یادداشت

گرانی خودرو از کجا می‌آید؟



سیداحسان‌الدین غفوریان
کارشناس صنعت خودرو

دولت می‌تواند با یک بخشنامه مسیر ثبت سفارش خودرو را ببندد، اما خودرویی که ماه‌ها قبل خریداری شده، با همان بخشنامه به فروشنده خارجی بازنمی‌گردد. پول پرداخت شده، تعهد به مشتری وجود دارد و محموله در راه یا گمرک است. بخشی از گرانی اخیر خودرو را باید در هزینه نادیده گرفتن همین واقعیت جست‌وجو کرد. واردات فرایندی مستمر است و تصمیم امروز، بر قراردادی اثر می‌گذارد که با مقررات دیروز بسته شده است. تصور وجود دکمه‌ای که با فشردن آن واردات دفعتا خاموش یا روشن شود، نه تنها در شرایط عادی بلکه در شرایط جنگی و تحریم نیز بسیار پرهزینه خواهد بود.

در این شرایط، حتی بدون مانع اداری هم رساندن کالا به کشور دشوارتر شده است. محدودیت حمل دریایی، واردکننده را به تغییر مسیر و استفاده بیشتر از جاده و راه‌آهن وادار می‌کند؛ مسیرهایی که ظرفیت پذیرش فوری همه‌ی بار جابه‌جاشده را ندارند. رئیس کمیسیون حمل‌ونقل اتاق تهران، تردد روزانه چین به ایران را حدود یک قطار با ۵۴ کانتینر چهل‌فوت توصیف کرده است؛ ظرفیتی مشترک میان کالاهای مختلف. افزایش چند برابری کرایه در برخی مسیرها و معطلی مرزی نیز در گزارش‌های فعالان حمل آمده است. طولانی شدن مسیر، هزینه بیمه و احتمال آسیب به محموله را هم باید به حساب آورد. و همه اینها در شرایطی هست که اگر به فرض بسیار سطح بالا هر کانتینر ۲۰ تن هم بار داشته باشد نهایتا در عرض یک سال ظرفیت حمل ریلی از چین به ایران به ۴۰۰ هزار تن در سال نمی‌رسد در صورتی که ظرفیت متعارف ما سالانه بیش از ۱۶۰ میلیون تن در انواع ترکیب حمل بالاخص دریایی است!

وقتی مدت حمل چنین تغییر کرده، مهلت‌های اداری نیز باید با واقعیت سازگار شوند. بگذارید یک مثال ملموس بزنم فرض کنیم شرکتی اواخر بهمن ۱۴۰۴ ثبت سفارشی با اعتبار شش‌ماهه ثبت کند. این اعتبار در مرداد پایان می‌یابد؛ ممکن است جنگ و اختلال حمل، بخش بزرگی از فرصت شرکت را گرفته باشد. در چنین پرونده‌ای، تمدید تا شش ماه، متناسب با تاخیر مستند و همراه با امکان ویرایش اطلاعات حمل، باید بررسی و اجرا شود. بازرگان نمی‌تواند زمان از دست‌رفته در مسیر حمل را جبران کند؛ پس تمدید مدت ثبت سفارش می‌تواند امکان تکمیل فرآیند واردات را فراهم کند.

بااین حال، در ماه هشتم سال هنوز اعتراض واردکنندگان به بلاتکلیفی همین پرونده‌ها ادامه دارد. سازمان توسعه تجارت محدودیت اخیر را ناظر به پرونده‌های بند «ر» بودجه ۱۴۰۴ اعلام کرده است؛ همان پرونده‌هایی که تعیین تکلیفشان برای عرضه امروز اهمیت دارد. و نکته جالب ماجرا این است که اجرای صدور ثبت سفارش‌ها از محل مزبور از اوایل مهر ۱۴۰۴ شروع شد و عملا شش ماه زمان از دست رفت. مکاتبات رسمی دهم آبان انجمن واردکنندگان خودرو، از اختلال خدمات سامانه و دشواری ترخیص خبر می‌دهند. پس از تاخیرهای اجرایی، بازرگان به مسیری روشن برای تحویل کالای خریداری‌شده نیاز دارد. وزارت صمت باید مسیر اجرا را روشن کند و مجلس نیز نتیجه اجرای احکام واردات را پیگیری کند که مورد آخر مر قانون نیز هست.

تا زمانی که این پاسخ روشن نشده، برای خودرویی که ترخیص آن به تمدید یا ویرایش وابسته است، هر روز توقف صورتحساب تازه‌ای می‌سازد. انبارداری، هزینه تامین مالی و خسارت تاخیر تحویل، سرمایه شرکت را مصرف می‌کنند. این فشار ابتدا از سود واردکننده کم می‌کند و در ادامه، امکان عرضه با قیمت قبلی را محدود می‌سازد. بنابراین، بخشی از افزایش قیمت پیش از آنکه خودرو به نمایشگاه برسد، در روزهای انتظار شکل می‌گیرد. اما پایان انتظار هم لزوما به معنی پایان افزایش هزینه نیست. مصوبه منتشرشده سران قوا، حداقل حقوق ورودی خودروهای بنزینی و هیبریدی در سرزمین اصلی را ۱۰۰ درصد تعیین کرده و در آمد واردات را به کالا برگ پیوند داده است. برای خودروهای هیبریدی که نرخ آن از ۲۰ به ۱۰۰ درصد برسد، با فرض ثابت ماندن ارزش گمرکی و سایر عوامل تاثیرگذار در قیمت نهایی، حدود ۳۰ درصد افزایش قیمت نهایی خودرو متصور خواهد بود. از دیگر سوی این روزها ابهام درباره مرجع محاسباتی ارز گمرکی، نگرانی ناشی از این هزینه‌ها را بیشتر هم کرده است. در ابلاغیه ۲۹ مهر، محاسبه ارزش گمرکی به نرخ روز اعلامی بانک مرکزی وابسته شد. دولت در سوم آبان تصمیم به حذف این مصوبه گرفت و ابلاغ لغو آن ۱۳ آبان انتشار یافت. چنین فاصله کوتاهی میان ابلاغ و تصمیم به بازگشت، پرسشی روشن دارد: آثار تصمیم پیش از ابلاغ چگونه بررسی شده بود؟ عقب‌نشینی دولت، لزوما نگرانی بازار را پاک نمی‌کند. واردکننده و خریدار نمی‌دانند تصمیم بعدی چه هزینه‌ای خواهد ساخت و همین نااطمینانی می‌تواند بر قیمت پیشنهادی فروش اثر بگذارد.

از دیگر عوامل بسیار موثر در قیمت تمام شده‌ی خودرو، نرخ برابری دلار یا یورو با ریال می‌باشد اگر نرخ یورو برابر با ۱۸۱۶۰۰ تومان در اول تیر ماه معیار محاسبه ی قیمت عرضه ی خودروی فرضی ما در آن زمان باشد و تعرفه برای خودروی هیبریدی مثالی ۱۵ درصد باشد چنانچه امروز بخواهیم با نرخ هر یورو ۳۰۰ هزار تومان قیمت مصرف کننده را برآورد کنیم از عدد ۹،۴ میلیارد تومان به عدد ۱۴،۹ میلیارد تومان در قیمت نهایی خودرو خواهیم رسید یعنی فقط افزایش قیمت ارز از تیرماه تا اواسط آبان ماه ۱۴۰۵ باعث نزدیک به ۶۰ درصد افزایش قیمت شده است!! خود قضاوت کنید چنانچه نرخ ارز مرجع گمرکی و تعرفه واردات خودرو هم تغییر کند آنگاه قیمت نهایی مصرف کننده چطور سر به فلک خواهد گذاشت! فروش سهمیه واردات در بورس نیز هزینه احتمالی دیگری پیش روی این بازار می‌گذارد. پیش‌نویس شیوه‌نامه، در ادامه حکم مصوبه سران قوا، خرید سهمیه‌ای را مطرح می‌کند که حداکثر سه ماه برای استفاده در ثبت سفارش اعتبار دارد. حذف امضاهای طلایی هدف قابل دفاعی است، اما باید معلوم باشد این سازوکار چگونه از تمرکز سهمیه نزد شرکت‌های پولدارتر جلوگیری می‌کند و برای تعهدات قبلی چه تضمینی دارد. افزودن هزینه مجوز، بدون حل مشکل عرضه، خطر گرانی بیشتر را تقویت خواهد کرد.

مجموع این هزینه‌ها و ابهام‌ها، خودرو و ارداتی را از دسترس بخشی از خریداران دور می‌کند و فشار رقابت بر تولیدکننده داخلی را کاهش می‌دهد. تولید داخل هم از افزایش ارز، گرانی قطعه و افت تیراژ تاثیر می‌گیرد؛ در نتیجه، التهاب به همان بازار محدود نمی‌ماند. بعنوان مثالی دیگر بهای نهایی پژو ۲۰۷ دستی تی‌یو ۳ در فهرست‌های فروش ایران‌خودرو، از ۷۲۴ میلیون تومان پیش از افزایش آبان ۱۴۰۴، پس از چند مرحله تغییر، در مهر ۱۴۰۵ به حدود یک میلیارد و ۷۴۰ میلیون تومان رسیده است! این روند، لزوم بررسی هزینه تولید و پاسخگویی درباره افزایش‌های قیمت را جدی‌تر می‌کند.

خانوار، برخلاف فهرست قیمت خودرو، نمی‌تواند درآمدش را چندبار در سال اصلاح کند. اگر این فاصله بیشتر شود، حتی خودرو داخلی نیز خریداران کمتری خواهد داشت و گرانی بار کود همراه می‌شود. جلوگیری از این وضعیت، از تعیین تکلیف محموله‌های قبلی و تمدیدهای مستند آغاز می‌شود و به ثبات مقررات و ارزیابی اثر تصمیم‌ها بر قیمت نیاز دارد. هزینه تصمیم‌گیری نباید زمانی معلوم شود که صورتحساب آن به دست مردم رسیده است.

بعنوان آخرین نکته توجه دولتمردان را به مواد ۲۴ و ۳۰ قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار جلب می‌نمایم و تقاضا دارم پیش از هر تصمیمی به عواقب و شوک های روانی ناشی از آن توجه کافی داشته و با اطلاع رسانی به موقع و قبل از نهایی شدن هر قانون مراتب را الاقل در محیط های کارشناسی ارزیابی نمایند. بازار وقتی دچار التهاب افزایش قیمت شد، به سختی خود را اصلاح کرده و روند نزولی قیمتها طبق تجربه ی ده های اخیر کمتر محقق می گردد.

صمت از پشت پرده تورم قیمت و رکود بازار پوشاک گزارش می‌دهد

گرانی بر تن صنعت؛ رکود بر جان بازار

شهناز صفایی
editor@smtnews.ir



بازار پوشاک در تناقضی آشکار گرفتار شده است؛ قیمت پوشاک بالا می‌رود، اما دخل تولیدکنندگان و فروشندگان متناسب با این افزایش پر نمی‌شود. تورم بیش از ۱۰۰ درصدی پوشاک شاید در نگاه نخست از رشد ارزش بازار حکایت کند، اما پشت ویترین‌های گران‌قیمت، واقعیت دیگری جریان دارد: کاهش تیراژ تولید، افت فروش، افزایش هزینه مواد اولیه و کوچک شدن سبد خرید خانوارها. جهش نرخ ارز، گران شدن الیاف و مواد اولیه، چندبرابر شدن هزینه حمل‌ونقل در پی تنش‌های منطقه‌ای و تداوم محدودیت‌های انرژی، زنجیره نساجی و پوشاک را با فشارهای هم‌زمان روبه‌رو کرده است. در سوی دیگر، کاهش قدرت خرید مردم، بازار را از مشتری خالی کرده و تولیدکنندگان را میان افزایش قیمت و کاهش ظرفیت تولید قرار داده است. صمت در این گزارش سراغ پشت پرده گرانی پوشاک رفته و به دنبال پاسخ به این پرسش است که آیا افزایش قیمت‌ها، به معنای رونق تولید است و نشانه بهبود وضعیت بازار؟!

گرانی لباس در ویترین، رکود در بازار

بازار پوشاک در شرایطی با افزایش قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید خانوارها دست‌وپنجه نرم می‌کند که هزینه تولید و عرضه پوشاک از چند مسیر تحت فشار قرار گرفته است. افزایش قیمت مواد اولیه، رشد هزینه‌های دستمزد، حمل‌ونقل، اجاره‌بها و هزینه‌های جانبی تولید، قیمت تمام‌شده پوشاک را بالا برده و در مقابل، توان خرید مصرف‌کنندگان را محدود کرده است. نتیجه این وضعیت، بازاری است که در آن قیمت‌ها همچنان بالا می‌روند، اما مشتریان برای خرید دست به عصا حرکت می‌کنند. ویترین فروشگاه‌ها پر از کالاهایی است که با هزینه بیشتری به دست فروشنده رسیده‌اند، اما فروشندگان برای تبدیل موجودی خود به نقدینگی ناچارند تخفیف‌های بیشتری ارائه دهند.

پشت پرده این وضعیت، تنها افزایش قیمت مواد اولیه قرار ندارد؛ بلکه زنجیره‌ای از مشکلات اقتصادی و تولیدی، صنعت پوشاک را در موقعیتی دشوار قرار داده است. وابستگی بخشی از تولید به مواد اولیه وارداتی، نوسانات نرخ ارز و دشواری تأمین نقدینگی، برنامه‌ریزی تولیدکنندگان را با اختلال مواجه کرده است. از سوی دیگر، افزایش هزینه‌های تأمین پارچه، نخ، رنگ و ملزومات دوخت، حتی تولیدکنندگانی را که از ظرفیت داخلی استفاده می‌کنند، از فشار هزینه‌ها در امان نگذاشته است. در چنین شرایطی، تولیدکننده برای حفظ فعالیت خود ناچار به افزایش قیمت یا کاهش حجم تولید می‌شود؛ تصمیمی که در هر دو حالت، پیامدهای مستقیمی برای بازار دارد.

▣ افزایش هزینه تولید؛ گرانی از کارگاه آغاز می‌شود

صنعت پوشاک از جمله صنایعی است که به دلیل ارتباط گسترده با زنجیره تأمین، به تغییرات قیمت مواد اولیه و هزینه‌های عملیاتی حساسیت زیادی دارد. هرگونه افزایش در قیمت پارچه، نخ، دکمه، زیپ و سایر ملزومات، در نهایت به قیمت محصول نهایی منتقل می‌شود. در کنار این عوامل، رشد هزینه انرژی، اجاره کارگاه‌ها، دستمزد نیروی انسانی و حمل‌ونقل نیز فشار مضاعفی بر تولیدکنندگان وارد کرده است.

مشکل زمانی جدی‌تر می‌شود که تولیدکننده امکان پیش‌بینی قیمت‌ها و برنامه‌ریزی بلندمدت را از دست می‌دهد. نوسانات هزینه‌ها باعث می‌شود قیمت مواد اولیه در زمان سفارش با زمان تحویل محصول تفاوت داشته باشد و همین مسئله، محاسبات اقتصادی واحدهای تولیدی را دشوار کند. کمبود نقدینگی نیز امکان خرید عمده مواد اولیه و استفاده از تخفیف‌های تأمین‌کنندگان را کاهش می‌دهد. به این ترتیب، تولیدکننده کوچک و متوسط بیش از واحدهای بزرگ در معرض افزایش هزینه تمام‌شده قرار می‌گیرد. در سوی دیگر بازار، مصرف‌کنندگان با محدود شدن درآمد واقعی و افزایش هزینه‌های ضروری زندگی، خرید پوشاک را بیش از گذشته مدیریت می‌کنند. لباس که در بسیاری از خانوارها بخشی از خریدهای فصلی و ضروری محسوب می‌شود، اکنون در رقابت با هزینه‌هایی مانند خوراک، مسکن و درمان قرار گرفته است. همین موضوع موجب شده خریدهای غیرضروری به تعویق بیفتد، تعداد اقلام خریداری‌شده کاهش پیدا کند و مشتریان بیشتر به دنبال کالاهای ارزان‌تر و تخفیف‌دار باشند. این شرایط برای فروشندگان نیز پیامدهای سنگینی دارد. افزایش قیمت خرید کالا از تولیدکننده در کنار کاهش تعداد مشتریان، حاشیه سود و گردش نقدینگی فروشگاه‌ها را تحت فشار قرار داده است. در برخی موارد، فروشنده برای تأمین هزینه‌های جاری ناچار به فروش با سود کمتر می‌شود؛ در حالی که جایگزینی کالای فروخته‌شده با قیمت‌های جدید، هزینه بیشتری به همراه دارد. در نتیجه، رکود بازار تنها به کاهش فروش محدود نمی‌شود، بلکه توان ادامه فعالیت بنگاه‌های کوچک را نیز تهدید می‌کند.

> افزایش هزینه مواد اولیه و حمل‌ونقل، قیمت تمام‌شده پوشاک را بالا برده و حاشیه سود تولیدکنندگان را تحت فشار قرار داده است

پشت پرده تورم قیمت پوشاک و رکود بازار

انتشار آمار تورم بیش از صد درصدی در پوشاک، در نگاه نخست تصویرگر بازاری پربازده برای تولیدکنندگان و زنجیره ارزش نساجی است؛ اما تحلیل دقیق آمارهای میدانی، رکودی عمیق و چالش‌هایی ساختاری را نمایان می‌کند که پایداری این صنعت اشتغال‌زا را تهدید می‌کند. سیدشجاع‌الدین امامی رئوف، دبیر انجمن صنایع نساجی ایران در این زمینه و در پاسخ به این پرسش که علت سه‌رقمی شدن تورم پوشاک چیست و چرا با وجود رشد قیمت مصرف‌کننده، تولیدکنندگان از وضعیت بازار رضایت ندارند، به صمت گفت: آمار تورم قیمت مصرف‌کننده در گروه‌های کالایی مختلف، شاید به‌تنهایی نتواند تحلیل درستی از شرایط تولید، مصرف و قیمت محصولات مختلف به ما ارائه دهد. فاکتورهای دیگری هم حائز اهمیت است که باید مورد توجه قرار بگیرد؛ از جمله «میزان تورم قیمت تولیدکننده»، «میزان موجودی انبار مواد اولیه و محصول»، «وضعیت عرضه و تقاضا در بازار» و «حجم تولید و فروش واحدهای مختلف» به همین دلیل باید مجموعه‌ای از عوامل مختلف در کنار هم مورد تحلیل قرار گیرند.

وی ادامه داد: با توجه به محدودیت‌های آماری، افزایش تورم مصرف‌کننده لزوما به منزله سود بیشتر واحدهای تولیدکننده پوشاک، زنجیره ارزش صنعت نساجی یا کانال توزیع و فروشگاه‌ها نیست. اگرچه با افزایش تورم قیمت مصرف‌کننده مواجه بودیم و این رقم نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش پیدا کرده، اما بخشی از این افزایش قیمت ناشی از افزایش در نهاده‌های تولید یا فاکتورهای مؤثر بر قیمت تمام‌شده کالاست. واقعیتی که پایش بازار نشان می‌دهد بیانگر کاهش حجم تولید واحدهای صنعتی، افت میزان فروش از نظر تعداد اقلام و تکه کالای فروش‌رفته و پایین آمدن روند سودآوری است. در حال حاضر با افزایش شدید قیمت مواد اولیه، هزینه‌های کارگری و نیروی انسانی روبرو هستیم. مواردی که در صنعت پوشاک بخش قابل‌ملاحظه‌ای از قیمت تمام‌شده را به خود اختصاص می‌دهد.

دبیر انجمن صنایع نساجی ایران در ادامه افزود: کاهش ارزش پول ملی و افزایش نرخ دلار منجر به افزایش قیمت در تأمین مواد اولیه، قطعات و لوازم یدکی، هزینه استهلاک و جایگزینی ماشین‌آلات و هزینه‌های مربوط به حقوق و دستمزد و سایر هزینه‌های سربار شده است. با توجه به کاهش تیراژ تولید، تأثیر این هزینه‌های سربار بر قیمت تمام‌شده نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایشی بوده است. در صورت بررسی نمودارهای شاخص مدیران خرید صنایع نساجی و پوشاک متوجه خواهیم شد که شامخ همچنان روند رکود تورمی سال‌های گذشته خود را نشان می‌دهد و نتوانسته از این روند نزولی خارج شود؛ به‌خصوص در مواردی مانند تأمین مواد اولیه، موجودی مواد اولیه و محصول واحدها، یا میزان و سرعت سفارش‌گیری محصول. تمام این موارد نشان می‌دهد صنعت نساجی و پوشاک در بحث بازار و فروش با مشکل مواجه است که یکی از دلایل مستقیم آن، کاهش قدرت خرید خانوار است. همین موضوع باعث ترجیح مصرف‌کننده از خرید کالاهای گران‌قیمت یا لوکس‌تر به سمت کالاهای ارزان‌قیمت‌تر شده است. بخشی از این ملاحظه خانوار در هزینه‌کرد و خرید هم به شرایط روانی متأثر از جنگ و در واقع حال نه‌چندان خوب جامعه برمی‌گردد.

▣ جنگ و گرانی بیشتر مواد اولیه صنعت نساجی

امامی‌رئوف اظهار کرد: در مجموع معتقدم که نمی‌توان صرفا شاخص تورم مصرف‌کننده را ملاک قرار داد؛ باید آمار نقطه به نقطه و تورم مصرف‌کننده در دوره‌های زمانی متفاوت، به‌طور هماهنگ و کلان‌تر تحلیل شوند چون در ماه‌هایی که فصل فروش و بازار پوشاک نیست، این آمار با فصولی که فصل خرید پوشاک است کاملا تفاوت دارد.

دبیر انجمن صنایع نساجی ایران همچنین درباره اینکه آیا شرایط و التهابات جنگی در منطقه بر افزایش قیمت تمام‌شده و زنجیره تأمین اثرگذار بوده یا خیر نیز گفت: مواد اولیه با افزایش قیمت قابل‌ملاحظه‌ای مواجه شده که بخشی از آن به جهش و بی‌ثباتی نرخ ارز برمی‌گردد و بخشی هم به شرایط متأثر از جنگ مربوط است. اگر بخواهیم شرایط جنگی را دسته‌بندی کنیم، یک بخش به افزایش قیمت نفت و مشتقات نفتی در دنیا مربوط است؛ با توجه به اینکه حداقل ۶۰ درصد محصولات ما الیاف مصنوعی هستند، مواد اولیه صنایع نساجی متأثر از این موضوع گران‌تر شده است.

وی ادامه داد: در بخش تأمین و لجستیک، عملا حمل‌ونقل دریایی را از دست داده‌ایم. شیوه‌های جدید برای حمل مواد اولیه هم زمان‌بر است و هم هزینه بیشتری دارد؛ در بسیاری از موارد (اعم از حمل زمینی و ریلی از چین و پاکستان یا حمل‌ونقل از ترکیه به مقصد ایران) تقریبا هزینه‌های ۳ تا ۴ برابری نسبت به شرایط قبل از جنگ پرداخت می‌کنیم. مدت‌زمان، هزینه‌های ریسک و محدودیت زیرساخت‌های حمل‌ونقلی، باعث افزایش قیمت مواد اولیه شده است. نکته مهم دیگر تأثیر فراوان هزینه حمل‌ونقل بر قیمت مواد اولیه است و علاوه بر این، نگرانی و انتظارات تورمی در بازار به دلیل شرایط ناپایدار جنگی، خود باعث ایجاد تورم در زنجیره تولید و توزیع شده است.

▣ فشار همه‌جانبه ناترازی انرژی به صنعت و بازار

امامی‌رئوف در ارزیابی خود از نقش ناترازی انرژی و محدودیت‌های تأمین مواد اولیه را در این تورم با اشاره به تأثیر مستقیم ناترازی انرژی بر صنعت اظهار کرد: اگر تأثیر مستقیم ناترازی انرژی را روی شاخص تورم مصرف‌کننده بررسی کنیم، شاید تأثیرش نسبت به افزایش قیمت مواد اولیه، افزایش نرخ ارز یا افت قدرت خرید مردم ناچیزتر باشد؛ هرچند که در سال‌های اخیر هزینه و محدودیت‌های انرژی یکی از مشکلات بزرگ واحدهای تولیدی بوده است. به عبارتی امروز هم تعرفه‌های برق و گاز افزایش پیدا کرده و هم محدودیت‌ها باعث کاهش تولید، افت بهره‌وری واحدها و افزایش هزینه‌های سربار شده است. قبوض برق نیز با ابهامات زیادی مواجه است و هزینه‌های متعددی مثل سوخت نیروگاهی روی آن اعمال می‌شود که هزینه‌های عمومی و سربار را بالا می‌برد.



وی ادامه داد: از طرفی در سال‌های گذشته بسیاری از واحدهای تولیدی به خرید ژنراتور روی آوردند، اما با مشکل تأمین گازوئیل مواجهند. سهمیه‌ای که برای سوخت ژنراتورها تعلق می‌گیرد بسیار کمتر از نیازشان است و ناچارند گازوئیل را از بازار آزاد با نرخ‌های قابل‌ملاحظه تهیه کنند؛ سوختی که اگر مصوبه سهمیه را نداشته باشند، طبق قانون قاچاق محسوب می‌شود و مشکلات زیادی ایجاد می‌کند. اما واقعیت این است که بحث «انرژی» تأثیر کمتری نسبت به سایر عوامل تولید بر تورم مصرف‌کننده دارد.

امامی‌رئوف در پایان و در تشریح وضعیت کنونی تقاضا و قدرت خرید مردم در بازار پوشاک خاطرنشان کرد: بدون شک سخت‌تر شدن شرایط اقتصادی و افزایش قیمتی که بخش زیادی از آن ناشی از افزایش نرخ ارز و تأثیر آن بر تأمین اقلام بوده، بازار را با مشکل مواجه کرده است. در این راستا علاوه بر تدبیر شرایط جنگ و رفع محاصره و عادی شدن شرایط کلان اقتصادی، نیازمند توجه بیشتر دولت به تحریک تقاضا و توجه جامعه به تأمین کالای ایرانی هستیم تا واحدهای تولیدی قادر به حفظ تولید و اشتغال خود باشند. امیدواریم این شرایط جنگی با سرعت و مدیریت بهتری به پایان برسد و شاهد تداوم روند تولید باشیم. صنعت نساجی یکی از زنجیره‌های اشتغال‌زا و ارزشمند در تأمین نیازهای کشور است و سهم قابل‌ملاحظه‌ای در ارزش‌افزوده دارد.

> کاهش قدرت خرید خانوارها، بازار پوشاک را با افت فروش و عقب‌نشینی تقاضا مواجه کرده است

سخن پایانی

بنا براین گزارش و به اعتقاد کارشناسان، بازار پوشاک امروز بیش از آنکه با مسئله گرانی صرف مواجه باشد، گرفتار چرخه‌ای از افزایش هزینه، کاهش تولید و افت تقاضاست. تولیدکننده‌ای که مواد اولیه را با قیمت‌های متغیر و هزینه حمل چندبرابری تأمین می‌کند، ناچار است قیمت محصول را افزایش دهد؛ اما مصرف‌کننده‌ای که درآمدش هم‌پای تورم رشد نکرده، توان خرید بیشتری ندارد. نتیجه این تقابل، انباشت کالا، کاهش سفارش‌ها و فشار بر بنگاه‌هایی است که بخش مهمی از اشتغال صنعت نساجی و پوشاک را بر عهده دارند. عبور از این وضعیت به تصمیم‌هایی فراتر از کنترل مقطعی قیمت‌ها نیاز دارد. ثبات ارزی، تسهیل تأمین مواد اولیه، اصلاح سازوکارهای حمل‌ونقل، رفع موانع انرژی و تأمین سرمایه در گردش تولیدکنندگان باید در اولویت قرار گیرد. در کنار این اقدامات، تقویت قدرت خرید خانوارها نیز ضروری است؛ زیرا صنعتی که مشتری توانمند نداشته باشد، حتی با ظرفیت تولید بالا هم نمی‌تواند به رونق پایدار برسد.