

نجات فلات مرکزی
ایران از کم آبی

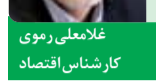


اکسپو دوبی
محل برای تغییر نگاه
ایران هر اسی دنیا



حکایت امروز ما
و تنظیم بازار میوه

یک بام و
دو هوای
اقتصاد بازار



غلامعلی رموی
کارشناس اقتصاد

چندی پیش مصاحبهای به نقل از محمدصادق مفتاح، قائم مقام بازرگانی وزیر صنعت، معدن و تجارت در فضای مجازی منتشر شد که حاکی از ناکارآمدی سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان در وقایع و رویدادهای حوزه بازرگانی بود. در همین راستا برخی معتقدند نبود اجازه یغای نقش به تشکل های غیر دولتی و انحصار وظایف و عدم اجازه فعالیت به سازمان های صنفی در امر بازرسی و نظارت از مشکلات جاری بازار است. هر چند نقد سازنده همیشه قابل تامل است اما بیان صرف مشکلات در شرايطی که نظام تنظیم بازار هماهنگی مناسبی ندارد، کشور در شرایط اقتصادی خاص قرار دارد و دولت نیز به آخر راه نزدیک می شود، چندان مطلوب و مثمر نمر به نظر نمی رسد. ستاد تنظیم بازار کشور بر اساس مصوبه ای از دولت قرار بود با محوریت وزارت بازرگانی وقت فرآیند امور مرتبط با تنظیم بازار را درباره کالاهایی خاص انجام دهد. اینکه مصوبه یادشده تا چه زمانی نافذ بوده خود مقوله ای است که متولیان امر باید بررسی کنند. ستاد نام برده در سطح ملی و استان ها با حضور نمایندگان از وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت جهاد کشاورزی، وزارت راه و شهرسازی، وزارت کشور، انجمن حمایت از مصرف کنندگان، معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت، معدن و تجارت، رئیس اتاق اصناف و سایر اعضای مرتبط به فراخور شرایط تشکیل می شود. این ستاد مکلف است درباره قیمت، حجم تولید و نحوه توزیع و تامین برخی کالاها و خدمات براساس مصالح کشور تصمیم گیری کند. حال سوال اینجاست که با فرض صحت انتقادات مطرح و درستی فعالیت این ستاد باید این موضوع مطرح شود که عملکرد این ستاد با حضور اعضای خود چگونه بوده است. در این صورت موضوع مصوبات و نتیجه آنها در سلامت بازار و آرامش آن در درجه اول اهمیت قرار می گیرد. چه میزان از مصوبات و اقدامات ستاد تنظیم بازار کشور، تاکنون قابلیت اجرایی برای جامعه پیدا کرده است؟ چه میزان از مصوبات ستاد تنظیم بازار مربوط به سازمان حمایت و نهادهای نظارتی است؟ و چرا؟ در پاسخ به این پرسش ها باید گفت ظاهر این ستاد اقدام موثری برای حمایت از مصرف کنندگان به عمل نداشته و برخی اقلام با بحران توزیع و در نهایت افزایش قیمت هایی حتی تا ۴ برابر نرخ دوسال گذشته مواجه شده اند که راستی آزمایی این ادعا هم خیلی دشوار نیست. از سوی دیگر بخش مهمی از مصوبات این ستاد مشمول اقداماتی است که نهاد نظارتی سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان های صنعت، معدن و تجارت باید انجام دهند و در عمل نهادهای دیگر وظایف خود را از نهاد نظارتی مطالبه می کنند. مطابق بررسی های انجام شده این رقم باید عددی بین ۳۵ تا ۳۵ درصد از مصوبات ستاد تنظیم بازار را در بر بگیرد. اگر این دو بخش مهم از استدلال را صحیح بدانیم باید دو نکته مهم را استنباط کرد. اول اینکه مطابق برخی انتقادات تمام نهادهای سازمان های مرتبط با تنظیم بازار اصولاً این کاره نیستند چون نمی توانند بازار را تنظیم کنند زیرا نایسامانی در تولید، تامین و توزیع وجود داشته و بخشی هم نایسامانی نظارت است که قسمتی از آن به سبب برهم خوردن تعادل میان عرضه و تقاضا ایجاد شده است. اما در حوزه نهاد نظارتی اینکه کنترل بازار از مدار خارج شده حرف غلطی نیست. اما چرا اصولاً فعالیت یک نهاد نظارت بر بازار این گونه فزای مطامع سیاسی قرار می گیرد. اینکه چرا یک نهاد نظارتی مهم و کارآمد مثل سازمان بازرسی و نظارت یک شبه منحل شده و ساختار آن در یک شرکت سهامی محدود می شود حرف قابل تاملی است. اینکه چرا تاکنون درباره مشکلات حوزه بازرگانی و آسیب شناسی آن موضع گیری مشخصی مطرح نشده و در بزنگاه تحولات سیاسی دوباره نقل محافل می شود؟

بر اساس قانون نظام صنفی هم اکنون متولیان اصلی تنظیم بازار، سازمان های صنفی و اتحادیه های نام برده بوده و سازمان های صنعت، معدن و تجارت استان ها نیز هر گونه شکایت را از طریق واحدهای بازرسی و نظارت اصناف پیگیری می کنند به نظر می رسد طرح اشکالات ساختاری در فرآیند اجرایی امور از سوی متولیان امر باید حاروی دو نکته مهم و اساسی باشد. اول اینکه اشراف کامل و جامعی از آن حوزه از سوی فرد ایجاد شده باشد و دوم اینکه طرح اشکال زمانی پسندیده و مطلوب است که در زمان وقوع یک تصمیم غلط و در شرايطی که در مسند امور باشیم در مقابل آن قدم قدام بایستیم. گاهی نمی توان با یک بام و دو هوا کشتی اقتصاد بازار را به سر منزل مقصود رساند.

نسبت به مدت مشابه سال ۱۳۹۸، به لحاظ وزنی و ارزشی به ترتیب با کاهش ۱۷ درصدی و ۴ درصدی همراه بوده است. واردات کالایی ایران نیز طی مدت یادشده از کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا حدود ۲.۹ میلیون تن به ارزش یک میلیارد دلار بوده (۳ درصد از کل ارزش واردات کالایی) که نسبت به ۱۱ ماه ۱۳۹۸ به لحاظ وزنی افزایش یک درصدی را تجربه کرده و به لحاظ ارزشی حدود ۱۴ درصد کاهش یافته است.

نخست ۱۳۹۹، حدود ۱.۹ میلیارد دلار بوده که نزدیک به ۳ درصد از کل ارزش تجارت ایران طی ۱۱ ماه ۱۳۹۹ را تشکیل می دهد و نسبت به مدت زمان مشابه سال ۱۳۹۸، حدود ۹.۴ درصد کاهش یافته است. طی ۱۱ ماه نخست ۱۳۹۹، حدود ۲.۴ میلیون تن کالا بدون احتساب نفت خام به ارزش ۹۳۳ میلیون دلار (۳ درصد از کل ارزش صادرات کالایی بدون احتساب نفت خام) به کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا صادر شده که

نخست ۱۳۹۹، حدود ۱.۹ میلیارد دلار بوده که نزدیک به ۳ درصد از کل ارزش تجارت ایران طی ۱۱ ماه ۱۳۹۹ را تشکیل می دهد و نسبت به مدت زمان مشابه سال ۱۳۹۸، حدود ۹.۴ درصد کاهش یافته است. طی ۱۱ ماه نخست ۱۳۹۹، حدود ۲.۴ میلیون تن کالا بدون احتساب نفت خام به ارزش ۹۳۳ میلیون دلار (۳ درصد از کل ارزش صادرات کالایی بدون احتساب نفت خام) به کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا صادر شده که

حالت و هوای شب عید پوشاک را بررسی کرد

بازار پوشاک در بزنگاه نوروز



عکس: آیدیا فریدی

پیمان صفر دوست
editor@smtnews.ir

بازار پوشاک در سالی که گذشت با مسائل و مشکلات فراوانی روبه رو بود. با اینکه با جلوگیری از واردات این کالا، فرصت لازم برای تصاحب بازار در اختیار تولیدکنندگان داخلی قرار داشت اما مشکلات اقتصادی و همه گیری کرونا، باز هم امکان عرض اندام این صنعت را گرفت. تولیدات بسیاری از تولیدکنندگان در مقاطعی مانند پاییز باز هم در انبارها ماند و فصل فروش از دست رفت. حالا در آستانه سال جدید فعالان این صنعت دوباره به تکاپو افتاده اند تا نیازهای مصرف کنندگان داخلی را تامین کنند. با این همه به نظر می رسد به غیر از مشکلات گذشته، کاهش قدرت خرید، رونق دوباره بازار پوشاک قاچاق و تمایل خریدار به پوشاک دست دوم یا به عبارت مصطلح تر لباس تاناکورا، باز هم این صنف را در معرض چالش قرار داده است. اما مشکلات بخش پوشاک تا چه حد جدی است و چه اقداماتی برای رفع این مشکلات، قابل انجام است؟ با گزارش روزنامه **تجارت** در این باره همراه باشید:

سهم تولید کنندگان داخلی از بازار پوشاک

میزان تولید و فروش تولیدکنندگان در سال جاری کمتر از سال گذشته بود با این حال می بینیم که تولید و فروش به حد قابل قبولی رسیده و تولیدکنندگان موفق به فروش محصولات خود شده اند. صدیق درباره ورود مجدد پوشاک قاچاق به کشور نیز یادآور شد: اگر محدودیت ها و حمایت از تولید داخلی به شکل مطلوب انجام شود، تولیدکنندگان داخلی دغدغهای برای حاشیه سود خود نخواهند داشت و این امر از طریق نظارت های مستمر بر بازار امکان پذیر خواهد بود. وی درباره نرخ پوشاک در بازار داخلی نیز عنوان کرد: اگرچه به دلیل تحریم ها و کمبود برخی مواد اولیه برای



تولید پوشاک

تولید، نرخ پوشاک نسبت به گذشته افزایش پیدا کرده، اما تولیدات کشور ما همچنان در مقایسه با کشورهای دیگر ارزان تر هستند و ما امروز از بازارهای کشورهای همسایه و حوزه خلیج فارس، تقاضاهایی برای بازار صادراتی داریم که البته به دلیل کمبود مواد اولیه قادر به پاسخگویی این بازارها نیستیم.

تاناکورا حرفی برای گفتن ندارد

صدیق درباره رونق گرفتن بازار پوشاک تاناکورا در کشور نیز عنوان کرد: این کسب و کار که روزگاری در کشور رونق یافت، امروز قدرت ایستادن در برابر تولیدات داخلی را ندارد و نمی تواند حرفی برای گفتن داشته

باشد. ضمن اینکه این کسب و کار از ابتدا نیز در کشور ما یک کسب و کار قانونی نبوده و به دلیل مشکلات و خطرات آن در میان اصناف جای ندارد. عضو شورای پوشاک صنوف کشور با زیرمینی خواندن این کسب و کار تاکید کرد: فعالیت این واحدها در کشور ممنوع است و واحدهای نظارتی دولت می توانند با دستور قضایی با آنها برخورد کنند. صدیق در پایان تاکید کرد: در حال حاضر و با در نظر گرفتن همه مشکلات، به جز مقطعی که محدودیت ها و تعطیلی های اجباری این صنف در فصل پاییز، تولید و فروش را مختل کرد، صنعت پوشاک کشور در این سال روزهای خوبی را داشته است که در صورت حمایت دولت این رونق بیشتر نیز می شود.

تولید پوشاک نسبت به گذشته افزایش پیدا کرده، اما تولیدات کشور ما همچنان در مقایسه با کشورهای دیگر ارزان تر هستند و ما امروز از بازارهای کشورهای همسایه و حوزه خلیج فارس، تقاضاهایی برای بازار صادراتی داریم که البته به دلیل کمبود مواد اولیه قادر به پاسخگویی این بازارها نیستیم.



تولید پوشاک

تولید پوشاک قابل قبول است

نرخ داشت. به این ترتیب خانواده هایی که پیش تر مثلا هر دو ماه برای فرزند خود اقدام به خرید پوشاک می کردند، حالا هر ۴ ماه یک بار این کار را انجام می دهند.

گرانی مواد اولیه مشکل ساز است

این عضو هیات مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک، درباره تاثیر افزایش نرخ مواد اولیه در نرخ نهایی محصول نیز تاکید کرد: قیمت ها در حوزه مواد اولیه در برخی اقلام تا ۷۰ درصد هم رشد داشته اما افزایش نرخ پوشاک در حدود ۴۰ درصد بوده که این تفاوت به این معناست برای حفظ مشتری و که مزد دوزنده تقریبا ثابت مانده و سود تولیدکننده کمتر از گذشته شده است. وی درباره ممنوعیت واردات پوشاک خارجی به کشور نیز تاکید کرد: این اقدام یک راهکار موفق برای پاسخگویی تولید داخلی بود و در واقع در سایه این ممنوعیت واردات بوده که در سال های اخیر صنعت پوشاک در کشور توانای قد راست کردن پیدا کرده است. در حال حاضر تولیدات داخلی توانسته اند سهم خود را از بازار داخلی بیابند و حتی به عنوان نمایندگان و تحت لیسانس برندهای موفق خارجی، وارد قرارداد و تامین نیاز فروشگاه های کشور شوند. عضو خانی در پایان گفت: اگر در کشور خواهان تولید و جهش ملی در زمینه های مختلف هستیم باید همگام با آن تسهیل را نیز مدنظر داشته باشیم تا تولیدکنندگان بتوانند با اتکا به حمایت نهادهای بالادست، نقش قابل توجهی در توسعه اقتصادی کشور داشته باشند.

سخن پایانی

با توجه به آنچه گفته شد، به نظر می رسد مهم ترین عامل برای رونق یا رکود بازار پوشاک کشور در شرایط فعلی، تداوم محدودیت واردات و نظارت بر جلوگیری از عرضه پوشاک باشد که البته با توجه به اظهار نظرهای متفاوت در این بخش به نظر می رسد نحوه نظارت ها در شهرهای مختلف در بخش پوشاک متفاوت است.

با توجه به آنچه گفته شد، به نظر می رسد مهم ترین عامل برای رونق یا رکود بازار پوشاک کشور در شرایط فعلی، تداوم محدودیت واردات و نظارت بر جلوگیری از عرضه پوشاک باشد که البته با توجه به اظهار نظرهای متفاوت در این بخش به نظر می رسد نحوه نظارت ها در شهرهای مختلف در بخش پوشاک متفاوت است.

افت ۴۰ درصدی تقاضای پوشاک

تولیدکنندگان در زمینه تامین و افزایش نرخ مواد اولیه، اظهار کرد: آمار دقیقی از میزان کاهش تقاضا در آستانه نوروز نسبت به سال های گذشته در دسترس نیست، اما شواهد حاکی از این است که بازار شب عید دست کم ۴۰ درصد نسبت به سال های قبل کوچکتر شده است.



تولید پوشاک

در همین حال عضو هیات مدیره اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک ضمن ارائه توضیحاتی درباره جزئیات فروش فوق العاده پوشاک در آستانه شب عید، از افت ۴۰ درصدی تقاضای پوشاک نسبت به سال های گذشته خبر داد و گفت: افزایش نرخ پوشاک تابعی از نرخ ارز است چراکه نرخ مواد اولیه مثل نخ، پنبه و پارچه متناسب با تغییرات نرخ ارز افزایش پیدا کرده است. مجید افتخاری با بیان اینکه حال و روز تولیدکنندگان پوشاک خوب نیست و حتی عدهای کالاهای خود را با سود پایین یا زیر قیمت به فروش می رسانند، گفت: این در حالی است که انتظار می رفت تقاضا شرايطی منطقی پیدا کند، اما در حال حاضر شرایط خوبی ندارد. افتخاری همچنین با اشاره به شرایط سخت

اوضاع پوشاک خوب نیست

شده اند؛ اعضای صنف ما مانند یخ در حال آب شدن هستند و کاری هم از دست ما ساخته نیست. نایب رئیس اتحادیه پوشاک فروشان اهواز افزود: از ۲۶ بهمین با اعلام محدودیت های وضع شده برای اصناف از سوی ستاد مدیریت کرونا، بسیاری از مجتمع های پوشاک اهواز مانند مجتمع تجاری کارون و بازار امام رضاع) تعطیل شده اند.

بازار پوشاک در بزنگاه نوروز

وی با اشاره به فعالیت دستفروشان و بازارچه ها در شرایط تعطیلی بازار در شرایط قرمز تصریح کرد: متأسفانه هماهنگی و همدلی وجود ندارد و بسیاری از پوشاک فروشان منضر شده اند. دستفروشان به راحتی در حال فعالیت هستند؛ حتی مالیات پرداخت نمی کنند و کسی نیز جلودار آنها نیست.

بازار پوشاک در بزنگاه نوروز

بازارچه ها در شرایط تعطیلی بازار در شرایط قرمز تصریح کرد: متأسفانه هماهنگی و همدلی وجود ندارد و بسیاری از پوشاک فروشان منضر شده اند. دستفروشان به راحتی در حال فعالیت هستند؛ حتی مالیات پرداخت نمی کنند و کسی نیز جلودار آنها نیست.

بازار پوشاک در بزنگاه نوروز، بازارچه ها در شرایط تعطیلی بازار در شرایط قرمز تصریح کرد: متأسفانه هماهنگی و همدلی وجود ندارد و بسیاری از پوشاک فروشان منضر شده اند. دستفروشان به راحتی در حال فعالیت هستند؛ حتی مالیات پرداخت نمی کنند و کسی نیز جلودار آنها نیست.

افزایش نرخ طبیعی است



تولید پوشاک

نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک نیز در گفت و گو با **تجارت** عنوان کرد: ممنوعیت واردات پوشاک به کشور یکی از اتفاقاتی خوب در این عرصه در کشور بود و پیش بینی تولیدکنندگان این بود که با توجه به ظرفیت های موجود بتوانیم خلأ موجود از حذف برندهای خارجی در کشور را پر کنیم که البته موفق به این کار هم شدیم.

بهرام شهریاری با ذکر این نکته قیمت های امسال پوشاک با توجه به افزایش نرخ مواد اولیه، امسال حدود ۴۰ تا ۴۵ درصد نسبت به سال گذشته افزایش داشته گفت: نخی را که سال گذشته به نرخ ۷۰ هزار تومان خریداری می کردیم امسال باید با حدود دو برابر افزایش نرخ بخریم و طبیعی است که این افزایش نرخ بر نرخ محصول نهایی اثر می گذارد.