



در حالی که هم‌اکنون برای بسیاری از کالاهایی که توان تولید آنها در داخل وجود دارد ارز دولتی تخصیص داده می‌شود، به چادر مشکی ارزی داده نمی‌شود و از سوی دیگر هم به دلیل آنکه کالای فرهنگی به شمار نمی‌آید عوارض، مالیات، بیمه و نوسان قیمت دلار موضوعاتی است که بر قیمت چادر مشکی تأثیر می‌گذارد. بنابراین با افزایش قیمت دلار از ۳ هزار تومان به ۲۲ هزار تومان، قیمت چادر هم هفت برابر افزایش داشته است



پرونده «جوان» از پشت پرده انحصار دنباله دار چادرمشکی زنان ایرانی در دست چشم بادامی‌ها

حجاب زنان ایرانی همچنان تولید ملی نیست!

اینکه چشم‌بادامی‌ها تولیدکنندگان اصلی حجاب بانوان ایرانی هستند، حکایتی قدیمی است اما این زخم کهنه همچنان سر باز است و التیام نیافته و پس از سالیان طولانی هنوز هم تنها کارخانه تولیدکننده پارچه چادر مشکی در کشور با مشکلات متعددی دست و پنجه نرم می‌کند و حتی در سالی که از سوی مقام معظم رهبری تحت عنوان سال جهش تولید ملی نامگذاری شده همچنان واردات چادر مشکی بر تولید آن ارجحیت دارد. از سوی دیگر این کالای فرهنگی در ساختار اقتصادی کشور تنها به عنوان یک کسب و کار و یک تجارت مطرح است و هیچ حمایتی از کالای حجاب وجود ندارد به همین خاطر و با عنایت به وارداتی بودن این کالا، نوسانات ارز بر روی قیمت کالای حجاب زنان ایرانی تأثیرات گسترده‌ای دارد. حالا هم که قیمت ارز بر روی نمودار جهشی

همچنان چشم‌بادامی‌ها برای زنان محبیه ما چادر تولید می‌کنند و حجاب زنان ایرانی وابسته به محصولات کرای، چینی و ژاپنی است. حسین مدرس خیابانی سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت درباره وضعیت تولید چادر مشکی در کشور می‌گوید: «فاصله بسیار زیادی بین نیاز کشور به چادر مشکی و ظرفیت تولیدی این کالا در کشور وجود دارد اما به‌رغم اینکه سالانه به ۷۰ تا ۸۰ میلیون متر مربع چادر مشکی نیاز داریم و سالانه حداکثر ۱۰ تا ۱۲ درصد این مقدار

تمام این اتفاقات در حالی رخ می‌دهد که در سال «جهش تولید ملی» انتظار می‌رفت در حوزه کالای استراتژیک چادر مشکی به عنوان پوشش زنان محبیه کشورمان دستاوردهایی داشته باشیم و بتوانیم از حجم واردات این محصول بکاهیم و به عنوان یکی از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان این کالا حتی برای صادرات چادر مشکی حرف‌هایی برای گفتن داشته باشیم.

با وجود این‌ها در شرایطی که وارد دهه پنجم انقلاب اسلامی شده‌ایم،

نظر کارشناس

تولید داخلی پاسخگوی یک هفتم نیاز به چادر مشکی

نسبت داده‌ایم. کارخانه‌ای برای تولید پارچه چادر مشکی از سه سال پیش در کشور با ظرفیت تولید ۱۰ میلیون متر آغاز به کار کرده و اگر مافیایی در کار بود این کارخانه بعد از سه سال در حال تولید نبود. از سویی ۲۰ سال پیش دانش تولید چادر مشکی برای رانندازی خط تولید این کالا در کشور وجود نداشت.

اگر چه اگر می‌خواستیم می‌توانستیم دانش آن را نیز در همان سال‌ها به کشور وارد کنیم. شاید خیلی دنبال تولید نبودیم و با اینکه واردات نسبت به تولید راحت‌تر بوده که اقدامی برای تولید انجام نشده است.

علی حائری
عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران



حمایت از تولید کالای حجاب و کالای فرهنگی شمردن چادر مشکی تصریح می‌کند: «همه این نهادها و سازمان‌ها حرف‌های ما را از یک گوش گرفته‌واز گوش دیگر بیرون کردند در حالی که اگر چادر مشکی به عنوان یک کالای فرهنگی تلقی می‌شد همانند سایر کالاهای فرهنگی تحت حمایت قرار می‌گرفت و خاتم‌های محبیه ما تا این اندازه برای تهیه کالای حجاب مشکل نداشتند»

به گفته وی در حالی که هم‌اکنون برای بسیاری از کالاهایی که توان تولید آنها در داخل وجود دارد ارز دولتی تخصیص داده می‌شود، به چادر مشکی ارزی داده نمی‌شود و از سوی دیگر هم به دلیل آنکه کالای فرهنگی به شمار نمی‌آید عوارض، مالیات، بیمه و نوسان قیمت دلار موضوعاتی است که بر قیمت چادر مشکی تأثیر می‌گذارد. بنابراین با افزایش قیمت دلار از ۳ هزار تومان به ۲۲ هزار تومان، قیمت چادر هم هفت برابر افزایش

چادر مشکی در کشور تولید می‌شود، سرمایه‌گذاری قابل توجهی در این رابطه انجام نشده است.» به گفته وی بر اساس بررسی‌های انجام شده سرمایه‌گذاران از سرمایه‌گذاری در تولید این محصول واهمه دارند و معتقدند ممکن است دولت با نظر گرفتن ترجیحاتی برای واردات این کالا باعث وارد شدن لطمه به تولید شود. بازخوانی فعالیت کارخانه‌های تولید چادر مشکی در کشور هم حکایت تلخی است که طی سال‌های گذشته چندان سرانجامی نداشته است. برخی معتقدند

در صنعت تولید چادر مشکی مافیایی وجود دارد که نمی‌گذارند کارخانه‌های چادر مشکی در کشور با بگیرد و سودشان در واردات چادر مشکی است. فعالان حوزه چادرمشکی معتقدند واردات این محصول در این سال‌ها دست ۱۰ نفر بوده و این تعداد محدود توانسته هر گونه تلاشی برای ی‌گرفتن تولید را با شکست مواجه کنند. برخی دیگر اما مافیا را قبول ندارند و اصل مشکل را در نبود اراده جدی برای تولید این کالای استراتژیک می‌دانند. کالایی که سالانه بیش از ۱۰۰ میلیون دلار از حجم واردات ما را به خود اختصاص می‌دهد و هم جایگاه فرهنگی و ارزشی دارد و هم به عنوان یک ظرفیت اقتصادی عظیم مطرح است چرا که علاوه بر مصرف داخلی بالا، اغلب کشورهای همسایه ما هم جزو مصرف‌کنندگان چادر مشکی هستند و اگر طی سال‌های بعد از انقلاب برای تولید چادر مشکی برنامه‌ریزی می‌شد، حالا این کالا جزو مزیت‌های صادراتی کشور بود. اما نه فقط برای صادرات این کالا هیچ برنامه‌ای نداشتیم بلکه برای تولید نیاز داخل هم بعد از ۴۲ سال با چالش‌هایی مواجهیم. این چالش‌ها کشورمان را به یکی از بزرگ‌ترین واردکنندگان چادر مشکی در دنیا تبدیل کرده است.

واردکنندگان بزرگ مانع تحقق تولید چادر مشکی‌اند

با چنین سازوکاری تولیدکننده با مقیاس پایین و ضرر، کار تولید را رها می‌کند و می‌رود. از سوی دیگر امروزه تولیدکنندگان مشکل سرمایه‌بر گردش دارند؛ به عبارت دیگر تولیدکننده پولی برای تولید ندارد چرا که مواد اولیه را باید با قیمت روز تهیه کند اما برای فروش محصول مجبور است به صورت مدت‌دار کالایش را بفروشد. بنابراین تولیدکننده نیاز به سرمایه‌بر گردش دارد و این سرمایه‌بر باید تأمین شود. در این زمینه نیازی به قانون‌گذاری نداریم، همه قوانین مر تب‌ت‌موجود است لذا باید به فضای اجرایی وارد شویم.

مهدی طغیانی
سخنگوی کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی

کاهش ۳۰ میلیون متری واردات و مصرف پارچه چادر مشکی در دولت یازدهم و دوازدهم!

در حالی است که ما ماشین آلات، تکنولوژی و نخ برای تولید چادر مشکی داریم و این افراد تنها به دنبال آن هستند تا به بهانه چادر مشکی چنین پولی را بگیرند و بروندی بی‌کارشان.» سلیمانی معتقد است مشکل کار تولید چادر مشکی تنها فقدان تنگدگی است. اگر پنج سال بتوانیم با قرض الحسنه کارخانه چادر مشکی برپا کنیم کارخانه‌های کرایه‌بسته می‌شود چون مشتری اصلی آنها تنها ایران است اما با حدود ۱۸ درصد وام بانکی کارخانه چادر مشکی به سرنواشت کرپ‌ناز کرمانشاه دچار می‌شود که سود وام بانکی در یافتی این کارخانه از قیمت کل کارخانه بیشتر شد و در نهایت هم به نصف قیمت واگذار شد و حالا تنها چیزی که نمی‌باقد چادر مشکی باشد، به‌اشعاره به واردات ۹۰ میلیون متری در گذشته و کاهش این واردات به ۶۰ تا ۷۰ میلیون متر تصریح می‌کند: «مصرف پارچه چادر مشکی در ایران ۲۰ میلیون متر کم شده است و من باید از دولت تدبیر و امید تشکر کنم که در حوزه چادر مشکی بدون اینکه کارخانه‌ای تأسیس شود یا ریالی هزینه کند به اندازه تولید دو کارخانه از واردات چادر مشکی کم شده است این یعنی گرانی محصولات حجاب برای این مسائل فرهنگی از سوی دیگر موجب شده تا به اندازه تولید دو کارخانه از مصرف چادر مشکی در کشورمان کاسته شود.»

شبکه‌های اجتماعی و گوشه خیابان هم عرضه می‌شود و بر روی آنها تبلیغ صورت می‌گیرد.»

سلیمانی درباره فعالیت تنها کارخانه تولید پارچه چادر مشکی در داخل کشور و بحث‌های پیرامون مافیای چادر مشکی تصریح می‌کند: «مافیای ما مافیای کسب و کار داخلی‌مان است. وقتی کسب و کار ما در دنیا رتبه ۱۲۹ هیچ‌کس حاضر نمی‌شود کارخانه چادر مشکی تأسیس کند.» وی با اشاره به چالش‌های کارخانه حجاب شهرکرد می‌افزاید: «این کارخانه با وجود آنکه پشته‌نهاد مستضعفان را دارد اما با چالش‌های متعددی دست و پنجه‌نرم می‌کند»

به گفته سلیمانی این کارخانه با ارز ۱۸۰۰ تومانی ماشین‌اللاتی را وارد کرده و بعد از سه چهار سال که کارخانه را افتد ارز به ۱۵ هزار تومان رسید. این فعال برای اینکه کیفیت چادرهای مشکی از مدیران حجاب شهرکرد می‌گوید: «مدیران این کارخانه می‌گویند هنوز به سوددهی نرسیده‌اند»

رانت‌هایی به نام واردات دستگاه پارچه چادری

وی معتقد است فضای کسب و کار در کشور مابه‌گونه‌ای نیست که کسی بخواهد کارخانه چادر مشکی تأسیس کند. وی تصریح می‌کند: «تمام افرادی که مدعی تولید چادر مشکی در داخل کشور هستند برای این است که ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات ماشین‌اللات بگیرند و در واقع این افراد ۱۵۰ میلیون یورو می‌گیرند تا ماشین‌اللات وارد کنند و چادر مشکی تولید کنند. این

ویدئو

یادداشت



نزوم جهش در تولید

استراتژیک‌ترین

کالای مصرفی کشور

■ محمدمهدی نیک‌ضمیر

یک: حجاب یکی از اصلی‌ترین مطالباتی بود که انقلاب اسلامی ایران بر محور آن شکل گرفت و زنان محبیه و چادری در خط مقدم یاران امام و نیروهای انقلابی بودند.

پس از پیروزی انقلاب نیز در پی همین مطالبه، حجاب پیراهن قانون پوشید و به یکی از قوانین جمهوری اسلامی ایران تبدیل شد. چادر زنان محبیه و انقلابی اما در سال‌های بعد از انقلاب هم مانند سال‌های قبل از انقلاب وارداتی ماند و انحصار این واردات در اختیار چشم بادامی‌ها بود.

دو: چادر تنها یک پوشش و یک لباس نیست بلکه یک انتخاب و نمادی از یک ایدئولوژی است. چادرهای مشکی که همچنان به عنوان حجاب برتر بر سر زنان محبیه کشورمان دیده می‌شود پرچمی برای تبلیغ اسلام است و پشته‌نهادی به طول تاریخ مبارزات این سرزمین دارد؛ مبارزه برای استقلال، آزادی و احیای ارزش‌های اسلامی. چادری که بر سر مادران ایرانی است روایتی از جنس مسجد گوهرشاد و خون‌هایی دارد که به پای این نماد باورها و اعتقادات مردم کشورمان ریخته شد. سه: وقتی کالایی در فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی جامعه اثرگذار است و نمادی از ارزش‌ها و باورهای یک ملت می‌شود و علاوه بر اینها به ریشه‌های اعتقادی اعضای یک جامعه بازمی‌گردد، چنین کالایی یک کالای استراتژیک است. وقتی یک کالا به کالای استراتژیک تبدیل می‌شود و تا این اندازه اهمیت می‌یابد منطق مدیریتی اقتضا می‌کند تا برای تولید آن برنامه‌ریزی صورت گیرد و حتی در تأمین چنین کالایی، به خودکفایی برسیم.

چهار: حکایت چادر مشکی برای مردم کشور ما حکایت یک کالای استراتژیک است. کالایی که از یک سو ریشه در باورها و اعتقادات ارزشی ما دارد و از سوی دیگر نمادی از انقلاب اسلامی ما است. بر همین اساس هم هست که بسیاری از پی‌ان‌هستند تا چادر را از سر زن ایرانی بکشند. این مسئله لزوم برنامه‌ریزی و فرهنگ‌سازی برای حفظ این نماد ارزشی- فرهنگی را بیش از پیش به تصویر می‌کشد.

اما در کنار فرهنگ‌سازی لازم است تا این کالای استراتژیک به شکل فراوان و ارزان در دسترس بانوان محبیه قرار داشته باشد لیکن کافی است تا سری به بازار کالای حجاب و به طور خاص چادر مشکی بزنیم تا متوجه شویم این کالا نه ارزان است و نه حتی خیلی فراوان! چادر مشکی در بازار کالای حجاب هست و کمبودی در این زمینه نداریم اما چادر مشکی با کیفیت مناسب و از آن مهم‌تر قیمت مناسب حقیقتاً زیاد نیست.

پنج: تولید چادر مشکی فرآیندی پیچیده دارد و نخ و دستگاه‌های بافت این نوع پارچه نیازمند تکنولوژی و نسبتاً پیچیدگی است. با این وجود دانشمندان و صنعتگران کشورمان توانسته‌اند در تکنولوژی‌های پیچیده‌تری نظیر صنایع موشکی و هوا و فضا به موفقیت‌های بی‌نظیری دست یابند چرا که برای این صنایع برنامه‌ریزی مناسبی صورت گرفته و اراده‌ای جدی برای پیشبرد آنها وجود داشت؛ امری که در حوزه تولید چادر مشکی با آن مواجه نیستیم.

شش: ۴۲ سال از انقلاب اسلامی ایران سپری شده است؛ سال‌هایی که بی‌تردید فرصت مناسبی برای برنامه‌ریزی جهت تولید و انتقال تکنولوژی و حتی خودکفایی برای تولید چادر مشکی بود اما در عمل به واسطه کم‌کاری و سهل‌انگاری دست‌اندرکاران حوزه تولید از یک سو و سودهایی که در واردات دستبخت چشم‌بادامی‌ها برای این کالای استراتژیک وجود داشته تاکنون مانع شده تا ایران به عنوان یکی از اصلی‌ترین کشورهای مصرف‌کننده چادر مشکی به جای آنکه بزرگ‌ترین تولیدکننده این کالای استراتژیک باشد، بزرگ‌ترین مصرف‌کننده محصولات چشم‌بادامی‌ها شود. هفت: تنها یک کارخانه تولید چادر مشکی در کشور حاصل ۴۲ سالی است که از انقلاب اسلامی سپری شده و بقیه نیاز کشور به این کالای استراتژیک از طریق واردات تأمین می‌شود. امسال اما از سوی مقام معظم رهبری تحت عنوان سال جهش تولید نامگذاری شده است و این فرصت خوبی برای جبران کم‌کاری‌های صورت گرفته در این حوزه است. بدیهی است تولید چادر مشکی اگر آن‌قدرها هم کار سختی بود همین یک کارخانه تولید این محصول استراتژیک هم در کشورمان وجود نداشت. حالا که بخشی از راه را رفته‌ایم و به تکنولوژی تولید این محصول دست یافته‌ایم اگر اراده‌ای بر تولید این کالا باشد، ادامه راه سهل‌تر خواهد بود.