

ایجاد ۲۰۰ هزار شغل در صنعت پوشاک؛ یک وعده پاتصمیه بنیادی؟!

گزارشی از برنامه رهیافت رادیو اقتصاد در مورد اشتغالزایی صنعت پوشاک



اشاره:

در برنامه رهیافت رادیو اقتصاد مسائلی مانند استراتژی‌های صنعت پوشاک، صحبت‌های وزیر کار در زمینه استفاده از کمک سازمان‌های بین‌المللی و تجارب خارجی، توجه به فرهنگ و هنر ایرانی-اسلامی در توسعه صنعت پوشاک و ایجاد شهرک پوشاک مورد بحث و تبادل نظر میهمان برنامه مهندس مهدی یکتا- کارشناس صنعت نساجی- قرار گرفت.

«وزیر کار با اشاره به اجرای طرح تکاپو (توسعه کسب و کار، اشتغال پایدار) گفت: توسعه صنعت پوشاک در کوتاه مدت ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار شغل و در بلندمدت ۱/۵ میلیون شغل در کشور ایجاد می‌کند.

علی ربیعی در نخستین نشست تخصصی سند توسعه اشتغال در صنعت پوشاک که با حضور تعدادی از تولیدکنندگان اصلی صنعت پوشاک و کارشناس بین‌المللی پوشاک از سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) در وزارت کار برگزار شد؛ گفت: امروز در دولت تدبیر و امید، یک سیاست جبرانی را پیگیری می‌کنیم تا عقب‌ماندگی‌ها جبران شوند.

وزیر کار، صنعت پوشاک را صنعتی دانست که به نیازهای اساسی مردم پاسخ می‌دهد و ادامه داد: زیربناهای اصلی صنعت پوشاک را در کشور داریم بنابراین باید با همکاری وزارت صنعت، اتحادیه‌های صنفی، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای و دانشگاه‌ها و با تأکید بر مهارت‌افزایی، رونق این صنعت را دنبال کنیم. در اجرای توسعه صنعت پوشاک باید از تجارب بین‌المللی بهره‌مند شویم و مجموعه‌های یاد شده در کنار هم می‌توانند این صنعت را در ایران گسترش دهند.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی ادامه داد: رفع مشکلات بیرونی صنعت پوشاک و سیاست‌گذاری در این بخش وظیفه دولت است که وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت، سیاست‌های جهشی را برای توسعه صنعت پوشاک دنبال می‌کند.

وی واردات و تعرفه را دو موضوع اصلی در صنعت پوشاک عنوان کرد و گفت: متأسفانه در کنار این دو

مقوله، مبارزه با قاچاق پوشاک نیز باید در دستور کار قرار بگیرد؛ چراکه قاچاق پوشاک با حجم کم صورت می‌گیرد و به همین دلیل مبارزه با قاچاق در این کالا بسیار دشوار است.

این عضو کابینه یازدهم، ایجاد نظام تامین مالی و مواد اولیه ذیل انجمن صنفی پوشاک را از دیگر برنامه‌های این وزارتخانه عنوان کرد و گفت: در همین راستا یک شهرک تولید پوشاک در کنار فرودگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) ایجاد می‌شود و برای متقاضیان حضور در این شهرک، مزیت‌های خاصی را در نظر می‌گیریم. وی با بیان اینکه برخی از پوشاک ایرانی به برند ملی و بعضاً فراملی تبدیل شده است، تأکید کرد: بنابراین طراحی، مد و برندسازی از نیازهای اصلی صنعت پوشاک است که در بخش طراحی، نیروهای بومی خوبی در داخل کشور وجود دارد؛ اما در حوزه برندسازی نیاز به برندهای بیشتری داریم؛ چرا که ذائقه مصرف‌کننده امروز با برند گره خورده است.

ربیعی افزود: همچنین سند توسعه بخش پوشاک را در جهت هماهنگی بین انجمن صنعت پوشاک، وزارت صنعت، معدن و تجارت، دانشگاه‌ها و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی را به تصویب شورای عالی اشتغال می‌رسانیم. وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی ادامه داد: موتور توسعه هر صنعت، فعالان همان صنعت هستند؛ لذا در صنعت پوشاک نیز انجمن صنعت پوشاک می‌تواند موتور توسعه این حوزه باشد؛ ضمن اینکه دولت به عنوان مکمل، سیاست‌های توسعه‌ای را اتخاذ می‌کند.

ربیعی گفت: ما به عنوان مسئول اشتغال اقتصاد

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار: منظر وزارت کار علاوه بر توجه به رشد و توسعه اقتصادی، عنایت خاصی به صنعت پوشاک داریم و به استفاده از تجربیات بین‌المللی و ایجاد هماهنگی در سطح ملی میان دستگاه‌های مختلف می‌پردازیم. برای مثال تلاش می‌کنیم در حوزه سیاست‌های مالی هم‌راستا با نیازهای تولیدکنندگان و فعالان این صنعت حرکت نماییم.

مقاومتی، توسعه صنعت پوشاک را یکی از اولویت‌ها و زایش‌های داخلی می‌دانیم و علاوه بر اینکه صنعت پوشاک سهم خوبی در تولید ناخالص داخلی دارد، می‌تواند نماد هر جامعه باشد. وی تأکید کرد: البته در حوزه سبک خرید لباس نیاز به فرهنگسازی داریم که باید برنامه‌های بلندمدت در این بخش تدوین شود. در ابتدای برنامه، یکتا در مورد استراتژی‌های صنعت پوشاک و میزان دستیابی به اهداف این استراتژی‌ها عنوان داشت: واقعیت این است که وزارت صنعت در دو سال اخیر توجه ویژه‌ای به صنعت پوشاک نشان داده و با دستور مستقیم وزیر، کمیته‌ای تحت عنوان «کارگروه صنعت پوشاک کشور» شکل گرفته است که متشکل از متخصصین این صنعت، نمایندگان دانشگاه و همچنین مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت می‌باشد.

وی ادامه داد: این کارگروه در نخستین گام، استراتژی‌ها و برنامه‌های این صنعت را با کمک دانشگاه صنعتی امیرکبیر تدوین نمود که حدود ۵۰ برنامه عملیاتی از آن استخراج شد. در نهایت وزارتخانه به این نتیجه رسید که برای توسعه صنعت پوشاک باید دو اقدام را به صورت موازی با یکدیگر پیش برد. به گفته یکتا، پراکندگی تعداد زیادی از واحدهای کوچک باعث شده صنعت پوشاک سمت و سوی مشخصی نداشته باشد و این پراکندگی هم در حوزه مد و طراحی و هم در بخش توزیع و فروش، هزینه‌های زیادی به سیستم وارد کرده است. بنابراین بهترین راهکار کمک به تشکیل واحدهای بزرگ تولید پوشاک است.

کارشناس صنعت نساجی یادآور شد: نکته دوم به

سیستم توزیع و شبکه فروش در کشور بازمی‌گردد. شبکه توزیع پوشاک حالت بسیار پراکنده، نابسامان و تقریباً غیرشفاف پیدا کرده است. در این سیستم بیش از صد هزار واحد صنفی به فعالیت می‌پردازند و به گفته رئیس اتحادیه صنف فروشندگان پوشاک تهران، حدود ۱۷ هزار واحد صنفی پوشاک در تهران فعال هستند، شبکه ناپیوسته‌ای برای واردات تشکیل شده و شاید به ازای هر یک از فروشگاه‌ها در نقاط مختلف تهران و شهرستان‌ها، واردکننده‌ای وجود دارد! چنین سیستم وارداتی در هیچ کشوری وجود ندارد.

یکتا با اعلام این مطلب که مبارزه با کالای قاچاق از سر مرزها به مقصد نهایی خود یعنی فروشگاه‌های ارائه‌کننده لباس‌های خارجی منتقل شده است، گفت: بیشترین هم‌و غم دولت و وزارت صنعت این است که بتواند حجم واردات قاچاق را کاهش دهد و از سوی دیگر سیستم توزیع را ساماندهی نماید.

وی به آئین‌نامه‌ای که چند هفته پیش ابلاغ شد نیز پرداخت و گفت: طبق این قانون، فروشندگان پوشاک خارجی باید یکسری مشخصات و ویژگی‌هایی حقیقی و حقوقی داشته باشند و صلاحیت آنان احراز شود تا بتواند به فعالیت خود ادامه دهند.

به اعتقاد این کارشناس نساجی، تاکنون تلاش‌ها به ساماندهی شبکه توزیع پوشاک کشور معطوف بوده است.



در ادامه برنامه رادیویی رهیافت، دکتر عیسی منصور - معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار - از طریق تماس تلفنی به بیان دیدگاه‌های خود در مورد صنعت پوشاک پرداخت. وی در پاسخ به این سوال که استراتژی‌های صنعت پوشاک به چه سمتی حرکت خواهند کرد، گفت: در بعضی از حوزه‌های

صنعت نساجی به مصرف‌کنندگان تولیدات خارجی تبدیل شده‌ایم.

به اعتقاد وی، در صورتی می‌توان در صنعت نساجی و پوشاک اشتغال ایجاد کرد که بخشی از شبکه تأمین بازار باشیم نه فقط تولیدکننده نهایی.

منصوری یادآور شد: جهت‌گیری‌های این صنعت در بازارهای جهانی به سمت تولید پوشاک راحتی مانند البسه جین، تی‌شرت و ... پیش می‌رود در حالی که واحدهای تولیدی ما به ارائه لباس‌های رسمی متمرکز شده‌اند پس بدیهی است که نتوانیم تقاضای داخلی را پاسخ دهیم و ناگزیر از واردات هستیم؛ ضمن این که به دلیل بخشی از سیاست‌های قبلی، نوع تولیدات و جهت‌گیری فعالیت تولیدکنندگان ما سمت و سوی خاصی پیدا کرد و با انبوه واردات غیر رسمی مواجهیم. معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار با اشاره به فعالیت حدود ۵۰۰ هزار نفر در صنعت پوشاک ایران گفت: سال ۲۰۰۷ که به‌عنوان مشاور در بنگلادش حضور داشتیم، شاهد تدوین برنامه توسعه صنعت پوشاک بودم و در حال حاضر این کشور به دومین صادرکننده پوشاک دنیا تبدیل شده است و بالغ بر ۲۰ میلیون نفر در این صنعت مشغول کار هستند؛ در ترکیه نیز حدود ۲ میلیون نفر از طریق فعالیت در صنعت پوشاک ارتزاق می‌کنند.

وی صنعت پوشاک را یکی از صنایع دارای ظرفیت بالا در ایجاد اشتغال برشمرد و گفت: از منظر وزارت کار علاوه بر توجه به رشد و توسعه اقتصادی، عنایت خاصی به صنعت پوشاک داریم و به استفاده از تجربیات بین‌المللی و ایجاد هماهنگی در سطح ملی میان دستگاه‌های مختلف می‌پردازیم. برای مثال تلاش می‌کنیم در حوزه سیاست‌های مالی هم‌راستا با نیازهای تولیدکنندگان و فعالان این صنعت حرکت نماییم.

منصوری تأکید کرد: با کمبود واحدهای بزرگ تولید پوشاک که بتوانند به صورت فراگیر، بازارهای داخلی و خارجی را پوشش دهند؛ مواجهیم و متأسفانه برخی تولیدکنندگان که شبکه فروش را هم در اختیار دارند نیازهای خود را از سایر کشورها تأمین می‌کنند در حالی که قبلاً از تولیدات داخلی استفاده می‌کردند؛

عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا (س): در کشورهای پیشرفته اقتصادی، سهم صنعت نساجی در ایجاد اشتغال و تأمین نیازهای داخلی بسیار قابل توجه است که ما نیز می‌توانیم از این توانمندی استفاده کنیم منتها استراتژی صنعت نساجی فقط به مسائل درونی بستگی ندارد بلکه به شدت متأثر از سیاست‌های سایر بخش‌های اقتصادی کشور است.

کرد: تولیدکنندگان داخلی، قدرت چانه‌زنی و رقابت با تولیدات مشابه خارجی را به دلیل هزینه بالای دسترسی به اعتبارات بانکی در کشور از دست می‌دهند؛ ضمن این‌که صنعت نساجی و پوشاک عمده‌تأثر متعلق به بخش خصوصی است؛ منتها موانع جدی که از سوی سیاست‌های بخش عمومی بر آن تحمیل می‌شود، هزینه‌های فعالیت صنعت مذکور را بسیار بالا و غیر رقابتی کرده است.



لزوم توجه به سهم بازار

در بخش دیگر برنامه رادیویی رهیافت، یکتا به آشفتگی شبکه توزیع پوشاک تولید داخلی و خارجی پرداخت و گفت: زمانی که در مورد اشتغالی، تنوع و مد و سیستم توزیع صنعت پوشاک صحبت می‌کنیم، «سهم بازار» عامل کلیدی بسیار مهمی است که باید بر روی آن متمرکز شویم زیرا نقش محرک و لوکوموتیو صنعت را ایفا می‌کند و با در اختیار گرفتن این عامل کلیدی می‌توان تمام برنامه‌ها را بدون کم و کاست اجرا کرد. و ضمن بیان این مطلب که تمام تلاش

به ظرفیت‌های گسترده صنعت نساجی (و به ویژه پوشاک) قطعاً میزان اشتغالی این صنعت نیز قابل توجه و چشمگیر است.

وی با بیان این نکته که صنعت نساجی تمام سطوح تکنولوژی را دربر می‌گیرد؛ گفت: بسیاری از کشورهای صنعتی کنونی مانند ژاپن و کشورهای نوظهور صنعتی مانند کره جنوبی، چین و ... یکی از محورهای اشتغالی (به خصوص در دوران‌های نخست توسعه) را بر پایه صنعت نساجی و پوشاک قرار داده‌اند. اگرچه طی سال‌های اخیر کشورهایی مانند ژاپن، ضمن صادرات تکنولوژی از ابزارهای بسیار مدرن در تولیدات خود بهره‌برداری می‌کنند و نقش تعیین کننده‌ای در اقتصاد دنیا ایفا می‌کنند.

راغفر تصریح کرد: در کشورهایی پیشرفته اقتصادی، سهم صنعت نساجی در ایجاد اشتغال و تأمین نیازهای داخلی بسیار قابل توجه است که ما نیز می‌توانیم از این توانمندی استفاده کنیم منتها استراتژی صنعت نساجی فقط به مسائل درونی بستگی ندارد بلکه به شدت متأثر از سیاست‌های سایر بخش‌های اقتصادی کشور است.

به گفته این اقتصاد دان، نساجی به محصولات پتروشیمی بسیار وابسته است و متأسفانه شاهدیم صنعت پتروشیمی که از یارانه‌های بخش انرژی استفاده می‌کند، مواد اولیه مورد نیاز صنعتگران نساجی را با قیمت بالا در اختیار آنان قرار می‌دهد و عملاً باعث شده بسیاری از واحدهای تولیدی زمینگیر شوند.

حتی در مورد تعرفه نهاده‌های وارداتی هم سیاست‌های مالیاتی به شدت به زیان تولید داخلی است؛ به همین دلیل مشکلات نساجی فقط در درون این صنعت قابل حل نیست بلکه به سیاست‌های گسترده‌تری در سایر بخش‌های اقتصادی کشور مرتبط می‌باشد.

راغفر در ادامه به واردات غیرقانونی پوشاک اشاره کرد و آن را یکی از ضربات مهلکی توصیف کرد که به پیکره صنعت نساجی کشور وارد شده است. عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا (س) تصریح

پس به نظر می‌رسد در برخی حوزه‌ها به اصطلاح جا مانده‌ایم و این موارد، گلوگاه‌هایی هستند که باید مورد توجه قرار گیرند.

این مقام مسئول اضافه کرد: در دو حوزه «جهت‌گیری فعالان و تولیدکنندگان پوشاک» و «سیاست‌های موجود» نیازمند اصلاحاتی هستیم.

وی به وعده وزیر کار برای ایجاد اشتغال ۳۰۰-۲۰۰ هزار شغل در صنعت پوشاک نیز پرداخت و گفت: در این زمینه باید هماهنگی میان بخش خصوصی و دولتی (به ویژه میان دستگاه‌های دولتی با یکدیگر) صورت گیرد.

به گفته منصوری، در مسیر رشد و توسعه، علاوه بر سیاست‌های کلان اقتصادی، نیازمند انتخاب بعضی از رشته‌هایی هستیم که کشور می‌تواند در آن تجربه موفق داشته باشد و ظرفیت‌های خود را در آن حوزه‌ها شکوفا نماید. در مقایسه با کشوری مانند بنگلادش، مدیریت میانی و توانمندی تکنسین‌های ما به مراتب بیشتر است اما از این امتیاز استفاده نکرده‌ایم.

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار، ظرفیت صنعت نساجی و پوشاک کشور را بسیار بالا توصیف کرد و آن را یکی از صنایع موثر در ایجاد ارزش افزوده، اشتغالی دانست.

وی اذعان داشت: در روندهای بین‌المللی و تقسیم کار جهانی، فرصت بسیار خوبی فراهم شده تا وارد بازارهای جهانی این صنعت شویم.



هزینه‌های بالای تولید در صنعت نساجی و پوشاک

در تماس تلفنی بعدی برنامه رادیویی رهیافت، دکتر حسین راغفر - اقتصاد دان و عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا (س) - بیان داشت: با توجه

کارشناس صنعت پوشاک: فعالان پوشاک ایران فرصت بسیار بزرگ و ارزشمند «همسایگی با ترکیه» را در اختیار دارند و از طریق ارتباط با این کشور می‌توانند به آخرین اطلاعات، دانش فنی، مدل‌های روز، طرح‌های متنوع و تمام اتفاقات دنیای مد و پوشاک دنیا در اسرع وقت و حداقل اتلاف زمانی دسترسی پیدا کنند.

تولیدکنندگان، صاحبان برندها، خرده‌فروشان و عمده‌فروشان دنیا، تثبیت سهم بازار و توسعه آن در آینده است، ادامه داد: برای ایجاد اشتغال باید به بررسی میزان سهم بازار خود پردازیم. به گفته یکتا، طبق آمارهای رسمی، درآمد خانوارهای شهری ۲۸ میلیون تومان است که ۶ درصد آن حدود یک میلیون و پانصد تا یک میلیون و ششصد هزار تومان در سال هزینه پوشاک و کفش می‌شود، بازار پوشاک ایران در حالت استاندارد و شرایط اقتصادی متوسط (نه شرایط رکودی فعلی و کاهش قدرت خرید مردم)، بیش از ۱۰ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود. در خوش‌بینانه‌ترین حالت و طبق آمار کشفیات قاچاق و اطلاعات سطح بازار در بهترین حالت ۳۵-۳۰ درصد این بازار متعلق به تولیدات ایرانی است.

کارشناس صنعت نساجی در مورد امکان ایجاد اشتغال برای ۲۰۰ هزار نفر گفت: هزینه ایجاد اشتغال برای دستیابی به این رقم حدود ۲/۵ تا ۲ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری نیاز دارد، از سوی دیگر در صنعت پوشاک، تنوع و مد بر تیراژ و حجم تولید اولویت دارد و مانند لبنیات و میوه نیست که عنوان شود مثلاً مصرف سالیانه گندم یا صیفی‌جات فلان مقدار است و میزان مشخصی باید تولید و مابقی وارد شود. در صنعت پوشاک ابتدا باید ذائقه و سلیقه مصرف‌کنندگان را مدنظر قرار گیرد و سپس به سایر موارد توجه کرد؛ در غیر این‌صورت هر اندازه شاهد افزایش تولید باشیم بیشتر به رکود دامن زده‌ایم.

وی ابراز داشت: زمانی که در خوش‌بینانه‌ترین حالت، ۳۰ درصد بازار گسترده پوشاک ایران در اختیار تولیدکنندگان داخلی است به این معناست که قادر به رفع نیاز ۳۰ درصد مصرف‌کنندگان در هر سن، جنسیت و قشر اجتماعی هستید و بیشتر از این رقم تا امروز پاسخ داده نشده است؛ در حالی که توان رفع نیاز درصد بیشتری از مردم را داریم زیرا طبق گفته دکتر منصوری، کشورهای بسیاری از صنعت نساجی و پوشاک برای توسعه اقتصادی خود استفاده کرده‌اند.

به گفته یکتا، فعالان پوشاک ایران فرصت بسیار بزرگ و ارزشمند «همسایگی با ترکیه» را در اختیار دارند و از طریق ارتباط با این کشور می‌توانند به آخرین اطلاعات، دانش فنی، مدل‌های روز، طرح‌های متنوع و تمام اتفاقات دنیای مد و پوشاک دنیا در اسرع وقت و حداقل اتلاف زمانی دسترسی پیدا کنند.

وی در پاسخ به این سوال که فاصله میان صنعت پوشاک ایران و ترکیه تا چه میزان است، گفت: صادرات پوشاک ترکیه نزدیک ۲۰ میلیارد دلار است و پنجمین کشور صادرکننده پوشاک دنیا به شمار می‌آید در حالی که ایران هنوز نتوانسته نیاز بازار داخلی را تأمین کند. مجموع صادرات ما در سال حدود ۴۰-۳۰ میلیون دلار است که عمدتاً به بازار کشورهای همسایه اختصاص دارد.



ساماندهی مد و لباس

طراحی مد و لباس مبحث دیگری بود که مورد اشاره قرار گرفت. حمید قبادی- دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت ارشاد- در این زمینه طی تماس تلفنی با برنامه رادیویی رهیافت

گفت: در حوزه مد و لباس بیش از هر چیزی، نیازمند طراحی هستیم. طبعاً بخشی از واردات پوشاک، واردات طرح است که این واردات به صورت کاملاً غیر رسمی و غیرقانونی به کشور ما راه پیدا می‌کند.

قبادی افزود: حجم واردات پوشاک در سال گذشته حدود ۱۵ میلیون دلار عنوان شده که بارها اعلام کرده‌ایم این رقم واقعی نیست و رقم واقعی به مراتب بیشتر است.

دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس بیان داشت: نگاه کشورهای پیشرفته و صاحب‌نام نسبت به مقوله طراحی و مد بیش از آن‌که صنعتی باشد، فرهنگی است. طبق گزارش اساتید دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ۶۷ درصد ارزش افزوده حوزه مد و لباس، فرهنگی می‌باشد و فاکتورهای متعددی در این زمینه وجود دارد.

به گفته این مقام مسئول، تبیین، ترویج و تبلیغ این موضوع کار بسیار دشواری است و ظرف مدت کوتاهی نمی‌توان به آن دست یافت. شاید برخی عنوان کنند پیش از انقلاب ویژگی‌هایی در حوزه پوشاک وجود داشت اما به اعتقاد من این ویژگی‌ها، صنعتی بوده نه فرهنگی.

قبادی تصریح کرد: ترکیه تلاش بسیاری به عمل می‌آورد تا جنبه‌های فرهنگی خود را وارد صنعت پوشاک کشورش نماید اما بسیاری از کارشناسان و نمایندگان صنعت پوشاک ترکیه معتقدند که در این زمینه موفق نبوده‌اند و صرفاً توانسته‌اند فاکتورهای اقتصادی پوشاک را به پیش ببرند.

وی، یکی از مشکلات و ضعف جدی صنعت پوشاک کشور را در لباس اجتماع دانست و گفت: با محدودیت طرح‌ها و اقبال اندک تولیدکنندگان نسبت به طراحی لباس‌های ایرانی اسلامی، علی‌رغم تمام تلاش‌های صورت گرفته طراحان، روبرو هستیم.

دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس با اشاره به این نکته که مد و لباس یک چرخه فرایندی بسیار گسترده است که شروع آن بیش از این که طراحی

دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس: ترکیه تلاش بسیاری به عمل می‌آورد تا جنبه‌های فرهنگی خود را وارد صنعت پوشاک کشورش نماید اما بسیاری از کارشناسان و نمایندگان صنعت پوشاک ترکیه معتقدند که در این زمینه موفق نبوده‌اند و صرفاً توانسته‌اند فاکتورهای اقتصادی پوشاک را به پیش ببرند.

وی ادامه داد: زمانی که وزارت کار به ایجاد ۲۰۰ هزار شغل در صنعت پوشاک اشاره می‌کند نخستین پرسشی که در ذهن شکل می‌گیرد این است که چه مشوق‌ها و امتیازاتی برای تولیدکنندگان پوشاک اختصاص می‌یابد تا انگیزه‌ای برای افزایش اشتغال داشته باشند؟ آیا حاضرند در زمینه بیمه تأمین اجتماعی، معافیت‌هایی در نظر بگیرند؟ آیا وزارت ارشاد حاضر است مشکلات مربوط به درج نام برند و تابلوی فروشگاه‌ها را حل کند؟ آیا وزارت صنعت حاضر است پای بخشنامه صادره خود بایستد و ظرف شش ماه تمام فروشگاه‌های عرضه محصولات تقلبی و قاچاق را پلمپ کند؟ اگر این اتفاقات رخ دهد و بخش خصوصی به این نتیجه برسد که دولت مترصد ایجاد ۲۰۰ هزار شغل در این صنعت است و دیگر شعار و وعده‌ای در کار نیست، اطمینان داشته باشید شاهد رشد چشمگیر سرمایه‌گذاری در صنعت پوشاک خواهیم بود. یکتا، رشد سرمایه‌گذاری در صنعت پوشاک را ظرف ۱۵ سال گذشته، منفی اعلام کرد و گفت: حداقل باید ۵ سال تلاش و پشتکار مستمر داشته باشیم تا به تدریج شاهد مثبت شدن نرخ سرمایه‌گذاری در این صنعت شویم. وی به نمایندگی از بخش خصوصی کشور اطمینان داد که در صورت مساعد شدن فضای کسب و کار، بخش خصوصی به خوبی قادر به طراحی، تولید، فروش، توزیع و صادرات خواهد بود.

به گفته این مقام مسئول، در صنعت نساجی و پوشاک گاه تا ۲۵ درصد ارزش افزوده کالا در حوزه طراحی ایجاد می‌شود و اغلب کشورها در زمینه طراحی، هزینه‌هایی مدنظر قرار می‌دهند اما در نساجی ایران چنین اقدامی انجام نمی‌شود. معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار تصریح کرد: در رقابت، طراحی و کیفیت پوشاک حرف اول را می‌زند نه صرفاً قیمت. در حوزه تولید لباس راحتی، طراحی‌ها هر روز تغییر می‌کنند و تولیدکنندگان برای رفع نیاز بازار و خواسته مشتری باید به چنین مسائلی توجه نمایند. وی، اتصال به بازارهای جهانی برای فهم جریان‌ها این صنعت و توان ایجاد نوآوری و تنوع در طرح‌ها را برای رشد صنعت پوشاک اثرگذار قلمداد کرد و گفت: کشوری مانند چین به سطحی از قدرت و توانمندی در تولید منسوجات و پوشاک رسیده که به تدریج فعالیت‌های خود را در این صنعت کاهش می‌دهد و فرصت مغتنمی برای کشورهایی مانند ایران فراهم می‌شود تا تولیدکنندگان پوشاک با افزایش بهره‌وری نیروی کار، به ارتقای کیفیت و توسعه بازارهای صادراتی بپردازند.

نتیجه‌گیری

در بخش پایانی برنامه رادیویی رهیافت، یکتا ابراز داشت: بسیاری از مسائلی که توسط مسئولین دولتی و فعالان بخش خصوصی در مورد صنعت پوشاک مطرح می‌شود، حکایت فیل در تاریکی مولوی است! به این معنی که افراد بخشی از فیل را لمس می‌کنند و بر این باورند فیل همان شکلی است که لمس کرده‌اند. به‌عنوان فردی که سال‌های متمادی با لایه‌های مختلف صنعت نساجی و پوشاک در ارتباط هستیم، معتقدم دو میلیارد دلار سرمایه‌گذاری و اشتغال در میان مدت توسط بخش خصوصی ایجاد می‌شود به شرطی که نهادها و وزارتخانه‌های دولتی، ضمن رفع مشکلات، مشوق‌هایی برای تولیدکنندگان در نظر بگیرند.

باشد، پژوهش و منابع فکری می‌باشد، گفت: متأسفانه بهترین دانشکده‌های طراحی لباس نیز سرفصل‌های خود را به طراحی لباس‌های میهمانی و مجلسی اختصاص می‌دهند و نیاز مبرمی به طراحی لباس‌های اجتماع وجود دارد. قبادی اضافه کرد: به‌رغم تمام مشکلات موجود در بخش گردبافی و تولید پارچه‌های تریکو، نه تنها نیازی به واردات محصولات این بخش وجود ندارد بلکه به صادرات نیز می‌پردازیم.

وی توجه وزارتخانه‌های «صنعت، معدن و تجارت»، و «وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی»، نسبت به صنعت پوشاک و مقوله مد و لباس را به فال نیک گرفت و گفت: طبق ماده ۷ قانون ساماندهی مد و لباس، مدت‌ها بود به وزارت کار وظیفه‌ای محول شده بود که خوشبختانه با راه‌اندازی تشکل‌ها و انجمن‌های غیر دولتی، انسجام میان بخشی و بیدار کردن مسئولین اتفاقات جدیدی رخ خواهد داد. قبادی، یکی از سهل‌الوصول‌ترین راه‌های رسیدن به اقتصاد مقاومتی را حوزه مد و لباس دانست.

اتصال به بازارهای جهانی برای فهم جریان‌ها صنعت پوشاک

راهکارهای ایجاد ۲۰۰ هزار شغل در صنعت پوشاک و هم‌چنین فعالیت‌های شهرک تخصصی پوشاک، نکته‌ای بود که از معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار پرسیده شد. وی در این مورد گفت: مراحل مربوط به تعیین مکان احداث شهرک تخصصی پوشاک انجام شده و پس از اتمام مراحل زیربنایی و ساخت تأسیسات، انتقال و استقرار واحدهای تولیدی انجام خواهد شد؛ قطعاً این اقدام زمان‌بر است. منصوری ادامه داد: پیش از آغاز فعالیت شهرک پوشاک، باید بخش نرم‌افزاری صنعت اصلاح شود؛ این که سخت‌افزاری تحت‌عنوان شهرک پوشاک شکل بگیرد به تنهایی مسأله‌ای را حل نخواهد کرد.