های صنعتی در حال ساخت در شهرک‌ها و نواحی صنعتی در این بخش ۲ هزار و ۶۰۸ طرح است. اما در خصوص طرح‌های با پیشرفت فیزیکی ۶۰ تا ۸۰ درصد آمارها حکایت از آن دارند که چهار هزار و چهار طرح در حال ساخت در کشور وجود دارد که سهم شهرک‌های صنعتی در این بخش برابر با هزار و ۴۵۶ طرح است. در طرح‌های ۸۰ تا ۱۰۰ درصد پیشرفت فیزیکی نیز سهم طرح‌های صنعتی در حال ساخت در کشور برابر با ۵ هزار و ۳۲۱ طرح است و طرح‌های صنعتی در حال ساخت مستقر در شهرک‌های صنعتی نیز برابر با هزار و ۸۶۸ طرح است. از سوی دیگر با بررسی‌های صورت گرفته توسط کمیته‌های تخصصی استانی ۲ هزار و ۱۷۲ طرح صنعتی مشمول حمایت‌های پیش‌بینی شده قرار گرفته‌اند. در نهایت از بین این ۲ هزار و ۱۷۲ طرح شناسایی شده با استفاده از شاخص‌های تعریف شده حمایت از هزار طرح از سوی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در سال ۱۳۹۵ در دستور کار قرار گرفت.



برنامه پنجساله صنعت بافندگی چین

ترجمه: گروه مترجمین مجله



۸ وظیفه اصلی تعریف شده در این برنامه عبارتند از: تقویت قابلیت نوآوری مستقل؛ ترویج استفاده از تکنولوژی و تجهیزات هوشمند؛ افزایش سطح زیست‌سازگاری این صنعت؛ تقویت سیستم استانداردهای محصول؛ پیشرفت در عرصه برندسازی؛ پیشرفت در عرصه استعدادیابی و ایجاد تیم استعدادیابی؛ طراحی خوشه‌های صنعتی مدرن؛ و بهینه‌سازی ساختار کلی صنعت بافندگی. همچنین ۴ پروژه کلیدی که باید ظرف ۵ سال آینده اجرایی شوند

انجمن صنعتی بافندگی چین (CKIA) به تازگی سیزدهمین برنامه پنجساله توسعه صنعت بافندگی (knitting) را منتشر کرده که در این برنامه، دستورالعمل‌ها، اصول و اهداف توسعه این صنعت طی ۵ سال آینده (۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰) قید شده و وظایف و پروژه‌های کلیدی و مهم مربوط به این دوره تعیین شده است. نایب رییس CKIA در ششمین جلسه هیئت مدیره این انجمن تاکید کرده که در این برنامه پنجساله ۸ وظیفه اصلی و ۴ پروژه کلیدی تعریف شده است.

و استفاده‌های صنعتی، ترویج خواهد کرد. این صنعت همچنین عرضه پارچه، پوشاک و جوراب بافتنی مرسوم را به بازار افزایش خواهد داد، عناصر مدگرایانه را در کالاهای کشفیات بیشتر مورد تاکید قرار خواهد داد و زمینه‌های کاربردی جدیدی را برای محصولات کشفیات خواهد گشود. این صنعت همچنین سهم برنده‌های رقابتی را در بازارهای داخلی چین مورد حمایت قرار خواهد داد؛ تعدادی برند با مزایای رقابتی را در بازارهای خاص داخلی و بین‌المللی ایجاد خواهد کرد؛ تعداد ۱۰ تا ۱۵ برند پوشاک حلقوی را ایجاد می‌کند که توان نوآوری قوی و حضور و رقابت‌پذیری قدرتمند در بازارهای خارجی داشته باشند و همچنین چند برند را در عرصه پارچه‌های حلقوی شکل خواهد داد که در زنجیره تامین تولیدکنندگان پیشرو پوشاک در جهان ادغام می‌شوند.

بر اساس این برنامه پنجساله، صنعت گردبافی چین همچنین به دنبال آن است که یک محیط زیست سالم را برای کار در شرایط مناسب و تولید ایمن ایجاد کند؛ تیمی را از طراحان و مدیران منحصربه‌فرد و استعداد‌های فنی تشکیل دهد که بتوانند الزامات و نیازهای شرکت‌های مدرن را برآورده کرده و وظیفه جایگزینی تجهیزات قدیمی با جدید را به درستی انجام دهند.

این صنعت همچنین مفهوم طراحی و تولید سبز را بیش از گذشته ترویج خواهد کرد، تحقیق و توسعه در تکنولوژی‌های صرفه‌جویی در انرژی و آب را در دستور کار قرار خواهد داد، استفاده جامع و همه‌جانبه از منابع و تکنولوژی‌های کنترل آلاینده‌ها را پیش از قبل دنبال خواهد کرد و تکنولوژی‌های جدید مرتبط با این عرصه را معرفی و ترویج خواهد کرد.

صنعت گردبافی چین همچنین به دنبال آن است که حمایت‌های بیشتری را به شرکت‌های صاحب برند و شرکت‌های پرچم‌دار در این عرصه اختصاص دهد؛ سیستم خدماتی مدرن شامل سازمان‌های واسطه‌گری و بازارهای حرفه‌ای را تاسیس نماید؛ و آزادی عمل کامل را برای نقش‌آفرینی خوشه‌های صنعتی در نظر بگیرد. در قالب این برنامه پنجساله، تعدادی خوشه صنعتی منطقه‌ای ایجاد خواهد شد که به صورت تخصصی در زمینه‌های پارچه، بافندگی حلقوی تاری، تی شرت، جوراب زنانه، لباس زیر و انواع پوشاک فعالیت خواهند کرد.

منطقه آسه آن بازار مهم برای صنعت بافندگی چین

لازم به ذکر است بر اساس اعلام انجمن صنعتی بخش بافندگی چین، ۱۰ کشور عضو منطقه آسه آن به یک بازار مهم برای صنعت

عبارتند از: پروژه کارخانه هوشمند؛ پروژه تولید سبز و زیستی؛ پروژه ترویج برند؛ و پروژه ساختارسازی جهانی.

آنطور که در این برنامه در نظر گرفته شده، صنعت بافندگی چین ظرف ۵ سال آینده رشد خود را با سرعت متوسط و بالا حفظ خواهد کرد و در همین زمان، ساختار این صنعت به طور کامل بهینه‌سازی شده، شبکه توزیع و ساختار آن معقول‌تر و منطقی‌تر خواهد شد، صادرات به طور مستمر رشد کرده و رقم کلی آن در محدوده ۱۰۰ میلیارد دلار باقی خواهد ماند، و استراتژی «عبور از مرزهای داخلی» بیش از قبل به اجرا گذاشته خواهد شد و سرمایه‌گذاری برون‌مرزی رشد معینی را شاهد خواهد بود.

صنعت بافندگی حلقوی چین طی دوره پنجساله مذکور، توسعه متوازن محصولات کشفیات را برای سه کاربرد عمده شامل پوشاک، دکوراسیون





بر حسب مقاصد صادراتی، اروپا، ایالات متحد آمریکا و ژاپن همچنان به عنوان سه بازار اصلی برای صادرات کالاهای کشیاف چین در دوره ۱۵-۲۰۱۱ باقی مانده‌اند که سهم این سه منطقه از کل صادرات به ترتیب ۱۷,۴، ۱۱,۹ و ۹,۵ درصد بوده است. در دوره پنجساله از ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵، صنعت بافندگی چین به طور مستمر توسعه پیدا کرده که این موضوع از جهانی شدن این صنعت و پیشرفت‌های تکنولوژیکی ناشی می‌شود. بر اساس داده‌های دفتر ملی آمار چین، در سال ۲۰۱۵ در مجموع ۵۷۳۹ شرکت بافندگی با درآمد سالانه بیش از ۲۰ میلیون یوان در این کشور وجود داشته‌اند. درآمد عملیاتی این شرکت‌ها حدود ۷۱۷,۲۶ میلیارد یوان بوده که نسبت به سال ۲۰۱۱ رشد ۲۴,۴۲ درصدی را نشان می‌دهد. این رقم مبین نرخ رشد سالانه ۵,۶۱ درصد در این دوره پنجساله است. کل سود شرکت‌های مذکور نسبت به سال ۲۰۱۱ رشد ۳۸,۲۵ درصدی را تجربه کرده است که در قیاس با دوره پنجساله قبلی (۱۰-۲۰۰۶) رشد ملایم‌تری را شاهد بوده است. بازار داخلی چین نیز نقش مهمی در توسعه صنعت بافندگی این کشور در دوره پنجساله ۱۵-۲۰۱۱ ایفا کرده است به طوری که در سال گذشته ۷۲,۶ درصد از محصولات شرکت‌های بزرگ‌مقیاس این عرصه، در بازار داخلی چین به فروش رفته است.

بافندگی چین تبدیل شده‌اند. نایب رییس این انجمن در جلسه هیئت مدیره اعلام کرد که در سال ۲۰۱۵ صادرات پارچه حلقوی به منطقه آسه آن نزدیک به ۴,۸۴ میلیارد دلار بوده که نسبت به سال ۲۰۱۱ معادل ۸۴,۶۹ درصد رشد داشته که مبین رشد میانگین سالانه ۱۶,۵۸ درصد است و در مجموع، ۳۳ درصد از کل صادرات پارچه حلقوی چین را تشکیل می‌دهد. همچنین در سال گذشته، صادرات پوشاک کشیاف چین به کشورهای عضو آسه آن معادل ۵,۱۹۷ میلیارد دلار بوده که نسبت به سال ۲۰۱۱ رقم ۳۵,۹۸ درصد رشد داشته است. این رقم مبین رشد میانگین سالانه ۷,۹۹ درصد بوده و ۷,۳ درصد از کل صادرات پوشاک کشیاف چین را شامل می‌شود.

صادرات صنعت بافندگی چین در سال ۲۰۱۳ معادل ۱۰۹,۶۹ میلیارد دلار و در سال ۲۰۱۴ معادل ۱۰۶,۱۴ میلیارد دلار بوده است که این ارقام، بیش از یک‌سوم از صادرات نساجی و پوشاک چین را در این دو سال در بر می‌گیرد. در سال ۲۰۱۵ صادرات صنعت بافندگی چین حدود ۹۸,۴۴ میلیارد دلار بوده که نسبت به سال ۲۰۱۱ رقم ۸,۳۳ درصد رشد نشان می‌دهد. در همین بازه زمانی، صادرات پوشاک کشیاف رشد ۳,۱۴ درصد و صادرات پارچه حلقوی رشد ۳۶,۷۴ درصدی را تجربه کرده است.

وزیر صنعت نساجی هند در یک کنفرانس خبری اعلام کرد: سهم ۱۵ درصدی منسوجات از کل صادرات هند

ترجمه: گروه مترجمین مجله

نفر شغل ایجاد شود. علاوه بر این، تعداد طرح ابتکاری به اجرا گذاشته خواهد شد تا بخش بافندگی دستی هند با تاکید بر افزایش درآمد بافندگان و جذب نسل جوان به این حرفه، احیا شود.

وزیر نساجی هند گفته «در تلاش برای ترویج صنعت نساجی سازمان یافته در شمال شرقی، در آوریل ۲۰۱۶ واحدهای تولید پوشاک و لباس در مناطق ناگالند و

برای ۶۶ هزار نفر جواز تاسیس دریافت کرده‌اند.

وزیر نساجی هند همچنین خاطرنشان کرده که در قالب طرح اصلاح شده صندوق به روزسانی تکنولوژی (ATUFS) که از ژانویه ۲۰۱۶ با بودجه‌ای بالغ بر ۲,۶۵ میلیارد دلار برای ۷ سال آینده اجرا می‌گردد، انتظار می‌رود ۱۴,۸ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری جذب شده و برای ۳ میلیون

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، وزیر نساجی هند در یک کنفرانس خبری که برای تشریح دستاوردهای این وزارتخانه در دو سال گذشته برگزار شد، اعلام کرد که در حال حاضر ۱۵ درصد از کل صادرات هند به صنعت نساجی اختصاص دارد. بر اساس اعلام این وزارت، طی دو سال گذشته در قیاس با دو سال قبل از آن، صادرات پوشاک و صنایع دستی رشد ۲۲ درصدی را به ثبت رسانده در حالی رشد صادرات منسوجات ۸ درصد بوده است.

وزیر نساجی هند گفته «بیش از ۹۶۵ میلیون و ۲۵۰ هزار دلار توسط وزارت نساجی برای طرح‌های مختلف ترویج و توسعه بخش منسوجات کشور هزینه شده است. تقریباً ۵۰۰ هزار شغل جدید نیز طی دو سال گذشته در این بخش ایجاد شده است. این وزارت همچنین به دنبال آن است که درآمد بافندگان فرش و منسوجات دستیاف را به ۵۰۰ روپیه در روز معادل ۷,۴ دلار در روز افزایش دهد. به گفته وزیر نساجی هند، در قالب طرح پارک‌های نساجی یکپارچه، ۲۴ پارک نساجی جدید با سرمایه‌گذاری بالقوه ۶۶۸ میلیون و ۲۵۰ هزار دلار و اشتغال‌زایی





کرده که از این میزان، ۳۰۰ هزار عدل پنبه در انبارها موجود است. در قالب طرح توسعه مهارت یکپارچه (ISDS)، ۳۷۵ هزار جوان هندی در زمینه تجارت نساجی آموزش دیده‌اند و ۷۰ درصد از آموزش‌دیده‌ها مشغول به کار شده‌اند. همچنین در قالب طرح مذکور، پروژه‌های نساجی در مناطق تامیل نادو، بنگال غربی، هاریانا، گائو، کارناتاکا، گجرات، راجستان، مادیا پرادش و پنجاب طی دو سال گذشته راه‌اندازی شده‌اند.

از سوی دیگر، نخست وزیر هند نیز در تاریخ ۷ آگوست ۲۰۱۵ از برند «دستباف هند» رونمایی کرده است. به گفته نخست وزیر هند، این برند به دنبال تبلیغ و ترویج محصولات دستباف دارای ارزش افزوده بالا، با طراحی جدید، بدون نقص در زمینه پارچه و بدون اثرات زیست‌محیطی است و به مصرف‌کنندگان درباره اصالت و کیفیت محصولات اطمینان می‌دهد. نخست وزیر هند همچنین به این موضوع اشاره کرده که بعد از ایجاد مرکز عمومی جوت در هند، بسته‌بندی دانه‌های خوراکی با گونی‌هایی از جنس جوت، از سوی دولت الزامی شده تا از این طریق تولیدکنندگان جوت و محصولات مرتبط با آن مورد حمایت قرار گیرند.

تریپورا و همچنین میزورام راه‌اندازی شده‌اند. به طوری که در حال حاضر مراکز تولید پوشاک و لباس در تمام ایالت‌های شمال شرقی هند، در بخش نساجی هند پیشرو هستند و اکنون رویاها به واقعیت تبدیل شده است. در سایر ایالت‌های هند نیز زیرساخت‌ها آماده است و کارآفرینان شایسته برای اداره واحدهای تولید پوشاک شناسایی شده‌اند.»

طبق اعلام وزیر نساجی، بزرگترین طرح اعمال حداقل قیمت حمایتی (MSP) توسط شرکت پنبه هند (CCI) برای پنبه‌کاران این کشور به اجرا گذاشته شده است. این طرح با هدف حفظ انگیزه پنبه‌کاران داخلی در فصل زراعی ۱۵-۲۰۱۴ و در تمام ۱۱ ایالات تولیدکننده پنبه در هند اجرا شده است. این طرح موفقیت‌آمیز بوده و میزان خرید پنبه تا ۳۰ مارس ۲۰۱۵ از ۸٫۶ میلیون عدل فراتر رفته است. ضمن اینکه تا امروز، از کل ۸٫۶ میلیون عدل پنبه خریداری شده توسط دولت، تنها ۶۰ هزار عدل در انبارها باقی مانده و مابقی به فروش رفته است. جدای از این، در فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵ نیز وزارت نساجی هند حدود ۹۰۰ هزار عدل پنبه در قالب طرح MSP خریداری

وزیر کار کامبوج در دیدار با سفیر آمریکا مطرح کرد: آمریکا مشتری اصلی پوشاک کامبوج

ایالات متحده آمریکا عمدتاً به دلیل کمپین‌های انتخاباتی فعلی در این کشور و افزایش شمار کشورهای صادرکننده جدید نظیر میانمار، اتفاق افتاده است. با این حال، این خوشبینی وجود دارد که این ارقام به زودی ارتقا پیدا کند.

بر اساس اعلام نماینده دفتر تجاری آمریکا، کامبوج در حال حاضر هفتادمین شریک تجارت کالایی ایالات متحده محسوب می‌شود و در سال ۲۰۱۳ مجموعاً ۳ میلیارد دلار کالا بین دو کشور رد و بدل شده است. در سال ۲۰۱۳ کامبوج شصتمین تامین‌کننده بزرگ کالاهای وارداتی ایالات متحده بوده است. به گفته وزیر کار کامبوج، سفیر آمریکا در جریان مذاکرات دوجانبه موضوع واردات را مطرح کرده و اعلام کرده که قانون کار باید به شکل عادلانه‌ای بین طرف‌های درگیر در منافع این صنعت به اجرا گذاشته شود.

لازم به ذکر است صنعت پوشاک و کفش کامبوج نقش حیاتی در اقتصاد این کشور ایفا می‌کند به طوری که ۷۰ درصد از کل صادرات و بیش از ۷۰۰ هزار نفر از کل نیروی کار این کشور، به این صنعت تعلق دارند. بر اساس ارقام انجمن تولیدکنندگان پوشاک کامبوج، کل صادرات بخش پوشاک و کفش این کشور در سال گذشته معادل ۶,۳ میلیارد دلار بوده که افزایش ۷,۶ درصدی را در قیاس با سال ۲۰۱۴ نشان می‌دهد.



آن هنوز بزرگ بوده و میلیاردها دلار ارزش دارد. به همین دلیل، دولت کامبوج همچنان تلاش می‌کند که تعاملات خوبی با خریداران آمریکایی برقرار کرده و آنها را مجاب کند که سفارشات بیشتری برای محصولات ساخت کامبوج به ویژه پوشاک به ثبت برسانند. بر اساس داده‌های دفتر تجاری ایالات متحده، کل صادرات کامبوج به آمریکا در سه ماهه اول ۲۰۱۶ با کاهش ۳ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل مواجه شده و از ۷۲۵ میلیون دلار به ۷۰۶ میلیارد دلار رسیده است. سخنگوی وزارت بازرگانی کامبوج به یکی از روزنامه‌های این کشور گفته که افت جزئی صادرات به

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، وزیر کار کامبوج در جریان دیدار با سفیر آمریکا در این کشور گفت ایالات متحده آمریکا همچنان به عنوان بازار اصلی برای صنعت پوشاک و نساجی کامبوج مطرح است. به گفته وی، با وجود افزایش تعداد کشورهای رقیب در بخش صادرات پوشاک، آمریکا هنوز یکی از خریداران مهم محصولات ساخت کامبوج به حساب می‌آید.

ایالات متحده آمریکا یک بازار بسیار مهم برای کامبوج محسوب می‌شود. هرچند این کشور اکنون دومین بازار بزرگ واردکننده از کامبوج بعد از اتحادیه اروپا است اما بازار



جهش نساجی ترکمنستان بعد از استقلال صنعت نساجی ترکمنستان به دنبال سرمایه‌گذاری خارجی

ابریشم، فرش‌های ابریشمی دستباف و منحصر به فرد را در این نمایشگاه در معرض دید عموم قرار دادند.

همانطور که ذکر شد ترکمنستان از قدیم به عنوان یک کشور تولیدکننده پنبه شناخته شده و صنعت نساجی نقش مهمی در اقتصاد این کشور ایفا می‌کند. در سال جاری، پیش‌بینی می‌شود تولید پنبه ترکمنستان به ۱,۰۵ میلیون تن برسد.

بازرگانی و صنایع ترکمنستان با همکاری یکدیگر، روزهای ۴ و ۵ ژوئن ۲۰۱۶ یک نمایشگاه بین‌المللی را برای نمایش محصولات نساجی ساخت این کشور در عشق‌آباد برگزار کردند. زمینه اصلی برگزاری این رویداد نشان دادن این موضوع بوده که صنعت نساجی ترکمنستان در مسیر ورود به مرحله جدیدی از توسعه قرار دارد. شرکت‌های داخلی زیادی نمونه‌هایی از الیاف پنبه، نخ و پارچه پنبه‌ای، پوشاک جین، لباس بافتنی، نخ و الیاف

ترکمنستان طی سال‌های استقلال شاهد افزایش فرآوری الیاف پنبه از ۳ درصد به ۵۱ درصد بوده است. همچنین از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۵ تولید نخ پنبه‌ای در این کشور ۲,۴ برابر و تولید پنبه ۴ برابر افزایش پیدا کرده است. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، ترکمنستان به منظور توسعه بیش از پیش صنعت نساجی خود، به دنبال افزایش سرمایه‌گذاری خارجی است و در همین راستا تلاش می‌کند مطلوب‌ترین شرایط را برای سرمایه‌گذاران و همچنین معرفی تکنولوژی‌های جدید فراهم نماید.

در حال حاضر، بیش از ۷۰ شرکت در زمینه تولید نخ پنبه‌ای، پنبه، جین، پارچه‌های کشفاف و لباس بافتنی در ترکمنستان فعالیت می‌کنند. بیش از ۷۰ درصد محصولات نساجی این کشور به ایالات متحده آمریکا، اروپا، روسیه، اوکراین، ترکیه، چین و کشورهای حوزه بالتیک صادر می‌شود. از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۵ صادرات محصولات نساجی ترکمنستان ۳,۲ برابر رشد داشته است.

این کشور آسیای مرکزی در بین ۱۰ تولیدکننده بزرگ پنبه جهان قرار دارد و کیفیت بالا و ظرافت الیاف پنبه تولیدی ترکمنستان باعث شده از آن برای تولید پارچه و پوشاک جین استفاده شود. جین‌های دارای برچسب «ساخت ترکمنستان» در فروشگاه‌های زنجیره‌ای غربی از جمله مجموعه فروشگاه‌های الومارت آمریکا به فروش می‌رسد و همچنین به ده‌ها کشور نیز صادر می‌گردد.

نمایشگاه نساجی

گفتنی است وزارت صنعت نساجی و اتاق



امضای توافق نامه مشترک چین و مصر ساخت شهرک نساجی در مصر توسط چین

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، شورای صنایع نساجی مصر و شورای ملی نساجی و پوشاک چین به تازگی یک توافق نامه همکاری امضا کردند تا یک منطقه صنعتی به وسعت ۱,۲ میلیون مترمربع برای صنایع نساجی در منطقه مینیا مصر تاسیس کنند. به گفته وزیر تجارت و صنعت مصر، این اقدام نمایانگر یک گام مهم در مسیر ظهور مجدد مصر به عنوان یک فعال پیشرو صنعت نساجی در منطقه خاورمیانه و

شمال آفریقا محسوب می شود؛ به ویژه با توجه به طیف وسیعی از تخصص های موجود در این کشور در زمینه تولید نساجی. در جریان ملاقات هیئت تجاری چینی به رهبری رییس شورای ملی نساجی و پوشاک این کشور، با وزیر تجارت و صنعت مصر، طرفین از تمایل خود برای ارتقای همکاری های دوجانبه در زمینه صنعت نساجی تاکید کردند. وزیر تجارت و صنعت مصر همچنین تاکید کرد که احداث منطقه صنعتی جدید به صورت

مستقیم در راستای استراتژی این وزارتخانه برای توسعه صنعت نساجی مصر و همچنین ایجاد توسعه اقتصادی و اجتماعی در مناطق کمتر توسعه یافته این کشور قرار دارد و برای اجرای آن، هم سرمایه گذاری های داخلی و هم سرمایه گذاری های خارجی جذب خواهد شد.

مصر در زمینه صنعت نساجی، ظرفیت زیادی برای جذب سرمایه گذاری های فزاینده از جانب اقتصادهای آسیایی دارد. به گفته وزیر تجارت و صنعت مصر، صنعت نساجی این کشور تقریباً ۳ درصد از کل تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص می دهد و تقریباً ۱,۲ میلیون کارگر و مهندس یعنی ۳۰ درصد از کل اشتغال صنعتی مصر، در صنعت نساجی متمرکز شده است. همچنین ۱۶ درصد از کل صادرات غیرنفتی مصر که مجموعاً ۲,۶ میلیارد دلار می شود، به بخش منسوجات اختصاص دارد.

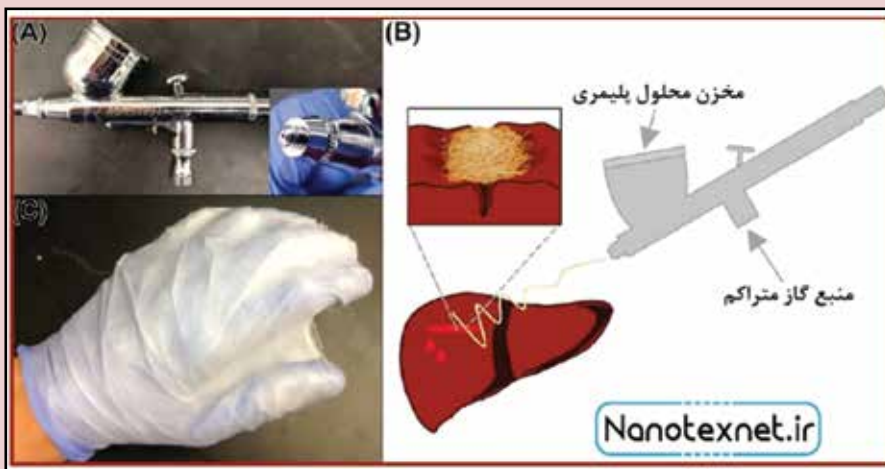
لازم به ذکر است چند ماه پیش از امضای توافق نامه با چین، نخست وزیر مصر نسبت به حمایت کامل دولت از بخش نساجی این کشور اطمینان داده است. وی درخواست کرده که پیش نویس یک طرح جامع برای توسعه این صنعت تدوین گردد. نخست وزیر مصر در جریان نشست با مقام عالی بانک مرکزی، وزیران تجارت و اقتصاد، رییس فدراسیون صنایع مصر و نمایندگان شرکت های نساجی، مقرر کرده که اقدامات فوری برای توسعه و ترویج صنایع نساجی در راستای افزایش صادرات انجام گیرد.





دستاورد جدید محققان دانشگاه ماری لند

زخم‌پوش نانوالیاف جایگزین نخ‌های بخیه



زخم‌پوش‌ها (mats) نازک بوده و ضخامتی برابر با ۳۷۰ نانومتر دارند.

هدف از تولید انبوه زخم‌پوش نانوالیاف، ترمیم سریع زخم، بدون ایجاد ناراحتی حاصل از بخیه است که باید از روی پوست کشیده شود و ممکن است منجر به ایجاد آسیب در بافت‌های ترمیم‌شده شوند. در حال حاضر زخم‌پوش‌های نانولیفی پس از ۴۲ روز تجزیه می‌شوند و از این نظر نسبت به نخ‌های بخیه با طول عمر حدود دو هفته، برتری دارند. همچنین استون موجود در نانوالیاف پیش از قرارگیری بر زخم به صورت کامل تبخیر می‌شود و در نتیجه زخم‌پوش نهایی فاقد اثرات سمی برای موجود زنده است. نتایج این تحقیقات در مجله ACS Macro Letters منتشر شده است.

منبع: nanotexnet.ir

پزشکی دانشگاه مرلند، این زخم‌پوش نانوالیاف صرفاً برای پر کردن زخم طراحی نشده است. از این الیاف می‌توان به عنوان کپسول‌های رهاکننده دارو و همچنین داربست‌های مناسب برای مهندسی بافت استفاده کرد. زخم‌پوش نانوالیاف مذکور زیست‌تخریب‌پذیر بوده و در نتیجه طی چند هفته توسط سلول‌ها قابل جذب می‌باشند.

کوفیناس و گروهش از الیاف تهیه‌شده به این روش برای درمان فتق دیافراگم و همچنین برای ترمیم شکاف ایجادشده در ریه، روده و کبد یک خوک استفاده کرده‌اند. در طول ۲۴ ساعت، سلول‌ها مواد پلیمری را جذب می‌کنند و این زخم‌پوش نانوالیاف مشابه مواد تشکیل‌دهنده نخ بخیه و گرافت‌های زیستی، در زمره مواد تأییدشده از سوی سازمان غذا و داروی آمریکا به شمار می‌رود. نمونه فعلی

دانشمندان موفق به ساخت نوعی زخم‌پوش نانوالیاف پلیمری با قابلیت ترمیم زخم طی چند هفته شدند که نیاز به بخیه زدن را برطرف می‌نماید.

علم پزشکی در مسیر روبه‌پیشرفت خود به روش‌های جدیدی از جمله لیزردرمانی تا تصویربرداری‌های پیشرفته از مغز دست یافته است. سوالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که چرا هنوز برای ترمیم زخم ایجادشده بر روی پوست از سوزن و نخ استفاده می‌شود؟ محققان دانشگاه ماری لند، امیدوارند با استفاده از نانوالیاف پلیمری به‌عنوان مکمل یا حتی جایگزین بخیه این روند را تغییر دهند.

آخرین دستاورد این گروه شامل قرار دادن زخم‌پوش نانوالیاف بر روی پوست است. تا پیش از این از روش الکتروریسی استفاده می‌شد که با استفاده از بار الکتریکی، الیاف از داخل مایع بیرون کشیده می‌شود؛ اما تولید الیاف به صورت مستقیم بر روی بدن جاندار خطرناک است، بنابراین این گروه با بازگشت به اصول اولیه از یک دستگاه رنگ‌پاش (افشانه) استفاده کردند.

به گفته‌ی جفری کارپ مهندس محیط‌زیست و یکی از مدیران مرکز درمانی در بریگهام و بیمارستان بانوان، استفاده از یک افشانه برای پاشیدن (پخش کردن) مواد زیستی بر روی نسوج بسیار جالب است و از قابلیت استفاده در بخش‌های مختلف پزشکی برخوردار است. به گفته‌ی دکتر پیتر کوفیناس مهندس



اصول اندازه‌گیری رنگ (کالرمچینگ) در نساجی (بخش اول)

سعیده بلارک- کارشناس ارشد شیمی نساجی و علوم رنگ شرکت مهندسی تکسوفین

مقدمه

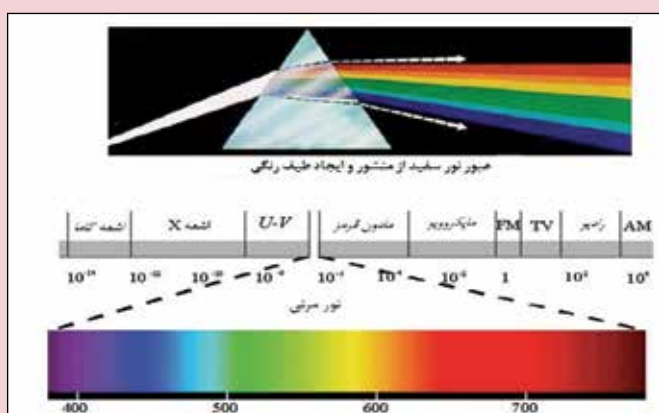
امروزه رنگ و رنگ‌شناسی به عنوان یک علم در سطح جهان مطرح می‌باشد. در عصر حاضر، رنگ در علوم مختلف و از زوایای متفاوتی مورد مطالعه قرار می‌گیرد. در مکالمات روزمره، بسیار متداول است که رنگ‌ها را با کلماتی از قبیل روشن، سیر یا متمایل به ... توصیف می‌کنیم. مثلاً می‌گوییم آبی روشن و آبی سیر یا آبی متمایل به سبز. این الفاظ برای ارتباطات روزمره کفایت می‌کند. اما زمانی که موضوع دقت مطرح می‌شود، دیگر نمی‌توان از این تعابیر استفاده کرد. برای دستیابی به اهداف علمی و صنعتی، ضروری است که بر این مشکلات فائق آمد و تنها از طریق ایجاد یک سیستم کلاسه‌بندی مشخصه‌های رنگ که بتواند ظاهر یک رنگ را با دقت بسیار زیادی توصیف کند، می‌توان بر این مشکلات غلبه کرد. دانستن تئوری رنگ و دانش آن به درک اندازه‌گیری رنگ کمک می‌کند.

فاکتورهای تاثیرگذار رنگ

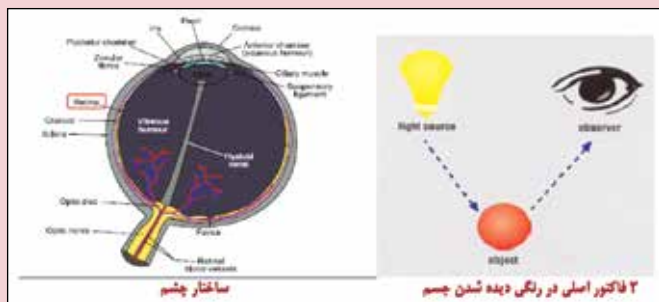
به طور کلی سه فاکتور اصلی در رنگی دیده شدن اجسام عبارتند از: جسم رنگی (شی)، منبع نور و بیننده.

۱- بیننده: نور قسمتی از طیف الکترومغناطیسی است که با چشم انسان قابل دیدن است. چشم انسان می‌تواند نور طول موج‌های بین ۴۰۰ و ۷۰۰ میلی میکرون را درک کند. امواج نورانی به طور فیزیکی رنگی نیستند بلکه رنگ‌ها در سیستم دیداری انسان شکل می‌گیرند. رنگ دریافت‌شده با طول موج یا فرکانس موج تعیین می‌شود. رنگ‌های طیف که با چشم انسان قابل دیدن هستند شامل: بنفش، آبی، فیروزه‌ای، سبز، زرد، پرتقالی و قرمز هستند. هنگامی که انرژی یک موج الکترومغناطیسی در تمام باند مرئی برابر باشد، ما سفید تشخیص می‌دهیم؛ هنگامی که هیچ انرژی در طول باند مرئی موجود نباشد، ما سیاه می‌بینیم. در سال ۱۶۷۶ نیوتن نشان داد که اشعه نور سفید می‌تواند توسط یک منشور اپتیکی شکسته شود تا یک باند چند لایه رنگی به عنوان طیف نور سفید نشان دهد.

هر چشم به صورت یک دوربین عمل می‌کند که لنز آن، تصاویر دریافتی را به صورت معکوس‌شده از بالا به پایین و از چپ به راست روی شبکیه (Retina) چشم منعکس می‌کند. شبکیه چشم شامل تعداد زیادی سلول‌های



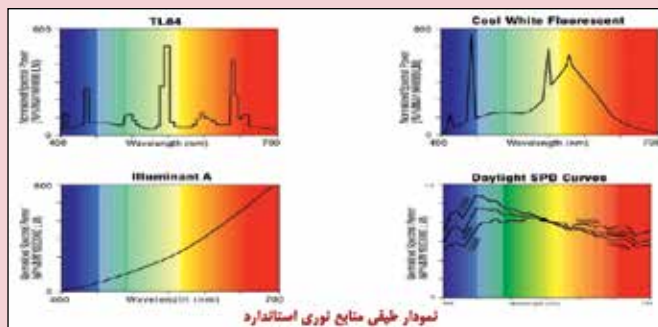
استوانه‌ای (Rod) و سلول‌های مخروطی (Cone) است. سلول‌های استوانه‌ای زمانی که میزان شدت نور کم باشد فعال‌تر هستند و تصاویری با سایه‌ای از رنگ خاکستری تولید می‌کنند. سلول‌های مخروطی در شدت روشنایی متوسط و بالا عمل کرده و تولید سیگنال می‌کنند. سه نوع از انواع این سلول‌ها بیشتر به رنگ‌های قرمز (R)، سبز (G) و آبی (B) حساس هستند. سیستم بینایی انسان بیشترین حساسیت را به ناحیه مرکزی طیف مرئی دارد.



۲- جسم رنگی: شکل فیزیکی اشیاء در نحوه دیده شدن رنگ آنها تاثیرگذار می‌باشد. فاکتورهای تاثیرگذار شامل: براقیت، بافت، شکل، زاویه دید، محیط اطراف و کدری هستند. تاثیر فاکتورها تماماً مربوط به نحوه توزیع نور پس از برخورد با سطح آنها

اجسام تاثیر گذارند. برای مثال در یک خانه با دکوراسیون مشابه اگر یک بار از لامپ زرد معمولی برای روشنایی استفاده شود و بار دیگر از لامپ فلورسنت یا مهتابی تفاوت آشکاری در آنچه خواهیم دید وجود خواهد داشت؛ بدین ترتیب که در حالت اول، اشیاء منزل ته‌مایه قرمز قوی‌تری دارند و خانه به اصطلاح گرم‌تر به نظر می‌رسد و بالعکس با نور مهتابی، اشیاء ته‌مایه آبی بیشتری خواهند داشت و به نظر سرد می‌آیند. اما چرا؟

منابع نوری که ما از آنها استفاده می‌کنیم تقریباً در کل طیف مرئی دارای طول موج هستند و هر منبع نوری در بخشی از این طیف قدرت و یا ضعفی دارد. همین ضعف و قدرت‌ها است که باعث تفاسیر متفاوت ما از رنگ‌های یکسان می‌باشد. معیار اندازه‌گیری برای منابع نور درجه کلونین می‌باشد بدین معنی که در دمای ۶۵۰۰ درجه کلونین از یک جسم شما چنین نوری را خواهید دید. این دما برای نورهای دیگر مانند لامپ تنگستن ۲۸۵۶ درجه و برای لامپ مهتابی ۴۱۵۰ درجه تعیین شده است. هر منبع نور یک نمودار طیفی دارد که نشان می‌دهد روی چه رنگ‌هایی حساسیت بیشتری ایجاد می‌کند.



همان‌طور که در ابتدا مقایسه‌ای بین تاثیر لامپ مهتابی و تنگستن انجام شد، می‌توان دید که در منبع نوری A که نماینده نور لامپ تنگستن می‌باشد حداقل تابش را در محدوده آبی و حداکثر تابش را در محدوده قرمز دارد. و همچنین نور Cool white fluorescent قوی‌ترین پیک تابشی را در محدوده آبی دارد و ضعیف‌ترین را در محدوده قرمز. برای منبع نوری D65 یا نور روز مصنوعی همان‌طور که مشاهده می‌کنید قدرت تابش نور در بیشتر طول موج‌ها تقریباً در یک حد قرار دارد و به همین دلیل کمترین تاثیر خطا را بر روی تفسیر مغز از رنگ اجسام می‌گذارد. اهمیت استفاده از کابینت استاندارد نور برای مشاهده اجسام در همین بخش مشخص می‌شود چون اگر نتوان منبع نوری را مشخص کرد، نمی‌توان روی رنگ دیده‌شده تصمیم قطعی گرفت.



می‌باشد. در حالتی که سطح براق باشد، نور تابیده‌شده به صورت حداکثری به بیننده بازتاب می‌گردد که باعث قوی‌تر و زنده‌تر دیده شدن رنگ می‌گردد. مانند رنگ‌های متالیک که رو سطوح صیقلی فلزی اعمال می‌گردد. این مورد برای سطوح کدر برعکس است یعنی نور بازتاب‌شده از جسم به سمت بیننده به دلیل سطح غیرهموار جسم در راستاهای مختلف پخش می‌گردد که این امر منجر به کمتر شدن اثر آن روی بیننده خواهد بود. بافت یک منسوج و نوع الیاف مصرفی در تولید آن می‌توانند در زمینه تاثیر گذار باشند. برای مثال دو پارچه هم جنس با تراکم بافت‌های متفاوت در رنگ دیده‌شده توسط بیننده متفاوت خواهند بود، چون پارچه متراکم‌تر نور بیشتر بازتاب خواهد داد. این تفاوت در مورد الیاف هم صادق است؛ الیاف مصنوعی ریسیده‌شده به روش ذوب‌ریسی بیشترین بازتاب را به دلیل سطوح صاف خود دارند و الیاف دیگر از جمله طبیعی و مصنوعی‌هایی که با روش‌های خشک‌ریسی و ترریسی تولید شده‌اند به دلیل ایجاد خلل و فرج‌های بسیار در پروسه تولید دارای بازتاب‌های متفاوتی هستند.



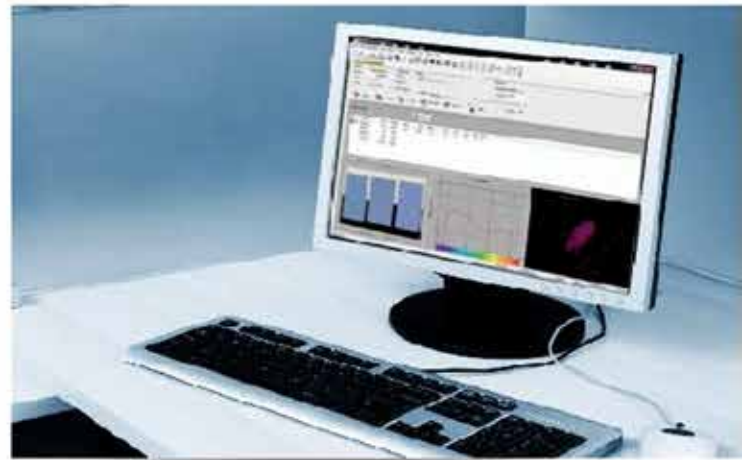
زاویه دید استاندارد زاویه ۴۵ درجه است که بایستی در هنگام بررسی و مقایسه دو نمونه رنگی در نظر گرفته شود. با توجه به اینکه دیدن برای انسان به صورت تفسیری انجام می‌گردد در نتیجه اثرات محیطی همواره در تصمیمات مغز نسبت به رنگ یک کالا تاثیر گذار می‌باشد، گاهی اوقات این اثرات به حدی در تصمیم‌گیری‌ها دخیل می‌شوند که باعث بروز خطا می‌گردند.



۳- منبع نوری استاندارد: نورهای معمولی که در طول روز بیشتر با استفاده از آنها اجسام اطراف مان را می‌بینیم مانند نور روز، نور طلوع یا غروب آفتاب، نور لامپ مهتابی و نور لامپ‌های زرد همواره بر روی تفسیر ما از رنگ

اسپکترو فتومتر پر قابل CI6X

- قابل حمل
- قابل اعتماد ودقیق $\Delta E = 0.13$
- دارای صفحه نمایش برای بررسی نتایج
- کاربردی برای صنایع رنگ، نساجی، چاپ، کاغذ، پلاستیک، خودرو و...
- قابل اتصال به نرم افزار رنگ همانندی (کالر مچینگ)



اسپکتروفتومتر رومیزی CI7X00

- برترین مدل رومیزی X-RITE
- نمونه برداری دقیق و یکنواخت $\Delta E = 0.08$
- کنترل پروسه، تنوع در شرایط اندازه گیری
- قابلیت اندازه گیری عبور نور
- قابل اتصال به نرم افزار رنگ همانندی (کالر مچینگ)



وب سایت: www.texofin.com

ایمیل: info@texofin.com

کانال تلگرام: <http://telegram.me/texofin>

تلفن: ۰۱-۸۸۵۷۵۵۷۰

فکس: ۸۸۳۷۲۷۶۳

پیام کوتاه: ۸۸۵۷۵۵۷۰

برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد این آگهی با شرکت مهندسی تکسوفین تماس حاصل فرمایید.

فوربس ارزشمندترین برندهای جهان را معرفی کرد برندهای برتر مد و پوشاک سال ۲۰۱۶

گروه مترجمین مجله



است. دفتر مرکزی آن در شهر پاریس فرانسه قرار دارد و در سال ۱۸۵۴ تاسیس شده است. این برند، با ارزش‌ترین برند لوکس جهان محسوب می‌شود. محصولات آنها شامل کالاهای چرمی، کیفهای دستی، صندوقچه، کفش، ساعت، جواهرآلات و ملحقات لباس است و اکثر این محصولات با لوگوی LV آراسته شده‌اند. این برند با حاشیه سود ۴۰ درصد، یکی از سودآورترین برندها در جهان به حساب می‌آید. Louis Vuitton صد و شصتیمین سالگرد تاسیس خود را در سال ۲۰۱۴ جشن گرفت.

آمریکا قرار دارد و در سال ۱۹۶۴ تاسیس شده است. این برند در زمینه طراحی، تولید، بازاریابی و فروش کفش، پوشاک و تجهیزات، لوازم جانبی و خدمات مرتبط فعالیت می‌کند. کفشهای ورزشی آن در وهله اول برای مصارف ورزشی خاص طراحی شده هرچند درصد زیادی از این محصولات برای کاربردهای کازوال و تفریحی استفاده می‌شود. محصولات این شرکت در ۷ زمینه اصلی شامل: دومیدانی، بسکتبال، فوتبال، بدن‌سازی مردان، بدن‌سازی زنان، پوشاک ورزشی و ورزشهای پرتحرک ارائه می‌شوند. این شرکت همچنین محصولات طراحی‌شده برای کودکان و همچنین دیگر کاربردهای ورزشی و تفریحی را نظیر بیسبال، کریکت، گلف، چوگان، فعالیتهای فضای باز، تنیس، والیبال، پیاده‌روی و کشتی، به بازار عرضه می‌کند.

Louis Vuitton (رتبه ۱۹ فهرست)
ارزش این برند معادل ۲۷,۳ میلیارد دلار و فروش سالانه آن ۱۰ میلیارد دلار اعلام شده

موسسه فوربس به تازگی فهرست ارزشمندترین برندهای جهان در سال ۲۰۱۶ را منتشر کرده است. در بین ۱۰۰ برند اعلام‌شده توسط این موسسه، نام تعدادی از برندهای مد و پوشاک جهان نیز به چشم می‌خورد که در ادامه به آنها اشاره می‌شود:

NIKE (رتبه ۱۸ فهرست)



ارزش این برند ۲۷,۵ میلیارد دلار و فروش سالانه آن ۳۰ میلیارد دلار عنوان شده است. دفتر مرکزی آن در شهر بیورتن در ایالات اورگن

می‌گیرد. شرکت هرمس توسط تیری هرمس در اول ژوئن ۱۸۳۷ تاسیس شده است.

Zara (رتبه ۵۳ فهرست)



ارزش این برند ۱۰٫۷ میلیارد دلار و فروش سالانه آن ۱۵٫۹ میلیارد دلار اعلام شده است. دفتر مرکزی آن در شهر آرتیکسو اسپانیا قرار دارد و سال ۱۹۷۴ تاسیس شده است. این خرده‌فروشی پوشاک بیش از ۲ هزار فروشگاه در سراسر جهان در اختیار دارد و به نوعی گل سرسید برندهای گروه ایندیتکس به حساب می‌آید. زارا به واسطه قابلیت طراحی محصول جدید و عرضه آن به فروشگاهها ظرف مدت دو هفته، مشهور است در حالی که دیگر خرده‌فروشان، این کار را طی ۶ ماه انجام می‌دهند. این برند سال ۲۰۱۴ فروش آنلاین خود را در مکزیک، کره جنوبی، یونان و رومانی راه‌اندازی کرد و در سال ۲۰۱۵ این برنامه را در تایوان، هنگ‌کنگ و ماکائو پیاده نمود.

Chanel (رتبه ۸۰ فهرست)

ارزش این برند ۷٫۲ میلیارد دلار و فروش سالانه آن ۵٫۲ میلیارد دلار اعلام شده است. دفتر مرکزی آن در شهر پاریس فرانسه قرار دارد و در سال ۱۹۰۹ تاسیس شده است. این برند لوکس فرانسوی، عرضه کننده پوشاک و اکسسوری، عینک، عطر و لوازم آرایشی و همچنین جواهرات ظریف و انواع ساعت می‌باشد. برند شنل به خاطر «لباس سیاه کوتاه»



و یک فروشگاه کوچک عرضه چمدان را در شهر مادری خود فلورانس افتتاح کرد. امروزه این برند، بخشی از شرکت خوشه‌ای مد با نام Kering است که زیر نظر فرانکو پینالت میلیاردی فرانسوی قرار دارد. این برند در سال ۲۰۱۰ بخش کودکان را به کلکسیون مد زنانه و مردانه و کالاهای چرمی خود اضافه کرد. رشد این برند به دلیل کاهش تقاضا در آسیا، کند شده است. مشتریان چینی حدود یک سوم از خریداران محصولات Gucci را تشکیل می‌دهند.

Hermes (رتبه ۴۸ فهرست)



ارزش این برند ۱۱٫۷ میلیارد دلار و فروش سالانه آن ۵٫۴ میلیارد دلار عنوان شده است. دفتر مرکزی آن در شهر پاریس فرانسه واقع است. این برند در زمینه عرضه منسوجات و پوشاک فعالیت می‌کند. فعالیتهای آن شامل تولید، فروش و توزیع انواع پوشاک است. محصولات این برند کالاهای چرمی، پوشاک آماده و ملحقات، ابریشم و منسوجات و همچنین عطر و ساعت را در بر

H&M (رتبه ۳۳ فهرست)



ارزش برند ۱۵٫۹ میلیارد دلار و فروش سالانه آن ۲۱٫۵ میلیارد دلار اعلام شده است. دفتر مرکزی آن در شهر استکهلم سوئد قرار دارد و در سال ۱۹۴۷ تاسیس شده است. این برند در زمینه فروش لباس، ملحقات لباس، کفش، لوازم آرایشی و منسوجات خانگی فعالیت می‌کند. برندهای زیرمجموعه این شرکت شامل COS، Weekday، Cheap Monday، Monki و H&M Home می‌باشد. برند COS دارای ۵۰ فروشگاه و یک مرکز خرید آنلاین در اروپاست که انواع پوشاک، کفش، کمربند و جواهرات را برای مردان و زنان طراحی و عرضه می‌کند. برند Cheap Monday مجموعه‌های جین برای مردان، زنان و کودکان، ملحقات لباس، عینک، لباس زیر و کفش عرضه می‌کند. برند Monki مدهای دارای طراحی گرافیک را برای زنان جوان ارائه می‌دهد. برند H&M Home نیز محصولات مورد استفاده در منزل شامل حوله، ملحفه، پرده و دیگر منسوجات خانگی را پوشش می‌دهد.

Gucci (رتبه ۴۴ فهرست)

ارزش برند معادل ۱۲ میلیارد دلار و فروش سالانه آن ۴٫۳ میلیارد دلار اعلام شده است. دفتر مرکزی آن در شهر فلورانس ایتالیا واقع شده است. این برند در سال ۱۹۲۱ تاسیس شد زمانی که گوچیو گوچی یک شرکت محصولات چرمی

می‌شد، اشتباها به جای حرف C حرف Q نوشته شد و بدین ترتیب، این برند ارزشمند متولد شد. در حال حاضر بیش از ۱۶۰۰ فروشگاه یونیکلو در سراسر جهان فعال است. اولین فروشگاه این برند در خارج از ژاپن در سال ۲۰۰۱ افتتاح شد و اکنون تعداد فروشگاه‌های برون‌مرزی آن به ۷۹۸ رسیده است.

Prada (رتبه ۹۷ فهرست)



ارزش این برند ۶٫۸ میلیارد دلار و فروش سالانه آن ۳٫۲ میلیارد دلار اعلام شده است. دفتر مرکزی آن در شهر میلان ایتالیا قرار دارد و سال ۱۹۱۳ تاسیس شده است.

پرادا در زمینه تولید و توزیع کالاهای لوکس فعالیت دارد. این برند محصولات لوکس شامل کیف دستی، کالاهای چرمی رده‌بالا، پوشاک آماده، کفش، عینک، ملحقات لباس و انواع عطر را طراحی، تولید، تبلیغ و بازاریابی می‌کند. محصولات این شرکت تحت برندهای Prada، MiuMiu، Car Shoe و Church's و از طریق کانالهای خرده‌فروشی و عمده‌فروشی، فروخته می‌شود. برندهای Prada و MiuMiu طیفی از کالاهای لوکس شامل پوشاک چرمی نظیر کیف دستی، پوشاک آماده، کفش را در کنار عطر، ملحقات و عینک به مشتریان عرضه می‌کند. برندهای Car Shoe و Church's نیز بازار کفشهای لوکس را هدف گرفته‌اند.

Reebok-CCM Hockey و دیگر برندها با مدیریت متمرکز شرکت. بخش عمده‌فروشی فعالیت‌های مختلفی را در ارتباط با توزیع محصولات آدیداس و ریبک به خرده‌فروشان انجام می‌دهد. بخش خرده‌فروشی، اقدامات مربوط به فروش مستقیم محصولات این دو برند به مصرف‌کنندگان از طریق روشهای فیزیکی و الکترونیک را عهده‌دار است. محصولاتی که در بخش خرده‌فروشی عرضه می‌شوند شامل کفش، پوشاک و امکانات سخت افزاری نظیر کیف و توپ با برندهای مذکور می‌باشد. دیگر برندهای ذکر شده نیز پوشاک و انواع تجهیزات و محصولات مرتبط با ورزشهای گلف و هاکی را تامین می‌کنند.

Uniqlo (رتبه ۹۱ فهرست)



ارزش این برند معادل ۷ میلیارد دلار و فروش سالانه آن ۱۱٫۴ میلیارد دلار محاسبه شده است. دفتر مرکزی آن در شهر یاماگوچی ژاپن واقع است و در سال ۱۹۷۴ تاسیس شده است.

یونیکلو یک شرکت ژاپنی طراح، تولیدکننده و خرده‌فروشی پوشاک کازوال در بخش‌های زنانه، مردانه و بچگانه است. این شرکت از سال ۲۰۰۵ به طور کامل به زیرمجموعه شرکت Fast Retailing Co تبدیل شده است. نام این برند ابتدا Unique Clothing Warehouse نام داشت اما به دلیل طولانی بودن، به Uniqlo خلاصه شد. زمانی که این برند در هنگ کنگ ثبت



عطر شماره ۵ و کت و دامن‌های زنانه خود مشهور است. کارل لاگرفلد در سال ۱۹۸۳ به عنوان مدیر نوآوری و خلاقیت به شتل پیوست و امروز در سن ۸۲ سالگی همچنان در این سمت فعالیت می‌کند. برند شتل به عنوان مطلوب‌ترین برند در بین مصرف‌کنندگان کالاهای لوکس در چین معرفی شده است.

Adidas (رتبه ۹۰ فهرست)



ارزش این برند ۷ میلیارد دلار و فروش سالانه آن ۱۵٫۳ میلیارد دلار اعلام شده است. دفتر مرکزی آن در شهر هرزوغناراخ آلمان واقع است و در سال ۱۹۲۰ تاسیس شده است.

برند آدیداس در زمینه طراحی، توسعه، تولید و بازاریابی محصولات ورزشی و سبک زندگی در سراسر جهان فعالیت می‌کند. این شرکت از طریق ۶ بخش فعالیت‌های خود را انجام می‌دهد که عبارتند از: عمده‌فروشی، خرده‌فروشی، TaylorMade adidas Golf.

واردات رسمی پوشاک ۱۴ میلیون دلار است

قاچاق پوشاک ۵۰ برابر واردات رسمی

عماد عزتی

ارزش مجموع واردات پوشاک غیر قانونی به ایران است.

این مقام مسئول درباره سهم کشورهای صادرکننده پوشاک به ایران نیز تصریح کرد: به طور کلی ۹۵ درصد پوشاک وارداتی ایران از سه کشور چین، امارات متحده عربی و ترکیه صورت می‌گیرد که سهم چین ۷۰ درصد، امارات ۱۸ درصد و ترکیه ۷ درصد است. بنابراین دور از ذهن نیست که بگوییم بیشترین حجم قاچاق پوشاک به ایران برخلاف تصور، کشور ترکیه نیست و چین بیشترین حجم را به خود اختصاص داده است.

وی با تاکید بر این که هیچ امتیاز خاصی برای برندهای خارجی جهت ورود به بازار ایران در نظر گرفته نمی‌شود، گفت: با توجه به بحث حمایت از تولیدات داخلی امتیازی برای تاسیس نمایندگی برندهای خارجی در نظر گرفته نشده و فقط اجازه فعالیت به برندهای دارای مجوز رسمی داده می‌شود. به طور کلی تمام عرضه‌کنندگان برندهای خارجی پوشاک پس از دریافت مجوزهای لازم از کشور مبدأ باید به مرکز امور اصناف و بازرگانی زیر نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت مراجعه و پس از ثبت برند، اجازه فعالیت در کشور را دریافت می‌کنند.

پس از اجرایی شدن برجام می‌بینیم هر روز آمار تازه‌ای از واردات غیرقانونی پوشاک در کشور ارائه می‌شود.

تنها ۱۴ میلیون دلار واردات رسمی داشته‌ایم

گلنار نصرالهی، مدیرکل صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت با اشاره به حجم قاچاق پوشاک به خبرنگار جام‌جم گفت: بر اساس بررسی‌های انجام‌شده و همچنین آمار سازمان‌های بین‌المللی، ارزش پوشاک صادراتی کشورهای جهان به ایران بین ۶۰۰ تا ۷۰۰ میلیون دلار است، در حالی که آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران مبنی بر میزان پوشاکی که به صورت رسمی وارد ایران شده تنها ۱۴ میلیون دلار تعیین شده است که نشان می‌دهد پوشاک قاچاق حداقل ۵۰ برابر واردات قانونی آن است.

وی در ادامه ضمن اشاره به میزان مصرف و تولید پوشاک داخل کشور افزود: با در نظر گرفتن تفاوت میان دو عدد مطرح‌شده یعنی میزان صادرات پوشاک کشورهای تولیدکننده به ایران و همچنین آمار گمرک از کالاهایی که به طور قانونی وارد ایران شده‌اند، به رقمی بالغ بر ۱,۵ تا دو میلیارد دلار می‌رسیم که

بر اساس گزارش‌های ستاد مبارزه با قاچاق، حجم کالاهای قاچاقی ورودی به کشور در سال بین ۱۶ تا ۲۰ میلیارد دلار است که محصولات نساجی (پارچه، پوشاک و پتو) با ۲,۳ میلیارد دلار سهم بالایی در قاچاق دارد.

براساس آمارهای بین‌المللی و رسمی، صنعت نساجی یکی از اشتغال‌زاترین صنایع با ارزش افزوده قابل ملاحظه است که درآمد حاصل از آن بنیان اقتصادی برخی کشورها مثل بنگلادش را شکل می‌دهد. اما این صنعت با وجود پیشینه چند هزار ساله در کشورمان هنوز نتوانسته در جایگاه اصلی خود قرار گیرد که از سوی کارشناسان مهم‌ترین عامل این وضعیت، افزایش بی‌رویه واردات و قاچاق انواع منسوجات بخصوص پوشاک اعلام شده است. براساس آمارهای موجود، بخش بسیار کوچکی از منسوجات وارداتی در بازار ایران به صورت قانونی وارد کشور می‌شود و بخش اعظم آن قاچاق است. رواج پوشاک قاچاق در بازار ایران در حالی است که صنعت پوشاک می‌تواند نقش مهمی در اشتغال‌زایی ایفا کند. براساس فرمایشات مقام رهبری در زمینه حمایت از تولید ملی لازم است مسئولان برای جلوگیری از افزایش روند قاچاق پوشاک اقداماتی اصولی انجام دهند چون به خصوص

کارگروه تشکیل دادیم

نصراله‌ی درباره آخرین وضعیت قاچاق پوشاک افزود: همان‌طور که می‌دانید دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، یکی از اعضای کارگروه مبارزه با قاچاق پوشاک است. طی جلسات برگزار شده با دستگاه‌های ذی‌ربط بخشنامه جامع واردات و ردیابی واردات پوشاک تدوین شده است. این درحالی است که ابلاغ دستورالعمل ثبت برند نمایندگی‌های پوشاک وارداتی، آیین‌نامه اجرایی روش نصب شناسه کالا و شناسه رهگیری روی کالای وارداتی، انتقال کالاهای پوشاک از گروه ۱۰ به گروه ۹ کالاهای نساجی و کنترل و نظارت بیشتر بر واردات کالاهای نساجی از مناطق آزاد به سرزمین اصلی از جمله فعالیت‌های دیگر این کارگروه است.

به اعتقاد وی، وضع تعرفه، راهکار مناسبی برای کاهش حجم قاچاق نیست و نمی‌توان با دیوار تعرفه عامل قاچاق را در صنعت پوشاک به صفر نزدیک کرد، بلکه هرچه تعرفه غیراصولی‌تر و بیشتر باشد بدون تردید سودآوری قاچاق برای سودجویان بیشتر خواهد شد و باید شاهد کوچک شدن سهم تولید داخل در بازار باشیم.

مدیرکل صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت یکی از مهم‌ترین برنامه‌های این دفتر را حمایت از تولید ملی دانست و گفت: براساس همین برنامه و همچنین فرمایشات مقام معظم رهبری سال گذشته کارگروه پوشاک کشور تشکیل و برنامه جامع راهبردی پوشاک تدوین شد که در اولین اقدام با همکاری سازمان صنایع کوچک، اولین شهرک تخصصی پوشاک در حال احداث است. نصراله‌ی افزود: نکته دیگری که در این کارگروه مورد توجه قرار گرفت مربوط به مشکلات مالی و سرمایه در گردش تولیدکنندگان بود که بر همین اساس بخشنامه‌ای جهت استفاده از تسهیلات

سرمایه در گردش با هدف افزایش تولید داخلی و اشتغال‌زایی ابلاغ شده و واحدهای نساجی و پوشاک می‌توانند با ثبت درخواست تسهیلات مورد نیازشان از طریق سامانه الکترونیکی بهین‌یاب از تسهیلات مذکور استفاده کنند.

۷ میلیارد دلار گردش مالی پوشاک در ایران

مهندس مجید نامی، عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران نیز با تأیید افزایش روند قاچاق پوشاک و نگرانی تولیدکنندگان گفت: وقتی از قاچاق صحبت می‌شود نمی‌توان آمار دقیقی در این زمینه ارائه کرد، اما لازم است به این نکته توجه کنیم که با استفاده از آمار تولید یا مصرف بازار می‌توان به نوعی حجم قاچاق را به دست آورد.

وی افزود: طبق آمار و مستندات موجود، گردش مالی مصرف پوشاک ایران ۷ میلیارد دلار است و اگر به آمار منتشرشده از واردات قانونی پوشاک در وبسایت گمرک جمهوری اسلامی ایران توجه کنیم، می‌بینیم تنها کمی بیشتر از ۱۰ میلیون دلار واردات قانونی صورت گرفته و حتی اگر ۳۰ درصد از تولیدات داخلی را از میزان گردش مالی در طول سال کسر کنیم، می‌بینیم بازهم حجم قابل توجهی قاچاق یا همان واردات از مبادی غیرقانونی صورت گرفته است.

این کارشناس صنعت نساجی تصریح کرد: مدت‌هاست در مورد قاچاق پوشاک صحبت می‌کنیم اما همان‌طور که می‌دانید صنعت پوشاک کاملاً خصوصی است و همانند خودروسازان دارای لابی قدرتمند در بدنه دولت نیست چون به محض این‌که واردات یا بازار خودرو دستخوش تغییراتی می‌شود، مسئولان تمام‌قد وارد میدان شده و برای رفع بحران سیاست‌گذاری می‌کنند اما پوشاک یا نساجی

این‌گونه نیست، به همین دلیل حتی در برخی مبادلات سیاسی این نساجی است که هزینه می‌شود. به عنوان مثال مطالبات خارجی یا حتی رانتی که به ارگان‌های مختلف داده می‌شود اغلب از منسوجات یا حتی ماشین‌آلات نساجی بوده است و دور از ذهن نیست بگوییم دولت خود در این زمینه دخالت دارد.

نامی افزود: گمرک جمهوری اسلامی ایران به دلیل موازی‌کاری‌های موجود در ارگان‌های مختلف، توان کامل کنترل مبادی ورودی قانونی را ندارد و از آنجا که باید به ارگان‌های گوناگون پاسخگو باشد، این مشکل برطرف نخواهد شد. هرچند مناطق آزاد و بازارچه‌های مرزی جزو بزرگ‌ترین مبادی ورود غیرقانونی کالاهای بخصوص پوشاک هستند.

این مقام صنفی با اشاره به فرمایشات رهبری درباره این که چرا فقط برای جلوگیری از قاچاق به مبادی ورودی توجه شده است، گفت: برای جلوگیری از قاچاق پوشاک کافی است به فروشگاه‌های سطح شهر یا داخل مراکز خرید مراجعه کنید تا ببینید کالاهای غیرقانونی چگونه توزیع می‌شوند دقیقاً کاری که برای میوه از سوی مسئولان صورت گرفت و با مراجعه به میدان مرکزی توانستند شبکه توزیع را شناسایی کنند.

وی تأکید کرد: با افزایش تعرفه یا تبصره و قانون نمی‌توان جلوی قاچاق را گرفت به صورتی که امروز می‌بینیم تعرفه ۵۵ درصد و ارزش افزوده ۹ درصدی نتوانسته جلوی این موضوع را بگیرد چون هستند شرکت‌هایی که با استفاده از خلاءهای قانونی دقیقاً از طریق کم‌اظهاری یا استفاده از تخفیف‌های ارگانی، پوشاک را کاملاً قانونی با ارقامی بسیار پایین وارد کشور می‌کنند. بنابراین بهتر است قانون دقیق اجرا شود چون قانون دقیق و قابل اعتمادی در این زمینه داریم.

به دنبال ثبت عملکرد ضعیف در شروع سال جاری میلادی برند Gap ۷۵ فروشگاه خود را تعطیل می کند

این شرکت با بیش از ۲۰۰ فروشگاه Gap و banana Republic تداوم خواهد یافت. بر اساس سیاست جدید این شرکت، رشد کوتاه مدت برند Old Navy در منطقه آمریکای شمالی از جمله در فروشگاه تازه تاسیس این برند در مکزیک و همچنین چین و دیگر نمایندگی‌های آن در سطح جهان، تثبیت خواهد شد. علاوه بر این، شرکت Gap گام‌هایی را در جهت ایجاد یک ساختار کارآمدتر برای برندهای خود در سطح جهان برخواهد داشت تا سبد برندهای این شرکت قادر باشند نیازهای مشتریان و تغییرات سریع محیط کسب و کار را با سرعت بیشتری پیش‌بینی کرده و به آن واکنش نشان دهند.

دلار ثبت شده است. همچنین درآمد خالص Gap نیز از ۲۳۹ میلیون دلار در سه ماهه اول سال مالی ۲۰۱۵ به ۱۲۷ میلیون دلار در مدت مشابه امسال کاهش پیدا کرده است. شرکت Gap اعلام کرده به منظور بهتر شدن تراز و منابع مالی، فقط روی مناطق جغرافیایی که بالاترین پتانسیل و ظرفیت را دارند، تمرکز خواهد کرد. در نتیجه، پیش‌بینی می‌شود برند Old Navy ۵۳ فروشگاه را در ژاپن در سال مالی ۲۰۱۶ تعطیل کند. همچنین تعدادی از فروشگاه‌های Banana Republic نیز در سطح بین‌المللی تعطیل خواهند شد. البته ژاپن همچنان به عنوان یک بازار مهم در سبد مشتریان Gap باقی می‌ماند و حضور قدرتمند

بعد از ثبت عملکرد ضعیف در سه ماه اول سال مالی ۲۰۱۶، شرکت Gap خرده فروشی پوشاک آمریکایی از برنامه خود برای تعطیلی تقریباً ۷۵ فروشگاه در طول سال مالی جاری خبر داده تا بتواند فعالیت برندهای خود را فقط در مناطق جغرافیایی منتخب توسعه دهد. این اقدام می‌تواند یک مزیت ساختاری و فرصتی را برای تصاحب سهم بازار جهت بهبود موقعیت بلندمدت این شرکت فراهم نماید. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» فروش خالص این شرکت در سه ماهه اول سال مالی ۲۰۱۶ منتهی به ۳۰ آوریل، رقم ۳ میلیارد و ۴۳۸ میلیون دلار بوده در حالی که این رقم در مدت مشابه سال قبل ۳ میلیارد و ۶۵۷ میلیون



گسترش حضور Abercrombie&Fitch در خاورمیانه خرده‌فروشی آمریکایی به دنبال بازارهای عربی منطقه



شرکت مذکور هم‌اکنون در ۱۳ کشور فعالیت می‌نماید. در این رابطه، آرتور مارتینز رییس اجرایی Abercrombie&Fitch می‌گوید: «ما انتظار داریم که تقاضای فراوانی برای برندهای ما در بازارهای جدید خاورمیانه وجود داشته باشد و از اینکه برای گسترش حضورمان در خاورمیانه با شرکت ماجد الفطیم همکاری می‌کنیم، هیجان‌زده هستیم. این همکاری دومین تجربه مهم در زمینه فرنچایزینگ برای ما محسوب می‌شود چراکه همچنان به دنبال گسترش دامنه حضور برندهایمان در مناطق جغرافیایی مختلف هستیم.» همچنین مدیرعامل شرکت ماجد الفطیم در این ارتباط می‌گوید: «در سال‌های اخیر تقاضای قابل توجهی برای برندهای Abercrombie&Fitch در امارات و کویت وجود داشته و ما در چشم‌انداز خود برای رشد این برندها در بازار خاورمیانه تلاش خواهیم کرد.» گفتنی است در اوایل سال ۲۰۱۳، شرکت Abercrombie با حمایت شرکت ماجد الفطیم ۸ فروشگاه در امارات و کویت افتتاح کرد و طبق این گزارش، فروشگاه‌های جدید این برند ظرف یکی دو سال آینده در سایر کشورهای عربی منطقه خاورمیانه نیز راه‌اندازی خواهد شد.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، برند Abercrombie&Fitch به تازگی از گسترش فعالیت خود در خاورمیانه خبر داده که به موجب آن، این شرکت از طریق یک توافق‌نامه توسعه فرنچایز با شرکت هلدینگ ماجد الفطیم، فروشگاه‌های خرده‌فروشی در عربستان سعودی، قطر، بحرین و عمان راه‌اندازی می‌کند. این توافق‌نامه برندهای زیرمجموعه شامل، Abercrombie&Fitch، Hollister و Abercrombie را در بر می‌گیرد. این شرکت پیش‌بینی کرده که اولین فروشگاه‌های خود را در قطر در سه‌ماهه اول ۲۰۱۷ و در عربستان در نیمه دوم ۲۰۱۷ افتتاح نماید.

لازم به توضیح است Abercrombie&Fitch یک خرده‌فروشی آمریکایی است که در زمینه لباس‌های غیررسمی لوکس و سطح بالا برای مصرف‌کنندگان جوان فعالیت می‌کند. دفتر مرکزی آن در اوهایو واقع است و بیش از ۳۰۰ پایگاه فروش در ایالات متحد آمریکا دارد. همچنین شرکت ماجد الفطیم یک شرکت هلدینگ اماراتی مستقر در دبئی است که تعداد زیادی مراکز خرید، خرده‌فروشی و امکانات رفاهی و تفریحی را در خاورمیانه تحت تملک داشته و اداره می‌کند.

کوچ پوشاک قاچاق از مغازه‌ها به سایت‌های اینترنتی

سهیلا روزبان

صورت نگرفته است.

کاهش گردش مالی واحدهای صنفی مجوزدار

او که نسبت به آینده شغلی فعالان صنفی دارای مجوز به شدت نگران است، از تأثیر خریدوفروش‌ها در فضای مجازی بر رکود حاکم بر بنگاه‌های اقتصادی سخن می‌گوید. فاضلی با بیان این که گردش مالی سایت‌های فاقد مجوز و نماد اعتماد مشخص نیست، اما نمی‌توان تأثیر آن را در کاهش درآمد واحدهای صنفی نادیده گرفت، اظهار داشت: نمی‌توان منکر تغییرات پیش‌آمده در نحوه خریدوفروش و افزایش تمایل به خریدهای غیرحضور در دنیای امروز شد. مشکل ما فعالیت افرادی است که بدون هیچ مجوزی به این کار اقدام کرده و حق و حقوق مشتریان را ضایع می‌کنند.

قاچاقچیان بی‌نام و نشان

به گفته متولی نظام صنفی کشور، این روزها تمرکز بیشتر قاچاقچیان روی شیوه‌هایی از فروش است که بیشتر نام و نشانی هم از فرد قاچاقچی به جای نمی‌گذارد. به عبارتی آنها به جای این که بخواهند در گیرودار دریافت مجوز و مسائل اینچینی برونند، کالای خود را با سود مناسب به فروش می‌رسانند. او با اشاره به برخی عرضه پوشاک و کیف و کفش خارجی در گوشه کنار پایتخت، اظهار داشت: بیشتر آنها افرادی هستند که کالاهای خارجی را که به صورت کیلویی به ایران وارد شده، خریداری می‌کنند و پس از اتوکشی و در برخی موارد شستشو با قیمت‌های بسیار گرانی به فروش می‌رسانند. رییس اتاق اصناف ایران با بیان این که بخشی از پوشاک که به صورت

این روزها رفتار خریداران و فروشندگان پوشاک بسیار متفاوت شده است. کافی است که سری به شبکه‌های مجازی بزنید و اینستاگرام را خود رصد کنید. آن زمان است که قادر خواهید بود با یک کلیک ساده وارد بازارهای بزرگ زیرزمینی ایران شوید. بازار بزرگی که در نگاه اول بسیار جذاب به نظر می‌رسد، این روزها در سایه نبود نظارت کافی مشکلات بسیاری را برای خریداران ایجاد کرده است. از کیفیت نامناسب و نبود خدمات پس از فروش و عدم امکان تعویض گرفته تا عرضه محصولات قاچاق و پوشاک دست دوم و ناقل بیماری؛ همه و همه از مشکلات خرید از سایت‌های تلگرامی و اینترنتی فاقد نماد اعتماد از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت است.

در این روش مردم با مراجعه به این سایت‌ها کالای مورد نظر خود را خریداری کرده، پول آن را به صورت نقدی یا با کارت بانکی خود پرداخت می‌کنند و در نهایت، کالای خود را با پیک تحویل می‌گیرند، نه فروشنده خریدار را می‌بیند و نه خریدار فروشنده را. فروش‌های اینترنتی اما زمانی جذاب‌تر می‌شود که برخی واردکنندگان و قاچاقچیان با این روش‌ها کمترین ردپایی از فروش فیزیکی به جای نگذاشته و مجبور به پرداخت عوارض و مالیات‌های سنگین دولتی هم نیستند.

این روش از عرضه پوشاک قاچاق در حالی این روزها رشد قارچ‌گونه‌ای در شبکه‌های اجتماعی داشته که به ظاهر مسئولان قادر به مقابله با آنها نبوده و هیچ برنامه‌ای برای سامان‌دهی خریدوفروش‌های تلگرامی و اینترنتی ندارند. هرچند که مجتبی خسرو تاج معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت از حدود یک‌سال پیش، ساماندهی این بازار زیرزمینی را از اولویت‌های کاری این وزارتخانه اعلام کرد، اما براساس اظهارات علی فاضلی رییس اتاق اصناف ایران تاکنون هیچ اقدامی در این رابطه

«شهروند» می‌گوید: تولید پوشاک کار شاقی نیست که تولیدکنندگان ما از پس آن برنیايند. او ارزش افزوده صنعت پوشاک را ۴۰ درصد اعلام کرد و با تأکید بر این که نباید بازار پوشاک کشور را به راحتی به خارجی‌ها واگذار کنیم، افزود: در حال حاضر کیفیت اجناس داخلی بسیار مناسب است که در صورت حمایت دولت قیمت آنها نیز روند کاهشی به خود گرفته و قابلیت رقابت با محصولات دیگر کشورها را پیدا خواهد کرد.

نصراهی طراحی مد و لباس را مشکل این صنعت دانست و گفت: تولید لباس در بخش زنانه از تنوع لازم برخوردار نیست و همین مسئله موجب افزایش تمایل به استفاده از لباس‌های خارجی شده است. این مشکل در پوشاک مردانه کمتر بوده و به تبع قاچاق کمتری را نیز در آن شاهد هستیم.

مدیرکل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت با اشاره به این که تب برندپوشی بخش عمده‌ای از جامعه را فرا گرفته است، تصریح می‌کند: وقتی مشتری برای برندهای خارجی لباس در کشور ما دست و پا می‌زند، راه و روش‌ها برای رساندن این محصولات هر روز به‌روزتر می‌شود و مسئولان اگر می‌خواهند فرهنگ کشورمان که بخشی از آن در نوع پوشش مردم، نمود پیدا می‌کند، دستخوش تغییرات جدی قرار نگیرد، باید برنامه‌های مقابله جدی و به‌روزی را داشته باشند.

او معتقد است که مسئله توجه به مارک خارجی، یک مسئله تک‌بعدی نیست. وقتی که به برند خارجی رو بیاوریم، پول از کشور خارج می‌شود، کارگر بیکار می‌شود، فقر و بسیاری از آسیب‌های اجتماعی در پی می‌آید، پس تولید کالای داخلی خوب و بی‌اعتماد نکردن مردم نسبت به تولیدات داخلی، از مهم‌ترین وظایف مسئولان است. شاید جالب باشد که بدانید براساس اعلام مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت تراکنش خرید از سایت‌های اینترنتی در سال گذشته ۶۱ هزارمیلیارد تومان بوده که از سهم ۴ درصدی معاملات اینترنتی از تولید ناخالص داخلی کشور خبر می‌دهد.

این درحالی است که سال گذشته میزان فروش فروشگاه‌های اینترنتی کالا در دنیا به ۱۵۳/۵۷ میلیارد دلار رسید که این رقم نسبت به سال قبل از آن رشد ۲۴ درصدی این فروشگاه‌ها را در سراسر جهان نشان می‌دهد. پیش‌بینی می‌شود میزان فروش فروشگاه‌های اینترنتی تا سال ۲۰۱۶ به ۳۸۶/۵ میلیارد دلار برسد. گفتنی است که در سال ۹۲ حدود ۱۴ هزارمیلیارد تومان خرید و فروش اینترنتی در کشور صورت گرفته که این رقم در سال‌های ۹۳ و ۹۴ به ترتیب به ۵۰ هزارمیلیارد تومان و ۶۱ هزارمیلیارد تومان رسیده است.

قاچاق وارد کشور شده، دست دوم بوده و بیشتر آنها ناقل بیماری هستند، گفت: برخی از سودجویان بعد از اتوکشی این لباس‌ها، با یک بسته‌بندی شیک این محصولات به‌عنوان لباس نو آنها را عرضه می‌کنند. او که معتقد است امکان نظارت بر تمامی شبکه‌های مجازی از طریق اتحادیه وجود ندارد، از مصرف‌کنندگان خواست که هوشیار بوده و کمک حال بازرسان اتحادیه در برخورد با عرضه پوشاک قاچاق و فعالیت واحدهای بدون مجوز باشند. البته مردم در صورت شکایت می‌توانند با سامانه ۱۲۴ تماس حاصل کرده و با اعلام آدرس یا شماره تلفن خواستار رسیدگی به تخلفات پیش‌آمده شوند.

شکست برخورد با واردکنندگان غیررسمی

صرف‌نظر از این اظهارنظرها گویا در سایه بی‌توجهی دولت ریسک عرضه محصول قاچاق نه‌تنها بیشتر نشده، بلکه قاچاقچیان به مدد پیشرفت فناوری در حاشیه امنی قرار گرفته و بدون این که مالیاتی پرداخت کنند، سودهای بیشتری به جیب می‌زنند. بی‌توجهی مسئولان به عرضه پوشاک قاچاق در سایت‌های مجازی درحالی رخ می‌دهد که محمدرضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت پیشتر اعلام کرده که دولت بنا دارد با واردکنندگان غیررسمی پوشاک برخورد کرده و آنها را به نوعی ساماندهی کند.

بر همین اساس مقرر شد هر نشانی (برندی) که قرار است وارد ایران شود به‌طور رسمی ثبت شده و در صورتی که کالایی شماره ثبت نداشته باشد، از فروشگاه‌های کشور جمع‌آوری شود. به دنبال این اقدام بود که ۲۹ برند خارجی درخواست‌هایی را برای ثبت برند خود به مرکز امور اصناف و بازرگانان ارایه دادند، اما با نگاهی به بازارهای مجازی و غیرمجازی درمی‌یابید که طرح‌هایی از این دست هم نمی‌تواند پرونده عرضه پوشاک قاچاق در کشور را ببندد. گلنار نصراهی، مدیرکل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت در این باره معتقد است قاچاق پوشاک مسئله‌ای نیست که بتوان با یک طرح مانع آن شد. این مسئله‌ای فراقوه‌ای است که همکاری تمامی نظام را می‌طلبد. از فرهنگ‌سازی برای مصرف پوشاک ایرانی و طراحی مد و لباس گرفته تا حمایت دولت برای رونق تولید و برخورد با قاچاقچی همگی لازمه‌های برخورد با این معضل هستند.

تولید پوشاک کار شاقی نیست

نصراهی درحالی که معتقد است دولت باید با حمایت خود از صنعت پوشاک به نوعی درصدد جبران عقب‌افتادگی این صنعت برآید، به

چگونگی الهام گیری از محیط اطراف برای طراحی لباس

بهنود جواهر پور طراح لباس



خیلی از افراد نمی‌دانند نسبت به محیطی در آن قرار دارند و یا باید بروند چه پوششی داشته باشند که متناسب با آن فضا باشد/ در این بخش راهنمایی کامل به شما داده می‌شود. کارشناسان مدیریت، روانشناسان و ... یک صدا معتقدند انتخاب لباس تاثیر قابل توجهی در اقتدار و افزایش قدرت شما در محیط دارد. بسیاری از شماها که شاغل هستید، نمی‌دانید چه لباسی مناسب کار است و چه لباسی را نباید در محیط پوشید. شاید بد نباشد با هم سری به فهرست لباس‌های ممنوعه و غیرممنوعه در محیط بزنیم تا بدانید سراغ چه چیزهایی نباید رفت و نباید این خطاها در ظاهرمان بروز کند. در محیط‌های رسمی، رنگ‌های تیره، بدون ریسک است و شما نسبت به عکس‌العمل محترمانه فردی که نمی‌شناسید، مطمئن خواهید بود. بنابراین می‌توانید با انتخاب رنگ‌های تیره به طرف کاریتان ثابت کنید آدم خودخواهی نیستید و به او و تصمیم‌گیری‌هایش احترام می‌گذارید. پوشیدن یک مانتو یا پالتوی رنگی، خوشحالی شما در زندگی را نشان می‌دهد ولی خیلی لازم نیست این خوشحالی را در محل کار نشان دهید. پوشیدن این رنگ‌ها در محیط کار تنها

کلی، در دو حالت می‌تواند شما را رد کند؛ اول اینکه روز مناسبی نداشته باشید، دوم اینکه لباس مناسبی نپوشیده باشید. در مورد گزینه اول فقط خودتان می‌توانید به داد خودتان برسید. اما در مورد گزینه دوم نیاز به تأملی ژرف‌تر و بیشتر می‌باشد.

در مورد طبیعت‌گرایی بطور نمونه، در عشایر، مقوله لباس و پوشش بسیار مهم و قابل بررسی است. رنگ، طراحی، تزئینات و هنرها، هماهنگی

تلاش برای جلب توجه محسوب می‌شود پس رنگ‌های تیره مثل مشکی، سرمه‌ای، دودی، خاکستری و قهوه‌ای را برای محیط کارتان در نظر بگیرید.

اگر آدم منضبطی هستید و می‌خواهید شغل مناسبی پیدا کنید باید کاری کنید که ظاهرتان به بیننده اطمینان لازم را بدهد. نکاتی هست که با رعایت آنها می‌توانید همه را از خودتان مطمئن کنید. هر نوع کاری در هر حالتی بطور



به دلیل نقش اجتماعی مد، بازاریابی در این محیط بسیار پیچیده‌تر از بازاریابی برای سایر کالاهاست. همچنین ماهیت بین‌المللی محیط این تجارت و پیچیدگی ساختار این صنعت دو موضوع مهمی است که به طور خاص بر این صنعت تأثیر می‌گذارد. مدیران بازاریابی مد باید دقیقاً از همه تغییرات محیطی که ممکن است بر این تجارت تأثیر گذارد مطلع باشند. محدودیت‌های زمانی بازاریابی مد ناشی از ماهیت ناپایدار این صنعت است. عامل اساسی در این زمینه ارتباط مستقیم صنعت مد با فصول سال می‌باشد. ابتدای فصل‌ها معمولاً بهترین زمان برای فروش و معرفی کالاهای مد می‌باشد. در سال‌های اخیر و به مدد رسانه‌های جدید و روش‌های تولید پیشرفته سرعت تغییر در صنعت مد به حدی زیاد شده است که ممکن است برخی کالاهای مد حتی در زمان رسیدن به مراکز فروش قدیمی شوند. مدیران بازاریابی مد باید بتوانند به سرعت خود را با محدودیت‌های زمانی و ماهیت متغیر صنعت مد هماهنگ سازند.

مثل تزئینات و دیگر بخش‌های یک لباس کامل می‌توان خلایقیت و الهام از طبیعت کوهستانی، سرسبزی و طراوت و طلوع خورشید در روز و شب‌های پر ستاره آن را دید. در دیرینگی و قدمت لباس و مقایسه آن با سایر اقوام ایرانی مشاهده می‌شود که این لباس شباهت بسیاری با دیگر اقوام ایرانی دارد.

اگرچه بازاریابی مد از قوانین عمومی بازاریابی تبعیت می‌کند اما ماهیت متغیر دنیای مد که ناشی از ارتباط پیچیده این صنعت با گرایش‌ها و وقایع اجتماعی است، سبب شده است تا بازاریابی مد به عنوان واحدی متمایز در صنعت مد و پوشاک و در دنیای بازاریابی مورد توجه قرار گیرد. اما چه عواملی سبب شده تا بازاریابی مد از بازاریابی برای کالاها و خدمات دیگر، متمایز گردد. به طور کلی می‌توان مواردی را در این زمینه مطرح کرد: متغیرهای ناشی از تأثیر شدید فشارهای محیطی، متغیرهای ناشی از محدودیت‌های زمانی و متغیرهای ناشی از نقش خریداران.

و تناسب با محیط، سن افراد و با محفل و مجلس از نکته‌های مهم استفاده از این عنصر فرهنگی در عشاير است. می‌توان گفت لباس در فرهنگ‌ها بسته به مناطق سردسیر و گرمسیر یا هم‌جواری با دیگر نواحی تغییر می‌کند. تنوع لباس در مناطق مختلف متفاوت است. در منطقه کوه‌رنگ، زنان از لباس‌هایی استفاده می‌کنند که مختص به همین منطقه است در حالی که در مناطق بختیاری‌نشین لردگان و اردل از لباس‌هایی استفاده می‌شود که از نظر طراحی و دوخت، به لباس بویبر احمدی‌ها و قشقای‌ها نزدیک‌تر است. این عوامل می‌تواند ریشه‌های مختلفی داشته باشد؛ برخی مهاجرت‌ها و همسایگی‌ها می‌تواند بر پوشش هر منطقه اثر بگذارد. تنوع پوشاک، برگرفته از تنوع جغرافیایی و محیطی است. حتی سلايق هنری و علايق اجتماعی-فرهنگی هم در آن تاثیرگذار است. شاید در گذشته‌های نه چندان دور، لباس زنان یکسان بوده باشد ولی به مرور، این تفاوت و تنوع بوجود آمده است. حتی در تزئینات لباس

از صفر تا زارا

آزاده یکتایی

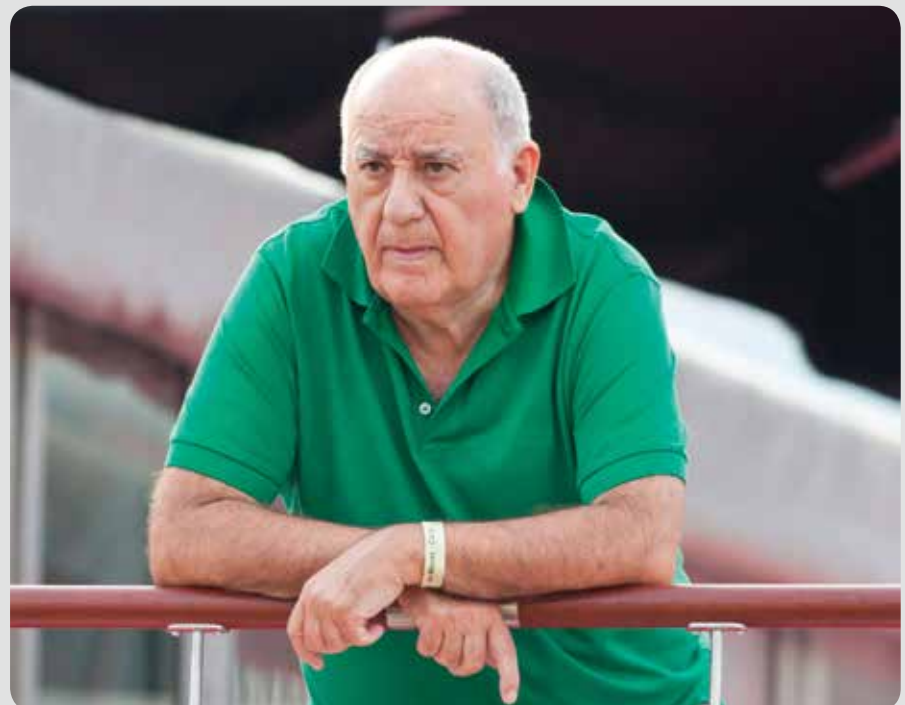
اینکه هزینه‌های تولید پوشاک از مرحله طراحی به کارخانه و فروشگاه‌ها چطور افزایش می‌یابد، به اهمیت تحویل بدون واسطه محصولات برای کاهش هزینه‌ها پی برد. او سال‌ها بعد، این استراتژی را با موفقیت بسیار در زارا پیاده کرد. هدف او از این کار، تحت کنترل داشتن تمام مراحل تولید به منظور کاهش هزینه‌ها و دستیابی به سرعت و انعطاف‌پذیری در تولید و تحویل بود.

او با همسر دوم خود در آپارتمانی در گالیسیا اسپانیا زندگی می‌کند و آپارتمان لوکسی در میامی دارد. او همچنین به دلیل علاقه شدیدی که به سواری دارد، بیست اسب سواری برای پرش اسب دارد که متعلق به خودش است.

آمانسیو کمی پس از آن توانست در یک تولیدی پیراهن دوزی محلی به نام گالا (Gala) شغلی به عنوان کمک فروشنده پیدا کند و پیک آن شرکت بود اما بعدها به دستیار بزاز و خیاط تبدیل شد و در همانجا، دوخت لباس با دست را یاد گرفت. این تولیدی دوخت و فروش پوشاک هنوز هم در همان بخش پایین شهر لاکرونا قرار دارد. اورتگا در سال ۱۹۷۲ تولیدی پوشاک گوا را تاسیس کرد. او در آن تولیدی، حوله حمام‌های پشمی را می‌فروخت. این حوله‌ها با بهره‌گیری از هزاران زن محلی که عضو تعاونی دوزندگی بودند تولید می‌شد.

پدر آمانسیو، یک کارگر راه‌آهن و مادرش خدمتکار بود. او هیچ وقت تحصیلاتش را ادامه نداد. اورتگا که به دلیل شغل پدرش به همراه خانواده در ۱۴ سالگی به شهر لاکرونا نقل مکان کرده بود، در این شهر به عنوان پیک برای یک فروشگاه لباس فروشی که برای افراد ثروتمند لباس تولید می‌کرد و پس از آن در شغل‌هایی مثل دستیار پارچه‌فروشی و خیاطی مشغول به کار شد. اورتگا با دیدن

آمانسیو اورتگا گائونا، متولد ۲۸ مارس سال ۱۹۳۶ در ایالت لیون اسپانیا است، کارآفرینی اسپانیایی در زمینه مد است که با ثروت ۱۸,۳ میلیارد دلار در جایگاه دهم، ثروتمندترین افراد جهان در سال ۲۰۱۰ قرار دارد. او به همراه همسر اولش، روزیلا مرا گروه ایندیتکس را تاسیس کرد و رییس این گروه نیز می‌باشد. در حال حاضر حدود ۵۹ درصد سهام این شرکت متعلق به اورتگا است.





و تولید لباس Inditex که موسسین آن آمانسیو اورتگا و رزالیا مرا هستند را «احتمالا نوآورانه‌ترین و ویرانگرترین خرده فروش جهان» نامیده است. کمپانی Inditex تقریباً از صدها شرکت تابع فعال در زمینه طراحی پارچه و منسوجات، توزیع و توزیع آنها مانند ZARA، Bershka، Pull & Bear، Massimo Dutti و Stradivarius تشکیل شده است.

موفقیت ایندیتکس به خاطر سرعت در ارائه محصولاتش

در واقع زمانی که از مرحله طراحی تا مرحله نمایش در فروشگاه طول می‌کشد، حدود یک هفته است. ایندیتکس کارمندان مخصوصی را برای دنبال کردن طراحی‌ها در نمایش‌های مد مامور کرده است و به دنبال این کار طراحان داخلی ایده‌های موفق‌تر را کپی برداری می‌کنند. پایه ساخت‌وساز و شبکه توزیع شرکت قادر بود،

تجارت پرریسک اورتگا نهایتاً در سال ۱۹۸۵ منجر به شکل‌گیری ایندیتکس برای معرفی زنجیره تولید پوشاک زارا با زنجیره‌های کوچک شد. گروه ایندیتکس یک شرکت بزرگ اسپانیایی و یکی از بزرگ‌ترین مجموعه شرکت‌های مد جهان است. این گروه از حدود ۱۰۰ شرکت که کارشان مربوط به طراحی، تولید و توزیع پارچه است، تشکیل شده است. ایندیتکس صاحب برندهایی چون زارا، ماسیمو دوتی، برشکا، اویشو، پول‌اند بر و غیره است. این گروه با بیش از ۱۴۰۰۰ کارمند، حدود ۴۶۰۰ فروشگاه در ۷۴ کشور جهان را اداره می‌کند. این گروه تقریباً تمام محصولاتش را خود طراحی و تولید می‌کند. زارا و دیگر زنجیره‌های ایندیتکس در ایتالیا، بریتانیا، ایالات متحده، آمریکای لاتین، ژاپن و کویت فعالیت می‌کند.

مدیر مد Louis Vuitton، دانیل پیت (Daniel Piette) شرکت چند ملیتی طراحی

آمانسیو در کارش بسیار سختکوش بود و اصول پایه و اولیه دنیای تجارت را در طول زمان و با تجربه خود فرا گرفت. او سپس در کنار همسرش اولین گام را برای رسیدن به دارایی فعلی‌اش برداشت و سرانجام نیز به موفقیت رسید. اما پول هرگز تمرکز او را از بین نبرد و همواره به تلاش و پشتکار خود ادامه داد. او به کار خود معتاد است و بسیار علاقه مند است که کارهایش را خودش انجام دهد و هیچ تعطیلاتی هم ندارد.

در اوایل دهه ۱۹۶۰ اورتگا، مدیر یک فروشگاه محلی لباس شد که تنها تعداد کمی از افراد ثروتمندتر آن منطقه از عهده خرید لباس‌های گران آن فروشگاه بر می‌آمدند. بنابراین او با خرید پارچه‌های ارزان‌تر در بارسلونا و برش دستی آنها با استفاده از الگوهای مقوایی شروع به تولید لباس‌هایی با قیمت پایین‌تر کرد و آنها را در فروشگاه‌های محلی به فروش رساند. او از سود حاصل از این کار برای راه‌اندازی اولین کارخانه تولید پوشاک خود که بعداً تبدیل به زنجیره فروشگاه‌های معروف مد در دنیا؛ یعنی زارا (ZARA) شد، در سال ۱۹۷۵ استفاده کرد. زارا به زودی به خاطر فروش محصولات با قیمت مناسبی که توسط طراحان با قابلیت در صنعت مد طراحی شده بودند، شهرت یافت. نخستین گزارش سالانه شرکت، هدف اورتگا را به این صورت بیان می‌کند: «هدف زارا دموکراتیک کردن صنعت مد بود. برعکس این ایده که مد را به عنوان امتیاز خاصی برای افراد خاصی در نظر می‌گیرد، ما صنعت مد را در محصولاتمان به شکلی ارائه می‌کنیم که برای تمام مردم در دسترس بوده و از سلیقه‌ها، علایق و نحوه زندگی زنان و مردان الهام می‌گیریم.»

لباس‌های جدید را ظرف چند هفته که بیش از ۱۲ بار سریع‌تر از رقبایش بود به فروشگاه‌ها بفرستد. ایندیتکس محصولاتش را با تعداد کم، اما تنوع زیاد حمل و ارسال می‌کند و اغلب از هزینه‌های سنگین انبارداری و هزینه‌های حراج برای فروش محصولاتی که فصل آنها گذشته است که بین اغلب فروشندگان در صنعت مد رایج است، اجتناب می‌کند. کامپیوتری شدن تمام سیستم شرکت، اورتگا را قادر می‌ساخت تشخیص دهد چه زمانی برای افزایش موجودی انبارها مناسب است یا چه طرح‌هایی در بازار افت کرده‌اند. شرکت تنها کالاهایی را که می‌خواست در فروشگاه‌هایش بفروشد تولید می‌کرد و در واقع ساختار سازمانی شرکت مزیت عمده آن بر رقبا می‌باشد.

فروشگاه‌های Zara هفته‌ای دو بار اجناس داخل فروشگاه را تغییر می‌دهند و سفارشات نیز ظرف ۴۸ ساعت می‌رسند. اینکه چه لباس‌هایی

وارد این فروشگاه‌ها می‌شوند و اینکه چه چیزهایی به سطل زباله می‌روند، همگی تحت کنترل مدیران فروشگاه‌هاست. این مدیران آموزش دیده‌اند که به دقت همه چیز را تحت نظر داشته باشند؛ از اینکه چه اجناسی به فروش می‌روند گرفته تا اینکه مشتریان در فروشگاه دنبال چه جنسی هستند و حتی چه لباسی تن‌شان است.

اورتگا در طول بحران مالی اسپانیا توانست به قدرت برسد و شخصا از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴ به واسطه سهامش در شرکت Inditex، ۴۵ میلیارد دلار به دست آورد و مابقی بازار سهام اسپانیا را به مبارزه طلبید. او در یک دهه اخیر از طریق سود سهام Inditex، میلیاردها دلار درآمد کسب کرد و در شهرهایی از جمله مادرید، بارسلونا، لندن، شیکاگو، میامی و نیویورک پولش را در املاک و مستغلات سرمایه‌گذاری کرد.

بر اساس گزارشات واصله، اورتگا در سپتامبر ۲۰۱۵ کل بلوک جاده لینکلن در ساحل میامی فلوریدا را به قیمت ۳۷۰ میلیون دلار خریداری کرد. در دسامبر ۲۰۱۳ اورتگا یک ساختمان اداری به ارزش ۶۷۰ میلیون دلار در بخش مرکزی لندن خرید. اورتگا در کنار املاک گسترده‌ای که در میامی فلوریدا دارد، صاحب اسکله و هتل لوکسی به نام Epict Residences & Hotel نیز است.

اولین پروژه کاری اورتگا ترمیم کم‌هزینه یک لباس شب گران‌قیمت بود. او پس از آن در دهه ۶۰ میلادی با کمک خواهر و برادرش روی میز آشپزخانه خواهرش شروع به تولید لباس‌های شب کرد. اولین مشتری او نیز کارفرمای سابقش بود که تولیدی لباس داشت. اورتگا در سال ۲۰۰۹ از طرف وزارت امور خارجه اسپانیا «صلیب بزرگ افتخار بابت شایستگی‌های مدنی واجتماعی» اش را دریافت کرد.

اطلاعات کمی در مورد زندگی اورتگا در دست است. آمانسیو اورتگا با آن که ثروتمندترین مرد اسپانیا به شمار می‌رود، علاقه چندانی به مطرح شدن در رسانه‌های عمومی از خود نشان نمی‌دهد. او برخلاف اروپایی‌ها از زدن کراوات خودداری می‌کند و دوست دارد غیررسمی لباس بپوشد. شلواری که او بیشتر به تن دارد، از جنس جین و به رنگ آبی است.

او در حوالی سال ۲۰۰۰ برای گرم کردن تنور تبلیغاتی شرکت‌اش که در شرف ورود به بازار بورس بود، برای مدت کوتاهی خود را در دید رسانه‌های گروهی قرار داد اما در عین حال همچون دفعات پیش از انجام هرگونه مصاحبه سرباز زد. اگرچه او هیچ وقت در مصاحبه‌ای شرکت نکرده است، اما زندگی مخفیانه او منجر به چاپ کتابی با نام «آمانسیو اورتگا (از صفر تا زارا)» شد.





گزارش ماهانه کمیته مشورتی جهانی پنبه (اول ژوئن ۲۰۱۶)

افت جهانی مصرف پنبه

می‌شود مصرف کارخانجات در پاکستان با یک درصد رشد، اندکی بیش از ۲,۲ میلیون تن در فصل ۱۷-۲۰۱۶ باشد. از طرف دیگر، پیش‌بینی می‌شود بنگلادش و ویتنام رشد قابل‌توجهی را در مصرف پنبه در فصل زراعی جاری تجربه کنند به طوری که در ویتنام میزان مصرف پنبه با ۱۶ درصد رشد به ۱,۳ میلیون تن و در بنگلادش با ۱۰ درصد افزایش به ۱,۲ میلیون تن خواهد رسید.

چین در ماه مه ۲۰۱۶ فروش پنبه از ذخایر ملی خود را آغاز کرده که این اقدام، بخشی از تلاش‌های این کشور برای کاهش موجودی عظیم پنبه در انبارهاست. کل پنبه فروخته‌شده تا لحظه تنظیم این گزارش به ۴۵۰ هزار تن رسیده که همین امر، کل ذخایر پنبه چین را به حدود ۱۰,۶ میلیون تن کاهش داده است. تقریباً تمام پنبه داخلی و تمام پنبه وارداتی که از طرف چین برای فروش گذاشته شده، توسط مشتریان خریداری شده است. پیش‌بینی می‌شود واردات پنبه چین با ۱۲ درصد افت به ۹۶۰ هزار تن در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ برسد چراکه دولت این کشور تمایل دارد موجودی ذخایر پنبه را کاهش داده و واردات را محدود نماید.

با این حال، انتظار می‌رود میزان واردات پنبه توسط سایر نقاط جهان با ۳ درصد افزایش به ۶,۵ میلیون تن برسد که در این میان، ویتنام و بنگلادش به عنوان بزرگترین واردکنندگان طلای سفید در جهان ظهور کرده و ۳۴ درصد از کل واردات جهانی را به خود اختصاص خواهند داد. برآورد می‌شود واردات جهانی پنبه با یک درصد افزایش به ۷,۴ میلیون تن در فصل ۱۷-۲۰۱۶ بالغ گردد. پیش‌بینی می‌شود در بین کشورهای صادرکننده این محصول، صادرات ایالات متحده آمریکا با رشد ۱۱ درصدی به ۲,۲ میلیون تن در فصل زراعی مذکور برسد که این موضوع از افزایش تولید داخلی پنبه و موجودی فراوان قابل‌عرضه در این کشور ناشی می‌شود.

از طرف دیگر، در فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵، تولید جهانی پنبه با افت ۱۷

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» به نقل از دبیرخانه کمیته مشورتی جهانی پنبه، در فصل زراعی ۱۶-۲۰۱۵ مصرف جهانی پنبه با ۳ درصد کاهش به ۲۳,۶ میلیون تن رسیده و احتمالاً در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ در همین سطح باقی خواهد ماند که این موضوع عمدتاً از قیمت‌های پایین پلی‌استر و رشد ضعیف اقتصادی در جهان نشأت می‌گیرد. در کشور چین، میزان مصرف پنبه بعد از رسیدن به رکورد ۱۰,۹ میلیون تن در فصل زراعی ۰۸-۲۰۰۷، هر ساله با کاهش همراه بوده و فقط فصل ۱۰-۲۰۰۹ از این قاعده مستثنی بوده است. با این حال، چین همچنان به عنوان بزرگترین مصرف‌کننده پنبه در جهان باقی مانده و میزان مصرف کارخانجات این کشور در فصل ۱۶-۲۰۱۵ رقم ۷,۱ میلیون تن برآورد شده است. پیش‌بینی می‌شود قیمت‌های بالای پنبه در داخل به خصوص در قیاس با قیمت‌های پلی‌استر، دلیل اصل کاهش ۵ درصدی مصرف پنبه در چین و رسیدن آن به ۶,۷ میلیون تن در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ باشد.

با این حال، انتظار می‌رود مصرف کارخانجات در تعداد زیادی از کشورهای بزرگ مصرف‌کننده پنبه با افزایش همراه باشد که این موضوع کاهش مصرف در چین را جبران خواهد کرد. در هند، مصرف پنبه بعد از کاهش ۳ درصدی در فصل ۱۶-۲۰۱۵ و رسیدن به ۵,۲ میلیون تن، احتمالاً با ۴ درصد رشد به ۵,۴ میلیون تن در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ خواهد رسید که این مسئله از سیاست‌های مناسب صادراتی در بخش منسوجات، صنایع پایین‌دستی یکپارچه و قیمت‌های رقابتی پنبه در این کشور ناشی می‌شود.

در پاکستان، بعد از سه فصل رشد مصرف پنبه ناشی از افزایش تقاضای چین برای نخ پنبه‌ای، میزان مصرف کارخانجات به دلیل بحران انرژی، هزینه‌های بالای تولید، و تقاضای ضعیف برای نخ پنبه‌ای، با ۱۲ درصد افت به ۲,۲ میلیون تن در فصل ۱۶-۲۰۱۵ رسیده است. پیش‌بینی



انتظار می‌رود تولید پنبه در چین در اثر کاهش یارانه‌ها و هزینه‌های بالای تولید، افت ۱۰ درصد را تجربه کرده و به ۴,۶ میلیون تن برسد. در نهایت، پیش‌بینی می‌شود موجودی پایان دوره پنبه در جهان با کاهش ۴ درصدی مواجه شده و معادل ۱۹,۷ میلیون تن در پایان فصل زراعی ۲۰۱۶-۱۷ باشد که این موضوع، در ادامه روند فصل ۱۶-۲۰۱۵ یعنی کاهش ۸ درصدی موجودی و رسیدن آن به ۲۰,۴ میلیون تن قرار دارد. با این حال، انتظار می‌رود موجودی پایان دوره در خارج از چین رشد ۳ درصد را تجربه کرده و به ۸,۸ میلیون تن در فصل ۱۷-۲۰۱۶ برسد.

درصد افت مواجه شده و به ۲۱,۸ میلیون تن رسیده است چراکه در این فصل، سطح زیر کشت این محصول در جهان کاهش یافته و بسیاری از کشورها بازده کمتر از میانگین را تجربه کرده‌اند. با این حال، پیش‌بینی می‌شود به دلیل گسترش سطح کشت و افزایش بازده محصول، میزان تولید جهانی پنبه در فصل جاری با ۶ درصد افزایش به ۲۳ میلیون تن برسد. در این میان، هند احتمالاً جایگاه خود را به عنوان بزرگترین تولیدکننده پنبه در جهان حفظ خواهد کرد و پیش‌بینی می‌شود تولید این کشور با ۱۰ درصد افزایش به ۶,۵ میلیون تن بالغ گردد. در مقابل،

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

۲۰۱۶-۱۷		۲۰۱۵-۱۶		۲۰۱۴-۱۵		دوره
تغییرات ماهانه	میزان	تغییرات ماهانه	میزان	تغییرات ماهانه	میزان	شرح
۰,۰۵	۲۳,۰۱	-۰,۱۷	۲۱,۸۱	-۰,۰۱	۲۶,۱۲	تولید
-۰,۰۴	۲۳,۷۳	-۰,۰۳	۲۳,۶۵	۰,۰۰	۲۴,۳۳	مصرف
۰,۰۲	۷,۴۵	۰,۰۱	۷,۳۷	۰,۰۱	۷,۶۰	واردات
۰,۰۲	۷,۴۵	۰,۰۱	۷,۳۷	-۰,۰۵	۷,۶۵	صادرات
۰,۰۷	۱۹,۶۶	-۰,۰۲	۲۰,۳۸	۰,۱۳	۲۲,۲۲	موجودی آخر دوره
	۷۰		۷۰		۷۱	شاخص Cotlook A (سنت/پوند)



از سوی وزارت کشاورزی آمریکا صورت می‌گیرد پرداخت یارانه هدفمند به پنبه‌کاران

به فروش برسانند. پنبه‌پاک‌کنی یک فرآیند ضروری قبل از عرضه الیاف بلند پنبه برای تولید الیاف یا عرضه پنبه دانه برای تولید روغن یا خوراک است. در شرایطی که برنامه پرداخت کمک‌هزینه برای پنبه‌پاک‌کنی، پرداخت‌هایی را برای تولیدکنندگان در زمینه هزینه‌های پنبه‌پاک‌کنی در نظر می‌گیرد، مزایای این برنامه را طیف وسیع‌تری از زنجیره مرتبط با پنبه و پنبه دانه شامل واحدهای پنبه‌پاک‌کنی، تعاونی‌ها، بازاریاب‌ها، خردکننده‌های پنبه دانه و جوامع روستایی وابسته به این بخش‌ها، احساس خواهند کرد. طبق اعلام وزارت کشاورزی آمریکا، الزامات واجد شرایط بودن برای برنامه مذکور دقیقاً مشابه معیارهایی است که در سال ۲۰۱۴ استفاده شده و شامل به هر تولیدکننده، لزوم فعالیت مستمر در زمینه کشاورزی، انطباق با اصول کشت صیانتی و حداکثر درآمد ناخالص ۹۰۰ هزار دلار.

در این برنامه، هزینه‌های تولید بر مبنای کشت سال ۲۰۱۵ تخمین زده می‌شود و در نتیجه، دفاتر محلی آژانس کشاورزی آمریکا هم‌اکنون این اطلاعات را در مورد اکثریت قریب به اتفاق تولیدکنندگان واجد شرایط در اختیار دارند و بر همین مبنای، فرم‌های درخواست با داده‌های موجود تطبیق داده می‌شوند. بر اساس اعلام وزارت کشاورزی آمریکا، ثبت نام برای این برنامه از ۲۰ ژوئن ۲۰۱۶ آغاز شده و تا ۵ آگوست ادامه خواهد داشت. میزان کمک‌هزینه پرداختی به محض دریافت درخواست محاسبه شده و پیش‌بینی می‌شود که پرداخت آن از ماه جولای آغاز گردد. وزارت کشاورزی آمریکا اعلام کرده به دلیل قیمت‌های پایین پنبه و مازاد عرضه جهانی، تولیدکنندگان پنبه با عدم قطعیت‌های اقتصادی مواجه هستند که همین موضوع باعث شده داری‌شان را از دست بدهند و مجبور شوند تجهیزات و زمین خود را برای بازپرداخت بدهی‌ها

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، آژانس خدمات کشاورزی ایالات متحده آمریکا (FSA) وابسته به وزارت کشاورزی این کشور در قالب برنامه «پرداخت کمک‌هزینه برای فرآیند پنبه‌پاک‌کنی» رقم تقریبی ۳۰۰ میلیون دلار را به عنوان کمک‌هزینه به تولیدکنندگان پنبه کشور پرداخت خواهد کرد تا از این طریق، بازار داخلی پنبه آمریکا را حفظ کرده و توسعه دهد. تام ویلساک وزیر کشاورزی آمریکا در این ارتباط می‌گوید: «انتشار این خبر نشان می‌دهد وزارت کشاورزی آمریکا همچنان در کنار تولیدکنندگان پنبه و جوامع روستایی ایستاده است. وی می‌افزاید: «برنامه پرداخت کمک‌هزینه برای فرآیند پنبه‌پاک‌کنی، کمک‌های معنی‌دار، به‌موقع و هدفمندی به پنبه‌کاران ارائه می‌کند تا آنها بتوانند از پس هزینه‌های مربوط به پنبه‌پاک‌کنی برآمده و امور بازاریابی خود را تسهیل نمایند. در قیاس با برنامه سال ۲۰۱۴ که به پرداخت کمک‌هزینه برای حمل و نقل پنبه اختصاص داشت، برنامه جدید به طور متوسط ۶۰ درصد کمک بیشتری را به ازای هر مزرعه و هر تولیدکننده ارائه می‌دهد. در قالب این برنامه، تولیدکنندگان واجد شرایط برای یک بار می‌توانند کمک‌هزینه دریافت کنند که رقم آن بر مبنای سطح کشت گزارش شده آنها برای سال ۲۰۱۵ به علاوه ۴۰ درصد از میانگین هزینه پنبه‌پاک‌کنی برای هر منطقه تولید، محاسبه می‌شود. با توجه نیاز مبرم به ارائه کمک‌هزینه پیش از آغاز فصل پنبه‌پاک‌کنی در پاییز امسال، وزارت کشاورزی ایالات متحده آمریکا این اطمینان را به کشاورزان داده که فرآیند ثبت درخواست آسان و کارآمد باشد.



پنبه وارداتی رشته‌ای که سر دراز دارد

به ۱۰ درصد رسیده است و اما باید دید که چه اتفاقی در این زمینه رخ داده است که مسئولان تصمیم به بالا بردن میزان تعرفه وارداتی گرفته و چه ارگانی در این زمینه تصمیم‌گیرنده و مسئول است.

رییس اتحادیه صنایع نساجی اصفهان گفت: با توجه به اینکه برداشت پنبه در سال یک مرتبه انجام می‌شود، تجار کشورهای دیگر با حمایت از سوی دولتشان در فصل برداشت پنبه که پایین‌ترین نرخ سال را دارد، خرید کل سال خود را انجام می‌دهند و نیاز است که در داخل نیز چنین تدبیری اندیشیده شود که با واردات کمبود پنبه داخلی جبران شود. این مهم نیازمند برداشتن تعرفه فصلی، حمایت از تجار و جلوگیری از افزایش قیمت پنبه و محصولات جانبی تولید نخ و پارچه است که این مهم سبب جلوگیری از رکود و بسته شدن کارخانه‌های تولید محصولات نساجی می‌شود.

رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان نیز با اشاره به واردات مواد اولیه تولیدات صنایع نساجی به اصفهان گفت: پنبه از مواد اولیه تولیدات نساجی است که با توجه به تولیدات کم این محصول، مجبور به واردات آن هستیم و این واردات سبب افزایش قیمت محصولات نهایی می‌شود. در صورتی که به گفته رییس اتحادیه صنعت نساجی اصفهان این تعرفه از ابتدای اردیبهشت‌ماه امسال به صورت ۱۰ درصدی اعمال می‌شود



پنبه یکی از اصلی‌ترین مواد اولیه صنعت نساجی است که با توجه عدم تولید کافی در داخل کشور، این محصول حیاتی از کشورهای همسایه وارد می‌شود و تعرفه‌های تعیین‌شده برای این محصول سبب آشفته‌گی بازار و افزایش قیمت محصولات نساجی شده است. در پی پیگیری بازار آشفته پوشاک و وضعیت تولیدکنندگان پارچه به چالشی دیگر در زمینه تولید نخ و پوشاک برخوردیم که آن هم کشت پنبه، کمبود آن در داخل و نیاز به واردات این محصول ابتدایی و در دسترس بودن آن برای تولیدکنندگان داخلی است.

همان‌طور که می‌دانید پنبه به‌عنوان یک محصول کشاورزی، صنعتی و بازرگانی، یکی از مهم‌ترین و باارزش‌ترین لیف‌های طبیعی است. این محصول جزو مهم‌ترین مواد اولیه صنعت نساجی به شمار می‌آید. با توجه به فرآیند کشت و تولید پنبه در مزارع و تبدیل آن در صنایع وابسته و اشتغال بالا نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشور ایفا می‌کند.

رییس اتحادیه صنایع نساجی اصفهان با اشاره به فصلی بودن زمان کشت پنبه به تسنیم می‌گوید: زمان کشت طولانی، مصرف بالای آب و شرایط آب و هوایی دارای رطوبت بالا سبب شده که بیشترین کشت پنبه در ایران در استان‌های شمالی از جمله گلستان و خراسان انجام شود، به همین دلیل سطح زیر کشت با توجه به خشکسالی‌های اخیر کم است و با توجه به نیاز داخلی به پنبه تنها ۳۰ هزار تن در داخل تولید می‌شود.

مرتضی منصور با بیان اینکه بقیه نیاز پنبه داخل از طریق واردات از کشورهای همچون ازبکستان و تاجیکستان تأمین می‌شود، افزود: با توجه به مشکلات کشت پنبه در داخل هر یک کیلو پنبه داخلی با توجه به مصرف آب بالا با هزینه‌ای بالاتر از ۲۰۰ هزار ریال تمام می‌شود در حالی که می‌توان همین پنبه را با کیفیت بالاتر از کشورهای همسایه همچون تاجیکستان و ازبکستان با یک‌چهارم این قیمت وارد کرد و لذا به دلیل ناکافی بودن تولید داخل، نیازمند واردات بیشتر پنبه هستیم.

وی با بیان اینکه نیاز داخلی به پنبه به ۲۰۰ هزار تن در سال رسیده است، ادامه داد: با توجه به نیاز داخلی و نیاز به واردات پنبه و به دلیل حمایت از پنبه‌کاران داخلی، هر سال تعرفه فصلی برای واردات محصول برای تجار در نظر گرفته می‌شود که سال گذشته این تعرفه ۴ تا ۶ درصد بوده اما امسال



گلنار نصرالهی در این باره می‌گوید با توجه به تولید داخلی پنبه و ضرورت حمایت همه‌جانبه از همه حلقه‌های زنجیر تولید، تعرفه‌ها برای همه مناسب و یکسان در نظر گرفته شود. قابل ذکر است که تولید پنبه در داخل کشور بسیار مهم بوده و دارای کیفیت بالایی است اما باید کمیت آن هم با حمایت از پنبه‌کاران صورت گیرد که در این راستا پنبه‌کاران با مشکلات خاص خود روبه‌رو هستند که باید دولت به‌صورت یارانه‌ای از کشاورزان این عرصه حمایت کند و وزارت جهاد کشاورزی باید بتواند به‌صورت مستقیم از پنبه‌کاران حمایت کند.

به‌گفته برخی کارشناسان به‌دلیل عدم تأمین میزان پنبه مورد نیاز در داخل، فعالان عرصه نساجی مجبور به واردات پنبه هستند و طبیعتاً جهاد کشاورزی برای حمایت از تولید داخلی مجبور به افزایش تعرفه‌ها هستند و زمانی که تعرفه بالا می‌رود محصولات نساجی نیز گران‌تر می‌شود. باید به این موضوع نیز اشاره شود که حمایت از پنبه باید به‌نحوی صورت بپذیرد که به فعالان عرصه صنایع نساجی فشار نیاید و واردات پنبه با تعرفه پایین صورت بپذیرد تا صنعتگران این عرصه بیش‌ازپیش تحت فشار قرار نگرفته و در کنار آن دست دلالتان بازار پنبه کوتاه شود زیرا در غیر این صورت شاهد واردات نخ پنبه‌ای و پارچه پنبه‌ای به داخل هستیم که این به‌نفع صنعت نساجی نیست.

با این حال باید دید که متصدیان تصمیم‌گیری در زمینه واردات این ماده حیاتی صنعت نساجی برای حمایت از تولیدات داخلی که منجر به کاهش هزینه تولید و تولید کالای باکیفیت قابل رقابت با کالاهای وارداتی می‌شود چه تصمیمی اتخاذ می‌کنند تا هر روز شاهد تعطیلی کارگاه‌های فعال در عرصه صنعت نساجی نباشیم.

که این روند سبب افزایش قیمت واردات و در نهایت تشدید رکود صنایع نساجی به‌دلیل عدم توانایی در تأمین مواد اولیه شده و رقابت را از کشور ما در برابر کشورهای دیگر سلب می‌کند. منسوری بیان کرد: این در حالی است که در کشورهای همچون ترکیه و چین که بزرگترین تولیدکنندگان پوشاک و منبع واردات به کشور هستند، قیمت تمام‌شده محصولاتشان پایین‌تر از محصولات تولیدی داخل کشور ما است و باید دید که چه‌ممایی پشت این اختلاف قیمت‌ها است.

همچنین اسرافیل احمدیه، رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان با اشاره به قیمت بالای محصولات تمام‌شده، با توجه به واردات مواد اولیه گفت: مهم ارتقای کیفیت محصولات نساجی است، البته در کنار آن نیز باید مبارزه با کالای قاچاق جدی‌تر پیگیری شود. رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان با اشاره به وضعیت نامناسب کارخانه‌های تولیدی صنعت نساجی بیان کرد: با توجه به مشکلات پیش‌آمده و در راستای عملیاتی شدن اقتصاد مقاومتی بسته‌های تحت عنوان «بهین‌باب» را برای رفع مشکلات و موانع اقتصادی واحدهای صنعتی و تولیدی در نظر گرفتیم.

اما در این راستا اعتراضات به افزایش تعرفه گمرکی پنبه همچنان ادامه دارد و اتحادیه نساجی اصفهان در نامه‌ای که در آن به مشکلات کشت پنبه به‌دلیل خشکسالی، کمبود این محصول و قیمت تمام‌شده بالای آن اشاره شده است، اعتراض به افزایش تعرفه واردات پنبه و تصمیمات غیرکارشناسی که سبب از بین رفتن آینده این صنعت می‌شود بیان شده است.

رییس اتحادیه صنایع نساجی اصفهان در این زمینه با اشاره به تفاوت تعرفه وارداتی از ازبکستان بیان کرد: اکنون خرید پنبه با قیمت بالاتر به‌دلیل مابه‌التفاوت تعرفه ترجیحی ۵ درصد ازبکستان از ۱۰ درصدی که دولت برای واردات پنبه در نظر گرفته است انجام می‌شود، این در حالی است که ازبکستان تنها صادرکننده پنبه به ایران نیست و کشورهای ترکمنستان، تاجیکستان و قزاقستان تولیدکنندگان پنبه هستند که محصول خود را با کیفیت مشابه به ایران صادر می‌کنند.

منسوری بیان کرد: مسلماً در این موضوع جز تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان هیچ‌کس دیگری ضرر نمی‌کند و هنوز چندی از این قانون نگذشته که شاهد احتکار پنبه و نخ پنبه‌ای در انبارها برای افزایش قیمت هستیم و این در حالی است که با توجه به کمبود پنبه و نیاز داخلی مجبور به واردات نخ‌های پنبه‌ای در آینده‌ای نزدیک می‌شویم. این اظهار نظر نشان می‌دهد که واردات پنبه به داخل کشور، رشته‌ای است که سر دراز دارد و با توجه به صحبت‌های مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت، باید پنبه که همواره مهم‌ترین کالای مورد مصرف در صنعت نساجی است با شرایط مناسب در دسترس تولیدکنندگان داخلی قرار گیرد.

خبرگزاری رویترز گزارش داد:

نزول کاشت پنبه در هند به کمترین سطح ۷ سال گذشته

در سطح کشت را پیش‌بینی می‌کنیم. و کشاورزان احتمالاً کشت محصولاتی نظیر بادام زمینی و سایر آجیل‌های زمینی را انتخاب خواهند کرد.»

کاهش ۷ درصدی سطح کشت پنبه، سطح کشت این محصول در هند را به حدود ۱۱ میلیون هکتار در سال زراعی آینده که از اول اکتبر ۲۰۱۶ آغاز می‌شود، خواهد رساند که این رقم، پایین‌ترین میزان از فصل زراعی ۱۰-۲۰۰۹ می‌باشد. این در حالی است که سطح کشت پنبه در سال زراعی جاری ۱۱,۹ میلیون هکتار بوده است. یکی از صادرکنندگان هندی می‌گوید هجوم آفت مگس سفید به ایالت‌های شمالی و قیمت‌های پایین‌تر پنبه در فصل برداشت نیز کشاورزان را به سمت محصولات دیگر سوق داده است.

برخی از کشاورزان هندی کاشت پنبه را با شروع بارندگی‌های موسمی در ماه جوئن آغاز می‌کنند هرچند برخی هم که امکانات آبیاری دارند، می‌توانند کاشت محصول را زودتر و در ماه مه آغاز نمایند. اداره هواشناسی هند پیش‌بینی کرده که بعد از دو سال پیاپی خشکسالی که به محصولات آسیب زد، در فصل بارندگی جوئن تا سپتامبر ۲۰۱۶، میزان بارش‌ها بالاتر از سطح میانگین باشد. در مجموع، پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که تولید پنبه هند در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ با افت ۷,۳ درصدی، معادل ۳۲ میلیون عدل خواهد بود (هر عدل هندی = ۱۷۰ کیلوگرم)



مناسب، کشاورزان را برای کاشت محصولات دیگر نظیر نیشکر، بادام زمینی و حبوبات ترغیب کرده است.

کاهش حمل و نقل پنبه از هند به سایر نقاط جهان می‌تواند موجب افزایش قیمت‌ها شده و صادرات کشورهای رقیب نظیر برزیل، استرالیا و ایالات متحده آمریکا را تقویت نماید؛ به ویژه که اکنون تجارت پنبه به بالاترین سطح خود از آگوست ۲۰۱۵ رسیده است. رییس انجمن پنبه هند به رویترز می‌گوید: «ما کاهش حدود ۷ درصدی

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» به نقل از رویترز، کاشت پنبه در هند به عنوان بزرگترین تولیدکننده این محصول در جهان، در فصل زراعی ۱۷-۲۰۱۶ احتمالاً به پایین‌ترین سطح طی ۷ سال گذشته می‌رسد چراکه کشاورزان به سمت محصولات دیگر سوق پیدا کرده‌اند و همین موضوع منجر به افت تولید و صادرات این محصول خواهد شد. همچنین هجوم آفات به ایالات مهم تولیدکننده پنبه و پیش‌بینی باران‌های موسمی



کاربرد فناوری نانو در منسوجات خانگی

با ظهور فناوری نانو، دریچه‌ای جدید به روی صنعت نساجی و سایر صنایع گشوده شد. ایجاد محیط پاک تر و ایمن تر، مهم ترین دستاورد مهندسی نانونساجی در بخش منسوجات خانگی است. منسوجات خانگی شامل انواع پتو، لحاف، پارچه‌های رومبلی و پرده‌ای، روتختی، ملحفه و روبالشی، تشک، حوله، رومیزی، پرده، فرش، موکت و نظیر این‌ها است. در مطالعه‌ای که توسط اتحادیه صنعت نساجی و پوشاک Bavarian در مورد روند و چشم انداز این صنعت صورت گرفت، نقش قابل توجهی برای کاربردهای آتی منسوجات خانگی با استفاده از روش‌های جدید تکمیل پارچه و فناوری پوشش دهی، با استفاده از فناوری نانو در نظر گرفته شده است. شکل ۱، برخی از خواص منسوجات خانگی تکمیل شده با نانو ساختارها را نشان می‌دهد.

بخش منسوجات خانگی و صنعت میلمان یکی از بزرگ ترین بازارهای منسوجات فنی به شمار می‌روند. تمایل مصرف کنندگان منسوجات خانگی به راحتی و استفاده از منسوجات با قابلیت کاربرد آسان، فرصتی برای بازار محصولات نانو با عملکردهای بیشتر است.

تجارت منسوجات خانگی در سال ۲۰۱۲، ۷۶ میلیارد دلار برآورد شده است. بیشترین تولیدات، مربوط به کالای خواب، حوله، پرده و رومیزی است. در این آمار، میلمان، پارچه و الیاف مورد مصرف در آن‌ها در بخش منسوجات صنعتی و دیگر مصارف طبقه بندی می‌شوند. بر اساس آمار منتشر شده در سال ۲۰۱۲، کشور چین ۴۰ درصد از تجارت و ۶۰ درصد از صادرات منسوجات خانگی به ارزش ۳۰ میلیارد را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که کشور هند در ۱۴ درصد از تجارت و ۹ درصد از صادرات، پاکستان ۶ درصد از تجارت و ۹ درصد از صادرات و

۱- فناوری نانو و کاربرد آن در منسوجات خانگی

فناوری نانو توانایی کنترل ماده در ابعاد مولکولی و بهره برداری از خواص و پدیده‌های این بعد در مواد، ابزارها و سامانه‌های نوین است. فناوری نانو زمینه‌ای از دانش کاربردی و فناوری است که زمینه‌های گسترده‌ای را پوشش می‌دهد. موضوع اصلی این فناوری، مهار ماده یا سامانه‌ها در ابعاد کمتر از یک میکرومتر، معمولاً حدود ۱ تا ۱۰۰ نانومتر است. فناوری نانو در تمامی گرایش‌های علمی راه یافته و از فناوری‌های نوینی است که با سرعت هرچه تمام‌تر در حال توسعه می‌باشد.



شکل ۱. خواص منسوجات خانگی تکمیل شده با نانو ساختارها [۲]

بخش، به برخی از نانو تکمیل‌های انجام‌شده بر منسوجات خانگی و مواد به‌کاررفته در این تکمیل‌ها اشاره می‌شود.

۲-۱- تکمیل کندسوز یا ضد آتش

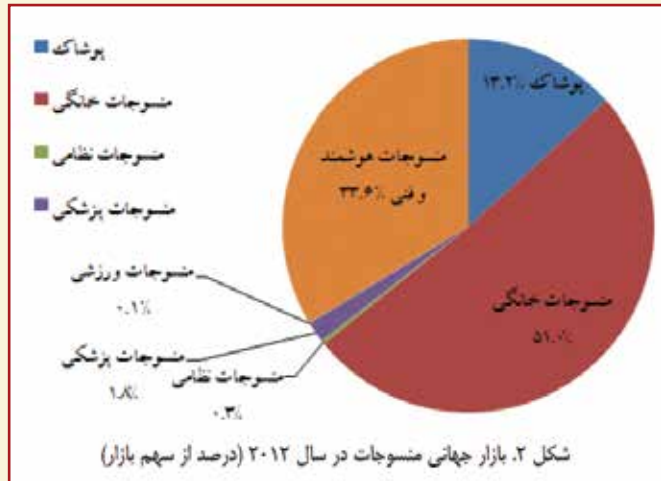
با توجه به این‌که الیاف از جمله مواد قابل اشتعال می‌باشند و هر ساله، خسارات مالی و جانی زیادی بر اثر آتش گرفتن منسوجات به وجود می‌آید، لازم است اصلاحاتی در منسوجات به‌منظور تأخیر در شعله‌وری ایجاد شود. از جمله راه کارهای رسیدن به این هدف عبارت‌اند از: افزایش نقطه‌ی اشتعال الیاف به‌منظور نیاز به دمای بیشتر برای آغاز سوختن، کاهش طول شعله حاصل از سوختن، توقف سوختن الیاف با حذف منبع آتش و کاهش سرعت پیشروی آتش روی کالا.

در صورتی‌که اهداف بالا محقق گردد، کالا دیرتر آتش گرفته و سرعت انتقال آتش کاهش می‌یابد؛ بنابراین، فرصت بیشتری برای مهار آتش فراهم می‌شود. شکل ۳، نمونه‌ای از پارچه عمل‌آوری شده با نانو مواد کندسوز را نشان می‌دهد.

استفاده از نانو ذرات، زمانی‌که به‌خوبی در ساختار پلیمر پراکنده شده باشند، می‌تواند سبب بهبود خواص حرارتی، مکانیکی و مقاومت در برابر آتش شود. مقدار نانو مواد مصرف شده در فرایندهای تکمیلی، به‌مراستب کمتر از موادی با ابعاد میکرو است و این ویژگی ناشی از بیشتر بودن سطح مخصوص مواد نانو ساختار و سطح تماس بیشتر آن‌ها با پلیمر است. در حقیقت، عملکرد هرکدام از این نانو ذرات بر اساس شکل و ساختار شیمیایی در ایجاد خاصیت کندسوز متفاوت است. غالباً مواد نانو ساختار به‌کاررفته در این تکمیل در سه دسته کلی نانو رس، نانولوله کربن و نانو ذرات سیلیکونی و اکسید فلزی قرار می‌گیرند که در جدول ۱ به‌اختصار بیان شده است.

۲-۲- تکمیل ضد میکروب

استفاده از منسوجاتی با خواص ضد میکروبی در فرش و اثاثیه منزل و



سایر آسیایی ۸ درصد از تجارت و ۵ درصد از صادرات منسوجات خانگی جهان دخیل هستند.

۲- کاربرد فناوری نانو در تکمیل منسوجات خانگی

هرچند استفاده از الیاف نانوکامپوزیتی (حاوی نانوذرات) با کارایی ویژه، بی‌بافت‌های نانولیفی و فناوری نانوتکمیل، از جمله زمینه‌های بالقوه برای استفاده از فناوری نانو در منسوجات خانگی به‌شمار می‌آیند، با این وجود، تاکنون فرصت‌های عمده ایجاد ارزش از طریق فناوری نانو در منسوجات خانگی، به تکمیل منسوجات خانگی با مواد نانو ساختار به‌منظور محافظت در برابر پرتو فرابنفش، عایق بندی گرمایی، ایجاد خاصیت ضد باکتری، ضد بو، دافع آب و لکه، کندسوزی و آب دوستی معطوف بوده است. انواع پوشش‌های نانومقیاس که در منسوجات خانگی به‌کار می‌روند، سبب ارزش افزوده در صنعت منسوجات خانگی می‌شوند. این پوشش‌ها شامل پوشش‌های محافظ در برابر پرتوهای فرابنفش، عایق حرارتی، ضد میکروب، ضد آب، ضد لک و ضد آتش هستند. در این



(ج)



(ب)



(الف)

شکل ۳. نمونه‌ای از پارچه کندسوز با استفاده از نانو مواد، (الف) آزمون اشتعال پارچه ساده، (ب) عمل‌آوری پارچه با نانو مواد و (ج) آزمون اشتعال پارچه تکمیل‌شده [۳]

جدول ۱. نانو ساختارهای به کاررفته در تکمیل کندسوزی پلیمرها [۵]

نانو ساختار	نحوه کاربرد	مکانیسم	کاربرد
نانو رس	افزودن نانو رس اصلاح یافته درون ماتریس پلیمری	ایجاد سد حرارتی و ممانعت از تبخیر فرآورده- های قابل اشتعال	قابلیت کاربرد در پلیمرهایی نظیر پلی- پروپیلن، پلی آمید ۶ و پلی استایرن استفاده می شود
نانولوله های کربن	افزودن نانولوله کربن به ماتریس پلیمری	تشکیل ساختار شبکه ای در داخل پلیمر و بهبود خواص فیزیکی ماده	قابلیت کاربرد در پلیمرهایی نظیر سلولز، پلی متیل متاکریلات، پلی آمید ۶، پلی اتیلن با چگالی پایین و پلی پروپیلن
سیلیکونی	افزودن به ماتریس پلیمری	در دماهای بالا، ماده سرامیکی مقاوم در برابر حرارت تولید می کنند	قابل استفاده در انواع پلیمرها
نانو ذرات اکسید فلزی	افزودن نانو ذرات اکسید فلزی نظیر دی اکسید تیتانیوم، اکسید آهن و نانو ذرات هیدروکسید فلزی به درون ماتریس پلیمری	محدود کردن حرکت زنجیره های پلیمری در اثر اتصال قوی بین نانو ذرات و زنجیره های پلیمر و افزایش دمای شیشه ای و شاخص محدودکننده اکسیژن (LOI)	قابل استفاده در انواع پلیمرها

محصول منتشر شده و بدینوسیله سبب جلوگیری از رشد میکروب می شوند.

۲-۳- تکمیل مواد معطر

در سال های اخیر، تولید پارچه های معطر در بسیاری از کشورها مورد توجه قرار گرفته است. صنعت پوشاک ایالت متحده حدود ۱۷۳ میلیارد دلار ارزش دارد به طوری که حدود ۲ درصد این بازار امروزه به پوشاک معطر اختصاص دارد. فرآیند معطر سازی پارچه، بخشی از فرآیند تولید پارچه است که در مراحل پایانی به عنوان یک بخش تکمیلی در نظر گرفته می شود. یکی از مهم ترین کاربردهای این صنعت، تولید پارچه هایی است که به عنوان ملحفه، پرده یا رومبلی از آن استفاده می شود. به منظور ایجاد حس خواب و کاهش خستگی، تکمیل منسوجاتی نظیر ملحفه، پرده، فرش و روتختی با استفاده از رایحه-هایی نظیر اسطوخودوس، مرکبات، دارچین و غیره بسیار مناسب می باشد. اسطوخودوس، پرکاربردترین و متنوع ترین روغنی است که در صنعت نساجی استفاده می شود. این روغن به ویژه برای سردردهای ناشی از مشکلات عصبی مفید است. تأثیر روغن های لیمو، بابونه، گل رز، هل، میخک، یاس و غیره نیز توسط بسیاری از محققین مورد تأیید است. معطر سازی پارچه با توجه به نوع مواد استفاده شده در فرآیند به سه روش انجام می شود.

۲-۴- کنترل بوی نامطبوع

این فرایندها برای پاکیزه نگه داشتن و کنترل بوی نامطبوع مبلمان منزل بسیار مورد توجه قرار گرفته است. همچنین در منسوجات مورد استفاده در پوشاک، با کنترل معایب ناشی از تعرق و بوی نامطبوع بدن نقش مهمی در

محیط خانه، مزایای فراوانی را به همراه دارد. در پارچه های تهیه شده از الیاف با ترکیبات مصنوعی مانند نایلون و پلی پروپیلن می توان از نانو ذراتی مانند اکسید روی، اکسید مس، دی اکسید تیتانیوم و نانو ذرات نقره و طلا برای ایجاد خواص ضد میکروبی استفاده کرد. اخیراً تمایل به بکارگیری نانو ذرات اکسید روی که خاصیت محافظت در برابر پرتوهای فرابنفش را دارند، نیز رو به افزایش است. مزیت دیگر استفاده از اکسید روی، افزایش ضریب ایمنی آن در کاربردهای متنوعی چون لباس زیر، لباس کودک و ... می باشد. ضمن اینکه استفاده از اکسید روی تغییر چندان در رنگ و شفافیت سطح پارچه ایجاد نمی کند. از جمله موارد مصرف این فناوری در منسوجات خانگی عبارتند از: ملحفه، روتختی، روبالشی، پتو، رومیزی، مبلمان و الیاف پلی استر برای پر کردن بالش و لحاف های آماده.

منسوجات ضد میکروب را می توان به سه گروه اصلی تقسیم بندی نمود:

۳-۲-۱- منسوجات با خاصیت فعال شوندگی در برابر نور
منسوجات تکمیل شده با دی اکسید تیتانیوم که در اثر جذب نور، الکترون های مدار ظرفیت به مدار انرژی بالاتر منتقل شده و سبب اکسیداسیون غشاء سلولی میکرو ارگانیسم ها می شود.

۳-۲-۲- منسوجات با مواد ضد میکروب غیر قابل انتشار

مواد ضد میکروب در ماتریس منسوج یا پوشش روی منسوج تعبیه می شوند. خاصیت ضد میکروبی در این منسوجات ناشی از برهم کنش میان بار مثبت ماده ضد میکروب و بار منفی غشاء سلولی میکرو ارگانیسم است که سبب انهدام و جلوگیری از رشد و تکثیر میکروب می شود.

۳-۲-۳- منسوجات با قابلیت رهایش مواد ضد میکروب

در این حالت ماده ضد میکروب نظیر تری کلوسان، نقره و مس از سطح

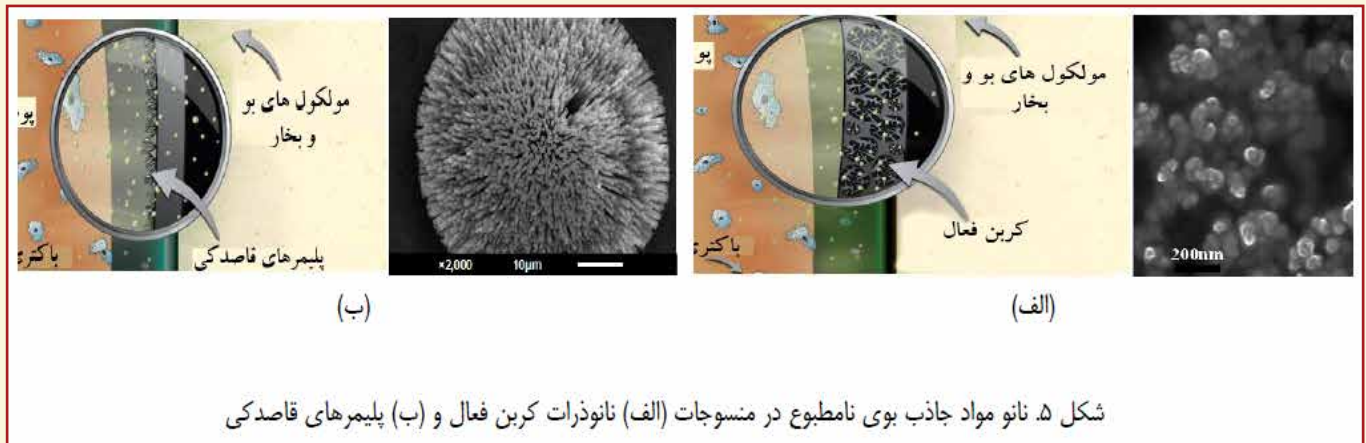


هدف پیشنهاد می شود، نانو مواد جاذب بوی نامطبوع در منسوجات را می توان در گروه های سیکلودکسترین ها، نانو ذرات کربن فعال، نانو ذرات خاکستر بامبو و پلیمرهای قاصدکی تقسیم بندی کرد.

۲-۵- تکمیل خودتمیزشوندگی

پارچه های عمل شده با این تکمیل، به ویژه برای لباس کار و پوشاک راحتی که بازار آن‌ها پیوسته رو به رشد است، همچنین در یونیفرم های

سلامت و ایجاد احساس راحتی در انسان ایفا می کند. به طور کلی، دو رویکرد مختلف به منظور کنترل بوی نامطبوع منسوجات ناشی از تعریق وجود دارد: روش جذب که روشی ساده به منظور به دام انداختن مولکول های ایجادکننده بو است و در این روش تغییر در فرایند تجزیه ترکیبات ناشی از تعریق انجام نمی شود، روش جلوگیری که در این روش از رشد و تکثیر باکتری هایی که مسبب تجزیه ترکیبات و ایجاد بوی نامطبوع هستند، جلوگیری به عمل می آید. انجام تکمیل های ضدباکتری روی منسوجات برای رسیدن به این



شکل ۵. نانو مواد جاذب بوی نامطبوع در منسوجات (الف) نانوذرات کربن فعال و (ب) پلیمرهای قاصدکی

صنعتی، رومیزی‌ها و ملحفه های خانگی مناسب می باشند. سه روش مختلف برای ایجاد خاصیت خودتمیزشوندگی در منسوجات وجود دارد: ۱- نانو ذرات دی اکسید تیتانیوم باقابلیت فوتوکاتالیستی که از توانایی تجزیه لکه های آلی برخوردار هستند، روی سطح منسوج تثبیت می شوند. با استفاده از انرژی پرتو خورشید، دی اکسید تیتانیوم دو ماده واکنش دهنده اکسایشی رادیکال های هیدروکسیل و آنیون سوپر اکسید ایجاد می کند. این دو ماده از طریق واکنش اکسایشی لکه آلی را تجزیه می کنند (شکل ۷ الف). شکل ۷ ب، طرح واره ای از فرایند حذف لکه



۲-۶- تکمیل دافع آب/روغن

تکمیل های دافع کننده آب و لکه های خشک و روغنی، در تمام بخش های بازار نساجی از قبیل پوشاک، منسوجات خانگی و منسوجات صنعتی دارای اهمیت می باشند. با به کارگیری فناوری نانو در عملیات تولید یا تکمیل پارچه، قطرات مایع (اعم از آب، روغن) نمی توانند درون پارچه های مقاوم در برابر مایعات، نفوذ کنند (شکل ۹). این اثر شبیه اثر موجود در برگ های نیلوفر آبی یا گل لادن است که با یک لایه واکس به ضخامت یک نانومتر پوشیده شده اند. این خاصیت با استفاده از انواع نانو ذرات از قبیل دی اکسید تیتانیوم، لایه سیلوکسان، نانولوله های کربن و غیره ایجاد می شود. در تمامی موارد، نفوذپذیری هوا در پارچه تکمیل شده نباید افت قابل توجهی داشته باشد.

۲-۷- تکمیل ضد پرتو فرابنفش

پوشش نانویی ضد UV ایجاد شده روی منسوجاتی نظیر پرده، مانع از ورود پرتو فرابنفش به فضای داخل خانه شده، از آسیب به پوست بدن و چشم جلوگیری نموده و از سفید شدن رنگ منسوجات نظیر پرده، فرش و مبیل ممانعت می نماید. از جمله نانو موادی که در تکمیل این گونه منسوجات مورد استفاده قرار می گیرد، دی اکسید تیتانیوم و اکسید روی است. نانو اکسید روی به محض قرار گرفتن در معرض نور خواص فوتوکاتالیستی مؤثری را فراهم می کند و به عنوان ماده ایجاد کننده خواص خودتمیزشوندگی و ضد میکروب در منسوجات استفاده می شود. از سوی دیگر منسوجات حاوی یا پوشش داده شده با نانوساختارهای فلزی به عنوان پوشش محافظ در برابر امواج الکترومغناطیس نیز به شمار می روند.

۳- برخی از نمونه های تجاری سازی شده

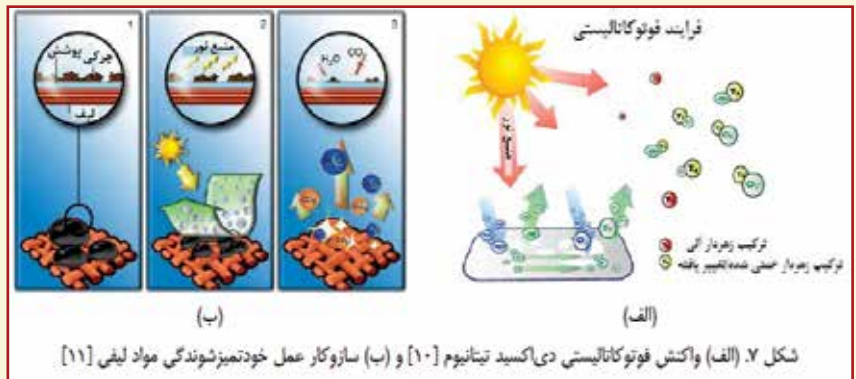
منسوجات خانگی نانو فناوریانه در جهان

جدول ۲ شاخص ترین شرکتهای منسوجات خانگی نانو فناوریانه در

آلاینده از روی منسوج را نشان می دهد.

۲- با ابرآب گریز کردن سطح منسوجات با استفاده از نانولوله های کربنی، نانو ذرات سیلیس و کامپوزیت های پلیمری حاوی فلئوئور (فلوئوروآکریلات)/نانو ذرات، قطرات آبی که بر سطح منسوج می لغزند؛ آلاینده های سطحی منسوج را جدا می کنند.

۳- ایجاد ساختارهای نانومتری بر سطح منسوج که مانع چسبندگی سطح شده و امکان دفع آلاینده های سطحی را فراهم می آورد (شکل ۸). برای مثال می توان به ایجاد شبکه ای از SiO_2 در هگزادسیل تری اتوکسی سیلان بر الیاف ویسکوز به روش سل-ژل اشاره کرد.



شکل ۹. برخی از منسوجات خانگی ضد آب/روغن شده با استفاده از نانو مواد

جدول ۲: شرکت‌های شاخص منسوجات خانگی نانویی

شرکتهای اروپایی		شرکتهای آسیایی		شرکتهای آمریکایی	
کشور	نام شرکت	کشور	نام شرکت	کشور	نام شرکت
فنلاند	ABR Innova	ژاپن	Suzutora	آمریکا	Nano-Tex
سوئیس	Nanosphere	ژاپن	Exlan	آمریکا	LLC
کانادا	CTT	چین	Beijing ChnmGo	آمریکا	NTC
		چین	Holding Nano-Group	آمریکا	Burlington Industries
		چین	Texnology Nano Textiles	آمریکا	Donaldson
		کره جنوبی	Hyosung and Nano Products	آمریکا	Greenyarn

جهان در آمریکا، آسیا و اروپا را معرفی می کند.

• نانوذرات فلزی مانع از تغییر شکل پرده ها می شوند و در نتیجه طول عمر این نوع پرده ها بیشتر از سایر پرده های متداول است. یکی دیگر از منسوجات خانگی این شرکت، توری محافظ حرارت برای پنجره ها با نام تجاری ECO AIRIUS است (شکل ۱۱). پوشش فلزی روی سطح، نور آفتاب را منعکس کرده و مانع از ورود حرارت خورشید به درون فضای خانه می شود. این امر سبب کاهش دمای فضای نزدیک پنجره و در نتیجه احساس راحتی یکنواخت در اتاق می شود. ضمن اینکه با جلوگیری از ورود حدود ۶۹ درصد از پرتو فرابنفش، مانع از آسیب رسیدن به مبلمان و اثاثیه منزل در اثر پرتو خورشید خواهد شد.

۳-۱- فناوری Mass™

فناوری Masa™ یک فناوری تجاری برای پوشش دهی منسوجات با نانو روکش فلزی است که توسط شرکت ژاپنی سوزوتورا ابداع شده است. محصولات این فناوری شامل منسوجات، مواد کشیاف، بی بافت و سایر ورقه های لیفی پوشش داده شده با فیلم فلزی در مقیاس نانو است. با استفاده از این پوشش فلزی یکنواخت، امکان ایجاد الیاف با کارایی بالا و ارزش افزوده مختلف وجود دارد (شکل ۱۰). پرده های تولیدی این شرکت

۳-۲- کالای خنک کننده

محصولات خنک کننده شرکت نانوتکس (با نام تجاری (Coolest comfort). با استفاده از فناوری توری نانومتری تهیه شده است. در این فناوری، الیاف مصنوعی توسط توری های نانومتری با ساختار مولکولی سه بعدی و با قابلیت جذب رطوبت بالا پوشانده می شود (شکل ۱۲). خاصیت مؤینگی ایجاد شده توسط توری ها، سبب جذب و انتشار سریع رطوبت شده و موجب خنک شدن و راحتی فرد در هنگام استفاده از تشک، رختخواب یا لباس می شود.

۳-۳- محصولات دافع آب / لکه

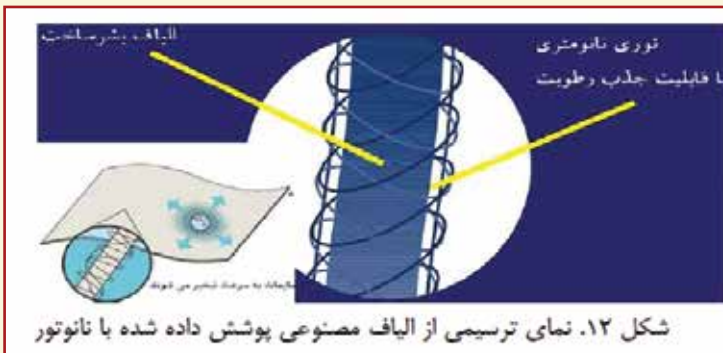
۳-۳-۱- محصول دافع آب Aquapel™

نسل جدید محصولات دافع آب شرکت نانوتکس است که ضمن زیست سازگار بودن، اقتصادی نیز هست. در این تکمیل، سطح مولکولی پارچه از طریق اتصال دائمی تارپورهای آب گریز به الیاف بدون تغییر ماهیت احساس یا قابلیت تنفس پارچه اصلاح می شود. علاوه بر این، تکمیل دافع آب فاقد فلئوروکربن و



که دارای روکشی از نانو ذرات فلزی است از ویژگی های زیر برخوردار می باشند:

- به دلیل قابلیت جذب پرتو فروسرخ (IR) توسط نانوذرات فلزی، این پرده ها مانع ورود بخش زیادی از نور خورشید شده؛ بنابراین در مقایسه با پرده های معمولی سبب کاهش دمای اتاق (حدود ۲ تا ۳ درجه شده در تابستان) و کاهش هزینه برق مصرفی دستگاه های تهویه می شوند.
- با کاهش میزان عبور پرتو فرابنفش از ایجاد رنگ پریدگی و پوسیدگی اثاثیه منزل بر اثر تابش نور خورشید جلوگیری کرده و سبب افزایش طول عمر این وسایل می شوند.



شکل ۱۱. توری محفاظ حرارت برای پنجره‌ها

پارچه های آب‌گریز ایجاد می کنند (شکل ۱۳).

۳-۳-۴- تشک خواب با فناوری نانو

شرکت سیمونز (یکی از بزرگ‌ترین سازندگان وسایل خواب در جهان) آخرین نوآوری خود را بانام تشک هوشمند سلامت عرضه کرده است (شکل ۱۴). این تشک دارای روکشی زیپ‌دار است که می‌توان آن را جدا و خشک‌شویی کرد. در این روکش از الیاف توخالی بانام تجاری Coolmax® (الیاف پلی استر با چهار کانال توخالی) محصول شرکت دوپونت استفاده شده است. استفاده از این الیاف به دلیل سرعت تبخیر زیاد رطوبت موجب عدم نگهداری رطوبت و تعریق در الیاف شده و پس از شسته شدن هم به سرعت خشک می‌شود. استفاده از فناوری دافع آب شرکت نانوتکس در لایه دوم این تشک مانع از نفوذ آب شده و در نتیجه، در صورت ریختن آب یا هرسیال دیگر بر روی تشک، امکان شستشو و پاک کردن سریع آن وجود دارد. لایه سوم نیز پارچه‌ای حوله‌ای است که در آن از الیاف تفلون باقابلیت حفاظتی فوق‌العاده استفاده شده است.

۳-۳-۴- الیاف چندمنظوره ضد میکروب

پرفلوئورو کاتیونیک اسید است و لذا مناسب استفاده در خانه‌ها است.

۳-۳-۲- شرکت نانو فور لایف

میل و پرده این شرکت یک محصول مبتنی بر فناوری نانو است که پس از استفاده از این محصول حفاظت دائمی از میل، پرده و پارچه‌های ضخیم اسجاد می‌کند؛ بنابراین هیچ مایع خارجی یا ماده چرب نمی‌تواند به سطح پارچه نفوذ کند. این محصول برای کاربردهای منسوجات خانگی از قبیل مبلمان، انواع پرده، فرش، تشک، صندلی ماشین، صندلی‌های کودک، صندلی سالن‌های همایش، انواع کیف با پارچه‌های ضخیم، چرم (بدون مواد شیمیایی)، بادبان قایق، چادر، چتر و غیره مناسب است.

۳-۳-۳- تشک‌های پارچه‌ای خانگی شرکت برلینگتون

این شرکت چهار محصول ضد لک NANO-CARE®، جاذب رطوبت پوست بانام NANO-DRY®، ضد چروک NANO-PELTM و محصولی بانام NANO-TOUCHTM را در اختیار دارد. محصول آخر شامل الیاف مصنوعی پوشیده شده با یک نانو لایه سلولزی (نانوتار بلور سلولزی) است که پارچه ای را با احساس طبیعی پنبه اما با ماندگاری



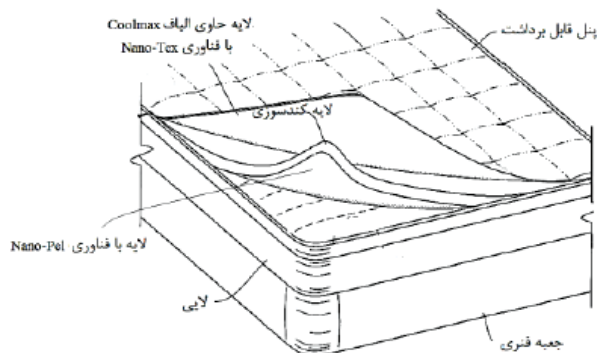
شکل ۱۳. (تصویر سمت راست) قرارگیری نانوتار بلورها به طول ۱۰ نانومتر روی لیف، (تصویر سمت چپ) قطره شدن آب میوه ریخته شده روی پارچه تکمیل شده با نانوویسکرها [۱۶].

این فناوری که توسط شرکت هیوسونگ کره جنوبی توسعه یافته، در واقع نوعی الیاف چندمنظوره ضد میکروب است که با استفاده از فناوری نانو نقره تولید می‌شود. این محصول بانام تجاری MIPAN Nano

الیاف مصنوعی ایجاد می‌کند. به منظور قرار دادن نانوتار بلورها روی پارچه، پارچه درون محلولی حاوی این ماده غوطه ور می‌شود. با تبخیر آب، نانوویسکرها (تار بلورها) به صورت شیمیایی به پارچه متصل شده و



شکل ۱۵. نمونه پارچه پنبه/نایلون رایج و کندسوز



شکل ۱۴. تشک هوشمند سلامت

با استقبال مشتریان از این محصولات تسویه شده است و آنها حاضرند بهای واقعی برای محصولات با کارایی ویژه را بپردازند (Nano-Tex یک نمونه واقعی است). در نتیجه، مزایای محسوس و غیر محسوس ناشی از افزودن نانومواد به منسوجات با تلفیق میان کیفیت و عملکرد به مراتب بیش تر از هزینه های اضافی اعمال شده بر بخش منسوجات خانگی است. هرچند شایان توجه است که چنانچه رقبا از فرصت های ایجاد شده به واسطه فناوری نانو استفاده نمایند، شرکت ها نیازمند واکنش صحیح یا ناچار به تسهیم مزایا و بازار میان رقبا هستند.

بازار منسوجات خانگی از ۱۹۲ میلیارد دلار کنونی در سال ۲۰۲۲ به ۲۳۷ میلیارد دلار و ارزش کل نانومواد مورد نیاز در بخش منسوجات خانگی از ۳۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۲ به ۵۰۰ میلیون دلار در سال ۲۰۲۲ خواهد رسید.

فناوری نانو در بخش منسوجات خانگی تأثیر بسزایی در تولید پوشش های چندمنظوره و ایجاد محیطی سالم با قابلیت های خود پاک کنندگی، پرداخت و رنگرزی پارچه ها جهت ساختن سطوح ضد آب و ضد لک برای مصارف خانگی مثل مبلمان دارد. به علاوه تولید پارچه های ضد میکروب و فاقد بو، با استفاده از نانو ذرات اکسید روی، اکسید مس و نقره از جمله فرآورده های علم نانو است که در مقایسه با روش های شیمیایی و سنتی سازگاری بیشتر و بهتری با محیط پیرامون و محیط زیست دارد. همچنین از پارچه های به دست آمده از فناوری نانو، منسوجات خانگی معمولی و چندمنظوره با ضریب محافظتی بالا تولید می شود که برای داشتن محیطی سالم و مفرح مناسب است. ممانعت در برابر پرتو فرابنفش خورشید، عایق حرارتی، ضد میکروب، فاقد بو، ضد آب، ضد لک، مقاومت در برابر آتش و خاصیت آبدوستی را می توان مهم ترین دستاوردهای علم نانو به کار گرفته در منسوجات خانگی در نظر گرفت.

منابع در دفتر نشریه موجود است.

Magic Silver[®] شناخته می شود. استفاده از این الیاف در تولید منسوجات، موجب می شود تا شخص در برابر انواع عوامل بیماری زا محافظت شود. تمیزی، دوام و ایمنی وسایل خواب، حوله ها، پارچه هایی که برای تمیز کردن ظروف استفاده می شوند و نیز محصولات بهداشتی شخصی را می توان نمونه ای از کاربرد این فناوری در منسوجات خانگی دانست.

۳-۵- محصولات کندسوز شرکت آلکسیوم

شرکت آلکسیوم اینترنشنال مواد شیمیایی کندسوز سازگار با محیط زیست ویژه ای را برای انواع پارچه های به کاررفته در صنعت نساجی توسعه داده است. این شرکت، محصولات خود را بانام تجاری AlexiflamTM (پارچه ۱۰۰ درصد پنبه ای و پلی استر)، Alexiflam-NFTM (مخلوط پنبه و پشم)، Alexiflam-SYNTM (۱۰۰ درصد پلی استر، ۱۰۰ درصد آکرلیک، ۱۰۰ درصد نایلون و مخلوط الیاف مصنوعی) به بازار معرفی کرده است. شکل ۱۵، نمونه پارچه پنبه/نایلون تولیدی شرکت آلکسیوم را نشان می دهد. این شرکت سفارش جدیدی برای نانو محصول ضد آتش خود دریافت کرده که قرار است نانو محصول این شرکت در بازار مبلمان خانگی استفاده به کار رود. این فناوری مربوط به اصلاح سطح منسوجات با استفاده از نانو ذرات برای افزایش مقاومت در برابر آتش است. وزارت دفاع آمریکا حدود ۲۷ میلیون یارد از پارچه نایلون/پنبه ضد آتش شده را سالانه خریداری می کند.

۴- نتیجه گیری از تحلیل هزینه ها و مزایا

در حالی که بهای تمام شده منسوجات خانگی نانو (بر مبنای بهای متعارف محصولات فاقد تکمیل نانو موجود در بازار) حدوداً بیش از ۱۰ درصد افزایش یافته است، هزینه ناشی از استفاده از فناوری نانو

مرگ مغزی اقتصاد ایران

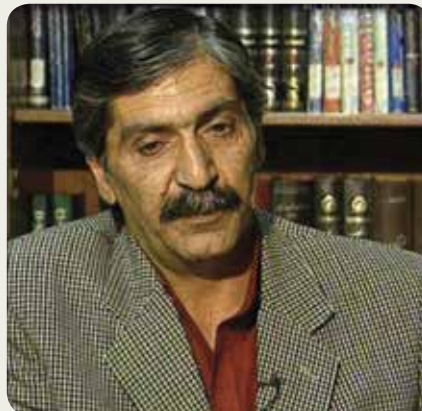
پیش بینی «حسین عظیمی» بعد از ۱۵ سال به حقیقت پیوست

بوده و سهم سود در فعالیت‌های خدماتی (خدمات مالی و پولی مثل خرید و فروش پول و ارز و سکه در این دوره) هم، ۲۰ هزار درصد بوده و ۳,۵ برابر صنعت سودآوری داشته است. پریسا طباطبایی، عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی، از دیگر سخنرانان این میزگرد، هم یادآور می‌شود روند بررسی‌ها نشان می‌دهد، اقتصاد ایران فقط در سال جاری با ۳۰۰ هزار میلیارد تومان فرار مالیاتی روبه رو خواهد بود.

مسئولیت اقتصاد مقاومتی فقط بر گردن قوه مجریه نیست
فرشاد مومنی، عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

درحال حاضر اقتصاد ایران دقیقا در نقطه مقابل بایسته‌های یک اقتصاد با توان مقاومت قابل قبول است. دکتر عظیمی حدود ۱۵ سال پیش، مرگ مغزی را به عنوان استعاره درباره اقتصاد ایران مطرح کرده بود. او در آن سال‌ها علائمی را دریافت کرده بود که گویی سنسورهای سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی ما قادر نیست در برابر تغییرات واکنش نشان دهد. این از کارافتادگی متاسفانه به ویژه در

کردن سهم تولید در اقتصاد ایران به عنوان یکی از مولفه‌های اقتصاد مقاومتی، می‌گوید: «اقتصاد ایران دچار کژکاری‌های اساسی ساختاری است و این کاستی‌های ساختاری با تغییر پارامترها و متغیرهای موجود اقتصاد امکان اصلاح ندارد. با



اقدامات سطحی نمی‌توان ساختار اقتصاد ایران را که نزدیک به ۵۵ سال گذشته چیزی حدود ۷۰ درصد در بخش خدمات، ۲۵ درصد در صنعت و حدود پنج درصد در بخش کشاورزی متمرکز بوده، اصلاح کرد». به گفته او، در بین سال‌های ۱۳۶۸ تا پایان سال ۱۳۹۱، تورم مسکن فقط ۱۳ هزار و ۷۰۰ درصد (دو برابر بخش صنعت)

۱۵ سال پیش حسین عظیمی، اقتصاددان پیش‌بینی کرده بود اقتصاد ایران دچار مرگ مغزی می‌شود. او علائمی دریافت کرده بود که گویا سنسورهای سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی ما قادر نیست در برابر تغییرات واکنش نشان دهد. این ماجرا سر دراز دارد و هر سال هم نسبت به سال‌های گذشته وضعیت بدتر شده است. درحالی که پس از جنگ تحمیلی (شوک برون‌زا) به سبب وجود ساختار نهادی تولیدمحور، در دو سال اول بعد از پذیرش قطع‌نامه، رشدهای دورقمی را برای اقتصاد شاهد بودیم، اما اکنون وقتی شوک مربوط به سیاست‌های تنش آفرین دولت قبلی مهار شد، ما به هیچ وجه نتوانستیم از دور باطل رشد اندک و به شدت نوسانی عبور کنیم و حتی در دوره پساتوافق رشد منفی را تجربه کردیم. فرشاد مومنی در جمع بندی میزگرد «اقتصاد مقاومتی: الزامات و چالش‌ها» که در دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی برگزار شد، با بیان این مسئله نتیجه‌گیری کرد با رویکردهای جزئی‌نگری و وصله پینه کردن نمی‌توان وضعیت اقتصاد ایران را بهبود بخشید. حال آنکه حسین راغفر، اقتصاددان و دیگر سخنران این میزگرد نیز با نگاهی به عادلانه

۱۰ سال گذشته به طرز غیرمتعارفی افزایش یافته است. ما بی شمار شواهد در این زمینه می‌توانیم ارائه کنیم که به یک نمونه آن اشاره می‌کنم. در دوره جنگ به اعتبار اینکه ساختار نهادی در مجموع یک ساختار نهادی تولیدمحور بود، به محض اینکه شوک برون‌زا (جنگ تحمیلی) متوقف شد، در دو سال اول بعد از پذیرش قطع نامه رشدهای دورقمی را برای اقتصاد شاهد بودیم. اما اکنون وقتی شوک مربوط به سیاست‌های تنش آفرین دولت قبلی مهار شد، ما به هیچ وجه نتوانستیم از دور باطل رشد اندک و به شدت نوسانی عبور کنیم و حتی در دوره پساتوافق رشد منفی را تجربه کردیم. این رخدادها نتیجه‌ای را به دست می‌دهد که با رویکردهای جزئی‌نگری و وصله‌وپینه کردن نمی‌توان وضعیت این اقتصاد را بهبود بخشید. ما به یک بازآرایی سیستمی در ساختار نهادی نیازمند هستیم. در مسیر این عبور از از کارکردافتادگی و رفتن به سوی اقتصاد با توان مقاومت بالا، در درجه اول نیازمند شفاف سازی و غنی سازی مفهوم اقتصاد مقاومتی هستیم. واقعیت این است که مفهوم مقاومتی در معنای جهانی آن، فقط در یک جنبه، مقاومت در برابر تهدیدها و سازوکارهای مهارکننده را به ذهن می‌آورد اما بزرگ‌ترین لطمه‌هایی که در نیم قرن اخیر متحمل شدیم مربوط به فرصت‌هایی می‌شود که به واسطه نداشتن قدرت انعطاف برای واکنش مساعد نشان دادن به فرصت‌ها، به تهدید تبدیل شده است. از سویی باید به یاد داشته باشیم که اقتصاد مقاومتی دواي همه دردها نیست. این ایده فقط معطوف به ابزارها و سازوکارهایی است که قابلیت ما را برای مهار تهدیدها و بهره‌گیری از فرصت‌ها در زمینه شوک‌های برون‌زا ارتقا می‌دهد. در این زمینه هم نیازمند شفاف سازی هستیم. در کشورهای پیشرفته صنعتی از کل شوک‌های برون‌زا فقط سه شوک را در مرکز برنامه‌های خود

قرار داده‌اند. ما در این زمینه هم بلا تکلیف هستیم. در نظام تصمیم‌گیری حتی تا این حد نیز شفافیت و جسارت مواجه شدن با واقعیت وجود ندارد. اگر این شفافیت را نداشته باشیم مانند برنامه‌ای که بی‌شمار هدف دارد، این کار هم بی‌فرجام خواهد بود. واقعیت این است که آسیب‌پذیری ما در برابر سه شوک برون‌زای کشورهای صنعتی اگر بیش از آنها نباشد، کمتر از آنها هم نیست. این در حالی است که ما با بی‌شمار شوک‌های درون‌زا و برون‌زای دیگر هم روبه‌رو هستیم. بنابراین اگر در سطح اندیشه‌ای تکلیف خود را مشخص نکنیم امکان اینکه بتوانیم یک برنامه اصولی در این زمینه طراحی کنیم به حداقل می‌رسد. در زمینه حرکت به سمت آن برنامه هم دو نکته حائز اهمیت است. نکته اول اینکه: این مسئله فقط معطوف به حیطه اقتصادی نیست. نکته دوم نیز این است که متأسفانه به قاعده مالوف فرهنگ ما، چیزهای خوب را می‌خواهیم اما آمادگی تمهید ابتدایی‌ترین لوازم و مقدمات آن را فراهم نمی‌کنیم.

اقتصاد مقاومتی از این ناحیه نیز در معرض تهدید است. به اعتبار این دو نکته، تلقی‌های سیاست زده‌ای که تلاش می‌کنند کل مسئولیت پیشبرد این مسئله را برعهده قوه مجریه بگذارند هم تلقی‌های نادرستی است. با حضور نسبتاً فعالی که بنیادها، نهادهای عمومی غیردولتی و... در اقتصاد ایران دارند و سرجمع توانایی اقتصادی آنها اگر به مراتب بیشتر از قوه مجریه نباشد، کمتر از آن نیست؛ بنابراین نمی‌توان انتظار داشت آنها فقط مطالبه‌کننده باشند و همه چیز را از قوه مجریه بخواهند. در این زمینه به نظر من نقش قوه مجریه خیلی تعیین‌کننده است. آنها باید در این زمینه شفاف سازی کنند و برنامه‌های خود را با رویکرد مشارکت جویانه ارائه دهند و بستری را، هم برای شفاف کردن مسئولیت‌ها و هم امکان پذیرشدن جلب مشارکت همگان

برای حرکت به آن سمت فراهم کنند. تقریباً اتفاق نظر وجود دارد که برنامه اقتصاد مقاومتی باید در کادر یک برنامه توسعه مورد توجه قرار گیرد و در این کادر مسئله اساسی این است که ساختار نهادی مشوق رانت و دلالتی و فساد باید جای خود را به ساختار نهادی مشوق دانش، کارایی و بهره‌وری بدهد. در این مسیر در کلی‌ترین سطح سه فعالیت جدی باید در دستور کار نظام سیاست‌گذاری قرار گیرد. نخست بالابردن هزینه فرصت مفت خواری است. ما اکنون در فاجعه‌آمیزترین وضعیت در این زمینه قرار داریم، یعنی مولدها مقهور غیرمولدها شده‌اند و تجارت پول و مستغلات به صورت سوداگرانه، موتور خلق ارزش افزوده شده است. رکن تکمیل‌کننده این مسئله طراحی و تدوین یک برنامه ملی مبارزه با فساد بر محور پیشگیری از آن است. رویکرد کنونی در مبارزه با فساد در ایران این است که ساختار نهادی اجازه وقوع موارد فساد را می‌دهد و به صورت انفعالی قصد برخورد با آن را دارد که بسیار پرهزینه و کم‌دستاورد است و به هیچ وجه نمی‌تواند به مقتضای اقتصاد مقاومتی کمک کند، بلکه سوءظن‌ها را افزایش می‌دهد. مولفه آخر در این برنامه، طراحی و تدوین یک برنامه حمایت‌گرا از تولید ملی است. در ساختار نهادی کنونی خود تخصیص‌های رانتی ذیل عنوان تولید بیش از آنکه مضمون ارتقای بنیه تولیدی داشته باشد، استفاده از تولید به مثابه یک محمل برای توزیع رانت است، درحالی که در برنامه‌های اصولی توسعه، مرز بین تولیدکنندگان واقعی و رانت‌جویان مشخص می‌شود.

۱۳ هزار و ۷۰۰ درصد تورم مسکن

از سال ۶۸ تا ۹۱

**حسین راغفر عضو هیئت علمی
دانشگاه الزهرا**

یکی از محورهای اقتصاد مقاومتی، عادلانه کردن سهم عوامل تولید در اقتصاد ایران است.

خرید و فروش پول در اقتصاد ایران ۳،۵ برابر صنعت سودآوری داشته است. با در نظر گرفتن سختی‌های کار تولید، کسی حاضر نیست به این فعالیت‌ها روی آورد. به ویژه در صنعتی که با مشکلات جدی مالیات، بیمه، دستمزد، واردات بی رویه، نوسانات نرخ ارز و... روبه روست. مادامی که این تغییر ساختار را در اقتصاد ایجاد نکنیم، ایجاد اقتصادی بر پایه تولید، منتفی است. این اقتصاد، اقتصادی شدیدا ناکارآمد است. در این اقتصاد، فعالیت‌های ناکارآمد است که سلطه اصلی فعالیت‌های اقتصادی را شکل می‌دهد. بنابراین در چنین اقتصادی منابع به سمت بخش‌های خدماتی غیرمولد به زیان بخش‌های مولد سوق پیدا می‌کند. بنابراین ما کماکان شاهدیم دستمزد نیروی کار تضعیف می‌شود. علت آن نیز به این برمی‌گردد که منابع اقتصاد جمع صفر، سبب شده سهم سرمایه به شدت بزرگ تر شود اما در مقابل سهم نیروی کار در کل هزینه‌های تولید و فعالیت‌های اقتصادی در کشور به شدت کاهش یابد. به نحوی که برخی مطالعات نشان می‌دهد سهم نیروی کار از کل هزینه‌های تولید از ۲۵ درصد به ۹ درصد کاهش یافته است. این آمار نشان می‌دهد چگونه سهم نیروی کار تضعیف می‌شود و بی عدالتی‌های متعدد، فقر، نابرابری‌های گسترده و به تبع آن عدم کارایی افزایش می‌یابد. در چنین شرایطی نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم بهره‌وری نیروی کار که هر روز دستمزدش کاهش می‌یابد، رشد کند. به همین دلیل نیروی کار در محیط کار همواره ناراضی است و دل‌بستگی به کار از خود نشان نمی‌دهد. اقتصاد موجود اصولاً هیچ همسویی ای با آنچه از آن به عنوان اقتصاد مقاومتی یاد می‌شود، ندارد. بنابراین ما نیازمند تغییرات ساختاری و نهادی در اقتصاد ایران هستیم. از جمله این اصلاحات می‌توان به اصلاحات نظام بانکی

بخش کشاورزی متمرکز بوده، اصلاح کنیم. ما نیازمند هستیم که ساختار اقتصاد تغییر کند. به نحوی که صنعت باید سهم بسیار بالاتری را از آن خود کند و به دنبال آن، تاثیر صنعت بر کشاورزی، موجب ایجاد کشاورزی صنعتی مناسب شود و خدمات حول خدمات مورد نیاز صنعت شکل گیرد، اما تاریخ اقتصادی ایران در صد سال گذشته حکایت از این دارد که بخش قابل توجهی از خدمات در حوزه زمین و مستغلات متمرکز شده است. در واقع در بخش‌هایی که هیچ ارزش افزوده ای برای اقتصاد ایجاد نمی‌کند اما پرسودترین فعالیت اقتصادی کشور بوده است. در دهه‌های گذشته حتی خرید و فروش زمین از ساخت مسکن هم پرسودتر بوده است. آمارها نشان می‌دهد تورم مسکن از سال ۶۸ تا پایان ۹۱، ۱۳ هزار و ۷۰۰ درصد بوده است. این رقم در حوزه کشاورزی به هفت هزار درصد و در صنعت به شش هزار درصد می‌رسد. یعنی اگر کسی ساختمان ساخت، سودی که فقط از افزایش قیمت محصول و کالادر اثر تورم به دست آورده، دو برابر بخش صنعت است، آن هم بدون اینکه هیچ هزینه دیگری متحمل شود. علائمی که این اقتصاد به فعالان اقتصادی می‌دهد، این است که منابع خود را در جاهای امن مانند خرید و فروش زمین سرمایه گذاری کنند. به همین دلیل خرید و فروش زمین در ایران سابقه ای تاریخی و سنتی دارد که منابع بزرگی را جذب می‌کند. بنابراین اقتصاد ایران تولید ندارد و به تعبیری اقتصاد جمع صفر است. یعنی کیک موجود در اقتصاد ثابت است و اگر سهم بیشتری به یک بخش داده شود به این معناست که سهم بخش دیگری کم می‌شود. وقتی سهم سود در فعالیت‌های خدماتی (خدمات مالی و پولی مثل خرید و فروش پول و ارز و سکه در دوره ۶۸ تا ۹۱)، ۲۰ هزار درصد است، یعنی فعالیت‌های

ادعای اصلی علم اقتصاد از ابتدا تاکنون این است که اگر بخواهیم تخصیص‌های عادلانه را تحقق بخشیم، باید به سمت کارایی حرکت کنیم. بنابراین کارایی به عنوان تخصیص بهینه منابع به یک اقتصاد عادلانه تفسیر شده است. به معنای دیگر استفاده از منابع محدود به بهترین شکل ممکن. عدالت و کارایی با اینکه مفهومی قدیمی است، اما در دهه‌های اخیر بیشتر مورد بررسی قرار گرفته است و در رابطه با

بده بستان عدالت و کارایی، تفاهم عمومی در بین اقتصاددانان شکل گرفته که این دو از هم قابل تفکیک نیستند و رقیب یکدیگر محسوب نمی‌شوند. حتی کنت ارو (Kenneth Arrow) از بزرگان سرشناس نئوکلاسیک، بر این مسئله تاکید دارد که ما صرفاً با پافشاری بر تخصیص بهینه عوامل، ضرورتاً نمی‌توانیم عدالت را محقق کنیم. بنابراین لازم است عدالت را در کنار کارایی در نظر بگیریم. در تحلیل اینکه یک اقتصاد چگونه می‌تواند منابع خود را به بهترین وجه تخصیص دهد، عوامل متعددی در کار هستند. از جمله آنها فناوری با تکنولوژی بهینه است. این مولفه، خود وابسته به عوامل دیگری است و به همین دلیل هنوز در رابطه با اینکه تکنولوژی بهینه چیست، تفاهمی حاصل نشده است، اما قطعاً وضعیت تکنولوژی یک جامعه روی سهم عوامل تولید یعنی سرمایه، نیروی انسانی، زمین و فناوری تاثیرگذار خواهد بود. آنچه از مطالعه ما از اقتصاد ایران به دست آمده نشان می‌دهد ما دچار کژکاری‌های اساسی ساختاری هستیم. این کاستی‌های ساختاری با تغییرات پارامترها و متغیرهای موجود اقتصاد، امکان اصلاح ندارد. با اقدامات سطحی نمی‌توان ساختار اقتصاد ایران را که نزدیک به ۵۵ سال گذشته حدود ۷۰ درصد در بخش خدمات، ۲۵ درصد در صنعت و حدود پنج درصد در

و مالیاتی اشاره کرد، زیرا نظام مالیاتی ما به شدت ضد تولید و به نفع فعالیت‌های غیرمولد و ناکارآمد است.

۳۰۰ هزار میلیارد تومان فرار مالیاتی در سال جاری پریسا مهاجر عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

یکی از مولفه‌های ارتقای تاب آوری نظام اقتصادی آن است که درآمدهای دولت از منابع پایدار تامین شود. منابع پایدار به این معنا که این درآمدها باید از مالیات تامین شود. لازم است فلسفه و چرایی ضرورت کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی در بودجه را مورد بررسی قرار دهیم. دولت یک سری وظایف حاکمیتی از جمله تامین بهداشت، آموزش، امنیت، قضاوت و... برعهده دارد که باید از سه طریق تامین مالی شوند. پایدارترین روش مالی آن است که بتوانیم به اتکای درآمدهای مالیاتی، این مخارج را تامین کنیم، اما متأسفانه وابستگی به درآمدهای نفتی در بودجه حدود ۴۰ درصد است. دولت مجبور است این ارزها را به بانک مرکزی بفروشد و در مقابل، بانک مرکزی هم در مقابل خرید این ارزها باید ریال را به دولت پرداخت کند. پرداخت این ریال به دو طریق امکان پذیر است؛ بانک مرکزی می‌تواند این ارزها را به بخش خصوصی بفروشد یا اینکه به سبب بالابودن قیمت ارز امکان فروش آن را ندارد، زیرا در نتیجه آن پایه پولی افزایش خواهد یافت و چون پشتوانه تولیدی برای آن وجود ندارد، ایجاد تورم می‌کند و در نهایت می‌تواند به محدود شدن طبقه متوسط بینجامد و در بلندمدت رشد اقتصادی را تحت تاثیر قرار دهد. اگر بانک مرکزی بتواند این ارزها را به واردکنندگان بفروشد، در غیاب سیاست‌های مناسب ارزی ممکن است به واردات کالاهای مصرفی منجر شود که می‌تواند ضدتولید باشد. کمالینکه این اتفاق در کشور رخ داده است.

بنابراین فلسفه کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی بر همه آشکار است. به عقیده من در صدر راهکارهای ارتقای درآمدهای مالیاتی موضوع تشریک اطلاعات مطرح است. دلیل این موضوع این است، زمانی که دو طرف در یک ارتباط وجود داشته باشند و یک طرف دولت و طرف دیگر مودی باشد، مودی یک سری اطلاعات خصوصی از وضعیت فروش و اطلاعات مالی خود دارد که دولت اطلاع کافی از آنها ندارد. بنابراین این نبود تقارن اطلاعات می‌تواند زمینه ساز مخاطرات اخلاقی و کژمنشی مودی باشد و همین امر سبب شود تا مودی حق دولت (مالیات) را پرداخت نکند. از طرف دیگر، اگر دولت نتواند درباره شناسایی فعالان اقتصادی مجازی که در گمرک نقش ایفا می‌کنند، درست عمل کند، ممکن است بنگاه‌های خوب توسط بنگاه‌های بد از بازار خارج شوند. بسیاری از مطالعات نشان داده اند تشریک اطلاعات می‌تواند بر پدیده نبود تقارن اطلاعات غلبه کند. بنابراین دولت می‌تواند تا حدی اطلاعات مودی را در اختیار داشته باشد و به این طریق مالیات عادلانه ای را از او دریافت کند. ما در کشور در این زمینه نقص داریم که البته این مشکل محدود به ایران نیست و مطالعات جهانی نیز گواه بر فرار مالیاتی در سایر کشورها نیز هست. این مطالعات کشورها را رهنمون می‌کند باید از سوی یک سری مکانیسم‌ها از این تشریک اطلاعات بهره مند شوند. برای مثال در سال ۲۰۱۲ حدود دو تا ۲،۵ درصد از تولید ناخالص داخلی اروپا، فرار مالیاتی بود. همین طور فرار مالیاتی آمریکا در سال ۲۰۰۱ چیزی حدود ۳۵۰ میلیارد دلار بوده که رقمی معادل کسری بودجه‌ها و بدهی‌های دولت آمریکا در سال‌های ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ بوده است. این تصویر برای ایران بدتر است. سه مطالعه ای که درباره ایران انجام گرفته به طور متوسط فرار مالیاتی را چیزی حدود چهار تا ۳۰ درصد تولید ناخالص

رویکرد پازلی به تاب آور کردن اقتصاد امیر خادم علیزاد عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

در بررسی ویژگی‌های بازار سرمایه سازگار با اقتصاد مقاومتی باید گفت اولین الزام برای بازار سرمایه تاب آور، اصلاح تلقی ما از اقتصاد مقاومتی است. در چندسالی که

اقتصاد مقاومتی در ایران مطرح شده جز برخی موارد، عمدتاً به بیان شعاری و کلی گویی‌هایی مانند گذشته که مشکلی را حل نمی‌کند. بسنده کرده ایم اقتصاد مقاومتی در ایران بسته به شدت تحریم‌های یک جانبه، چندجانبه یا جامع، خاستگاه خاصی داشت که به عنوان واکنشی در برابر تحریم مطرح شد، بدون اینکه در بین مردم، دولت و بخش خصوصی نهادینه یا فراگیر شود. بنابراین اصلاح تلقی نسبت به اقتصاد مقاومتی مهم است. آنچه باید انجام دهیم آن است که نسبت به تاب آور کردن اقتصاد به منزله پازلی نگاه کنیم که هر بخش وظیفه خاص خود را دارد. زمانی که به اقتصاد کشورها در سطح جهان می‌نگریم، این کشورها در ادامه مسیر رشد و توسعه اقتصادی و پس از دستیابی به توسعه پایدار، مهندسی ایجاد تاب آوری را در سه دهه اخیر دنبال کرده اند، اما ما فقط به کلی گویی در این رابطه بسنده کرده ایم. در یکی از سخنرانی‌هایی که در رابطه با تاب آوری اقتصاد یا همان اقتصاد مقاومتی متمرکز بر سیستم مالی در مانیل برگزار شد، یکی از شخصیت‌های برجسته اقتصادی وقتی سخنان خود را به پایان برد، نتیجه گرفت: «برای ساختن نظام مالی تاب آور تنها نمی‌توان به دولت اکتفا کرد و باید به سمت بخش خصوصی رفت». این همان چیزی است که ما از آن به عنوان فراگیری و مشارکت آگاهانه و مسئولانه مردم یاد می‌کنیم. مشارکتی می‌خواهیم که ژاپن در سال ۱۹۴۵ پس از جنگ داشت. در آن سال مردم ژاپن روی خرابه‌ها با پای برهنه راه می‌رفتند. پرسیدند چرا کفش نمی‌پوشید، گفتند چون هنوز خودمان نمی‌توانیم دمپایی برای خود بسازیم. این باور عمومی و فراگیر مردم بود که آنها را به ژاپن امروز رساند. این نهادینه شدن رفتار و کنشی است که اکنون در کشور وجود ندارد. در مطالعه تاریخی یکی از شرکت‌های بزرگ جهان بررسی کردند چرا

بسیاری از کشورهای بزرگ، عمری زیر ۵۰ سال دارند؟ به این نتیجه رسیدند که چهار عامل برای ماندگاری شرکت‌های بالای ۵۰ سال نیاز است. انعطاف پذیری یا همان تاب آوری (اقتصاد مقاومتی)، شفافیت اطلاعاتی، آمادگی بازار مالی برای تحت تاثیر قرار نگرفتن از هر چالشی و جلوگیری از سرکوب مالی که به خاطر نرخ‌های تورم بالا رخ می‌دهد. جالب آنکه در این فهرست چهارعامله، سودآوری شرکت‌ها وجود نداشت. آنها معتقد بودند پیامد این چهار عامل، سودآوری است. آیا ما چنین رویکردی داریم؟ ما در بازار سرمایه با تناقض شرایط کلان با تحلیل خرد بازارهای مالی مواجهیم. به لحاظ خرد، بررسی ۲۶ بنگاه نمونه از صد بنگاه برتر بورس نشان داد این بنگاه‌ها به لحاظ خرد شرایط کارایی اقتصادی را دارند اما به لحاظ کلان، فضای رانتی کلان، فرار مالیاتی و... اجازه کارایی بازار سرمایه را نمی‌دهد.

اقتصاد مقاومتی در

چارچوب یک نظریه توسعه

ام‌الله امین مدیر گروه اقتصاد اسلامی دانشگاه علامه طباطبائی

اقتصاد ایران از ابتدا تا به حال هیچ‌گاه مانند زمان کنونی نیازمند بازآرایی و تحول جدی نبوده است. تا زمانی که یک شوک به اقتصاد ایران وارد نشده بود، مسئولان ضرورت اصلاح ساختار اقتصادی را بیان نکرده بودند. به اقتصاد مقاومتی می‌توانیم از چند بعد نگاه کنیم. مفهوم اقتصاد مقاومتی در چارچوب یک نظریه توسعه باید بیان شود، زیرا جزئی از یک کل است. ۲۴ سیاست اقتصاد مقاومتی که برخی از آنها با یکدیگر هم پوشانی دارند و می‌توان آنها را در ۱۲ سیاست خلاصه کرد، بر چند محور استوار است. اقتصاد دانش بنیان و بهره‌وری و کار و الزامات انجام این دو. باقی بندها نیز حول همین محورها می‌چرخند.

بنابراین اگر بخواهیم تاب آوری اقتصادی را مورد بحث قرار دهیم، باید آن را با یک سیستم یادگیری و در کنار آن توسعه منابع انسانی و توسعه پایدار بررسی کنیم. از این منظر اگر بنگریم، خواهیم دید کشورهای مختلف تجارب زیادی دارند که می‌توانیم از آنها استفاده کنیم. ادبیات تاب آوری به دهه ۷۰ بازمی‌گردد. در این زمان چند اتفاق رخ داد که کشورهای صنعتی را به فکر مقاوم کردن اقتصادشان نسبت به متغیرهای بیرونی انداخت. به عنوان مثال در دهه ۷۰ یکباره قیمت‌های نفت بالا رفت و شوکی برون‌زا به کشورهای صنعتی در مقابل این افزایش قیمت و شوک‌های حاصل از آن، به فکر افزایش بهره‌وری محصولات خود افتادند. در واقع این کشورها تهدید شوک‌ها را به فرصت بدل کردند. از منظر ادبیات توسعه، توسعه ترکیبی از دانش ضمنی و ظرفیت‌های سازمانی است که سرمایه انسانی، توسعه پایدار و... در این مجموعه می‌گنجد. در یک بستر نامناسب تولیدی نمی‌توانید دانش ضمنی ایجاد کنید. به عنوان مثال از ۱۸۹ کشور در زمینه کسب و کار، ایران در رتبه ۱۱۸ قرار دارد. با رتبه ۱۱۸ نمی‌توان اقتصاد دانش بنیان را ایجاد کرد. ما باید این فضا را در کشور ایجاد کنیم. در این زمینه باید تولیدمحوری، تغییر کاربری بانک‌ها، نظام کارایی مشخص و سیستم مالیات‌گیری صحیح، مبارزه با قاچاق و... از جمله الزامات دستیابی به این هدف باشد. به گفته دکتر عظیمی، برای دستیابی به توسعه ما نیازمند دو مولفه فرهنگی هستیم، مبارزه با فقر و ایجاد عدالت و الگوسازی. از ویژگی‌های مناسب ادبیات توسعه و فرهنگ مناسب تولید که اقتصاد مقاومتی نیز زیرمجموعه آن قرار می‌گیرد، می‌توان به نظم‌پذیری، جمعی کار کردن، قناعت کردن، ریاضت کشیدن و فعالیت‌های تعاونی اشاره کرد.



هزینه‌های توسعه در ایران به صورت بحرانی افزایش یافته

محسن رنایی اقتصاددان

«به دلیل توسعه تک‌بعدی در ۴۰ سال اخیر هزینه‌های توسعه به شدت افزایش یافته و به نقطه بحران نزدیک شده‌ایم، به این مفهوم که در شرایطی که در سال ۱۳۸۴ هزینه تولید یک شغل ۲۰۰ میلیون تومان برآورد می‌شد، امروز این عدد به ۹۰۰ میلیون تومان رسیده است.» محسن رنایی، این تحلیل را در قالب موضوع سخنرانی خود تحت عنوان «کودکی توسعه و توسعه کودکی» در چهارمین همایش سالانه مرزهای دانش اقتصاد توسعه عنوان کرد.

چهره‌های برتر اقتصادی کشور که بار آموزش اقتصاد کشور را به دوش می‌کشند، در همایش فوق حضور داشتند و هر یک بنا بر تخصص‌شان سخنرانی کردند. این همایش در واقع به مناسبت سیزدهمین سالگرد درگذشت دکتر حسین عظیمی برگزار شد. رنایی در سخنرانی‌اش گفت: با یک تکنیک ساده شروع کنیم، از تعریف سه اصطلاح رشد، پیشرفت و توسعه که همیشه با هم اشتباه گرفته می‌شوند. به گفته او رشد عبارت است از تکثیر افقی وضع موجود، مانند افزایش تولید خودرو در سال، پیشرفت عبارت است از تکثیر عمودی وضع موجود یعنی ارتقای وضع موجود از

لحاظ فناوری‌ها و تکنولوژی و نهایتاً توسعه عبارت است از تغییر کلی همه شرایط موجود، از قبیل تغییر نظام مدیریت، سطح دانش، ساز و کارهای مناسب سازمانی، کاهش هزینه مبادله و پایین آوردن هزینه‌های اضافی. این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه در دل توسعه،

رشد عبارت است از تکثیر افقی وضع موجود، مانند افزایش تولید خودرو در سال، پیشرفت عبارت است از تکثیر عمودی وضع موجود یعنی ارتقای وضع موجود از لحاظ فناوری‌ها و تکنولوژی و نهایتاً توسعه عبارت است از تغییر کلی همه شرایط موجود، از قبیل تغییر نظام مدیریت، سطح دانش، ساز و کارهای مناسب سازمانی، کاهش هزینه مبادله و پایین آوردن هزینه‌های اضافی.

رشد و پیشرفت نهفته است، گفت: باید بپذیریم تا زمانی که این دو انجام نشود، توسعه رخ نمی‌دهد. این دو شرط لازم هستند.

رنایی ادامه داد: توسعه دو خط تولید دارد، یک بعد اقتصادی و مادی و دیگر بعد رفتاری و فرهنگی. محصول این دو خط تولید این است: بعد اول ایجاد رفاه و بعد دوم ایجاد رضایت. ما در سال‌های پس از انقلاب تمرکزمان بر بعد فیزیکی و مادی اقتصاد بوده است، حتی در ایجاد دانشگاه نیز به بعد فیزیکی توسعه تمرکز کرده‌ایم. یک زمانی بر رشد احداث سد، کارخانجات سیمان و صنایع تمرکز می‌کردیم و در دوره‌ای دیگر روی ایجاد دانشگاه متمرکز شدیم تا با تولید نیروی انسانی ماهر از رشد فیزیکی ایجاد شده، بهره‌مند شویم یا به عبارتی رفاه ایجاد کنیم. رنایی با تأکید بر اینکه در تمام این سال‌ها تمرکز ما بر تولید مدرک و تکنسین بوده، متذکر شد: متأسفانه در این سال‌ها هیچگاه روی این مقوله که انسان‌های شرافتمندانه را تربیت کرده و به جامعه تحویل دهیم، سرمایه‌گذاری نکردیم.

تمام برنامه‌های ما در این سال‌ها بر بعد اول توسعه استوار بوده و بعد دوم که توسعه

فرهنگی است را به دست فراموشی سپردیم. توسعه فرهنگی نیاز به سرمایه‌های دیگری هم دارد که از جمله آنها سرمایه‌های اجتماعی و سرمایه‌های نمادین هستند. سرمایه‌های اجتماعی مناسبات بین انسان‌ها را سامان‌دهی می‌کند و سرمایه‌های نمادین مانند هنرپیشه‌ها، شومن‌ها، مانکن‌ها و... باعث ایجاد تحول می‌شوند که ما از هر دوی این سرمایه‌ها غافل بودیم. رنای خاطر نشان کرد: ما بعد از انقلاب بعد فرهنگی را به‌طور کامل رها کردیم. اشکال کار آنجا ایجاد می‌شود که اگر بعد دوم رشد نکند، پس از مدتی بعد اول یعنی همان توسعه نیز متوقف می‌شود. توسعه پرهزینه شده و به تدریج از حرکت باز می‌ایستد. به بعد اول مدرنیزاسیون می‌گوییم و بعد دوم را مدرنیته می‌نامیم.

مدرنیته یا نوگرایی یعنی اینکه خلق و خوی من با پیشرفت هماهنگ شود. گرانیگاه بحث من دقیقا همینجا است که اگر ما وارد مدرنیته نشویم، مدرنیزاسیون هم نخواهیم داشت و نقطه آغاز فروپاشی از همین محل شکل می‌گیرد. استاد اقتصاد دانشگاه اصفهان ادامه داد: در زندگی سنتی مناسبات هم شخصی است، تولید هم شخصی انجام می‌شود اما در دنیای مدرن مناسبات اجتماعی است پس من به تک‌تک شما و آدم‌های دیگر ارتباط پیدا می‌کنم. اگر نتوانیم انبوه‌گره‌های اجتماعی را در این دنیای مدرن مدیریت کنیم، اقتصاد هم به بن‌بست می‌رسد. اگر بخواهیم در دنیای مدرن زندگی کنیم باید روادار باشیم، رواداری در اندیشه و مدارا در عمل. در جامعه‌ای که مدرنیته توسعه نیافته، سرمایه‌های فرار می‌کنند. به همین دلیل است که من معتقدم ایران هیچگاه توریسم محور نمی‌شود. او با تاکید بر اینکه تحول رفتاری در ایران رخ نداده است، تصریح کرد: اگر عقلانیت

جایگزین عاطفه و احساس و سنت نشود و قوانین جای مناسبات شخصی را نگیرد، توسعه پرهزینه می‌شود. از هزار میلیارد دلار زمان احمدی‌نژاد که بخشی از آن حیف و میل شد، بخشی دیگر در اقتصاد برای توسعه هزینه شد، اما چرا نتیجه آن ملموس نیست؟ چون مناسبات اجتماعی به هم ریخته و توسعه اقتصاد پرهزینه شده است. ۱۰ سال پیش هزینه ایجاد یک شغل ۲۰۰ میلیون تومان بود اما امروز برای تولید یک شغل باید ۹۰۰ میلیون تومان هزینه کرد، این یعنی ما از تولید شغل ناتوان شده‌ایم.

رنای افزود: اگر همزمان با رشد فیزیکی تحول فرهنگی و رفتاری اتفاق نیفتد به دام کودکی می‌افتیم، تا زمانی توسعه فیزیکی در این جامعه ادامه می‌یابد که نفت داشته باشیم. سال ۱۳۹۴ در یک سخنرانی گفته بودم ادامه این روند امکان توسعه را از ما می‌گیرد اما امروز می‌گویم که با پیش رفتن در این مسیر فرصت پیشرفت را نیز از دست خواهیم داد. آنقدر رشد پرهزینه می‌شود که نمی‌توان امید به پیشرفت داشت. این استاد دانشگاه توضیح داد: ما به اندازه اقتصاد آمریکا که ۴۰ برابر اقتصاد ماست مهندس تولید کرده‌ایم، این یعنی سرمان را به زیر انداخته‌ایم و فقط پیشرفت را مدنظر قرار دادیم. در مقایسه

بودجه سال ۱۳۸۷ با ۱۳۹۵ می‌بینیم که سهم آموزش و پرورش از بودجه کل کشور از ۱۲ درصد در سال ۸۷ به ۱۵ درصد در سال ۹۵ رسیده است، اگر این بودجه را با بودجه وزارت دفاع، البته آن بخش که در سند مالی ذکر می‌شود مقایسه کنیم، می‌بینیم که بودجه این وزارتخانه از ۱۱ درصد در سال ۱۳۸۷ به ۱۹ درصد صعود کرده است.

مجموع هزینه‌هایی که در بخش راه، فولاد، پتروشیمی و صنعت کرده‌ایم به هیچ‌وجه قابل مقایسه با هزینه‌ای نیست که برای آموزش کودکان مان داشته‌ایم. البته منظور من آموزش عالی نیست چون کارکرد توسعه‌ای ندارد. آنچه به لحاظ توسعه در آموزش کودکان رخ می‌دهد، در سنین زیر هفت سال است. کودکان تا هفت سال تغییر می‌کنند، از هفت سال به بعد تاثیر می‌پذیرند، از هجده سال به بعد تاثیر هم نمی‌پذیرند مگر آنکه خودشان به جمع‌بندی و لزوم تغییر برسند. یعنی همه آنچه برای توسعه لازم است باید زیر هفت سال انجام شود. ۴۰ سال است دنیا روی این موضوع متمرکز شده که پیدایش توسعه از سنین زیر هفت سال آغاز می‌شود. اگر این مهم رخ ندهد آن کشور توسعه نخواهد یافت.

اگر همزمان با رشد فیزیکی تحول فرهنگی و رفتاری اتفاق نیفتد به دام کودکی می‌افتیم، تا زمانی توسعه فیزیکی در این جامعه ادامه می‌یابد که نفت داشته باشیم. سال ۱۳۹۴ در یک سخنرانی گفته بودم ادامه این روند امکان توسعه را از ما می‌گیرد اما امروز می‌گویم که با پیش رفتن در این مسیر فرصت پیشرفت را نیز از دست خواهیم داد. آنقدر رشد پرهزینه می‌شود که نمی‌توان امید به پیشرفت داشت.



چرا اقتصاد ایران بهره‌ور نیست؟

پدرام سلطانی نایب رییس اتاق ایران

عموما در زمان کوتاه‌تر و با کیفیت بیشتر و ضایعات کمتر، تولید را انجام می‌دهند؛ در حالی که ماشین‌آلات قدیمی، مستهلک و نامناسب خود می‌تواند تاثیر منفی روی بهره‌وری داشته باشد.

سایر موضوعات درون‌بنگاهی را نیز می‌توان در این سه گروه طبقه‌بندی کرد. به عنوان مثال در برخی مواقع، مشکلات و کاستی‌های بهره‌وری به جهت نبود فرآیند و نقشه درست عملیات است. اینکه تولید در قالب چه خط تولیدی و بر مبنای چه مقیاس تولیدی صورت گیرد و گلوگاه‌های خط تولید کجا باشد، باید موارد را شناسایی و اصلاح کرد. امروز اگر بخش تولید کشور دچار چالش است، به دلیل مسائل و مشکلات محیطی و تحریم‌هاست و اینکه به دلیل تحریم، اقتصاد ایران با دنیا در رقابت نابرابر قرار گرفته است. در این فضای نابرابر، پرداختن به موضوع بهره‌وری اگرچه مهم است ولی به دلیل عوامل محیطی، کار به درستی پیش نمی‌رود و نتایج لازم کسب نمی‌شود. بنابراین برای اینکه در دنیا با نظام اقتصادی حاکم رقابت کنیم، باید ابتدا محیط را برای رشد اقتصادی فراهم کرده و سپس انتظار افزایش بهره‌وری داشته باشیم. اینها مواردی است که مدیریت کارآمد می‌تواند آن را بهبود

بهبتر محیط کسب و کار هستند. در محیط خرد، چند عامل و دسته‌بندی می‌توان انجام داد. برخی از این عوامل، مدیریتی است؛ این طبیعی است که تصمیم‌گیری‌های بنگاهی که از مدیریت باتجربه، بامهارت و با دانش متناسب برای آن حوزه برخوردار نباشد، با خطاهای بیشتری همراه است و مدیران آن، روش‌های قدیمی‌تری را به کار می‌بندند که مجموع آنها، باعث کاهش کارایی می‌شود و اثر خود را بر روی بهره‌وری به جا می‌گذارد. در بخش بعدی شاخص‌های بهره‌وری، منابع انسانی قرار می‌گیرد.

در صورتی که منابع انسانی یک بنگاه، مهارت‌های لازم را آموزش ندیده باشد یا توانمندی‌های مربوطه را برای کار محول‌شده به خود نداشته باشد یا حتی نظام انگیزشی لازم را برای اینکه بهره‌وری خود را به حداکثر رساند، تجربه نکند، نتایج منفی آن بر روی بهره‌وری بنگاه اثر خواهد گذاشت. بخش بعدی به ماشین‌آلات، تجهیزات و تکنولوژی برمی‌گردد که طبیعتاً یک یا مهم‌ترین دلیلی که تکنولوژی مرتباً تغییر می‌کند این است که بتواند با بهره‌وری بالاتری، تولید را در یک کارخانه، کارگاه یا یک بنگاه صنعتی و اقتصادی انجام دهد. تکنولوژی‌های جدید

وقتی صحبت از بهره‌وری در اقتصاد ایران به میان می‌آید، بیشتر فکرها متمرکز بر فعالیت‌های بنگاهی شده و مقاومت‌های دستگاه‌های دولتی در مقابل اجرای شیوه‌های ارتقای بهره‌وری به ذهن مبادرت می‌کند. واقعیت این است که اقتصاد ایران مدت‌زمان زیادی است که با چالش بهره‌وری دست و پنجه نرم می‌کند و برخی‌ها نیز مشکلات اقتصاد ایران را به علت و عواملی همچون بهره‌وری نسبت می‌دهند. در حالی که بهره‌وری خود یک معلول اقتصادی است و این محیط کسب و کار است که اجازه ارتقای بهره‌وری در بخش‌های اقتصادی ایران را نمی‌دهد.

پس باید در گام اول، مشکلات پیش روی رشد بهره‌وری را از میان برداشت و در گام بعدی، انتظار داشت که در سایه رفع این مشکلات، اقتصاد ایران بهره‌ور شود. در این میان برای اینکه مشکلات حوزه بهره‌وری را طبقه‌بندی کنیم، ابتدا باید دسته‌بندی را از اینجا آغاز کنیم که یکسری از مشکلات پیش روی پایین بودن این شاخص مهم در اقتصاد ایران، مسائل موجود در محیط خرد و بنگاهی است. در واقع، مسائل داخل بنگاه و یکسری مشکلاتی که به تبع آن رخ می‌دهد، ناشی از اشکالات محیط کلان اقتصادی یا به عبارت

دهد و اصلاح کند. سایر موضوعات بنگاه را هم طبیعتاً به این شیوه می‌توان در حوزه بهره‌وری تحلیل کرد. اما این مصادیق را در محیط خرد و بنگاهی باید بسنده کرد و وارد محیط کلان شد.

در محیط کلان می‌توان گفت هر عاملی که باعث افزایش هزینه یا باعث طولانی شدن کار و تولید شود، می‌تواند اثر منفی روی بهره‌وری بنگاه داشته باشد. بنابراین قوانین و مقررات پیچیده و ناکارآمدی در نظام اداری است که می‌تواند هزینه‌های جانبی یا بالاسری برای تولید ایجاد کند، بر روی بهره‌وری تاثیر مستقیم و مشخص بگذارد و در نهایت زمینه را برای شاخص پایین بهره‌وری فراهم کند. همچنین مسائلی که اثراتی را روی عوامل درون‌بنگه‌ای می‌گذارد نیز نباید از یاد برد.

اگر مدیریت یک بخش اقتصادی، تولیدی یا صنعتی با فرض اینکه تمام شرایط اعم از مهارت و تجربه را هم داشته باشد؛ ولی به جای اینکه وقت خود را صرف مدیریت بنگاه خود کند، به سمت حل مسائل و مشکلات خارج از بنگاه منحرف شود، باز هم بهره‌وری کاهش خواهد یافت. به عنوان مثال اگر اصطکاک و مراجعه مدیر یک بنگاه اقتصادی به سمت سازمان‌هایی همچون اداره کار، سازمان تامین اجتماعی، بانک‌ها، سازمان حفاظت محیط زیست و سازمان ملی استاندارد معطوف شود، باید اینها را نویزها و پارازیت‌هایی دانست که از بیرون بنگاه بر عملیات بنگاه سایه می‌افکند و با درگیر کردن مدیریت یک بنگاه اقتصادی، بهره‌وری را کاهش می‌دهد. روی دیگر سکه عدم بهره‌وری در اقتصاد ایران، قوانین هستند. اگر قوانین اجازه اینکه یک نظام انگیزشی

در منابع انسانی سازمان برقرار باشد را به مدیر ندهد و مدیر به راحتی نتواند نیروی ناکارآمد را تغییر دهد یا به عبارت دیگر آزادی جابه‌جایی نیروی کار را به او نداده باشند؛ نباید انتظار افزایش بهره‌وری داشت. یا اینکه اگر هزینه‌های بیشتر از نرم بین‌المللی و کشورهای رقیب را بر او تحمیل کنند، باز هم اثر منفی روی بهره‌وری خواهد داشت. از دیگر مصادیق محیط کلان کسب و کار، شبکه ناکارآمد لجستیک است. باید به این نکته اشاره کرد که تولید، یک حلقه از زنجیره بزرگ تامین است و باید این زنجیره به نحوی شکل گرفته باشد که فضا برای ارتقای بهره‌وری در کل بدنه اقتصاد فراهم شود.

برای بهبود محیط کسب و کار، عوامل برونی و درونی تاثیرگذار هستند که روی هم رفته، آنها می‌توانند منجر به شکل‌گیری این فضا شوند. اگر در منطقه آشوب باشد، وضعیت برای همه متفاوت می‌شود و در داخل نیز هر چقدر هماهنگی بین قوا بیشتر باشد و تعامل صورت گیرد تا همه به فکر مسائل کلان اقتصادی باشند، فضا بهبود می‌یابد. در مقابل اگر سیاستگذاران در همه قوا، به مسائل بخشی و حاشیه‌ای یا مسائل سیاسی توجه کنند اینها همه در فضای کسب و کار اثرگذار است؛ بنابراین محیط کسب و کار تابعی از عوامل درونی و بیرونی بوده و تعداد مولفه‌های آن نیز زیاد است. زمانی که محیط کسب و کار مورد محاسبه قرار می‌گیرد، مولفه‌های متعددی ارزیابی می‌شوند که نشان می‌دهد چقدر فضای سیاسی جامعه و ثبات اقتصاد کلان و بازار نیروی کار که دسته‌بندی خیلی متعددی هم دارد، مساعد است. همه اینها در محاسبات ریسک سیاسی اثرگذار است. ایران

در منطقه‌ای قرار گرفته که خیلی باید تلاش کند تا محیط کسب و کار خود را بهتر از اینکه اکنون هست، محقق کند. در این میان مشاهده می‌شود بخش‌های مختلف با حداکثر توان کار نمی‌کنند و وضعیت نامناسبی از دید دولت وجود دارد؛ چرا که انتظار می‌رود بخش مسکن و صنعت فعالیت بیشتری انجام دهد؛ ولی می‌بینیم از آنچه هدف گذاری شده است فاصله داریم و خیلی بیشتر باید تلاش کنیم. یعنی سه قوه باید همکاری بیشتری با هم داشته باشند و از تنش‌های داخلی تا جایی که می‌توانیم کم کنیم که به هدف بالای همه که رشد و توسعه اقتصادی کشور است، دست یابیم.

از کنار همه اینها که بگذریم، به محیط کسب و کار خواهیم رسید. محیطی که تمام فعالیت‌های اقتصادی در بستر آن شکل می‌گیرد و باید انتظار داشت که اگر این محیط، نویزهای منفی را به فعالیت‌های اقتصادی بفرستد، کل پروژه‌های بهره‌وری کشور را باید بدون نتیجه دانست. این محیط کسب و کار است که فضا را برای رشد و ارتقای یک فعالیت اقتصادی فراهم می‌کند و زمینه‌ساز رشد بهره‌وری خواهد بود. اکنون اگرچه دولت برنامه‌هایی را برای بهبود محیط کسب و کار صورت داده، اما این به طور قطع کافی نیست و باید زمینه‌هایی را فراهم کرد که این محیط به معنای واقعی برای اقتصاد ایران مساعد شود. در این میان البته به سرانجام رساندن پرونده هسته‌ای ایران یکی از اقدامات بزرگی بوده که شرایط را برای بهبود کسب و کار در ایران فراهم‌تر از قبل کرده است، اما به هر حال مجموعه اقدامات هنوز کافی نیست و از دولت انتظار بیشتری برای فراهم کردن شاخص‌های محیط کسب و کار مساعد در اقتصاد می‌رود.



رویه‌های زهر دار در اقتصاد ایران

حسین راغفر استاد اقتصاد دانشگاه الزهرا

یا اگر بدهند وام گیرنده باید یک سوم وام را در همان بانک حساب سپرده باز کند بدون آنکه به آن سود تعلق بگیرد، درحالی که فردی که روز دریافت وام، باید بهره کل وام را بدهد، در نتیجه در عمل نرخ سود تسهیلات بانکها ۳۶ درصد می‌شود. از سوی دیگر صرفاً بنگاه‌های بزرگی همچون خودروسازان توان استفاده از چنین منابعی را دارند که البته سود پرداختی به بانکها را به هزینه‌های تمام شده محصول خود اضافه می‌کنند که این موضوع موجب تورم می‌شود و در نهایت این مصرف‌کننده است که باید هزینه نهایی را بپردازد، بنابراین واحدهای کوچک و متوسط که اصلی‌ترین بدنه تامین‌کننده نیروی کار در ایران هستند و حدود ۹۰ درصد کل اشتغال صنعت مربوط به آنها می‌شود نمی‌توانند از این تسهیلات استفاده کنند.

اما مشکل دیگر که باید به آن اشاره کرد، وجود دو دولت در اقتصاد کشور است. یک دولت قدرتمند که بانک دارد و ۵۰ درصد اقتصاد کشور را اداره می‌کند و به کسی هم پاسخگو نیست و دولت دیگر که رای می‌گیرد و ۵۰ درصد مابقی اقتصاد را در اختیار دارد، اما قدرت ندارد رفتار ۵۰ درصد دیگر را قانونمند کند. بنابراین مادام که قانون درباره همه نهادهای دولتی و

پیدا نخواهد کرد. طبق آمارهای منتشر شده، در دو سال اخیر تعداد زیادی از بنگاه‌ها ورشکسته و از دور فعالیت خارج شدند. بسیاری از بنگاه‌های تولیدی اکنون در حال خروج سرمایه خود از کشور هستند، چراکه فضای کسب و کار در خارج از کشور برای آنها مقرون به صرفه‌تر و دسترسی به اعتبارات بانکی آسان‌تر است. یکی دیگر از مشکلات اقتصاد ایران، تحریم بود که امروزه از شرایط پسابرجام صحبت می‌شود. از دیدگاه من رفع تحریم‌ها می‌تواند وضع اقتصادی کشور را بهبود بخشد اما اگر توجهی به تولید داخل نشود و منابع حاصل صرف واردات شود، در بلندمدت وضع اقتصادی بدتر خواهد شد. رفع تحریم‌ها فقط ۵ درصد از اقتصاد کشور را سامان می‌دهد و ۹۵ درصد آن منوط به اتخاذ سیاست‌های درست اقتصادی در داخل است.

همچنین یکی دیگر از مشکلات اقتصاد ایران، نظام بانکی و نقش آن در شرایط کنونی اقتصاد است. آقای روحانی به درستی اشاره کردند که باید تسهیلات بانکی را بیشتر کرد، اما نکته مهم این است که از حرف تا عمل فاصله زیادی وجود دارد. به‌طور مثال دولت چند ماه پیش نرخ سود سپرده‌های بانکی را ۲ درصد کاهش داد اما در عمل بانک‌های داخلی یا وام نمی‌دهند

مشکل اصلی اقتصاد ایران چیست و چه راهکارهایی برای خروج از این شرایط وجود دارد؟ برای پاسخ به این سوال باید به چند محور توجه کرد؛ اول اینکه برای حل مشکلات اقتصاد کشور، باید به مسائل اصلی پاسخ داده شود و بدون توجه به این مسائل، نمی‌توان انتظار تغییر جدی داشت. باید پذیرفت که در شرایط فعلی با کمبود تقاضا روبه‌رو نیستیم، زیرا صنایع ما در اندازه‌های ارائه تقاضای موجود نیستند. ایران از لحاظ منطقه‌ای، بازاری ۴۰۰ میلیونی در اطراف خود دارد و تمام تقاضاهای بازار عراق، افغانستان و کشورهای همجوار دیگر و بخشی از روسیه را می‌تواند تامین کند. اما واقعیت این است که تولیدات داخلی به اندازه بازارهای منطقه‌ای نیستند. دوم، بخش تولید با دو مشکل روبه‌رو است؛ اول اینکه راه‌های تامین برای تقاضا وجود ندارد و نظام اداری و تجاری کشور در تامین این نیازها آمادگی لازم را ندارند. از سوی دیگر فناوری‌های موجود در ایران ضعیف هستند و قادر به تولید کالا با بهره‌وری بالا و عرضه به بازارهای منطقه‌ای نیستند. اما اساسی‌ترین مشکل اقتصاد ایران، فضای کسب و کار است. مشکل اساسی که خیلی به آن پرداخته نمی‌شود و مادامی که به آن پرداخته نشود عملاً اقتصاد ایران تحرک

غیردولتی به یکسان اعمال نشود امکان بهبود فضای کسب و کار وجود نخواهد داشت و این تبعیضی آشکار به زیان بخش خصوصی است و به همین دلیل بخش خصوصی مرتب در حال خروج از کشور است و متأسفانه دولت هم هیچ برنامه‌ای برای بنگاه‌های کوچک و متوسط ندارد. نگاه برنامه‌ریزی اقتصادی دولت این است که کارهای خیلی بزرگ انجام دهد که این کارهای بزرگ همه اقتصاد کشور را تکان دهد، در حالی که به نظر من باید حداقل ۶۰ تا ۷۰ درصد انرژی دولت در سیاست‌گذاری‌ها، معطوف به کارهای کوچک باشد؛ یعنی حمایت از فعالیت‌های کوچکی که مردم می‌توانند انجام دهند. توجه به این موضوع می‌تواند در ایجاد اشتغال آن هم در مقیاس گسترده راهگشا باشد. اما اینکه دولت در این مسیر چه راهکارهایی باید در پیش بگیرد، به نظر من با این رویه‌ای که دولت در پیش گرفته و با این طرح‌هایی که در این مدت در پیش گرفت، اتفاقی را که در فضای کسب و کار کنونی خواهد افتاد، می‌توان پیش‌بینی کرد که دوباره همان نهادهایی که نفوذ دارند همین منابع را هم خواهند بلعید و چیزی دست تولیدکنندگان واقعی را نخواهد گرفت. دولت باید این اقتدار را داشته باشد که به نظام بانکی تحکم کند. این شکل دولت‌داری که به بانک‌هایی که منابع مردم را گرفته و تبدیل به مستغلات، مسکن لوکس یا ارز کرده‌اند و حاضر نیستند آنها را بفروشند برخورد نمی‌شود، قطعاً به نتیجه نمی‌رسد. دولت یازدهم باید از سرمایه اجتماعی اعتماد مردم به‌درستی استفاده کند. همچنین اقتصاد کشور برای رهایی از رکود در کنار آینده‌نگری به یک برنامه کوتاه‌مدت‌تری نیاز دارد. در این برنامه از شروع طرح از شه‌ریور یا مهرماه صحبت شده

و اینکه قرار است به صنعت و تولیدات ارزی اختصاص داده شود. از سوی دیگر تلاش شده تا وزارت نفت برای بازدهی و فروش بیشتر، ارزش بیشتری تولید کند اما کدام صنعت در اولویت است و در چه چارچوب‌هایی کار شود، هنوز هم مشخص نیست. با این حال اگر ما به دلیل تحریم‌ها نتوانیم ارزش بیشتری به دست آوریم چه می‌شود و اقتصاد ما به چه سمت و سویی می‌رود؟ من فکر می‌کنم که ما در برنامه‌نویسی به دلیل اینکه رویکرد توسعه‌ای نداریم و استراتژی ما استراتژی توسعه نیست خیلی کم‌کاری می‌کنیم و برنامه‌های ما اصولاً در اجرا به مشکل برخورد می‌کند. در واقع مشخص نیست که آیا این برنامه‌ها در درازمدت جوابگوی نیازهای ما هستند یا نه. راهکاری که به نظر می‌رسد این است که دولت باید در این فرصت گزارش کاملی از بخش صنعتی و تولیدی و بنگاه‌های اقتصادی که در این چند ساله دولت قبلی ورشکسته شده، تهیه کند و در اختیار اقتصاددانان قرار دهد. دولت باید مشخص کند که ارزش را به کدام بخش می‌دهد. می‌خواهد این ورشکسته‌ها را احیا کند یا اینکه بعضی‌ها را با هم ادغام کند یا نه به آنهایی که

فعالیت می‌کنند ارزش می‌دهد و... با این حال در بخش اقتصاد باید تیم اقتصادی کشور و دکتر روحانی یک گزارش دقیقی از شرایط اقتصادی کشور و دلیل مشکلات به‌طور دقیق و عینی ارائه و برای رهایی از مشکلات تدابیری بیندیشند. دولت باید با برنامه دقیق راه‌های برون رفت از بحران را مطرح کند. دولت باید جلوی این نهادهایی را که در اقتصاد فعال هستند، بگیرد و اجازه ندهد حضور آنها به ضرر سایر بخش‌های خصوصی باشد. شرکت‌های خصوصی به دلیل حضور این نهادها حاضر نیستند به عرصه فعالیت قدم بگذارند. اقتصاد ایران درگیر سفته‌بازی و دلالی است. نظام بانکی با چه ساختاری می‌خواهد به این افراد کمک کند و چگونه می‌خواهد تقسیم ارزش کند و با چه منابع و با چه کیفیت و مقداری؟ اگر در این طرح این مشکلات در نظر گرفته شود و این تناسب‌ها در صنایع در نظر گرفته شود، امید است که مشکلات اقتصاد کشور برطرف شود. در آن صورت می‌توانیم از اقتصاد پویا و بنگاه‌های فعال صحبت کنیم که هم توان رقابت دارند و هم اینکه می‌توانند عمر طولانی داشته باشند.

نکته مهم این است که از حرف تا عمل فاصله زیادی وجود دارد. به‌طور مثال دولت چند ماه پیش نرخ سود سپرده‌های بانکی را ۲ درصد کاهش داد اما در عمل بانک‌های داخلی یا وام نمی‌دهند یا اگر بدهند وام‌گیرنده باید یک‌سوم وام را در همان بانک حساب سپرده باز کند بدون آنکه به آن سود تعلق بگیرد، در حالی که فردای روز دریافت وام، باید بهره کل وام را بدهد، در نتیجه در عمل نرخ سود تسهیلات بانک‌ها ۳۶ درصد می‌شود.

دولت رکود را دریابد

احمد خرم وزیر راه و ترابری دولت اصلاحات



یک سال بیشتر به پایان دولت یازدهم باقی نمانده است، فرصتی تاریخی و مهم در اختیار دست‌اندرکاران این دولت است تا شاید بتوانند قطاری را که با سختی به ریل برگردانده‌اند به حرکت در بیاورند.

در این میان آنچه مورد توجه است، توجه به اولویت‌های مردمی است که سه سال قبل برای تعیین سرنوشت‌شان پای صندوق‌های رای رفتند و یک سال دیگر دوباره در معرض انتخاب کردن قرار خواهند گرفت. اگر در کوچه و بازار با مردم صحبت کنید و از آنها بپرسید که خواسته‌شان چیست؟ متوجه خواهید شد بسیاری از مردم خواهان رفع رکود و رونق اقتصادی کشور هستند هر چند دولت در سه سال گذشته با مهار رکود، توانست یکی از بحران‌های اصلی اقتصاد را برطرف کند اما باید توجه داشت که مردم ایران در این سه چهار دهه با تورم بین ۱۰ تا ۲۰ درصد خو گرفته‌اند و تورمی که در این محدوده باشد از سوی آنها قابل تحمل تلقی می‌شود اما در حقیقت در سال‌های اخیر این رکود است که از توان و طاقت جامعه ایرانی خارج است و باید فکری برای آن کرد. نخستین اقدامی که در این میان باید مورد توجه دست‌اندرکاران قرار گیرد توجه به رونق واحدهای تولیدی تعطیل و نیمه تعطیلی است که در یک دهه اخیر از سیاست‌های اشتباه دولت‌ها آسیب دیده‌اند و برای بلند شدن به کمک‌های دولتی نیازی

جدی دارند.

یک - بررسی‌ها نشان می‌دهد در شرایطی واحدهای تولیدی و صنعتی ایران با بحران شدید نقدینگی روبه‌رو هستند که پول کمی در دست مردم نیست و کشور در حدود هزار هزار میلیارد تومان نقدینگی دارد. برای به حرکت افتادن این نقدینگی و قرار گرفتنش در مسیر تولید نیاز به اعتمادسازی میان بانک‌ها و مردم دارد. اگر این اعتماد از دست رفته بازسازی شود شاهد جهش و رونق در اقتصاد کشور خواهیم بود. دولت در این یک سال باقیمانده از عمرش باید بر بازگرداندن اعتماد مردم کار کند تا باور کنند آنچه رخ داده است به دلیل سیاست‌های اشتباهی بوده که قرار نیست تکرار شود.

دو - دولت باید راهی برای بازپرداخت بدهی‌هایش به شبکه بانکی و پیمانکاران بیابد. اگر بازپرداخت بدهی‌ها آغاز شود، در حقیقت به نوعی می‌توان گفت که زمینه‌های بازگرداندن اعتماد به مردم و پیمانکاران فراهم می‌شود. نباید بدهی ۱۶۰ هزار میلیارد تومانی دولت به بانک‌ها را مساله ساده‌ای انگاشت، در حقیقت این عدد بزرگ خود سبب شده است سیستم بانکی ایران تحت‌تاثیر قرار گیرد. در اصطلاح بانکی تا تکلیف این بدهی روشن نشود نمی‌توان انتظار داشت که اتفاقی خوشایند رخ دهد. منظور این نیست که دولت کل بدهی‌هایی که

از دولت قبل به ارث برده است را یکجا، یک ساله بازپرداخت کند بلکه منظور دقیقاً تعیین آهنگ بازپرداخت بدهی و تعریف نقشه‌راهی است که بانک، فعالان اقتصادی و جامعه را به این نتیجه برساند که برای چه مدت می‌تواند برنامه‌ریزی کنند. این امکان نوعی اعتماد را به جامعه باز خواهد گرداند. امروز بالغ بر ۹۵ درصد معاملات اقتصاد ما در سیستم بانکی انجام می‌شود. بنابراین اگر نظام بانکی به دولت بی‌اعتماد شود عملاً اقتصاد مختل خواهد شد. دولت باید در نظر داشته باشد که از دستورات به نظام بانکی پرهیز کند. این بنگاه‌های اقتصادی با پول مردم کار می‌کنند و باید بدون سیاست‌های دستوری اجازه چرخه پول مردم در آنها داده شود.

سه - دولت برای بازگرداندن رونق به اقتصاد لازم است عملیات احداث مسکن مهر را در کشور به اتمام برساند. چرا که اتمام کار ۷۰۰ تا ۸۰۰ هزار واحد باقیمانده می‌تواند گردش مالی مناسبی را در صنایع وابسته ایجاد کند. در مقابل هر یک میلیون تومان تسهیلات مسکن مهر یک میلیون تومان نیز آورده متقاضی وجود دارد که تزریق این پول می‌تواند رونق را به بخش مسکن و متعاقب آن به بسیاری از صنایع وابسته بازگرداند.

چهار - برخی تصمیمات مجلس پیشین رنگ و بوی سیاسی داشت. به عنوان مثال الزام دولت

به حذف ۲۴ میلیون یارانه‌بگیر در سال جاری اقدامی سیاسی تلقی می‌شود. بهتر است دولت از ایجاد شوک‌های تازه به جامعه جلوگیری کند و توان خود را در این مدت محدود بر تداوم ثبات و ایجاد شرایطی برای روان‌تر شدن حرکت

چرخ‌های اقتصاد در سایه حمایت اجتماع بگذارد. از این نکته نباید ساده گذشت. ممکن است چند ماه دیگر، در حالی که دولت باید مصوبه مجلس را برای حذف یارانه‌بگیران اجرایی کند، کاندیدای رقیب با شعار برقراری دوباره یارانه‌ها

وارد گود شود و زینتی قابل توجه به اقتصاد در حال بازسازی ایران وارد کند. دولت می‌تواند از ابزارهایی که در اختیار دارد، مانند اصلاح قانون بودجه و... بهره ببرد تا در فرصتی که دارد امکان بهبود اوضاع را فراهم کند.

۲۰۱۷، پایان ترس بانک‌های خارجی

احمد پورفلاح رییس اتاق مشترک ایران و ایتالیا



عوارزی که در طول هشت سال به دلیل تحریم‌ها بر کشورمان وارد شده بود، شش ماه بعد از توافقات هسته‌ای رفع شدنی نیست. به طور کلی رفع تحریم‌ها یک پروسه زمان‌بر است و باید چند سال صبر کنیم تا آثار تحریم‌ها به تدریج محو شود و باید اظهار داشت که روند پیشرفت‌های اقتصادی مثبت و رو به جلو است. در حال حاضر بسیاری از بانک‌های درجه دو و سه کشورهای مختلف در حال همکاری با بازار ایران هستند.

بسیاری دیگر هم اعلام آمادگی کردند و به تدریج مشکلات در حال کمرنگ شدن هستند، اما هنوز بانک‌های بین‌المللی و درجه یک با نگرانی که برایشان وجود دارد به دنبال تضمین‌های بیشتری هستند. در این راستا وزیر امور خارجه آمریکا به بانک‌ها این توصیه را دارد که با ایران همکاری داشته باشند و برجام را عملیاتی کنند. پیش‌بینی می‌شود تا پایان سال ۲۰۱۷ به تدریج مسئله ترس بانک‌های بین‌المللی از همکاری با ایران پایدار باشد، اما در پایان سال ۲۰۱۷ شرایط ایران با کشورهای آمریکایی و اروپایی عادی می‌شود. این قراردادهای دوطرفه هستند و امید می‌رود هر

دو طرف به تعهدات خود پایبند باشند. در ایران نیز هم دولت و هم بخش خصوصی یک صدا به سمت تحقق اهداف برجام حرکت می‌کنند. پیمان‌های پولی نیز اعتباراتی است که کشورهای مختلف به ایران داده‌اند. به عنوان مثال ایتالیا اولین کشوری بود که این اعتبارات را به ایران داد. شرکت ساچه حدود چهار میلیارد دلار و سپس کره جنوبی رقمی بالای ۲۵ میلیارد دلاری را داد و هند نیز در رابطه با بندر چابهار ۱۰ میلیون دلار را به ایران اختصاص داد.

بعضی از این سرمایه‌گذاری‌ها هم اعتباراتی است که برای اجرای پروژه‌های مشخص صرف می‌شود. به عنوان مثال هند برای آماده کردن چابهار به عنوان یک بندر بین‌المللی و کره جنوبی این پوشش را داد که بتوانیم از محصولات به خوبی استفاده کنیم و یا سرمایه‌گذاری‌های مشترک داشته باشیم. انتظار می‌رود برای اجرایی کردن این اقدامات ارتباطات دو جانبه سوئیفت برقرار شود و بانک‌های تجاری درجه یک و بین‌المللی با ایران همکاری داشته باشند.

مسئله بانک‌های درجه دو و سه کشورهای

اروپایی نمی‌توانند و ظرفیت آن را ندارند که در این رابطه بتوانند با این قراردادهای فعال عمل کنند. این قراردادهای شامل تعدادی قرارداد MOU است و تا اجرایی شدن آن به زمان زیادی احتیاج داریم. اجرایی شدن آن هم مستلزم این است که آمد و شد پول بین ایران و کشورهای صنعتی دنیا شرایط عادی پیدا کند تا این قراردادهای به اجرا برسد، وگرنه قراردادهای فی‌نفسه اجرایی نمی‌شود تا زمانی که منابع مالی بتواند تامین شود.

در نهایت باید گفت دولت و بخش خصوصی و مردم، همه و همه باید یک صدا به سمت اهداف ملی حرکت کنیم. باید روی امتیازاتی که پیش‌بینی می‌کردیم با اجرایی شدن برجام به دست آوریم اصرار کنیم و به هیچ وجه از آنها دست نکشیم تا هرچه زودتر به اقتصاد جهانی راه پیدا کنیم. شواهد نشان می‌دهد بنگاه‌های اقتصادی خارجی همواره به دنبال ارتباط با ایران هستند، اما نگرانی و ترسی که در آنها وجود دارد مانع از سرمایه‌گذاری‌ها و ارتباطات بیشتر شده است.



برند مشترک (Co-branding) مصدیقی از مشارکت استراتژیک شرکتها

نوشته دکتر علیرضا قنادان

متداولترین گونه‌های اجرای برند مشترک مورد اشاره قرار گرفته است.

۱- برند مشترک در اجزا

(Ingredient Co-branding)

نوع اول معادل خلق ارزش ویژه برای یک محصول با برند مشترک از طریق ترکیب مواد، قطعات یا مجموعه‌های آن از برندهای مختلف است. در حقیقت با اجرای این مدل از برندسازی تلاش بر آن است که قابلیت‌های ویژه هر برند به طور مکمل در شکل دادن به یک محصول یا خدمت به کار گرفته شود. به عنوان نمونه‌ای از این راهبرد می‌توان به کامپیوترهای شرکت Dell با پردازنده‌های Intel اشاره کرد.

۲- برند مشترک درون شرکتی

(Same company Co-branding)

در حالت دوم یک شرکت که دارای برندهای مختلف است نسبت به ارایه یک محصول یا خدمت از طریق تلفیق این برندها اقدام می‌کند.

این حوزه، همواره یکی از پیشرانه‌های اصلی این شرکتها به سوی موفقیت بوده است.

تعریف برند مشترک

برند مشترک یا co-branding ارایه یک کالا یا خدمت با بیش از یک نشان تجاری با هدف تلفیق قدرت برندها و افزایش ارزش درک شده از سوی مشتری است. به بیان دیگر در زمان استفاده از برند مشترک شما هویت چند برند مختلف را با توجه به جنبه‌های مکمل آنها در کنار یکدیگر قرار می‌دهید تا در نتیجه هویت جدیدی که چیزی بیش از هر یک از برندهای تشکیل‌دهنده خود دارد را ایجاد نمایید.

انواع برند مشترک

همانطور که احتمالاً متوجه شده‌اید موفقیت در ایجاد برند مشترک خود نیازمند ملاحظات خاص بوده و تلفیق برندهای مختلف در کنار یکدیگر الزاماً منجر به افزایش ارزش درک شده از سوی مشتری نخواهد شد. در ادامه بعضی از

قبل از پرداختن به موضوع برند مشترک یا Co-branding شاید نیاز به این مقدمه باشد که این روزها صاحب نظران و مشاورین سازمانی در سراسر دنیا به طور مداوم بنگاه‌ها را به شکل دادن شراکت‌های استراتژیک، به عنوان یک راهبرد اساسی در جهت تقویت بنیه رقابتی توصیه می‌کنند. اما علیرغم همه این توصیه‌ها، شواهد امر گویای این واقعیت است که فعالان اقتصادی ایرانی عمدتاً یا علاقه‌ای به این موضوع ندارند و یا حتی در صورت میل و رغبت، چندان تبحری در مورد آن ندارند. شاید یکی از ریشه‌های اصلی این امر را بتوان در فرهنگی جستجو کرد که در آن مدام تکرار می‌شود: «اگر شریک خوب بود، خدا شریک داشت!»

فارغ از اینکه ما در مورد پدیده شراکت چه فکر می‌کنیم، واقعیت‌های عینی در فضای کنونی کسب‌وکار عمل به آن را نه یک اختیار ارادی که ضرورتی غیرقابل انکار می‌انگارد. از سوی دیگر نگاهی به سوابق شرکت‌های بزرگ و موفق، گویای این امر است که قابلیت‌های سازمانی در



۵- برند مشترک با حامیان چندگانه (Multi sponsor Co-branding)

در نوع پنجم از برند مشترک، دو یا چند شرکت با قابلیت‌ها و توانمندی‌های مختلف با همکاری مشترک یک شراکت استراتژیک را در تکنولوژی، تولید، توزیع، فروش و نظایر آن شکل می‌دهند. این نوع از برند مشترک، پیچیده‌ترین و در عین حال گسترده‌ترین نوع از همکاری بین شرکت‌ها در نوع خود است.

در پایان توجه به این نکته بسیار مهم است که علیرغم مزایایی که در این نوع از مشارکت استراتژیک وجود دارد، ملاحظات گسترده‌ای از نظر نوع ورود به آن نیز لازم است. چرا که چه بسیار برندهای مشترکی که در سایه عدم توجه مناسب نه تنها ارزش‌افزایی خاصی در پی نداشته‌اند بلکه زمینه‌ساز آسیب به وجهه و اعتبار برندهای اصلی نیز بوده‌اند.

بین‌المللی با شرکت‌های خودروساز ایرانی در زمینه بازاریابی و فروش محصولات را می‌توان نمونه‌ای از این مورد محسوب کرد.

۴- برند مشترک با سرمایه‌گذاری مشترک (Joint Venture Co-branding)

شکل‌دادن به برند مشترک از طریق سرمایه‌گذاری مشترک به این معناست که دو یا چند شرکت با ایجاد یک شراکت استراتژیک محصولی را با برند مشترک جدید روانه بازار هدف مشخص می‌نمایند. به عنوان نمونه‌ای از این نوع برند مشترک می‌توان به همکاری امریکن ایرلاین و سیتی بانک در ایجاد یک شرکت جوین ونچر اشاره کرد. نمونه‌های دیگر این نوع برند مشترک در محصولات نظیر HP-Compaq و Sony-Ericsson که در بازار ایران بسیار شناخته شده‌اند قابل توجه است.

می‌توان گفت که تفاوت این نوع از برند مشترک با حالت قبل در آن است که مالکیت تمام برندهای مشارکت‌کننده متعلق به یک کمپانی است که به دلیل سیاست‌های خاص از یکدیگر تفکیک شده‌اند. به عنوان مثال هر دو برند Gillette و Duracell در محصول MatchPower و متعلق به P&G هستند.

۳- برند مشترک ملی به محلی (National to Local Co-branding)

این نوع از برند مشترک زمانی اتفاق می‌افتد که یک کسب‌وکار محلی به یک برند ملی یا بین‌المللی وصل می‌شود تا به طور مشترک نیازمندی‌های بازار محلی را هدف قرار دهند. در چنین شرایطی برند ملی یا بین‌المللی مورد اشاره (که طبیعتاً قدرتمندتر از برند محلی است) برای بهره‌برداری از توان برند محلی اقدام به شراکت با آن می‌نماید. به عنوان مثال شراکت خودروسازان

۹ اصل انسانی که مدیران باید بدانند

کنید. با احترام با آنها برخورد کنید و سفر آنها را سفر خودتان بدانید.
 ۲- کنجکاوانه گوش کنید، بی‌طرفانه سخن بگویید و اثبات عمل کنید گوش کردن و کنجکاوی به روابط انسانی اجازه رشد و نمو می‌دهند. صادقانه سخن گفتن با دیگران نیز به آنها اجازه می‌دهد هم با خودشان و هم با شما صادق باشند. عملکرد اثبات نیز کیفیت روابط انسانی را حفظ می‌کند. به بیان دیگر، روابط انسانی برای رشد به کنجکاوی، برای عمیق‌تر شدن به صداقت، و برای ادامه یافتن به ثبات نیاز دارند.

۳- با همه مهربان باشید؛ نه به این دلیل که مهربان هستند، بلکه به این دلیل که مهربان هستید

یکی از بهترین هدیه‌هایی که می‌توانیم به دیگران بدهیم مهربانی است. اگر کسی نیازمند کمک است، به او کمک کنیم. این مهربانی فقط مختص آشناها و کسانی که مورد احترام ما هستند نیست؛ مهربانی با عزیزان آسان است. کسانی که باعث عصبانیت ما می‌شوند و حتی آنهایی که این را نمی‌دانند نیز باید شامل حال این مهربانی باشند. مهربانی حقیقی را می‌توان در کمک‌های بدون چشم‌داشت پیدا کرد.

۴- با کوچک کردن دیگران سعی در بزرگ کردن خود نداشته باشید هرکسی که به خودش اجازه می‌دهد از روی خودبزرگ‌بینی دیگران را کوچک کند، تنها ضعف خود را به اثبات می‌رساند زیرا انسان‌ها غالباً دوست دارند همان احساسی را در دیگران به وجود بیاورند که خودشان دارند. اگر نمی‌توانید کمک بدهید، حمایت کنید یا عشق بورزید، هرچه در توان دارید به کار ببندید تا لااقل کسی را با تحقیر نیازارید. احترام را سرلوحه رفتار خود قرار دهید.

۵- به یاد داشته باشید، زندگی هر کسی حکایتی دارد هر کسی ممکن است در گذشته خود تجربیات تلخی داشته باشد یا همین حالا نیز با مشکلاتی دست به گریبان باشد. به یاد داشته باشید رفتار انسان‌ها در خلاء شکل نمی‌گیرد. هر کسی درگیری‌ها و مشکلات

اگر می‌خواهید بدانید دیگران چگونه با شما رفتار می‌کنند، بهترین نقطه شروع این است که ببینید خودتان چگونه با دیگران رفتار می‌کنید. اگر رفتار آنها در قبال خود را نمی‌پسندید، تنها یک راه پیش روی خود دارید و آن این است که رفتار خودتان را تغییر دهید. چرایش ساده است؛ چون نمی‌توانید رفتار آنها را تغییر دهید. روابط انسانی مثل آینه عمل می‌کنند؛ هر تغییری که در خودتان به وجود می‌آورید در نهایت در نحوه رفتار دیگران در قبال شما بازتاب می‌یابد. در ادامه ۹ اصل مهمی که در رفتار خود با دیگران باید مدنظر قرار دهید را از نظر خواهید گذراند:

۱- به جای قضاوت دیگران براساس گذشته‌شان، کنار آنها بمانید و کمک کنید آینده‌شان را بسازند

هرکسی گذشته‌ای دارد. گذشته بعضی‌ها مایه افتخار است و گذشته برخی دیگر بهتر است در همان گذشته به خاک سپرده شود. اما انسان‌ها هر گذشته‌ای هم که داشته باشند، تغییر و رشد می‌کنند. بنابراین به جای قضاوت کردن، کنارشان بمانید و آنها را در حرکت به سمت آینده حمایت





درونی خاص خود را دارد. پس قضاوت را کنار بگذارید و در عوض، همان ملاحظاتی که دوست دارید از جانب دیگران ببینید را به کار بگیرید.

۶- هیچ کس تصادفی در مسیر زندگی ما قرار نمی‌گیرد هر کسی که با او ملاقات می‌کنید، نقشی در زندگی شما خواهد داشت؛ کوچک یا بزرگ. برخی کمک می‌کنند رشد کنید، برخی خاطرتان را آزرده می‌کنند و برخی الهام‌بخش شما برای عملکرد بهتر می‌شوند. شما نیز در آن واحد نقشی در زندگی آنها دارید. این را بدانید که مسیر زندگی انسان‌ها بی‌دلیل یکدیگر را قطع نمی‌کنند؛ برای همه ارزش قائل باشید.

۷- بهترین آموزگاران آنهایی هستند که به شما نمی‌گویند چکار کنید، اما راه را نشان‌تان می‌دهند

هیچ لذتی بالاتر از این وجود ندارد که به دیگران کمک کنید چشم‌اندازی برای خود متصور شوند و شاهد رسیدن آنها به مدارج بالایی باشید که خودشان به تنهایی حتی تصورش را هم نمی‌کردند. اما معنای این حرف آن نیست که دیگران را اصلاح یا توانمند کنید. در عوض آنها را با منبع قدرت درونی خودشان راهنمایی کنید. حمایت و انگیزه لازم برای پیدا کردن مسیر دلخواه خودشان را برای آنان فراهم سازید و به آنها نشان

دهید چه توانایی‌هایی دارند. کافی است به آنها باور داشته باشید.

۸- هیچ گاه از بالا به کسی نگاه نکنید، مگر آنکه دستش را گرفته باشید

همه ما دوست داریم زندگی صحنه شایسته‌سالاری باشد، بنابراین به راحتی ممکن است به کسانی که موفقیت‌های کمتری کسب کرده‌اند از بالا نگاه کنیم. اما شما هیچگاه نمی‌توانید بفهمید آن شخص صعود خود را از چه نقطه‌ای شروع کرده است و یا کجا آن را به پایان خواهد رساند. زمان به راحتی می‌تواند جایگاه شما را با هم عوض کند. بنابراین اطمینان حاصل کنید احترام هرکسی را نگه می‌دارید.

۹- قدر کسانی که از شما حمایت کرده‌اند را بدانید، آنهایی که شما را

آزرده‌اند بخشید و کسانی که به کمک شما نیاز دارند را یاری کنید کسب‌وکار پیچیده است، زندگی پیچیده است، رهبری نیز آسان نیست. با اهمه، از جمله خودتان، با مهربانی و عطف رفتار کنید؛ به این ترتیب رفتار اشتباهی نمی‌تواند از شما سر بزند. با دیگران همانگونه رفتار کنید که دوست دارید دیگران با شما رفتار کنند، تا بلافاصله زندگی‌تان بهتر شود.



۲۲ قانون تغییر ناپذیر بازاریابی

- ۱۲- قانون توسعه خط: فشار غیرقابل مقاومتی برای توسعه محصولات با نام تجاری پیشین وجود دارد.
- ۱۳- قانون قربانی: برای به دست آوردن چیزی، به ناچار باید چیز دیگری را از دست بدهید.
- ۱۴- قانون ویژگی‌ها: در برابر هر ویژگی، یک ویژگی اثرگذار دیگر وجود دارد.
- ۱۵- قانون صداقت: هنگامی که شما امتیاز منفی را می‌پذیرید، مشتری یک امتیاز مثبت به شما می‌دهد.
- ۱۶- قانون حرکت جسورانه: در هر موقعیت، تنها یک حرکت نتیجه غایی را تعیین می‌کند.
- ۱۷- قانون غیرقابل پیش‌بینی بودن: اگر نتوانید برنامه رقبا را خود را بنویسید، نمی‌توانید آینده را پیش‌بینی کنید.
- ۱۸- قانون موفقیت: موفقیت معمولاً غرور می‌آفریند و غرور به شکست می‌انجامد.
- ۱۹- قانون شکست: باید در انتظار شکست بود و آن را پذیرفت.
- ۲۰- قانون سر و صدا: شرایط در بیشتر موارد بر عکس چیزی است که در مطبوعات درج می‌شود.
- ۲۱- قانون شدت: برنامه‌های موفق مبتنی بر مد نیستند، بلکه بر پایه روندها تنظیم می‌شوند.
- ۲۲- قانون منابع: بدون پول کافی هیچ ایده‌ای به نتیجه نمی‌رسد.

- ۱- قانون رهبری: اولین بودن بهتر از برتر بودن است.
- ۲- قانون طبقه: اگر در یک طبقه نمی‌توانید اول باشید، طبقه دیگری درست کنید.
- ۳- قانون ذهن: وارد شدن به دنیای ذهن مشتریان بهتر از ورود به بازار است.
- ۴- قانون تصورات: بازاریابی جنگ محصولات نیست، جنگ تصورات است.
- ۵- قانون توجه: اثرگذارترین مفهوم در بازاریابی، داشتن کلمه‌ای در ذهن مشتریان است.
- ۶- قانون انحصار: دو شرکت نمی‌توانند یک کلمه مشترک در ذهن مشتری داشته باشند.
- ۷- قانون نردبان: استراتژی مورد استفاده شما، به پله‌ای بستگی دارد که در نردبان روی آن ایستاده‌اید.
- ۸- قانون مسابقه دو نفره: در بلندمدت هر بازاری به محل مسابقه دو اسب تبدیل می‌شود.
- ۹- قانون عکس: اگر هدفان جایگاه دوم است، استراتژی شما را رهبر بازار تعیین می‌کند.
- ۱۰- قانون تقسیم: در طول زمان هر مقوله تقسیم شده و به دو یا چند مقوله تبدیل می‌شود.
- ۱۱- قانون چشم‌انداز: آثار بازاریابی در گستره زمان نمایان می‌شود.



مدیران بزرگ چگونه با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند؟

می‌شوند و وقتی نقش بازی کنند عکس آن اتفاق می‌افتد.

۵- با اقتدار صحبت می‌کنند.

مدیران بزرگ، مبهم، نامطمئن و ضعیف نیستند، در عوض ریسک کرده و درباره‌ی اینکه اوضاع چطور است و چگونه باید باشد مستقیم سخن می‌گویند.

۶- با گروه‌ها همچون یک فرد صحبت می‌کنند.

مدیران، اغلب برای صحبت با تک‌تک افراد وقت ندارند. چه جمعیتی دور یک میز کنفرانس جمع شده باشند یا یک سالن پرجمعیت، مدیران می‌دانند چطور صحبت کنند که هر فرد حس کند که مخاطب قرار گرفته است.

۷- گوش می‌دهند.

مدیران بزرگ می‌دانند ارتباط یک خیابان دوطرفه است و آنچه می‌شنوند اغلب مهم‌تر از گفته‌هایشان است. آنها هنگامی که دیگران صحبت می‌کنند فکر نمی‌کنند که چه بگویند، بلکه به دقت گوش می‌دهند و برای درک دیدگاه طرف مقابل کاملاً تمرکز می‌کنند.

۸- از عباراتی همچون «تقصیر من بود»، «اشتباه کردم» و «بخشید» استفاده می‌کنند.

مدیران بزرگ اشتباهاتشان را فوراً می‌پذیرند. صبر نمی‌کنند که دیگران به اشتباهشان پی برده و به آنها گوشزد کنند. مسئولیت حرف‌ها و اعمالشان را به عهده می‌گیرند، حتی زمانی که می‌توانند براحتی شانه خالی کنند.

۹- بازخورد می‌گیرند.

بهترین مدیران هم می‌دانند پیامی که مردم دریافت می‌کنند دقیقاً همان پیامی نیست که ارسال کرده‌اند. بررسی می‌کنند که پیامشان به درستی منتقل شده باشد در غیر این صورت مخاطب را مقصر نمی‌دانند، بلکه پیام را تغییر داده و دوباره امتحان می‌کنند.

همه‌ی این ویژگی‌ها را در کنار هم داشته باشید

مدیران بزرگ متفاوت از دیگران عمل می‌کنند. آنها صادق و قابل اعتمادند. گوش می‌دهند. روابط بهتری برقرار می‌کنند زیرا برای آن ارزش قائل‌اند و این اصلی‌ترین قدم برای مدیریت موفق است.

اگر فردی نتواند در برقراری ارتباط با دیگران خوب عمل کند، مسلماً نمی‌تواند مدیر خوبی باشد. فکر می‌کنید مدیران بزرگ چگونه با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند؟ مدیران بزرگ هنگام صحبت با دیگران ارتباطی عاطفی برقرار می‌کنند. صحبت‌های آنها به گونه‌ای به دیگران الهام می‌بخشد که به آنچه غیرممکن می‌پنداشتند دست یابند. مدیران بزرگ از ۹ روش برای انتقال پیام استفاده می‌کنند که در ادامه به آن می‌پردازیم.

۱- مخاطبشان را می‌شناسند.

مدیران بزرگ نگران این نیستند که مهم جلوه کنند، تخصص خود را به رخ بکشند یا خود را بزرگ نشان دهند. در عوض، به این فکر می‌کنند که مردم نیاز دارند چه بشنوند و چطور می‌توانند این پیام را منتقل کنند تا به گوش آنها برسد. البته این بدان معنی نیست که مدیران حرف‌هایی می‌زنند که مردم می‌خواهند بشنوند، دقیقاً برعکس؛ حرف‌هایی می‌زنند که دانستنش برای مردم مهم است، حتی اگر خوشایند نباشد.

۲- در زمینه زبان بدن تخصص دارند.

مدیران بزرگ دائماً عکس‌العمل مردم را نسبت به پیامشان پیگیری می‌کنند. در دریافت سرنخ‌هایی همچون حالات چهره و زبان بدن مخاطب سریعند چرا که می‌دانند این تنها بازخوردی است که برخی افراد ارائه می‌دهند. مدیران از این تخصص برای اصلاح پیام و تعدیل روابطشان استفاده می‌کنند.

۳- صادق‌اند.

بهترین مدیران می‌دانند که روابط باید به منظور اثربخشی بیشتر، واقعی باشد. آنها نمی‌توانند مردم را وادار به تجزیه و تحلیل صحبت‌هایشان کنند تا راست را از دروغ تشخیص دهند. وقتی نتوانند اطلاعات خاصی را بیان کنند، حقیقت را می‌گویند چرا که پاسخ‌های موقت و نیمه‌درست منجر به بی‌اعتمادی و اضطراب می‌شود. در هر دو شرایط خوب و بد، صداقت اعتماد می‌آورد.

۴- قابل اعتمادند.

مدیران بزرگ سعی نمی‌کنند کسی که نیستند، باشند. حتماً دلیلی داشته که زاکربرگ با یک پیراهن ساده و شلوار جین، فیس‌بوک را به سرمایه‌گذاران عرضه کرد. مدیران بزرگ می‌دانند وقتی خودشان باشند مردم جذب پیامشان



اشتراک

- هزینه ارسال عادی از مشترکان دریافت نمی‌شود.
- افزایش قیمت نشریه در طول دوره اشتراک مشمول مشترکان قبلی نمی‌شود.
- تسهیلات اشتراک برای روزنامه‌ها مجلات عمومی و مجلات تخصصی به ترتیب تا سقف ۵۰۰، ۲۵۰۰ و ۵۰۰۰ تومان به ازای هر نسخه.
- برای ثبت اشتراک کافی است به سایت www.eshterak.ir مراجعه نمایید.

مشترک شوید

هدف نشریه نساجی
پروژه نساجی
ماهنامه علمی، فنی و اقتصادی

www.eshterak.ir

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
با هدف گسترش فرهنگ مطالعه
و حمایت از مطبوعات طرح تخفیف اشتراک
تا سقف ۵۰ درصد را اجرا می‌کند.