



گزارشی از برگزاری سومین میزگرد تخصصی صنایع نساجی و پوشاک ماهنامه نساجی امروز

در سومین میزگرد تخصصی صنایع نساجی و پوشاک ماهنامه نساجی امروز مطرح شد:

حکایت رنگ صنعت پوشاک را تشکیل میدهد

اشاره:

سومین میزگرد تخصصی صنایع نساجی و پوشاک با حضور آقایان بابک امیدوار- مدیرعامل شرکت تولیدی آدمک -، خانم مهدیه برهانی- مدیر بازرگانی شرکت نساجی فردوس-، احمد صادقی قهرودی- مدیرعامل شرکت پوشاک روستا قهرود- احسان زهتاب فرد و محمد فامیل نیلیان- مدیران فروش شرکت تولیدی پوشاک نیلی-، حامد اسماعیل پور- مدیرعامل شرکت تولیدی و صادراتی غنچه -، مرصاد طبسی و خانم الهام نژادحسینی- مدیرعامل و مدیرفروش شرکت تولیدی شابن-، خانمها فاطمه بازوکی و فرشته ارجمند- مدیرعامل و مدیر فروش شرکت رزان- و غلامعلی رخصت- مدیرعامل شرکت مهتا طوس- (تولیدکنندگان پوشاک نوزاد و بچه گانه) در دفتر ماهنامه نساجی امروز برگزار شد. در این میزگرد، علاوه بر بررسی وضعیت فعلی تولید و فروش پوشاک در کشور، پیشنهاد راه اندازی هلدینگ پوشاک مطرح شد که مورد استقبال حاضرین قرار گرفت.

نساجی امروز: در سالهای گذشته، توجه سرمایه گذاران و دولت در بخش نساجی، معطوف واحدهای ریسندگی، بافندگی و تأمین مواد اولیه بود و پوشاک کمتر مورد عنایت آنان قرار داشت به همین دلیل تولید پوشاک به رشد مناسب نرسیده است و اغلب واحدهای تولید پوشاک به صورت صنفی به فعالیت می پردازند تا صنعتی... البته اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک کشور اقدامات گستردهای در زمینه توسعه واحدهای پوشاک انجام داده است اما همچنان زنجیره گسترده نساجی که از لیاف آغاز و به پوشاک ختم می شود؛ با چالشهای بسیاری روبروست. با توجه به این مطلب، ماهنامه نساجی امروز، برگزاری میزگردهای تخصصی در زمینه پوشاک را در برنامه کاری خود قرار داده است و تاکنون در دو حوزه پوشاک زنانه و مردانه میزگردهایی با حضور فعالان این بخش برگزار نموده است. تصمیم داریم که این هم اندیشی ها را در شاخه های مختلف صنایع نساجی و پوشاک برپا نموده و در نهایت همایش بزرگ و مفصلی با حضور صنعتگران، کارآفرینان و مدیران این صنعت و دولتمردان و مسئولان امر برگزار کنیم. در این جلسات صرفاً به بیان



امیدوار: در صورت ثمربخش بودن مذاکرات هسته‌ای، به شرایط مساعد و پر رونق سال‌های پیش بازمی‌گردیم که شاهد حضور سرمایه‌گذاران و متخصصین خارجی به کشور بودیم؛ به این ترتیب دانش فنی واحدهای تولیدی ما افزایش می‌یابد و تبادل اطلاعات و تکنولوژی امکان‌پذیر می‌شود.

مشکلات صنعت پوشاک را لمس نکرده‌ایم شاید به این دلیل که حدود یک‌سال است وارد این صنعت شده‌ایم. ***احمد صادقی قهرودی - مدیرعامل شرکت پوشاک روستا قهرود:** حدود ۳۰ سالی است که تولیدکننده لباس بچه‌گانه از نوزاد تا ۱۶ ساله هستم و به تولید پارچه و کش‌های نواری هم می‌پردازم. تولید پوشاک، ارزش افزوده قابل توجهی به همراه دارد اما نیازمند نوآوری است تا در مقابل رقیبان به اصطلاح کم نیاورد. به اعتقاد من ما همان‌ها نساجی امروز باید مطالب را به نحوی منعکس نماید که دولتمردان متوجه مسائل صنعت نساجی و پوشاک شوند. واقعیت این است که علی‌رغم تمام تلاش‌های تولیدکنندگان و مدیران واحدهای تولیدی پوشاک، هنوز شاهد تولید صنعتی پوشاک نیستیم در حالی که حجم اشتغالزایی و ارزش افزوده بالای این صنعت، می‌تواند

دست ما برسانید و قفسه‌های فروشگاه ما به امید رسیدن محصولات شما خالی بماند؛ چه باید کرد؟! عنوان کردیم که امکان تولید در چین هم وجود دارد. در نهایت این مذاکره به نتیجه نرسید و زمانی که ارتباطات بین‌المللی یک کشور ضعیف باشد، مجالی برای صادرات و حضور در بازارهای جهانی باقی نمی‌ماند. در صورت ثمربخش بودن مذاکرات هسته‌ای، به شرایط مساعد و پر رونق سال‌های پیش بازمی‌گردیم که شاهد حضور سرمایه‌گذاران و متخصصین خارجی به کشور بودیم؛ به این ترتیب دانش فنی واحدهای تولیدی ما افزایش می‌یابد و تبادل اطلاعات و تکنولوژی امکان‌پذیر می‌شود. زمانی که در ب‌های کشور به روی تکنولوژی‌های مدرن بسته است، چگونه می‌توانیم محصولات رقابتی و به روز، تولید و عرضه کنیم؟ به عنوان یک تولیدکننده امیدوارم هر چه زودتر مذاکرات هسته‌ای به نتایج مثبت منتهی شود.

* **مهديه برهانی - مدیر بازرگانی شرکت نساجی فردوس:** این مجموعه در سال ۱۳۸۱ به بهره‌برداری رسیده است. پس از چندین سال فعالیت در زمینه ریسندگی، واحد بافندگی خلقی را هم راه‌اندازی نمود، در حال حاضر به تولید پوشاک بچه‌گانه (برند فردوس شیناکو) و لباس زیر مردانه می‌پردازد و تأسیس واحد رنگرزی پارچه را نیز در دستور کار خود قرار داده است. خوشبختانه هنوز

مشکلات عموماً تکراری! پرداخته نمی‌شود و راهکارهای خروج از بحران نیز مورد توجه دوستان حاضر در میزگرد قرار می‌گیرد.

* **بابک امیدوار - مدیرعامل شرکت تولیدی آدمک:** بسیاری از مشکلات تکراری هستند! برای مثال سال گذشته در طی برگزاری جشنواره برند برتر که رویدادی بسیار معمولی و ساده‌ای بود؛ به عنوان برند برتر شناخته شدیم اما تنها رهاورد این انتخاب، ۵ برابر شدن مالیات مجموعه ما بود! به این بهانه که وضعیت مالی ما بسیار خوب است و توان پرداخت مالیات ۵ برابری را داریم. وجود چنین مسائلی، یک واقعیت تکراری است که همگان از آن اطلاع دارند. نکته دیگر این که برای انجام یک کار کوچک اداری از این سازمان به آن سازمان ارجاع داده می‌شویم و زمان، انرژی و تمرکز مدیران واحدهای صنعتی به جای پرداختن به نوآوری و ارتقای کیفیت محصولات، معطوف چنین مسائلی می‌شود.

حدود چهار سال و نیم پیش، با یکی از شرکت‌های معتبر کانادایی، مذاکراتی در زمینه فروش محصولات خود انجام دادم و نمونه‌هایی از تولیدات را به مدیران مجموعه نشان دادیم؛ لیست قیمت هم برای آنان ارسال شد. زمانی که متوجه شدند کارخانه ما در ایران قرار دارد؛ پرسیدند: اگر به هر دلیلی نتوانستید محصولات خود را در موعد مقرر به



محمد امیر نیلی - مدیر فروش نیلی



الهام نژادحسینی - مدیر فروش شاپین



مهرصاد طهسی - مدیر عامل شاپین



بابک امیدوار - مدیر عامل تولیدی آدمک

به مراتب بیشتر و جدی تر از مشکلات تولید هستند. زیرا وقتی به عنوان یک تولیدکننده بازار فروش در اختیار دارید؛ قادر به تولید بیشتر خواهید بود اما وقتی، بازاری برای عرضه محصولات خود ندارید؛ به تدریج با انباری مملو از محصولات به فروش نرفته مواجه می شوید. تولید مانند دومینو است که تمام مراحل قبل و بعدی خود را تحت تأثیر قرار می دهد. اگر فروش خوب باشد، تولید افزایش پیدا می کند، مواد اولیه با کیفیت تر در محصولات استفاده می شود، پرداخت حق بیمه، مالیات و ... مشکل خاصی برای تولیدکننده ایجاد نمی کند زیرا سود حاصل از فروش، پرداخت چنین هزینه هایی را تحت پوشش خود قرار می دهد.

مورد دیگر این که تولیدکنندگان پوشاک به وحدت رویه و هماهنگی خوبی با یکدیگر رسیده اند در حالی که تا چند سال پیش این گونه نبود و یکدیگر را به چشم رقیبانی نگاه می کردند که باید بازار را از چنگ آنها در می آوردند!! اغلب تولیدکنندگان سعی می کنند در فضایی سالم و آرام به رفع نیازهای بازار بپردازند. ای کاش این همدلی و همصدایی گسترش پیدا کند تا مسائل و چالش های خود را بهتر به گوش دولتمردان برسانیم.

* **مهرصاد طهسی - مدیر عامل و الهام نژادحسینی - مدیر فروش شرکت تولیدی شاپین** - : تولیدکننده البسه زیر از نوزادی تا ۳ سالگی هستیم.

* **غلامعلی رخصت - مدیر عامل شرکت مهتا طوس** - : این مجموعه دارای ۳۲ سال سابقه فعالیت در زمینه گردبافی، رنگرزی و تکمیل و تولید پوشاک است و به عنوان صادرکننده نمونه پوشاک هم شناخته می شود.

* **فاطمه پازوکی - مدیر عامل شرکت تولیدی رزان** - : حدود ۳۵ سال است که به تولید پوشاک دخترانه (از ۲

نیلی - : آقای صادقی به خوبی دغدغه های تولیدکنندگان کوچک و بزرگ پوشاک را بیان کردند. به اعتقاد من یکی از بزرگ ترین چالش های تولیدکنندگان، کمبود نیروی ماهر است. در بعضی از صنایع مانند جوشکاری، موسساتی وجود دارند که به تربیت نیروهای ماهر می پردازند اگر چنین موسساتی در صنعت پوشاک هم راه اندازی شوند و یا در هنرستان ها، رشته پوشاک (طراحی، دوخت، برش و ...) طراحی به صورت جدی تر مورد توجه وزارت آموزش و پرورش قرار گیرد تا نیروهای ماهر و توانمند، پرورش پیدا کنند و جذب واحدهای تولیدی پوشاک شوند به این ترتیب هم دغدغه واحدهای تولیدی برای جذب نیروهای ماهر برطرف می شود و هم میزان اشتغال زایی کشور افزایش پیدا می کند. البته مشکل دیگر این که عمده فارغ التحصیلان دانشگاه در حد مسائل تئوریک و ابتدایی با صنعت آشنا هستند

* **حامد اسماعیل پور - مدیر عامل شرکت تولیدی و صادراتی غنچه** - : این مجموعه حدود ۵۰ سال است که به تولید لباس نوزاد و بچه گانه می پردازد. در حال حاضر محصولات غنچه از طریق فروشگاه های عرضه مستقیم در اختیار مصرف کنندگان قرار می گیرد. در سال های گذشته، محصولات غنچه به کشورهای مختلف از جمله امارات صادر می شد اما با توجه به مشکلات موجود، حجم صادرات را کاهش داده ایم و به روی بازار داخلی متمرکز شده ایم.

با توجه به وجود پارچه های نه چندان با کیفیت داخلی، تولیدکننده پوشاک مجبور است پارچه مورد نیاز خود را از ترکیه و ... وارد کند تا اعتماد مردم نسبت به تولیدات آن برند، خدشه دار نشود. نکته مهم این که مشکلات فروش

بسیاری از مشکلات سایر صنایع را نیز حل کند. قاچاق هم یکی دیگر از مشکلات پوشاک است. اگر چه مبارزه با قاچاق بر عهده دولت است اما زمانی که تولیدکنندگان بتوانند محصولات خود را با کیفیت بالا و قیمت مناسب به فروشگاه های بزرگ عرضه نمایند؛ تصور نمی کنم واردکنندگان، پوشاک بی کیفیت چینی را به تولیدات داخل ترجیح دهند.

کمبود مواد اولیه و تجهیزات جانبی پوشاک از پارچه مرغوب گرفته تا دکمه و زیپ هم یکی دیگر از مشکلات تولیدکنندگان این صنعت است. اغلب واحدهای تولیدی مجبورند این نیاز را از طریق ترکیه برطرف کنند که به دلیل قیمت بالای واردات، محصول نهایی با قیمت گرانتری تولید و روانه بازار می شود؛ از سوی دیگر برای مشتریان هم قیمت ارزان محصولات در اولویت قرار دارد و به همین دلیل از پوشاک وارداتی چین استقبال می کنند.

همان طور که اشاره کردید بیان بسیاری از مشکلات تولید، تکراری است برای مثال حق بیمه ۳۰ درصدی برای یک صنعت سنگین است و در هیچ کشوری شاهد چنین نرخ بیمه ای نیستید. ارتقای کیفیت محصولات، توجه مداوم به مقوله طراحی، به روز بودن، برخورد صحیح با مشتری و ... وظیفه تولیدکننده است اما بسیاری از مسائل به ویژه در حوزه قانونگذاری، تسهیل شرایط تولید و ... در حیطه وظیفه دولتمردان و قانونگذاران است نه صنعتگر. متأسفانه بسیاری از قانونگذاران به دلیل ناآشنایی با مسائل اقتصادی و صنعتی، قوانینی وضع می کنند که نه تنها دردی از تولیدکننده درمان نمی کند بلکه در بسیاری از موارد ضد تولید هستند!

* **احسان زهتاب فرد - مدیر فروش شرکت تولیدی پوشاک**



دکتر زهرا خاتمی - مدیر عامل سازمان نساجی و چرم



مهدیه برهانی - مدیر بازرگانی نساجی و چرم



احسان زینت‌پور - مدیر فروش نساجی



حامد اسماعیل‌پور - مدیر عامل نساجی

زمینه تهیه مواد اولیه و قطعات مورد نیاز ماشین آلات کارخانه با مشکلاتی روبرو هستیم.
*پازوکی: نقدینگی مجموعه شما از طریق فروش نخ تأمین می‌شود یا فروش پوشاک؟
*برهانی: از طریق فروش نخ و پارچه
*پازوکی: پس از ۳۰ سال سابقه در تولید پوشاک برایم

پازوکی: فروشنده به خوبی می‌داند که تولیدکننده نیازمند فروش محصولاتش (پوشاک) در اسرع وقت است زیرا پوشاک به سرعت از مد می‌افتد و اگر به فروش نروند راهی انبار می‌شود؛ پس تولیدکننده مجبور است با تمام شرایط فروشنده کنار بیاید مثلاً فروشنده، محصولات ما را ۸۰ درصد بالاتر از قیمت واقعی عرضه می‌کند و یا با نام تولید ترکیه به فروش می‌رسانند!

بسیار تعجب‌آور بود که یک شرکت از طریق فروش پوشاک به نقدینگی قابل توجه برسد به همین دلیل از شما پرسیدم که نقدینگی مجموعه از چه طریق تأمین می‌شود که فرمودید فروش نخ و پارچه و نه پوشاک! زیرا می‌دانیم که نقدینگی از پوشاک خارج می‌شود و هر اندازه منابع مالی به واحد تولیدی پوشاک اختصاص دهید، مانند یک قطره در دریاست! فروشنده به خوبی می‌داند که تولیدکننده نیازمند فروش محصولاتش (پوشاک) در اسرع وقت است زیرا پوشاک به سرعت از مد می‌افتد و اگر به فروش نروند راهی انبار می‌شود؛ پس تولیدکننده مجبور است با تمام شرایط

نمی‌شود و با پارچه نامرغوب هم نباید منتظر تولید پوشاک با کیفیت باشیم! زمانی که این موضوع را با مسئولان امر در میان می‌گذاریم؛ عنوان می‌کنند واحدهای ریسندگی از ما می‌خواهند که تعرفه واردات پنبه را کاهش دهید تا بتوانند پنبه مورد نیاز را وارد کنند، واحدهای بافندگی، خواستار کاهش تعرفه واردات نخ هستند تا بتوانند محصولات خود را در بازار داخلی به فروش برسانند، از سوی دیگر تولیدکنندگان پوشاک هم به کاهش تعرفه واردات پوشاک اصرار می‌ورزند تا تولیداتشان توجیه‌پذیر باشد و واردات (از مبادی رسمی) به حداقل برسد! موضوع میزگرد امروز در مورد بررسی و تحلیل مسائلی مانند مواد اولیه، ماشین آلات و تجهیزات، نحوه قیمت‌گذاری پوشاک، سیستم توزیع و فروشگاهی، طراحی مد، واردات و صادرات پوشاک و قوانین و مقررات است. دوستان دیدگاه خود را در این زمینه بیان نمایند.

*برهانی: تولید، مشکلات خاص خود را دارد و پرداختن به مسائلی مانند واردات و تأمین مواد اولیه در موعد مقرر، مدیریت منسجم و دقیقی می‌طلبد که خوشبختانه در نساجی فردوس از آن بهره‌مند هستیم و به همین دلیل در شرایطی که بسیاری از واحدهای تولیدی با مشکل فروش محصولات خود مواجه هستند؛ دغدغه‌چندانی بابت فروش نداریم. فروش نقدی را در کنار فروش مدت‌دار مدنظر قرار داده‌ایم، با مشکل نقدینگی مواجه نیستیم و حقوق و دستمزد نیروهای انسانی سر ماه پرداخت می‌شود، واحدهای ریسندگی، قیمت محصولات خود را با نساجی فردوس هماهنگ می‌کنند. البته به دلیل تحریم‌های بین‌المللی در

سال تا ۱۶ سال) می‌پردازم. دوستان به نکات خوبی اشاره کردند و به اعتقاد من اگر وضعیت تولید به همین روال ادامه پیدا کند؛ به زودی شاهد توقف تولید در کشور خواهیم بود. متأسفانه بحران در فروش تمام ابعاد تولید را در بر می‌گیرد و به اندازه‌ای فروش ضعیف شده که پس از ۳۵ سال فعالیت مداوم در تولید به فکر توقف کار افتاده‌ام. بخشی از محصولات در اختیار مردم قرار می‌گیرند اما نیمی از آنها، داخل کارتن‌ها و سپس راهی انبارهای می‌شوند. از سوی دیگر به طور مرتب در حال دریافت پیامک‌های حراج و فروش پوشاک چینی و ترکیه با قیمت‌های بسیار ارزان هستیم! وقتی به این حراجی‌ها مراجعه می‌کنید؛ متوجه خواهید شد که هر اندازه از مواد اولیه نامرغوب و بی‌کیفیت در تولید محصولات خود استفاده کنید باز هم قیمت تمام شده آنها پایین‌تر از قیمت تمام شده محصولات شماست... چرا؟ هیچ نهاد و سازمانی هم مانع انجام چنین فعالیت‌هایی نمی‌شود... وجود چنین مسائلی، تولید و تولیدکننده را به قهقرا می‌برند و چاره‌ای جز توقف واحدهای تولیدی باقی نمی‌ماند. کاملاً طبیعی است که با این وضعیت آشفته، نسل آینده ما، تمایلی به فعالیت در صنعت ندارند.

نکته: دوستان به موضوعات مهمی مانند فروشگاه‌داری، ارزش افزوده، کیفیت و رقابت با بازارهای بین‌المللی، قاچاق، سلاقی مصرف‌کنندگان ایرانی، کمبود نیروی انسانی ماهر، مسائل کلان صنعت مانند بیمه، مالیات و دارایی اشاره کردند. تمام ابعاد صنایع نساجی و پوشاک مانند حلقه‌های زنجیر به یکدیگر متصل هستند. زمانی که نخ با کیفیت وجود نداشته باشد، پارچه خوب هم تولید



کنیم هنوز رنگ‌های موجود در بازار مشخص نیست که بخواهیم براساس آن، پوشاک تولید کنیم و حتی نمی‌دانیم این پارچه مناسب دوخت زیپ هست یا خیر... در مورد تجهیزات جانبی پوشاک با مشکلات جدی دست و پنجه نرم می‌کنیم. کمبود شدید اکسسوری در پوشاک نوزاد به فاجعه نزدیک است و باز در مورد پوشاک زنانه، شرایط بهتری حکمفرماست. بارها اتفاق افتاده که برای تهیه روبان ساده یا دکمه معمولی، یک‌ماه معطل مانده‌ایم و تا سفارش را به تولیدکننده (در ترکیه) ارسال کنیم، وی طبق نمونه تولید کند و به دست ما برساند؛ یک‌ماه سپری شده و به این ترتیب فصل را از دست داده‌ایم. اگر هم سفارش دیرتر از زمان مقرر، حاضر شود در انبار می‌ماند و به جنس استوک تبدیل می‌شود که باید زیر قیمت تولید به فروش برسند... در نهایت ما می‌مانیم و سرمایه‌ای که از دست رفته است... همگی ما ضرب‌المثل «سال به سال دریغ از پارسل» را شنیده‌ایم که فکر می‌کنم بهترین جمله در وصف حال ما تولیدکنندگان پوشاک است؛ زیرا هر سال وضعیت ما از نظر تولید و فروش وخیم‌تر می‌شود. در این شرایط، فروشندگان نیز تمایلی به توزیع پوشاک تولید داخل ندارند و ترجیح می‌دهند پوشاک ارزان قیمت از چین وارد کنند. برخی هم مشابه محصولات پر فروش ما را از چین تهیه می‌کنند تا از این طریق سود سرشاری به دست آورند اما یک واحد تولیدی مانند رزان که سابقه طولانی در این صنعت دارد؛ دشواری‌های بسیاری را در زمینه فروش محصولات تحمل می‌کند

***نژاد حسینی:** شابن، تولیدکننده پوشاک نوزاد است و ممکن است این گونه به نظر برسد که در بطن تولید آن، نیازی به ماشین‌آلات و دستگاه‌های پیشرفته و پیچیده ندارد اما پس از تحقیق و بررسی سایر واحدهای تولیدی (خارج از کشور) متوجه شدیم که برای یک نوع بافت یا دوخت خاص، ماشین‌آلات متنوعی وجود دارد که در کشور ما یافت نمی‌شوند.

رشته تخصصی من طراحی پوشاک است و در زمینه طراحی مانتو و هم‌چنین پوشاک مردانه نیز تجاری کسب کرده‌ام به‌همین دلیل معتقدم که در ایران، تکنولوژی‌های مربوط به تولید پوشاک نوزاد رایج نشده و هنوز جای کار بسیاری در این زمینه وجود دارد برای مثال در مورد رنگ دکمه هم مشکل داریم زیرا دکمه‌های موجود در بازار رنگ می‌دهند و مجبوریم از دکمه‌های سفید استفاده کنیم؛ تولید پوشاک نوزاد در ایران مظلوم واقع شده است و چالش‌های آن چندبرابر پوشاک مردانه و زنانه است.

***پازوکی:** ۸۰ درصد مواد اولیه را از خارج کشور تهیه می‌کنیم و برای تأمین ۲۰ درصد مابقی از بازار داخل با محدودیت‌های زیادی روبرو هستیم. همان‌طور که خانم نژاد حسینی اشاره کردند در رنگ‌رزی دکمه مشکل داریم و در بازار به دنبال خرید دکمه‌های رنگ‌پذیر می‌گردیم؛ محصولات با دشواری‌های بسیار، طراحی و تولید و روانه فروشگاه‌ها می‌شوند و در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌گیرد اما زیپ آن پس از چندبار باز و بسته شدن، به اصطلاح در می‌رود! چه باید کرد؟ اگر بخواهیم زیپ از ترکیه وارد

فروشنده کنار بیايد مثلاً فروشنده، محصولات ما را ۸۰ درصد بالاتر از قیمت واقعی عرضه می‌کنند و یا با نام تولید ترکیه به فروش می‌رسانند! اما نخ و پارچه، محصولاتی هستند که ارتباطی با مد ندارند و تولید و توزیع آن در یک روند عادی و طبیعی انجام می‌شود.

***طیسی:** در مورد تهیه مواد اولیه (نخ پنبه نمره ۴۰) با مشکل خاصی روبرو نیستیم. اوایل سال گذشته بسیاری از واحدهای تولیدی با مشکل کمبود مواد اولیه روبرو بودند اما خوشبختانه اواسط سال این مشکل تا حدود زیادی برطرف شد. دسترسی به تجهیزات جانبی پوشاک (زیپ، دکمه و...) دشوار است که به دلیل کیفیت نه‌چندان مطلوب تولیدات داخل، چاره‌ای جز واردات نداریم. در مورد ماشین‌آلات و تجهیزات هم با مشکلات سایر مواجهیم به این معنا که در صورت بروز مشکل، باید منتظر اعزام متخصص از آلمان، ترکیه یا هر کشور سازنده آن دستگاه‌ها باشیم، حدود ۱۰ روز به طول می‌انجامد تا متخصصین به ایران بیایند و ماشین‌آلات را تعمیر کنند. به این ترتیب نیمی از ماه سپری می‌شود بدون این که بازده مشخصی داشته باشیم. سال گذشته، تصمیم داشتیم نرم‌افزاری را برای بخش چاپ تهیه کنیم اما به دلیل تحریم ایران، امکان خرید مستقیم میسر نشد و مجبور شدیم این نرم‌افزار را از طریق دوبی با قیمت بیشتر و صرف زمان طولانی‌تر، خریداری کنیم.

***امیدوار:** ما هم این مشکل را تجربه کرده‌ایم و تحریم باعث شد خرید خود را از طریق واسطه در دوبی انجام دهیم که در نهایت هزینه‌های سربار مجموعه را افزایش می‌دهد.



نوسازی ماشین آلات صنعت پوشاک هیچ شکی نیست اما خرید ماشین آلات جدید، هزینه‌های بسیار بالایی دارند و کمتر تولیدکننده‌ای قادر به پرداخت هزینه‌های سنگین آن است. دوستان! نباید از همدیگر بترسیم بلکه باید فرهنگ

ما دارند) مورد استفاده قرار می‌گیرد برای مثال در تدوین رشته مهندسی پوشاک از الگوهای کشورهای دیگر اقتباس شده اما هماهنگی سرفصل دروس با نیازهای جامعه بسیار متفاوت است. معضل ما فقط فقدان تکنولوژی نیست بلکه نحوه بهره‌گیری از آن می‌باشد.

***پازوکی:** به نکته خوبی اشاره کردید. نرم‌افزار مدرن و جدیدی برای الگوسازی تهیه کردیم اما نیرویی وجود نداشت که به این نرم‌افزار مسلط باشد بارها آگهی استخدام متخصصین مسلط به نرم‌افزار الگوسازی منتشر کردیم اما یک نفر هم به ما مراجعه نکرد! باید سیستمی وجود داشته باشد که تولیدکننده بتواند نیازهای فنی و تخصصی خود را از این طریق رفع کند.

***نژاد حسینی:** روحیه، رفتار و ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارگران ایرانی تفاوت بسیاری با کارگر اروپایی دارد به همین دلیل باید تکنولوژی‌های جدیدی که وارد کشور می‌شوند، بازخوانی شوند نه کپی‌برداری...

***صادقی:** تا زمانی که تحریم‌های مربوط به واردات ماشین آلات و تجهیزات رفع شود مجبوریم از طریق ترکیه، دوی و... تجهیزات مورد نیاز را وارد کنیم. پوشاک برخلاف صنایع نساجی، مورد نوسازی و بازسازی قرار نگرفت و دولتمردان توجهی به این حوزه ندارند؛ در حالی که با توجه به اشتغالزایی و ارزش افزوده بالای آن بهتر است برنامه ویژه‌ای برای صنعت پوشاک مدنظر قرار دهند. البته این امر مستلزم انعکاس توانمندی‌ها و اهمیت پوشاک از سوی شکل‌ها و اتحادیه‌های پوشاک به متولیان امر است. در

نساجی: توسعه تکنولوژی، تغییراتی را در بازار به وجود آورده است به طوری که تولید سنتی به تولید صنعتی و فروش سنتی به فروش مدرن تبدیل می‌شود. اگر بتوانیم ساختارهای قدیمی خود را در زمینه تولید و فروش تغییر دهیم و به سمت شیوه‌های مدرن گام برداریم؛ بسیاری از مشکلات ما حل می‌شوند. هنوز واحدهای نساجی نتوانسته‌اند خود را با شرایط جدید وفق دهند و تولیدات رقابتی و مبتنی بر بازار ارائه دهند. بهتر است دوستان این نکته را هم مدنظر قرار دهند که برای همگام شدن با تکنولوژی‌های روز دنیا، چه اقداماتی باید انجام شود...

***پازوکی:** تمام تلاش خود را به کار بسته‌ایم که در الگوسازی، طراحی، دوخت و برش از نرم‌افزارهای مدرن و به‌روز استفاده کنیم و از تولید سنتی به سمت تولید صنعتی حرکت کنیم اما هم‌چنان «سال به سال دریغ از پارسال» مصداق دارد! دو سال با صرف هزینه‌های سنگین در نمایشگاه پوشاک شرکت کردیم اما چه دستاوردی داشت جز این که مالیات بیشتری از ما گرفتند! اغلب بازدیدکنندگان، مشتریان رزان بودند و دریغ از یک بازدیدکننده خارجی!

***نژاد حسینی:** به لزوم بهره‌گیری از تکنولوژی و تولید مدرن اشاره کردید اما معتقدم که تکنولوژی وارد کشور شده اما هنوز فرهنگ استفاده از آن یا شکل نگرفته و یا طبق الگوهای غربی (که تفاوت‌های زیادی با فرهنگ

صادقی: دوستان! نباید از همدیگر بترسیم بلکه باید فرهنگ کارگروهی را بیاموزیم و کنار یکدیگر به تولید و فروش بپردازیم حتی می‌توانیم به صورت گروهی، مواد اولیه مورد نیاز را از خارج کشور تهیه کنیم که در صورت حجم بالای سفارشات، هم تخفیف قابل توجهی نصیبمان می‌شود و هم مواد اولیه باکیفیت در اختیار همگان قرار می‌گیرد.

کارگروهی را بیاموزیم و کنار یکدیگر به تولید و فروش بپردازیم حتی می‌توانیم به صورت گروهی، مواد اولیه مورد نیاز را از خارج کشور تهیه کنیم که در صورت حجم بالای سفارشات، هم تخفیف قابل توجهی نصیبمان می‌شود و هم مواد اولیه باکیفیت در اختیار همگان قرار می‌گیرد. می‌توانیم فروشگاه‌های زنجیره‌ای راه‌اندازی کنیم و محصولات خود را به صورت مستقیم در این فروشگاه‌ها عرضه کنیم؛ اطمینان داشته باشید که وقتی در کنار هم هستیم بسیاری از هزینه‌های سربرای تولید حذف می‌شوند، با اقتدار بیشتری در میدان تولید حاضر خواهیم شد و تولیدات



واردات پردازیم، هزینه‌های سنگین حمل و نقل و... موجب افزایش قیمت نهایی می‌شود.

اجازه دهید به این نکته هم اشاره کنم که تولیدکنندگان بزرگ پوشاک می‌توانند با همکاری دانشگاه جامع علمی کاربردی، سرفصل دروس مربوط به پوشاک را ارائه کنند و با مجوز این دانشگاه، در محل کارخانه خود، دانشگاه تأسیس کنند به این ترتیب کمبود نیروهای انسانی متخصص و توانمند برطرف خواهد شد.

اسماعیل پور: به عنوان تولیدکننده باید یک سال پیش از تولید، بدانیم که قرار چه نوع کالایی تولید کنیم و در زمینه تهیه مواد اولیه و تجهیزات جانبی، قیمت‌گذاری و فروش برنامه‌ریزی کنیم همان‌طور که در خارج از کشور چنین مرحله‌ای طی می‌شود نه این که ابتدا کالا را تولید کنیم و سپس به دنبال بازاریابی و فروش آن باشیم! به اضافه این که فرهنگ‌سازی را ابتدا از خودمان شروع کنیم. در دانشگاه‌ها، بیشتر دانشجویان به دنبال گرفتن نمره هستند نه این که مطالب کاربردی بیاموزند. بارها و بارها شنیده‌ایم که صنعت نساجی و پوشاک، بحران زده و آشفته است کاملاً مشخص است که دانشجو با شنیدن چنین مطالبی، علاقه‌ای به تحصیل و فعالیت در این رشته نخواهد داشت. بازار، فروشگاه و مشتری وجود دارند اما مشکل از خودمان است که به صورت جزیره‌ای و جداگانه فعالیت می‌کنیم. همان‌طور که مدت‌ها پیش در اتحادیه تولید و صادرات پوشاک و نساجی، طرح راهاندازی فروشگاه زنجیره‌ای با حضور تمام برندهای معتبر پوشاک داخلی به تصویب رسید

زهتاب فرد: تولیدات ما در دو فاز انجام می‌شود. نخست، البسه زیر نوزاد که در زمینه تهیه مواد اولیه و فروش محصولات، به دلیل حجم بالای تولید با مشکل چندانی مواجه نیستیم. فاز دوم پوشاک فصلی است که در ۴ فصل بهار، تابستان، پاییز و زمستان انجام می‌شود. با تکیه بر خلاقیت و سلیقه خود و همچنین الهام از طرح‌های اروپایی، به طراحی می‌پردازیم و اطمینان داریم در بازار به خوبی فروش می‌روند اما در زمینه تولید با محدودیت‌های روبرو هستیم و مهم‌ترین دلیل آن به کمبود پارچه باکیفیت بازمی‌گردد. مثلاً برای سرآستین‌ها و جیب یک طرح، رنگ‌بندی خاص با تعداد محدود مدنظر قرار می‌گیرد اما تولیدکننده پارچه عنوان می‌کند که سفارش کمتر از ۱۰ طاقه را نمی‌پذیرد در حالی که نه بازار و نه فصل، کشش ۱۰ طاقه پارچه را ندارد به این ترتیب میان حجم پارچه با تیراژ مدنظر تولیدکننده پوشاک، اختلاف پیش می‌آید. پس تولیدکننده مجبور می‌شود تغییراتی در طرح پوشاک ایجاد کند تا تولید مقرون به صرفه و امکان‌پذیر شود.

مطلب بعد این که قدرت خرید مردم با توجه به افزایش هزینه‌های معیشت، روند نزولی خود را طی می‌کند و پوشاک در اولویت نخست خرید آنان قرار ندارد؛ از سوی دیگر قیمت پوشاک نیز به دلیل هزینه‌های حاشیه‌ای (که برخی از آنها مانند اکسسوری مورد توجه دوستان قرار گرفت) افزایش یافته است. اگر بخواهیم اکسسوری داخلی را تهیه کنیم با اختلاف تیراژ تولیدکننده اکسسوری با میزان نیاز تولیدکننده پوشاک مواجه می‌شویم؛ اگر هم به

مرغوب با قیمت مناسب در اختیار هموطنان قرار خواهیم داد.

امیدوار: در صورت تقویت صنعت پوشاک، محصولات باکیفیت تولید خواهد شد و ارزش کمتری برای واردات پوشاک از کشور خارج خواهد شد. همچنین معتقدم که دولت نمی‌تواند به صنایع کشور کمک کند مگر با ایجاد ارتباطات بین المللی موثر و مثبت با کشورهای صاحب تکنولوژی.

پازوکی: اگر فعالیت تولیدی خود را متوقف کنیم، تمام سرمایه‌ام که به نخ و پارچه تبدیل شده، از بین خواهد رفت. دولت، طرح شبنم را مطرح کرد اما هنوز کنترل و نظارتی بر واردات منسوجات چینی صورت نمی‌گیرد. اصلاً هدف از تدوین طرح شبنم چه بود؟! به اعتقاد من، معضل بزرگ صنعت پوشاک کشور این است که مدیران برخی از تشکلهای آن، بزرگترین واردکننده پوشاک چینی هستند! تازمانی که این مشکل حل نشود، هیچ بهبودی در شرایط ما به وجود نخواهد آمد.

رخصت: دقیقاً همین‌طور است و نکته جالب این که در مصاحبه‌های خود، شعار حمایت از تولید و تولیدکننده را هم سر می‌دهند! در تکمیل صحبت دوستان هم باید عنوان کنم در جلسه‌ای که با حضور خانم نصراللهی - مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت - با فعالان صنعت نساجی برگزار شد؛ یکی از صنعتگران عنوان کرد که واردات بی‌رویه نخ توسط واحدهای ریسندگی مشکل اصلی ماست. به ایشان گفتم «شما که خودتان واردکننده عمده نخ هستید؛ چرا دیگران را متهم می‌کنید؟!»



اسماعیل پور: تمام دنیا به نقش موثر فروشگاه‌های زنجیره‌ای پی برده‌اند و در حال حاضر شاهد فعالیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای متعدد با حضور برندهای معتبر و بزرگ هستیم. اما گویا تولیدکنندگان ایرانی نمی‌توانند سر یک میز بنشینند و به تشریک مساعی برسند!

بیموزیم چگونه در کنار همدیگر برای رسیدن به اهداف مشترک همکاری کنیم بدون این که منافع فردی را در اولویت قرار دهیم...

نس، لاریج: دوستان در مورد توزیع و قیمت‌گذاری محصولات و همچنین قوانین و مقررات، دیدگاه خود را بیان نمایند.

***رخصت:** از میان تمام فرآیندهای صنایع نساجی، واحدهای ریسندگی، از نظر سرمایه در گردش و هم بهره‌مندی از دانش فنی، «قدرتمندترین» بخش و دوخت «ضعیف‌ترین» بخش این صنعت به شمار می‌آید. از این رو، در شکل‌های نساجی برای واحدهای ریسندگی، اهمیت بیشتری قائل می‌شوند و در بیشتر جلسات خود به دنبال حل مشکلات فعالان این بخش هستند. از طرف دیگر، بخش‌های بافندگی، رنگرزی و تکمیل دارای مشکل منسجمی و توانمندی نیستند تا از این طریق مشکلات و چالش‌های خود را به دولتمردان انعکاس دهند.

***رخصت:** به نظر شما چه راهکاری وجود دارد که این همفکری و همدلی در صنعت پوشاک انجام شود؟

***اسماعیل پور:** باید از خودمان شروع کنیم و به عنوان اولین داوطلب تشکیل هلدینگ پوشاک، آمادگی خود را اعلام می‌کنم.

***پازوکی:** من هم آمادگی حضور در این هلدینگ را دارم مشروط بر این که منافع جمعی مدنظر قرار گیرد نه منافع فردی یا شرکتی... اما چه تضمینی وجود دارد که فعالیت این هلدینگ، مستمر باشد؟

***رخصت:** تضمین صد درصدی... به عنوان تولیدکننده، محصولات خود را به فروشندگانی ارائه می‌دهید که اطلاع چندانی از سوابق و فعالیت‌های وی ندارید اما زمانی که با فروشگاه معتبر و شناخته شده‌ای همکاری می‌کنید آن هم در شرایطی که سایر برندهای موفق نیز در آن حضور دارند؛ دیگر دغدغه‌ای برای عدم فروش محصولات خود یا توقف همکاری نخواهید داشت. اما به هر حال تمام قراردادهای اجتماعی ممکن است به دلایل مختلف از بین بروند و با مشکلاتی روبرو شوند پس نباید امید داشته باشیم که این نحوه تجارت، مادام‌العمر باشد؛ برای مقابله با توقف حرکت هلدینگ، می‌توان در قالب انعقاد قرارداد به فعالیت در آن ادامه دهیم و اگر هر یک از اعضا نتوانستند به حضور در هلدینگ ادامه دهند، جای خود را به دیگری بدهند و از مجموعه خارج شوند بدون این که خللی در کار سایرین به وجود آید. باید به این قبیل حرکت‌های گروهی ادامه دهیم تا دموکراسی اجتماعی در کشور ما شکل بگیرد. باید

اما زمانی که قرار شد موضوع به سازمان‌های مرتبط دولتی ارجاع داده شود؛ در مرحله اجرا متوقف ماند و عملاً به جایی نرسید.

***رخصت:** بهتر است یاد بگیریم که وزارت صنعت، توجهی به صنعت پوشاک ندارد پس باید روی پاهای خود بایستیم. ضمن این که به نظر من باید «هلدینگ پوشاک» تشکیل شود که اعضای آن در زمینه تهیه و تأمین مواد اولیه و اکسسوری و همچنین توزیع محصولات با همدیگر همکاری کنند، در این صورت اطمینان داشته باشید که دیگر نیازی به دولت نخواهیم داشت! از طرف دیگر بزرگان یک صنف که هر کدام مدیران واحدهای معتبر و خوش نام کشور محسوب می‌شوند و سهم قابل توجهی از اشتغال زایی کشور را بر عهده دارند؛ مهارت انجام کار گروهی و همکاری و همفکری با سایر تولیدکنندگان را ندارند؛ شاید به این دلیل که فقط منافع فردی را مدنظر قرار می‌دهند و اطلاعات، دانش فنی و تخصصی خود را به دیگران انتقال نمی‌دهند. پیشنهاد می‌کنم برای تشکیل هلدینگ پوشاک، ۱۰ نفر از تولیدکنندگان همدل و همراه، داوطلب شوند تا به هدف مشترک خود یعنی توسعه صنعت پوشاک و رفع مشکلاتی مانند تهیه مواد اولیه، اکسسوری، فروش و توزیع برسیم.

***اسماعیل پور:** تمام دنیا به نقش موثر فروشگاه‌های زنجیره‌ای پی برده‌اند و در حال حاضر شاهد فعالیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای متعدد با حضور برندهای معتبر و بزرگ هستیم. اما گویا تولیدکنندگان ایرانی نمی‌توانند سر یک میز بنشینند و به تشریک مساعی برسند!



در طول ۱۵ سال گذشته، انجمن‌های نساجی و دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، مشکلات این صنعت را به واحدهای پایین‌دستی ارجاع داده‌اند و کمتر به سمت دولت رفته‌اند تا خواستار رفع موانع و مشکلات واحدهای نساجی و پوشاک شوند، مرتب تعرفه نخ را بالا و پایین می‌برند بدون این که تعادلی در بازار به وجود آورند. ضربه اصلی هم صنف پوشاک در مقابل قاچاق کالا متحمل می‌شود که توان رقابت با واردات بی‌رویه پوشاک بی‌کیفیت و ارزان چینی ندارد. اکثر واحدهای ریسندگی صرفاً از کاهش حجم فروش محصولاتشان متوجه این موضوع می‌شوند اما از قدرت و نفوذ خود برای رفع مشکلات واحدهای پوشاک استفاده نمی‌کنند و به دنبال این هستند چگونه در شرایط فعلی، تعرفه واردات نخ را کاهش یا افزایش دهند که با کمترین آسیب مواجه شوند. از مدیران تشکل‌های نساجی می‌خواهم که از تعارف بکاهند و به واقعیات بپردازند و دولت را در جریان هزینه‌های بسیار بالای تولید قرار دهند.

***برهانی:** مشکلات مربوط به قوانین و مقررات که فراوان هستند! چه در زمینه واردات ماشین‌آلات و چه تهیه مواد اولیه. صرف‌نظر از هزینه‌های سنگین حمل و نقل و گمرک... نه تنها حمایتی از تولیدکننده صورت نمی‌گیرد بلکه مشکلات بسیاری هم به وجود می‌آورند. برای مثال برخی از سازمان‌های دولتی اعلام کرده‌اند که از طریق اینترنت، امور مربوط به مراجعان را انجام می‌دهند اما عملاً آن قدر ساختارهای معیوب وجود دارد که ترجیح می‌دهیم مثلاً در زمینه ثبت سفارش، معافیت گمرکی و... مانند سال‌های گذشته به سازمان‌ها مراجعه کنیم و مراحل متعدد و دست و پاگیر اداری را پشت سر بگذاریم.

***رخصت:** طبق مصوبه جدید دولت، باید برای تمام کالاهای وارداتی، مراحل بازرسی در محل انجام شود. ابتدا تصور می‌کردیم که نمونه نخ‌های وارداتی ما در آزمایشگاه‌های تخصصی، مورد بررسی قرار می‌گیرد و سپس اعلام می‌کنند که کیفیت این نخ، مطلوب است یا خیر اما واقعیت چیز دیگری بود... مأمور بازرسی در محل، درب کانتینرها را باز می‌کند و با دوربین خود یک عکس می‌گیرد سپس شماره حساسی برای پرداخت حدود ۶۰۰ هزار تومان حق بازرسی در اختیارمان قرار می‌دهد (تا زمانی هم که این پول را ندهیم وثایق ما را آزاد نمی‌کنند) پس از یک هفته، کاغذی به دستمان می‌رسد که نخ‌های وارداتی، مشکلی ندارند!!! چگونه از طریق یک





رخصت: با توجه به تحریم‌های روسیه، فرصت خوبی برای تولیدکنندگان ایرانی فراهم شده است. همان‌طور که کشورهای همسایه از تحریم‌های ایران سود برده‌اند ما هم می‌توانیم از تحریم روسیه، به نفع خود بهره‌برداری کنیم.

خود را به صورت مستقیم به فروش برساند، شبکه ناسالم توزیع در کشور متوقف خواهد شد. مطلب دیگر این‌که بسیاری از تولیدکنندگان، کارخانه و کارگران خود را به چین منتقل کرده‌اند البته ریسک این کار بسیار بالاست و با روحيات ایرانیها سازگاری چندانی ندارد. از سوی دیگر مدتی است که شاهد انتشار آگهی استخدام چرخکار در ترکیه هستیم، این موضوع مورد توجه کارگران نیز قرار می‌گیرد و بسیاری از آنان برای کار راهی ترکیه شده‌اند.

***رخصت:** با تولید در چین صد درصد مخالفم. وقتی کشور با مشکل بیکاری روبروست و بسیاری از ناهنجاری‌ها و بزهکاری‌های اجتماعی ریشه در بیکاری جوانان ما دارد، چرا باید به چین برویم و در کشور بیگانه اشتغالزایی کنیم؟!

نس، امروزی: اجازه دهید بحث را جمع‌بندی کنیم؛ به نظر دوستان، چند درصد از پوشاک مصرفی کشور وارداتی است؟

***امیدوار:** شاید حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد

***رخصت:** حدود ۶۰ درصد

***پازوکی:** ۷۰ تا ۶۰ درصد

***برهانی:** بیش از ۵۰ درصد

***طیسی:** ۶۰ درصد

***صادقی:** ۵۰ تا ۴۵ درصد

***زهتاب‌فرد:** ۵۰ درصد

***اسماعیل‌پور:** با اطمینان کامل و طبق سند و مدرک اعلام می‌کنم که کمتر از ۳۰ درصد پوشاک موجود در کشور، وارداتی هستند.

از دست می‌دهند و طبعاً میزان فروش کاهش می‌یابد در مقابل حجم محصولات مرجوعی به انبارها کاهش چشمگیری پیدا می‌کنند. در مجموع باید عنوان کنم که شرکت تولیدی نیلی، تاکنون معطل تهیه مواد اولیه وارداتی نمانده و با ۳۰ درصد افزایش قیمت، آنها را تهیه کرده است.

***اسماعیل‌پور:** زمانی که فروش، وضعیت خوبی داشته باشد، تمام مشکلات و هزینه‌های سربار به خودی خود حل می‌شوند. در دنیای امروز دیگر بنکداری و فروش به شیوه‌های سنتی پاسخگو نیست و باید به سمت راهاندازی فروشگاه عرضه مستقیم گام برداریم. به تمام دوستان پیشنهاد می‌کنم که عرضه مستقیم را مدنظر قرار دهند زیرا هم سود خوبی به همراه دارد و هم در جریان سالیان و نیازهای مردم قرار می‌گیرند و براین اساس به تولید می‌پردازند.

نکته بعدی این‌که محور فعالیت‌های خود را صادرات قرار دهید زیرا بارز مبادله‌ای می‌توان ماشین‌آلات و اکسسوری مورد نیاز را وارد کرد. به اعتقاد من در شرایط بحرانی، بهتر می‌توان کار کرد زیرا مردم، پول کافی در اختیار دارند اما روحیه خرید ندارند و زمانی که یک فروشگاه پوشاک با دکوراسیون جذاب و محصولات به‌روز ببیند، تشویق می‌شوند که براساس نیاز خود و خانواده‌شان خرید کنند. ضمناً دیگر فروشگاه تک‌بعدی دیگر سود چندانی ندارد زیرا مصرف‌کنندگان که به فروشگاه‌های مراجعه می‌کنند، می‌خواهند برای همسر و فرزندانشان هم خرید کنند و چه بهتر که در این فروشگاه، انواع و اقسام پوشاک زنانه، مردانه و بچه‌گانه عرضه شود.

***رخصت:** بد نیست نظر دوستان را به این نکته جلب کنم که با توجه به تحریم‌های روسیه، فرصت خوبی برای تولیدکنندگان ایرانی فراهم شده است. همان‌طور که کشورهای همسایه از تحریم‌های ایران سود برده‌اند ما هم می‌توانیم از تحریم روسیه، به نفع خود بهره‌برداری کنیم.

***امیدوار:** زمانی که یک تولیدکننده بتواند محصولات

عکس معمولی متوجه کیفیت یک کانتینر نخ می‌شوند؟ اصلاً ارزش واقعی یک قطعه عکس معمولی، ۶۰۰ هزار تومان است؟! (ما تولیدکنندگان) مخالف بازرسی مواد اولیه وارداتی نیستیم زیرا با عیوب کار خود آشنا می‌شویم و حاضریم هزینه‌های آن را هم بپردازیم اما یک عکس ساده چه دردی از ما درمان می‌کند که باید بابت هر کانتینر، ۶۰۰ هزار تومان تقبل کنیم؟!!!!!

***پازوکی:** پس می‌توان نتیجه گرفت هر محصول بی‌کیفیتی را می‌توان وارد کشور کرد زیرا نظارت و کنترلی در کار نیست!

***طیسی:** واردات شابن به اندازه‌ای نیست که مسائل گمرکی برایمان مشکل ساز شود. در زمینه قوانین و مقررات هم فعلاً باید با آن کنار بیاییم تا آینده چه خواهد شد...

***پازوکی:** واردات پارچه در گمرکات کشور از کیلویی ۵ هزار و ۸۰۰ هزار تومان یک‌باره به ۱۲ هزار و ۸۰۰ هزار تومان افزایش یافته است! نمی‌دانیم دلیل این افزایش قیمت ناگهانی چیست زیرا هیچ مرجعی پاسخگو نیست.

***صادقی:** در مورد قوانین و مقررات دوستان به نکات خوبی اشاره کردند. ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری یا مقررات‌زدایی از وظایف دولت است نه تولیدکننده. ضمن این‌که دولت، بدهی‌های زیادی دارد که گویا برای پرداخت آن، گزینه دیگری جز صنعت و صنعتگر نمی‌شناسد! در شرایطی که واردکننده با خیال آسوده، کانتینرهای قاچاق را وارد کشور می‌کند و به تخریب بازار داخلی می‌پردازد؛ تولیدکننده معتبر و شناخته‌شده باید تحت عناوین گوناگون به این سازمان و آن نهاد، مبالغی واریز کند تا به حیات ادامه دهد.

***زهتاب‌فرد:** مدتی پیش با مشکلات مربوط به تجاری کردن ملک روبرو شدیم که خوشبختانه این مشکل با پرداخت هزینه‌های بالا برطرف شد. این گونه هزینه‌ها که بر قیمت تمام شده محصولات تحمیل می‌شوند؛ فشارهای مضاعفی بر تولیدکننده و سپس مصرف‌کننده وارد می‌کنند زیرا اقشار کم درآمد، توان خرید خود را