



اشاره:

در راستای اجرای طرح توسعه کسب و کار و اشتغال پایدار (تکاپو) در صنعت پوشاک و به منظور بررسی راهکارهای توسعه این صنعت و تبیین ظرفیت‌های بالقوه آن در توسعه زنجیره ارزش و اتصال به نگاه‌های بین‌المللی، «نشست تخصصی توسعه اشتغال در صنعت پوشاک» با حضور دکتر ربیعی - وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی -، دکتر محجوب - نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی -، دکتر منصوری - معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال -، دکتر سازگارنژاد - رئیس سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای -، مهندس کلانتری - معاون وزیر در امور تعاون -، تنی چند از تولیدکنندگان و مدیران بخش خصوصی صنعت پوشاک در مجموعه فرهنگی ورزشی تلاش برگزار شد و طی آن مسائلی مانند تعرفه‌های گمرکی، قوانین حقوق کار، آموزش، ایجاد صندوق ویژه صنعت پوشاک و کمیته فنی و بازسازی و به‌روزرسانی صنعت پوشاک، اعطای مشوق‌های صادراتی، تبلیغات ارزان برای کالاهای داخلی، تقویت بخش طراحی و ... مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت.

توسعه صادرات در پرتو اتصال به نشان‌های شناخته شده جهانی

گزارشی از برگزاری نشست تخصصی توسعه اشتغال در صنعت پوشاک

و حفظ شود، اذعان داشت: سعی کرده‌ایم از تجربیات موفق بین‌المللی در صنعت پوشاک استفاده کنیم و در زمینه‌هایی نیز عقد قرارداد داشته و موفق بوده‌ایم.

تلاش گروهی برای توسعه صنعت پوشاک کشور

دکتر علی ربیعی - وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی - اشتغال را برای دولت مسأله بسیار مهمی توصیف کرد و گفت: با توجه به تحولات جمعیتی و جریان جدید بازار کار، تمرکز بر صنایع اشتغال‌زا برای ما حائز اهمیت است. برای دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی و ارتقای توان ملی خود و دیده شدن نمادهای ملی کشور در سپهر عمومی، اقدام به شناسایی مرحله‌ای بخش‌های مختلفی که دارای ظرفیت ایجاد اشتغال هستند را آغاز کرده‌ایم؛ خوشبختانه ۲/۵ سال مطالعات اولیه با کمک ۴۰ کارشناس بین‌المللی انجام شد و براین اساس تجارب کشورهای مشابه ایران مورد بررسی قرار گرفتند.

در ابتدای جلسه، **دکتر عیسی منصوری - معاون توسعه اشتغال و کارآفرینی وزارت کار -** ضمن خوشامدگویی به مدعوین ابراز داشت: رسته‌های با ظرفیت بالای تولید ثروت و اشتغال را شناسایی کرده‌ایم که یکی از این رسته‌ها، پوشاک است و به دنبال توانمندسازی صنعت پوشاک و اصلاح سیاست‌ها، قوانین و مقررات هستیم به‌گونه‌ای که فعالیت‌های صنعتگران را تسهیل نماید. وی افزود: اتصال شرکت‌های توانمند به بازار جهانی، یکی از مولفه‌های اصلی طرح تکاپو است (جریانی با محوریت بخش خصوصی نیز در این زمینه آغاز به کار کرده است) و خوشبختانه تجربه کشورهایی مانند ترکیه، بنگلادش و ویتنام را از نزدیک مورد بررسی قرار داده‌ایم و سعی می‌کنیم از تجارب بین‌المللی (و به‌طور مشخص فعالیت‌های یونیدو) در سه کشور مذکور، بهره‌مند شویم.

منصوری با بیان این مطلب که اقتصاد صنعت پوشاک زمانی رشد می‌کند که اتصال به بازار جهانی هدایت





تحقیق و توسعه (R&D) و ... را در قالب تعاونی انجام دهند. کلاتری افزود: واحدهای کوچک نمی‌توانند بخش طراحی قدرتمند یا بازاریابی ویژه داشته باشند اما اگر ۵۰ واحد کوچک، کنار هم جمع شوند و مجموعه‌ای ۲۵۰۰ نفری شکل گیرد، انجام بسیاری از اقدامات دارای توجیه اقتصادی خواهد شد و می‌توان سازماندهی منسجم انجام داد. به اعتقاد معاون امور تعاون وزیر کار، شرکت‌های خصوصی فعال برای توسعه فعالیت خود و افزایش قدرت رقابت‌پذیری خود با بخش‌های خصوصی بزرگ دنیا می‌توانند در قالب یک تشکل بزرگ‌تر تحت‌عنوان «تعاونی پوشاک» یا «تعاونی تولیدکنندگان پوشاک» عمل کنند. وی به معافیت مالیاتی ۲۵ درصدی شرکت‌های تعاونی طبق قانون و همچنین تمهیداتی برای کاهش عوارض گمرکی، واردات و ... نیز اشاره کرد.

راهکارهای جذب جوانان به اشتغال

در بخش بعدی جلسه، تعدادی از تولیدکنندگان حاضر به بیان نقطه نظرات و دیدگاه‌های خود پرداختند. محمد اعتماد - مدیرعامل شرکت تولیدی پوشاک ماکسیم - بیان داشت: بخش عمده یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار کشور به آگهی استخدام در مشاغل مختلف اختصاص دارد و باعث تعجب است که چرا جوانان به کار تشویق و ترغیب نمی‌شوند؟! چرا چنین حجم بالایی از آگهی استخدام هر روز چاپ می‌شود اما کمتر کسی برای کار مراجعه می‌کند؟ وی ادامه داد: در سال‌های دور وضعیت به این شکل

نشان و برند واقعی است که نمی‌توان آن را انکار کرد، برند سازی نیز کار سختی است البته ما برندهای خوب و خوش‌نامی داریم ولی گرفتن سهم در بازار جهانی و افزایش سهم ایران در بازار منطقه هدف ماست، پس باید کمک کنیم تولیدکنندگان پوشاک در بازار منطقه حضور پیدا کنند و تا جایی که ممکن است در این زمینه‌ها تلاش و کارجمعی انجام می‌دهیم تا به نتایج مطلوب دست یابیم. این مقام مسئول ابراز امیدواری نمود که با اندیشیدن تدابیر صحیح در سال ۹۵ شاهد آثار اولیه‌ای در گسترش اشتغال صنعت پوشاک کشور، افزایش مصرف ملی و داخلی و کسب سهم قابل توجه از برندهای جهانی باشیم.

حرکت به سمت اقتصاد غیردولتی

مهندس حمید کلاتری - معاون امور تعاون وزیر کار - در این نشست به همکاری مشترک بخش تعاون و سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور برای توسعه صنایع پوشاک اشاره کرد و گفت: باور حرکت به سمت اقتصاد غیردولتی در میان مردم در حال تقویت است؛ بخش غیردولتی برای بازکردن میدان برای مردم در حوزه تولید پوشاک در بخش‌های مختلف می‌تواند همکاری داشته باشد و در حوزه تعاون و با تمام ظرفیت‌های خود در خدمت کمک به تولید پوشاک خواهیم بود. وی به تشکیل تعاونی‌های تأمین نیاز از تولیدکنندگان بخش خصوصی در اغلب کشورها خبر داد و گفت: به این ترتیب تولیدکنندگانی که در یک رشته به فعالیت می‌پردازند؛ می‌توانند در کنار هم قرار گیرند و فعالیت‌های مشترک خود مانند بازاریابی، صادرات، عرضه، تأمین مواد اولیه، طراحی،

وی بیان داشت: طبق تحلیل‌های کارشناسان ملی و بین‌المللی یکی از زمینه‌های مهم در مباحث مربوط به اقتصاد مقاومتی و اشتغالزایی، صنعت پوشاک (در درجه اول) و کفش (در درجه بعدی) است و تمرکز بر صنایع پوشاک و کفش همزمان دارای اثر دوگانه‌ای بر اقتصاد مقاومتی و اشتغال هستند که می‌توان در زمانی کوتاه به پاسخ‌های مناسب دست پیدا یافت. ربیعی سپس به موفقیت‌های کسب شده در حوزه ICT، گردشگری، صنایع تبدیلی کشاورزی (مانند پرورش زنبور عسل) اشاره کرد و گفت: دلبستگی بسیاری به بخش پوشاک داریم و معتقدیم که ایجاد ۵۰۰ هزار شغل در این صنعت یک نظریه خیال‌پردازانه نیست؛ زمانی که ۲۰ میلیون نفر در صنعت پوشاک بنگلادش و ۲ میلیون نفر در صنعت پوشاک ترکیه به فعالیت می‌پردازند، ما هم در یک چشم‌انداز قابل قبول می‌توانیم به اشتغالزایی خوبی در این بخش دست پیدا کنیم لذا ایجاد ۵۰۰ هزار شغل دور از دسترس نیست و با برنامه‌ریزی مناسب می‌توانیم در این مسیر حرکت کنیم. وزیر کار با بیان این مطلب که هماهنگی‌های درون دولتی را به‌صورت مداوم دنبال می‌کنیم، گفت: تولیدکنندگان پوشاک خواستار افزایش سهم بازار خود هستند که این امر طبیعی است اما در ابعاد کلان باید این نوع درخواست‌ها در قالب اتحادیه‌ها، کانون‌ها و تشکل‌ها رخ دهد. ما نیز در عرصه عمل در برخی از موارد با تقسیم کار به هم‌فزایی روابط افقی صنعت پوشاک کمک می‌کنیم تا در کنار همدیگر قرار گیرند. ربیعی تصریح کرد: طبق مطالعات انجام شده نام و



مشکل قانون کار اشاره می‌شود اما مشخص نیست کدام ماده یا کدام بخش از قانون کار مشکل دارد! کدام آئین نامه نیازمند اصلاح و بازنگری است؟ برخی دوستان اعلام می‌کنند که باید اختیار کارفرمایان بیشتر شود؛ اما دقیقاً منظور از افزایش اختیار چیست؟ منظور حق اخراج است؟ یا سایر موارد؟ این نکات باید به‌طور کامل و شفاف نوشته شوند تا مسئولین ذی‌ربط متوجه شوند.

تأکید بر مزیت نسبی صنعت پوشاک

محمدجواد صدق‌آمیز - مدیر مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک تهران - در ابتدای سخنان خود به معرفی کوتاهی از اتحادیه پوشاک تهران پرداخت و گفت: اتحادیه‌های صنفی پوشاک براساس قانون نظام صنفی کشور به فعالیت می‌پردازند و صادرکننده جواز کسب هستند. فعالیت اتحادیه‌ها فقط در حوزه توزیع نیست بلکه بیش از ۹۰ درصد تولیدات کشور در حوزه صنفی انجام می‌شود. اتحادیه پوشاک تهران دارای ۲۰ هزار عضو است که از این تعداد بیش از ۶ هزار واحد تولیدکننده پوشاک هستند و تنها عضو ایران در فدراسیون جهانی پوشاک می‌باشد.

وی اضافه کرد: ایجاد شغل پایدار با فشار و اجبار و ارائه وام ایجاد نمی‌شود بلکه زمانی تحقق می‌یابد که یک صنعت و کسب و کار، توان تداوم فعالیت، توجیه حضور در بازار کشور و دارای مزیت نسبی باشد تا بتواند رونقی را تجربه کند و از این طریق، اشتغال به وجود آورد.

صدق‌آمیز، ضمن تأکید بر پاک بودن صنعت پوشاک

جهانی با مشکلاتی در قوانین و مقررات روبرو هستیم. برای مثال حدود ۱۰ سال پیش با یکی از شرکت‌های خارجی، قرارداد همکاری منعقد کردیم و مقرر شد که مواد اولیه (پارچه) را در اختیار ما قرار دهد و محصولات را طی ۶۰ روز تحویل دهیم در حالی که متأسفانه ۴۷ روز پارچه‌ها در گمرک ایران معطل ماند! باید چنین مشکلاتی برطرف شوند. قوانین و مقررات گمرک برای ما مشکل‌ساز است و گرنه از نظر قانون ورود موقت با مشکلی مواجه نیستیم. زمانی که مواد اولیه خارجی وارد گمرکات کشور می‌شود، زمان ترخیص آن بسیار طولانی است.

عضو هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران به بحث آموزش نیز اشاره کرد و گفت: اغلب تولیدکنندگان پوشاک از وجود متخصصین خارجی بهره‌مند می‌شوند و به آموزش نیروهای انسانی خود می‌پردازند اما مشکل اینجاست که برخی قوانین و مقررات وزارت کار اجازه نمی‌دهد از این نیرو بهره‌برداری کنیم. قانون کار به کارفرما اجازه نمی‌دهد که از کارگران خود بخواهد به سرعت کارگران کارخانه‌های ترکیه، بنگلادش و ... کار کنند یا به ازای تولید هر قطعه پوشاک، حقوق و دستمزد محاسبه شود، چنین امکانی در هیچ یک از کارخانه‌های کشور وجود ندارد. پس آموزش باید به نیروهایی ارائه شود که بعدها بتوان از توان و دانش فنی وی استفاده کامل به عمل آورد.

وزیر کار از تولیدکنندگان حاضر در جلسه خواست که به صورت جزئی‌تر به بیان مسائل و چالش‌های صنعت پوشاک بپردازند و گفت: در اغلب جلسات به

نبود، جوانان هنگام تحصیل در دبیرستان و دانشگاه به دنبال کار و فعالیت بودند اما جوانان امروز علاقه‌ای به کار کردن ندارند و صرفاً دنبال پشت میزنشینی هستند. کدام نهاد وظیفه ایجاد انگیزه و اشتیاق کار در نسل امروز را دارد؟ آیا به جز رسانه‌های ملی یا دانشگاه‌ها، سازمان دیگری سراغ دارید که این مهم را انجام دهد؟

مشکلات اتصال به بازارهای جهانی

محسن اصفهانیان - مدیرعامل شرکت تولیدی پوشاک گراد و عضو هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران - به نمایندگی از این تشکل، مخالفت خود را با کاهش تعرفه واردات پارچه مخالف اعلام کرد و گفت: اگرچه این اقدام در قیمت تمام شده پوشاک بسیار اثرگذار است اما براساس تجارب سال‌های گذشته، با افزایش تعرفه صنایع نساجی، پوشاک با صدماتی روبرو شد و نتوانست به رشد قابل توجهی دست یابد، در حال حاضر تعرفه معقولی وجود دارد که به زبان صنایع نساجی و پوشاک کشور نیست.

وی با بیان این مطلب که نمی‌خواهیم اشتباه صنایع نساجی در صنعت پوشاک تکرار شود؛ اذعان داشت: شاید در کوتاه‌مدت، کاهش تعرفه برای صنعت پوشاک مفید باشد اما در بلندمدت به دلیل وابستگی نساجی و پوشاک به همدیگر و کاهش تعرفه واردات مواد اولیه‌ای که در ایران تولید می‌شوند، برای تولیدکنندگان نساجی مشکلاتی به وجود خواهد آمد. اصفهانیان تصریح کرد: برای اتصال به برندهای



آموزش باید به «مزیت‌دار کردن صنعت پوشاک» توجه ویژه نشان داد.

وی یادآور شد: واقعیت این است که اگر با تعرفه ۱۵ درصدی پارچه به صورت قانونی وارد کشور شود در صورت پرداخت هزینه‌های ارزش افزوده، مالیات بازرگانی، هزینه‌های حمل و نقل و ... حداقل ۲۵ تا ۳۰ درصد افزایش هزینه خواهد داشت و به این ترتیب صنایع نساجی ایران توان رقابت پیدا می‌کند.

به اعتقاد صدق‌آمیز، روزی در صادرات مزیت نهایی خواهیم داشت که از پارچه تولیدی کشور در تهیه منسوجات و پوشاک تولید داخل استفاده شود. قطعاً اگر بخواهیم پارچه از خارج کشور تهیه کنیم، قیمت تمام شده محصول برای ما به مراتب بیشتر از کشور مبدأ خواهد بود پس تعرفه ۳۲ درصدی راهگشا نیست. مدیر مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک تهران گفت: نظام تأمین اجتماعی در کشور واقعاً دست و پای تولیدکنندگان را بسته است و در این میان صنعت پوشاک به دلیل کارگری بیشتر با مشکلات به مراتب بیشتری در این حوزه روبروست.

وی در پایان صحبت‌های خود گفت: برای توسعه یافتگی نیاز مبرم به تعاملات هوشمندانه بین‌المللی و حضور مستقیم در چرخه جهانی صنعت پوشاک، حفظ یکپارچگی و انسجام بخش خصوصی، نهادهای دولتی و تشکل‌ها داریم.

راهکارهای رشد صنعت پوشاک

اکبر رضائیان - عضو انجمن صنایع پوشاک ایران - فهرست‌وار به بیان راهکارهای رشد صنعت پوشاک

مردم هیچ کشوری چنین فلاکتی را تحمل نمی‌کنند. امروز ۱۲ میلیون سفر در سال انجام می‌شود، به طور میانگین هر نفر ۲۰۰ دلار هم خرید کند در مجموع ۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون خرید از مرزهای خارج کشور انجام می‌دهند که این رقم حداقل ۱۵۰ هزار شغل مستقیم در کشور به وجود می‌آورد. پس باید شرایطی فراهم شود که تولیدکنندگان داخلی به گونه‌ای بتوانند نیازهای داخلی کشور را فراهم کنند که مردم نیازی به خرید از سایر کشورها نداشته باشند.

مدیر مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک تهران به عدم دسترسی تولیدکنندگان مجلات تخصصی مد و پوشاک و آگاهی از هفته‌های مد جهان، ضعف در بخش آموزش دانشگاهی، مشکلات دسترسی به مواد اولیه، قوانین تأمین اجتماعی، نظام مالیاتی و ... نیز اشاره کرد و گفت: تولیدکنندگان علی‌رغم مواجهه با آنان به تولید ادامه می‌دهند؛ پس در توان تولیدکنندگان هیچ گونه مشکلی نداریم و عرصه رقابت را آن قدر تنگ کرده‌ایم که برخی تولیدکنندگان در این فضای بسته و آکواریمی، فرصت رشد و توسعه را از دست داده‌اند. مسأله امروز ما رقابت داخلی نیست بلکه رقابت در عرصه جهانی است.

صدق‌آمیز، ابزار خرسندی نمود که وزارت کار در اجرای طرح تکاپو، هوشیارانه عمل کرده و گفت: اتحادیه پوشاک تهران سال ۱۳۹۳ طرح توسعه راهبردی و استراتژی صنعت پوشاک را برای ۱۵ سال تدوین کرد، قطعاً در اولویت‌های ما آموزش مدیران ارشد، تکنسین‌ها و مدیران میانی و اپراتورها و کارپردازها مدنظر قرار گرفته است اما همزمان با

گفت: این صنعت، بی‌نیاز به آب است، براساس الگوهای ۸۰ میلیون نفری جمعیت ما، ظرفیت ۱۲ میلیارد دلار صادرات سالیانه و پاسخگویی به ۷۰ درصد نیاز بازار داخلی کشور را دارد.

وی، اشتغال صنعت پوشاک را پایدار و باکیفیت توصیف کرد و گفت: این صنعت به دلیل ایجاد ارزش افزوده بسیار بالا توان پرداخت حقوق‌های بالا را دارد. به اعتقاد مدیر مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک تهران، کشورهایی مانند ترکیه، بنگلادش و ویتنام الگوهای خوبی برای صنعت پوشاک کشور ما نیستند زیرا صرفاً کارگری یک صنعت را انجام می‌دهند و از ارزش افزوده واقعی صنعت پوشاک بهره‌برداری خوبی به عمل نمی‌آورند و معتقدم کشوری مانند ایتالیا به دلیل شباهت‌های متعددی که در ساختار فرهنگ و ... با ایران دارند، می‌تواند الگوی بسیار مناسبی باشد و در سریع‌ترین زمان ممکن به اشتغال در صنعت پوشاک ایران دست یابیم.

صدق‌آمیز به اشتغال در حوزه فروشی پوشاک تأکید کرد و گفت: در فرانسه ۱۵۳ هزار نفر در حوزه تولید پوشاک، ۸۵ هزار نفر در حوزه خدمات بخش پوشاک و بیش از ۴۵۰ هزار نفر در بخش خرده‌فروشی پوشاک به فعالیت می‌پردازند بنابراین نظام خرده‌فروشی دارای توان اشتغال‌زایی و ایجاد ارزش افزوده است.

وی ابراز داشت: متأسفانه مردم ما در سفرهای تفریحی خود به خارج از کشور مجبورند حجم قابل توجهی از بار و زمان زیادی از تفریح خود را صرف خرید پوشاک از بازارهای بین‌المللی کنند در حالی که



پرداخت که عبارت بودند از:

- ◀ ایجاد صندوق ویژه صنعت پوشاک برای اعطای تسهیلات سرمایه در گردش با سود مناسب
- ◀ تشکیل کمیته فنی دائمی بازسازی و به روز رسانی صنعت پوشاک متشکل از نماینده وزیر کار، نمایندگان یونیدو، نمایندگان انجمن صنایع پوشاک ایران و اتحادیه‌های ذی‌ربط
- ◀ اعطای مشوق‌ها و تخفیفات تأمین اجتماعی و مالیاتی
- ◀ اختصاص تخفیف ۵۰ درصدی اخذ بیمه پرسنل برای واحدهای ۵۰ نفر به بالا و ۷۰ درصدی برای واحدهای ۱۰۰ نفر به بالا برای مدت سه سال
- ◀ توسعه برندینگ که دارای دو محور اساسی «ارائه تسهیلات به تولیدکنندگان توانمند برای توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای خود» و «ایجاد امکان برای تبلیغات فروشگاه‌های زنجیره‌ای» می‌باشد.
- ◀ تشکیل مراکز بین‌المللی طراحی لباس
- ◀ افزایش جوایز صادراتی برای رقابت‌پذیری پوشاک ایرانی در بازارهای جهانی
- ◀ فعال‌سازی ورود موقت مواد اولیه مورد نیاز واحدهای تولیدی

دلایل قیمت تمام شده پوشاک داخلی

مجید فخار- عضو هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران و مدیرعامل شرکت تولیدی پوشاک جامه پوش آر- نکاتی را در زمینه دلایل قیمت تمام شده پوشاک داخلی ارائه نمود که مواردی مانند بالا بودن قیمت مواد اولیه و لوازم جانبی پوشاک در کشور و عدم به روز بودن اغلب واحدهای تولید متعلقات

پوشاک، هزینه‌های بالای واردات مواد اولیه، نرخ‌های سنگین بهره بانکی، مشکلات تأمین منابع مالی، هزینه‌های گزاف انواع مالیات‌ها و بیمه‌های مختلف، کمبود دانش فنی و آموزش‌های مربوط به برندسازی، سیستم نامطلوب توزیع و فروش و کسب حاشیه سود بالای واسطه‌ها، کمبود تجهیزات و ماشین‌آلات، فرهنگ نامناسب مصرف، بهره‌وری پایین در زنجیره تولید و توزیع، بالا بودن هزینه سرمایه‌گذاری برای احداث کارخانه و طولانی بودن زمان ایجاد واحد تولیدی، فضای نامناسب کسب و کار، تعرفه‌های ترجیحی غیرضروری به خصوص در مقطع کنونی، عدم مشارکت و تعامل با تولیدکنندگان مطرح، واردات غیرقانونی پوشاک و ... را در بر می‌گرفت.

مروری بر وضعیت صنعت پوشاک دنیا و موقعیت ایران

مهندس رضا تازیکی -مدیر طرح تکاپو- حجم تجارت بین‌المللی پوشاک در سال ۲۰۱۵ را ۴۰۹ میلیارد دلار برآورد کرد و گفت: سهم صنعت نساجی از کل تجارت جهانی ۳/۶ درصد، سهم صنعت پوشاک از کل تجارت جهانی ۲/۳ درصد و میزان رشد صنعت پوشاک در سطح بین‌المللی طی ۱۰ سال اخیر ۱۶۷ درصد بوده است.

وی مهم‌ترین کشورهای صادرکننده پوشاک را به ترتیب چین، بنگلادش، ایتالیا، ویتنام، آلمان، هند، ترکیه و هنگ کنگ اعلام کرد و آمریکا، آلمان، ژاپن، انگلستان، فرانسه، اسپانیا، هلند، ایتالیا، هنگ کنگ و کره جنوبی را به‌عنوان مهم‌ترین کشورهای واردکننده

پوشاک برشمرد.

به‌گفته تازیکی، چشم‌انداز آتی (سال ۲۰۲۵) افزایش حجم تجارت به بیش از یک تریلیون دلار می‌باشد و ویژگی اصلی این بازار وجود شرکت‌های بزرگ و صاحب برند بین‌المللی و تولید محصولاتشان در کشورهای در حال توسعه می‌باشد.

مدیر طرح تکاپو شاخص‌های کلیدی بازار مذکور را به شرح زیر ابراز کرد:

- ◀ وابستگی بالا به برند و برندسازی
- ◀ سرعت بالا در تغییر سلايق بازار
- ◀ تنوع‌پذیری بالا در حوزه طراحی پارچه و لباس
- ◀ فراگیری جهانی صنعت مد و تبعیت بازارهای بین‌المللی از این پدیده

بخش دیگر مطالب تازیکی به مقایسه سهم صادرات صنعت نساجی با صنعت پوشاک در برخی از کشورهای مهم بود که در کشوری مانند ترکیه، بنگلادش، هند و ویتنام عمده سهم صادرات صنعت نساجی به پوشاک اختصاص دارد. وی سپس به ارائه توضیحاتی در مورد صنعت پوشاک کشور پرداخت که براساس آن، ۱۵۰۰ واحد صنعتی و ۲۰۰۰۰ واحد صنعتی پوشاک به فعالیت می‌پردازد، میزان اشتغال رسمی این واحدها در بخش صنعت ۳۰۰۰۰ نفر و در بخش صنف ۲۵۰۰۰۰ نفر می‌باشد، اشتغال غیر رسمی نیز ۲۷۰۰۰ نفر در صنف و صنعت است.

تازیکی ضمن بیان این مطلب که متوسط سرمایه‌گذاری لازم برای اشتغال هر نفر در صنعت پوشاک ۲۱۰ میلیون ریالاست، ارزش صادرات رسمی پوشاک در سال ۱۳۹۴ را ۴۸ میلیون دلار و ارزش



وی نقطه آغاز صنعت نساجی و پوشاک را همانند سایر کسب و کارها نه در نقطه تولید بلکه در بخش مصرف قلمداد کرد و گفت: صنعت پوشاک دارای ظرفیت اشتغالزایی بالا، کمترین سرمایه‌گذاری ثابت و بدون آلودگی زیست محیطی و بالاترین ارزش افزوده، افزایش نرخ مشارکت زنان در اقتصاد، پراکندگی در کل کشور، عدم وابستگی به عوامل محیطی و جوی و ظرفیت بالا و به کارگیری دانش‌آموختگان دانشگاهی است.

وی در مورد نقاط کانونی تولید پوشاک در کشور گفت: حدود ۷۰ درصد تجارت و تولید پوشاک در استان تهران انجام می‌شود و مشهد، تبریز، گیلان و خوزستان در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند.

تازیکی اذعان داشت: مطابق با برآوردهای رسمی و غیر رسمی، حدود ۵۵۰ هزار نفر در صنعت پوشاک

پوشاک به کشور نسبت به مشابه سال گذشته، ۱۶۷ درصد افزایش یافته است. (جدول ۱)

وی گفت: با توجه به این جدول متوجه می‌شویم که تراز تجاری کشور در صنعت پوشاک، منفی ۱۹۱ درصد بوده و با افزایش ۱۶۷ درصدی واردات پوشاک در مقابل صادراتی ۲۴- روبرو هستیم.

تازیکی به بررسی میزان قاچاق در صنعت پوشاک پرداخت و گفت: ارزش کل بازار داخلی پوشاک ۱۴/۵ میلیون دلار، ارزش کل واردات رسمی ۴۸ میلیون دلار، ارزش کل تولید داخل (۴۰ درصد کل) ۶ میلیارد دلار و برآورد واردات قاچاق ۸ میلیارد دلار می‌باشد؛ به‌طور کلی ۹۵ درصد پوشاک وارداتی ایران از سه کشور چین، امارات و ترکیه صورت می‌گیرد و سهم چین ۶۰ درصد، امارات ۱۸ درصد و ترکیه ۱۵ درصد می‌باشد. (جدول ۲)

واردات رسمی پوشاک در همین سال ۱۴۱ میلیون دلار برآورد کرد؛ ضمن اینکه سرانه مصرف پوشاک کشور طبق برآورد بانک مرکزی، ۱۸۵ دلار و حجم بازار مصرف پوشاک کشور ۱۴/۶ میلیارد دلار می‌باشد.

مدیر طرح تکاپو در ادامه به بیان آمار واردات نساجی کل کشور بر اساس اطلاعات موجود و کارشناسی شده طی سال ۱۳۹۴ پرداخت که بخش انواع پارچه به جز تعرفه چادر مشکی (ابریشم، پشم، پنبه، الیاف مصنوعی، تار و پودی، گردباف، توربافی، کتان، کشفاف، دانتل، حوله‌ای، مخمل، نمد) ۲۹۵ میلیون دلار و بخش انواع پوشاک (مردانه، زنانه، نوزاد، ورزشی، جوراب، لباس زیر، کلاه، شال، پالتو، ژاکت، لباس شنا) ۱۴ میلیون دلار بوده و در حالی که واردات تمام اقلام نساجی به کشور منفی بوده، ارزش واردات

جدول ۱: مقایسه ارزش صادرات نساجی کل کشور طی سال ۱۳۹۴ با مدت مشابه سال گذشته :

ردیف	شرح	ارزش دلاری سال ۹۴	ارزش دلاری سال ۹۳	درصد تغییرات
۱	انواع الیاف	۵۵/۶۶۵/۵۶۱	۷۲/۹۹۸/۵۳۶	-۲۴
۲	انواع نخ	۴۸/۳۹۵/۸۱۳	۵۴/۶۸۸/۸۷۶	-۱۲
۳	انواع پارچه	۳۴/۹۱۹/۸۸۳	۵۴/۵۰۶/۳۱۵	-۳۶
۴	انواع پوشاک	۴۸/۲۴۸/۵۵۷	۶۳/۴۸۱/۷۶۲	-۲۴
۵	انواع کف‌پوش‌ها	۲۹۴/۸۷۲/۹۹۲	۲۹۱/۵۶۲/۹۷۹	۱
۶	انواع پتو	۳/۰۰۱/۳۶۸	۴/۹۰۹/۶۰۶	-۳۹
۷	انواع علاقبندی	۶۴۳/۰۶۵	۵۶۷/۰۴۶	۱۳
۸	سایر منسوجات	۱۳۰/۲۳۵/۰۲۳	۱۱۷/۷۳۷/۳۹۹	۱۱
	جمع کل صادرات به جز رنگ، ماشین‌آلات و فرش دستباف	۶۱۵/۹۸۲/۲۶۲	۶۶۰/۴۵۲/۵۱۹	-۷



خرید، قیمت‌های بسیار بالای اجازه فروشگاه‌هاست به همین دلیل پیشنهاد می‌کنم سازندگان پاساژها و مراکز خرید ملزم شوند تا ۲۰ درصد از فضای خود را با قیمت مناسب به تولیدات داخلی اختصاص دهند به این ترتیب، اعتماد مردم نسبت به کیفیت پوشاک داخلی جلب خواهد شد اگرچه در حال حاضر این اعتماد وجود ندارد و مردم نسبت به خرید پوشاک داخلی رغبت و تمایل چندانی نشان نمی‌دهند. رشیدی ادامه داد: متأسفانه تولیدکنندگان ایرانی اجازه برگزاری Fashion show را ندارند و لازم است تا تولیدکننده در این زمینه مورد حمایت نهادهای مرتبط قرار گیرد تا بتواند محصولات خود را طبق موازین و استانداردهای جامعه اسلامی، به مخاطبین نمایش دهد.

حرکت به سمت تولید سریع و چابک

دکتر مجید افتخاری - عضو انجمن صنایع پوشاک ایران و مدیر گروه تولیدی مانتو عصر جدید - گفت: بزرگ‌ترین مشکل فعلی صنعت پوشاک، روند واردات است نه تعرفه!

وی ادامه داد: در دنیا بحث تولید چابک و سریع مطرح است اما در کشور ما، تولیدکننده به‌دلایل مختلف موفق به انجام تولید سریع نمی‌شود. برای مثال یک هفته به طول انجامید تا توانستم کالایی را از گمرک ترخیص نمایم! کمپانی‌های Fast fashion مانند زارا ادعا می‌کنند که ظرف چند هفته، کالا را در تمام فروشگاه‌های خود عرضه می‌کنند در حالی که ۳۷ روز به طول می‌انجامد تا تولیدکننده ایرانی بتواند مواد

بخش پایانی سخنان تازیکی به اهداف اجرای طرح تکاپو اختصاص داشت. وی هدف این طرح را کسب ارزش افزوده، اشتغالزایی، خروج از رکود، کسب دانش فنی، افزایش رقابت‌پذیری و ایجاد اشتغال برای ۵۰۰ هزار نفر طی یک‌سال عنوان کرد و راهبرد آن را اتصال به بازارهای جهانی از طریق اخذ سفارش از شرکت‌های صاحب برند در تولید پوشاک دانست. وی اضافه کرد: نیازمندی‌های اصلی این صنعت تغییر تعرفه مواد اولیه در جهت حمایت از صنعت پوشاک به‌عنوان موتور محرکه بخش نساجی، افزایش مهارت نیروی انسانی، ارتقای بهره‌وری (انسانی و تکنولوژیکی)، تسهیل قوانین صادراتی، بیمه، مالیاتی و تأمین سرمایه در گردش می‌باشد. مدیر طرح تکاپو پیشنهادهایی برای دستیابی به اهداف فوق مطرح نمود:

- ◀ تعرفه واردات انواع پارچه. برای شرکت‌های تولیدکننده پوشاک دارای قرارداد معتبر با شرکت‌های صاحب برند بین‌المللی به ۸ درصد کاهش یابد.
- ◀ تعرفه واردات انواع پارچه در خصوص پارچه‌هایی که در داخل تولید نمی‌شوند، به ۸ درصد کاهش یابد.
- ◀ تعرفه واردات انواع نخ و الیافی که در داخل تولید نمی‌شوند به ۴ درصد کاهش یابد.

هزینه‌های سنگین حضور در مراکز خرید

ویشاد رشیدی - مدیرعامل شرکت تولیدی پوشاک زانتوس - یکی از راه‌های برندسازی تولیدات داخلی را حضور پوشاک تولید داخل در پاساژها و مراکز خرید سطح شهرهای مختلف کشور دانست و گفت: نخستین مشکل تولیدکننده برای حضور در مراکز

کشور به فعالیت می‌پردازند و قابلیت افزایش به ۱/۵ میلیون نفر طی سه سال وجود دارد.

مدیر طرح تکاپو توضیحاتی در مورد صنعت پوشاک ترکیه نیز ارائه داد و گفت: ۲۳ میلیارد دلار از صادرات ۲۶ میلیارد دلاری صنعت نساجی ترکیه به پوشاک اختصاص دارد. وی افزود: تعرفه واردات پارچه این کشور ۸ درصد، سطح زیرکشت پنبه ۴۴ هزار هکتار (۱۴۹ هزار نفر شاغل در بخش پنبه) و صادرات ۳ میلیارد دلاری بخش نساجی و تولید پارچه می‌باشد. تازیکی ضمن اشاره به این نکته که ۷۶ درصد صادرات نساجی و پوشاک ترکیه به اروپا صادر می‌شود، گفت: ۲/۷ میلیون نفر در ترکیه فقط در صنعت پوشاک مشغول کار هستند و به ۱۸۷ کشور از جمله آلمان، ایتالیا، اسپانیا، انگلستان و آمریکا صادرات انجام می‌دهند. به گفته مدیر طرح تکاپو، طی تحقیقات انجام شده در دانشگاه‌های معتبر جهان عوامل افزایش قدرت رقابت‌پذیری تولیدکنندگان پوشاک ترکیه در عرصه جهانی به شرح زیر استخراج شده‌اند:

- ◀ مدیریت کیفیت
- ◀ تمرکز بر بازارهای خارجی
- ◀ تولید تحت لیسانس برندهای خارجی
- ◀ دسترسی قابل اطمینان به مواد اولیه و زیرساخت‌های تولید
- ◀ برقراری ارتباطات شخصی و سازمانی
- ◀ ایجاد تمایز در محصولات از طریق طراحی و برندسازی
- ◀ حمایت‌های دولتی



اولیه مورد نیاز خود را از گمرک ترخیص نماید! افتخاری مدل توسعه صنعت پوشاک بنگلادش را چندان مناسب و قابل توجه ندانست و گفت: بنگلادش در زمره کشورهای فقیری قرار دارد که درآمد روزانه آنان کمتر از دو دلار است ضمن این که بنگلادش با ۲۰ میلیون نیروی شاغل نمی‌تواند دو برابر ترکیه (با ۲ میلیون اشتغال) صادرات داشته باشد. این تولیدکننده پوشاک به عدم حمایت قوانین از تولیدکننده جهت افزایش اشتغال اشاره کرد و گفت: طبعاً زمانی که نفرت بیشتری در یک مجموعه تولیدی مشغول کار شوند باید کارفرما تسهیلات و معافیت‌هایی از سازمان تأمین اجتماعی دریافت نماید. افتخاری، بحث آموزش را بسیار مهم دانست و گفت: باید به سمت برگزاری آموزش‌های تخصصی برای هر واحد تولیدی با توجه به نیازهای آن مجموعه، گام برداشته شود.

چالش‌های ورود برندهای خارجی پوشاک

ایرج طائفی - عضو هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران و رئیس هیئت مدیره شرکت تولیدی پارمین جامه - بحث و بررسی در مورد تعرفه‌های واردات را بسیار تخصصی و کارشناسی توصیف کرد و گفت: الزاماً حمایت از صنعت با کمک تعرفه باعث رشد آن صنعت نخواهد شد. نمونه بارز این موضوع، صنعت خودروسازی کشور است؛ آیا توانسته‌ایم این صنعت را با تعرفه‌ها حمایت کنیم؟ خیر! وی اذعان داشت: شاید اگر بیست سال پیش بود با حمایت‌های بخش‌های اصلی نساجی مانند تولید پنبه، ریسندگی، بافندگی و ... می‌توانستیم امروز در وضعیت بهتری به سر ببریم اما امروز در شرایطی به سر می‌بریم که کشورهای رقیب به رشد بسیاری در صنعت پوشاک دست یافته‌اند. طائفی یادآور شد: باید مراقب باشیم کشورهای دیگر عرضه کالا را از ما نگیرند کما این که با ورود برندهای

پوشاک به کشور چنین اتفاقی رخ خواهد داد؛ زمانی که برندی در مدت کوتاه بتواند چالش‌های بزرگی در صنعت پوشاک کشور به وجود آورد پس بدانیم که اگر امکان ورود سایر برندها به بازار ایران فراهم شود شاهد تعطیلی واحدهای تولیدی بیشتری خواهیم بود. وی با اشاره به این مطلب که پوشاک بیشترین اشتغال کشور و عرضه آن بیشترین ارزش افزوده را به همراه دارد؛ پس باید این دو مولفه را کنار هم دیگر مدنظر قرار دهیم، اذعان داشت: اعتقادی به این موضوع ندارم که مانند بنگلادش برای برندهایی که با حداقل دستمزد به تولید می‌پردازند، به فعالیت پردازیم و مانند قرون وسطی شاهد بهره‌کشی از نیروی کار باشیم اگرچه جامعه ما چنین روحیه‌ای را ندارد. رئیس هیئت مدیره شرکت تولیدی پارمین جامه، اصلی‌ترین بحث این است که شرایط حاضر در کشور را به نقطه مطلوبی برسانیم و بدانیم که هیچ صنعتی در دنیا نمی‌تواند بدون حمایت دولت جان بگیرد.

جدول ۲- مقایسه زنجیره صنعت و ارزش افزوده هر بخش، نکته دیگری بود که مورد اشاره مدیر طرح تکاپو قرار گرفت

شرح	میزان اشتغال	میزان تولید سالیانه	میزان واردات سالیانه	میزان صادرات سالیانه	درصد ارزش افزوده صنعت	تعرفه واردات سال ۱۳۹۵
پنبه	۲۱ هزار نفر	۵۰ هزار تن	۵۰ هزار تن سال ۹۴، نیاز کشور ۱۸۰ هزار تن	-	-	۱۰ درصد
نساجی (ریسندگی، پارچه، پتو، حوله، کفپوش، موکت، فرش ماشینی و ...)	۱۹۰ هزار نفر	-	نخ و الیاف: ۵۰۰ میلیون دلار پارچه: ۲۹۵ میلیون دلار	الیاف و نخ: ۱۰۳ میلیون دلار پارچه: ۳۴ میلیون دلار	۴۰۰ درصد	الیاف مصنوعی ۷ و ۱۰ درصد پارچه: ۴۹ درصد
پوشاک	۵۴۰ هزار نفر	۴۰ درصد تولید کشور	بیش از ۸ میلیارد دلار ۱۴ میلیون دلار رسمی مابقی قاچاق	۴۸ میلیون دلار	۹۰۰ درصد	۵۵ درصد



لزوم شفاف‌سازی سیاست‌های اقتصادی دولتمردان

محسن سلیمانی - تولیدکننده پوشاک - اظهار داشت: با تکیه بر حدود ۳۷ سال فعالیت در صنعت پوشاک به این نتیجه رسیده‌ام تا زمانی که سیاست‌گذاری‌های دولت برای ما (فعالان تولیدی و اقتصادی)، روشن و مدون اعلام نشود، دائماً درگیر مسائل جزئی خواهیم بود. وی اضافه کرد: این سیاست‌های شامل دو بخش خارجی و داخلی است. برای مثال در زمینه سیاست‌های خارجی شاهد انعقاد قرارداد ۱۷ میلیون دلاری میان ایران و ایتالیا هستیم اما سهم ایران در این قرارداد مشخص نیست، چگونه باید بتوانیم سهم خود را از این تعامل به دست آوریم؟ سلیمانی خاطر نشان کرد: زمانی که یک حرکت اقتصادی را آغاز می‌کنیم، در چنبره یکسری قوانین و اتفاقات قرار می‌گیریم که از عهده اختیارات و توان ما خارج است لذا نمی‌توانیم کاری انجام دهیم از سوی دیگر سیاست‌ها نیز برای ما روشن نیست پس از دولتمردان درخواست می‌کنیم که با تشکیل کارگروهی که مورد اشاره آقای رضائیان قرار گرفت کلیه سیاست‌ها را به صورت مدون مشخص نمایند.

رصد دقیق واحدهای تولیدی و اقتصادی

دکتر علیرضا محبوب - نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی - اظهار داشت: در قانون برنامه پنجم توسعه، موضوع برند مورد توجه قرار گرفت و زمانی که یک موضوع به قانون تبدیل می‌شود همگی ملزم به رعایت آن هستیم ولو آن

جمع‌بندی پایانی

قانون را قبول نداشته باشیم. وی ادامه داد: به دلایل مختلف از جمله تحریم‌ها شرایط برای پرداختن به این مسأله آماده نبود اما در حال حاضر دولتمردان و مسئولان وزارت صنعت و معدن عزم خود را جزم کرده‌اند تا این بخش از برنامه توسعه را بگشایند. محبوب تصریح کرد: سال ۷۴ سازمان برنامه و بودجه گزارشی در مورد فقر منتشر کرد، طی مطالعه این گزارش متوجه شدم که متأسفانه کسش تقاضا در صنعت نساجی و پوشاک ۱/۸ درصد است. به گفته این نماینده مجلس، نیازمند رصد دقیق واحدهای تولیدی و اقتصادی هستیم تا مانع تعطیلی بیشتر کارخانه‌ها و بیکاری نیروهای شاغل شویم و به تعامل مستمر با اتحادیه‌ها و انجمن‌های صنفی بپردازیم. وی در ادامه ضمن تأکید بر حفظ، تقویت و حمایت از تولیدکنندگان داخلی گفت: اشتغال صنعت نساجی و پوشاک باید افزایش پیدا کند در حالی که دو سوم فرصت‌های شغلی در این بخش را در اختیار نداریم و بازار بزرگ و بکری پیش روی تولیدکنندگان ما قرار دارد و نباید به سایر کشورها سپرده شود. محبوب، آمادگی مجلس شورای اسلامی را از تصویب طرح‌های حامی تولید اعلام نمود و ابراز امیدواری کرد تا مجموعه‌ای به‌عنوان بسته اشتغال و حرکت صنعت تدوین شود اما بدانید که قوانین، خشک و تلخ هستند و نباید چندان بر ظرفیت‌های قوانین تکیه نماییم. وی اذعان داشت: ایران یک کشور دیوان سالار است و تا می‌توانید به این بخش‌ها گره نخورید و مسیر خود را به نحوی انتخاب کنید که با مشکلی روبرو نشوید.

به گفته دکتر محبتی خسرو تاج - قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس سازمان توسعه تجارت - صنعت پوشاک در ابعاد صنعت و اشتغال، تولید و صادرات در سبد منابع ارزآوری و درآمدی برای کشور بسیار مهم دانست لذا هم وزارت کار و هم وزارت صنعت باید به طور جدی به جنبه‌های مختلف آن بپردازند. وی افزود: طی یک سال اخیر، طرح‌هایی در وزارت صنعت برای مبارزه با قاچاق پوشاک دنبال شد تا به جای قاچاق، واردات به طور رسمی صورت گیرد که بدانیم این پوشاک از کدام کشور وارد شده و حقوق و قوانین آن پرداخت گردد. خسرو تاج، را یکی از راه‌های توسعه صادرات و ورود به بازارهای جهانی را برندسازی دانست و گفت: در کوتاه مدت نیز توسعه صادرات جز با اتصال به نشان‌های شناخته شده جهانی امکان‌پذیر نیست؛ ضمن این که شناساندن برند به دنیا نیازمند کیفیت و کار منظم شبکه‌ای و تبلیغاتی است. رئیس سازمان توسعه تجارت قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت نقش تعاونی‌ها را در توسعه صنعت نساجی کلیدی دانست و یادآور شد: از نگاه وزارت کار، گاهی واحدهای صنعت نساجی بالای صد نفر را داریم و زمانی دیگر مشاغل خانگی را فعال می‌کنیم و گاه می‌توان به مونتاژ و تولید پرداخت کرد اما در خانواده‌ها وقتی گلی روی لباس دوخته می‌شود ارزش افزوده به همراه می‌آورد.