

گستره وسیع صنایع نساجی و پوشاک

پس از تلاوت آیاتی از قرآن و پخش سرود ملی جمهوری اسلامی ایران، دکتر پیمان ولی‌پور - معاون آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی (واحد قائم‌شهر) و دبیر نخستین گردهمایی فعالان پوشاک و منسوجات خانگی - به‌عنوان نخستین سخنران در جایگاه قرار گرفت. وی، کشف نخستین چرخ ریسندگی دنیا با قدمت هفت هزار سال پیش از میلاد را در غار کمریند شهرستان بهشهر (از توابع استان مازندران) اعلام کرد و افزود: استانی مملو از تولید الیاف پنبه، ابریشم، انواع نخ‌های پنبه‌ای و پشمی، پارچه با رنگ‌های شاد برای فصول مختلف سال، انواع زیراندازها، گلیم، جاجیم، نم‌د و حصیرهای دست‌باف، انواع کلاه‌نمدی و حصیری، پای‌پوش‌های چرمی، روسری و شال‌های زیبا که اکنون به‌عنوان محصولات صنایع دستی در دیوارهای خانه‌های شمال جای گرفته‌اند.

وی بیان داشت: شهری با سابقه پنج میلیون متر پارچه تکمیل شده پنبه‌ای و فاستونی و با سه کارخانه عظیم و هفت هزار مدیر، مهندس، تکنسین و کارگر که به‌عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده پارچه تکمیل شده خاورمیانه شناخته می‌شد و پس از گذشت ۸۵ سال همچنان برند خود را با «شرکت نساجی قائم‌شهر» و «شرکت نساجی مازندران» (اگرچه به سختی) اما حفظ نموده است.

معاون آموزشی دانشگاه آزاد قائم‌شهر سپس به ارائه توضیحات بیشتری در زمینه نخستین گردهمایی فعالان پوشاک و منسوجات خانگی پرداخت و گفت: در همایش امسال سه بخش مسابقه طراحی پارچه و لباس، نمایشگاه جانبی و کارگاه‌های آموزشی برنامه‌ریزی شده است. توضیح داد که در بخش نمایشگاه ۳۵ تولیدکننده مواد نساجی شامل نخ، پارچه، پتو، موکت، فرش، حوله، ملحفه، منسوجات بی‌بافت، بسته بندی پزشکی و صنعتی و پوشاک و ۱۲ دانشگاه موسسات آموزش عالی و پژوهشی حضور دارند و بیش از ۳۰۰ دانشجوی و هنرجو در مسابقات طراحی لباس در دیروز و امروز شرکت کرده اند که در چهار مقطع تحصیلی هنر آموز، کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد تشکیل شد و با هم به رقابت پرداختند و بیش

فراتر از شعار، عمل کنیم...

گزارشی از برگزاری نخستین گردهمایی فعالان پوشاک و منسوجات خانگی

اشاره:

نخستین گردهمایی فعالان پوشاک و منسوجات خانگی با حضور رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت مازندران و عضو کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی، مدیرکل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صمت، تولیدکنندگان، صنعتگران، اساتید، دانشجویان و نمایندگان تشکل‌های صنایع نساجی و پوشاک در دانشکده فنی و مهندسی واحد قائم‌شهر برگزار شد. در این همایش، رئیس سازمان صنعت و معدن استان مازندران به نشانه حمایت از تولید داخل، کت خارجی خود را از تن خارج کرد.



از ۲۵۰ نفر نیز امروز صبح در ۱۱ کارگاه آموزشی تخصصی پوشاک و منسوجات خانگی شرکت کردند. به اعتقاد وی، با وجود قاچاق و واردات بیش از حد منسوجات به داخل کشور به دلیل ارزش افزوده و مزیت نسبی این صنعت شاهد تاسیس کارخانجات جدید و توسعه واحدها هستیم به عنوان مثال در سال گذشته، چهار کارخانه نساجی، دو واحد تولیدی پوشاک و سه کارخانه تولید الیاف مصنوعی در مازندران تأسیس و شش کارخانه نیز توسعه یافت که زمینه اشتغال دو هزار نفر را به وجود آورد. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد قائم شهر اذعان داشت:

هستند و فرش‌های ایرانی (چه دستباف و چه ماشینی) بازار خارجی خودش را تا حد قابل قبولی حفظ کرده‌اند، دوم آن که ما در ایران ۷۵ میلیون نفری فرش ایرانی و موکت ایرانی خریداری می‌کنیم و در نهایت از مراحل ابتدایی تولید فرش تا عرضه آن به مصرف‌کنندگان در داخل کشور انجام می‌شود به همین دلیل صنعت فرش در کشور ما علی‌رغم تمام مشکلات به حیات خود ادامه می‌دهد و به صادرات محصولات خود نیز می‌پردازد. دبیر نخستین گردهمایی فعالان پوشاک و منسوجات خانگی اذعان داشت: پس مشکل صنعت نساجی

جوراب و لباس‌های ورزشی تخصصی، در منسوجات پزشکی شامل باند و گازهای مقاوم به باکتری، نخ‌های بخیه جذب شونده، باندهای گچ پلیمری، تولید عروق با الیاف مصنوعی و محصولات یک‌بار مصرف پزشکی، بسیار گسترده است و توان عبور از رکود را دارد. وی در پایان ابراز امیدواری نمود تا صنایع نساجی با سرانه سرمایه‌گذاری ۲۰ تا ۷۰ میلیون تومانی برای ایجاد یک شغل در مقایسه با سرمایه‌گذاری ۱۵۰ تا ۱۶۰ میلیون تومانی سایر صنایع، بتواند راهگشای مشکل اشتغال و اقتصاد کشور باشد.



در صنعت ملی فرش علی‌رغم تمام مشکلات از جمله تحریم، نه تنها چالش جدی وجود ندارد بلکه پنجاه درصد صادرات سال گذشته به این صنعت اختصاص داشت.

به گفته وی، صنعت ۸۵ ساله ملی محصولات نساجی شامل نخ و پارچه نسبت به جهان امروز به‌ویژه کشورهای ترکیه، تایوان، تایلند، پاکستان، کره جنوبی، هنگ کنگ، بنگلادش، مالزی و چین رشد چندانی نکرده و جز چندین کارخانه بسیار متمرکز و هوشمند در تولید محصولات با کیفیت، بقیه اندر خم یک کوچه‌اند و برخی نیز دچار روزمرگی شده‌اند.

دکتر ولی‌پور با طرح این پرسش که آیا تمام این مشکلات به دلیل افزایش قیمت حامل‌های انرژی، افزایش مالیات و بیمه‌های کارگری، فرسودگی ماشین‌آلات و عدم کیفیت مواد اولیه نساجی است؛ ادامه داد: اگر مشکلات چنین مسأله‌ای باشد پس تولید فرش ماشینی نیز باید چنین وضعیتی داشته باشد. نخست این که تولیدکنندگان فرش در دنیا، اندک

کشور، فقدان واحدهای تولیدی پوشاک حرفه‌ای با کمیت در کنار کیفیت قابل رقابت با محصولات خارجی و زنجیره‌های فروش متعدد در داخل و حتی خارج از کشور می‌باشد.

وی ضمن بیان این مطلب که گردهمایی امروز، درصد حمایت از گسترش تولید و توزیع محصولات متنوع صنایع نساجی، پوشاک و منسوجات خانگی در قالب مناطق آزاد در این شهر است؛ تصریح کرد: گستره تولید محصولات نساجی یعنی عرصه تولید محصولات نساجی و منسوجات خانگی شامل فرش، موکت، حوله، ملحفه، بالش، تشک‌های مسافرتی، خوشخواب، پتو، پرده، رومیزی، رومبلی و منسوجات صنعتی مانند کمربند ایمنی خودرو، طناب‌های کوهنوردی، ایربگ و الیاف تایر اتومبیل، الیاف به کار رفته در بتن و آسفالت، مقاوم‌سازی فرسایش‌خیزان‌ها، سدها، پل‌ها و زمین‌های کشاورزی، تهیه غشاهای فیلتری متعدد در آب‌های آشامیدنی و آب شیرین‌کن، در منسوجات ورزشی و پارچه‌های مصرفی در کفش و

در باورهایمان مشکل داریم
سخنران بعدی مراسم، دکتر محمدرضا باقرزاده- رئیس دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر و رئیس نخستین گردهمایی فعالان پوشاک و منسوجات خانگی- بود که ضمن خوشامدگویی به مدعوین و مسئولین، عنوان داشت: اگر شما ۳۰ سال پیش به قائم‌شهر تشریف می‌آوردید، شور و نشاط فعالیت‌های مرتبط با صنایع نساجی توجه شما را جلب می‌نمود اما لحظه‌ای به خود آمدیم و دیدیم که این صنعت به ویرانه‌ای تبدیل شده است. وی ادامه داد: میان مسئله آگاهی و مسئله کاوی تفاوت وجود دارد زیرا مسئله آگاهی، فعالیتی عامه است که به صورت و ظاهر توجه دارد اما مسئله کاوی، در حیطه متخصصین است و با ریشه و باطن سروکار دارد. به اعتقاد من، علی‌رغم این که صنعت پوشاک ما می‌توانست و می‌تواند برگ برنده ما در حوزه اقتصاد مقاومتی باشد و کشور را به صورت جهشی به پیش ببرد اما تجربه‌ای که از نابودی صنعت نساجی در ذهن

نیز شریک هستند اما این به هیچ وجه در زبان شریک نیستند و هیچ مشاوره‌ای به تولیدکنندگان ارائه نمی‌دهند! این مقام مسئول، ضمن اشاره به فرهنگ استفاده از تولید بیگانه، اذعان داشت: برای رونق تولید داخل، باید فرهنگ استقبال از کالای خارجی و عدم توجه به کالای تولید داخل را اصلاح نماییم که این امر با تلاش تولیدکنندگان و حمایت‌های همه‌جانبه دولت و مجلس امکان‌پذیر است.

ساماندهی فارغ‌التحصیلان صنایع نساجی و پوشاک

شناسی و روش‌های ما باید با کمک کارشناسان تغییر کند

حمایت‌های همه‌جانبه دولت و مجلس از تولید داخلی

دکتر سیدهادی حسینی - نماینده قائمشهر و سوادکوه و جویبار در مجلس شورای اسلامی - به عنوان سخنران بعدی در جایگاه سخنرانی قرار گرفت. وی پس از خوراک، پوشاک را ضروری‌ترین نیاز انسان‌ها برشمرد و افزود: متأسفانه تأمین این نیاز اساسی را در اختیار دیگران قرار داده‌ایم تا آنها تولید و ما

داریم، موجب نگرانی بسیار می‌شود و این پرسش در ذهن شکل می‌گیرد که آیا صنعت پوشاک هم به سرنوشت صنعت نساجی گرفتار خواهد شد؟

دکتر باقر زاده بیان داشت: آیا مشکل ما مشکل ساختاری است؟ آیا قوانین حمایتی وجود ندارد؟ آیا از وجود خطمشی‌های نادرست یا قوانین ناسخ و منسوخ رنج می‌بریم؟ آیا با مشکل کارکردی یا سوء مدیریت و بی‌تدبیری مواجهیم یا با مشکلات محیطی و فرهنگی؟ وی خاطر نشان کرد: طبق یکی از تئوری‌های رفتار سازمانی، در هر زمینه‌ای که موفق هستیم آن را به قابلیت‌های درونی خود نسبت می‌دهیم و در



دکتر محمد محمدپور - رئیس سازمان صنعت و معدن و تجارت استان مازندران - گفت: امروز با هدف حمایت از تولید داخل، دور یکدیگر جمع شده‌ایم. وی سپس از حضار اجازه خواست تا به احترام جلسه، کت خود را که به‌زعم وی از پارچه خارجی تهیه شده از تن خارج نماید و آن‌گاه به سخنرانی ادامه دهد! وی در توضیح این حرکت خود اعلام کرد: در جامعه‌ای به سر می‌بریم که در حال توسعه هستیم و این توسعه با عمل آغاز می‌شود.

وی عنوان داشت: در حال حاضر نه تنها مشکلات شرکت نساجی مازندران رفع شده بلکه با ایجاد اشتغال برای ۴۰۰ نفر، در دوران اوج خود قرار گرفته ضمن این‌که با نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات جدید، حجم اشتغالزایی خود را به هزار نفر خواهد رساند.

دکتر محمدپور در ادامه افزود: در مسیر توسعه باید با کشورهای جویای نام رقابت کنیم که در این زمینه، مسیر همواری وجود ندارد، چه باید کرد تا این راه هموار شود؟ چه باید کرد که مازندران و به ویژه مهد نساجی

مصرف کنیم! در صورتی که هنر تولید در این حوزه را برای رفع نیازهای داخلی و حتی صادرات داریم. به گفته وی، صنعت نساجی قائمشهر، سالیان متمادی دچار بحران بود که مدیریت منطقی، رفتار عاقلانه و پرهیز از نزاع و مخاصمه میان مسئولین تاحدودی این بحران را رفع نموده‌است.

دکتر حسینی اضافه کرد: مجمع نمایندگان مازندران کمیسیون صنایع و مجلس شورای اسلامی این آمادگی را دارد که در صورت وجود قوانین و مقررات دست و پاگیر در صنعت نساجی، آنها را از سر راه تولید و تولیدکننده بردارد مشروط بر این‌که موانع مذکور با مسئولان در میان گذاشته شود.

وی در ادامه به چالش‌های میان سیستم بانکی و تولیدکنندگان اشاره کرد و گفت: متأسفانه رفتار برخی بانک‌ها بسیار ظالمانه است، کمتر نگاه ملاحظت‌آمیزی میان بانک و تولید وجود دارد و حس همکاری چندانی میان آنها دیده نمی‌شود. بانک‌ها از تولیدکنندگان سود با درصدهای بالا دریافت می‌کنند و حتی در سود آنان

زمینه‌هایی که موفقیت چندانی کسب نمی‌کنیم آن را به شرایط محیطی و دیگران نسبت می‌دهیم! به اعتقاد من ایرانیها دارای استعداد متوسط رو به بالا هستند و این استعداد را سالیان متمادی نشان داده‌اند و اگرچه تحت سیطره دیگران قرار گرفتند اما همواره ایرانی بودن خود را حفظ کردند و حتی مغولان که دارای سطح فرهنگ بسیار پائین بودند تحت تأثیر فرهنگ ایرانی، به رشد فرهنگی دست یافتند.

دکتر باقر زاده گفت: مشکل ما در ندانستن‌ها نیست زیرا ما در باورهیمن مشکل داریم، به عبارت بهتر اشاره به وجود قاچاق، افزایش قیمت حامل‌های انرژی و نهاده‌های تولید و ... توپ را به زمین دیگران انداختن است. چرا باید پوشاک تولید داخلی با برند ترک توزیع شود و به آسانی توسط مردم پذیرفته شود اما فروش با برند ایرانی جذاب به نظر نمی‌رسد. چه اتفاقی می‌افتد نساجی مازندران که ۱۰ درصد از بازار کل کشور را تحت پوشش قرار می‌دهد، امروز در شرایط نامساعدی به سر می‌برد؟ معتقدم که پیش‌فرض‌ها و نگاه معرفت

کشور یعنی قائم‌شهر، بتواند پرچم دار این حرکت بزرگ باشد و به نوعی زندگی بهتری از امروز را برای نسل آینده به ارمغان آورد؟ معتقدم که توجه و استفاده از تخصص و دانش باید مورد توجه ویژه قرار گیرد و باید در دانشگاه‌ها این مسیر به درستی طی شود و دانشجویان با فراگیری آموزش‌های کاربردی برای کار در صنعت تربیت شوند.

این مقام مسئول از آمادگی سازمان تحت مدیریت خود جهت ساماندهی فارغ‌التحصیلان صنایع نساجی و پوشاک در راستای دانش بنیان نمودن واحدهای تولیدی خبر داد و افزود: فارغ‌التحصیلان برای حرکت

دکتر محمدپور ضمن بیان این مطلب که باید فعالیت بیشتری در بخش طراحی داشته باشیم تا از فرهنگ ایرانی در مدهای مختلف بهره ببریم؛ افزود: به این ترتیب دیگر مصرف‌کنندگان به دنبال مدهای اروپایی و ترک نخواهند بود و تولیدکنندگان از حس زیبایی شناسی و توجه ذاتی ایرانیان به نظافت در خلق طراحی‌های جدید استفاده خواهد کرد.

وی افزود: بهتر است فضا برای پوشش جوانان به گونه‌ای باشد که حق انتخاب آنان در نوع پوشش بر طبق سبک‌های ایرانی اسلامی رعایت شود زیرا در این صورت مصرف‌کننده مدهای غربی نخواهند بود.

است که در ورای تولید یک کالا یا خدمت قرار دارد. دبیر کل انجمن صنایع نساجی در بخش دیگری از سخنانش گفت: قدمت نساجی ما زانندان به سال ۱۳۰۵ باز می‌گردد و در سال ۱۳۶۵ بر طبق آمار ۴۷ میلیون متر مربع منسوج تولید شده که در آن زمان کل ظرفیت تولید ۵۰۰ میلیون متر بوده است، به عبارتی بیش از ۸ درصد تولید در قائم‌شهر صورت می‌گرفت چه اتفاقی

افتاده که امروز به این وضع دچار شده‌ایم؟ رئیس زاده در ادامه به قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقاء جایگاه نظام مالی اشاره کرد و گفت: این طرح در گذشته یک بار از سوی اتاق بازرگانی ایران وارد



در مسیر توسعه و پیشرفت، نیازمند پشتوانه‌های برای ارائه اعتبارات و همچنین تسهیل دریافت مجوزهای لازم هستند که صدور این مجوزها باعث می‌شود افرادی که آشنایی علمی با صنایع نساجی و پوشاک ندارند، وارد این حیطه نشوند.

رئیس سازمان صمت استان مازندران به موضوع برندسازی نیز پرداخت و گفت: بسیاری از واحدها و کارگاه‌های پوشاک کشور، در مقیاس بنگاه‌های کوچک و متوسط هستند و به تنهایی توانایی خلق برند ندارند؛ از طرف دیگر نداشتن برند به این معنی است که یا فاقد برند مناسب هستیم که این موضوع موجب عدم اعتماد به توان تولیدکننده ایرانی می‌شود و یا مجبوریم برای محصول ساخت داخل از برچسب و برند خارجی استفاده کنیم. بهتر است در جلسات و همایش‌های مختلف، بیشتر به این موضوع پرداخته شود. همچنین می‌توان معیاری مانند برچسب انرژی برای واحدهای پوشاک در نظر گرفت تا نشان دهد که برندها در چه سطحی از کیفیت قرار دارند.

این مقام مسئول، لباس را نه تنها یک موضوع معیشتی و اقتصادی بلکه موضوعی فرهنگی برشمرد و گفت: نمی‌توان ملت سربلندی بود اما لباس خود را از خارج کشور وارد نمود!

وی در پایان از مسئولین خواست صنایع نساجی را به‌عنوان یک صنعت اشتغالزای مولد و دارای مزیت نسبی، مورد حمایت بیشتر قرار دهند.

پوشاک؛ موتور محرک صنعت نساجی

پس از سخنرانی مقام‌های دولتی، این‌بار تریبون در اختیار محمد مهدی رئیس‌زاده - دبیر کل انجمن صنایع نساجی و پوشاک ایران - قرار گرفت تا مطالب خود را از نقطه نظر بخش خصوصی عنوان نماید.

وی ضمن اشاره به برگزاری سمینار برندینگ در صنایع نساجی و پوشاک که با همت انجمن صنایع نساجی ایران برگزار می‌شود، گفت: زمانی که صحبت از برند می‌شود در ذهن مخاطب یک شعار یا یک لوگو نقش می‌بندد در صورتی که برند، آن هویت اصلی محصول

مجلس شد که دستاوردی نداشت. پس از مدتی طرح مذکور، منجر به صدور لایحه‌ای شد که دولت در حدود ۳۰ بند ارائه داد و با کمک کارشناسان دستگاه‌های مختلف با مراجعه به مرکز پژوهش‌های مجلس و برخی از کمیسیون‌های اقتصادی و صنایع، لایحه ۳۰ بندی به ۶۰ بند تبدیل شد در حال حاضر دارای ۳۵ تبصره است که بخش اعظمی از موانع تولید را که یک صاحب کسب و کار و کارآفرین در بخش‌های مختلف (مانند مسائل بانکی، مالیاتی و تأمین اجتماعی) به عنوان مشکل مواجه است؛ برطرف می‌کند.

وی با اشاره به موضوع بدهکاران ذخیره ارزی، ابراز داشت: در متن قانون آمده است که تا تصویب آئین نامه که برای تنظیم آن ۶ ماه به دولت مهلت داده شده است، بانک‌ها باید کلیه عملیات اجرائی خود را (در هر مرحله‌ای که قرار دارد) متوقف کنند. نکته دیگر این که در حال مکاتبه با دولت هستیم تا در تنظیم آئین نامه‌ها تعجیل شود. هرچند که ۶ ماه زمان در پیش داریم که مدت قابل توجهی است.

وی اذعان داشت: اکثر فروشندگان به فروش کالاهای خارجی تمایل دارند زیرا حاشیه سود بالاتری دارد. در حالی که مسائل اقتصادی با چشم بر هم گذاشتن حل نمی‌شود بلکه باید به دنبال راهکار بود که یکی از راهکارها، اختصاص تسهیلات برای تولید داخل است تا فروشگاه‌ها به عرضه محصولات تولید داخل، راغب شوند.

دبیر کل انجمن صنایع نساجی گفت: متأسفانه ثبت نمایندگی در کشور، دارای فرایند پیچیده‌ای است که در بسیاری از موارد، پشیمانی افراد را از ثبت نمایندگی به دنبال دارد! در فرایند صدور کارت بازرگانی نیز وضعیت

ذوق و استعداد جوانان را شکوفا کنیم زیرا «طراحی» نقطه ضعف ما در بخش نساجی و صنایع دستی است که باید آن را تقویت نمود.

وی بیان داشت: اتاق بازرگانی به عنوان نماینده کل تشکل‌ها مأموریت داده شده که در کلیه تصمیمات اقتصادی دولت و سه قوه، نظر بخش خصوصی را جویا شوند. برای مثال از نظر چارچوب قانونی باید ماده ۷۶ یعنی قوانین مزاحم را به مجلس پیشنهاد دهد که البته این اقدام در حال انجام است.

رئیس‌زاده ضمن اشاره به هزینه‌های گزاف تبلیغات در صدا و سیما، ادامه داد: طبق قانون برای حمایت از

دبیر کل انجمن صنایع نساجی به برگزاری جلسات متعدد اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی با دفتر نساجی وزارت صمت و گمرک جمهوری اسلامی و همکاری‌های سه جانبه آنان در سال گذشته اشاره کرد و گفت: بحث تعرفه چادر مشکی نیازمند تلاش و پیگیری‌های مستمر داشت که خوشبختانه نتایج آن را امسال در قانون مقررات صادرات و واردات مشاهده شد؛ براین اساس تعرفه ۱۰ درصدی چادر مشکی حذف و همسان‌سازی تعرفه‌ها صورت گرفت.

وی ضمن مقایسه آمار گمرکات ایران با کشورهای دیگر گفت: در حالی که آمار گمرکات سایر کشورها از



به همین منوال است که خود مانع رونق کسب و کار محسوب می‌شود و باعث سقوط جایگاه ایران در رتبه بندی‌های کسب و کار جهانی است.

وی در بخش پایانی سخنرانی خود، ضمن تأکید بر ایجاد مشوق‌های تولید گفت: سال گذشته وزیر صنعت، پیشنهاد اختصاص ۳۰ درصد جایزه خوش حسابی به افرادی که به موقع ایفای تعهد کرده بودند، مطرح نمود که متأسفانه مورد تصویب قرار نگرفت.

صنعت نساجی ایران؛ توانمند و ریشه‌دار

گلنار نصرالهی - مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت - سخنران بعدی بود که به ارائه آمار و ارقام در صنعت نساجی پرداخت و گفت: در حال حاضر بالغ بر ۹ هزار واحد دارای پروانه صنعتی در رشته‌های مختلف نساجی (اعم از الیاف، نخ، پارچه و پوشاک) به فعالیت می‌پردازند؛ ۲۰ هزار واحد صنفی دوزندگی نیز وجود دارد که حجم اشتغال آن تقریباً برابر با حجم اشتغال واحدهای دارای پروانه صنعتی است.

تولید داخل باید هزینه تبلیغات بسیار پایین‌تر از ارقام فعلی باشد.

دبیرکل انجمن صنایع نساجی ایران به ضرورت توجه ویژه به بخش فرهنگی تولید و عرضه پوشاک، گفت: چرا جوان ایرانی باید شیفته برند خارجی باشد؛ آن هم برندهایی که اغلب تقلبی و از نظر کیفی درجه دوم و سوم هستند، هیچ ارتباطی با برند اصلی ندارند و در چین و فیلیپین تولید می‌شوند! اما مورد استقبال چشمگیر مصرف‌کنندگان ایرانی قرار می‌گیرد و وجود چنین مسائلی است که محصولات با کیفیت تولید داخل به فروش نمی‌رود.

رئیس‌زاده ضمن بیان این مطلب که برای حمایت از تولید داخل، فراتر از شعار باید تسهیلاتی را در نظر بگیریم؛ اضافه کرد: بخش عمده‌ای از مشکلات ما در شبکه توزیع (اصناف) است. همان‌طور که می‌دانید در شهرهای بزرگ، قیمت سرقفلی‌ها و اجاره فروشگاه‌ها بسیار بالاست و نحوه قیمت گذاری‌های سازمان حمایت در این مورد چندان مناسب نیست.

واردات ۷۰۰ میلیون دلاری پارچه و لباس به ایران حکایت می‌کنند، گمرک رسمی ایران، آمار واردات را ۵ میلیون دلار اعلام می‌داند! که این مابه‌التفاوت از طریق استفاده از روزه‌های قانونی، کم‌اظهاری و جابجایی تعرفه صورت می‌گیرد.

رئیس‌زاده، مطالبات معوق بانک‌ها را ۹۰ هزار میلیارد تومان دانست و افزود: ۵۰ هزار میلیارد تومان آن برای ۶۰۰ شخص حقیقی یا حقوقی است. پس ابتدا باید به سراغ دانه درشت‌ها و بعد هم به سراغ صنایع کوچک و متوسط رفت که یا پائین‌تر از ظرفیت اسمی خود مشغول به کار هستند و یا در حال توقف هستند.

دبیرکل انجمن صنایع نساجی ایران، کل بدهی‌های صنایع را ۲۰ هزار میلیارد تومان اعلام کرد و گفت: بحث اصلی در بخش صنعت نساجی، رکود است. به اعتقاد بنده موتور محرک رونق در صنعت نساجی بخش پوشاک است که با تقویت بخش فرهنگی و بهره‌گیری از توان طراحان توانمند و خوش‌ذوق، حضور در نمایشگاه‌های طراحی پارچه و لباس، می‌توان به

اشتغال ۳۰۰ هزار نفر در واحدهای صنعتی و حدود ۳۰۰ هزار نفر در واحدهای دوزندگی صنعتی، نشان دهنده اشتغال و ارزش افزوده موجود در صنعت پوشاک است. وی، حجم سرمایه‌گذاری موجود در واحدهای دارای پروانه صنعتی را حدود ۷۷ هزار میلیارد ریال برشمرد و گفت: سالیانه حدود ۹۵۰ میلیون دلار صادرات در صنایع نساجی انجام می‌شود که رقم آن در سال گذشته ۹۸۰ میلیون دلار بود که نسبت به مدت مشابه سال ۹۲، حدود ۵ درصد رشد داشته است. مدیر کل دفتر نساجی وزارت صنعت، ضمن اشاره به واردات بی‌رویه نخ و پارچه به همسان‌سازی تعرفه‌ها

پرداخت حقوق ورودی، صنعت نساجی به تولید خود ادامه می‌دهد و روی پاهای خود ایستاده‌است. وی تأکید کرد: بخش عمده‌ای از کالاهای قاچاق، خارج از فصل هستند و دوران اوج خود را گذرانده‌اند به همین دلیل با قیمت بسیار پایینی وارد کشور می‌شوند که طبعاً هیچ صنعتی در برابر چنین حجم وارداتی، توان مقاومت ندارد. این مقام مسئول در بخش دیگر از سخنان، کم‌توجهی به مد و طراحی کشور به‌عنوان یکی از اجزای صنعت نساجی، را مورد اشاره قرار داد و گفت: آقای محمدپور به‌عنوان یک مقام دولتی از امکان انتخاب آزادانه افراد

این است که در بخش‌هایی از صنعت نساجی هم دولت و هم سرمایه‌گذاران کوتاهی‌هایی داشتند و اکنون وقت این است که دست به دست هم دهیم و این نقیصه را جبران کنیم. نصرالهی در بخش دیگر سخنرانی خود به اقدامات وزارت صنعت در بخش نساجی اشاره کرد و گفت: بر توسعه بخش پوشاک در کشور متمرکز شده‌ایم و مسائل مربوط به این بخش را با جدیت دنبال می‌کنیم. وی ضمن اشاره به بازدید از تعدادی واحد دوزندگی مازندران و قائم‌شهر افزود: یکی از نقاط ضعف صنایع نساجی کشور، فقدان واحدهای بزرگ دوزندگی است



اشاره کرد و گفت: تبدیل ارز مبادله‌ای برای واردات نخ و پارچه به ارز متقاضی، اصلاح قیمت‌های پایه منسوجات به روند نزولی واردات نخ منجر شد و رغبت به مصرف نخ داخلی به وجود آمد؛ از سوی دیگر واردات پارچه کاهش یافت که از ۵۰ هزار تن واردات رسمی به ۳۶ هزار تن در سال گذشته کاهش یافت که این رقم در سال آینده نیز ادامه خواهد داشت. نصرالهی در ارتباط با قاچاق گفت: تمام صنایع تولیدی کشور، نیازمند حمایت‌های منطقی هستند اما اگر عنوان می‌شود که قاچاق به تولیدات صنایع نساجی لطمه می‌زند به این معنی ضعف صنعت نساجی نیست بلکه صنعت نساجی در کشور ما بسیار ریشه دار و قدرتمند می‌باشد، طبق آمارهای دقیق بین‌المللی، سالیانه دو میلیارد و ششصد میلیون دلار پوشاک وارد ایران می‌شود و آنچه از گمرکات ترخیص و به کشور راه می‌یابد ۵ میلیون دلار است؛ به همین دلیل یکی از راه‌های پی بردن به قدرت صنعت نساجی این است که علی‌رغم انبوه واردات کالاهای قاچاق آن هم بدون

در پوشش طبق موازین اسلامی - ایرانی صحبت به میان آوردند در حالی که تا ده سال پیش با احتیاط بیشتری در مورد مد و لباس صحبت به میان می‌آمد؛ تمام این موارد باعث شد در برخی از زمینه‌های مرتبط با صنعت نساجی عقب بمانیم. نصرالهی، ضمن اشاره به وجود مشکلات در بخش توزیع محصولات نساجی یادآور شد: صنعت فرش ماشینی با تلاش و درایت بخش خصوصی توانمند به رشد و بالندگی قابل توجهی دست یافته، ضمن این که در ارتباط با مد و طراحی فرش، فشار و اجباری بر آنها وجود نداشت تا یک سری مسائل به آنها دیکته شود؛ ضمن این که بسیاری از تولیدکنندگان فرش ماشینی، به طراحی شبکه‌های توزیع محصولات خود می‌پردازند و به همین دلیل با مشکل چندانی در بخش توزیع مواجه نیستند. وی تصریح کرد: طبق بررسی‌های انجام شده، حجم واردات سالیانه ماشین‌آلات صنایع فرش ماشینی به کشور ۱۴۰ میلیون دلار است، ارقام فوق نشان‌دهنده

اگرچه استان مازندران در این زمینه به پیشرفت‌های چشمگیری دست یافته و این نوید را می‌دهد که همگام با توسعه واحدهای بزرگ دوزندگی، واحدهای تولیدکننده مواد اولیه (تولیدکنندگان پارچه، فعالان ریسندگی، بافندگی، رنگرزی و تکمیل) نیز گسترش یابند. مدیرکل دفتر نساجی وزارت صنعت با ابراز خرسندی از رفع تنش‌های کارگری در شرکت نساجی مازندران با همکاری مسئولین استان و نمایندگان مجلس به فعالیت مجدد بخش رنگرزی، چاپ و تکمیل در آینده نزدیک اشاره کرد و گفت: طی بازدید از واحدهای نساجی استان مازندران، این امید در دل‌های ما زنده شد که بار دیگر شاهد رونق صنعت نساجی در این استان خواهیم بود. وی آمادگی وزارت صنعت را در زمینه مساعدت‌های ارزی و ریالی جهت گسترش و توسعه واحدهای دوزندگی، بافندگی، چاپ و تکمیل استان مازندران اعلام نمود و تصریح کرد: پیگیر راه‌اندازی طرح‌های

است زیرا هزینه‌های تولید ما بالاست و نمی‌توانیم با کشورهای دیگر رقابت کنیم. هم‌اکنون ترکیه با تشویق صادراتی توانسته محصولات خود را به سایر کشورها صادر کند. تشویق صادراتی نزدیک به ۱۶ تا ۱۷ درصد در لحظه‌ای که محصول از کارخانه خارج می‌شود به آنها پرداخت می‌شود.

دکتر رشیدی در بخش دوم سخنانش که مربوط به بخش ارتباط با صنعت بود، گفت: متأسفانه ارتباط دانشگاه با صنعت بسیار ضعیف است؛ دانشگاه، اطلاعات به روز را به دانشجویان ارائه می‌دهد اما در کارخانجات اطلاعات به سرعت به روز نمی‌شود و این

ایران» اعلام کنیم.

* راه‌اندازی مرکز تحقیقات در کارخانه‌های نساجی دکتر ابوسعید رشیدی - مدیر گروه نساجی و پوشاک دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات - سخنرانی خود را در سه بخش «پوشاک»، «ارتباط صنعت و دانشگاه» و «تحقیقات» بیان نمود.

وی در بخش پوشاک و در ارتباط با اجناس خارجی گفت: بخش اعظمی از پوشاک وارداتی به صورت قاچاق است که این قاچاق برای تولیدکنندگان مشکل ایجاد کرده است.

دکتر رشیدی به بخش تبلیغات در فروش اشاره کرد و

جدید صنعت نساجی هستیم.

تنظیم سند راهبردی پوشاک با همکاری دانشکده نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر و انجمن صنایع نساجی ایران یکی دیگر از مواردی بود که مورد اشاره مدیرکل دفتر نساجی وزارت صنعت قرار گرفت. وی گفت: در این زمینه، مطالعات تطبیقی در کشورهای مختلف انجام شد، نقاط ضعف و قوت صنعت نساجی مورد بررسی قرار گرفت و امیدواریم در جلسه مشترک وزیر صنعت و صنعتگران بخش خصوصی، نتایج این مطالعات و اقدامات موثر برای توسعه صنعت پوشاک مورد بحث و بررسی قرار گیرد.



دو هماهنگ نیستند و به همین دلیل فارغ‌التحصیلانی که وارد کارخانه می‌شوند احساس می‌کنند با کار در صنعت آشنا نیستند و کارخانه‌دار نیز متأسفانه اطمینان چندانی به آنان ندارند که برخی فعالیت‌ها را برعهده دانشجو بگذارند. به اعتقاد بنده اگر بتوانیم ارتباط نزدیک میان دانشگاه و صنعت برقرار کنیم، دانشجویان می‌توانند به راحتی جذب کارخانجات شوند.

وی در بخش سوم سخنانش در ارتباط با تحقیقات گفت: طی بازدید از یک کارخانه آلمانی، متوجه شدم که بخش تولید و تحقیقات آن از یکدیگر جدا بود. در بخش تحقیقات حدود پنج هزار نفر به فعالیت‌های تحقیقاتی می‌پرداختند که از این تعداد ۴ هزار نفر در مقطع دکتری و هزار نفر در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد فارغ‌التحصیل شده بودند.

وی با اشاره به این مطلب که کارخانجات باید بخشی از برنامه‌های خود را به تحقیقات اختصاص دهند و از توان علمی دانشجویان در این بخش‌ها استفاده کنند اذعان داشت: متأسفانه بخش تحقیق و توسعه برخی

گفت: متأسفانه تبلیغات داخلی بسیار ضعیف است و از رسانه‌های ملی کشور انتظار داریم که تبلیغات داخلی را افزایش دهند تا سطح آگاهی مردم نسبت به تولیدات داخلی و کیفیت آنها افزایش یابد.

این استاد دانشگاه در زمینه قیمت تمام شده بالای محصولات تولید داخل ددر مقایسه با تولیدات خارجی اعتقاد داشت: باید تلاش کنیم قیمت تمام شده محصولات ایرانی متناسب شود. همچنین در بخش طراحی و مد لباس به نحو احسن و با کمک دانشجویان مستعد و توانمند، محصولاتی با طراحی زیبا تولید و به بازار عرضه کنیم.

وی با اشاره به تغییر سریع مد و طراحی پوشاک تصریح کرد: باید این تغییرات را نسبت به زمان خود پیش‌بینی و به موقع تولید کنیم، در بخش رقابت نیز با تجهیز و به روز کردن ماشین‌آلات تولید پارچه و پوشاک می‌توان به رقابت با پوشاک وارداتی پردازیم.

دکتر رشیدی اذعان داشت: صادرات محصولات نساجی به دلیل بالابودن هزینه‌های تولید، ضعیف شده

نصرالهی به تعرفه ترجیحی ایران و ترکیه نیز اشاره کرد که نگرانی‌های بسیاری را برای صنعتگران نساجی ایجاد کرده بود. وی توضیح داد: لازم می‌دانم آماری در این زمینه ارائه دهم که نگرانی موجود کاهش یابد؛ مجموع واردات رسمی محصولات نساجی از ترکیه نسبت به سال پیش از اجرای این طرح، کاهش یافته است و اطمینان داشته باشید که از بابت تعرفه ترجیحی ترکیه هیچ آسیبی به صنعت نساجی ایران نخواهد رسید.

وی اضافه کرد: پیشنهاد کاهش تعرفه‌های ترجیحی را مطرح کرده‌ایم؛ ضمن این که در قرارداد تعرفه ترجیحی ترکیه پیش‌بینی شده چنانچه این واردات به تولیدات داخلی لطمه‌ای وارد کند، می‌توان از طریق اقداماتی نظیر جلوگیری از دامپینگ، واردات را محدود نماییم.

وی در پایان ابراز امیدواری کرد که با توجه به حمایت وزارت صنعت و دفتر صنایع نساجی از کلیه سرمایه‌گذاری‌های دارای اولویت در صنعت نساجی، از این پس، پوشاک مصرفی خود را با افتخار، «تولید

کارخانجات ما عملکرد چندان موثری ندارند و پیشنهاد بنده این است که کارخانجات، راه اندازی مرکز تحقیقات را در برنامه کاری خود قرار دهند تا به جذب دانشجویان و فارغ التحصیلان بپردازند و بتوانند به رفع مشکلات کارخانجات بپردازند.

این استاد دانشگاه در پایان سخنان خود را چنین جمع بندی کرد:

- ۱- ارتقای کیفیت پوشاک تولید داخلی
- ۲- تلاش در جهت کاهش قیمت تمام شده و عرضه مناسب در فروشگاه‌های مدرن.
- ۳- در اختیار گذاشتن کالاهای تولید شده از طرف

دارند. هم‌چنین دومین بازار کشورهای اسلامی برای مصرف پوشاک محسوب می‌شود.

به گفته مهندس سلطانی، چین بزرگ‌ترین صادرکننده پوشاک با اختلاف بسیار زیاد با سایر رقبا است و پس از چین، بنگلادش، آلمان و ایتالیا قرار دارند.

وی افزود: در سال‌های گذشته، رشد درآمدهای نفتی و رشد واردات و قاچاق پوشاک افزایش زیادی یافته است به طوری که در سال ۹۰ حدود ۵ میلیون دلار واردات پوشاک انجام شد و نکته جالب توجه این که به ازای هر ۵۲۰۰ دلار واردات پوشاک یک شغل در کشور وارد کننده از دست می‌رود؛ به عبارت بهتر در ایران حدود

از هزینه خانوار در ۲۰ سال گذشته نصف شده است یعنی از حدود ۱۰ درصد کل هزینه خانوار به ۵ درصد کاهش یافته (حتی سهم خوراک هم کاهش یافته) اما سهم مسکن افزایش یافته که علت آن رشد بی‌رویه قیمت املاک و ساختمان در ایران است.

وی گفت: از لحاظ رشد سالانه هزینه‌های فردی، پوشاک کمترین رشد را در ۱۵ سال از سال ۷۵ تا سال ۹۰ داشته است و طی دولت‌های هفتم و هشتم مصرف پوشاک افزایش یافته اما در دولت‌های نهم و دهم، مصرف پوشاک پایین آمده است. وی سپس به مقایسه روند شاخص قیمت‌های پوشاک



فروشنندگان به صورت اقساط برای کسانی که قدرت خرید بالایی ندارند.

- ۴- ارتقاء فرهنگ جامعه در جهت نظارت همگانی مردم مطبوعات و رسانه‌های عمومی جهت مقابله با معضلات فرهنگی از نظر کیفیت محصول
- ۵- تسهیل قوانین و مقررات جهت حمایت از تولیدکنندگان داخلی و اقدامات منابع ذی‌صلاح دولتی در مقابل محصولات تقلبی.

* بررسی بازار صنایع نساجی و پوشاک

مهندس احسان سلطانی - پژوهشگر صنایع نساجی و پوشاک - سخنرانی خود را بررسی بازار نساجی و پوشاک آغاز کرد و گفت: بازار مصرف پوشاک ایران، بازار نسبتاً بزرگ با حجم حدود ۲۰ میلیارد دلار است که بخش عمده مصرف کنندگان آن قشر جوان هستند.

وی ادامه داد: در سطح کشورهای اسلامی، ایران دومین کشور از لحاظ حجم بازار بعد از ترکیه است و پس از ایران، اندونزی، مصر و عربستان سعودی قرار

یک میلیون شغل را از دست دادیم. صادرات نیز پس از دولت نهم و دهم تا حدودی رشد داشت و پس از آن دچار افت شد.

به گفته این پژوهشگر نساجی، در زنجیره عرضه نساجی و پوشاک، سه بخش سرمایه‌بر، کارگربر و بخش خدماتی وجود دارد که نساجی و تولید الیاف، نخ و پارچه در بخش سرمایه‌بر، پوشاک در بخش کارگربر و توزیع، عرضه و طراحی بخش در خدمات نساجی قرار می‌گیرند؛ متأسفانه بیشترین توجه و تمرکز ما بر بخش سرمایه‌بر استوار بوده است.

وی، یکی از مشکلات بزرگ صنعت پوشاک را افزایش نرخ ملک‌های مسکونی و تجاری و افزایش آن در ملک‌های واقع در خیابان‌های اصلی دانست و افزود: سهم اجاره محل کار و محل فروش پوشاک در حدود ۳۰ درصد از کل سهمی است که مصرف کننده خریداری می‌کند که این رقم حدود دو برابر متعارف آن است.

مهندس سلطانی اذعان داشت: سهم مصرف پوشاک

با شاخص کل طی ۲۰ سال گذشته پرداخت و گفت: به طور کلی افزایش قیمت شاخص پوشاک از افزایش قیمت شاخص کل کالاها، کمتر است به این ترتیب، پوشاک کمتر از کالاهای دیگر، گران شده است. تا سال ۷۵ نیز سهم مصرف پوشاک کاهش یافته و از سال ۹۱ این روند کندتر شده که علت آن، افزایش یک‌باره قیمت پوشاک است و در مجموع سهم پوشاک از هزینه خانوار با افت تدریجی روبروست.

به گفته وی، ۲۵ درصد از مصرف پوشاک دنیا متعلق به آمریکا است؛ در طی ۱۰ تا ۱۵ سال گذشته، پوشاک تورم منفی داشته است در حالی که کل هزینه‌های خانوار ۶۰ درصد افزایش یافته است. در آمریکا نیز سهم پوشاک به نیم کاهش پیدا کرده؛ علیرغم اینکه ۶۸ درصد تورم قیمتی در کل کالاها وجود داشت اما پوشاک ۳ درصد ارزان‌تر شده است!

مهندس سلطانی ادامه داد: اگر قرار باشد خانواده‌ها، هزینه‌های خود را کم کنند؛ اولویت آنان به ترتیب این‌گونه خواهد بود: تفریح، مسافرت، پوشاک، آموزش

و هزینه موبایل. هزینه‌های آموزش، مسافرت، درمان، ارتباطات و حامل‌های انرژی بالا رفته که ناخودآگاه به بخش پوشاک فشار وارد کرده و در مقابل، هزینه‌های مربوط به آن در سبد خانوار پایین آمده است. وی اذعان داشت: بر خلاف برخی از باورهای عمومی و اظهارات، مردم ایران در ۵ سال گذشته قدرت خرید خود را از دست داده‌اند، فقیرتر شده‌اند و هزینه از درآمد پیشی گرفته است؛ به عبارت بهتر درآمد مردم ایران ثابت باقی مانده و هزینه‌ها، روندی افزایشی داشته‌اند. مهندس سلطانی اشاره کرد: بازار پوشاک با سه عامل تاثیرگذار مواجه است:

۶- بازاریابی و شبکه توزیع
وی با بیان این مطلب که توزیع پوشاک در کشور با مشکلات فراوانی روبروست به مثال مدیرکل دفتر نساجی وزارت صنعت در ارتباط با فرش ماشینی اشاره کرد که توانسته شبکه توزیع را توسعه دهد و خود را از بازار سنتی تهران خارج کند. وی اضافه کرد: متأسفانه صنعت پوشاک ما در اختیار بازاریان سنتی و تحت سیستم قدیمی و منسوخ شده قرار دارد که واقعاً نابود کننده است و اگر بتوان از این سیستم رهایی یافت، رشد و توسعه صنعت امکان‌پذیر خواهد شد. مهندس سلطانی، مشکلات موجود در بخش توزیع

۱- فروشگاه
۲- طراحی
۳- تولید و زنجیره تولید
۴- لجستیک و به موقع رساندن محصول.
به اعتقاد وی، شرکت زارا توانسته است در طی ۱۰ روز یک محصول را از مرحله طراحی به تولید برسد و به اندازه‌ای تنوع محصولات خود را افزایش دهد و انعطاف در تولید داشته باشد که اگر محصولی در بازار فروش نمی‌رود؛ به سرعت تولید آن را قطع و محصول دیگری طراحی و تولید می‌کند. مهندس سلطانی تصریح کرد: باید در صنعت نساجی



۱- کاهش توان مصرف خانواده
۲- واردات ارزان قیمت که با ارز ارزان قیمت هم وارد می‌شود که سرکوب قیمتی برای تولیدات داخلی محسوب می‌شود.
۳- افزایش سایر هزینه‌های خانوار مانند هزینه انرژی، ارتباطات، آموزش و بهداشت
خارج از سیستم نیز سه عامل بر بازار پوشاک تاثیر گذارند:
۱- افزایش دوبرابری هزینه‌های توزیع
۲- افزایش هزینه‌های تولید به دلیل افزایش قیمت نهاده‌های انرژی و غیره
۳- کاهش تولید.
مهندس سلطانی چالش‌های پوشاک را در ۶ محور جمع بندی کرد:
۱- موسسات پشتیبان و موضوع آموزش
۲- انسجام خوشه‌های صنعتی
۳- حمایت دولت و زیرساخت‌ها
۴- تامین مواد اولیه و تکنولوژی
۵- طراحی محصول

را این گونه برشمرد: هزینه بالای خرده فروشی، شبکه عرضه بسیار سنتی و عقب مانده، شبکه فروش سازمان نیافته، تعداد زیادی بوتیک با هزینه بالا و فروش پایین که توسط جوانان بی تجربه اداره می‌شوند، عدم ورود فروشگاه‌های تخصصی زنجیره‌ای پوشاک، عدم گسترش تجارت الکترونیک، سرعت گردش پایین موجودی، افزایش هزینه‌ها، نبود مقررات لازم برای زنجیره عرضه مانند قانون برندینگ و قانون ثبت برای واردکنندگان و لیبلینگ، ورود آزاد محصولات وارداتی به شبکه عرضه از طریق دست فروش‌ها و واردات انبوه کالای همراه مسافر.
وی در بخش دیگر سخنانش گفت: در کشور، بیشترین توجه برای سرمایه گذاری حول محور تولید است و توجهی به سرمایه‌گذاری در بخش‌هایی که ذکر شد وجود ندارد. وی با اشاره به مدل جهانی شرکت ایندیتکس گفت: این شرکت که سالانه یک میلیارد قطعه پوشاک تولید می‌کند، بیش از ۶۰۰۰ فروشگاه در ۸۷ کشور دارد و بر چهار اصل اساسی استوار است:

و پوشاک، مهارت‌های نرم‌افزاری خود را افزایش داده و سرعت تحویل بالا داشته باشیم تا هم حاشیه سود بیشتر و هم موجودی کمتری داشته باشیم. ضمن اینکه می‌توانیم با چین در بازار داخلی رقابت کنیم زیرا کالای چینی دو ماه زمان می‌برد تا به بازار ما برسد. وی در ارتباط با موضوع خرده فروشی گفت: سهم خرده فروش‌های تخصصی و برندها از کل فروش پوشاک ایران به شدت پایین است که این یک معضل بزرگی است چرا که در دنیا سهم برندهای خرده فروش رو به افزایش است. مهندس سلطانی با اشاره به این نکته که فروش برند نایک از فروش صادرات ترکیه بیشتر است، افزود: یک برند می‌تواند تا این حد قدرت پیدا کند که از حجم صادرات یک کشور، سبقت بگیرد. وی، فروش پوشاک در قالب بوتیک در دنیا را رو به کاهش دانست و گفت: امروزه فروشگاه‌های تخصصی و بزرگ، افزایش یافته‌اند ضمن این‌که فروش از فروشگاه‌های مرکز شهر به خارج از شهر منتقل

شده‌اند و علت آن وجود ترافیک و گرانی املاک است بنابراین مشکل افزایش قیمت ملک، جهانی است اگرچه در کشور ما افزایش بیشتری پیدا کرده است.

* توانا بود هر که دانا بود

آخرین سخنران همایش، دکتر وحید محمدی - استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر - بود. وی، به متمایز بودن اشاره کرد و گفت: امروز عصر تکنولوژی است و «توانا بود هر که دانا بود» به گفته دکتر محمدی، بزرگترین علت شکست افراد این است که به بهترین توانایی‌هایشان تکیه می

به زمان فعلی نیست و ریشه تاریخی دارد. وی گفت: در طول تاریخ، اقداماتی مهمی برای حمایت از تولید داخل انجام شده‌است، نخست این که علمای اصفهانی منسوجات غیر ایرانی را ممنوع و اعلام کردند برای امواتی که با پارچه غیر ایرانی کفن می‌شوند، نماز میت نمی‌خوانند. دومین اقدام مهم تاریخی به دوران امیرکبیر اختصاص دارد که واردات پارچه خارجی را ممنوع اعلام کرد، شال ترمه پوشید و به این ترتیب حمایت خود را از کالای ایرانی به مردم نشان داد. این استاد دانشگاه ضمن بیان این مطلب که طراحان پارچه و لباس ترکیه از طریق دولت با قوانین و مقررات

۲۰۱۰ لیست شرکت‌های برتر را اعلام کرد و در سال ۲۰۱۳ پس از سه سال بررسی، مشخص شد شرکت‌هایی که رده‌های بالا این فهرست قرار داشتند و برندهای معروف دنیا هم محسوب می‌شوند، موقعیت خود را از دست داده‌اند. محققان دلایل آن را در دو مورد خلاصه کردند:

- ۱- عدم بهره‌گیری مدیران شرکت از دانش روز دنیا
 - ۲- عدم تغییر افکار مدیران شرکت در جهت بهبود مجموعه
- توصیه‌های دکتر محمدی به تولیدکنندگان پوشاک این موارد بود:



کنند و این قابل تامل است. امروز در هر لحظه ما با انفجار اطلاعات روبرو هستیم، اطلاعات در مشاغل ما بسیار مهم است؛ باید بدانیم که به اطلاعات و دانش یکدیگر نیاز داریم و باید در عصر ارتباطات به کمک هم‌بشتایییم.

وی اشاره مختصری به تاریخ پیدایش پوشاک کرد و گفت: پوشاک از نیازهای اولیه بشر است و هر فردی از لحظه تولد تا مرگ در این پوشش قرار دارد. اگر صنعت نساجی و پوشاک نبود تکلیف انسانها چه بود؟ آیا برای پوشش خود باید از برگ استفاده می‌کردیم؟ البته همچنان اقوامی در برخی از نقاط افریقا وجود دارند که از پوشش برگی استفاده می‌کنند

این استاد دانشگاه، نیاز به پوشاک را در حوزه تکامل و رشد فکری انسان دانست و افزود: ملت ایران بعد از ظهور اسلام به خوبی خود را با پوشش اسلامی انطباق داد زیرا اقوام ایرانی همیشه دارای پوشش بوده‌اند. در قرون ۱۴ تا ۲۰ میلادی واردات پارچه به ایران شروع می‌شود بنابر این واردات بی‌رویه پارچه به ایران مربوط

تولید آشنا می‌شوند؛ ادامه داد: انسان‌ها از عصر سنتی به مدرنیته پای گذاشته‌اند و همه به دنبال جریان مد و تغییرات سریع آن هستند.

به‌اعتقاد وی، طراحان پارچه و لباس و تولیدکنندگان پوشاک باید بازار هدف، سلیق و نیازهای مخاطبان خود را به خوبی بشناسند.

وی افزود: متأسفانه در همایش امروز، اشاره‌ای به بنیاد ملی مد و لباس کشور نشد در حالی که متولیان صنایع نساجی و پوشاک باید این بنیاد را به خوبی بشناسند و بدانند که فرهنگ و هنر ارتباط تنگاتنگ با هم دارند. طراحان ما باید با سلیقه مصرف‌کنندگان آشنا باشند

و در عین حال تغییرپذیر و انعطاف‌پذیر نیز باشند. تعاملات و توجه به نیاز جامعه و جمعیت‌شناسی و شناخت گروه‌های هدف و شناخت سلیقه مشتریان از دیگر عوامل مهم برای رقابت در بازار است زیرا سلیقه مشتریان روز به روز تغییر می‌کند البته با اعتمادسازی و تعامل، می‌توان سلیقه مشتریان را شناخت.

دکتر محمدی در ادامه گفت: مجله فورچون در سال

- * اطلاعات دقیق از بازار جهت اتخاذ سیاست صحیح
 - * شناسایی توانمندی‌های خود
 - * تعهد در بازاریابی و فروش
 - * انجام کار تیمی
 - * افزایش حجم فروش هدفمند
 - * ارتباط موثر با مشتریان
 - * تولید محصول متمایز و متفاوت
 - * تلاش و پیگیری در فعالیت‌ها
 - * تغییرات در محصولات
- وی در پایان توصیه‌هایی نیز برای طراحان پوشاک داشت:

- * شناسایی قوانین مد و لباس
- * تطابق مد با فرهنگ بازار هدف در ایران
- * شناسایی الزامات فرهنگی و سلیقه بازار هدف
- * شناسایی جامعه آماری
- * شناخت بازار مواد اولیه
- * خلاقیت و نوآوری در طراحی و تولید.