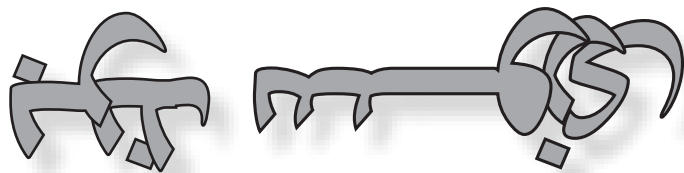




بزرگ نساجی به جای



گزارشی از برگزاری نشست خبری اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی، پوشاک و چرم ایران

■ اشاره:

نشست خبری اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی، پوشاک و چرم ایران با موضوع بررسی مسائل جاری حوزه صنعت و صادرات با حضور تعدادی از اعضای هیأت مدیره، دبیر این تشکل و خبرنگاران برگزار شد و طی آن راهکارها و پیشنهادات اتحادیه در راستای توسعه اقتصاد پایدار کشور در قالب بیانیه اعلام شد. در این نشست خبری ۴ مبحث "معرفی اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی، پوشاک و چرم ایران"، "کاهش صادرات صنایع نساجی و پوشاک"، "قاچاق و واردات غیر قانونی و اثرات مخرب آن بر تولید" و همچنین "ادغام وزارتخانه های صنایع و معادن و بازرگانی و تبعات آن بر صنعت نساجی" مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

پایان یافتن صادرات آن، هنوز ضرایب حمایتی از صادرات سال ۱۳۸۹ مشخص نیست و برنامه های حمایتی سال ۱۳۹۰ نیز از سوی نهادهای ذیربط اعلام نشده است! در واقع صادرکنندگان با تکیه بر همت و توانمندی های خود و بدون امیدواری به دریافت معوقات صادراتی یا سایر حمایت های دولتی؛ به تولید ادامه می دهند. متأسفانه در بحث هدفمندسازی یارانهها نیز تمام سازمان ها و نهادها بسته های حمایتی خود را اعلام کردند اما وزارت بازرگانی و سازمان توسعه تجارت که متولی امر صادرات در ایران محسوب می شود؛ موضع مشخصی در قبال هدفمندسازی یارانهها نداشتند و پس از گذشت ۶ ماه از اجرای هدفمندسازی یارانه ها، تصمیماتی جهت ارائه بسته های حمایت از صادرات اخذ شده که مصداق "نوشدارو پس از مرگ سهراب" است. به گفته دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک، صادرکننده

ابتدا مهندس مهدی یکتا- دبیر اتحادیه- در مورد وضعیت صادرات صنایع نساجی در سال گذشته عنوان داشت: متأسفانه با کاهش ۲۶ درصدی صادرات منسوجات و پوشاک مواجه هستیم که رقم بسیار نگران کننده ای محسوب می شود زیرا صنعتی که سالیانه با رشد صادراتی ۱۵-۲۰ درصدی مواجه بود؛ امروز با افت شدیدی مواجه است. وی در ادامه به ذکر دلایل کاهش صادرات محصولات نساجی در کشور پرداخت و گفت: سال ۱۳۸۸ کشور با بحران های اقتصادی داخلی و خارجی و همچنین رکود تورمی مواجه شد و همین امر فشار مضاعفی را به تولیدکنندگان وارد ساخت به طوری که آثار این فشار به خوبی در کاهش تولید و صادرات قابل مشاهده است. موضوع اثرگذار بعدی به گفته مهندس یکتا، فقدان سیاست حمایتی مناسب از صادرات توسط دولت است. وی تصریح کرد: با توجه به اتمام سال ۱۳۸۹ و





سال ۱۳۸۸، هنوز موفق به دریافت مبلغ ناچیز جواز صادراتی (۳ تا ۵ درصد) نشده است و تداوم این بی نظمی و عدم حمایت از صادرات، موجب بی انگیزگی صادرکننده خواهد شد که به اعتقاد ما این دلسردی یکی از مهمترین پارامترهای کاهش صادرات محصولات نساجی است.

وی با اعلام این مطلب که شعار امسال اتحادیه "افزایش سهم بازار و ایجاد بستر توسعه بازار داخل و خارج" است؛ خاطر نشان ساخت: هدف گذاری اتحادیه به این ترتیب است که در آینده به دلیل افزایش جمعیت، با افزایش تقاضای محصولات نساجی و پوشاک روبرو خواهیم شد که این نیاز باید توسط تولیدکنندگان داخلی رفع شود نه از طریق واردات؛ ضمناً رفع موانع صادراتی نخستین هدف اتحادیه در راستای تقویت و توسعه صادرات خواهد بود.

سعید حسین زاده - عضو هیأت مدیره اتحادیه و مدیرعامل شرکت بافران- نیز که دارای ۴۰ ساله سابقه در زمینه تولید و صادرات پوشاک است، در این نشست خبری، قاچاق پوشاک را یکی از معضلات بزرگ صنعت کشور توصیف کرد که کارخانجات داخلی را به ورطه تعطیلی سوق می دهد.

حسین زاده بایان این مطلب که قاچاق منسوجات را می توان از دو جنبه "ضعف قوانین و مقررات" و "مباحث فرهنگی" یادآور شد: اکثر مصرف کنندگان کیفیت نامطلوب پوشاک تولید داخل را دلیل اصلی استقبال از منسوجات خارجی عنوان می کنند در حالی که بیش از ۷۰ درصد کالاهای تولید داخل با مارک خارجی تولید و روانه بازار می شود زیرا فرهنگ مصرف کنندگان به سمت استفاده از پوشاک خارجی تشویق سوق داده شده است و به همین دلیل تولیدکنندگان ترجیح می دهند تولیدات خود را با نام و عنوان خارجی به بازار ارائه دهند.

وی افزود: بحث دوم خلأ قوانین و مقررات است که مورد سوء استفاده قاچاقچیان قرار می گیرد. برای مثال نرخ ارز برای سال های متمادی ثابت باقی مانده است که این امر لطمات بسیاری را به صادرات وارد می کند و در مقابل به تسهیل واردات و رونق بازار محصولات خارجی می انجامد.

این فعال صنعت پوشاک اعتقاد داشت که باید همچون ترکیه سیستمی اتخاذ شود که کالاهای وارداتی به ثبت برسند تا مشخص شود این کالای وارداتی توسط کدام کشور و با چه کیفیت تولید شده است. با اتخاذ این استراتژی، کالاهای قاچاق هیچ جایگاهی در بازار فروش ایران نخواهند داشت.

حسین زاده ضمن اشاره به این مطلب که تلاش و هزینه های صرف شده ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، چندان موثر نبوده است به طوری که تولیدکنندگان را به سمت واردات سوق می دهد؛ ادعان داشت: به جای صرف هزینه های گزاف مقابله با قاچاق باید رویکرد حمایت از تولید را درمناظر قرار دهیم و این هزینه ها را صرف حمایت از تولید نمائیم.

مدیرعامل شرکت بافران افزود: یکی از عوامل قاچاق استفاده از رانت قیمتی است که گمرکات آن را ایجاد می کنند در صورتی که اگر محصول وارداتی در گمرکات ثبت شود، قیمت آن به خوبی مشخص خواهد شد و واردکننده دیگر نمی تواند قیمت آن کالا را در مبادی ورودی ارزان اعلام کند و پس از واردات با قیمت اصلی به فروش برساند و هیچ نهادی نیز بر آن نظارت نداشته باشد.

مورد بعدی که مورد اشاره وی قرار گرفت، عدم هماهنگی میان دستگاه های دولتی بود. وی گفت: استفاده از تجارب تشکل ها و صنعتگران بخش خصوصی می تواند موزاری کاری موجود را از بین ببرد، زیرا در حال حاضر ممکن است قوانینی از سوی یک نهاد دولتی وضع شود که کاملاً در تناقض با قانون یک نهاد دیگر باشد.

به گفته حسین زاده، اگر تولیدکننده توانمند نداشته باشیم در بخش صادرات هم حرفی برای گفتن نخواهیم داشت همچنان که ترکیه در سال های گذشته مهد منسوجات وارداتی و قاچاق بود اما با تقویت تولید داخل، دیگر نیازی به قاچاق ندارد.

وی افزود: در صورت ایجاد قوانین و مقررات منسجم و کاربردی، هیچ فردی در قالب کم‌اظهاری و ... از ضعف قوانین سوء استفاده نخواهد کرد.

حسین زاده، حجم قاچاق و واردات غیرقانونی پوشاک مردانه به کشور را به دلیل فعالیت موثر و تبلیغات اصولی تولیدکنندگان این نوع پوشاک اندک عنوان کرد و گفت: خوشبختانه برخی تولیدکنندگان با برند معتبر و خوش نام خود، توانسته اند حجم واردات قاچاق پوشاک مردانه را به حداقل برسانند و این موفقیت بیانگر آن است که در صورت توجه به برندسازی و ایجاد فضای مناسب جهت انجام تبلیغات، توان تولید محصولات



دیر اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی، پوشاک و چرم ایران: هدف گذاری اتحادیه به این ترتیب است که در آینده به دلیل افزایش جمعیت، با افزایش تقاضای محصولات نساجی و پوشاک روبرو خواهیم شد که این نیاز باید توسط تولیدکنندگان داخلی رفع شود نه از طریق واردات؛ ضمناً رفع موانع صادراتی نخستین هدف اتحادیه در راستای تقویت و توسعه صادرات خواهد بود.





رقابت پذیر را خواهیم داشت.

دکتر سید حمید حسینی - عضو هیأت مدیره اتحادیه و هیأت ریسه اتاق بازرگانی، صنایع و معادن تهران نیز گفت: صنعت نساجی کشور، فراز و نشیب های بسیاری را تجربه کرده است. پیش از انقلاب اسلامی، یکی از بزرگترین واحدهای تولیدی خاورمیانه به نساجی ایران اختصاص داشت اما پس از انقلاب، مدیریت واحدهای مذکور به دولت و نهادهای عمومی واگذار شد که متأسفانه با شکست سنگینی مواجه بود و همین امر موجب شد که نساجی به اشتباه یک صنعت بحران زده و ورشکسته تلقی شود البته هرچند بخشی از آن واقعیت دارد اما بخشی هم واقعیت ندارد و این صنعت می تواند ارزش افزوده داشته باشد. وی افزود: از ۵-۴ سال گذشته، دولت و بنگاه های عمومی از صنعت نساجی خارج شده اند و بخش خصوصی توانمندی های خود را به خوبی نشان همگان داده است چنانچه بسیاری از مدیران بخش خصوصی این صنعت موفق به راه اندازی مجتمع های پتروشیمی شده اند. بنابراین صنعت نساجی ورشکسته نیست بلکه در حال احیا و بازسازی خود است. عضو هیأت ریسه اتاق تهران با بیان این مطلب که هیچ صنعتی به اندازه نساجی در ایران نمی تواند اشتغال ایجاد کند و دولت باید نگاه حمایتی به این صنعت داشته باشد؛ خاطر نشان ساخت: این صنعت ۴ درصد از ۱۹ درصد سهم صنعت در تولید ناخالص ملی را تأمین می کند و در صورتی که دولت به دنبال ایجاد ۲ میلیون شغل می باشد، نساجی و پوشاک بهترین گزینه اشتغالزایی محسوب می شوند.

وی اشاره کرد که صنعت نیازمند بازنگری، تدوین استراتژی توسعه صنعتی و حمایت دولت است ضمن این که باید توجه داشته باشیم در تولید برخی کالاها مانند مانتو دارای مزیت بالایی هستیم و تولیدکنندگان ترکیه و چین در این بازار حرفی برای گفتن ندارند. دکتر حسینی در ادامه سخنان خود به ادغام وزارتخانه های صنایع و معادن و بازرگانی پرداخت و گفت: ادغام فی نفسه امر خوبی نیست و در سیاست های مدیریتی، یک سیاست موفق محسوب نمی شود اما در خصوص صنعت نساجی، ادغام می تواند به این صنعت کمک کند زیرا مشکل این صنعت، بازار است و ادغام می تواند دوگانگی سیاست ها میان وزارت بازرگانی و وزارت صنایع را از بین ببرد.

وی افزود: در حالی که وزارت بازرگانی به دنبال سیاست توسعه صادرات است اما به نظر می رسد وزارت صنایع به دنبال جایگزینی واردات بود؛ بنابراین تجمیع وزارتخانه های مذکور موجب تقویت نگرش صادراتی می شود و صنایع نساجی که توان صادراتی دارند؛ رشد چشمگیری خواهند داشت.

عضو هیأت ریسه اتاق تهران گفت: نگاه وزارت صنایع در مدت زمان گذشته جایگزین واردات به جای تولید بوده است و این وزارتخانه از طرح هایی مثل ایران کد، طرح شبنم و ... حمایت چندانی به عمل نیاورده بود که این ادغام می تواند باعث هماهنگی بیشتر در سیاست های تجاری و صنعتی شود.

وی ضمن بیان اشاره به این مطلب که با سیاست های مالیاتی می توان از فروش پوشاک داخلی حمایت کرد؛ معتقد بود ادغام می تواند مشکل نرخ ارز را رفع نماید.

دکتر حسینی اذعان داشت: در سازمان حمایت و در روند قیمت گذاری این سازمان چیزی به نام "برند" مطرح نیست و هزینه تمام شده بازار سیداسماعیل در خصوص برندهای مطرح و بزرگ نیز لحاظ می شود. با تشکیل شورای رقابت، وجود سازمان حمایت از مصرف کننده بدون معنا خواهد بود و این برخوردی که سازمان حمایت می کند اصلاً به نفع تولید نیست زیرا وقتی بازار رقابتی است دیگر قیمت گذاری نمی تواند مطرح باشد.

شاهین فاطمی - نایب رییس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت چرم در سا - ابراز داشت: ممکن است دیدگاه ما از حمایت مصرف کننده و کاهش قیمت ها با دیدگاه دولت متفاوت باشد زیرا معتقدیم رضایتمندی مصرف کننده و تولید کننده زمانی ایجاد می شود که ثبات قیمت و کیفیت به سمت بهبود مستمر پیش برود و دستیابی به این موفقیت، جز حرکت به سمت اقتصاد و توسعه پایدار میسر نمی شود.

وی یادآور شد: در اقتصاد رقابتی عرضه بزرگتر از تقاضاست و در این شرایط است که تولیدکنندگان مجبورند کیفیت محصولات را به حداکثر و قیمت را به حداقل برسانند بنابراین اقتصاد رقابتی باید جایگزین اقتصاد دستوری شود.

این فعال صنعت چرم کشور به موضوع سرمایه گذاری در برند نیز پرداخت و گفت: آن چه موجب تمایز یک کشور نسبت به سایر کشورها می شود وجود شرکت ها و برندهای بزرگ و معتبر است زیرا رشد برندسازی در توسعه دانش، افزایش سطح رفاه مردم، ارتقای کیفیت محصولات و کاهش قیمت بسیار موثر است.

فاطمی در بخش دیگر سخنان خود به ۱۵ نهاد و سازمان دولتی که یک تولیدکننده با آن مواجه است؛ اشاره کرد و گفت: ۱۵ سازمان و وزارتخانه مانند وزارت صنایع و معادن، وزارت بازرگانی، وزارت ارشاد، اداره تعزیرات، اداره اماکن، شهرداری، بیمه، سازمان تأمین اجتماعی، مالیات مشاغل، مالیات بر ارزش افزوده، سازمان حمایت از مصرف کننده، اداره برق، اداره آب، نیروی انتظامی و گمرکات ارگان بر عمکرد صنایع نساجی و پوشاک نظارت دارند و گاهی این نظارت ها با همدیگر متناقض است. از سوی دیگر تولیدکنندگان و مدیران این صنعت، بیشترین زمان کاری خود را در سازمان ها و ارگان های دولتی جهت رفع مشکلات واحد تولیدی خود می گذرانند که این امر موجب تشکیل اقتصاد زیرزمینی می شود بنابراین از مسئولان انتظار داریم که با توجه به برندسازی به برند سوزی در صنعت نساجی، پوشاک و چرم پایان دهند.

تعرفه واردات مواد اولیه موضوع دیگری بود که مورد توجه نایب رییس هیأت مدیره اتحادیه قرار گرفت وی گفت: صنعت چرم کشور با تعیین تعرفه بالا و اعمال عوارض سنگین از بحران خارج نمی شود و در حالی که تعرفه ۹۰ درصدی تولیدکنندگان داخلی را محدودتر و راه دسترسی آنها به مواد اولیه با کیفیت را می بندد و بدتر از همه این است که عواید حاصل از این تعرفه به تولید کنندگان چرم تعلق نمی گیرد.

وی افزود: تعرفه ۹۰ درصدی در صنعت چرم تنها راه قاچاق را بازر می کند و از این رو مسئولان باید برای حمایت از تولید داخل به دنبال راه های دیگر باشند.

وی در پایان این نشست به قرائت بیانیه تشکیل متبوع خود در زمینه راهکارهای توسعه اقتصاد کشور پرداخت که عبارت بود از:

۱- تدوین استراتژی توسعه نساجی و چرم
۲- مبارزه اقتصادی با پدیده قاچاق واردات. نوع جدیدی از قاچاق در صادرات شکل گرفته است که برخی افراد با کم اظهاری، پوست گاوی را تحت عنوان پوست گوسفندی از کشور خارج می کنند و با قاچاق مواد اولیه چرم به خارج از کشور، لطمه بسیار شدیدی به این صنعت وارد شده است. متأسفانه ادامه روند کنونی منجر به تعطیلی کامل واحدهای تولیدی محصولات چرمی خواهد شد زیرا صادرات پوست گوسفندی از کشور آزاد بوده و عده ای با استفاده از این موضوع پوست گاوی را تحت عنوان پوست گوسفندی از مرزهای کشور خارج می کنند.

۳- پرداخت معوقات جواز صادراتی تا موجب تشویق تولیدکننده و افزایش تولیدات قانونی شود.

۴- تعدیل تعرفه های مواد اولیه برای تولیدکنندگان

۵- حذف قوانین موازی متناقض و بازدارنده که موجب قانون گریزی می شود
در این نشست آمار و ارقامی در زمینه میزان صادرات محصولات نساجی ارائه شد که به شرح زیر است:

“آمار صادرات صنایع نساجی ۱۲ ماهه سال ۱۳۸۹ و مقایسه آن با مدت مشابه در سال قبل”

عنوان	سال ۱۳۸۹		سال ۱۳۸۸		درصد تغییرات
	وزن (تن)	ارزش (دلاری)	وزن (تن)	ارزش (دلاری)	
۱ فرش دستباف	۹۸۶۱	۵۴۹۰۹۲۳۳۰	۸۷۹۶	۴۸۸۶۰۲۰۸۶	۱۲/۳۸
۲ فرش و کفپوش ماشینی	۱۹۶۱۲	۲۰۵۹۰۲۷۹۳	۲۸۷۰۵	۲۰۹۷۸۹۴۱۵	-۳۱
۳ البسه و پوشاک	۶۱۹۰	۹۲۸۱۵۲۶۳	۱۱۵۷۹	۲۰۶۷۱۵۶۵۸	-۴۶/۵۴
۴ انواع پارچه	۳۶۲۲	۲۱۷۷۸۶۰۷	۶۰۸۹	۴۳۷۸۰۳۱۲	-۴۰
۵ انواع نخ	۸۰۲۳	۲۳۷۳۰۲۲۵	۷۹۹۹	۲۷۳۸۸۶۷۹	-۱۳/۳۵
۶ سایر محصولات نساجی	۲۹۳۲۶	۷۸۹۲۲۱۰۰	۳۲۱۵۲	۸۶۷۲۵۴۰۱	-۸/۷
جمع کل (بدون فرش دستباف)	۶۶۷۷۳	۴۲۳۱۴۸۹۸۸	۸۶۵۲۴	۵۷۴۳۹۹۴۶۵	-۲۲