

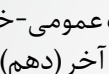


فصلنامه

با خرید اشتراک ویژه در سایت

**می توانید نسخه
الکترونیکی این نشریات
را با نصف قیمت در اختیار
داشته باشید**





همچنین نشریات زیر کاملاً رایگان و بدون ثبت نام در دسترس است

- قانون و مقررات بودجه ۹۷ کل کشور
- قوانین و مقررات حمایت از کالای ایرانی و تولید ملی
- قانون برنامه ششم توسعه
- قانون بودجه ۹۸ کل کشور

www.Qanoonnameh.ir



آیا وقت بیدار شدن غول صنایع نساجی، پارچه و پوشاک ایران فرا رسیده است؟

تألیف و گردآوری: علیرضا ضایعی | مناقصه |

مقدمه

پیشینه بسیار ارزشمند تولید پارچه در ایران آن قدر قدیمی است که به گواه باستان شناسان حتی به عصر حجر و ایران باستان برمی گردد و تولید قدیمی ترین پارچه های کشف شده در ایران متعلق به ۶۵۰۰ سال قبل از میلاد است (کاوش های پروفیسور کارلتن کن در غار کمر بند در شمال کشور) و حتی در حدود ۴۵۰۰ سال قبل از میلاد نشانه هایی از وجود کارگاه های تولید پارچه وجود دارد که به کمال رسیدن فن پارچه بافی با توجه به ظرافت پارچه های به دست آمده کاملاً مشهود است.

پارچه و پوشاک ایران سال هاست که قدرت رقابت جدی با همتاهای خارجی خود را از دست داده است و به جز اینکه صادرات آن بسیار محدود است، بخش مهمی از بازار داخل را هم به رقبا سپرده است.

سؤال کلیدی اینجا است که آیا کشور ما در زمینه تولید نخ، پارچه و پوشاک مزیت های نسبی چندانی ندارد، آیا کیفیت و کمیت تولیدات داخلی به حدی نیست که بتواند حداقل بازار داخل را پوشش داده و از ورود پارچه و پوشاک خارجی جلوگیری نماید و آیا ضعف در این صنایع جدی و غیر قابل حل است یا ناشی از سوء مدیریت، عدم هماهنگی و آشکالات مقرراتی است؟

به هر حال با توجه به افزایش نرخ دلار (علی رغم همه تبعات منفی و کمر شکن آن) و به تبع آن گران شدن کالاهای وارداتی مثل نخ، پارچه و پوشاک، آیا هنوز می بایست میزبان و مشتری اینگونه محصولات با منشأ خارجی باشیم و یا وقت آن رسیده است که این صنایع آرام آرام از پیله و موضع انفعالی چند ۱۰ ساله خود خارج شده و هم بازار داخل را تسخیر نماید و هم اینکه در عرصه بین المللی عرض اندام نموده و توجه مشتریان منطقه ای و فرامنطقه ای را به طور جدی به خود جلب نماید؟

مشکلات صنایع پارچه و پوشاک

وقتی می خواهیم دلایل عدم استقبال مصرف کننده از پارچه و پوشاک ایرانی را مورد بررسی قرار دهیم در همان ابتدای امر به این نتیجه می رسیم که اساساً دلایل این عدم استقبال در این دو صنعت با یکدیگر تفاوت های ماهوی و شکلی دارد و بنابراین علی رغم وجه مشترک هایی، بهتر است به صورت جداگانه مورد بررسی قرار گیرد.

می توان عمده مشکلات صنعت نساجی و پارچه کشور را به شرح ذیل عنوان نمود:

ما در گذشته پنجمین صنعت نساجی جهان را داشتیم که در حال حاضر در رتبه هشتاد و هفتم قرار گرفته ایم، بنابراین تعطیلی ده ها کارخانه ریسندگی از عمده دلایل رکود در صنعت تولید پارچه تماماً ایرانی می باشد، بنابراین محصولی که با نسخ خارجی تهیه می گردد به دلیل گران بودن ماده اولیه عملاً بخشی از قدرت رقابت خود را از دست می دهد.

صنعت تولید پارچه به شدت از عدم به روز بودن صنایع و تجهیزات مورد استفاده رنج می برد و به جز اندک کار خانیات، تقریباً بسیاری از تولید کنندگان پارچه به دلیل نداشتن دستگاه های پیشرفته، امکان تولید انواع پارچه را ندارند و به همین ترتیب در تولید انواع نخ هم دارای محدودیت تکنیکی هستیم، باور کردنی نیست ولی کم نیستند دستگاه های ریسندگی و بافندگی در ایران که با عمری بیش از ۳۰ تا ۴۰ سال همچنان در حال کار هستند و این یعنی عقب افتادن از تکنولوژی در عرصه تولید نخ و پارچه.

عدم برند سازی، کنترل و حذف قاچاق و حمایت های مردمی و دولتی از تولیدات داخل (به دلایل مختلف) از دیگر نقاط ضعف در این صنعت می باشد. در حال حاضر ما در تولید پارچه فاستونی و انواع پارچه های مبلی بسیار پیشرو و موفق بوده ایم به طوری که عملاً در عرصه فنی و کیفی می توانیم با رقبای خارجی مقابله نماییم، اما این موفقیت ها کمتر مورد استقبال مردم و حمایت نهادهای مربوطه قرار گرفته است و همچنان خریدار تولیدات

خارجی زیاده است و هم واردات آن انجام می شود! عمده مشکلات صنعت پوشاک کشور کدام اند

در صنعت تولید پوشاک با شرایط متفاوتی روبه رو هستیم، که می توان دلایل عدم موفقیت در این صنعت را به شرح ذیل عنوان کرد:

بخش مهمی از پارچه های مورد مصرف در این صنعت، خارجی است و یا اگر هم ایرانی است منشأ خارجی (نخ وارداتی) دارد، بنابراین در قدم اول مواد اولیه (متریال) مورد نیاز گران و با قیمت های دلاری به دست تولید کننده می رسد.

پارچه های داخلی هم بعضاً دارای کیفیت بالا می باشند که این موضوع باعث پایین آمدن کیفیت پوشاک تولیدی از این پارچه می گردد و محصولات با کیفیت هم به دلیل عدم رقابت با کالای دیگر کشورها با عنوان و برندهای خارجی در سطح کشور توزیع می گردد که این امر عملاً ذهنیت مصرف کننده مبنی بر پایین بودن کیفیت همه تولیدات داخلی را تقویت نموده است.

اما شاید مهم ترین مشکل در صنعت پوشاک کشور قیمت بالای محصولات تولیدی است که برای عرصه به مشتریان، ارائه می گردد و علی رغم اینکه با همه شرایط فوق هزینه تولید پوشاک در کشور ما به مراتب پایین تر از پوشاک کشورهای خارجی و حتی منطقه ای و همسایه است، باز می بینیم اختلاف قیمت آنقدری نیست که مصرف کننده را به خرید کالای داخلی رغب نماید. در بررسی دلایل بالا بودن قیمت در این مقطع به نکات جالب توجه ای بر می خوریم: تولید پوشاک با براساس سفارش مشتری است و یا براساس فصل ها می باشد، روش اول که کاملاً مشخص است، اما در روش دوم، تولید کننده اقدام به



تولید پوشاک برای فصول سرد و گرم سال می نماید، بنابراین برای پوشاک زمستانی مجبور می باشد از اواخر بهار اقدام به تولید نماید (خرید پارچه به صورت نقدی و یا با فرجه حداکثر سه ماهه) و سپس محصولات تولیدی در مرداد و شهریورماه، به عمده فروش، فروخته می شود که این فروش در بهترین حالت به صورت فروش مدت دار از چهارماه و حتی تا ۱۲ ماهه می باشد! و فروشنده ها و عرضه کنندگان هم از مهرماه شروع به خرید می نمایند که معمولاً این خرید هم به صورت مدت دار (دو تا چهار ماهه) انجام می گردد.

مسئله وقتی تولید کننده مجبور است چند ماهه زودتر از فصل، اقدام به تولید نماید و به صورت فروش مدت مدار کالای خود را به عمده فروش تحویل دهد و همچنین عمده فروش هم با خرید پیش از فصل و فروش مدت دار، پوشاک را به فروشنده گان و عرضه کنندگان، می فروشد و در نهایت بالا بودن هزینه های مغازهداری و همچنین رسوب بخشی از محصولات در پایان فصل

که پیش روی عرضه کنندگان است. همه این ها باعث می گردد حاضرین در این زنجیره به دلیل حفظ ارزش سرمایه خود و سوداوری قابل قبول، مایلانی را با عنوان سود خواب، سود مدت و نرخ رسوب محصولات به علاوه سود تجاری مورد انتظار، پسر روی کالای خود اضافه نمایند که این ارقام عملاً در برخی مواقعی به بیش از ۳۰۰ درصد قیمت تمام شده واقعی (در صورت عدم وجود خواب، رسوب و مدت فروشی) می رسد! که البته این عدد به طور متوسط پایین تر از ۱۵۰ درصد، نمی آید! روش تولید نیمه صنعتی و سنتی (کارگاه های کوچک) از دیگر دلایل عدم موفقیت می باشد، زیرا این نحوه تولید سه ضعف عمده دارد، قیمت تمام

شده افزایش پیدا می کند، یک دستگی و کیفیت نوسانی در بازار، کارگاه ها به شدت تحت تأثیر قرار می گیرند.

عدم برند سازی، طراحی و تطابق با صنعت مدلینگ (بومی شده)، قاچاق پوشاک، تعرفه های نسبتاً پایین و عدم حمایت های مردمی و جدی دولتی به نحوی است که انگار فعالین این عرصه باید یک تنه به مصاف رقبای خارجی، نوسانات بازار، جلب نظر مصرف کننده و... بروند! بدیهی است که در عرصه برند سازی و طراحی و مدلینگ اقداماتی شده است که هم بسیار کم می باشد و هم بعضاً صرفاً شعاری و ویترینی است.

فصل مشترک مشکلات صنایع نساجی، پارچه بافی و پوشاک

اگر قبول نماییم که زنجیره تولید از نخ تا پوشاک کاملاً به همدیگر وابسته می باشند، بنابراین عدم استقبال از پوشاک داخلی در طول زنجیره تولید، یعنی مراحل: ریسندگی، بافت، رنگ، تکمیل، برش و دوخت مؤثر می باشد و همه این صنایع و وابستگان آن را تحت تأثیر قرار می دهد، بنابراین مهم ترین مشکل این صنایع عدم نگاه فراگیر، مدیریت، برنامه ریزی و تسهیل کل فرایند (تشکیل ها و نهادهای مربوطه) و همچنین عدم حمایت هریک از حلقه ها از حلقه قبلی و بعدی خود می باشد!

عدم وجود کنسر سیوم ها و یا هلدینگ هایی که کل فرایند فوق الذکر را در اختیار داشته باشند و یا مدیریت نمایند، عدم حمایت واقعی دولتی (کنترل کامل مرزها و عدم ورود قاچاق، ممنوعیت واردات و یا تعرفه های سنگین، پاداش مناسب برای صادرات، تسهیلات خرید تجهیزات و همچنین سرمایه در گردش و...)، عدم برند سازی، طراحی و مدلینگ مناسب و فرهنگ سازی جهت مصرف و در نهایت عدم کنترل قیمت و بالا بردن کیفیت، متأسفانه به صورت مستمر و متناوب هریک از حلقه های زنجیره فوق را تحت تأثیر منفی خود قرار می دهد.

جمع بندی

صنایع نساجی ایران به خصوص در تولید نخ پلی استر دارای مزیت نسبی، نسبت به بسیاری از کشورهای پیشرو در این صنعت می باشد. (تمامی مواد اولیه در نخ پلی استر و بخش مهمی از مواد اولیه در نخ های پنبه و پشم، تولید داخل است).

صنایع پارچه ایران اگر با ماشین آلات به روز بیشتری مجهز شود و البته به موازات آن تولید و کیفیت آن ارتقاء یابد، حرف های بسیاری برای گفتن دارد، در حال حاضر در تولید انواع پارچه های فاستونی، مبلی و حتی کدروی از نظر کیفیت در سطح بالایی قرار داریم و البته می بایست برای کنترل قیمت در این نوع پارچه ها تدابیر خاصی را به اجراء در آورد.

صنایع پوشاک کشور اگر از جنبه هزینه سازی های تولید پیش فصلی (با رویکرد امکان فروش در طول سال به کشورهای دیگر) فروش مدت دار با استفاده از منابع مالی گران قیمت (تسهیلات با کارمزد بالا و سود تجاری بالا) را هایی یابد و در عرصه برند سازی و صنعت مدلینگ بومی و فراملی اقدامات مؤثر، هماهنگ و گسترده ای صورت پذیرد، مسلماً در قدم اول بسای رقبای خارجی تا حد بسیار زیادی از بازار کشور، بریده می شود و در قدم بعد بازارهای بزرگ بین المللی به محصولات ما روی خوش نشان خواهند داد.

واقعیت این است که صنعت پوشاک قدرت آن را دارد با دو رویکرد جلوگیری از خروج ارز از کشور و ایجاد درآمدهای ارزی، نقش مهمی در عرصه اقتصادی کشور ایفاء نماید و در کنار صنعت چرم و کفش، وابستگی ایران به خاخر فوشری را به طور چشمگیری کاهش دهند.

منابع:

- مجله نساجی کهن
- وب سایت ویکی پدیا
- وب سایت اتاق اصناف ایران (کد خبر ۷۱۳۸۶)
- وب سایت روزنامه کیهان (کد خبر ۳۵۱۴۶)
- روزنامه نصف جهان (کد خبر ۳۴۹۹)
- خبرگزاری تسنیم (۱۵ بهمن ۹۸)

عمومی

مناقصه

توبیت دوم

بدون اخذ سپرده

درخواست شماره: RHP-7600307084-T21

موضوع آگهی: خرید SPARE PART FOR SAMPLE CONTROL SYSTEM

برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت این شرکت WWW.BAORCO.IR

مراجعه نمایید.

روابط عمومی و بین الملل

عمومی

مناقصه

توبیت دوم

با اخذ سپرده

درخواست شماره: RHP-7302510139-T18

موضوع آگهی: خرید “FLEXIBLE HOSE 12”

برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت این شرکت WWW.BAORCO.IR

مراجعه نمایید.

روابط عمومی و بین الملل

عمومی

مناقصه

توبیت دوم

بدون اخذ سپرده

درخواست شماره: RHP-982607018-T29

موضوع آگهی: خرید یدکی گاورنر کمپرسور VIOTH

برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت این شرکت WWW.BAORCO.IR

مراجعه نمایید.

روابط عمومی و بین الملل

عمومی

مناقصه

توبیت دوم

با اخذ سپرده

درخواست شماره: RHP-7302510109-T18

موضوع آگهی: خرید BREATHER VALVE

برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت این شرکت WWW.BAORCO.IR

مراجعه نمایید.

روابط عمومی و بین الملل

عمومی

مناقصه

توبیت اول

بدون اخذ سپرده

درخواست شماره: RHD-9906001-T25

موضوع آگهی: خرید لوازم خودرو فوتون

برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت این شرکت WWW.BAORCO.IR

مراجعه نمایید.

روابط عمومی و بین الملل

عمومی

مناقصه

توبیت اول

با اخذ سپرده

درخواست شماره: RHP-7302505432-T25

موضوع آگهی: خرید PILOT FLAME MONITORING

برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت این شرکت WWW.BAORCO.IR

مراجعه نمایید.

روابط عمومی و بین الملل

تجدید مزایه عمومی

توبیت اول

شرکت پتروشیمی بوعلی سینا در نظر دارد مقدار ۴۰۰ کیلو گرم پودر آلومینیوم مازاد خود، واقع در ماهشهر، منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی، بندر امام خمینی (ره)، سایت ۴، از طریق مزایده عمومی به اشخاص واجد شرایط در این زمینه واگذار نماید.

۱- مهلت در یافت اسناد مزایه: یک هفته پس از انتشار توبیت دوم آگهی به نشانی مندرج در بند ۵.

۲- آخرین مهلت تسلیم پیشنهادها: ده روز پس از خاتمه مهلت دریافت اسناد مزایده به نشانی مندرج در بند ۵.

۳- مبلغ تقصیم شرکت در مزایه: ۲۶,۰۰۰,۰۰۰ (بیست و شش میلیون) ریال به صورت سپرده نقدی در وجه شرکت پتروشیمی بوعلی سینا می باشد.

نکته: در صورتی که به کالای فروخته شده هر گونه مالیات، حقوق گمرکی و عوارض دولتی و نظایر آن تعلق گیرد، برنده مزایده موظف است قبل از تحویل گرفتن کالا از انبار شرکت، موارد متعلقه را به ادارات ذریبط پرداخته و گواهی آن را به شرکت ارائه نماید.

۴- زمان گشایش پاکت های مزایه: دو روز پس از آخرین مهلت ارائه پیشنهادها می باشد.

۵- متقاضیان برای کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد مزایده به سایت اینترنتی شرکت پتروشیمی بوعلی سینا به نشانی: WWW.BSPC.IR مراجعه نمایند.

روابط عمومی شرکت پتروشیمی بوعلی سینا

