



تهیه و تنظیم: اکرم باقری توستانی

## نباید فرصت‌های صادراتی را نادیده گرفت

گفت‌وگو با میرمحمدعلی گلچوبیان - رئیس اجرایی مونیر ایران

باید بر تامین نیاز بازار داخلی متمرکز بود؛ گفت: نباید فرصت‌های صادراتی را نادیده گرفت و استفاده سریع از فرصت‌ها در شرایط کنونی بسیار موثر خواهد بود، اما ایجاد تصویری غیر واقعی نیز خطرناک و منجر به تضییع منابع خواهد شد، در مورد اقلام یاد شده باید به بهای جهانی کالاها در بازار جهانی توجه کنیم (با فرض کیفیت و قدرت تامین یکسان)، به نظر می‌رسد تنها مزیت موجود در تولید اقلام یاد شده، نرخ پایین دستمزد در ایران و نرخ برابری ریال در برابر سایر ارزها باشد، این مزیت نوط به حفظ بهره‌وری تولید می‌تواند منجر به کاهش چشم‌گیر بهای تمام شده اقلام یاد شده باشد، اما به دو دلیل، این فرصتی بسیار کوتاه مدت است:

نخست آنکه، کشورهای متعددی از نیروی کار ارزان قیمت برخوردار هستند و پیش از ایران با بازارهای جهانی و مشتریان بین‌المللی تجربه مرابده و تجارت در این بخش را دارند، از جمله فیلیپین، هندوستان، کوبا، پاکستان، بنگلادش. دوم آنکه، به دلیل نیاز فراگیر جهانی به اقلام یاد شده، با سرعت زیادی شاهد حضور فناوری تولید خودکار در محصولات یاد شده هستیم و این مساله تنها مزیت اقتصادی در تولید را به چالش خواهد کشید، به‌خاطر داشته باشیم که در تولید مواد اولیه مربوطه به دلیل تفاوت نرخ بهره‌وری عوامل تولید، قدرت رقابت چندانی قابل تصور نیست.

صادرات متحد؛ با این وجود نباید از فرصت‌های ناشی از ضرورت در کشورهای مختلف چشم‌پوشی کرد هرچند به نظر می‌رسد به دلیل تشریفات صادراتی و چالش‌های مرتبط، بهتر است گروه‌های تجاری به طور متحد اقدام به صادرات نمایند و واحدهای کوچک و متوسط در زنجیره مدیریت انجمن‌ها یا شرکت‌های بزرگ اقدام به تولید استاندارد و صادرات مشترک نمایند تا سرعت و کیفیت بیشتری به هزینه‌ها و چالش‌ها کمینه شوند. گلچوبیان در ادامه این گفت‌وگو، سال ۹۹ را مستقل از تمام آرزوها، شعارها و تبلیغات سال پر رونق یا

هستیم و به نظر می‌رسد که دنیا پس از شوک ناشی از شیوع کرونا و تجربه رکود اقتصادی ناشی از آن، رویکردی محتاطانه اما بدون ایجاد انواع توقف و ممنوعیت را دنبال می‌کند، به عبارتی حتی در صورت بروز موج‌های بعدی کرونا در اقصی نقاط دنیا، به نظر می‌رسد حداکثر طی ۳ تا ۶ ماه آتی شاهد عادی شدن روابط اقتصادی با انواع پروتکل‌های الحاقی باشیم، اما مساله اصلی در تجارت رسمی ایران، ثبت سفارش، تبادل ارز، بیمه و حمل و نقل است، که حتی در صورت ریشه‌کن شدن ویروس کرونا، همچنان همراه ما خواهد بود. رئیس اجرایی مونیر ایران بیان داشت: با وجود مسائل طرح شده، فرصت ناشی از کاهش تقاضا در بازارهای بین‌المللی، فرصت مناسبی برای چانه‌زنی و خرید مواد اولیه، دانش فنی و ماشین‌آلات با قیمت مناسب است، اما همین فرصت به دلیل چالش‌های موجود در تأمین ارز، چندان ساده نیست.

وی در پاسخ به این سوال که صادرات اقلام بهداشتی (مرتبط با نساجی و پوشاک مانند ماسک، گان، کاورال و...) در شرایط فعلی منطقی است یا

بنا بر گفته میرمحمدعلی گلچوبیان - رئیس اجرایی مونیر ایران "Muniere" - شیوع کرونا نباید به عنوان علت اصلی وضعیت اقتصادی کشور مورد توجه قرار گیرد، بلکه لازم است دیدگاهی کامل به عوامل موثر بر اقتصاد و محیط کسب و کار داشته باشیم و البته موضوع کرونا از جمله آخرین قطعات این پازل به شمار می‌آید و چه بسا تصویر ایجاد شده تماماً مبتنی بر شیوع کرونا قلمداد شود، اما این گونه نیست!

وی اذعان داشت: ملاحظه بفرمائید که شرایط کسب و کار حاکم بر کشور حتی پیش از شیوع کرونا، متأثر از رکود اقتصادی، فساد و انواع ناکارآمدی‌ها بود و این مسائل ریشه در تحریم، تورم و کیفیت مدیریت کشور داشت، هم اکنون نیز شاهد حادثه جدیدی به نام شیوع کرونا هستیم! گلچوبیان ادامه داد: مبادلات تجاری؛ به دلیل شیوع کرونا، مدتی مرزها بسته و زنجیره لجستیک مختل بود و هم اکنون به تدریج شاهد بازگشت شرایط به حالت قبل هستیم هرچند هنوز در کشورهای حاشیه خلیج فارس شاهد قوانین سخت‌گیرانه‌ای

## موج قاچاق پوشاک در راه است...



تهیه و تنظیم: اکرم باقری توستانی

گفت‌وگو با مهندس احسان سلطانی - کارشناس اقتصادی

مهندس احسان سلطانی - کارشناس اقتصادی - اظهار داشت: حجم قابل توجهی از انواع پوشاک و منسوجات به فروش نرفته بازارهای اروپایی، روی دست کشورهای تولیدکننده باقی مانده که با قیمت‌های بسیار نازل وارد ایران می‌شوند و در آینده نه چندان دور، با موج کالاهای وارداتی ارزان قیمت مواجه خواهیم شد.

به گفته مهندس سلطانی، تولیدکنندگان نساجی و پوشاک با از دست دادن بازار شب عید، ضربات جبران‌ناپذیری را تحمل کردند و در حال حاضر بخش عمده‌ای از کالاهایشان در فروشگاه‌ها و مغازه‌ها باقی مانده و شاهد افزایش چک‌های برگشتی هستیم.

وی افزود: با بسته بودن مراکز تفریحی و پاساژهای خرید، مردم کمتر از قبل برای گردش و تفریح بیرون می‌روند و تمایل چندانی هم به خرید پوشاک از خود نشان نمی‌دهند؛ حتی اگر هم پول کافی در اختیار داشته باشند، خرید نمی‌کند چون بر این باورند در شرایط فعلی که موج‌های بعدی کرونا در راه است، باید پس‌اندازی داشته باشد و منابع مالی خود را حفظ نماید.

این کارشناس اقتصادی یادآور شد: مسأله بسیار مهم بعدی، کاهش درآمد مردم است و اغلب خانواده‌ها ترجیح می‌دهند درآمد خود را صرف خرید مایحتاج روزانه و عمومی نمایند و در این میان پوشاک، گزینه‌ای است که همان ابتدا از سبد خانوار حذف می‌شود. مهندس سلطانی در پایان اذعان داشت: حتی اگر از بیماری کرونا رهایی پیدا کنیم، درگیر کرونای اقتصادی، کاهش قدرت خرید مردم، افزایش تورم و ... خواهیم شد. به طور کلی سال سختی پیش رو داریم و بعید می‌دانم اوضاع به این زودی‌ها بهتر شود...

عادی توصیف نکرد و گفت: شاید برای برخی صنایع یا واحدها بنا بر هوشمندی یا زیرساخت‌های موثر در این شرایط رونقی نسبی قابل پیش‌بینی باشد، اما فضای عمومی کسب و کار برای واحدهای تولید پوشاک به تفکیک زیر قابل ارزیابی است:

\* برای محصولات رسمی از جمله کت و شلوار مردانه و لباس‌های مجلسی بانوان به دلیل کاهش چشمگیر مراسم و روابط اجتماعی، رکود نسبی قابل پیش‌بینی است.

\* برای محصولات کژوال و اقتصادی، شرایط بهتر حتی پر رونق قابل پیش‌بینی است، به‌ویژه محصولات لایه مرزی با مصارف دوگانه.

\* برای محصولات کودکان افت کمتری نسبت به محصولات رسمی قابل تصور است، اما رونق محصولات کژوال برای این دسته قابل تصور نیست.

\* محصولات تخصصی نظیر لباس کار، نظامی و سازمانی با تغییر جدی مواجه نخواهند بود.

وی اضافه کرد: به طور کلی به دلیل تورم موجود در جامعه، کاهش قدرت خرید و کاهش شدید مراودات اجتماعی در سمت تقاضا و چالش‌های ناشی از تأمین مواد اولیه، تأمین سرمایه در گردش و تقویم‌کاری نامطمئن در سمت عرضه، سالی پر چالش برای صنایع پوشاک پیش‌بینی می‌شود، اما ارزش‌های نهفته در ابتکار عمل مدیران و اتحادهای تجاری را نباید از نظر دور داشت، چه بسا در شرایط ناایمن محیطی، انواع ابتکار عمل‌ها و خلاقیت‌های فردی و گروهی منشأ تحولات جدیدی باشد، اما این تحولات عمومی و فراگیر نخواهد بود.

این فعال صنایع پوشاک در خاتمه خاطرنشان کرد: بی‌تردید در شرایطی آرمانی حتی عادی قرار نداریم، اما نباید از آینده غافل ماند و ضروری است با کوشش، هوشمندی، اتحاد و رعایت اخلاق حرفه‌ای شرایط موجود را به نفع ذینفعان اعم از سهامداران، کارکنان و شرکای کاری اصلاح نماییم، هرچند سیاست‌های کلان سیاسی و اقتصادی در اختیار صاحبان کسب و کار نیست، اما با رعایت موارد یاد شده می‌توان، هزینه و رنج عبور از شرایط موجود را کمی تخفیف داد، و فرصت را برای انواع اصلاحات ساختاری و سیستمی غنیمت شمارد، یکی از مهمترین ظرفیت‌ها، اخلاق حرفه‌ای و تجارت مبتنی بر احترام، صداقت، رواداری، عدالت و خوش‌قولی است، به ویژه آن که در تنگناهای اقتصادی یکی از اولین قربانیان، اخلاق و اعتماد است، و به همین دلیل باید مراقب زیرساخت‌ها و عوامل موثر بر کسب و کار باشیم و اعتبار، اعتماد و همکاری‌های تجاری را با دقت مراقبت کنیم و توسعه دهیم.