



اشاره:

«اتحادیه صادرکنندگان کتشفای تهران» در سال ۱۳۵۴ تأسیس شد؛ از سال ۱۳۶۱ به نام «اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان نساجی و پوشاک» به فعالیت خود ادامه داد و در حال حاضر به عنوان «اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک ایران» با عنوان اختصاری ITEMA شناخته می‌شود. مهندس یکتا ادامه می‌دهد: «امیدواریم همان‌طور که یک برند از نقطه صفر شروع به حرکت می‌کند و از نظر کیفیت و خدمات به سطح قابل‌قبولی دست می‌یابد اتحادیه نیز بتواند این روند را طی نماید.»

این تشکل دارای ۳۰۰ عضو می‌باشد و هر ۳ سال یک‌بار از طریق برگزاری انتخابات مجمع، اعضای هیأت‌مدیره انتخاب می‌شوند و مهرماه سال جاری همزمان با برگزاری پنجمین همایش تقدیر از برگزیدگان عرصه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، انتخابات هیأت‌مدیره اتحادیه برپا خواهد شد. «به بهانه برگزاری مجمع این تشکل، گفت‌وگویی با مهندس یکتا - دبیر اتحادیه - انجام دادیم که از نظر تان می‌گذرد. تنظیم نماید.»



### اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران چه برنامه‌ها و چشم‌اندازهای برای خود ترسیم کرده‌است؟

اتحادیه، جزو تشکل‌های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران محسوب می‌شود و این نهاد غیردولتی ضمن این‌که موانع و مشکلات خاصی برای تشکل‌ها ایجاد نمی‌کند بلکه کمک‌های معنوی نیز برای تشکل‌ها در نظر می‌گیرد. اتحادیه تولید و صادرات نساجی، از سوی هیأت مدیره دارای یک چشم‌انداز سه‌ساله می‌باشد و هر سال برنامه‌های اجرایی و اولویت‌بندی‌ها جهت دستیابی به استراتژی مطلوب تدوین می‌شود. این نگاه علمی را که در اتحادیه وجود دارد در کمتر تشکل و اتحادیه‌ای مشاهده کرده‌ام.

اغلب افراد تصور می‌کنند هدف از راه‌اندازی تشکل‌ها، دفاع از منافع جمعی اعضاست در حالی که این امر تنها یکی از اهداف تأسیس تشکل‌ها می‌باشد و رسالت یک تشکل براساس تعریف بانک جهانی، ایجاد دانش و اطلاعات برای اعضاست. ضمن این‌که عضویت در تشکل‌ها، حداقل دو مزیت عمده برای اعضا به‌وجود می‌آورد. اولاً به حجم قابل‌توجهی از اطلاعات و دانش دسترسی پیدا خواهند کرد که در حالت معمولی دسترسی به آنها بسیار هزینه‌بر و وقت‌گیر است.

برای مثال یک واحد تولید پوشاک یا فرش ماشینی، تصمیم به صادرات محصولات خود می‌گیرد؛ اما عدم اطلاع و تجربه کافی در این زمینه، مصداق اختراع مجدد چرخ و پرداخت هزینه‌های هنگفت می‌شود در حالی که با عضویت در یک تشکل، می‌توان به اطلاعات علمی و دانش صحیح و سالم در زمینه صادرات دست یافت. مزیت دوم این است که اعضا به یک کانال ارتباطی و شبکه اجتماعی متصل خواهند شد و از طریق برقراری ارتباط با این شبکه می‌توانند بسیاری از نیازهای روزمره خود را رفع نمایند. برای مثال یک واحد رنگرزی ممکن است با تعداد محدودی مشتری، ارتباط داشته باشد اما با عضویت در تشکل و ایجاد ارتباط کاری و دوستانه، در واقع با تعداد بسیاری از مشتریان آشنا خواهند شد و همکاری‌های گسترده‌ای در زمینه تأمین ماشین‌آلات، فروش محصولات، تهیه مواد اولیه و حتی مشارکت در سرمایه‌گذاری شکل می‌گیرد. در اتحادیه تولید و صادرات نساجی، به‌دنبال تقویت این دو مزیت برای اعضا هستیم و البته همچون سایر تشکل‌ها و انجمن‌ها، خدمات و تسهیلاتی مانند ارائه مشاوره در زمینه‌های مختلف مدنظر قرار داده شده و بعنوان نماینده بخش خصوصی با حضور در کمیسیون‌ها و کمیته‌های مرتبط و تأثیرگذاری بر روند تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در صنعت نساجی و پوشاک و ... منافع جمعی اعضا تأمین می‌شود.

### اصولاً تشکل‌ها در جلسات تصمیم‌گیری، حضور دارند یا تأثیر؟

متأسفانه تاکنون، تشکل‌ها از سوی دولتمردان، چندان جدی گرفته نشده‌اند و حتی زمانی به‌عنوان زینت‌المجالس! از آنها یاد می‌شد به‌ویژه در دولت‌های نهم و دهم که تصمیم‌گیری‌ها به صورت جزیره‌ای اخذ می‌شد، این امکان وجود داشت که برای مثال سازمان توسعه تجارت تصمیمی در مورد تعرفه واردات کالایی بگیرد که وزارت صنعت به‌عنوان متولی صنایع کشور با آن تصمیم مخالف باشد و یا از تصمیم مذکور بی‌اطلاع باشد!

بخشی از این تأثیرگذاری به دولت و بخشی نیز به عملکرد تشکل‌ها مربوط است به این معنا که در صورت حضور موثر و انجام مطالعات کارشناسی در موضوعات مرتبط، موفق بوده‌ایم. ماحصل فعالیت‌های وزارت صنعت در بخش نساجی و پوشاک طی ۳ سال گذشته را در وقتی مرور می‌کنیم کاملاً مشخص است که اقدام مثبت و خاصی در سطح کلان برای توسعه این صنعت کهن انجام نشده و حتی برخی مسائل حیاتی مانند تعرفه‌های واردات نیز با پیگیری مداوم تشکل‌های صنعتی مطرح شده‌اند و مشخص نیست به مراحل اجرایی رسیده‌اند یا خیر! در اتاق ایران حدود ۱۳۰ تشکل به فعالیت می‌پردازند، از این تعداد ۲۰ تشکل در مورد مسائل صنفی خود بسیار قدرتمندانه و موثر برخورد می‌کنند و از این میان ۴-۵ تشکل مانند «انجمن صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی»، «اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان میلان ایران»، «اتحادیه طلا و جواهر» و ... که به معنای واقعی در تمام تصمیم‌گیری‌ها حضور موثری دارند ولی متأسفانه تشکل‌های نساجی نتوانسته‌اند به این موقعیت و جایگاه دست یابند.

### چرا؟ مشکل از کجاست؟

دلایل متعددی در این زمینه وجود دارند. اولاً هیچ‌گاه در میان دولتمردان و نهادهای قانون‌گذاری، دانش‌آموخته یا فعال صنایع نساجی و پوشاک نداشته‌ایم که به‌عنوان مدافع حقوق فعالان این صنعت، در مقابل مشکلات نساجی، «سینه‌سپر» کند و پیگیر رفع معضلات آن باشد. نکته بعد این‌که تلاش‌های برخی از تشکل‌ها در مقاطع زمانی مختلف، بیشتر رنگ‌بوی دست‌یابی به منافع صنفی خاص داشته تا حمایت از توسعه همه‌جانبه این صنعت. متأسفانه این نگرش در بسیاری از تشکل‌ها وجود دارد و به اعتقاد من یکی از دلایل عدم تأثیر جدی تشکل‌های نساجی، تقدم خواسته‌های گروهی بر منافع حدود ۶۰۰۰ واحد فعال تولیدی و صادراتی بوده که این‌ها حتی به اشتباه در سال‌های اخیر عنوان شده صنایع نساجی، بحران‌زده و ورشکسته است و بیشترین حجم

ماشین آلات فرسوده در این صنعت وجود دارد در حالی که میزان واردات ماشین آلات صنایع نساجی در سال گذشته ۲۷۳ میلیون دلار بوده که با احتساب حدود ۵ میلیارد دلار ماشین‌آلاتی که از سال ۱۳۸۱ وارد این صنعت شده، نساجی را صنعتی به‌روز، مدرن و در حال گسترش و توسعه نشان می‌دهد و به هیچ‌وجه صنعتی ورشکسته و عقب‌مانده‌ای نیست پس به‌چه دلیل مرتب از بحران و رکود آن صحبت می‌شود تا بتوان از مساعدت‌های دولتی بهره‌مند شد؟ واقعیت این است که در سال‌های گذشته از استراتژی «تا نگرید طفل کی نوشد لب» به دفعات استفاده شده‌است و این دیدگاه، ضربات سنگینی بر صنایع نساجی وارد کرده‌است به‌طوری که در هر سازمان، نهاد دولتی و بانک که به این صنعت اشاره می‌شود همگی متفق‌القول هستند که نساجی، ورشکسته‌است.

حاصل دیدگاه فوق موجب شده که ما نتوانیم وظایف خود را به‌نحو احسن انجام دهیم کما این که طی چندسال اخیر، مسائل و مشکلات بسیاری در این صنعت به‌وجود آمده اما تنها توانسته‌ایم در حد اطلاع‌رسانی و آگاهی دادن به مسئولان و دولت‌مردان، حرکت کنیم و در جلسات متعدد یا در قالب مصاحبه با نشریات و رسانه‌ها، وجود مشکلات را منتشر کرده‌ایم در حالی که برای صنعت، «اطلاع‌رسانی» کافی نیست. متأسفانه در اغلب موارد، تشکلهای نساجی به دولت «آگاهی» داده‌اند و کمتر توانسته‌اند دولت را وادار کنند که مانع اخذ یک سیاست نادرست و مخرب شود یا یک تصمیم صحیح را اجرایی نمایند. همان‌طور که می‌دانید واردات پنبه با چالش‌هایی مواجه بود که طی دو سال اخیر، مسائل آن مرتفع شد البته در رفع این بحران، در کنار فشارهای کارساز تشکلهای نساجی، با سیاسی‌کاری‌های وزارتخانه نیز مرتبط بود! تشکلهای نساجی نیازمند یک رنسانس در فعالیت‌ها و طرز تفکر و برنامه‌ریزی خود هستند تا بتوانند در حوزه تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی، توانمند و موثر ظاهر شوند به‌خصوص در حال حاضر که به‌دلیل افزایش نرخ‌ارز، با کاهش نسبی واردات (قانونی یا قاچاق) منسوجات مواجه هستیم و فرصت ارزشمندی ایجاد شده تا به اصطلاح، «خودی نشان دهیم» در غیراین صورت،

به‌شما اطمینان می‌دهیم که این فرصت طلایی را تا یک‌سال دیگر از دست خواهیم داد زیرا هنوز به‌دنبال کسب منافع گروهی هستیم و قطعاً دولت بعدی که مستقر شود، به سوابق و عملکرد تشکلهای ما توجه خواهد داشت.

### ارتباط و تعامل تشکلهای نساجی با همدیگر در چه سطحی است؟ آیا جلسات مشترک همفکری (به مفهوم واقعی کلمه) و تدوین برنامه‌ریزی مشخص برای رفع مشکلات صنایع نساجی و یا تأثیرگذاری در تصمیمات دولت برگزار می‌شود؟

«انجمن صنایع نساجی به‌عنوان یک تشکل کارفرمایی»، «جامعه متخصصین نساجی به‌عنوان یک تشکل فنی - مهندسی» و «اتحادیه تولید و صادرات نساجی به‌عنوان تشکل صادراتی» ۳ تشکل عمده این صنعت محسوب می‌شوند که هر کدام در چارچوب وظایف و اهداف مندرج در اساسنامه به فعالیت خود ادامه می‌دهند و تمام تلاش خود را برای رفع مسائل و مشکلات اعضای خود به‌عمل می‌آورند منتها برآیند عملکرد تشکلهای مذکور نشان می‌دهد که تشکلهای هیچ‌فعالیت موازی و هم‌پوشانی با همدیگر ندارند و هر کدام در یک جهت حرکت می‌کنند. یکی از دلایل عدم ارتباط میان تشکلهای نساجی این است که هنوز در تشکل‌گرایی به یک زبان مشترک نرسیده‌ایم و به وحدت‌نظر در این زمینه دست نیافته‌ایم تا برای مثال تعرفه واردات نخ و الیاف چه میزان باشد البته طی سه‌سال گذشته جلساتی با این تشکلهای برگزار کرده‌ایم که بیشتر حول محور مسائل کلی صنعت نساجی بوده و وارد جزئیات نشده‌ایم و برای برقراری ارتباط مستمر و موثر، پیشنهاد می‌کنم کمیته‌ای از میان هیأت‌رئیس این ۳ تشکل با هدف حمایت از منافع صنایع نساجی تشکیل شود و تلاش کند تا تشکلهای نساجی به یک زبان مشترک و تفاهم جمعی دست‌یابند. ضمن این که احساس می‌کنم ظرف ۲ سال گذشته، رقابت‌های کاذبی میان تشکلهای نساجی ایجاد شده و به‌دنبال این هستیم که تشکل رقیب (که به اشتباه، همدیگر را رقیب فرض می‌کنیم) چه اقداماتی انجام می‌دهد تا ما نیز همان فعالیت‌ها را انجام دهیم! واقعا

این موضوع که مثلاً نمایشگاه نساجی را کدام تشکل برگزار کند آنقدر اهمیت دارد که تمام توان و وقت خود را برای ضربه زدن به این رویداد مهم صرف کنیم؟! فلسفه وجودی تمام تشکلهای ارتقای صنعت، تولید، صادرات و تجارت است پس بهتر است دور همدیگر جمع شویم و به این جمع‌بندی برسیم که برای رفع مشکلات این صنعت چه اقداماتی انجام داده‌ایم. ضمن این که در طی مسیر، دام بزرگی برای تشکلهای وجود دارد: یعنی برای نشان دادن اقدامات خود به اعضا، مرتب به بزرگ‌نمایی فعالیت‌های تشکلی می‌پردازیم ممکن است این اقدام برای مدتی نظر اعضا را به‌خود جلب نماید اما پس از آن که متوجه عدم تأثیرگذاری آن تشکل در مسائل مختلف صنعتی می‌شوند: دیگر نسبت به فعالیت‌های آن، عکس‌المعلی نشان نمی‌دهند. شاید این یکی از دلایل مهم عدم اقبال واحدها به عضویت در تشکلهای شرکت‌های جدیدالتأسیس، در ابتدای فعالیت تمایل بسیاری دارند تا از طریق عضویت در یک تشکل، سطح اطلاعات و روابط خود را بالا ببرند اما واحدهایی که سابقه بیشتری دارند، علاقه‌ای به عضویت در تشکلهای خود نشان نمی‌دهند. بر اساس آمار موجود در بانک اطلاعاتی اتحادیه، حدود ۶ هزار واحد نساجی و پوشاک در کشور فعال هستند اما چرا باید سهم یک تشکل نساجی از این تعداد فقط ۳۰۰ واحد باشد؟ مشکل از کجاست؟ در هند برای هر یک از بخش‌های نساجی، یک تشکل قدرتمند و موثر با ۲ هزار عضو وجود دارند اما چرا در نساجی ایران چنین شرایطی وجود ندارد؟ شاید برخی دلیل عدم تمایل واحدهای تولیدی به عضویت در تشکلهای کمبود وقت و مشغله‌های شغلی بدانند اما واقعیت این است که برای انجام فعالیتی زمان اختصاص می‌دهیم که برایمان اهمیت داشته‌باشد. بنابراین اگر وضعیت تشکلهای نساجی به همین صورت پیش رود شاید تا چندسال آینده اعتبار فعلی خود را از دست بدهند.

**به اضافه این که شاید اعتقاد دارند تشکلهای نساجی در زمینه رفع مشکلاتی مانند نوسانات نرخ‌ارز، کاهش و افزایش تعرفه گمرک،**

### تشکلهای نساجی نیازمند یک رنسانس در فعالیت‌ها و طرز تفکر و برنامه‌ریزی خود هستند تا بتوانند در حوزه تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی، توانمند و موثر ظاهر شوند...

### تأمین مواد اولیه و ... نمی‌توانند کمکی به اعضا کنند؛ پس دلیلی برای عضویت وجود ندارد...

در مورد نوسان نرخ‌ارز نه‌تنها تشکلهای نساجی بلکه اتاق ایران و حتی مجلس شورای اسلامی نیز نتوانستند اقدام خاصی انجام دهند. همین‌طور در زمینه مسائل مربوط به مالیات، تأمین نقدینگی، تورم و ... نیز نمی‌توانیم اقدام خاصی انجام دهیم حتی در مورد مهم‌ترین ضعف این صنعت یعنی دانش فنی و کمبود نیروی انسانی متخصص هیچ اظهارنظری نمی‌شود. آیا نمی‌توانیم برای رفع این مشکل درونی که اغلب فارغ‌التحصیلان دانشگاهی فاقد تخصص هستند اقدام موثری انجام دهیم؟ در حال حاضر به دلیل ارتباط با دانشگاه و دوستان نساج فعال در صنعت، از یک طرف می‌بینیم تقاضا برای دانش فنی و تخصص در صنعت بسیار بالاست اما از طرف دیگر در قشر فارغ‌التحصیل هنوز هم ارزش و پتانسیل یک مهندس نساج با حقوق دریافتی‌اش سنجیده می‌شود نه با اطلاعات، تخصص و مهارت وی! اتحادیه به‌عنوان تنها تشکل صادراتی این صنعت دارای ارتباطات گسترده‌ای در حوزه صادرات است تقاضاهای موجود نشان می‌دهد هنوز در بخش بازاریابی صادراتی و فروش تخصصی محصولات نساجی، فاقد نیروی متخصص و توانمند هستیم و صرفاً یاد گرفته‌ایم مدرک دانشگاهی در دست بگیریم و منتظر پشت میز نشینی و دریافت حقوق بالا بمانیم! اینجاست که دیگر نمی‌توانیم بگوییم دست ما تشکل‌ها را بسته‌اند حداقل باید در زمینه رفع معضلات داخل صنعت وظایفمان را به‌نحو احسن انجام دهیم. در پاسخ به سوال شما باید بگوییم اگر تشکلی قدرتمند و موثر عمل نماید، بانفوذ در مراکز تصمیم‌گیری قادر است در زمینه مسائل مهمی چون نوسان

## افزایش نرخ ارز موجب شده که عزت، احترام و سربلندی صنعتگران ایرانی به ویژه در بخش محصولات نهایی مانند پوشاک و فرش ماشینی باز گردد و در طولانی مدت نتیجه این اعتبار و احترام را به خوبی مشاهده خواهیم کرد.

نرخ ارز نیز اعمال نظر ( نه اظهار نظر ) نماید همان طور که سال های پیش، انجمن صنایع نساجی توانست در تصویب قانون نوسازی و بازسازی صنایع نساجی نظرات خود را اعمال نماید که در زمان خود بسیار مهم و اثر بخش بود.

## یکی از راه های ارتباط با اعضا و ارتقای اطلاعات آنان، سایت های اطلاع رسانی است. مدتی است که از جنب و جوش همیشگی اتحادیه خبری نیست. دلیل این سکوت چیست؟

یک دلیل به مسائل فنی و تکنیکی مربوط است که در حال رفع این مشکلات هستیم و امیدوارم در زمان برگزاری نمایشگاه نساجی تهران ( آبان ماه ۱۳۹۲ ) سایت رونمایی شود و فعالیت خود را از سر گیرد. خبر مهم این که ضمن به روز رسانی سایت اتحادیه، خلا مهمی که در صنایع نساجی وجود داشته عدم وجود یک بانک اطلاعاتی کامل و جامع است که به خوانندگان شما مژده می دهد بانک اطلاعاتی جامع و کاملی در دبیرخانه اتحادیه تهیه شده که در سایت قرار خواهد گرفت. بخش جدید دیگر سایت، نیازمندی ها و برقراری ارتباط میان متخصصین و کارفرمایان می باشد. واقعیت امر و حقیقت تلخ آن است که بودجه تشکلهای بسیار محدود و ناچیز است و وجود منابع مالی پایدار یکی از دلایل رشد تشکلهای است که کمبود آن محدودیت هایی را برای هر تشکلی به وجود می آورد.

## ترغیب واحدهای تولیدی برای عضویت در اتحادیه از چه روش هایی انجام می گیرد؟

استراتژی اسامال ما اطلاع رسانی به شرکت های

صنعت نساجی و پوشاک و افزایش ضریب نفوذ در تمام بخش هاست. شرکت های بسیاری وجود دارند که کوچک ترین اطلاعی در مورد وجود تشکلهای نساجی در کشور ندارند. طبق استراتژی اتحادیه، از طریق روش هایی مانند ارسال نامه و بروشور، حضور در نمایشگاه های مرتبط، تقویت سایت و حضور در رسانه ها، شرکت ها را با روند فعالیت های اتحادیه آشنا خواهیم کرد ضمن این که هیچ فردی را برای عضویت در اتحادیه تحت فشار یا رودربایستی قرار نمی دهیم اما تلاش می کنیم با خدماتی که مدنظر قرار داده ایم، آنان را جلب نماییم تا به این نتیجه برسند که حضور در اتحادیه، ضروری است. ممکن است یک واحد تولیدی در طول سال فقط یک بار برای رفع مشکل خاصی به تشکل مراجعه کند اما همان یک بار هم برایش بسیار حیاتی و مهم باشد بنابراین تشکل مذکور، باید تمام مراحل رفع مشکل را همراهی طی نماید، این اتفاق بارها در زمینه واردات ماشین آلات، صادرات، مسائل مالیاتی و ... برای اتحادیه رخ داده و خوشبختانه با موفقیت، مشکل اعضا رفع شده است.

**\*ارزیابی شما از تبعات افزایش نرخ ارز در صنایع نساجی و پوشاک چیست؟ بسیاری معتقدند با افزایش نرخ ارز، واردات کاهش یافته و در مقابل فرصت خوبی برای صادرات مهیاست اما برخی هم اعتقاد دارند زمانی که مواد اولیه، ماشین آلات و ... همگی وارداتی است و با در دسرهای بسیار و هزینه های هنگفت تأمین می شوند، دیگر رونق صادرات معنایی ندارد. نظر شما در این مورد چیست؟**

در صنعت نساجی از نظر تکنولوژی ۹۰ درصد و از نظر مواد اولیه بیش از ۵۰ درصد به واردات وابسته هستیم. برای مثال ۷۰ درصد پنبه مورد نیاز واحدهای نساجی، وارداتی است و از سوی دیگر آنقدر مشکلات متعددی در راه خرید الیاف مصنوعی مجتمع های پتروشیمی ایجاد شده که اغلب واحدهای تولیدی ترجیح می دهند مواد اولیه مورد نیاز را حتی با قیمت بالاتر وارد کنند. هدف گذاری ما در زمینه تولید و تجارت منسوجات باید این نکته باشد که مواد اولیه یا کالای واسطه وارد کشور شود، ارزش افزوده به روی آن ایجاد شود، یا نیاز کشور

را برطرف نماید و یا به سایر کشورها صادر شود. این استراتژی را ترکیب، ویتنام، کامبوج، اندونزی، مالزی، پاکستان و ... ترسیم نمودند و توانستند به سرانجام مطلوب برسند. جالب اینجاست که بدانییم صادرات صنایع نساجی و پوشاک کشوری مانند ویتنام از کل صادرات صنعتی ایران ( صرف نظر از محصولات پتروشیمی ) بیشتر است! در مورد دستیابی به تکنولوژی واقعیت این است که برای مثال مگر چند کشور در صنعت خودروسازی، فعالیت گسترده و جهانی دارند؟ آیا تمام کشور به خودروسازی می پردازند؟ خیر! بنابراین شروع کار باید از طریق قطعه سازی و کپی برداری کلید بخورد. اخیراً شنیده ایم انجمن صنفی کارفرمایان سازندگان ماشین آلات و تجهیزات نساجی اعلام موجودیت کرده اند که شاید تحولی در این بخش به وجود آورند.

در تولید مواد اولیه باید روش های مختلف و همکاری با نهادهای مختلف مانند وزارت صنعت سعی کنیم وابستگی به کمتر از ۵۰ درصد برسد؛ ضمن این که ترجیح می دهیم با دلار ۳ هزار تومانی مواد اولیه را خریداری و محصول را تولید و صادر نماییم تا این که نرخ دلار به هزار تومان برسد و رقیب خارجی ما به آسانی وارد بازارهای کشور شود و جولان دهد! به اعتقاد بنده، افزایش نرخ ارز موجب شده که عزت، احترام و سربلندی صنعتگران ایرانی به ویژه در بخش محصولات نهایی مانند پوشاک و فرش ماشینی باز گردد و در طولانی مدت نتیجه این اعتبار و احترام را به خوبی مشاهده خواهیم کرد. از شهریور سال ۱۳۹۰ که نوسانات نرخ ارز شروع شد، متقاضیان بسیاری به اتحادیه مراجعه کردند و خواهان معرفی واحدهای تولیدی نساجی و پوشاک بودند. ما اغلب این افراد قبلاً واردکننده بودند. با اطمینان عنوان می کنم که اگر واحدهای نساجی و پوشاک با کمبود مواد اولیه مواجه نبودند با افزایش ۵۰ درصدی تولید این صنعت مواجه می شدیم. در مجموع با افزایش نرخ ارز در صنعت کاملاً موافق هستیم زیرا موجب کاهش واردات منسوجات، از بین رفتن رقابت ناعادلانه میان تولیدات داخلی و خارجی و توجه ویژه به صنعتگران نساجی شده است.

## \* تأثیرات تحریم های اقتصادی بر

## صنایع نساجی و پوشاک را چگونه ارزیابی می کنید؟

تحریم، شرکت های نساجی را در زمینه تهیه ماشین آلات و دستیابی به تکنولوژی و همچنین از دست دادن برخی بازارهای صادراتی با مشکلاتی مواجه نموده است.

## \* بزرگترین چالش فعلی واحدهای نساجی را در چه مسأله ای می دانید؟

کمبود مواد اولیه! البته این عبارت به خوبی نشان دهنده رونق تولیدات نساجی و گسترش بازار داخلی است و هر فردی که به کمبود مواد اولیه اشاره می کند در واقع به صورت غیرمستقیم اعتقاد دارد که وضعیت صنعت نساجی رو به بهبود و پیشرفت است.

## \* ممکن است آماری از صادرات و واردات صنایع نساجی و پوشاک و کشورهای مبدأ و مقصد در سال گذشته ارائه نمایید؟

طبق آمار کارشناسی اتحادیه در سال ۱۳۹۱، یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار ماشین آلات از اروپا، چین و امارات متحده عربی و انواع الیاف، پنبه، نخ و مواد تعاونی از ترکیه، چین، کره جنوبی و ازبکستان، هند و ... وارد و حدود ۷۵۰ میلیون دلار نیز عمدتاً فرش ماشینی و پوشاک به کشورهای همسایه صادر شده است.

## \* مطلب پایانی؟

از وزیر آینده صنعت، معدن و تجارت انتظار داریم افرادی را به عنوان مدیران وزارتخانه منصوب نمایند که دارای سوابق مثبت و روشن در صنعت کشور باشند. در حال حاضر آقای دکتر مردانی که تجربه حضور در صنعت، دانشگاه و وزارتخانه (به عنوان کارشناس) را دارند، به عنوان مدیر کل دفتر نساجی وزارت صنعت تعیین شده اند در حالی که سال های گذشته، برخی مدیران دفتر نساجی سختی چندانی با این صنعت نداشتند و لطامت جبران ناپذیری به این صنعت وارد کردند که ما تشکل ها نیز در برخی از کم کاری ها خود را مقصر می دانیم، امیدوارم دیگر شاهد حضور چنین افرادی در مهمترین نهاد دولتی مربوط با نساجی و پوشاک نباشیم.