



# روز استقلال

گزارشی از برگزاری اولین گردهمایی انجمن پوشاک ایران

اشاره:

اولین مجمع عمومی انجمن صنایع پوشاک ایران با حضور تولیدکنندگان، صادرکنندگان و فعالان صنعت پوشاک تحت نظارت نماینده وزارت کار در هتل اسپیناس تهران برگزار شد.

«به نظر می‌رسد تشکلهای موجود که صنعت پوشاک را به عنوان جزئی از صنعت نساجی کشور در برمی‌گیرند در شناخت بازار و تأمین سلیقه مصرف کنندگان پوشاک ناتوانند و با بی توجهی به نقش پیشران صنعت پوشاک حتی از عهده حفظ شرایط موجود نیز بر نمی‌آیند، چنان که صنعت پوشاک کشور اکنون با بی‌مهری دولت در ضعیف‌ترین حلقه صنعت نساجی قرار گرفته و صنعتی که صاحب نوزدهمین بازار بزرگ پوشاک جهان است به دلیل ضعف مالی و مدیریتی، امروز بازار را به رقابای خارجی واگذار کرده است.

تشکیل انجمن صنایع پوشاک، راه رفته کشورهای صاحب نام بالاخص چین در بازار جهانی پوشاک است که به یاری خداوند با تصمیماتی راهبردی راه را برای رشد صنعت پوشاک کشور هموار خواهد کرد.

اهداف انجمن به این شرح است:

• جلب حمایت از صنعت پوشاک و تلاش برای ساماندهی امر مرتبط با صنعت پوشاک در کشور

• ساماندهی تأمین مواد اولیه صنعت پوشاک از داخل و خارج از کشور به عنوان عامل در رقابت پذیری محصول

• سعی در بهبود کیفی تولیدات کارخانجات و واحدهای تولید پوشاک کشور و ترغیب اعضاء به اجرای مقررات و ضوابط و استانداردهای ملی و بین‌المللی

• همکاری با انجمن طراحان ایران و برقراری ارتباط آنان با واحدهای تولیدی در جهت بهینه‌سازی طرح و الگو

• ارائه خدمات بازاریابی به اعضاء در جهت توسعه فروش داخلی و صادرات  
• ایجاد مرکز اطلاع رسانی مد و ترند و تکنولوژی پوشاک و انتشار کتب و مجلات و بروشورهای تخصصی در جهت ارتقاء دانش فنی اعضاء و ایجاد فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی مرتبط

• ایجاد بانک اطلاعات از تولید کنندگان صنعت پوشاک در جهت اطلاع‌رسانی به مشتریان داخلی و خارجی

• برگزاری دوره‌های آموزشی مورد نیاز اعضاء و برگزاری همایش‌های تخصصی و میزگردها و هم‌چنین حضور در همایش‌های داخلی و بین‌المللی  
• برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی جهت معرفی صنعت پوشاک کشور به بازارهای مصرف داخلی و بین‌المللی

• تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری در صنعت پوشاک کشور و فراهم آوردن فرصت‌ها و امکانات برای صاحبان و مدیران صنایع پوشاک به منظور ایجاد ارتباط، تفاهم و مبادله اطلاعات و تجربیات خود با یکدیگر

ایجاد فرصت‌های همکاری و توسعه فعالیت برای اعضاء با یکدیگر

• ایجاد ارتباط با بانک‌ها و سازمان‌های اعتباری کشور و همچنین سازمان‌های مالی و پولی بین‌المللی در قالب قوانین جمهوری اسلامی ایران با هدف تسهیل و گسترش خدمات و تسهیلات مالی به اعضاء

• اعزام هیئت‌های تجاری و بازاریابی به کشورهای خارجی و نیز دریافت دعوت از هیئت‌های تجاری و بازاریابی کشورهای خارجی

• جلوگیری از رقابت ناسالم بین اعضاء با یکدیگر از طریق هماهنگی‌های درون‌شکلی و اعمال ضوابط قانونی

• ساماندهی و ایجاد شبکه‌های توزیع برای محصولات اعضاء - «منبع سایت انجمن صنایع پوشاک ایران»



نکاصیر میر سیپاهی



محمدتقی آمانپور



محمد رضا باهنر



محمد رضا تالعت زاده

وی با اعلام این مطلب که متأسفانه مسائل تولید در کشور ما، بسیار پیچیده و بگرنج شده، افزود: اعداد و ارقامی که در مورد تولید اعلام می‌شوند بسیار هیجان‌انگیز هستند! برای مثال طی صحبت با یکی از مسئولان دولتی حدس زدم که بازار پوشاک در کشور ما ۶-۵ میلیارد دلار باشد در حالی که وی معتقد بود این عدد به مراتب بیشتر و حدود ۱۰ میلیارد دلار می‌باشد.

باهر تصریح کرد: اگرچه معتمد ۶-۵ میلیارد دلار نیز رقم بسیار بزرگی است و اگر بخواهیم بازار دیگری تعریف کنیم که در همین مقوله می‌گنجد کیف و کفش است که طبق اطلاعات من این بازار هم کمتر از ۴-۳ میلیارد دلار در کشور ما قیمت ندارد و تأسف‌آور است که نبود سامانه‌های لازم کنترلی برای واردات موجب شده که بتوان با اندکی اغراق عنوان کرد تقریباً هیچ پوشاک خارجی از مسیر گمرک وارد نمی‌شود!

وی با طرح این پرسش که در چنین شرایطی تولیدکننده داخلی چه باید کند، گفت: قیمت سرمایه در بازار بسیار بالاتر از رقم ۲۰ درصد مصوب شورای پول و اعتبار می‌باشد و توان رقابت تولیدکننده داخلی را در مقابل کالاهای وارداتی که بدون کنترل و ضابطه خاصی وارد کشور می‌شوند، سلب می‌کند.

نایب رئیس دوم مجلس شورای اسلامی عنوان داشت: دست به دست هم داده‌ایم تا تمام مشکلات را در کاسه تولیدکننده قرار گیرد و براین اساس انتظار رونق تولید را هم داریم!

اسماعیل پور به‌عنوان اعضای علی‌البدل و مسعود نیک‌پور و مرتضی تهرانی کیان به‌عنوان بازرس اصلی و علی‌البدل انجمن انتخاب شدند.

پس از اتمام مراسم انتخابات و تعیین هیئت مدیره، میهمانان جهت حضور در اولین گردهمایی انجمن صنایع پوشاک ایران به طبقه دوم هتل اسپیناس دعوت شدند. در این مراسم وزیر صنعت، نایب رئیس دوم مجلس شورای اسلامی، استاندار تهران، مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران، مشاور وزیر نفت، مدیرکل دفتر نساجی وزارت صنعت، دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس، نمایندگان تشکل‌ها و فعالان صنایع نساجی و پوشاک حضور داشتند.

#### \* بوی بهار می‌رسد...

مهندس محمد رضا باهنر - نایب رئیس دوم مجلس شورای اسلامی - سهم تحریم‌ها از مشکلات تولید را ۳۰-۲۰ درصد دانست و گفت: بیش از ۸۰ درصد مشکلات به سوء مدیریت مدیران دولتی در اداره اقتصاد کلان بازمی‌گردد اما چشم‌انداز آینده کاملاً روشن است.

نماینده مردم تهران، ضمن تبریک به‌مناسبت راه‌اندازی انجمن صنعت پوشاک ایران عنوان داشت: از این نوع حرکات و رفتارها بوی بهار به مشام می‌رسد و امیدواریم وضعیت تولید در کشور به صورت اعم و صنایع پوشاک به‌زور اخص مورد ساماندهی قرار گیرد.

در ابتدای مراسم، سومبات هاکویپان - رئیس هیئت موسس انجمن - عنوان داشت: صنعت پوشاک همیشه در حاشیه قرار داشته اما امروز، روزی است که اعلام استقلال می‌کنیم، پای این استقلال می‌ایستیم و در این راه اگر وقفه‌ای ایجاد شود جایز نیست زیرا از نظر منطقه‌ای و جهانی و همچنین با توجه به رشد فزاینده مصرف پوشاک، فرصت طلایی خوبی برایمان به‌وجود آمده است. وی ضمن اعلام این مطلب که به‌دلیل نداشتن حامی، بازارهای داخلی و خارجی را از دست دادیم در حالی که به‌هیچ‌عنوان مستحق چنین امری نیستیم؛ اذعان داشت: باید در آینده محق بودن صنعت پوشاک را نشان دهیم، از حاشیه وارد بطن شویم و در سیاست‌گذاری کشور نقش مهمی ایفا کنیم.

پس از تشکیل هیئت رئیسه‌ای با حضور آقایان رضاییان، اعتماد، بصیری، اتابکی و فیلی، بندهایی از اساسنامه انجمن قرائت شد که پس از بحث و تبادل نظر با حضار مورد تصویب قرار گرفت. سپس از نامزدهای عضویت در هیئت مدیره و بازرسی انجمن درخواست شد تا برای چند دقیقه به معرفی خود و سوابق شغلی خود بپردازند.

ادامه مجمع با برگزاری اولین انتخابات انجمن صنعت پوشاک ایران همراه بود و پس از شمارش آرا از میان ۱۸ نامزد، (به ترتیب کسب آرا) آقایان سومبات هاکویپان، محسن اصفهانیان، خانم ماندانا محمدی‌فر، مجید فخار، شهرام صالحی نوع‌پرور به‌عنوان اعضای اصلی، ایرج طائفی و حامد فرد



گلنار نصراللهی



حمید قیادی



اکبر رشادقیان



سومبات هاگوپیان

پیشکسوت صنعت پوشاک ایران، با طرح این مطلب که به آسانی نمی‌توان رقیبان خارجی را از صحنه خارج کرد، افزود: نیازمند حمایت دولتمردان هستیم تا قوانین روان برای تولید و تجارت تصویب نمایند. هاگوپیان با بیان این مطلب که باید بپذیریم دنیا تغییر کرده است، اذعان داشت: هنوز فاصله زیادی با آنها داریم. دنیا در بخش تولید به تدوین برنامه‌های فراصنعتی می‌پردازد این در حالی است که ما هنوز در دوران صنعتی قرار داریم. در دنیای امروز، توزیع کالا عصر فرا رقابتی را طی می‌کند اما در ایران هنوز به دنبال حمل و نقل کالا به شیوه‌های ابتدایی هستیم! چنین مواردی شایسته کشور، ملت و نظام ما نیست.

وی یادآور شد: ما نیازمند شرایط برابر با دنیا هستیم، برای مثال برای صعود به جام جهانی فوتبال، قواعد بین‌المللی را مدنظر قرار می‌دهیم و نمی‌توان خارج از جهان به تولید و تجارت پرداخت پس باید تحت شرایط مساوی، اندیشه و عمل بین‌المللی سرعت عملکرد خود را صدچندان نماییم.

هاگوپیان سپس ضمن اشاره به تدوین برنامه پنج‌ساله برای صنعت پوشاک، عنوان داشت: در این راستا کارگروهی به ریاست خانم نصراللهی - مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت - تشکیل شد که با این اقدام صنعت پوشاک ایران تولد دوباره یافت.

رئیس هیئت موسس انجمن صنایع پوشاک ایران، تشکیل این انجمن و احراز هویت صنعت پوشاک در کشور را از شهریور ۱۳۹۳ با دستور مستقیم وزیر

وی در پایان ضمن اشاره به این مطلب که امیدواریم دولتمردان ما با تکیه بر خرد و تدبیر بالا کاری کنند امید ما نا امید نشود، ابراز داشت: برخی از تصمیمات پس از خردورزی و تدبیر نیاز به شجاعت دارند آیا دولت نمی‌تواند سیستمی راهاندازی نماید که تشخیص دهد کالاهای وارداتی از مبادی رسمی گمرک عبور کرده‌اند یا خیر؟!

#### «قوانین مزاحم را حذف کنید!»

سومبات هاگوپیان - رئیس هیئت موسس انجمن صنایع پوشاک ایران - از مسئولان قوه مجریه و مقننه درخواست کرد قوانین دست و پاگیر تولید و تجارت را از بین ببرند زیرا هنوز قوانین دوران جنگ تحمیلی در تولید و فروش کشور حکمفرماست، هنوز هم یک سازمان دولتی، نظارت خود را بر روی سرمایه‌گذاران انجام می‌دهد و به صورت دستوری به آنان می‌گوید که باید چه اقداماتی در زمینه خرید و فروش انجام دهند. سازمان تعزیرات حکومتی نیز موانع متعددی برای تولیدکنندگان ایجاد می‌کند به نحوی که موجب فرار آنها از عرصه تولید می‌شود! بنابراین باید قوانین موثر و جدید جایگزین قوانین دست و پاگیر و قدیمی در عرصه کسب و کار و تولید شوند.

به اعتقاد وی، متأسفانه امروز به جای این که سهم قابل توجهی از بازارهای بین‌المللی داشته باشیم بخش عمده‌ای از بازار داخلی را هم به رقبای خارجی واگذار کرده‌ایم.

نایب رئیس دوم مجلس شورای اسلامی، ضمن امیدواری نسبت به فرجام رسیدن برجام، اذعان داشت: سهم تحریم‌ها از مشکلات تولید را ۲۰-۳۰ درصد دانست و گفت: بیش از ۸۰ درصد مشکلات به سوء مدیریت مدیران دولتی در اداره اقتصاد کلان بازمی‌گردد اما چشم‌انداز آینده کاملاً روشن است.

نماینده مردم تهران تصریح کرد: با جمعیت ۸۰ میلیون نفری به حدود ۳۰ میلیون فرصت شغلی در کشور نیاز داریم این در حالی است که متأسفانه آمارها از بیکاری ۴-۵ میلیون فارغ‌التحصیلان دانشگاهی (صرف‌نظر از بیکاری گسترده کارگران، روستائیان کشاورزان و ...) و نکته مهم این که بخش عمده‌ای از شاغلین فارغ‌التحصیل از دستگاه‌های دولتی گرفته تا بخش خصوصی نیز دچار بیکاری پنهان هستند.

با هنر ضمن انتقاد به وجود دستگاه‌های متعدد دولتی در زمینه صدور مجوز کسب و کار برای تولیدکنندگان و صنعتگران بخش خصوصی اضافه کرد: در قانون بهبود فضای کسب و کار به دولت اعلام کردیم که تمام مجوزهای صادر شده را ظرف شش ماه احصا نماید، یا ابتلای قانونی آن را به مجلس توضیح دهد و یا لغو کند.

به گفته نایب رئیس دوم مجلس شورای اسلامی، رتبه جهانی کسب و کار در ایران به ۱۱۶ رسیده است (که البته این رقم پس از اصلاح اطلاعات انجام شده نه این که اتفاق مهمی در کشور رخ داده باشد!) در حالی که رتبه کسب و کار یکی از کشورهای آسیای میانه، تک‌رقمی است.



دولت در زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه، مداخله نکند همچنان شاهد بسته بودن دربهای دفتر ارتباط با صنعت در دانشگاهها خواهیم بود. میرسپاسی ضمن اشاره به دعوت برخی صنایع کشور از مشاورین خارجی، یادآور شد: این در حالی است که دانشگاههای ایران دارای مشاورین کارآمد و موثر در حوزههای مختلف صنعتی هستند. وی سپس پیشنهاد تشکیل دفتری در وزارت صنعت، معدن و تجارت را مطرح کرد که این دفتر با بهره‌گیری از مشاوران توانمند به تقویت رابطه صنعت و دانشگاه از طریق مداخله دولت بپردازد.

**\*حمایت از کارآفرینان و تولیدکنندگان ایرانی در بازارهای بین‌المللی\***  
**دکتر محمدتقی امانپور - مشاور و نماینده ویژه وزیر نفت در صادرات کالا و خدمات فنی و مهندسی -** عنوان داشت: وزارت نفت طی پانزده ماه گذشته براساس راهبرد دولت تدبیر و امید با هدف خروج از رکود، برنامه‌ای جهت حمایت از صدور کالا و خدمات فنی و مهندسی تدوین کرده است. وی افزود: طبعاً برنامه ما برای صادرات کالاها و خدمات فنی و مهندسی شامل شرکتهای فعال در حوزه نفت، گاز و پتروشیمی می‌شود اما با توجه به خرید گاز از ترکمنستان و پرداخت مبلغ آن به

نادیده بگیریم لذا از تمام مسئولان، دولتمردان، تولیدکنندگان و صنعتگران درخواست می‌کنم در این مسیر بسیار سخت و طولانی، یار همدیگر باشیم زیرا مقصد این راه، آینده فرزندانمان است.

**\*تشکیل مثلث صنعت، دانشگاه و دولت\***

**دکتر ناصر میرسپاسی - پدر علم مدیریت منابع انسانی -** به لزوم افزایش ارتباط صنعت و دانشگاه اشاره کرد و گفت: در تمام دانشگاهها، دفتر ارتباط با صنعت راه‌اندازی شده‌است اما همیشه درب آن بسته است!

میرسپاسی ادامه داد: روابط کارگر و کارفرما را دولت تنظیم می‌کند و به این ترتیب مثلث کارگر، کارفرما و دولت شکل گرفته‌است و دولت جهت ممانعت از تضییع حقوق هر دو طرف به تنظیم روابط میان کارگر و کارفرما می‌پردازد؛ برقراری ارتباط موثر صنعت و دانشگاه نیز نیازمند ایجاد چنین مثلثی است به این ترتیب دولت در ایجاد ارتباط میان صنعت و دانشگاه مداخله نماید زیرا تجربه نشان داده که ارتباط مذکور، به صورت طبیعی اتفاق نمی‌افتد و باید دولت مداخلاتی داشته باشد.

به گفته پدر علم مدیریت منابع انسانی، در این راستا صنعت پوشاک نیز برای اثرگذاری بیشتر باید از حمایت‌ها دولت بهره‌مند شود و به نظر می‌رسد تا

**رئیس هیئت مؤسس انجمن صنایع پوشاک ایران:**  
**دنیا در بخش تولید به تدوین برنامه‌های فراصنعتی می‌پردازد این در حالی است که ما هنوز در دوران صنعتی قرار داریم. در دنیای امروز، توزیع کالا عصر فرا رقابتی را طی می‌کند اما در ایران هنوز به دنبال حمل و نقل کالا به شیوه‌های ابتدایی هستیم! چنین مواردی شایسته کشور، ملت و نظام ما نیست.**

صنعت دانست و تصریح کرد: متأسفانه در طول سال‌های گذشته، صنعت پوشاک که می‌توانست در ایجاد فرصت‌های شغلی، ثروت و خلق ارزش‌های معنوی موثر باشد، نامهربانانه به حاشیه رانده شد. وی افزود: انجمن صنایع پوشاک ایران با برنامه‌ریزی بسیار دقیق و حساب شده وارد میدان شده و هدف آن ایجاد انسجام میان تمام نیروهای فعال در بخش تولید و توزیع پوشاک می‌باشد به همین دلیل در آینده نزدیک شاهد دگرگونی عظیم در صنعت پوشاک کشور خواهیم بود.

رئیس هیئت مؤسس انجمن صنایع پوشاک ایران در بخش پایانی سخنرانی خود، خوشبختی ملت را در تولید دانست و گفت: دنیا به این نتیجه رسیده که تا کشوری صنعتی نشود نمی‌تواند به خوشبختی دست یابد، نمی‌توان یک عمر به درآمدهای نفتی وابسته باشیم، نمی‌توان آینده فرزندان خود را



مشاور وزیر نفت: اگرچه وظیفه مشخص وزارت نفت در این راستا از طرفی صدور ضمانت‌نامه تأمین و تضمین پرداخت برای هر کارآفرینی است که خواهان صادرات خدمات فنی و مهندسی و همچنین پرداخت صورت وضعیت‌هایی است که به ازای این ضمانت‌نامه از صادرات کالا و خدمات مهندسی حاصل می‌شود اما به دلیل خلأهای موجود در حوزه صادرات، خدمات بیشتری را برای این بخش مدنظر قرار داده‌ایم.

خدمات حقوقی به صادرکنندگان ایرانی در ترکمنستان اشاره کرد و گفت: این شرکت اطلاعات مربوط به مناقصه‌ها و مزایده‌ها را در اختیار صادرکنندگان قرار می‌دهد و آنان را با قوانین و مقررات مختلف آشنا می‌کند. گروه دیگر به مطالعات بازار می‌پردازند و برای دستیابی به بازار هدف، اقدام به راه‌اندازی پایگاه اطلاعاتی هوشمند کرده‌است.

صورت نقدی، به دستور آقای مهندس زنگنه - وزیر نفت - مقرر شد به ازای بهای گاز، کالا و خدمات فنی و مهندسی به این کشور صادر نماییم و برای تحت‌الشعاع قراردادن تمام کارآفرینان کشور، پذیرفتیم تا وزارت نفت از صادرات هر نوع کالا و خدماتی و انجام هر پروژه‌ای در ترکمنستان حمایت نماید و هزینه آن را متقبل شود. به این ترتیب فضای مناسبی به وجود آمده تا ضمن برقراری ارتباط با کارآفرینان حوزه‌های مختلف، به تشویق و حمایت آنان بپردازیم.

از تشکیل انجمن صنایع پوشاک ایران، گفت: شاید در مقطع فعلی، صرف تشکیل یک انجمن نتواند تمام خواسته‌های شما را برآورده نماید بنابراین انجمن می‌تواند یک بنگاه اقتصادی دانش‌بنیان تشکیل دهد تا به‌عنوان هلدینگ پوشاک شناخته شود و در پنج حوزه زیر به فعالیت بپردازد:

- ارائه مجموعه‌ای از آموزش‌های فنی، حرفه‌ای، علمی و کاربردی مورد نیاز مدیران و پرسنل که در دانشگاه‌ها ارائه نمی‌شوند.

- تحقیقات مورد نیاز در زمینه توسعه اقتصادی، مدیریت بازارهای هدف و مجموعه مطالعات مورد نیاز برای ورود به بازارهای بین‌المللی

- مهندسی مالی

- مدیریت بازارهای هدف

- تولید دانش بنگاهداری

مشاور وزیر نفت بیان داشت: پس از انجام مطالعات گسترده و برگزاری ۱۸۰۰ جلسه با کارآفرینان و شرکت‌های مهندسی مشاور و پیمانکاران، بازدید از ۴۵ کارخانه تولیدی، حضور در بیش از ۳۵ رویداد مانند نمایشگاه و همایش و ساماندهی هیئت‌های ترکمن برای بازدید از کارخانه‌های ایرانی، در قالب تدوین یک بسته حدود ۷۰ شرکت به دولت ترکمنستان معرفی شدند و بیش از ۳۰ میلیارد دلار پروژه شامل صادرات انواع کالا و خدمات مهندسی طراحی شده‌است.

به‌گفته این مقام مسئول، طی سفر رئیس محترم جمهور به ترکمنستان، بسته مذکور، مینا قرار داده شد تا تعامل ۱۰ ساله‌ای با دولت ترکمنستان برقرار گردد که طبق آن ایران ۳۰ میلیارد دلار گاز خریداری و ۳۰ میلیارد دلار کالا و خدمات به این کشور صادر نماید.

امانپور در پایان سخنرانی خود، ضمن ابراز خرسندی

مشاور وزیر نفت خاطر نشان ساخت: اگرچه وظیفه مشخص وزارت نفت در این راستا از طرفی صدور ضمانت‌نامه تأمین و تضمین پرداخت برای هر کارآفرینی است که خواهان صادرات خدمات فنی و مهندسی و همچنین پرداخت صورت وضعیت‌هایی است که به ازای این ضمانت‌نامه از صادرات کالا و خدمات مهندسی حاصل می‌شود اما به دلیل خلأهای موجود در حوزه صادرات، خدمات بیشتری را برای این بخش مدنظر قرار داده‌ایم.

وی با اعلام این مطلب که وزارت نفت هیچ‌گونه تصدی‌گری در فرایند مذکور انجام نمی‌دهد، افزود: این وزارتخانه صرفاً به سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و توانمندسازی شرکت‌های صادراتی می‌پردازد.

امانپور سپس به تشکیل شرکتی در راستای ارائه



توجه رضایان قرار گرفت. وی گفت: در مدیریت انجمن به منظور کاستن از باری سنگین از دوش چند هیئت مدیره، اداره امور اعضا به پنج کمیته تخصصی در پنج رشته تولیدی واگذار می‌شود که این کمیته‌ها عبارتند از البسه زنانه، البسه مردانه، البسه بچه‌گانه، البسه صنعتی-کاربردی و ملزومات و تجهیزات دوخت.

وی اضافه کرد: هر کمیته تخصصی دارای یک دبیر اجرایی است که مأموریت وی، دوسالانه و گردشی است. دبیران اجرایی (بدون رأی) حق شرکت در جلسات هیئت مدیره را دارند و هیئت مدیره و دبیر انجمن ملزم به پیگیری گزارشات و درخواست‌های کمیته تخصصی تا رسیدن به نتیجه نهایی می‌باشد. رضایان بیان داشت: صنعت پوشاک ایران بدون حرکت هماهنگ در مسیر جهانی به بهره‌برداری از دستاوردهای پژوهشی و کاربردی این صنعت و تولید صادرات محور (که در اساس تولید رقابتی است) نخواهد رسید و بدون دستیابی به تولید رقابتی نه تنها امکان ورود به بازار جهانی را نخواهد داشت بلکه سهم اندک باقیمانده خود را در بازار داخل از دست خواهد داد. وی ضمن تأکید بر آماده‌سازی صنعت و رقابتی ساختن آن ادامه داد: در این زمینه ایجاد هسته‌های پژوهشی و علمی پیش بینی شده‌اند که شامل موارد زیر می‌شود:

رضایان تصریح کرد: صنعت پوشاک ایران دو فرصت مهم را از دست داده یعنی واگذاری ۶۰ درصد از مصرف داخلی به رقیبان خارجی و عدم استفاده از سهم بالقوه صادرات پوشاک.

به گفته وی، نکته جالب توجه ویژگی‌های مشترک بازار بالقوه صادراتی با پوشاک وارداتی است؛ به عبارت دیگر ممکن است بخشی از پوشاک مصرفی که در داخل تولید می‌شود، بومی و محلی باشد لیکن مشخصات لباس‌های وارداتی کشور با لباس‌هایی که باید برای بازار صادراتی تولید شود، یکسان است که این ویژگی مشترک، راه را برای برنامه‌ریزی و اداره تولید پوشاک کشور مشخص می‌سازد.

عضو هیئت مؤسس انجمن صنایع پوشاک ایران یادآور شد: با قبول دشواری‌هایی تولید صادرات محور در کشور می‌توان هم به بازار صادراتی راه یافت و هم پوشاک وارداتی را غیرقابل رقابت نمود.

وی در بخش دیگر سخنرانی خود به دلایل شکل‌گیری انجمن مذکور پرداخت و گفت: ضرورت ترسیم نقشه‌راه توسط نهادی مستقل با هدف مشخص از مهم‌ترین دلایل راه‌اندازی انجمن صنایع پوشاک ایران است، نهادی با کارکرد پژوهشی-آموزشی که اولویت‌های تولید صنعت پوشاک را درک کند و به اجرای برنامه‌های هدفمند تقدم بخشد.

ساختار مدیریتی انجمن، نکته بعدی مورد که مورد

**عضو هیئت مؤسس انجمن صنایع پوشاک ایران:**  
ضرورت ترسیم نقشه‌راه توسط نهادی مستقل با هدف مشخص از مهم‌ترین دلایل راه‌اندازی انجمن صنایع پوشاک ایران است، نهادی با کارکرد پژوهشی-آموزشی که اولویت‌های تولید صنعت پوشاک را درک کند و به اجرای برنامه‌های هدفمند تقدم بخشد.

**\*سهم صنعت پوشاک ایران از بازارهای جهانی**  
اکبر رضایان - عضو هیئت مؤسس انجمن صنایع پوشاک ایران - عنوان داشت: بازار پوشاک ایران براساس آمار بانک مرکزی ۷/۵ میلیون دلار است به این معنا که سرانه مصرف پوشاک هر ایرانی ۹۶ دلار می‌باشد. از این بازار ۲/۵ میلیارد دلار سهم تولیدات داخلی و ۵ میلیارد دلار به نرخ خرده‌فروشی سهم پوشاک خارجی است.  
وی گفت: حجم صادرات پوشاک ایران در سال ۱۳۹۱ را حدود ۶۸ میلیارد دلار عنوان کرد و گفت: براین اساس سرانه صادرات پوشاک در ایران ۰/۸۹ دلار، چین ۱۱۴ دلار و ترکیه ۲۴۰ دلار است. اگر سهم بالقوه صادرات پوشاک ما برای هر ایرانی ۵۰ دلار (۴۳ درصد چین و ۲۰ درصد ترکیه) فرض شود صادرات بالقوه پوشاک ایران رقمی معادل ۴ میلیارد دلار است.



عضو هیئت مؤسس انجمن صنایع پوشاک ایران: دشواری بخش طراحی در ایران بر هیچ کس پوشیده نیست و نگاه به طراحی در کشور صرفاً به عنوان هنر و فرهنگ و به لحاظ حفظ منزلت طراحی صحیح است. اما تکلیف صنعت در طراحی را نمی توان نادیده گرفت. صنعت پوشاک بدون طراحی مشتری مدار، محلی از اعراب نخواهد داشت و بخشی از ناکامی های صنعت پوشاک ایران معلول کارکرد ضعیف طراحی است.

و هسته مد و طراحی انجمن صنایع پوشاک ایران بازوی توانمند انجمن طراحان پارچه و لباس ایران خواهد بود و سعی می کند نهایت همکاری را با این انجمن صورت دهد از جمله ایجاد امکانات لازم برای کارآموزی هنرجویان و دانشجویان طراحی در کارخانه های تابعه، توسعه سکوی شغلی برای فارغ التحصیلان طراحی، تبادل اطلاعات در زمینه گرایش های مد، فناوری های طراحی و دوخت.

**\*هسته مد و طراحی: مدیریت این هسته باید گرایش مد را پیش از فصل از سرمنشأ رصد نماید، سرمنشأ گرایش مد تولیدات روی سکو برندهای خارجی نیست که با کپی برداری از آن بتوان بازار را به دست آورد بلکه حاصل ارتباط با مراکز مد و طراحان مد در بازارهای جهانی است و جمع آوری اطلاعات مربوط به جنس، طرح، رنگ پارچه ها و خرج کار از ماه ها قبل می باشد که در اختیار طراحان ورزیده و مسلط نسبت به سلیقه بازار قرار می گیرد.**

مدیریت این هسته موظف است از تسهیلات سازمان توسعه ملل متحد (یونیدو) در جهت آموزش فنی و حرفه ای بهره گیرد. در اینجا نباید تجارب ارزنده خیاطان حرفه ای را از یاد برد و از اتحادیه خیاطان تهران می خواهیم که در انتقال تجارت ارزنده خود به ویژه در زمینه لباس های با ارزش افزوده بالا با انجمن همکاری نماید.

**\*هسته مدیریت صنعتی و آموزش فنی حرفه ای:** بهره وری تولید از چالش های فعلی صنعت پوشاک ایران است که موجب رقابت ناپذیری این صنعت شده است. هسته مدیریت صنعتی و آموزش فنی حرفه ای موظف است برای هر یک اعضا، فایل بهره وری و کیفیت تشکیل دهد که پس از بررسی و مشخص شدن مشکلات هر واحد، کمیته حل مسأله که متشکل از نماینده هر واحد مربوطه، نماینده کمیته تخصصی و کارشناسان داخلی و خارجی است، راهکار حل مشکلات را تعیین و در واحد تولیدی مربوطه اجرایی نماید.

دشواری بخش طراحی در ایران بر هیچ کس پوشیده نیست و نگاه به طراحی در کشور صرفاً به عنوان هنر و فرهنگ و به لحاظ حفظ منزلت طراحی صحیح است اما تکلیف صنعت در طراحی را نمی توان نادیده گرفت. صنعت پوشاک بدون طراحی مشتری مدار، محلی از اعراب نخواهد داشت و بخشی از ناکامی های صنعت پوشاک ایران معلول کارکرد ضعیف طراحی است. نگاه جدید مقام عالی وزارت ارشاد و حوزه هنری به وجهه صنعت در طراحی بسی مایه امیدواری است و اگر قرار باشد ۷۶۰ هزار شغل در طی برنامه ششم، جذب صنعت پوشاک شود آموزش های طراحی در اولویت خاص قرار می گیرند و وزارت ارشاد، مسئولیتی تاریخی و سرنوشت ساز در حوزه طراحی خواهد داشت. خوشبختانه انجمن طراحان پارچه و لباس ایران در این زمینه گام های اساسی برداشته

نظارت بر کنترل کیفی محصولات واحدها در حوزه فعالیت این هسته است که با کسب اطلاعات از طریق فرم های تکمیل شده مقاطع کنترل کیفیت و چک لیست های مربوطه را ارزیابی نموده و نظرات اصلاحی را ابلاغ نماید.



سوی فروش برساند؛ از شرایط بدون چون و چرای بازار جهانی است. مدهای سریع (Fast fashion) این زمان را به هشت هفته تقلیل داده‌اند. این هسته وظیفه دارد با ایجاد شبکه کامپیوتری بین تمام واحدهای تولیدی به مرکز انجمن با جمع‌آوری اطلاعات آماری از واحدهای عضو، ارزیابی مستمری از توان اعضا داشته باشد و در صورت تمایل اعضا، از طریق این شبکه می‌توان با آموزش‌های لازم اجرای برنامه‌های زمان بندی شده را پی‌ریزی کرد.

\* هسته تأمین مواد: وظیفه این هسته، کشف منابع تأمین مواد اولیه، پارچه و خرج کار با هدف تنوع‌بخشی به تولیدات، ارتقای کیفیت محصول و رقابتی کردن قیمت آن است.

یکی از دلایل ریشه‌ای عدم پاسخگویی صنایع پوشاک ایران به مصرف‌کنندگان، ضعف زنجیره تأمین و ایجاد تنوع تولید پوشاک است. بحث نافرجام تأمین پارچه مصرفی صنعت پوشاک از طریق واردات با این نگاه که مواد اولیه صنعت پوشاک، محصول ساخته شده صنعت نساجی است، هیچ ثمره‌ای برای هیچ‌یک از طرفین نداشت و فقط فاجعه قاچاق پوشاک و پارچه را به بار آورد.

امروز که صنایع نساجی و پوشاک با همدیگر در یک مشکل مشترک گرفتارند، بحث کهنه مطرح نیست و این یک واقعیت غیرقابل انکار است که

برخورداری از تجهیزات آزمایشگاهی برای تولید البسه فنی و تکنولوژیک از تجهیزات اساسی انجمن صنایع پوشاک ایران می‌باشد. ایجاد تجهیزات آزمایشگاهی منحصر به فرد، ایران را قادر می‌سازد تا قطب استاندارد و کنترل کیفیت آزمایشگاه‌های پوشاک در منطقه شده و مرکز اعتمادی برای کشورهای اروپایی باشد. هسته تحقیقات، راه ورود به تولید پوشاک حرفه‌ای را می‌گشاید. در ایران به‌غیر از واحدهای تحقیقاتی نظامی، توجه خاصی به تولید سایر پوشاک حرفه‌ای صورت نمی‌گیرد و در این هسته برآنیم تا شرایط را برای ایجاد واحدهای تخصصی تولید پوشاک حرفه‌ای و کار، مهیا نماییم. به این ترتیب واحدهایی با تولیدات کاملاً پایهای مطابق با استانداردهای جهانی خواهند توانست برندی مطرح در سطح جهانی باشند. ایجاد زمینه برای برندسازی نیز در این هسته دیده شده است و این زمینه‌ها با شناسایی برندهای موجود داخلی و ارزیابی آنان از نظر پتانسیل جهانی آغاز می‌شود و با کمک به ایجاد برندهای جوان، توسعه می‌یابد و با برگزاری مسابقات بهترین کیفیت، بیشترین تولید، بیشترین صادرات، بیشترین ارزش افزوده و نظایر آن، تقویت می‌شود.

\* هسته برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات: امروز تحقق برنامه‌های زمان بندی شده که بتواند در سریع‌ترین زمان ممکن، طرح را به محصول تبدیل نموده و به

عضو هیئت مؤسس انجمن صنایع پوشاک ایران: یکی از دلایل ریشه‌ای عدم پاسخگویی صنایع پوشاک ایران به مصرف‌کنندگان، ضعف زنجیره تأمین و ایجاد تنوع تولید پوشاک است. بحث نافرجام تأمین پارچه مصرفی صنعت پوشاک از طریق واردات با این نگاه که مواد اولیه صنعت پوشاک، محصول ساخته شده صنعت نساجی است، هیچ ثمره‌ای برای هیچ‌یک از طرفین نداشت و فقط فاجعه قاچاق پوشاک و پارچه را به بار آورد.

پوشاک در مورد چند کشور صادرکننده پوشاک انجام شد، نشان می‌دهد که در تمام کشورهای مورد مطالعه دولت‌ها در موارد مشابه برای افزایش توان رقابتی و حفظ بازار، مشوق‌های حمایتی وضع نموده‌اند و صنعت پوشاک ایران نمی‌تواند از این قاعده مستثنی باشد.

\* هسته تحقیقات و فناوری: مدیریت این هسته مسئولیت به‌روزرسانی دانش و تکنولوژی‌های مرتبط با آن را در واحدهای عضو برعهده دارد و سعی می‌کند استفاده از پارچه‌های فنی ویژه را متناسب با نیازهای بازارهای هدف توسعه دهد و در تأمین پارچه و تولید پوشاک توجه به ارگونومی و الگوی مناسب را مدنظر قرار دهد.

یکی از وظایف مهم این هسته، برقراری ارتباط بین انجمن و دانشگاه‌های داخلی و خارجی است.





عضو هیئت مؤسس انجمن صنایع پوشاک ایران: بازار هدف انجمن، بازار اروپاست. انجمن در تحقق این هدف، از اتحادیه صنف پوشاک برای فروش داخلی و از اتحادیه صادرکنندگان نساجی و پوشاک برای امور صادراتی یاری می‌طلبد و آمادگی خود را برای تشکیل کمیته‌های مشترک همکاری اعلام می‌دارد.

معضل در عملکرد گذشته و راه‌حل آن در تدبیر دولت نهفته است. تو خود حدیث مفصل بخوان از این مجمل...

\* واحد صنعتی بدون طراحی محکوم به فناست مهندس محمدرضا نعمت‌زاده - وزیر صنعت - با اشاره به گزارشی که در خصوص پوشاک هفته گذشته از سوی وزارت صنعت به رئیس جمهور ارائه شده، گفت: این گزارش به قدری برای رئیس جمهور اهمیت داشت که فردای آن روز آن را به آقای جهانگیری پی‌نوشت کردند.

وی ادامه داد: آقای روحانی معتقد است یکی از استعدادهای کشور برای صادرات به کشورهای دیگر پوشاک است و در طراحی لباس ایران می‌تواند یکی از بهترین‌ها باشد.

وی گفت: در صورتی که تسهیلات لازم فراهم شود می‌توان امید داشت که میلیون‌ها دلار صادرات

بزرگ می‌باشد. شهرک‌های ویژه پوشاک علاوه بر این که با تجمیع واحدهای تولیدی، توان مضاعف تولید پوشاک کشور را برای بهره‌برداری صادراتی‌شان می‌دهند منطقه اقتصادی ویژه‌ای هستند که تأمین تجهیزات و مواد اولیه برای واحدهای مستقر در آن، سهل و آسان‌تر تمام می‌شود.

امروز صنعت پوشاک ایران از طراحی تا تأمین مواد اولیه و هزینه‌های فروش با موانع جدی روبروست که ایجاد شهرک‌های ویژه پوشاک یکی از کوتاه‌ترین راه‌ها در رفع این موانع می‌باشد. مهم‌ترین ویژگی‌های شهرک‌های مذکور عبارتند از دسترسی آسان به مواد اولیه، سهولت تأمین زیرساخت‌ها، رعایت استانداردهای جهانی در ساختمان و سالن‌های تولید، سهولت آموزش‌های مهارتی و فنی حرفه‌ای، سهولت بهره‌گیری از متخصصین خارجی، کاهش هزینه‌های حمل و نقل، تأسیس مراکز آموزش طراحی، مدیریت، تولید و دانش فنی ماشین‌آلات، تسهیل خدمات بهداشتی، درمانی و رفاهی کارگران، ایجاد مراکز فروش اوت‌لت، تسهیل خدمات رفاهی شامل رستوران و ...

وی در پایان خاطر نشان کرد: به دلیل یأس ناشی از انبوه مشکلات صنعتی از شوق صنعتگران در پیوستن به تشکلهای کاسته شد که قطعاً تهدید بزرگی برای رشد صنعتی کشور محسوب می‌شود. ریشه این

ارزش افزوده بیشتر در پوشاک با پارچه ایرانی است. برای ساماندهی این هدف، کمیته مشترک را پیشنهاد می‌نماییم که پیش از فصل در جریان طرح‌های جدید موردنیاز پوشاک قرار گیرد تا بتوانیم آن دسته از پارچه‌های موردنیاز در داخل کشور که دارای صرفه اقتصادی است را اجرایی نماییم.

در صورت حمایت دولت از کمیته فوق، با ایجاد شرکت‌های مشترک تدارکاتی و تأمین سرمایه در گردش لازم، به تولید داخلی پارچه‌های موردنیاز بازار هدف کمک خواهد شد.

\* هسته فروش داخلی و صادرات: این هسته در زمینه گسترش فروش داخلی و صادرات، برنامه‌ریزی می‌کند و تمامی برنامه‌های انجمن صنایع پوشاک ایران (در بخش طراحی، تأمین مواد و تولید) در این جهت ساماندهی شده‌اند و مقصد نهایی، بازار است. بازار هدف انجمن، بازار اروپاست. انجمن در تحقق این هدف، از اتحادیه صنف پوشاک برای فروش داخلی و از اتحادیه صادرکنندگان نساجی و پوشاک برای امور صادراتی یاری می‌طلبد و آمادگی خود را برای تشکیل کمیته‌های مشترک همکاری اعلام می‌دارد.

یکی از برنامه‌های مهم انجمن صنایع پوشاک ایران در جهت بهینه‌سازی تولید پوشاک و فروش مستقیم، ایجاد شرکت‌های ویژه پوشاک در تهران و شهرهای



فخار - عضو هیئت مدیره



محمدی فر - عضو هیئت مدیره



اصفهانیان - عضو هیئت مدیره



هاکوپیان - عضو هیئت مدیره

که این موضوع مخاطبانشان را تشویق به خرید می‌کند. در کنار آن به اشتغال و درآمد ملی نیز کمک خواهد کرد.

وی با اشاره به آمار مصرف سرانه پوشاک در کشور گفت: مصرف سرانه پوشاک بین ۹۸ تا ۱۰۰ دلار است و رقم صادرات پوشاک ما نیز می‌تواند به ۴ تا ۵ میلیارد دلار برسد.

نعمت‌زاده در بخش دیگری از سخنانش با اشاره به ایجاد فضای مناسب برای تولید پوشاک در کشور گفت: درصددیم تا با ایجاد شهرک صنعتی اطراف فرودگاه امام که هم‌اکنون منطقه آزاد شناخته شده برای صادرات پوشاک تشکیلی ایجاد کنیم و در زمینه نیز زمینی برای نمایشگاه پیش‌بینی شده است.

وی گفت: به دلیل رشد جمعیت در نقاط مختلف شهر تهران به جز شمال شهر (که دیگر جا ندارد) بقیه نقاط شهر می‌توان شهرک‌هایی بدین منظور ایجاد کرد. همچنین درمشهد نیز برای توسعه صنعت پوشاک و به خصوص برای صادرات کارهایی در دست اقدام است.

وی با اشاره به بازار ۸۰ میلیونی کشور گفت: نباید تنها به این بازار اکتفا کرد و ما بدون ارتباط با کشورهای دیگر نمی‌توانیم امیدوار به رشد باشیم.

نعمت‌زاده همچنین با بیان اینکه در کشورهای دیگر اقدام به فروش طرح پارچه و پوشاک و صادرات آن به جای صادرات خود محصول می‌کنند گفت: در کره جنوبی گروه‌هایی تنها اقدام به طراحی پارچه و صادرات آن می‌کنند و در ایتالیا نیز صادرات طرح

اما دانشکده نساجی با بودجه مردم شکل گرفت و حیف است که ما از این امکانات و افراد تحصیلکرده در این حوزه کمتر استفاده کنیم بلکه باید هر کاری را دست اهلش سپرد.

نعمت‌زاده با اشاره به نوسان نرخ ارز و صادرات پوشاک گفت: نرخ ارز باعث به وجود آمدن مشکلاتی برای واحدهای تولیدی شد اما این موضوع که باید در تولید پوشاک به ریزه‌کاری‌ها توجه شود حائز اهمیت است.

نعمت‌زاده با بیان اینکه اگر وضع مالی دولت بهتر شود می‌تواند کمک‌های بهتری به تشکل‌ها کند گفت: طی دو سال گذشته وضع مالی دولت خوب نبود و نتوانست حمایت‌های لازم را از تشکل‌های مختلف داشته باشد.

وی در بخش دیگری از سخنانش با اشاره به فقدان تبلیغات مناسب در خصوص فرش ایران گفت: اخیراً تیمی را برای تبلیغ فرش دستی به اروپا فرستادیم که گزارش آن از سوی آقای کارگر به زودی ارائه می‌شود.

وی گفت: نه تنها فرش دستی ایران با کیفیت و جزو بهترین فرش‌های دنیا محسوب می‌شود بلکه باید بتوانیم در زمینه پوشاک نیز تبلیغاتی خوبی به دنیا داشته باشیم.

وزیر صنعت با اشاره به طراحی‌ها نیز گفت: در بازدیدی که از یکی از کارخانجات تولید تلویزیون در کره جنوبی داشتیم مسئولین این کارخانه مطرح کردند که برای ایجاد تنوع در محصولاتشان هر ساله مدل تلویزیون‌هایشان را تغییر می‌دهند

**وزیر صنعت: به دلیل رشد جمعیت در نقاط مختلف شهر تهران به جز شمال شهر (که دیگر جا ندارد) بقیه نقاط شهر می‌توان شهرک‌هایی بدین منظور ایجاد کرد. همچنین درمشهد نیز برای توسعه صنعت پوشاک و به خصوص برای صادرات کارهایی در دست اقدام است.**

پوشاک صورت گیرد که در این مسیر می‌توان این امور را به زنان سرپرست خانوار واگذار کرد.

نعمت‌زاده با بیان اینکه یکی از ضرورت بشر پس از خوراک، پوشاک است افزود: هرچند این الزام وجود دارد که به این موضوع توجه ویژه‌ای شود اما خیلی به آن اهمیت داده نشده است.

وی با اشاره به فرسودگی واحدهای نساجی کشور افزود: طی سال گذشته از واحدهای مختلفی در قائمشهر، اصفهان و تهران بازدید کردیم و درصددیم تا نوسازی جدی در این صنعت صورت گیرد.

نعمت‌زاده خاطر نشان کرد: در زمینه پوشاک و بحث نساجی که تا حدودی به فراموشی سپرده شده تاکنون جلسات متعددی برگزار شده و خرسندیم که اولین مجمع صنعت پوشاک ایران تشکیل شد.

وی با بیان اینکه نیازمند آموزش و تحقیق و توسعه در این بخش هستیم افزود: برگزاری نمایشگاه پوشاک و توجه به طراحی لباس بسیار مهم است و باید گسترش یابد.

ویزر صنعت با اشاره به تاسیس دو دانشکده نساجی و برق در دانشگاه امیرکبیر گفت: در زمان تشکیل این دو دانشکده بودجه دانشکده برق را دولت متقبل شد



تهرانی کیان - بازرس علی البدل



اسماعیل پور - عضو علی البدل هیئت مدیره نیک پور - بازرس اصلی



طافعی - عضو علی البدل هیئت مدیره



صالحی - عضو هیئت مدیره

**دبیر کار گروه ساماندهی مد و لباس: ارتباط لباس با موضوع امنیت ملی، بهداشت فردی و اجتماعی، روابط بین الملل و ... به صورت کاملاً هدفمند در قالب‌های تخصصی در حال رشد و پیگیری هستند و صورت هموار شدن جریان مد و لباس در کشور، بیش از ۴۰ موضوع شغلی در حوزه مد و لباس فعال خواهند شد.**

میزان تولید لیاف، نخ و پارچه در کشور، رقم صد هزار میلیارد تومان، عدد بسیار بزرگ و قابل توجهی است. قبادی، مهم‌ترین و استراتژیک‌ترین نکته در حوزه مد و لباس را تقاطع حوزه مد و لباس در ۱۵ مولفه اساسی در اجتماع و عوامل جامعه عنوان کرد و افزود: در کارگروه ساماندهی مد و لباس مولفه‌های مربوط به مد و لباس اندازه‌گیری و شاخص‌گذاری شدند و این حوزه به عنوان یکی از استراتژیک‌ترین کالاهای مصرفی کشور مدنظر قرار گرفتند.

به گفته مشاور معاون وزیر ارشاد اسلامی، ارتباط لباس با موضوع امنیت ملی، بهداشت فردی و اجتماعی، روابط بین‌الملل و ... به صورت کاملاً هدفمند در قالب‌های تخصصی در حال رشد و پیگیری هستند و صورت هموار شدن جریان مد و لباس در کشور، بیش از ۴۰ موضوع شغلی در حوزه مد و لباس فعال خواهند شد.

وی سپس به مقوله رنگ لباس پرداخت و گفت: در کارگروه ساماندهی مد و لباس، خون دل‌های بسیاری خورده شد تا محدودیت‌های خود ساخته و سلیقه‌های در کشور پیرامون موضوع رنگ برطرف گردد. قبادی با بیان این مطلب که از نظر آمار و ارقام در حوزه صنعتی مد و لباس، حداکثر ۱۵۰۰ واحد صنعتی

گردهمایی انجمن صنایع پوشاک ایران تهیه شده بود، آمده: جهان با پدیده‌های نو و خاص شرایط امروز روبروست، جهانی شدن اقتصاد، رشد سریع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، تغییر در رویکردهای اقتصادی و حرکت به سمت خصوصی سازی و رقابتی شدن بازار از واقعیات کنونی جهان پیرامون ماست که هر کدام دربرگیرنده فرصت‌ها، چالش‌ها و تهدیدهای مختص به خود هستند.

در چنین فضایی نیازمند سیاست‌های اجتماعی و اقتصادی هماهنگ و متناسب هستیم مولفه‌ای که تحت‌عنوان «اقتصاد مقاومتی» از آن تعبیر می‌شود هسته محوری و اصلی اقتصاد مقاومتی حرکت از درون و متکی بر توان داخلی و تولید ملی است.

#### \*روش سنتی تولید را تغییر دهیم\*

به گفته دکتر حمید قبادی - مشاور معاون وزیر ارشاد اسلامی و دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور - طبق آخرین آمار رسمی کشور، سرانه مصرف پوشاک هر ایرانی ۵۰۰ هزار تومان است در حالی که بررسی‌های موجود، بیانگر رقم یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومانی در این بخش است.

وی ادامه داد: حجم مصرف پوشاک در کشور بالغ بر صد هزار میلیارد تومان است (نزدیک به ۳۰ میلیارد دلار) اگرچه اعداد و ارقام فوق در شاخص‌های بانک مرکزی به این شکل تصویر نشده‌اند اما معتقدم که با توجه به میزان واردات غیر رسمی، حجم انبوه قاچاق و

خودرو انجام می‌شود و ما امیدواریم به جایی برسیم که در بخش طراحی حرفی برای گفتن داشته باشیم.

وی افزود: در بخش طراحی کاشی و سرامیک و تولیدات آن امروز طراحی‌ها به صورت دیجیتال صورت می‌گیرد. البته تقویت طراحی صنعتی در ایران نیز آغاز شده اما نیازمند واحدهای توانمندی در این راستا هستیم زیرا واحد صنعتی بدون طراحی محکوم به فناست.

نعمت زاده افزود: ۸ درصد هزینه خانوارها در ایران ۲۰ سال پیش مربوط به پوشاک بود این در حالی است که در هندوستان این میزان ۲ تا ۳ درصد بود اما هم اینک به ۴ تا ۵ درصد رسیده است و این یعنی عقب گرد.

وی در خاتمه تأکید کرد: باید قدر صنایع نساجی را بیشتر دانست زیرا کشورهایی نظیر ژاپن و آمریکا تاریخچه کشورشان با نساجی شروع شده است.

#### \*نیازمند سیاست‌های اجتماعی و اقتصادی هماهنگ هستیم\*

دکتر علی ربیعی - وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی - اعلام کرد: پیشینه درخشان ایران در زمینه مد و لباس، مواد اولیه، لیاف طبیعی و مصنوعی، هنر و سلیقه و نیروی انسانی لازم، مزیت‌های ما در حوزه صنعت پوشاک است و باید از این مزیت‌ها و فرصت‌ها به نحو مناسب برای رشد و توسعه کشور استفاده شود.

در پیام وزیر کار که به مناسبت برگزاری اولین



و حداکثر تخفیف اعمال نماید. به اعتقاد مشاور معاون وزیر ارشاد اسلامی، بسیاری از دستگاه‌ها و سازمان‌های دولتی، مد و لباس را به عنوان «نیاز جدی مردم» می‌دانند. قبادی در پایان از موسسین انجمن صنایع پوشاک ایران خواست به فراگیر شدن فعالیت‌های انجمن (به عنوان ضامن بقای هر تشکیلی) و انسجام بخشی آن توجه ویژه نشان دهند.

**\* تولید صادرات محور در صنعت پوشاک کشور گلنار نصراللهی - مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت و دبیر کارگروه راهبردی صنعت پوشاک -** ضمن تأکید بر توسعه واحدهای بزرگ صنعتی در کشور، عنوان داشت: در حال حاضر ظرفیت صنف پوشاک به مراتب بیشتر از ظرفیت صنعت است که در سند استراتژی توسعه صنعت پوشاک، این موضوع مورد توجه قرار گرفته است. به گزارش نساجی امروز، نصراللهی در اولین گردهمایی انجمن صنایع پوشاک ایران تصریح کرد: با توجه به ممنوعیت فعالیت واحدهای صنعتی در محدوده شهرها بسیاری از واحدها با ظرفیت صنعتی، پروانه‌های صنفی دارند. وی افزود: ظرفیت صنف در سند راهبردی صنعت پوشاک براساس تولید صادرات محور مطرح شده است.

بازاریابی اختصاص پیدا می‌کند! خوشبختانه در این زمینه با همکاری وزارت علوم، ۱۴ گروه بررسی و ارزیابی واحدهای درسی در دانشگاه الزهرا (س) شکل گرفته و سرفصل‌های درسی در حال بازبینی و اصلاح هستند

به گفته این مقام مسئول، بیش از ۳۵ درصد ارزش افزوده مد و لباس در مقوله فرهنگ و روش‌های فرهنگی و تجاری است و طراحی ۱۵ درصد ارزش افزوده حوزه لباس را در برمی‌گیرد به همین دلیل هر خوشه، واحد و شهرک صنعتی که در حوزه پوشاک راهاندازی می‌شود باید واحد طراحی را تشکیل دهد و با اتکا به این بخش حرکت نماید.

قبادی یادآور شد: دیگر زمان ارائه مدهای سریع (Fast fashion)، فصل نیست و طبق آخرین تحقیقات صورت گرفته از برند زارا، مشخص شد که این برند هفته‌ای یک بار در ۸۴ هزار و ۳۰۰ فروشگاه مستقر در ۸۵ کشور به ارائه محصولات جدید می‌پردازد. به عبارت دیگر سرعت ارائه مدهای سریع در برندی مانند زارا از سرعت فکر کردن ما در این حوزه به مراتب بیشتر است!

وی به برگزاری جلسات مختلف کارگروه ساماندهی مد و لباس با سازمان صدا و سیما نیز اشاره کرد و گفت: بخش بازرگانی این سازمان پذیرفته که تعرفه‌های محاسبه تبلیغات پوشاک را با حداقل هزینه

فعال در کشور وجود دارند، افزود: این در حالی است که حوزه صنفی ما در بخش تولید بیش از ۲۰ هزار واحد صنفی کشور را در بر می‌گیرد و پوشاک ایران برخلاف تصور، بیش از آنکه در اختیار صنعت باشد در اختیار اصناف قرار دارد.

دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور اذعان داشت: تا زمانی که مقوله مد و لباس در چرخه باطن سنتی خویش به حرکت ادامه دهد در چرخه معیوب خود گردش خواهیم کرد این اتفاقی است که تمام مسئولان وزارتخانه‌های ارشاد اسلامی، صنعت و معدن، کار و امور اجتماعی، باید به این مقوله توجه کنند که اگر بناسن نگاه حرفه‌ای به موضوع داشته باشیم باید روش سنتی را تغییر دهیم که این تغییر نگاه الزاماً به معنای پرداخت هزینه‌های کلان نیست. قبادی اضافه کرد: در حال حاضر مخاطب، تعیین کننده نیست و ذائقه مخاطب بازار را هدایت نمی‌کند این در حالی است که هیچ برند و هیچ تولیدکننده‌ای در دنیا بدون دریافت نقطه نظرات مصرف کننده به ارائه محصولات جدید نمی‌پردازد.

وی ضمن انتقاد از وجود سرفصل‌ها و مأخذ علمی تکراری، تقلیدی و کهنه در دانشگاه‌ها، بیان داشت: در تمام دانشگاه‌های مد دنیا، دانشجویان با دانشگاه با مفاهیم بازاریابی و فروش آشنا می‌شوند در حالی که در دانشگاه‌های طراحی ایران، فقط دو واحد به درس