



گزارشی از برگزاری سمینار تخصصی فدراسیون جهانی پوشاک (IAF) و اتحادیه صنف پوشاک تهران (TGU)

اشاره:

سمینار تخصصی فدراسیون جهانی پوشاک و اتحادیه صنف پوشاک تهران با حضور مدیرکل فدراسیون جهانی پوشاک، رئیس اتاق اصناف ایران، رئیس اتحادیه صنف پوشاک و فعالان این بخش در سالن همایش اتاق اصناف تهران برگزار شد و طی آن موضوعاتی مانند روند توسعه و آینده صنعت مد و پوشاک در جهان، چشم‌انداز توسعه صنعت پوشاک ایران، نقش تعاملات جهانی در تسریع روند توسعه صنعت پوشاک ایران و... مورد بحث و بررسی قرار گرفت. لازم به توضیح است که فدراسیون جهانی پوشاک در سال ۱۹۷۲ تأسیس شد و ۴۰ کشور و بیش از ۱۵۰ هزار شرکت فعال در حوزه پوشاک در عضو این فدراسیون جهانی هستند. تولید، طراحی، فناوری آموزش و تمام بخش‌های مرتبط با صنعت با پوشاک از مهم‌ترین فعالیت‌های این تشکل جهانی محسوب می‌شود. دفتر مرکزی آن در هلند قرار دارد و کمتر از یک‌سال از عضویت ایران در فدراسیون جهانی پوشاک سپری می‌شود.

## از رقابت نهر اسید



نقش موثری در رشد اقتصادی کشور ایفا می‌کنند. فاضلی ادغان داشت: صنعت پوشاک ارزآوری مناسبی را برای بسیاری از کشورها به همراه داشته است و در حوزه دانش حداقل ۲۰ رشته تخصصی مربوط به این صنعت است و صنایع و تکنولوژی‌های بسیاری نیز در حوزه تولیدات پوشاک ایجاد شده است که باید به آنها بیشتر توجه شود. وی بر ضرورت تقویت بنگاه‌های تولیدی کوچک و متوسط پوشاک تأکید کرد و گفت: تلاش می‌شود با استفاده از نظرات و راهکارهای فدراسیون جهانی پوشاک محصولات رقابت‌پذیر در بازارهای داخلی و خارجی عرضه گردد. فاضلی، اتحادیه پوشاک را به‌عنوان نخستین اتحادیه‌هایی در کشور دانست که گام‌های عملی برای آموزش و حضور در عرصه‌های بین‌المللی برداشته است.

بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط صورت می‌گیرد. وی سپس به تأثیر وجود بنگاه‌های کوچک و متوسط در عبور از بحران اقتصادی کشورهایمانند ایتالیا و کره جنوبی پرداخت و معتقد بود: این کشورها با تکیه بر توانایی‌ها و ظرفیت بنگاه‌های اقتصادی کوچک توانستند بر شرایط نامساعد اقتصادی خود غلبه کنند و به یمن حضور بنگاه‌های کوچک و متوسط به مرحله‌ای از توسعه دست یافته‌اند که تولید ناخالص داخلی قابل توجهی را برای این کشورها به ارمغان آورده است. رئیس اتاق اصناف ایران تصریح کرد: متأسفانه نامهربانی‌هایی در دولت گذشته نسبت به بنگاه‌های کوچک اقتصادی روا شده بود که علی‌رغم تمام مشکلات و کمبودهایی موجود برای فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط به‌ویژه در بخش پوشاک، بنگاه‌های این بخش همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهند و

در ابتدای این مراسم، علی فاضلی - رئیس اتاق اصناف ایران - ضمن بیان این مطلب که توسعه اقتصادی در دهه حاضر بیش از هر چیزی مدیون صنایع کوچک و متوسط اقتصادی است، ادامه داد: نبض کارآفرینی، نوآوری و تغییر فناوری کشور در دست بنگاه‌های کوچک و متوسط به‌ویژه بنگاه‌های فعال در زمینه پوشاک است. فاضلی، تولید ۹۷ درصد پوشاک مصرفی کشور را متعلق به صنایع کوچک و متوسط و مابقی را مربوط به کارخانجات بزرگ صنعتی دانست و گفت: کشور ما با وجود توانمندی‌های تولیدکنندگان داخلی پوشاک تاکنون نتوانسته در بازارهای جهانی به جایگاه قابل قبولی دست یابد، امری که بیش از هر چیزی معلول ضعف آموزش در این بخش است. به‌اعتقاد رئیس اتاق اصناف ایران، در حال حاضر یک چهارم اشتغال و یک سوم سرمایه‌گذاری جهان در

رئیس اتاق اصناف ایران: متأسفانه نامهربانی‌هایی در دولت گذشته نسبت به بنگاه‌های کوچک اقتصادی روا شده بود که علی‌رغم تمام مشکلات و کمبودهایی موجود برای فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط به‌ویژه در بخش پوشاک، بنگاه‌های این بخش همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهند و نقش موثری در رشد اقتصادی کشور ایفا می‌کنند.

۱۵ میلیارد دلار صرف خرید پوشاک می‌کنند که این رقم بیانگر وجود بازار بسیار بزرگ و فوق‌العاده‌ای است. برخی برآوردهای ساده نشان می‌دهند که طبق الگوهای جمعیتی و زیرساخت‌های صنعتی، ظرفیت صادرات حداقل ۱۰ میلیارد دلار پوشاک در سال وجود دارد.

رئیس مرکز پژوهش‌های اتحادیه صنف پوشاک، منابع انسانی را مهمترین دارایی کشورها در توسعه یافتگی دانست و گفت: منابع انسانی کشور ما در دنیا بی‌نظیر است. آیا کشوری را سراغ دارید که تمام درهای دنیا

در کشور ما چنین روش‌هایی را در عرصه بین‌الملل پیاده‌سازی نکرده‌ایم.

وی افزود: امروزه دیگر نمی‌توان درهای کشور را به روی پوشاک وارداتی بست، مسیری که برخی کشورهای اروپایی در حوزه دانش و تکنولوژی طی کرده‌اند، مسیری است که اگر بخواهیم از صفر شروع کنیم شاید صدسال به طول انجامد! مسیری که برخی از کشورهای برای تولید مواد اولیه طی می‌کنند، مستلزم اختصاص زمان، انرژی و سرمایه‌های کلان است در حالی که با یک تعامل منطقی و صحیح با جامعه جهانی می‌توانیم روند توسعه صنف پوشاک کشور را متحول نماییم.

به گفته صدق‌آمیز در حال حاضر از مفهوم تجارت جهانی، فقط مفهوم واردات را آموخته‌ایم و با پدیده‌ای به نام قاچاق دست و پنجه نرم می‌کنیم، فقط کالاهای کمپانی‌های بین‌المللی بدون پرداخت هیچ‌گونه تعرفه گمرکی و ضابطه و امار و ارقام صحیح وارد کشور می‌شوند.

وی یادآور شد: مردم کشور پهناور ایران، سالیانه حدود

به گفته رئیس اتاق اصناف ایران، اقتصاد مقاومتی محقق نمی‌شود مگر اینکه ما از داشته‌های خود به نحو مطلوب استفاده کنیم.

در ادامه این سمینار تخصصی، ابوالقاسم شیرازی - رئیس اتحادیه پوشاک تهران - ضمن خوشامدگویی به میهمانان هندی و به ویژه مدیرکل فدراسیون جهانی پوشاک، خاطر نشان ساخت: از فدراسیون جهانی پوشاک دعوت شده تا با برگزاری نشست‌های لازم، راهکارهای تقویت تولیدات داخلی پوشاک به گونه‌ای که قابلیت رقابت در بازارهای داخلی و خارجی را به دست آورد، مورد بحث و بررسی قرار گیرند.

سخنران بعدی مراسم، محمدجواد صدق‌آمیز - رئیس مرکز پژوهش‌های اتحادیه صنف پوشاک - بود. وی عنوان داشت: کشورهای مختلف دنیا براساس برخی عوامل مانند دسترسی به مواد اولیه، تکنولوژی‌ها و ماشین‌آلات مدرن، زیرساخت‌های دانش بنیان و ... تفاوت‌های کوچکی را در استراتژی‌های توسعه دنبال می‌کنند و روش‌های مختلفی را برای ایجاد سهم در بازار جهانی پوشاک انجام می‌دهند؛ متأسفانه تاکنون





در طول تاریخ تجربه‌های جالبی در زمینه رفع معضل بیکاری یا کاهش تعداد بیکاران به واسطه صنعت پوشاک وجود دارد.

وی تصریح کرد: وجود بازار بسیار خوب داخلی، بزرگترین مزیت این صنف به شمار می‌آید. ایرانی‌ها سهم زیادی از سبد هزینه‌ای خانوار را به پوشاک اختصاص می‌دهند، موضوعی که کشورهای همسایه نیز به آن توجه جدی دارند.

**راهول مهتا (Rahul Mehta) - مدیرکل فدراسیون جهانی پوشاک (IAF) -** سخنران بعدی این سمینار تخصصی بود. وی ابراز داشت: فدراسیون جهانی پوشاک در آمستردام هلند مستقر است و بیش از ۴۵ سال سابقه فعالیت دارد. حدود ۶۰ صنف از کشورهایمانند آمریکا، چین، هند، بنگلادش، سری‌لانکا، پاکستان، ترکیه، پرتغال و... عضو این فدراسیون هستند.

وی ادامه داد: هدف اصلی IAF (که یک تشکل متعلق به بخش خصوصی است و بدون دخالت دولت‌ها به فعالیت می‌پردازد؛ این است که بتوانیم خریداران، فروشندگان، تأمین‌کنندگان مواد اولیه و ارائه‌دهندگان خدمات صنعت پوشاک را زیر یک سقف دور هم‌دیگر جمع کنیم و مجموعه مشترکی از دانش، ایده و پیشنهادات را برای اعضا فراهم نماییم. مهتا تصریح کرد: برخی از فعالیت‌های اصلی ما در راستای کمک به اصناف عضو، برگزاری همایش‌های سالیانه جهانی است که شاید فعالیت چندان چشمگیری محسوب نشود زیرا تمام سازمان‌ها به برگزاری همایش‌های مختلف می‌پردازند اما به شما اطمینان می‌دهم که همایش‌های IAF فراتر از یک

با بیان این مطلب که صنایع کوچک و متوسط در تمام کشورها نقش مهمی ایفا می‌کنند، اذعان داشت: فدراسیون پوشاک فرانسه طی بیست‌سال گذشته روند رو به افت محسوسی را طی کرده زیرا اغلب کمپانی‌های بزرگ عضو آن هستند و بنگاه‌های کوچک و متوسط حضور چندانی پر رنگی در این فدراسیون ندارند.

وی یادآور شد: عضویت در فدراسیون جهانی پوشاک و قرار گرفتن در کنار بیش از ۴۰ کشور جهان این امکان را به ما می‌دهد که با اصول مد و منطقی که در تجارت پوشاک وجود دارد آشنا شویم.

صدق‌آمیز گفت: با وجود تحریم‌های ظالمانه‌ای که در سال‌های اخیر علیه ایران اعمال شد، سال گذشته با حمایت رییس کنونی فدراسیون جهانی پوشاک و تلاش‌های وی توانستیم به جمع این فدراسیون بپیوندم.

رییس مرکز پژوهش‌های اتحادیه صنف پوشاک خاطرنشان کرد: در چند سال گذشته حقوق کارگر در ایران به ۳۰۰ دلار رسید که تازه با کشور چین برابری می‌کند؛ اما انرژی در ایران بسیار ارزان است؛ بنابراین اگر مالیات و دیگر حقوق دولتی درست پرداخت شود مزایای خاص صنعت پوشاک ایران باعث می‌شود صنعت پوشاک جزو ۶ اولویت اصلی صنعت در ایران قرار گیرد.

رییس مرکز پژوهش‌های اتحادیه صنف پوشاک ادامه داد: در جهان امروز با حدود ۵ هزار دلار سرمایه یک شغل مستقیم ایجاد می‌شود که در ویتنام و بنگلادش این سرمایه‌گذاری کمتر است و در برخی از کشورهای اروپایی ممکن است کمی بیشتر باشد. اما با این شرایط

را به رویش بسته باشد، دسترسی به مجله و کتابی در عرصه بین‌المللی نداشته باشد، برای واردات مواد اولیه ۴۰-۳۰ درصد هزینه بیشتر از سایرین متقبل شود، با حجم واردات غیرقانونی و قاچاق دست و پنجه نرم کند، قوانین و مقررات ضدتولید داشته باشد، کمبود نیروی متخصص که به روند تولید کمک کند اما ۴۰ درصد از بازار پوشاک داخلی را در انحصار خود داشته باشد؟! علی‌رغم تمام مشکلات و مسائل، زنده‌ایم و مقاومت کرده‌ایم که شبیه به یک معجزه است!

صدق‌آمیز با ابراز خرسندی از این که ملیت رئیس فعلی فدراسیون جهانی پوشاک، هندی است، گفت: شرایط نامساعد فعلی صنعت پوشاک کشور شباهت بسیاری به وضعیت بیست‌سال پیش هند دارد. در آن مقطع زمانی، دولتمردان هند صرفاً با تکیه بر تعرفه به کنترل صنعت می‌پرداختند و هیچ نگاه دانش‌بنیادی نسبت به صنعت پوشاک نداشتند و از بازارهای جهانی بسیار دور بودند اما بزرگانی مانند آقای مهتا، مسیری را طی کردند که می‌تواند سرمشق خوبی برای ما باشد و با بهره‌گیری از تجارب آنها، بسیار سریع‌تر در مسیر توسعه صنعت پوشاک کشور گام برداریم.

به‌اعتقاد وی، هند توانسته بخش قابل‌توجهی از تجارت جهانی پوشاک را به خود اختصاص دهد و ششمین کشور صادرکننده پوشاک در دنیا محسوب می‌شود. ضمن این که مسیر توسعه خود را به بهترین وجه طی می‌کند.

صدق‌آمیز بیان داشت: طی دو سال گذشته، ۷۰ انستیتو آموزشی در هند راه‌اندازی شده که از این نظر نیز می‌تواند برای کشور ما الگوی موفق باشد.

رییس مرکز پژوهش‌های اتحادیه صنف پوشاک

مدیرکل فدراسیون جهانی پوشاک: هدف اصلی فدراسیون جهانی پوشاک، به هم رساندن کشورهای عضو است، به دنبال سود و منافع خاصی نیستیم و در واقع فرصتی برای اتحادیه اصناف کشورها به وجود می‌آوریم تا ضمن آشنایی با توانمندی یکدیگر به تعامل و ارتباطات صنعتی و تجاری بپردازند.

نزدیک، خریداران به دنبال تأمین کالاهای خود از کشورهای مثل میانمار و اتیوپی باشند. به گفته مهتا، گاهی اوقات ممکن است هزینه‌های تولید در ایران یک عامل بازدارنده برای تولیدکنندگان به شمار آید و به همین دلیل دولت ایران هنگام تدوین استراتژی‌های رشد و توسعه باید به فکر تولید خارج از مرزهای این کشور باشد.

وی خاطر نشان ساخت: کشورهای دارای اقتصاد نوظهور با سرعت بسیار بالا در حال حرکت هستند اما تأثیرات آن بر صنعت پوشاک جهان چیست؟ شاید تأثیر اصلی این است که مصرف‌کنندگان چینی و هندی نیز در زمره مصرف‌کنندگان جهانی پوشاک قرار گرفته‌اند.

مدیرکل IAF، جهت حرکت کالا را نه فقط از سمت شرق به غرب بلکه از غرب به شرق و حتی از شرق به شرق دانست و افزود: حدود ۱۵ سال پیش هیچ‌یک از برندهای معتبر و مشهور جهانی در هند شناخته شده نبودند اما امروز کالاهای اغلب برندهای معروف آمریکایی و اروپایی در فروشگاه‌های هند عرضه می‌شوند.

به اعتقاد مهتا، یکی دیگر از نکات مهم در تحولات صنعت پوشاک دنیا، توجه ویژه به تولید پایدار است. در این زمینه ایران دارای موقعیت بسیار خوبی است زیرا می‌تواند در الگوی توسعه صنعت پوشاک خود به مدل پایدار دست یابد. در ایران حقوق و مزایای منصفانه‌ای برای نیروی کار در نظر گرفته می‌شود؛ اما در کشورهایی مانند بنگلادش و میانمار به هیچ‌وجه این موضوع رعایت نمی‌شود.

«ظهور تجارت الکترونیک» بخش بعدی سخنرانی مدیرکل IAF را تشکیل داد. وی در این زمینه عنوان داشت: از قوانین و مقررات تجارت الکترونیک در ایران

شکایتی را به مبلغ ۷۰ هزار یورو به دلیل کیفیت پایین محصولات ثبت کرده بود. زمانی که با این مشکل مواجه شدم از مدیریت وقت IAF تقاضا کردم که راه‌حل دوستانه‌ای را برای رفع این مسأله ارائه نماید که در نهایت تیم کنترل کیفیت IAF از کالاهای موجود در انبار بازرسی به عمل آورد و توانست خریدار را متقاعد نماید تا حجم خسارت مطالبه شده را به ۱۵ هزار یورو کاهش دهد.

وی در بخش دیگر سخنرانی خود به موضوع صنعت جهانی مد پرداخت و گفت: خوشبختانه عضو صنعتی هستیم که هیچ‌گاه از مد نخواهد افتاد و مردم نیاز دارند لباس‌های جدید بر تن کنند. در حالی که برخی صنایع به دلیل قدیمی شدن سبک تولید، از صحنه فعالیت‌های صنعتی به‌طور کامل محو می‌شوند.

مهتا یادآور شد: همیشه شاهد تغییر و تحولات زیادی در نوع پوشش مردم، روش‌های توزیع و فروش پوشاک هستیم و همین موضوع نشان می‌دهد صنعت مد و پوشاک از پا نخواهد افتاد، اما نقطه ضعف صنعت پوشاک این است که معمولاً مردم (به‌جز البسه ضروری و مورد نیاز)، از مازاد درآمد خود برای خرید پوشاک استفاده می‌کنند.

وی با اعلام این مطلب که شاهد حرکت موازی میان رشد اقتصادی جهان و رشد صنعت پوشاک هستیم، ابراز داشت: امروزه کشورهای پیشرفته بین ۱ الی ۳/۵ درصد رشد اقتصادی را تجربه می‌کنند در صورتی که کشورهای نوظهور در عرصه اقتصاد، رشد اقتصادی ۶ الی ۹ درصد را پشت سر می‌گذارند و به دلیل همین حرکت موازی مشاهده می‌کنیم که رشد صنعت پوشاک در آمریکا و بین ۳ تا ۲ درصد و در کشورهایی مانند چین ۸ تا ۷ درصد و در هند ۱۲ تا ۱۰ درصد است.

مدیرکل IAF اضافه کرد: فشار جهانی بر قیمت عرضه در حال افزایش است، هم‌چنین هزینه نیروی کار یک مسأله عمده در این صنعت به شمار می‌آید. وی گفت: در سال‌های دور، تولیدکنندگان پوشاک در آمریکا و اروپا به دلیل هزینه‌های بسیار بالای تولید، به سمت انتقال تولید به کشورهای با اقتصاد کم‌هزینه‌تر مانند چین و هند حرکت کردند اما امروز شاهدیم چین و هند هم تولیدات خود را به سمت بنگلادش و ویتنام و کامبوج سوق داده‌اند و پیش‌بینی می‌شود در آینده



نشست و جلسه ساده است. مدیرکل IAF، افزود: همایش‌های ما به شکل معمول گردهمایی‌های یک تا دو روزه هستند که طی آن مذاکرات و دیدارهای بسیار فشرده‌ای میان رهبران برجسته صنعت پوشاک جهان صورت می‌گیرد. به گفته وی، در همایش سپتامبر ۲۰۱۶ که در شهر بمبئی هند برگزار خواهد شد، بنیانگذاران شرکت‌هایی مانند دیزل (Diesel) و ریپلی (Replay) جلسه مربوط به پارچه دنیم را راهبردی می‌کنند.

مهتا خاطر نشان ساخت: در همایش چندسال پیش ما، افتتاحیه با حضور رئیس‌جمهور و اختتامیه توسط نخست‌وزیر این کشور برگزار شد که به خوبی بیانگر اهمیت همایش‌های IAF است.

مدیرکل IAF اضافه کرد: برگزاری جلسات میان چند کشور با همدیگر نیز در زمره فعالیت‌های این فدراسیون قرار دارد تا اعضای اصناف کشورها را با همدیگر آشنا کنیم. برای مثال اتحادیه اصناف چین، هیئت‌ها را برای یک دیدار شش روزه به هند اعزام کرد و امروز نیز هیئت‌ها از اتحادیه اصناف هند به ایران آمده است. هدف اصلی فدراسیون جهانی پوشاک، به هم رساندن کشورهای عضو است، به دنبال سود و منافع خاصی نیستیم و در واقع فرصتی برای اتحادیه اصناف کشورها به وجود می‌آوریم تا ضمن آشنایی با توانمندی یکدیگر به تعامل و ارتباطات صنعتی و تجاری بپردازند.

مهتا در ادامه به بیان تجربه شخصی خود در زمینه پشتیبانی IAF از تولیدکنندگان پوشاک پرداخت و گفت: سال‌های پیش به‌عنوان یک عضو ساده اتحادیه صنف پوشاک هند، خریداری در قاره اروپا،



مدیرکل فدراسیون جهانی پوشاک: مشکل اصلی اینجاست که همیشه تصور می‌کنیم رقبای ما بسیار قدرتمند و بدون نقص هستند اما به یاد داشته باشید که ایران، دارای سابقه هزاران ساله در صنعت نساجی و پوشاک است پس شما دارای قدرت خاصی هستید که باعث شده با توجه به تمام مشکلات، همچنان در میدان تولید حضور داشته باشید.

اطلاع دقیقی ندارم اما در آمریکا و اروپا و کشورهای دارای اقتصاد نوظهور مانند چین و هند، بالغ بر ۱۵ درصد فروش پوشاک از طریق اینترنت انجام می‌شود و اگر ایران خواستار باقی ماندن در مسیر توسعه صنعت پوشاک است، نمی‌تواند از تجارت الکترونیک چشم‌پوشی کند.

وی افزود: یکی از تحولات عمده و بسیار جدیدی که امروزه شاهد حضور آنها هستیم، کاهش زمان ایده‌پردازی تا طراحی، تولید و عرضه پوشاک است. علی‌رغم حرکت تولید پوشاک به سمت کشورهای کم‌هزینه، باید دانست که سرعت تولید به بازار و مصرف، نزدیک و نزدیک‌تر می‌شود. شگفت‌آور است که بدانی امروزه کشورهایی که دارای تولید پرهزینه هستند (مانند ایتالیا، مکزیک و ترکیه) با تکیه بر این موضوع می‌توانند صنعت پوشاک خود را نجات دهند و سرپا باقی بمانند.

مهتا تصریح کرد: ایران به بازار اروپا نزدیک است و نسبت به کشورهایمانند بنگلادش و چین که تولید کم‌هزینه دارند، می‌تواند به‌خوبی از این فرصت ارزشمند، نهایت استفاده را به عمل آورد.

به گفته وی، دنیا با دقت و تمرکز بیشتری در حال نظاره بهره‌وری واحدهای تولید پوشاک در ایران است اگرچه هزینه‌های زندگی در ایران در مقایسه با بنگلادش و پاکستان بالاتر است اما با افزایش بهره‌وری می‌توانید در این صنعت، سطح رقابت خود را با چین و ... ارتقا دهید. این فعال صنعت پوشاک اضافه کرد: مصرف‌کننده امروزی را می‌توان از طریق سه عامل «قیمت مناسب»، «نوآوری در طراحی» و «اعتمادسازی» به خود جلب نمود؛ اعتمادی که تنها راه ایجاد آن، طراحی و خلق برند و نام تجاری مخصوص ایران است.

مدیرکل IAF اذعان داشت: طی مدتی که از حضورم

در ایران سپری می‌شود، شاهد ابراز نگرانی فعالان صنف پوشاک نسبت به آینده بودم، با توجه به این که عوارض گمرکی روزبه‌روز کاهش می‌یابد و بسیاری از کشورهای تولیدکننده دنیا متقاضی ورود به بازار ایران هستند. کاملاً متوجه نگرانی‌ها و دغدغه‌های تولیدکنندگان پوشاک ایران هستم زیرا بیست سال پیش زمانی که درهای اقتصاد هند به روی دنیا گشوده شد، همین نگرانی‌ها به وجود آمد، هم‌چنین به تازگی دولت هند تصمیم گرفته از بنگلادش بدون وضع عوارض گمرکی، واردات انجام دهد و این اقدام دلهره‌هایی در میان فعالان نساجی و پوشاک هند به وجود آورده است، من نیز یکی از معترضان اصلی دولت هند نسبت به باز کردن اقتصاد کشور به روی محصولات بنگلادش هستم هر چند علی‌رغم واردات بدون عوارض گمرکی از بنگلادش هنوز صنعت پوشاک هند روی پاهای خود ایستاده است

وی خطاب به فعالان صنعت پوشاک حاضر در سالن همایش گفت: مشکل اصلی اینجاست که همیشه تصور می‌کنیم رقبای ما بسیار قدرتمند و بدون نقص هستند اما به یاد داشته باشید که ایران، دارای سابقه هزاران ساله در صنعت نساجی و پوشاک است پس شما دارای قدرت خاصی هستید که باعث شده با توجه به تمام مشکلات، همچنان در میدان تولید حضور داشته باشید پس به جای تمرکز بر نقاط قوت رقیبان به توانمندی‌های خود متمرکز شوید.

مهتا ادامه داد: تمام کالاهایی که هنگام تحریم ایران از مجاری غیرقانونی وارد کشور شما می‌شد، از این پس به‌صورت قانونی و رسمی وارد بازار ایران خواهد شد بنابراین چندان نگران حذف تعرفه‌های واردات نباشید. به اعتقاد من جنگیدن با دشمن قابل مشاهده و ملموس به مراتب آسان‌تر از دشمنی است که از هیچ‌گونه قوانین و مقرراتی تبعیت نمی‌کند و از طریق قاچاق به رقابت با تولیدکنندگان ایرانی می‌پردازد.

مدیرکل IAF با اعلام این مطلب به فعالان صنعت پوشاک ایران که نگران تغییر و کاهش تعرفه‌های وارداتی نباشید و اجازه دهید دولت تعرفه واردات را کاهش دهد، خاطر نشان کرد: اما باید به سه نکته توجه ویژه داشته باشید:

۱- آفرینش برندهای ایرانی

۲- احیای صنایع نساجی سنتی ایران

۳- ارتباط با کشورهایمانند ترکیه، بنگلادش، چین و هند برای کسب بازارهای جدید  
وی توصیه‌هایی نیز برای فعالان صنف پوشاک داشت: از رقابت نهراسید زیرا رقابت شما را قوی‌تر، حرفه‌ای‌تر و کارآمدتر می‌کند. از نمایشگاه‌های بین‌المللی بازدید به عمل آورید و در جریان آخرین مدهای روز دنیا قرار بگیرید، با موسسات آموزشی کشورهای دارای اقتصاد نوظهور مانند چین و هند برای تربیت و آموزش نیروهای کار فعلی و نسل آینده ارتباط برقرار کنید. دولت را جهت کاهش تعرفه‌های واردات ترغیب نمایید و در نتیجه نه به یک موقعیت برد-برد بلکه به یک موقعیت برد-برد-برد دست یابید به این معنی که دولت به درآمدهای بیشتری دست می‌یابد، صنعت حرفه‌ای‌تر می‌شود و مصرف‌کننده نیز با هزینه کمتری کالاهای مورد نیاز را تهیه می‌کند.

### بخش پرسش و پاسخ

در بخش پایانی سمینار تخصصی فدراسیون جهانی پوشاک (IAF) فرصتی در اختیار فعالان صنف پوشاک قرار گرفت تا سوالات خود را به صورت مستقیم با مدیرکل فدراسیون جهانی پوشاک در میان بگذارند. یکی از میهمانان درخواست کرد تا فرصتی برای بازدید از کارخانه تحت مدیریت مهتا در هند فراهم شود که وی پاسخ داد: در سفرم به ایران، تولیدکنندگان هندی از بخش تولید پوشاک زنانه، پوشاک جین و تی‌شرت مرا همراهی می‌کنند و مفتخر خواهیم بود که پذیرای شما باشیم و امکان بازدید صنعتگران ایرانی از کارخانه‌های نساجی هند فراهم شود.



مالی خرید از برندی مانند دیزل و امثالهم را ندارند بلکه به دنبال خرید از برندی با کیفیت و قیمت مناسب هستند. وی گفت: گام سوم این است که تلاش نکنید تمام تولیدات خود را به فروش برسانید؛ این استراتژی درستی نیست بلکه باید به دنبال فروش محصولاتی باشید که نیاز و خواست مشتری باشید این اشتباه بزرگی است که به فکر فروش محصولاتی باشیم که تولید می‌کنیم و به جای این کار از فروشگاه‌های مصرف‌کنندگان و مشتریان بالقوه خود بازدید به عمل آورید.

مدیرکل IAF اذعان داشت: از این موضوع خوشحال نباشید که مشتریان به دفاتر شما مراجعه می‌کنند و سفارش تولید می‌دهند و شما به دنبال تأمین کالا باشید بلکه باید از لحاظ خوشحال باشید که نیازهای آنان را مورد شناسایی قرار دهید و براین اساس به تولید بپردازید.

مهتا ابراز داشت: در گام چهارم، سعی نکنید تمام کارها را به تنهایی انجام دهید بلکه بر روی بخش‌هایی که دارای توانمندی و تخصص هستید متمرکز شوید و سایر فعالیت‌ها را به صورت برون سپاری به سایرین واگذار کنید.

به گفته وی، معرفی طراحان ایرانی به موسسات آموزشی عضو IAF مانند کالج مد بریتانیا، فرانسه، هلند و هند، معرفی طراحان ایرانی جهت حضور در رقابت انتخاب طراح سال و تسهیل امکان بازدید از نمایشگاه‌های مد جهان از مهم‌ترین موارد حمایتی این فدراسیون از طراحان پوشاک ایرانی محسوب می‌شود.

مهتا یادآور شد: در مورد فعالیت‌های طراحان ایرانی

صنعتگران ایرانی با بازار جهانی صورت خواهد گرفت. مهتا پاسخ داد: همکاری‌های خود را با اتاق اصناف تهران و اتحادیه صنف پوشاک تهران آغاز کرده‌ایم و از این طریق، اتاق اصناف سایر کشورها را جهت برقراری ارتباط با ایران و بازدید از واحدهای تولیدی آن ترغیب می‌نماییم؛ همچنین فرصت بازدید اعضای اتحادیه صنف پوشاک تهران را از سایر کشورها فراهم می‌کنیم.

وی ادامه داد: ما یک نهاد دولتی نیستیم و به همین دلیل نمی‌توانیم فوراً بیانیه‌ای صادر کنیم تا تعرفه واردات کالاهای ایرانی به کشورهای دیگر را کاهش یا افزایش دهیم زیرا این اقدام در حوزه فعالیت‌های ما نیست اما می‌توانیم صنعت ایران را به اروپا، آمریکا و هند معرفی و روند تعاملات میان ایران و سایر کشورها را تسریع کنیم، به تقویت ارتباط اتاق اصناف ایران و کشورهای دیگر بپردازیم و فرصتی به وجود آوریم تا با موسسات آموزشی سایر اعضا به مشورت و همکاری در حوزه مسائل فنی، تکنولوژیکی و ... بپردازید.

مهتا به ضرورت تقویت برندهای ایرانی اشاره کرد و گفت: بارها و بارها در نقاط مختلف دنیا، نام برندهای پوشاک ترکیه را شنیده‌ایم به نظر من اولین قدم این است که تصویر بسیار قدرتمندی از برند ملی خود در بازارهای بین‌المللی ارائه نمایید، قدم دوم این است که وقتی به فکر صادرات برند ایرانی هستید لزوماً به بالاترین و بهترین بازارهای دنیا فکر نکنید زیرا بازارهای سطح بالای دنیا دارای برندهای مشخص و با سابقه هستند به همین دلیل توجه خود را به بازارهای نوظهور معطوف کنید. در بازار کشورهای دارای اقتصاد نوظهور عامه مردم، مرفه نیستند و به همین دلیل توان

مهتا سپس از مدعوین ایرانی دعوت به عمل آمد تا از نمایشگاه ۱۳ لغایت ۱۵ جولای (۲۳ تا ۲۵ تیر ۱۳۹۵) که در بمبئی هند برگزار خواهد شد، بازدید به عمل آورند؛ در این نمایشگاه حدود ۷۰۰ برند معتبر هندی حضور دارند که تعامل با آنان برای شما مفید خواهد بود. وی با یادآوری این مطلب که صنعت و تولیدات هر کشوری، نقاط مثبت خاص خود را دارد، افزود: اگر در پی خرید انبوه کالا با قیمت پایین هستید، بنگلادش گزینه بسیار خوبی است اما در صورتی که به دنبال تهیه طرح‌های فاخرتر و ظریف‌تر و حتی پوشاک دستباف هستید، مسلماً هند نسبت به بنگلادش در اولویت قرار دارد.

پرسش بعدی در زمینه تکنولوژی و ماشین‌آلات مورد مصرف کارخانه‌های نساجی هند بود. وی توضیح داد: اغلب فناوری‌های به کار رفته در کارخانه‌های نساجی این کشور، هندی است اما بسیاری از تولیدکنندگان عمده و بین‌المللی به دلیل کارخانجات و شعبی که در هند راه‌اندازی کرده‌اند، تکنولوژی‌های خود را در هند پیاده‌سازی می‌نمایند؛ بنابراین تکنولوژی‌های مورد استفاده در هند ترکیبی از تکنولوژی هندی و بین‌المللی است.

مهتا به موضوع تعرفه‌های واردات نیز پرداخت و گفت: در هند سطح بالایی از تعرفه‌های واردات (۷۰ الی ۶۰ درصد) را هم تجربه کرده‌ایم اما با توجه به عضویت در سازمان جهانی تجارت، باید تعرفه واردات مورد استانداردسازی قرار گیرد و از ۲۰ درصد تجاوز نکند.

یکی از میهمانان پرسید که با توجه به عضویت ایران در IAF چه تسهیلات و حمایت‌های ویژه‌ای از طریق این سازمان در راستای تقویت ارتباط



می‌توانید این استراتژی را در کشور خود پیاده کنید و به موفقیت در بازارهای جهانی دست یابید. مهتا در پایان اذعان داشت: در سال‌های دور، دنیا اطلاعاتی پیرامون هند نداشت اما امروزه ساکنین کالیفرنیا، نیویورک و... به خوبی می‌دانند هند در کدام قاره قرار دارد به این دلیل که هند به یک برند معتبر جهانی تبدیل شده است. حدود ۸ سال پیش دیداری از ایالت مرکزی آمریکا (یوتا و آیداهو) داشتم. هنگام صحبت با مردم آمریکا از انگلیسی صحبت کردن من بسیار متعجب شده بودند و می‌پرسیدند مگر در کشور شما به انگلیسی صحبت می‌کنند!!! حتی برخی می‌گفتند آیا در خیابان‌های بمبئی با فیل تردد می‌کنید؟! که پاسخ دادم از آخرین فیللی که در عمرم دیده‌ام ۱۰ سال سپری می‌شود! قطعاً چنین سوء برداشت‌هایی در مورد ایران هم مصداق دارد و وظیفه شما تولیدکنندگان و فعالان صنعت پوشاک است که چنین سوء تفاهم‌هایی را از بین ببرید و دنیا را نسبت به توانمندی‌های ایرانیان آگاه کنید.

مانند من افتخار می‌کند که در منزل خود، فرش اصیل ایرانی را به میهمانان خود نشان دهد و با اطمینان عنوان کند اصالت طرح و بافت این فرش، ایرانی است اما تعداد خریداران چنین کالاهایی، محدود است و برای گسترش صنعت، باید به دنبال مصرف‌کنندگان انبوه باشید. مدیرکل IAF در پاسخ به این سوال که جایگاه فعلی پوشاک ایران در دنیا چیست و هم‌چنین چگونه می‌توان پتانسیل قوی پوشاک ایران را به دنیا معرفی نمود؛ گفت: جواب به این سوال با یک علامت سوال بزرگ همراه است! زیرا دنیا اطلاعات زیادی در مورد توانمندی فعالان صنعت پوشاک ایران ندارد. باید صادقانه عنوان کنم شاید در برخی از حوزه‌های صنعت پوشاک باید از صفر شروع کنید. وی گفت: هند برای سال‌های متعددی به‌عنوان تولیدکننده کالاهای بی‌کیفیت و ارزان شناخته می‌شد و زمانی که توجه خود را معطوف صنعت نرم‌افزار و کامپیوتر نمود برای نفوذ در بازارهای بین‌المللی ابتدا به ساخت برند هند در جهان پرداخت. شما نیز

مدیر کل فدراسیون جهانی پوشاک: هند برای سال‌های متعددی به‌عنوان تولیدکننده کالاهای بی‌کیفیت و ارزان شناخته می‌شد و زمانی که توجه خود را معطوف صنعت نرم‌افزار و کامپیوتر نمود برای نفوذ در بازارهای بین‌المللی ابتدا به ساخت برند هند در جهان پرداخت.

و گرفتن سهم از بازارهای جهانی باید عنوان کنم به تحقیق و مطالعه در این زمینه بپردازید، تا زمانی که با تقاضای جهانی و بازار بین‌المللی ارتباط نداشته باشید در جریان خواسته‌های مشتریان قرار نخواهید گرفت. معتقدم که تخصص ایرانیان در زمینه طراحی، قرن‌هاست که در طول تاریخ پابرجاست و اطمینان دارم ایرانیان توان رقابت در عرصه بین‌المللی را دارند. وی گفت: ضمن حفظ هنرهای صنایع دستی، توجه داشته باشید که برای کالاها و پوشاک سنتی، بازار بسیار محدودی وجود دارد. برای مثال در هند فردی

