

مشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه‌ها: <a href="http://www.smtnews.ir/about.html">www.smtnews.ir/about.html</a>
صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «گسترش»
مدیر مسئول: ناصر بزرگمهر
تلفن: ۸۲۱۹۰ - ۸۲۱۹۰ - ۸۸۷۱۲۳۲۰ - ۸۸۷۱۲۳۲۰ - ۳۰۰۰۸۲۱۹۰ - پیامگیر صوتی: ۰۴-۵۳۰۴-۸۸۱۰ سازمان آگهی‌ها: ۰۳-۸۸۷۲۲۲۲۳ - شماره آگهی‌ها: ۰۳-۸۸۱۰۹۷۳۲ - امور مشترکین: ۰۳-۸۸۷۲۲۲۲۳ - روابط عمومی: ۰۹-۸۸۱۰۵۳۰۹ - توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۰۳-۸۸۷۲۲۲۲۱ - نشانی: تهران، خیابان قائم مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ - کد پستی ۱۵۸۶۷۲۳۸۱ - روابط عمومی: <a href="mailto:pr@smtnews.ir">pr@smtnews.ir</a> - آگهی: <a href="mailto:ads@smtnews.ir">ads@smtnews.ir</a> - امور استان‌ها: <a href="mailto:ostanha@smtnews.ir">ostanha@smtnews.ir</a> - چاپخانه: شرکت چاپ رواق روشن‌مهر
www.sanatnewspaper.com http://telegram.me/sanatnewspaper
عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی عضو انجمن مدیران رسانه عضو تعاونی مطبوعات

## یادداشت

### نساجی قدیمی‌تر از خودرو



محمد مقدسی  
رییس جامعه متخصصین نساجی ایران

آغاز انقلاب اسلامی، همان سال‌های ۵۷ و ۵۸، اوج صنعت نساجی و پوشاک در کشور بود. اما از دهه ۷۰ به بعد، صنعت پوشاک و نساجی، با مشکلات بسیار زیادی روبه‌رو شد تا جایی که به باور بسیاری از دست‌اندرکاران، صنعت نساجی و پوشاک به عنوان یک صنعت ورشکسته قلمداد شد. هر چند اینکه به صنعت نساجی کشور بگوییم ورشکسته، دور از انصاف است زیرا از واقعیت دور است. در همان دهه ۷۰، در دولت اصلاحات، رقمی حدود ۵۰۰ میلیون دلار وام برای نوسازی ماشین‌آلات نساجی داده شد اما، تمام این رقم مورد استفاده نساجی‌ها قرار نگرفت یعنی دولت، ۵۰۰ میلیون دلار را تخصیص داد اما فقط ۳۰۰ تا ۳۵۰ میلیون دلار از آن سوی واحدها استفاده شد. از این رو، با گذشت این همه سال هنوز صنعت نساجی از فرسودگی ماشین‌آلاتی رنج می‌برد که توان تولید را از آنها گرفته است و به نظر می‌رسد این روند ادامه دارد. در حالی که قبل از سال ۵۷ که صنعت در ایران به گسترده‌گی اکنون نبود، نساجی یکی از صنایع برجسته بود و در آن مقطع ارزش افزوده نساجی در کل صنایع کشور، حدود ۱۸ تا ۱۹ درصد بود. در سال‌های پیش از انقلاب اسلامی، این تعداد از صنایع پتروشیمی و خودروسازی وجود نداشت. اتفاق دیگر این بود که در سال‌های بعد از جنگ، بیشتر کارخانه‌های نساجی و پوشاک در کشور، مدیریت‌شان دولتی شد و دولتی‌ها اداره این کارخانه‌ها را به دست گرفتند. به همین ترتیب بود که بیشتر دولتی‌شدن در سال‌های بعد از انقلاب در صنعت نساجی کشور اتفاق افتاد. بنابراین، با تعداد زیادی واحدهای نساجی روبه‌رو شدیم که مدیریت‌شان وابسته به دولت و نهادهای عمومی از جمله بانک‌ها بود. اتفاقا در همان دوران جنگ بود که توانستیم بیشترین نیاز به پوشاک و نساجی را بدون نیاز به واردات، در داخل تامین کنیم. تقاضاهایی که برای کارخانجات نساجی وجود داشت، باعث شد کارخانه‌ها شبانه‌روز به فکر تامین بازار کشور باشند و یادشان نبود که باید هر روز ششون و ماشین‌آلات‌شان را نوسازی کنند. مجالی هم برای‌شان نمانده بود. در دولت سازندگی، وارد دورانی شدید که کارخانه‌های جدیدی در همه بخش‌های صنعت ایجاد شد. درها به روی کشور باز شده بود. در همان زمان ما قانونی را آوردیم به نام «بازسازی و نوسازی صنایع» که مشکلات خاص خود را هم داشت؛ به واسطه اجرای این قانون در همان مقطع، یکسری از کارخانه‌ها بازسازی و نوسازی شدند و اما یکسری، به هیچ عنوان برای اینکه مشمول این قانون شوند، توجیه اقتصادی نداشتند؛ آنها که توجیه اقتصادی نداشتند، کوچک‌سازی شدند. در سال‌های بعد، کارخانجات خصوصی، جایگزین آن کارخانجاتی شدند که کوچک‌سازی شده بودند. در آن مقطع که بازسازی و نوسازی را انجام دادیم، شاید افزون‌تر ۶۰ درصد تولیدات، مربوط به بخش‌هایی بود که زیر پوشش نهادهای دولتی و عمومی بودند. بعد از بازسازی و نوسازی یعنی اکنون، بیش از ۹۰ درصد تولیدات صنایع نساجی مربوط به بخش خصوصی بوده که جزو یکی از امتیازهای خاص این قانون برای صنعت نساجی کشور است. بعد از قانون بازسازی و نوسازی در صنعت نساجی، یک قانون «تسهیل نوسازی صنعت نساجی» تدوین شد که در این سال‌ها صنعت نساجی، بازسازی و نوسازی‌های خود را انجام داد. ادعا نمی‌کنم که به ۱۰۰ درصد اهدافمان در این صنعت رسیدیم اما باید توجه داشت فعالیت همین چند کارخانه فعال، نتیجه همان بازسازی و نوسازی است. مهم‌ترین اثری که گذاشت، در صنعت نساجی آرام‌شدن فضای مدیریت دولتی و گسترش حضور بخش خصوصی در این صنعت بود. در حال حاضر، کارخانه‌ای در صنعت نساجی که بوجه مستقیم دولتی در اختیار کند، نداریم. واحدهایی هم که در مدیریت نهادهای عمومی از جمله بانک‌ها بوده، تعداد محدودی بوده و بقیه در دست بخش خصوصی فعال و توانمند هستند. با این حال، صنعت خودرو مورد اقبال دولت بوده در این سال‌ها نیز گسترش یافته است که با وجود اشتغالزایی که دارد نمی‌توان به راحتی از آن گذشت. اما توجه به نساجی، باید در اولویت وزارت صنعت، معدن و تجارت باشد. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و وزارت امور اقتصادی و دارایی هم باید به آن توجه کنند. در نساجی، قاچاق زیاد است ولی خودرو اصلا قاچاق چمدانی ندارد که همین باعث می‌شود سوددهی صنعت خودرو برای دولت خیلی زیاد باشد اما این سودهی برای مردم نیست. خواسته فعالان صنعت نساجی این است که وزارت صنعت، معدن و تجارت به همان اندازه خودرو یا بخشی اندکی از این اهمیت را متوجه صنعت نساجی کند اکنون صنعت نساجی در صنعت رده دوم است.

## بررسی «گسترش صنعت» از تولید در صنعت نساجی بر اساس رضایت مشتری نشان داد

# روی‌آوری بازار به پوشاک ایرانی



عکس: مهدی کاوه‌ای

زینب عبدی  
s.industrial@sanatnewspaper.com

ارتقای تولیدات داخلی و گران شدن نرخ ارز از نگاه کارشناسان، بیشترین دلیل روی‌آوری مصرف‌کننده به خرید پوشاک ایرانی عنوان شده است. این امر رونق تولید را در کارخانه‌های پوشاک و منسوجات به همراه داشته است. از طرفی، مسئولان بر این باورند که نوسازی واحدهای نساجی در سال گذشته و ایجاد واحدهای جدید در بخش ریسندگی الیاف طبیعی و مصنوعی باعث رونق تولید در این بخش از صنعت شده است. آمارهای صادراتی نیز رونق صادرات محصولات صنعت نساجی و پوشاک از جمله نخ و فرش ماشینی را نشان می‌دهد به طوری که سال گذشته صادرات در صنایع نساجی نسبت به سال ۹۵ رشد ۲۰ درصدی داشته است.

هرچند عده‌ای بر این باورند که این روی‌آوری به سمت مصرف پوشاک تولید داخلی به دلیل نوسان نرخ ارز و گران شدن پوشاک خارجی است اما کارشناسان معتقدند قاچاق پوشاک همواره بوده و با نوسان‌های نرخ ارز ارتباط ندارد اما از آغاز امسال و حتی از روزهای پایان سال گذشته اقبال مصرف‌کننده به پوشاک تولید داخل به دلیل تنوع بیشتر و کیفیت بهتر شده پوشاک داخلی روندی رو به افزایش داشته است.

کارشناسان بر این باورند که حجم کالای قاچاق در بخش پوشاک در ماه‌های گذشته کاهش داشته اما این کاهش به معنای این نیست که از تقاضا کاسته شده، شاید نشان‌دهنده این باشد که اقبال مصرف‌کننده به خرید پوشاک ایرانی افزایش یافته است.

### ارتقای کیفیت، راز جذب بازار

علیرضا حائری، عضو هیات‌مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران در گفت‌وگو با «گسترش صنعت» اظهار کرد: مصرف‌کنندگان، از خرید کالای داخلی به‌ویژه در بخش صنعت نساجی استقبال بسیاری می‌کنند. این روند که از سال گذشته آغاز شده، اکنون در حال رشد است.

وی ادامه داد: از طرفی، تولیدکنندگان در صنعت نساجی برای کاهش هزینه‌های تولید و نرخ تمام‌شده کالا تلاش کرده و در حال حرکت به سمت ارتقای کیفیت هستند و در صورت ادامه این روند تمایل مصرف‌کننده به سمت استفاده از منسوجات داخلی نیز بیشتر خواهد شد.

این کارشناس صنعت نساجی معتقد است که اقبال مصرف‌کننده به سمت منسوجات داخلی سبب می‌شود تا ارز کمتری برای خرید و واردات محصولات مشابه داخلی از کشور خارج شود اما باید برای برندسازی و اعتمادسازی کیفیت محصولات داخلی از سوی تولیدکنندگان بیشتر کار شود.

### اعتمادسازی در صنعت نساجی

حائری با بیان اینکه نبود اعتماد به تولیدات داخلی باعث شده تا بسیاری از مصرف‌کنندگان داخلی به سمت خرید محصولات خارجی سوق یابند، تصریح کرد: تولیدکنندگان داخلی باید

به منظور اعتمادسازی بیشتر فعالیت کنند. این اقدام باید در ارتقای تولیدات داخلی باز باشد. این کارشناس صنعت نساجی با رد اثرپذیری از شدت گرفتن تحریم‌ها در روی‌آوری مصرف‌کنندگان به منسوجات داخلی افزود: خروج امریکا از برجام در بخش پوشاک اثر چندانی نداشته است در بخش پوشاک واردات ربطی به تحریم ندارد زیرا راه قاچاق در صنعت نساجی همواره باز است به طوری که ۹۰ درصد پوشاک خارجی مصرفی داخل کشور از طریق قاچاق وارد می‌شود که درباره خروج امریکا از برجام نیست و بعد از این هم پوشاک خارجی قاچاق خواهد شد.

حائری گفت: مسیر قاچاق پوشاک همواره اصلی‌ترین تهدید در صنعت نساجی بوده است. ممکن است در دوره‌ای نرخ آن گران‌تر شود اما خروج امریکا از برجام و شدت تحریم‌ها در کاهش یا افزایش قاچاق پوشاک اثری ندارد.

وی ادامه داد: هرچند احتمال دارد گران‌تر شدن پوشاک قاچاق خارجی، مصرف‌کننده را به سمت استفاده از تولیدات داخلی سوق دهد اما در اینجا رسالت تولیدکننده پوشاک داخلی ارتقای کیفیت و اعتمادسازی است. در صورتی که این امر انجام نشود فرصت طلایی و تاریخی در رونق تولید پوشاک و افزایش فروش آن و سهم‌خواهی پوشاک ایرانی از بازار داخلی از دست خواهد رفت.

### نشانه‌هایی از رونق در نساجی

نوسازی واحدهای نساجی و ایجاد واحدهای جدید در بخش ریسندگی الیاف طبیعی و مصنوعی در سال گذشته به گفته مسئولان، باعث رونق صادرات محصولات این صنعت از جمله نخ و فرش ماشینی شده است تا جایی که گلناز نصراللهی، مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت در امور نساجی و پوشاک در گفت‌وگو با «گسترش صنعت» اظهار کرد: آمار صادرات یک ماه امسال صنعت نساجی رشد را نشان می‌دهد به گونه‌ای که حدود ۶۰ میلیون دلار در یک ماه آغاز امسال محصولات نساجی صادر شده که این

رقم در مدت مشابه سال ۹۶ حدود ۴۰ میلیون دلار بوده است، ضمن آنکه در سال ۹۶ نیز صادرات در صنایع نساجی نسبت به سال ۹۵ رشد ۲۰ درصدی داشته است. این روند نشان از رونق گرفتن صنعت نساجی دارد.

نصراللهی ادامه داد: امسال بخش تامین مواد اولیه صنایع نساجی در اولویت وزارت صنعت، معدن و تجارت است. گمان می‌کنم امسال روند اقبال به مصرف تولیدات داخلی در صنعت نساجی رو به رشد باشد با توجه به توانمندی‌هایی که در صنعت نساجی وجود دارد می‌توان نقاط ضعف را به نقاط قوت تبدیل کرد.

به گفته نصراللهی، تمایل به مصرف تولیدات داخلی از سال‌های گذشته رو به رشد بوده که گویای بهبود کیفیت از سوی تولیدکنندگان داخلی است اما صنعت نساجی همیشه در معرض واردات رسمی، غیررسمی یا کالای همراه مسافر بوده است. این موارد باعث شده تا تولیدکنندگان بیشتر به کیفیت تولیدات خود توجه کنند این امر نشان می‌دهد که روند اقبال به مصرف منسوجات داخلی ادامه‌دار باشد.

### جایش‌های تامین مواد اولیه

مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت در امور نساجی و پوشاک در بیان اثرپذیری صنعت نساجی از خروج امریکا از برجام و تغییرات و نوسان‌های نرخ ارز اظهار کرد: در این شرایط بیشترین تغییری که ایجاد می‌شود مربوط به واردات مواد اولیه است که بخش عمده‌ای از آن و مواد حد واسط صنعت نساجی در اولویت‌های تامین ارز ۴۲۰۰ تومانی وزارت صنعت، معدن و تجارت است که واردات مشابه داخلی آن ممنوع شده است. امیدواریم مشکلاتی در تامین ارز و واردات در صنعت نساجی نباشد.

نصراللهی به گلیه‌های مودی اشاره و بیان کرد: مواردی بوده که از سوی تولیدکنندگان اعلام شده اما این ممنوعیت‌ها به دلیل آنکه تصمیم جدیدی است به هماهنگی و پیگیری

## اعتراض فعالان صنعت مبل به برگزاری نمایشگاه‌های متعدد



رییس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان مبلمان تهران ادامه داد: متأسفانه وضعیت ما به حدی بد است که از ۱۸ هزار عضو این اتحادیه می‌توانم به جرات بگویم ۷۰ درصد آنها فعالیت‌شان به صفر رسیده است. این در حالی است که در هر کدام از این واحدها به طور متوسط ۶ نفر مشغول به کار هستند. عباسی تأکید کرد: متأسفانه وضعیت فروش هر سال بدتر می‌شود و امسال نیز در حوزه صادرات نتوانستیم موفق باشیم.

رییس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان مبلمان تهران گفت: پیش از این مشتری‌های اصلی صادرات مبلمان ایران کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس بودند که به دلیل مشکلات سیاسی که به وجود آمده و پیدا شدن رقیبان قدرتمندی از کشورهای چین و ترکیه، این بازارها را از دست داده‌ایم.

شکایت‌های مشتریان درباره تحویل ندادن به موقع یا پایین بودن کیفیت کار و پارچه به گردن اتحادیه می‌افتد. رییس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان مبلمان تهران تصریح کرد: به اتاق اصناف، فرمانداری و استانداری نامه دادیم که برگزارچی چنین نمایشگاه‌هایی در سال، برای کسبه مناسب نیست اما تاکنون به این نامه‌ها و دغدغه‌های ما اهمیتی داده نشده است.

عباسی اظهار کرد: بیشتر افرادی که در این نمایشگاه‌ها شرکت می‌کنند مجوز ندارند. این در حالی است که در دو منطقه دلاوران و یافت‌آباد بورس مبلمان وجود دارد که همگی آنها عضو اتحادیه هستند و به جرات می‌توانم بگویم که دیگر کسی سودی نمی‌گیرد و زیر قیمت، مبل‌ها را می‌فروشد به طوری که نرخ مبل‌ها از ۲ میلیون تومان شروع می‌شود و حداکثر آن ۲۵ میلیون تومان است.

رییس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان مبلمان تهران گفت: از ۱۸ هزار عضو این اتحادیه می‌توانم به جرات بگویم که ۷۰ درصد آنها فعالیت‌شان به صفر رسیده در حالی که در هر کدام از این واحدها به طور متوسط ۶ نفر مشغول به کار هستند. عبدالحسین عباسی درباره اعتراض بازاریان به وضعیت اقتصادی کشور گفت: اتحادیه هشدارهای لازم را به اعضا ابلاغ کرد زیرا به اعتقاد ما این تحرکات بیشتر سیاسی بود تا اقتصادی، و ما علاقه‌ای به مسائل سیاسی نداریم. وی ادامه داد: کار ما کمترین ارتباط را با نرخ دلار و ارز دارد و فقط پارچه‌هایی که تهیه می‌کنیم از خارج کشور وارد می‌شود. رییس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان مبلمان تهران به اینها گفت: مشکل اصلی اعضای ما برگزاری نمایشگاه‌های مختلف است در صورتی که کسبه‌ای که سال‌هاست در این حوزه کار می‌کنند دچار مشکل فروش و نقدینگی هستند در هر برهه از زمان و به بهانه‌های مختلف نمایشگاه برگزار می‌کنند مانند نمایشگاهی که پیش از این در مصلی برگزار شده است.

عباسی افزود: برخی با گرفتن اجاره متری ۲۰۰ هزار تومان بدون هیچ نظارتی مبلمان به فروش می‌رسانند و در نهایت دعواها و

## مقررات زائد مانع توسعه کسب و کار آنلاین

مقررات‌زدایی بی‌نیازی از دریافت مجوز «تی‌نماد» و ضروری نبودن مجوز بند «ب» برای کسب‌وکارهای مجازی را در حوزه گردشگری تصویب و ابلاغ کرد، در هفته‌های گذشته گزارش‌های زیادی مبنی‌بر دخالت سازمان هواپیمایی کشوری و ایجاد موانع و تعریف مجوزهای جدید بر سر راه کسب‌وکارهای آنلاین در حوزه رزرو و فروش بلیت در گوش می‌رسد. به نظر می‌رسد با شکایت سازمان هواپیمایی کشوری و بر خلاف مفاد قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار و در یک حرکت ناگهانی تعداد قابل توجهی از کسب‌وکارهای فعال در زمینه خدمات رزرو و خرید بلیت آنلاین مسدود و از دسترس خارج شدند.

سلاح‌ورزی تأکید کرد: این اقدام‌های جزیره‌ای مصداق بارز اختلال در فضای کسب‌وکار و در تضاد با سیاست‌های اشتغالزایی دولت است و به طور حتم پیگیری لازم برای لغو این مجوزها در دستور کار سازمان ملی کارآفرینی خواهد بود.

رییس سازمان ملی کارآفرینی ایران گفت: متأسفانه میل شدید نهادهای دولتی به تولید و تدوین مقررات دست و پاگیر و بازدارنده به مهم‌ترین مشکل و مانع کسب‌وکارهای نوپای مبتنی‌بر نوآوری و به‌ویژه کسب‌وکارهای آنلاین در ایران تبدیل شده است. سلاح‌ورزی با اشاره به قوانین زائد در حوزه کسب‌وکار به فودنا گفت: با وجود قوانین زیاد و نهادهای متعدد در حوزه مقررات‌زدایی از جمله شوروی گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی کمیته ماده ۱۲ دائمی شدن برخی از احکام توسعه و هیات مقررات‌زدایی و مجوزهای کسب‌وکار و تأکید مقامات عالی مانند رهبر معظم انقلاب، رییس‌جمهوری و معاون اول وی، هیچ اقدام موثری در کاهش مقررات زائد انجام نشده و ماشین تولید مجوزها مقررات جدید همچنان در حال تولید و تکثیر است.

به گفته رییس سازمان ملی کارآفرینی ایران، در حالی که در ماه‌های گذشته بعد از برگزاری جلسه‌های فراوان هیات