

اشاره:

هفتمین نمایشگاه زنان و تولید ملی با حمایت شهرداری تهران و حضور ۷۵ برند مطرح و معتبر صنعت پوشاک (زانه، مردانه، بچه‌گانه)، کیف، کفش و مواد غذایی در بوستان گفت‌وگو برگزار شد. در نمایشگاه که از ۱۰ صبح تا ۹ شب به مدت ۱۰ روز برپا بود و برنامه‌های حاشیه‌ای مانند غرفه کودکان، برنامه‌های ورزشی و... نیز اجرا شد؛ بخش عمده‌ای از تولیدات زنان سرپرست خانوار تحت پوشش شهرداری تهران به نمایش درآمدند.



گزارشی از برگزاری هفتمین نمایشگاه زنان و تولید ملی به تولیدکننده داخلی مجال رقابت بدهید!

وی با اشاره به نقش زنان در جامعه تاکید کرد: اگر نقش فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و مادرانه زنان دیده نشود آنان رو به افول می روند. امیدواریم بتوانیم حق زنان را به گونه‌ای عادلانه ادا کنیم و فعالیت‌های گسترده، عمیق و سازنده آنها را به نمایش بگذاریم.

وی با بیان اینکه نمایشگاه زنان و تولید ملی باید نگاه مردان را نسبت به زنان تغییر دهد، اظهار کرد: یکی از موارد ممتاز در این نمایشگاه حضور زنان سرپرست خانوار است آنان علی‌رغم مشکلات متعدد، قوی‌تر از مردان عمل می‌کنند.

امرودی در مورد نمایشگاه زنان و تولید ملی گفت: این نمایشگاه دارای ویژگی‌هایی است که می‌تواند در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی عمل کند. نخستین ویژگی حضور زنان سرپرست خانوار است. علاوه بر آن این نمایشگاه پیش از مهرماه آغاز می‌شود و نیازهای خانواده‌ها را پیش از این فصل عرضه می‌نماید.

وی تصریح کرد: کیفیت محصولات ارائه شده در این نمایشگاه به گونه‌ای است که بهترین کیفیت در سطح خاورمیانه محسوب می‌شود و خانواده‌ها می‌توانند با حداقل قیمت محصولات مورد نیاز خود را تهیه کنند. یکی دیگر از ویژگی‌های این نمایشگاه می‌تواند

را به ما داده است.

در ادامه، حجت‌الاسلام والمسلمین میثم امرودی- معاون فرهنگی اجتماعی شهرداری تهران- نیز عنوان داشت: مردان به علت حمایت‌های زنان توانستند جنگ را اداره کنند و اکنون زنان به قابلیت دست یافته‌اند که می‌توانند در جهان خوش بدرخشند. وی افزود: نه فقط زنان ایرانی بلکه زنان مسلمان نقش مهمی در تربیت نسل پاک و مبارز دارند علاوه بر آن اسلام به زنان به عنوان موجودی انسانی نگاه می‌کند اما در غرب ابتدا جنسیت زن در نظر گرفته می‌شود.

امرودی تصریح کرد: خانواده با وجود زن قوام می‌یابد و اگر به هر دلیلی مرد خانواده از بین برود با وجود زن خانواده می‌تواند کار کردهای خود را داشته باشد اما اگر زن در خانواده نباشد مشکلاتی اساسی برای آن به وجود می‌آید.

معاون فرهنگی اجتماعی شهرداری تهران با بیان اینکه باید در سطح شهر عدالت را نسبت به بانوان رعایت کنیم، تصریح کرد: امکانات معمولاً در سطح شهرها مردانه است. همین امر موجب راه اندازی بوستان بانوان و شهربانوها شد تا زنان بتوانند به دور از هرگونه نگاه نا امن فعالیت‌های مختلف داشته باشند.

در مراسم افتتاحیه، فهیمه فیروزفر-مدیر ستاد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار شهرداری تهران- ضمن بیان این مطلب که هفتمین نمایشگاه زنان و تولید ملی با حضور ۷۵ برند برتر ایرانی فعالیت خود را آغاز می‌کند، افزود: تلاش خود را به عمل می‌آوریم تا مردم را به خرید محصولات ایرانی تشویق کنیم زیرا حمایت بیشتر از تولید ملی به افزایش سطح اشتغال جوانان منتهی می‌شود. وی تصریح کرد: ممکن است با توجه به شرایط جدید به بازار جهانی تبدیل شویم و در صورت عدم حمایت از تولید ملی، شرایط خطرناکی به وجود خواهد آمد بنابراین باید با همت ملی تولید ملی را پشتیبانی کنیم تا بتوانیم صادرکننده باشیم نه واردکننده.

به گفته فیروزفر تلاش می‌کنیم از میان برندهای حاضر در نمایشگاه، یک شبکه مجازی ایجاد کنیم و امیدوارم این امر تا پایان سال جاری محقق شود.

فیروزفر، یک‌سوم از غرفه‌های نمایشگاه زنان و تولید ملی را مربوط به مراکز مهارت آفرینی کوثر عنوان کرد و گفت: در این دوره از نمایشگاه، شاهد افزایش ۲۶ درصدی حضور برندها هستیم ضمن این که شهردار تهران، قول مساعد مبنی بر اختصاص نمایشگاه دائمی



احمد طاهری



مجید فخراری



بهنام امین اصفهانی



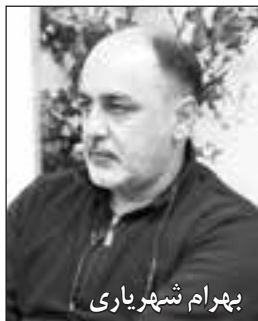
مجید فخراری



عماد کبری



لیلا آکشدنو



بهرام شهریاری



پیام نظیری



بهروز میرزایی



حسین ماردانی



حمید عظیمی



حجت الاسلام حبیبالمقیم ناصحی



حجت الاسلام میثم امرودی



فهیمة فیروز فر



منصور الیاسینی

بسته حمایتی از این صنعت اجرایی نشده است. وی ضمن اشاره به این مطلب که حمایت از تولیدکنندگان پوشاک را صرفاً یک شعار تبلیغاتی می‌دانم که مختص یک دولت خاص نیست، تصریح کرد: برخی دولت‌ها تولید را تا مرز نابودی کشانده‌اند. افتخاری عنوان داشت: رویکرد اقتصادی دولت اخیر در بخش تولید با انتقادات متعددی روبروست که انعقاد تعرفه ترجیحی ایران و ترکیه و برگزاری نمایشگاه پوشاک سایر کشورها در ایران (آن هم بدون نظارت و به بدترین نحو ممکن یعنی فروش کالای قاچاق در برخی از غرفه‌های این نمایشگاه) نمونه‌های بارز آن می‌باشد. مدیر گروه تولیدی مانتو عصر جدید افزود: به تازگی، صنعت پوشاک مورد توجه ویژه دولتمردان قرار گرفته که امیدوارم مقطعی و کوتاه مدت نباشد. وی یکی از مشکلات اصلی تولیدکنندگان پوشاک را وجود محصولاتی دانست که در بازار با عنوان برندهای

عضو شورای شهر تهران اضافه کرد: متأسفانه در سال‌های اخیر به دلیل تبلیغات منفی، مردم تصور می‌کنند محصولات غیر ایرانی بهتر از تولیدات ایرانی است اما این تبلیغات پوچ و خالی هستند. به اعتقاد وی، ایرانیان در هر حوزه‌ای که وارد می‌شوند نمره بالا می‌گیرند زیرا دارای پیچیده‌ترین مغزهای دنیا هستند و در هر کاری که آغاز کنند به موفقیت دست می‌یابند. در ادامه مراسم افتتاحیه، مسئولین از غرفه‌های نمایشگاه بازدید به عمل آوردند و از نزدیک در جریان محصولات عرضه شده در این نمایشگاه قرار گرفتند. گفت‌وگو با تعدادی از غرفه‌داران هفتمین نمایشگاه زنان و تولید ملی

حمایت نمی‌شویم!

مجید افتخاری - مدیر گروه تولیدی مانتو عصر جدید - اذعان داشت: متأسفانه تولیدکنندگان پوشاک با مقوله‌ای به نام حمایت دولت روبرو نبوده‌اند و تاکنون

به عرضه پوشاک پاییز در آن اشاره کرد این در حالی است که معمولاً مغازه‌ها در پایان فصل تابستان پوشاک تابستانی را با تخفیف عرضه می‌کنند.

به اعتقاد امرودی، قیمت و کیفیت محصولات نمایشگاه زنان و تولید ملی مورد توجه برگزارکنندگان است؛ از سوی دیگر مردم نباید تنها به مارک روی پوشاک توجه کنند. وی در پایان اذعان داشت: شورای اسلامی حمایت قابل توجهی از کلیه محصولات مرتبط با عفاف و حجاب کرده است و در نمایشگاه زنان و تولید ملی این محصولات با تخفیف ویژه به دانشجویان عرضه می‌شود.

حجت‌الاسلام عبدالمقیم ناصحی - عضو شورای اسلامی شهر تهران - یکی دیگر از سخنرانان مراسم افتتاحیه هفتمین نمایشگاه زنان و تولید ملی بود. وی گفت: این نمایشگاه به تدریج جایگاه خود را در سطح تهران بزرگ پیدا کرده و امیدوارم در سطح کشور نیز به جایگاه شایسته خود دست یابد.

مطرح عرضه می شوند اما اکثر آنها یا تقلبی و یا دارای نمایندگی غیرمجاز در ایران هستند در این میان، تکلیف تولیدکننده داخلی مشخص نیست که آیا با برندهای شناخته شده به رقابت می پردازد یا با فروشندگانی که صرفاً نام و عنوان یک برند اروپایی را یدک می کشند و در واقع فروشنده محصولات تقلبی و بی کیفیت چینی هستند، دست و پنجه نرم می کنند! متأسفانه در این زمینه، هیچ نظارت و کنترلی از سوی مراجع و نهادهای مربوط صورت نمی گیرد.

مدیر گروه تولیدی مانتو عصر جدید، تداوم فعالیت برخی فروشندگان پوشاک که محصولات بی کیفیت را به نام برند اروپایی به مردم عرضه می کنند را موجب افزایش مزیت کاذب محصولات تقلبی و نابودی تدریجی تولیدکنندگان پوشاک اعلام کرد و گفت: ما

هستند. از سوی دیگر نمی توان مردم را وادار کرد تا فقط از پوشاک داخلی استفاده کنند و توجهی به برندهای خارجی نداشته باشند، چه بسا برخی از مصرف کنندگان ایرانی، فقط به دنبال خرید از برندهای مطرح دنیا هستند و دغدغهای هم بابت هزینه های گزاف آن ندارند.

وی افزود: واقعیت این است که هر اندازه سطح کیفی پوشاک ایرانی افزایش یابد باز هم نمی توان تمام نیازهای بازار داخل را تأمین نمود و برندهایی مانند زارا، مانگو، اچ اند ام و ... در اغلب کشورها، شعباتی راه اندازی کرده اند و به تأمین نیاز بخش دیگری از بازار پوشاک می پردازند.

افتخاری یادآور شد: این تفکر که تولیدکنندگان داخلی قادر به تأمین تمام نیاز بازار داخلی هستند، کاملاً غیرمنطقی و نادرست است و برنامه ریزی بر اساس

دهها نمایشگاه فروش پوشاک هستیم اما هیچ کدام کیفیت مناسبی ندارند و حتی سطح برگزاری برخی به اندازه ای پایین است که نوعی اهانت و توهین به مصرف کنندگان ایرانی محسوب می شود.

افتخاری، مسأله «قیمت» را یکی از مسائل مهم در نمایشگاه های فروش مستقیم دانست و گفت: در نمایشگاه زنان و تولید ملی شهر یورماه، به دلیل این که هنوز کلکسیون های پاییز در دفاتر پخش توزیع نشده، طبعاً کار جدیدی ارائه نمی شود اگرچه این احتمال نیز وجود دارد که در روزهای پایانی برگزاری نمایشگاه، بخشی از کارهای فصل پاییز نیز عرضه گردد.

این تولیدکننده پوشاک بیان داشت: مسئولین برگزاری نمایشگاه زنان و تولید ملی، دقت و حساسیت خاصی در مورد کیفیت محصولات عرضه شده نشان می دهند و تمام تلاش خود را به عمل می آورند تا پوشاک کم کیفیت در اختیار مردم قرار نگیرد و حتی در دوره های بعدی از حضور شرکت هایی که محصولات بی کیفیت عرضه می کنند، ممانعت به عمل می آورند.

به تولیدکننده داخلی مجال رقابت بدهید!

منصور الیاسی - مدیر شرکت تولیدی ال سی من - حمایت از تولیدکنندگان پوشاک را در سطح حرف و شعار، عالی و ایده آل توصیف کرد و افزود: متأسفانه در عمل، حمایت چندانی مشاهده نمی شود.

این تولیدکننده کت و شلوار مردانه افزود: دولت ترکیه به تولیدکنندگان پوشاک خود اعلام کرده که محصولاتشان را در ایران ۳۰ درصد ارزان تر به فروش برسانند و در ازای آن، یارانه دولتی دریافت می کنند زیرا به خوبی می دانند کارخانه های ایران، جان تازه ای گرفته اند و با سلیقه منحصر به فرد و هوش سرشار ایرانیان، دیگر در بازار پوشاک ما، مجال عرض اندام نخواهند داشت. الیاسی اذعان داشت: قیمت حامل های انرژی و هم چنین حقوق و دستمزد کارگران در ایران به مراتب مناسب تر از کارخانه های ترکیه است اما وجود مشکلات آزردهنده مانند بهره های بالای بانکی (حدود ۲۶ درصد)، ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده (که فقط شامل حال تولیدکننده می شود!)، ۳۰ درصد سهم بیمه کارفرما، دشواری تهیه مواد اولیه و ... قیمت تمام شده تولیدات ایرانی را افزایش می دهد و توان رقابت را از تولیدکنندگان سلب می کند.



آن، راه به جایی نخواهد برد. این تولیدکننده پوشاک در بخش دیگر مصاحبه خود، روند برگزاری نمایشگاه زنان و تولید ملی را مطلوب و رو به رشد دانست و کیفیت برگزاری، چیدمان غرفه ها و حضور برندهای معتبر و خوش نام صنعت پوشاک را از نقاط قوت این نمایشگاه عنوان کرد که دارای استانداردهای لازم برای یک نمایشگاه مختص فروش می باشد.

وی با یادآوری این مطلب که گروه تولیدی مانتو عصر جدید، سابقه حضور در شش دوره نمایشگاه زنان و تولید ملی را دارد، افزود: در طول سال شاهد برگزاری

(تولیدکنندگان پوشاک) مخالف ورود رسمی و قانونی برندهای خارجی نیستیم و حتی معتقدم که حضور برندهای معتبر در برخی از حوزه ها، موجب پویایی تولید نیز خواهند شد. به اعتقاد افتخاری، هیچ کشوری در دنیا به تنهایی، تأمین کننده پوشاک مصرف کنندگان خود نیست و تمام تولیدکنندگان پوشاک در سطح دنیا، قادر به رفع نیاز بخشی از بازار خود هستند و بخش دیگر از طریق واردات، تأمین می شود حتی در کشور ترکیه که به عنوان قطب صنعت پوشاک شناخته می شود، بسیاری از برندهای مطرح اروپایی دارای نمایندگی

امید بسته‌اند و تحقق آن جز با گسترش چتر حمایتی دولتمردان از صنعت میسر نخواهد بود.

مهدی زاده ضمن اشاره به برنامه ریزی و حرکت رو به پیشرفت صنعت در کره جنوبی اذعان داشت: در سال‌های دور، کره جنوبی از نظر تولید، صنعت و سیستم‌های مالی یک کشور عقب مانده محسوب می‌شد اما در حال حاضر با اقتصاد کشورهایی مانند اسپانیا و نیوزلند برابری می‌کند. قطعاً دستیابی به چنین جایگاهی، نتیجه نگرش مثبت و برنامه‌ریزی صحیح دولت کره جنوبی نسبت به برندهای ملی خود است و اگر بتوان این نگاه و برنامه‌ریزی را در ایران اجرایی نمود؛ به پیشرفت‌های قابل ملاحظه دست خواهیم یافت.

مهدی زاده سپس برگزاری نمایشگاه زنان و تولید

و قیمت مناسب وارد نمایشگاه شد که مورد استقبال بازدیدکنندگان نیز قرار گرفت و در بسیاری از موارد، مشتریانی که سال گذشته از ما خرید کرده بودند؛ امسال نیز از غرفه ما بازدید به عمل آوردند و خرید خود را انجام دادند.

رقابت سالم برندهای ایرانی و خارجی؛ مدینه فاضله تولیدکنندگان پوشاک

به اعتقاد حسین مهدی‌زاده- مدیرعامل شرکت تولیدی پوشاک من‌تن- تا زمانی که به تکنولوژی‌های نوین تولید، مواد اولیه مرغوب و سرمایه کافی دسترسی نداشته باشیم، نمی‌توان از رشد و توسعه سخنی به میان آورد. وی تصریح کرد: ورود برندهای معتبر پوشاک به ایران را بسیار مثبت و سازنده می‌دانم

مدیرعامل ال سی من با انتقاد نسبت به عملکرد مجتمع‌های تجاری و مراکز خرید در عدم همکاری با برندهای داخلی اذعان داشت: برندهای خارجی هزینه‌های بسیار گزافی بابت اجاره فروشگاه در این قبیل پاساژها تقبل می‌کنند و به همین دلیل مدیران مجتمع‌های تجاری، تمایل چندانی به همکاری با برندهای ایرانی ندارند؛ ضمن این که اجاره پهای هیچ یک از مغازه‌های مذکور کمتر از ۷۰ میلیون تومان نیست که تولیدکننده ایرانی توان پرداخت چنین هزینه‌هایی سنگینی را ندارد.

وی با یادآوری این مطلب که پیش از پیروزی انقلاب، صنعت نساجی و پوشاک ایران در خاورمیانه، پیشتاز سایر کشورها بود؛ افزود: با حمایت‌های منطقی دولت و تلاش مضاعف تولیدکنندگان، هنوز هم می‌توانیم دوران شکوه و اقتدار گذشته را احیا نماییم و امثال ترکیه را با موفقیت پشت سر بگذاریم زیرا همت، غیرت و سلیقه تولیدکننده ایرانی، فراتر از دیگران است.

الیاسی از مسئولان خواست تا تمهیداتی بیندیشند که حداقل ۵۰ درصد فضای مجتمع‌های تجاری در اختیار برندهای پوشاک داخلی قرار گیرد.

مدیرعامل ال سی من اذعان داشت: این کارخانه دارای ۴۰۰ نفر کارگر است چرا نباید در کنار برندهای خارجی به عرضه محصولات باکیفیت خود بپردازد؟ چرا مجال رقابت به تولیدکننده داخلی داده نمی‌شود؟

وی در ادامه ضمن اشاره به این مطلب که نمایشگاه زنان و تولید ملی روند رو به رشد خود را طی می‌کند، افزود: البته نقاط ضعفی هم بر کار این نمایشگاه وجود دارد برای مثال سیستم امنیتی نمایشگاه باید تقویت شود تا محصولات عرضه شده مورد سرقت قرار نگیرد کما این که در دوره‌های گذشته پس از اتمام کار نمایشگاه و جمع‌آوری کت و شلوارها متوجه کسری آنها شدیم، اعتراضات ما هم به جایی نرسید!

الیاسی تصریح کرد: نمایشگاه زنان و تولید ملی به تدریج به محل حضور برندهای معتبر، شناخته شده و باکیفیت ایرانی تبدیل می‌شود و شرکت‌های متفرقه از دور رقابت خارج خواهند شد.

به گفته وی، متأسفانه برخی از شرکت‌کنندگان برای جذب بیشتر مصرف‌کنندگان و افزایش حجم فروش، از اتیکت‌های خارجی استفاده می‌کنند و محصولات خود را به نام ترکیه و چین به فروش می‌رسانند.

الیاسی تصریح کرد: ال سی من با محصولات با کیفیت



ملی را «یک اتفاق خوب» توصیف کرد و افزود: این نمایشگاه، فرصت بسیار مناسبی برای برندهای معتبر پوشاک ایرانی است تا توانمندی‌های خود را در معرض مشاهده بازدیدکنندگان قرار دهند.

وی ضمن ابراز خرسندی از حضور شرکت متبوع خود در این نمایشگاه، خواستار افزایش اطلاع رسانی و تبلیغات مربوط به برگزاری این رویداد صنعتی تجاری شد تا در دوره‌های بعدی شاهد استقبال بیشتر مردم باشیم.

مدیرعامل من تن تصریح کرد: خوشبختانه تمام

که منجر به فرهنگ‌سازی برندهای ملی خواهد شد اما بهتر است نگاه ویژه‌ای به تجربه چین در قبال ورود برندهای اروپایی داشته باشیم به این معنی که لازمه ورود برندهای خارجی به چین، انتقال بخشی از تولید در این کشور است تا ضمن انتقال تکنولوژی، مواد اولیه با کیفیت و سرمایه، کارآفرینی و اشتغال‌زایی قابل توجهی نیز به همراه داشته باشد.

به گفته مدیرعامل من تن، شکل‌گیری رقابت سالم میان تولیدکنندگان ایرانی و برندهای معتبر خارجی، مدینه فاضله‌ای است که اهالی پوشاک به آن چشم

برندهای پوشاک این نمایشگاه، ایرانی هستند و همگی با تمام توان در آن حاضر شده‌اند از سوی دیگر سطح برگزاری نمایشگاه فوق، نیز به مراتب بالاتر از نمایشگاه‌های فصلی می‌باشد.

به گفته مهدی‌زاده، بسیاری از شرکت کنندگان نمایشگاه زنان و تولید ملی با محصولات جدید حاضر شده‌اند البته شرایط فصل به نحوی است که شاید از دیدگاه مشتریان سراسر کشور، رونمایی از محصولات جدید فصل پاییز در نمایشگاه چندان حرفه‌ای نباشد.

*همکاری‌های مشترک نمایندگان رسمی برندهای خارجی با تولیدکنندگان ایرانی

عماد کبیری - مدیر بازرگانی شرکت بافت کبیر جزه - از عزم ج

شمار می‌آید.

به اعتقاد کبیری، دولت می‌تواند زمینه همکاری‌های مشترک میان نمایندگان رسمی برندهای خارجی در ایران با تولیدکنندگان داخلی را فراهم نماید به این ترتیب هم برند خارجی به فعالیت خود در بازار پوشاک ایران می‌پردازد و هم تولیدکننده داخلی از موهب وجود برندهای خارجی (امکان استفاده از تکنولوژی‌های مدرن، ماشین‌آلات پیشرفته و ...) حداکثر استفاده را به عمل خواهد آورد کما این که صنعت پوشاک ترکیه نیز همین رفتار را در قبال ورود برندهای اروپایی به کشور خود پیش گرفت و توانست به رشد و توسعه چشمگیری در صنعت پوشاک دست یابد.

مدیر بازرگانی شرکت بافت کبیر جزه در بخش دیگر مصاحبه ضمن اشاره به برگزاری هفتمین نمایشگاه

امکان وجود داشت که تور داخلی با حضور کسبه بازار، فروشگاه‌های عرضه پوشاک و برندهای مختلف این صنعت در سطح کشور تشکیل شود تا فعالان صنعت پوشاک در جریان تولیدات جدید قرار گیرند، متأسفانه حضور در نمایشگاه ایران مد صرفاً هزینه‌ای به دوش شرکت‌ها تحمیل کرد و تنها مزیت آن، تجدید دیدار دوستان و همکاران قدیمی بود!

گام موثر دولت برای حمایت از تولید ملی

بهبود میرزایی - مدیر شرکت تولیدی پوشاک بهبود - برگزاری نمایشگاه‌های پوشاک با حضور برندهای ایرانی را بسیار مطلوب، موثر و گام مهمی در حمایت دولت از تولیدکنندگان داخلی برشمرد و گفت: در صورت حمایت منطقی و همه‌جانبه، تولیدکننده ایرانی توان رقابت با کالاهای مشابه خارجی را دارد.

وی از حضور در نمایشگاه زنان و تولید ملی، ابراز رضایت نمود و گفت: اغلب برندهای موفق و معتبر پوشاک ایران در این نمایشگاه حضور دارند و پیشنهاد می‌کنم این قبیل نمایشگاه‌ها در سایر مناطق تهران نیز برگزار شود زیرا تولیدکنندگان پوشاک فرصت بسیار ارزشمندی برای عرضه محصولات خود پیدا می‌کنند. میرزایی تصریح کرد: استقبال مردم از این نمایشگاه به اندازه‌ای است که مجبوریم درب غرفه را ببندیم و پس از پاسخگویی به بازدیدکنندگانی که داخل غرفه هستند، نفرات جدید را به داخل غرفه هدایت نماییم!

راه‌اندازی نمایشگاه‌های دائمی عرضه پوشاک ایرانی

مهندس پیام نظیری - مدیر بازرگانی شرکت تولیدی جوراب آراکس - با بیان این مطلب که بخش عمده نمایشگاه زنان و تولید ملی به عرضه محصولات ایرانی اختصاص دارد و شاهد ارائه تولیدات خارجی نیستیم؛ اضافه کرد: پیشنهاد می‌کنم چنین نمایشگاه‌های موفق به صورت دائمی برگزار شود و با حمایت و مشارکت شهرداری و برندهای معتبر، حالت «مرکز خرید» به خود گیرد. نظیری ادامه داد: به این ترتیب مصرف‌کنندگان اطمینان پیدا می‌کنند که تمام محصولات عرضه شده در این نمایشگاه، کاملاً ایرانی است و توسط تولیدکنندگان معتبر با قیمت مناسب ارائه می‌شوند. ضمن این که تولیدکنندگان مجبور به پرداخت



زنان و تولید ملی گفت: نمایشگاه فوق، فرصت بسیار خوبی برای تولیدکنندگان پوشاک فراهم می‌کند و در صورت اطلاع رسانی و تبلیغات بیشتر، پاسخگوی بسیاری از مسائل تولیدکنندگان خواهد بود.

کبیری با اشاره به این مطلب که برخی از غرفه‌های این نمایشگاه به فروش محصولات متفرقه نیز می‌پردازند، افزود: محصولات ما (البسه زیر و لباس خانگی) مختص فصل خاصی نیست به همین دلیل جدیدترین تولیدات خود را در نمایشگاه عرضه کردیم. به گفته مدیر بازرگانی شرکت بافت کبیر جزه، این

دی دولتمردان به ویژه مسئولان رده بالای وزارت صنعت نسبت به رفع چالش‌های صنعت پوشاک ایران خبر داد و افزود: حدود یک سالی است که مسائل مربوط به تولید، واردات و قاچاق پوشاک مورد توجه ویژه دولتمردان قرار گرفته است.

وی ادامه داد: استخراج قیمت تمام شده واحدهای تولیدی توسط کارشناسان وزارت صنعت و اختصاص و پرداخت مابه‌التفاوت قیمتی که قرار است پنج سال آینده به آن برسیم و قیمت تمام شده فعلی، یکی از مهم‌ترین حمایت‌های دولت از تولیدکننده پوشاک به

و برنامه‌ای نیز برای آن تدوین نشده‌است، تصریح کرد: تولیدکنندگان ایرانی باید با همت و پشتکار مضاعف، توانمندی‌های خود را با ارائه محصولات باکیفیت و متنوع به کار گیرند تا دولتمردان در جریان امر قرار گیرند. وی اذعان داشت: کنترل قاچاق و واردات غیرقانونی پوشاک یکی از مهم‌ترین وظایف دولت است و در صورتی که این وظیفه را به نحو کامل و جامع انجام دهد، بسیار سپاسگذار خواهیم بود و منتظر حمایت‌های خاص و پیچیده نیستیم!

به گفته وی، در حال حاضر از لحاظ حجم تولید، به دلایل مختلف مانند رکود اقتصادی، تحریم‌ها و ... قادر به رفع تمام نیازهای بازار نیستیم اما جای توسعه دارد. همچنین کیفیت تولیدات بسیاری از برندهای ایرانی نیز پیشرفت چشمگیری پیدا کرده است و حتی می‌توان

کشور حمایت نماید؛ عنوان داشت: ورود بدون دغدغه و آسان ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های روز دنیا، تأمین نقدینگی مورد نیاز واحدهای تولیدی، اعطای وام‌های کم بهره به تولیدکنندگان برای تهیه ماشین‌آلات مدرن، بهره‌گیری از طراحان توانمند و حرفه‌ای دنیا، از مهم‌ترین حمایت‌های دولت از تولید و تولیدکننده به شمار می‌آید. نظیری افزود: بسیاری از کشورها مانند چین و ترکیه، بخشی از تولیدات برندهای خارجی را به تولیدکنندگان خود سپرده‌اند و به این ترتیب ضمن رونق تولید و افزایش اشتغال‌زایی از تکنولوژی‌های روز دنیا نیز بهره‌مند می‌شوند، دولتمردان ما نیز می‌توانند چنین مدلی را در کشور پیاده‌سازی نمایند تا به استانداردهای تولیدات ایرانی و جلب اعتماد مصرف‌کنندگان نسبت به کالای تولید داخل منجر شود.

اجاره‌های گزاف مجتمع‌های تجاری و فروشگاه‌های سطح شهر نمی‌شوند.

نظیری، مزیت‌های راه‌اندازی چنین نمایشگاه‌های دائمی را ارتباط مستقیم تولیدکنندگان با مصرف‌کنندگان و کسب اطلاع از نیاز و سلیقه مردم، حذف واسطه‌ها و هزینه‌های سربار، ارائه محصولات با قیمت مناسب و افزایش رقابت سالم میان تولیدکنندگان بخش‌های مختلف صنعت پوشاک برشمرد. از سوی دیگر مصرف‌کننده نیز امکان دسترسی به پوشاک باکیفیت و قیمت مناسب را پیدا می‌کند، هم چنین می‌تواند از نزدیک با محصولات ده‌ها برند مختلف در یک محل بازدید آشنا شود.

وی اذعان داشت: همان‌طور که می‌دانید مردم نگرش مثبتی نسبت به محصولات ایرانی ندارند و برگزاری نمایشگاه‌های موفق مانند زنان و تولید ملی، توجه و اعتماد مصرف‌کنندگان را به تدریج نسبت به کیفیت مطلوب تولیدات ایرانی جلب می‌نماید.

وی اعلام کرد: بسیاری از تولیدکنندگان مطرح و شناخته شده با محصولات باکیفیت و متنوع در هفتمین نمایشگاه زنان و تولید ملی حضور دارند، بعضی از شرکت‌کنندگان نیز تولیدات فصل گذشته خود را عرضه کرده‌اند که البته حجم عمده‌ای از فضای غرفه‌ها را در بر نمی‌گیرد.

نظیری افزود: مردم استقبال خوبی از این نمایشگاه به عمل آورده‌اند، نظم و انضباط خاصی در فضای نمایشگاه حکمفرماست، سیستم تهویه سالن در سطح مطلوبی قرار دارد و برنامه‌های جانبی آن نیز مورد توجه بازدیدکنندگان قرار گرفته است.

به گفته این فعال صنعت نساجی و پوشاک، تولیدات بعضی از تولیدکنندگان پوشاک بسیار باکیفیت و قابل رقابت با برندهای ترکیه هستند و هیچ چیزی از مشابه خارجی خود کم ندارند حتی برخی از نمونه‌های موفق را می‌شناسم که تولیدات خود را به کشورهایی مانند آلمان ایتالیا و ترکیه صادر می‌کند.

نظیری یادآور شد: در حال حاضر ۳۰ درصد نیاز بازار توسط تولیدکنندگان داخلی پوشاک تأمین می‌شود و بخش عمده‌ای از پوشاک مصرفی مردم تولیدات چین، ترکیه و ... است.

مدیر بازرگانی جوراب آراکس در پاسخ به این سوال که دولت با اتخاذ چه تدابیری می‌تواند از صنعت پوشاک



گفت از نظر کیفی برخی از برندهای ترکیه را پشت سر گذاشته‌ایم اما از نظر قیمت و سودآوری، هنوز مسیر طولانی پیش رو داریم.

شهرداری که یکی از شرکت‌کنندگان نمایشگاه زنان و تولید ملی است در مورد این نمایشگاه نیز ابراز داشت: حدود یک صد کارگاه تولید پوشاک در قالب طرح کوثر، برای زنان سرپرست خانوار اشتغال ایجاد می‌نماید که مدیریت برخی از این کارگاه‌ها را شهرداری تهران برعهده دارد و بعضی نیز به تولیدکنندگان پوشاک واگذار می‌شود.

وی تصریح کرد: تولیدکنندگان پوشاک در مقابل محصولات خارجی به اتحاد و هماهنگی ارزشمندی دست یافته‌اند و تصمیم دارند به سرمایه‌گذاری مشترک بپردازند و در حال حاضر نیز مشاوره‌های فنی و تخصصی به یکدیگر می‌دهند.

برندهای ترکیه را پشت سر گذاشته‌ایم
مهندس بهرام شهرداری - مدیرعامل شرکت طرح بافت رایان - با اعلام این مطلب که هنوز تفکر حمایت از برندهای پوشاک ایرانی در بدنه دولت وجود ندارد

مدیرعامل طرح بافت رایان، هدف از برگزاری نمایشگاه زنان و تولید ملی را ارتقای سطح کیفی کارگاه‌های کوثر اعلام کرد و افزود: این نمایشگاه که در ماه‌های شهریور و اسفند هر سال برگزار می‌شود، پنجره‌ای برای آشنایی مخاطبان و مصرف‌کنندگان ایرانی با تولیدات کارگاه‌های کوثر است که در آن از برندهای معتبر و خوش نام صنعت پوشاک کشور نیز دعوت به عمل می‌آید تا ضمن ارائه محصولات با کیفیت و متنوع خود، مردم را با تولیدات با کیفیت ایرانی آشنا نمایند.

وی ضمن بیان این مطلب که حدود دو سال است شرکت طرح بافت رایان، در نمایشگاه زنان و تولید ملی حضور پیدا می‌کند؛ تصریح کرد: نوع مدیریت، کمیت و کیفیت غرفه‌های پوشاک و تبلیغات محیطی این نمایشگاه روند رو به رشد خود را طی می‌کند و هر

نمایشگاه برنامه‌ریزی‌های خاص خود را می‌طلبد. به گفته شهرداری، شرکت‌کنندگان نمایشگاه زنان و تولید ملی با تفکرات و نگرش‌های متفاوت در این نمایشگاه حضور پیدا می‌کنند؛ بنابراین ممکن است برخی از شرکت‌ها با جدیدترین کلکسیون‌های خود در نمایشگاه حضور یابند، بعضی به عرضه محصولات فصل گذشته یا حراج آنها بپردازند، تعدادی صرفاً به نمایش محصولات اکتفا می‌کنند و برنامه‌ای برای فروش ندارند، گروهی نیز هم محصولات جدید و هم بخشی از محصولات فصل گذشته را عرضه می‌کنند. نکته جالب توجه این که هر یک از شرکت‌کنندگان، مخاطبان خود را در این نمایشگاه پیدا می‌کنند و فروشگاه‌های متعددی در سطح کشور وجود دارند که در این نمایشگاه با آنها آشنا شده‌ایم و به انعقاد قرارداد



سال شاهد برگزاری بهتر و آبرومندانه‌تر آن هستیم حتی به جرات می‌توان اعلام کرد که تاکنون هیچ نمایشگاه پوشاکی با چنین کیفیت مناسبی در ایران برگزار نشده است.

مدیرعامل طرح بافت رایان اذعان داشت: با توجه به کیفیت بسیار بالای برگزاری نمایشگاه مذکور، به مسئولان ذی ربط شهرداری پیشنهاد داده‌ام که در سال‌های آینده با سرمایه‌گذاری شهرداری و بخش خصوصی، از شرکت‌های خارجی جهت بازدید دعوت به عمل آید اگرچه یافتن مخاطبان مناسب این

همکاری منجر شده است. **ضرورت ایجاد بسترهای مناسب برای رقابت با برندهای خارجی**

احمد طاهری - مدیر فروشگاه‌های زنجیره‌ای سرزمین شاد - بهترین حمایت از تولیدکننده پوشاک را ایجاد شرایط مناسب برای رقابت با برندهای خارجی دانست.

وی ضمن اشاره به مطلب فوق، اضافه کرد: قیمت تمام شده پوشاک در کشور به دلایل مختلف مانند هزینه حمل و نقل، گمرک و ... بسیار بالاتر از پوشاک چینی

موجود در بازار است و به این ترتیب مجال رقابت سالم از تولیدکننده ایرانی سلب می‌شود.

طاهری ضمن اشاره به افزایش تعداد فروشگاه‌ها و پاساژهای بزرگ پوشاک در ایران گفت: ۹۸ درصد این مجتمع‌های تجاری به فروش پوشاک خارجی می‌پردازند و مصرف‌کنندگانی که خواهان تهیه پوشاک خارجی و گران قیمت هستند در این پاساژها رفت و آمد می‌کنند؛ پس بازار ایران جذابیت بسیاری برای برندهای خارجی دارد که حاضرند اجاره بهای سنگین و گزاف چنین پاساژهایی را بپردازند.

وی اذعان داشت: در همین شرایط نامناسب اقتصادی و علی‌رغم عدم دسترسی به ماشین‌آلات مدرن و روز دنیا، تولیدکنندگان قدرتمندی در ایران وجود دارند که به اصطلاح «شاهکار» می‌کنند به این معنی که محصولات خود را با بهترین کیفیت و تنوع در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهند و توان رقابت با پوشاک ترک و چین را دارند.

به اعتقاد مدیر فروشگاه‌های زنجیره‌ای سرزمین شاد، صنعت پوشاک طی چند سال اخیر از سوی مسئولان امر، مورد توجه جدی قرار گرفته است به طوری که در جلسات مختلف با حضور تولیدکنندگان و کارشناسان وزارت صنعت و سایر نهادهای مرتبط، مسائلی مانند واردات قانونی و غیرقانونی پوشاک، برندسازی، راهکارهای حمایت از تولیدکننده ایرانی و... مورد بحث و تبادل نظر قرار می‌گیرد.

طاهری تصریح کرد: برای برگزاری یک نمایشگاه موفق ابتدا باید به بررسی طیف بازدیدکنندگان و مخاطبین پرداخت طبعاً یک نمایشگاه تخصصی، تفریح‌گانه عموم مردم نیست که برای خرید و گردش به غرفه‌های مختلف سر می‌زنند به همین دلیل برای جذب مخاطبان خاص و مذاکره با آنان در نمایشگاه ایران‌مد، غرفه سرزمین شاد را به نحوی طراحی کردیم که امکان برخورد و ملاقات با بازدیدکنندگان متخصص فراهم شود.

این تولیدکننده پوشاک ضمن اشاره به نمایشگاه‌های تخصصی صنعت پوشاک در خارج کشور گفت: در این گونه نمایشگاه‌ها، کارت ویزیت بازدیدکنندگان دریافت می‌شود و فقط افرادی که متخصص یا فعال آن صنعت هستند، اجازه ورود به سالن‌های نمایشگاه را پیدا می‌کنند ضمن این که مشخصات تمام بازدیدکنندگان

نقدینگی پایین جامعه و آشنایی مردم با کیفیت محصولات داخلی، کالای خود را بدون سود در نمایشگاه عرضه کردیم.

وی که مدعی بود نیو کالکشن خود را به نمایشگاه برده است، از برخی تولیدکنندگان که اوت لت عرضه میکردند و بدین وسیله حقوق مشتریان را در نظر نمی گرفتند گله مند بود و گفت: کسانی که کالای تولیدی سال گذشته خود را در نمایشگاه به قیمت امسال به فروش می رسانند هم به ما و هم به مصرف کنندگان ضربه میزنند. ارفعی در ادامه مدعی شد که کالای تولیدی او قابل رقابت با کالای ترک است و گفت این ادعا با مصرف این کالا اثبات می شود.

وی در بخش دیگری از سخنانش گفت تولید پوشاک داخلی جوابگوی نیاز داخل نیست زیرا مواد اولیه کافی

برگزاری آن قدرانی به عمل آید. وی ضمن اشاره به استقبال چشمگیر و گسترده مردم از نمایشگاه مذکور، عنوان داشت: خوشبختانه تبلیغات برگزاری نمایشگاه زنان و تولید ملی بسیار گسترده بود و همین موضوع باعث شد که نمایشگاه با چنین استقبال خوبی از سوی مردم مواجه گردد.

فقیدنو اذعان داشت: شرکت نارین در نمایشگاه زنان و تولید ملی هم با کلکسیون جدید و هم تولیدات فصل گذشته حضور پیدا کرده است و محصولاتی که به زعم ما فروش چندان خوبی در بازار ندارد در این نمایشگاه عرضه نکرده ایم. مدیر نارین که هفته گذشته در نمایشگاه پوشاک تهران (ایران مد) نیز حضور داشت: اطلاع رسانی اندک و تبلیغات محدود مربوط به برگزاری این نمایشگاه را یکی از نقاط ضعف برشمرد

در سیستم نمایشگاه، ثبت و ضبط می شود تا امکان استخراج آمار و اطلاعات از تعداد بازدیدکنندگان و ... تسهیل گردد.

مدیر فروشگاههای زنجیره ای سرزمین شاد افزود: به پیشنهاد برخی از دوستان، برای نخستین بار در نمایشگاه زنان و تولید ملی شرکت کردیم و به عرضه محصولات خود با قیمت بسیار مناسب پرداختیم. البته این حضور بیشتر برای کسب تجربه و آشنایی با فضای نمایشگاه بود و در دوره های بعدی با غرفه وسیع تر و امکانات بیشتر شرکت خواهیم کرد.

حضور برندهای خارجی پوشاک؛ بایدها و نبایدها
لیلا فقیدنو- مدیر شرکت تولیدی پوشاک نارین- با اعلام این مطلب که حمایت دولت از برندهای ایرانی پوشاک بسیار ضعیف است، اذعان داشت: بیش از ۷۰ درصد پوشاک راحتی کشور از طریق قاچاق تأمین می شود.

وی در مورد ورود رسمی برندهای خارجی به بازار پوشاک ایران گفت: انتقادی نسبت به این مطلب وجود ندارد زیرا شاهد ورود محصولات با کیفیت و متنوع به کشور خواهیم بود اما دولت باید سیاست هایی مدنظر قرار دهد تا حضور این برندها به ناپودی تولیدکنندگان ایرانی منتهی نشود.

فقیدنو پیشنهاد کرد که ورود برندهای خارجی به کشور مشروط بر واگذاری بخشی از تولید به تولیدکنندگان ایرانی شود به این ترتیب چرخه تولید ایران از حرکت باز نخواهد ایستاد و حضور برندهای خارجی به عرضه در پاساژهای لوکس محدود نمی شود.

مدیر تولیدی نارین، کمبود متخصص توانمند در زمینه مدیریت، طراحی و بازاریابی را یکی از نقاط ضعف صنعت پوشاک کشور برشمرد و گفت: متأسفانه اغلب دانشگاه های ایران، فارغ التحصیلان را با حداقل دانش و اطلاعات تحویل جامعه می دهند و مدت طولانی به طول می انجامد تا یک فارغ التحصیل دانشگاه پس از استخدام در یک کارخانه یا واحد تولیدی، با کار در فضای صنعت آشنا شود و تجربه کسب کند.

وی در بخش دیگر این گفت و گو، عنوان داشت: نمایشگاه زنان و تولید ملی یکی از بهترین نمایشگاههایی است که در زمینه صنعت پوشاک برگزار می شود و جا دارد از زحمات و تلاش های مدیران



وجود ندارد. به عنوان مثال بنده برای تولید کاپشن هم نیروی انسانی دارم و هم ماشین آلات اما پارچه موجود نیست. البته خوشبختانه در تولید پارچه تریکو تولیدکنندگان ما حرف های زیادی برای گفتن دارند.

وی در ارتباط با وظایف مسئولین در حمایت از تولید داخلی گفت متأسفانه مسئولین بیشتر حرف می زنند تا اینکه عمل کنند. به عنوان مثال در همین نمایشگاه ها، یک کار گروهی تشکیل شود و تنها به کسانی اجازه ورود داده شود که تولید کننده کالا هستند و کالای داخلی را به نمایش و فروش میگذارند.

و گفت: به عنوان یک تولیدکننده، حضور در نمایشگاه های مختلف را جهت برندسازی، ضروری می دانم و علی رغم مشکلات متعدد در نحوه اجرای نمایشگاه های مختلف، در آنها حضور فعال پیدا می کنیم.

اگر چرخ پوشاک بچرخد چرخ کل اقتصاد می چرخد

ارفعی- مدیر عامل شرکت دودوک- سطح نمایشگاه زنان و تولید ملی را از لحاظ دکوراسیون و احترام به مشتری بسیار بالا دانست و گفت به علت رکود و

وی در ادامه افزود: اگر دولت واقعا قصد حمایت از تولید را دارد همین که به انحاء مختلف به تولید کننده فشار نیاورد کافی است. زیرا ما با فشار کارگر در ارتباط هستیم و اشتغالزایی می کنیم. اگر چرخ پوشاک بچرخد چرخ کل اقتصاد این کشور به حرکت در می آید زیرا پوشاک بعد از نفت و طلا حرف سوم را در دنیا می زند زیرا یک نیاز اساسی برای بشریت است. اما در کشور ما به این بخش توجهی نمی شود و مدام به وسیله شهرداری و دارایی و تعزیرات سنگ پیش پای تولید انداخته می شود. برای گرفتن وام هم باید بهره های بالا بپردازیم. در واقع کسانی که در این بخش فعالیت میکنند رزمنده هستند چرا که بقا در این بخش آن هم در برابر کالاهای ترک و چین کار آسانی نیست، مگر با عشق و عرق در غیر اینصورت از لحاظ منافع

یا دولت ترکیه در سال گذشته که تولید کنندگان در نمایشگاه تهران حضور یافتند به آنها بابت هزینه های ایاب و ذهابشان هم سوسید داد. اما دولت ما هر تولید کننده ای که بیشتر تولید کند و بزرگتر شود بیشتر تحت فشار قرار می دهد. متأسفانه دولت به هر بخش که وارد می شود آن بخش نابود می شود.

دولت دخالت نکند، حمایت هم نکند

بنیامین اسلامی - مدیر عامل پوشاک آندیا - در ارتباط با طرح کوثر گفت ما تولید کنندگان در این طرح به خانمهایی که شاغل نیستند آموزشهایی را می دهیم و پس از آنکه توانمند شد در این صنف مشغول به کار می شوند. شهرداری هر ساله دو مرتبه نمایشگاه برگزار می کند و این افراد در کنار برندهای برتر غرفه می

اگر استقبال شود در تیراژ انبوه تولید میکنم. تقریباً ۵۰ درصد تولیدات من در نمایشگاه نیو کالکشن است و ۵۰ درصد آن تولید روتین شرکت است.

وی در ادامه افزود برندهایی مانند ماکسیم و آیسلند در دوره های قبلی فروش نداشتند و به این علت غرفه شان تا حدودی خلوت دیده میشد و چون سیاست این نمایشگاه بر فروش بود برند ماکسیم حضور نیافت اما در حال حاضر برند آیسلند در این نمایشگاه غرفه زیبایی طراحی کرده و اجناس خود را هم به فروش می رساند و از این بابت نیز رضایت دارد. برخی از برندها هم مانند پاتن جامه که در نمایشگاههای گذشته کالای چینی به فروش می رساندند در این دوره اجازه حضور نیافتند.

اسلامی بهترین حمایت دولت از تولید کنندگان را عدم مداخله در تولید بخش خصوصی دانست. وی گفت: اخیراً اتحادی بین صنعتگران بخش پوشاک به وجود آمده است که این به خودی خود به رشد این بخش کمک میکند. ضمن اینکه ورود محصولات خارجی هم لطمه ای به تولید داخلی نمی زند.

اسلامی در ادامه گفت دولت اگر قرار است حمایتی انجام دهد از دولت ترکیه الگو برداری کند که با چه ابزارهایی از تولیدات داخلی خود حمایت می کند. دولت در ابتدا باید برند را معنی کند و مجتمع های تجاری بزرگ را موظف کند که ۷۰ درصد فروشگاه هایشان را در اختیار برندها قرار دهند. حمایت دیگر دولت می تواند در غالب ایجاد تسهیلات جهت نوسازی ماشین آلات فرسوده کارخانجات باشد.

وی در ادامه در ارتباط با رقابت پذیر بودن کالای داخلی با مشابه خارجی آن گفت: ۸۰ درصد کالاهای موجود در بازار اجناس ایرانی هستند که مارک خارجی به آنها زده اند. اگر به تولید کنندگان ما فشار ناشی از مالیات و بیمه و دیگر هزینه های سربار وارد نشود مطمئن باشید کیفیت کالای ایرانی از کالای خارجی هم بالاتر می رود. علت ورود کالای خارجی قیمت تمام شده بالای کالای داخلی است که با کاهش آن، مطمئن باشید کالای خارجی وارد نمی شود. وی در آخر مشتری مداری را اولین فاکتور برای رشد تولید و فروش دانست.

اصلاح فرهنگ خرید کالای ایرانی بزرگترین دغدغه تولید داخل

شاهرخ جعفری - مدیر سله بن - با بیان اینکه شش



گیرند تا خودشان را معرفی کنند در واقع در این نمایشگاه برندهای برتر در کنار کارگاه های توانمند سازی قرار می گیرند تا این کارگاهها هم دیده شوند. این نیروهایی که از طریق شهرداری بعنوان نیروی کار معرفی می شوند خانم هایی هستند که نه توانایی تولید و نه تجربه و نه اطلاعاتی در این زمینه ندارند و ما این امکانات را برای آنها فراهم میکنیم.

وی گفت اکثر تولید کنندگان در این نمایشگاه کار روز و فصل را ارائه می دهند. بنده شخصا محصولی را در تیراژ محدود تولید میکنم و در نمایشگاه عرضه میکنم.

مالی چیزی دستگیر تولید کننده نمی شود ما امروز می فروشیم و چک برای شش ماه آینده دریافت می کنیم و این برای ما توجیه اقتصادی ندارد.

وی در ادامه گفت بنده با حضور برندهای خارجی مشکلی ندارم اما بشرطی که مواد اولیه من هم بسادگی تامین شود و یا دولت از صنعت نساجی حمایت کند یا اجازه تامین مواد بسادگی بدهد. دولت چین با کم آبی که سه سال پیش با آن مواجه شد پنبه دنیا را خریداری کرد و آن را با نصف قیمت در اختیار تولید کننده اش قرار داد و بدین صورت از تولید کننده اش حمایت کرد

شد که شهرداری حمایت بیشتری کند و تولیدکنندگان هم کالاهای با کیفیت بالاتر و مدل‌های جدید تر را به نمایش بگذارند که همین اتفاق هم افتاد و بسیاری از تولیدکنندگان، بالای ۷۰ درصد از کالاهای خود را به نیو کالکشن اختصاص داده‌اند. این نمایشگاه تمام مزایای کافی از جمله دیده شدن و بازاریابی بین مراکز خرید و فروشگاه‌ها و ارتباط داشتن با مردم و مسئولین و رسانه‌ها را برای ما داشته است. خوشبختانه نمایشگاه بوستان گفتگو در میان مردم به خوبی جا افتاده است و حتی شاهدیم که علیرغم رکودی که در بازار شاهد هستیم در این نمایشگاه خانواده‌ها از یک غرفه از ۵۰۰ هزار تومان تا یک میلیون تومان خرید می‌کنند و بیانگر این واقعیت است که اگر دولت واقعا حمایت کند و مراکز خرید و نمایشگاه‌های این چینی را برای تولیدکنندگان

کند فستیوالی برای فروش پوشاک ایرانی حمید عظیمی - مدیرعامل شرکت تولیدی پوشاک وان بای وان - عنوان داشت: هدف از اجرای طرح کوثر اشتغال‌زایی برای زنان سرپرست خانوار است و به این ترتیب فضاهایی به صورت رایگان در اختیار تولیدکنندگان پوشاک قرار می‌گیرد تا نیروهای انسانی پس از آموزش، به استخدام این قبیل واحدهای تولیدی در آیند به این ترتیب هم برای زنان سرپرست خانوار اشتغال ایجاد می‌شود و هم بخشی از قیمت تمام شده واحدهای تولیدی با توجه به فضای رایگانی که در قالب طرح کوثر (توسط شهرداری) در اختیارشان قرار می‌گیرد، کاهش پیدا می‌کند. عظیمی ادامه داد: متأسفانه برخی از زنان سرپرست

دوره متوالی به همراه سایر تولیدکنندگان در نمایشگاه بوستان گفتگو تحت عنوان برندهای پوشاک زنان و تولید ملی حضور مستمر داشته است گفت: بهتر است از این نمایشگاه به نام فستیوال فروش یاد کنیم در این فستیوال صرفاً تولیدکنندگان پوشاک - که همه تولیدات آنان داخلی است - حضور یافته‌اند. حتی برندهای بزرگی که تولیداتی چینی دارند علیرغم نام بزرگشان اجازه حضور نیافته‌اند. در نتیجه به جرات میتوان گفت همه شرکت‌هایی که در این نمایشگاه حضور دارند برندهای ایرانی هستند که فقط محصولات داخلی را عرضه می‌کنند.

جعفری گفت: متولی این نمایشگاه شهرداری تهران می‌باشد و خوشبختانه توانسته ارتباط نزدیکی با تولیدکنندگان برقرار کند و به دیدگاه‌ها و نظرات تولیدکنندگان احترام می‌گذارد و نظرات و پیشنهادات این شرکت‌ها را برای تصمیم‌گیری در اولویت قرار می‌دهد. به عنوان مثال برای ورود برند جدید از تولیدکنندگان سوال می‌کند که آیا این برند در نمایشگاه حضور یابد یا خیر؟ و زمانی که تولیدکنندگان صلاحیت او را تایید نکنند و یا اینکه اعلام کنند که این شرکت کالای خارجی به فروش می‌رساند به هیچ عنوان اجازه حضور به آن داده نمی‌شود.

جعفری در ادامه با اشاره به لزوم حمایت از تولید داخلی گفت: شهرداری تهران که این نمایشگاه را برگزار کرده، با دید حمایتی این کار را انجام داده و تلاش کرده تا با حمایت از تولیدکنندگان داخلی و تشویق آنها به حضور در این نمایشگاه و عرضه محصولات خود، فرهنگ مصرف کالای ایرانی را ترویج دهد و به مردم کمک کند تا نگاهشان را نسبت به کالای داخلی در مقایسه با کالای خارجی اصلاح کنند که جا دارد از این حرکت فرهنگی شهرداری تهران در این زمینه تقدیر کنیم و دیگر نهادهای ما نیز همچون رسانه ملی باید با این نگاه به حمایت تولید داخل بیایند.

جعفری افزود: ماهیت شکل‌گیری نمایشگاه زنان و تولید ملی در این ۵ سال فروش اوت‌لت بوده است که تولیدکنندگان در آن حضور می‌یافتند و کالای خود را از لحاظ کیفی و طراحی تضمین می‌کردند و مدل‌های قدیمی خود را به نمایش و فروش می‌گذاشتند اما در حال حاضر ماهیت آن تغییر کرده است و امسال با جلساتی که شهرداری با تولیدکنندگان داشت قرار بر این



فراهم کند و حتی اگر نمایشگاه‌های دائمی با فصلی مشابه در مناطق مختلف تهران در اختیار تولیدکنندگان واقعی قرار دهد برندهای داخلی ما به راحتی قابل رقابت با برندهای قاچاق و وارداتی خواهند بود.

وی با بیان اینکه یکی از بزرگترین مشکلات واحدهای پوشاک اصلاح فرهنگ مصرف کالای ایرانی است از مسئولین خواست تا به جای حمایت‌های شعاری از صنعت نساجی و پوشاک به تولیدکنندگان داخلی بها دهند و بستری فراهم کنند تا تولیدکنندگان بتوانند بدون دغدغه کالای خود را تولید و به بازار عرضه

خانوار علی‌رغم گذراندن دوره‌های آموزشی، همچنان مهارت کافی برای فعالیت در واحد تولید پوشاک ندارند که این موضوع به تدریج مشکلاتی را برای مدیران مجموعه به وجود می‌آورد.

وی ضمن اشاره به این مطلب که نمایشگاه زنان و تولید ملی بیشتر حالت «فستیوال فروش» دارد، اذعان داشت: اگر مسئولان برگزاری این نمایشگاه می‌خواهند به سرنوشت نمایشگاه‌های مصلی و ... مبتلا نشوند یا مردم به این نتیجه نرسند که در این نمایشگاه اجناس در انبار مانده و بی کیفیت عرضه می‌شود باید سطح

برگزاری نمایشگاه را ارتقا دهند و محصولات متنوع، به روز و با کیفیت در معرض مشاهده مصرف‌کنندگان قرار گیرد.

این تولیدکننده پوشاک نوزاد و بچه‌گانه افزود: برندهای برتر پوشاک در چهار روز اول نمایشگاه به عرضه محصولات فصل گذشته (Outlet) پرداختند و فروش محصولات جدید را به روزهای پایانی نمایشگاه موکول می‌کنند.

نوبت حمایت است نه شعار!

مجید فخار - مدیرعامل شرکت جامه پوش آرا - بیان داشت: متأسفانه حمایت دولت از برندهای پوشاک ایرانی در سطح بسیار ضعیفی قرار دارد اگرچه دولت‌های مختلف شعارهای بسیار زیبایی جهت حمایت از تولید

تولیدکنندگان بتوانند در شرایط مناسب‌تری به فعالیت ادامه دهند اما متأسفانه شرایط اقتصادی و صنعتی طی دو سال گذشته به نحوی بوده که بسیاری از تولیدکنندگان پوشاک یا فعالیت را متوقف کرده‌اند و یا حجم تولید را به نصف کاهش داده‌اند.

فخار ادامه داد: واحدهایی که توانمندی کمتری دارند بسیار زودتر از گردونه تولید خارج می‌شوند و واحدهایی که سابقه و سرمایه نسبتاً بیشتری دارند اگرچه در شرایط فعلی، زیان‌ده هستند اما تاب و تحمل بیشتری دارند و به امید فرا رسیدن آینده بهتر، شرایط دشوار امروز را تحمل می‌کنند، به هر حال صبر و تحمل و ظرفیت چنین واحدهایی نیز حدی دارد و باید هر چه زودتر تدابیر موثر برای خروج از تورم اندیشیده شود.

مدیرعامل جامه پوش آرا تصریح کرد: راهکارهای



سر می‌دهند اما نکته مهم برای تولیدکنندگان، عملی شدن این شعارهاست.

وی اضافه کرد: هیچ شکی نیست که دولت جدید با مشکلات متعددی دست و پنجه نرم می‌کند اما مردم و تولیدکنندگان نسبت به آن، امیدها و به تبع انتظارات زیادی دارند متأسفانه این انتظارات به‌خصوص طی یک‌سال اخیر به نتیجه خاصی منجر نشده است.

به اعتقاد مدیرعامل جامه پوش آرا، با توجه به توافقات هسته‌ای ایران و ۵+۱، به نظر می‌رسد دولت باید به سمت ایجاد فضای آزاد اقتصادی گام بردارد تا

قابل توجهی دست خواهد یافت.

فخار افزود: راهکارهای ارائه شده توسط تشکل‌های نساجی و پوشاک باید مورد توجه دولتمردان قرار گیرد، نهایت بهره‌برداری از آن را به عمل آورند و نقش بخش خصوصی را در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی افزایش دهند.

وی در مورد هفتمین نمایشگاه زنان و تولید ملی نیز گفت: نمایشگاه نسبتاً خوبی است و از شهرداری تهران بابت برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی که با هدف معرفی برندهای معتبر و برتر صنعت پوشاک ایران برگزار می‌شوند، تقدیر و تشکر به عمل می‌آوریم. محل برگزاری و سالن‌ها در سطح مطلوبی هستند اگرچه پارکینگ نمایشگاه، وسعت چندان مناسبی ندارد.

فخار ضمن اشاره به این مطلب که با توجه به امکانات گسترده شهرداری، می‌توان در مناطق مختلف شهر تهران، چنین نمایشگاه‌هایی را با حضور تولیدکنندگان پوشاک برگزار نمود، پیشنهاد برپایی «نمایشگاه‌های دائمی» را مطرح نمود و گفت: واقعیت این است که در کشورهای پیشرفته، نمایشگاه‌های دائمی وجود دارد که برخی از آنها، ارائه‌کننده محصولات فصل گذشته با قیمت مناسب هستند، در برخی نیز محصولات جدید برندهای مختلف عرضه می‌شود. در چنین نمایشگاه‌هایی محصولات متنوع به‌صورت مستقیم از تولیدکننده در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌گیرد.

مدیرعامل جامه پوش آرا یادآور شد: تولیدکنندگان پوشاک از این نمایشگاه‌ها حمایت کامل به عمل خواهند آورد زیرا تولیدات اصیل (اورجینال) خود را در این نمایشگاه عرضه می‌کنند و زمانی که مصرف‌کننده متوجه شود تمام محصولات موجود در نمایشگاه، اصیل هستند (نه کپی‌برداری توسط کارگاه‌های کوچک) با اطمینان بیشتری خرید خود را انجام می‌دهند، از طرف دیگر میزان سودی که عمده فروش و تک‌فروش به روی محصولات مختلف به‌دست می‌آورند، کاهش پیدا می‌کند و تولیدکننده می‌تواند سرمایه‌های خود را از قسمت پخش به تقویت زیرساخت‌های تولیدی، نوسازی و بازسازی تجهیزات کارخانه، ارتقای دانش فنی و تکنولوژی، انتقال دهد با این اقدام، علاوه بر بهبود بنیه مالی شرکت‌ها، فشار کمتری به سیستم‌های پولی و مالی کشور وارد خواهد شد.

به‌گفته فخار، یکی دیگر از مزایای برگزاری

خروج از بحران را در جلسات مختلف با مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت (سرکار خانم نصراللهی) در میان گذاشته‌ایم که در نهایت موجب تصویب بخشنامه‌ای شد که بیست سال منتظر تحقق آن بودیم! (براساس بخشنامه جدید وزارت صنعت، عرضه پوشاک وارداتی (واردات رسمی) در بازار مصرف از جمله واحدهای صنفی و تجاری از ابتدای آبان ۹۴ منوط به الصاق برچسب شناسه کالا (کد GSI) خواهد بود) در صورت عملیاتی شدن این بخشنامه، صنعت پوشاک کشور متحول خواهد شد و به رشد و بالندگی

نیاز مشتری را ارائه دهند. امروز مصرف کننده درک کافی را از کالایی که خریداری می کند دارد و هدف ما از تولید داخلی با کیفیت نیز افزایش این گروه از مشتریان است. وی که اذعان داشت نزدیک به ۳ سال است که با شهرداری همکاری‌هایی را دارد گفت: شهرداری هرسال با قدرت و کیفیت بیشتری نمایشگاه را برگزار می کند و بعد از نمایشگاه نیز جلساتی را با تولیدکنندگان ترتیب می دهد که در آن نقطه ضعف‌ها عنوان می شود تا برای دوره‌های بعدی برطرف شود. یکی از نقاط ضعف حضور برخی از وارد کنندگان و فروش کالای چینی در این نمایشگاه طی سال‌های گذشته بود که خوشبختانه امسال با آن برخورد شده است. منصوری در بخش دیگری از سخنانش گفت دولت نه تنها کوچکترین حمایتی از تولید کنندگان

یا کاهش قیمت این بخش را شکوفا کنند. دولت همین که فرهنگسازی مصرف کالای ایرانی را انجام دهد خدمت بزرگی به صنعت پوشاک کرده است. وقتی تولید کننده روز به روز فروش کالایش افزایش یابد قطعاً تولید خود را توسعه خواهد داد و زمانی خواهد رسید که تولید کنندگان داخلی بازار داخل کشور را پوشش می دهند ضمن اینکه کیفیت این کالاها نیز افزایش می یابد و قابیبت رقابت با کالای خارجی را پیدا می کنند. چرا که افزایش کیفیت لازمه حضور در بازار رقابتی است.

دولت اگر می خواهد حمایتی کند در بخش بیمه و مالیات کمک کند

منصوری -مدیرعامل شرکت آی نور بی بی- که سابقه

نمایشگاه‌های دائمی این است که تولید کننده از نزدیک در جریان نیازها و سلیقه مصرف کنندگان قرار می گیرد. این تولید کننده پوشاک اذعان داشت: متأسفانه یکی از مشکلات فرهنگی کشور این است که مردم تصور می کنند در نمایشگاه‌ها، محصولات با قیمت بسیار نازل عرضه می شود به این ترتیب تولید کننده علی‌رغم میل باطنی خود، مجبور می شود که در نمایشگاه‌های مختلف، محصولات جدید را بسیار محدود عرضه نماید و تولیدات فصل گذشته را با حجم وسیع‌تر و قیمت ارزان به فروش برساند.

فخار اضافه کرد: مصرف کنندگان باید متوجه این موضوع شوند که (برای مثال در نمایشگاه زنان و تولید ملی) نباید از برندهای برتر پوشاک، انتظار حراج محصولات استوک و یا بی کیفیت داشته باشند! بلکه برای حمایت از تولید کننده و تولید ملی به خرید محصولات جدید، متنوع، به روز و با قیمت رقابتی بپردازند؛ به اعتقاد من این مشکل با کمک رسانه‌ها و از طریق فرهنگ‌سازی به تدریج رفع خواهد شد.

پیشرفت: بدون نیاز به حمایت دولت، تنها با افزایش کیفیت و کاهش قیمت

جهانگیری -مدیرعامل شرکت ولوله- نمایشگاه زنان و تولید ملی را به جهت فروش کالا بسیار مناسب دانست و گفت نمایشگاه امسال از لحاظ غرفه سازی و ارائه خدمات به تولید کنندگان و مشتریان بسیار عالی بود. وی در ادامه به خدمات ارائه شده توسط برگزار کنندگان مثل وسایل ایاب و ذهاب برای مشتریان اشاره نمود و گفت اینکه از میدان اصلی شهر بصورت دائمی اتوبوس‌هایی قرار داده شود تا مردم را به نمایشگاه بیاورند حرکت بسیار خوبی است.

جهانگیری گفت اگر این نمایشگاه‌ها به صورت دائمی برگزار شوند ممکن است ماهیت آنها تغییر کند و به مرکزی برای فروش اجناس استوک تبدیل شود. هرچند که در حال حاضر هم تا حدودی محصولات اوت لت در نمایشگاه به فروش می رسد اما تعداد آنها بسیار کم است و بیشتر مربوط به پوشاک بچه گانه است.

وی در ارتباط با حمایت از صنعت پوشاک گفت من به حمایت دولت زیاد خوشبین نیستم و معتقدم که تولید کنندگان خودشان باید چه از لحاظ افزایش کیفیت



نمیکنند بلکه گاهی سدی در برابر تولید است. دولت اگر بخواهد حمایتی کند در بخش بیمه و مالیات کاری انجام دهد. وی در ارتباط با رقابت پذیری کالای ایرانی در برابر کالای ترک گفت: در نمایشگاه سال گذشته، که همزمان با حضور ترکه‌ها برگزار شد مشتریان ترک شرکت ما از مشتریان ایرانی بسیار بیشتر بودند و باور نمی کردند که کالاهایی با این کیفیت بالا، کالاهای ایرانی هستند. تولید کنندگان ایرانی با اتحاد بیشتر و با یک حمایت معقول می توانند حتی کالایی با کیفیت بالاتر از کالای خارجی تولید کنند.

شش دوره حضور در نمایشگاه زنان و تولید ملی را داشته است گفت: کیفیت این دوره نمایشگاه در سطح بالایی قرار دارد و برندهای بیشتری هم حضور دارند. وی گفت نمی توان گفت که محصولات ارائه شده در این نمایشگاه اوت لت است. به هر حال هر کسی از حضور در نمایشگاه یک هدفی را دنبال می کند. هدف شرکت ما این است که تولید داخلی و کار روز را ارائه دهیم. ولی چون ذهنیت مردم از نمایشگاه، محصول اوت لت است این باعث می شود که برخی از تولید کنندگان محصول اوت لت متناسب با