

صنعتگران وطن پرست وارد خط مقدم شده‌اند

اشاره:

شرایط فعلی تولیدکنندگان داخلی با واردکنندگان غیرقانونی را مانند عرصه جنگ می‌داند و معتقد است «طرف مقابل از نظر مالی و تشکیلاتی بسیار قدرتمند است و توسط دولت متبوع برندهای خارجی نیز حمایت می‌شود در حالی که در جبهه ما حتی برخی افراد در دستگاه‌های دولتی که به فکر منافع ملی نیستند آب به آسیاب دشمن می‌ریزند. این جنگ واقعی است. صنعتگران وطن پرست وارد خط مقدم شده‌اند و کنار بخشی از بدنه دولت که حافظ منافع کشور هستند جبهه مشترکی را تشکیل داده‌اند. شرایط به نحوی است که همه باید به کمک یکدیگر بشتابیم و به هر نحو که شده صنعت پوشاک را حفظ کنیم.

مهندس شهریاری که علاوه بر تولید، یک چهره تشکیلی نیز محسوب می‌شود؛ ادامه می‌دهد: «روند فعلی فراتر از صنعت و اقتصاد پیش رفته و به مسائل امنیتی و سیاسی تبدیل می‌شود. امیدوارم تلاشگران و دلسوزان بدنه دولت که همراه و همدل بخش خصوصی هستند، با هم‌افزایی تشکلهای بخش خصوصی بتوانند دستورالعمل فعالیت برندهای خارجی پوشاک را اجرایی نمایند.» متن کامل این گفت‌وگو از نظراتان می‌گذرد:



گفت‌وگو با مهندس بهرام شهریاری - مدیرعامل شرکت طرح بافت رایان و عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک ایران

۴۰ سال ۹۵ برای تولیدکنندگان و فعالان

صنعت پوشاک چگونه گذشت؟

در سال‌های اخیر برندهای خارجی به صورت بسیار سازمان یافته و سیستماتیک وارد بازار ما شدند آنها به این نتیجه رسیدند که راهاندازی فروشگاه‌های عرضه مستقیم مورد استقبال مصرف‌کنندگان ایرانی قرار گرفته بنابراین در سال ۹۵ به توسعه فروشگاه‌های خود پرداختند؛ در این میان نه تنها تولیدکنندگان بلکه تجار و بازرگانانی که به صورت متفرقه (قانونی یا غیرقانونی) پوشاک وارد کشور می‌کردند نیز با لطمات بسیاری مواجه شدند.

با تحقیقات به عمل آمده توسط تعدادی از فعالان

صنعت پوشاک در اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران نکات بسیار مهمی در خصوص هجوم این برندها به بازار ایران بدست آمد که مهمترین آن کسب سود بسیار بالا برای نمایندگان فروش این برندهای خارجی بوده است. دو مولفه در بالا رفتن سود این برندها بسیار مهم بوده که متأسفانه هر دو مولفه حاکی از رقابت نابرابر و کسب سود غیرقانونی می‌باشد. مشخصاً این مسئله در مورد برندهایی که در دو سال گذشته به صورت چشمگیری تعداد فروشگاه‌های خود را افزایش دادند به چشم می‌خورد. پس از انجام بررسی‌های اولیه متوجه شدیم مالکین اغلب مجتمع‌های تجاری بزرگ و تازه تأسیس در سطح کشور با در نظر گرفتن امتیازهای ویژه برای حضور برندهای خارجی عملاً برای آنان فرش قرمز پهن می‌کنند؛ به همین دلیل برندهای خارجی در بستر بسیار مناسب و ایده‌آل فعالیت‌های فروشگاهی خود را توسعه دادند و در حال گسترش بیشتر نیز هستند این در حالی است که همین مالکین شرایط بسیار سختی را برای تولیدکنندگان ایرانی قرار می‌دهند که جای تأسف بسیار دارد و فضای رقابت را برای برندهای داخلی بسیار محدود و دشوار می‌کند.

مولفه دوم در کسب سود فراوان توسط نمایندگان برندهای خارجی عدم پرداخت کامل حقوق و عوارض و فرار مالیاتی است. متأسفانه دو عامل وجود خلأهای

مبارزه با باندهای قاچاق پوشاک عزم همگانی می‌طلبد و یک جنگ واقعی است زیرا به آسانی و با دست خالی نمی‌توان واردات غیرقانونی را کنترل کرد. منافع افراد بسیاری در گروهی قاچاق است و به همین دلیل بیکار نمی‌نشینند تا شاهد مبارزه دولت با فعالیت‌هایشان شوند. در این راستا به‌عنوان بخش خصوصی نباید عقب‌نشینی کنیم و انتظار داشته باشیم که دولت به تنهایی بتواند اقدامی انجام دهد

قانونی و عدم اجرای صحیح قوانین موجب سوءاستفاده گسترده واردکنندگان پوشاک شده است.

در مورد خالهای قانونی، قوانین مناطق آزاد مهمترین راه گریز برای عدم پرداخت کامل حقوق و عوارض گمرکی بوده و توافقات سازمان امور مالیاتی با اصناف عمده ترین معبر جهت عبور از پرداخت کامل مالیات برای نمایندگان برندهای خارجی در سال‌های گذشته بوده است. در زمینه عدم اجرای صحیح قوانین نیز مواردی مثل کالای ته لنجی یا گذر مرزی از جمله قوانینی هستند که عدم اجرای صحیح آنها لطمات زیادی به تولیدکنندگان داخل و کسب سود فراروان برای برندهای خارجی را به همراه داشته است.

طبق قانون، کالای ته لنجی یا ملوانی، کالایی است که صاحبان لنج و خدمه مجاز به واردات آن هستند، هر ملوان سالانه می‌تواند ۶ بار کالا به میزان ۱۵۰۰ دلار با خود وارد کند و این افراد حقوق و عوارض گمرکی بابت واردات نمی‌پردازند اما به مرور زمان، واردات ته لنجی به سطحی رسیده که کالاهای وارداتی تمام لنج را در برمی‌گیرد و هیچ عوارضی بابت این واردات پرداخت نمی‌شود. به گفته مسئولان گمرک، لنجی پهلوی می‌گیرد و به اندازه بار ۳۴ وانت، کالا از آن تخلیه می‌شود! به این ترتیب قانونی که برای معیشت دریانوردان مورد تصویب قرار گرفته به انحراف کشیده شده و میلیاردها تومان خسارت به صنعت پوشاک کشور وارد می‌کند. شنیده‌ایم که دولت تصمیم دارد واردات کالای ته لنجی را متوقف کند. اگر قرار است به رفاه زندگی و تأمین معاش ملوانان کمک کنند چرا کمر به نابودی یک صنعت گسترده و اشتغال‌زایسته‌اند؟! در مورد گذر مرزی هم این داستان وجود دارد. به

ساکنان نزدیک مرز کاردی داده می‌شود تا به ازای آن بتوانند ماهیانه ۳ بار، کالا به ارزش ۳ هزار دلار وارد کشور کنند اما اغلب دارندگان کارت، بیش از سه مرتبه این کار را انجام می‌دهند و چه بسا روزانه ۵ بار در حال رفت و آمد باشند! کالاهای وارداتی را به بازارچه‌های مرزی می‌برند و به دلیل عدم کنترل گمرک، به آسانی وارد کشور می‌شوند. آیا دنبال روزه‌های دیگری برای کشف مبادی قاچاق هستیم؟ اصولاً دنبال چه می‌گردیم؟! شناسایی این موارد که نیاز به اقدامات خاص و پیچیده ندارد. حداقل بخشی از فعالیت‌های این چنینی محدود شود البته گمرک اعلام کرده که به اصطلاح یک تنه نمی‌تواند با قاچاق مبارزه کند. بنابراین طرف مقابل و به عبارت بهتر مافیایی که از خالهای قانونی و عدم اجرای صحیح قانون سوءاستفاده می‌کند و سودهای کلان می‌برد به اندازه‌ای قدرتمند شده اند که حتی به گمرکات نیز فشار می‌آورد.

از نکات جالب دیگری که در تحقیقات به عمل آمده با آن مواجه شدیم حمایت مستقیم دولت ترکیه از یک برند خاص بود که طبق شنیده‌ها برخی از دولتمردان ترکیه در آن شرکت صاحب سهام هستند. این برند اتفاقاً از جمله برندهای است که به شکل باورنکردنی در طول سال‌های گذشته توانسته تعداد فروشگاه‌های خود در ایران را افزایش داده و شهرت بسیاری بین مصرف‌کنندگان ایرانی به دست بیاورد.

همان طور که می‌دانید وزیر صنعت، دستورالعمل نحوه صدور گواهی فعالیت نمایندگان و شعب شرکت‌های خارجی عرضه‌کننده پوشاک را در شهریور ماه سال ۹۵ به بخشهای ذیربط ابلاغ کردند اما با گذشت بیش از شش ماه از ابلاغ تا پایان سال ۹۵ همچنان شاهد اجرای این دستورالعمل نبودیم چون طرف مقابل بسیار قدرتمند بوده و به جرأت می‌توان گفت در بدنه دولت و «کارگروه پیگیری اجرای دستورالعمل واردات پوشاک» افرادی حضور دارند که منافعشان با اجرای این دستورالعمل مورد تهدید جدی قرار می‌گیرد لذا در مقابل اجرای آن سنگ اندازی می‌کنند.

آنچه مسلم است مبارزه با باندهای قاچاق پوشاک

عزم همگانی می‌طلبد و یک جنگ واقعی است زیرا به آسانی و با دست خالی نمی‌توان واردات غیرقانونی را کنترل کرد. منافع افراد بسیاری در گروهی قاچاق است و به همین دلیل بیکار نمی‌نشینند تا شاهد مبارزه دولت با فعالیت‌هایشان شوند. در این راستا به‌عنوان بخش خصوصی نباید عقب‌نشینی کنیم و انتظار داشته باشیم که دولت به تنهایی بتواند اقدامی انجام دهد؛ اگر مبارزه با قاچاق را فقط به دولت بسپاریم همان اتفاقی رخ خواهد داد که سال‌های متمادی افتاده است! قاچاق همچنان ادامه خواهد داشت و منجر به تعطیلی واحدهای تولیدی بیشتر و بیکاری صدها نیروی شاغل خواهد شد.

خوشبختانه با پیام نوروزی مقام معظم رهبری عملاً این مقاومت شکسته شده و به نظر می‌رسد کارگروه راهی جز اجرای این دستورالعمل در سال ۹۶ ندارد. بخش خصوصی نیز در قالب تشکل‌های مختلف مانند اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک ایران، انجمن صنایع پوشاک ایران و ... عزم خود را برای تحقق دستورالعمل جزم کرده اند که امیدوارم به زودی شاهد به ثمرنشدن تلاش‌های گروهی این عزیزان باشیم. به تمام همکاران فعال در صنعت پوشاک اعلام کرده و می‌کنم که منتظر دولت نشینیم زیرا هر روز که می‌گذرد، حریف قدرتمندتر می‌شود.

دستورالعمل فعالیت برندهای خارجی که به امضای وزیر صنعت رسیده، در انتظار اجراست و به گفته آقای هاگوپیان - رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران - در جلسه پیگیری اجرای دستورالعمل واردات پوشاک دیگر از این دستورالعمل گذر کرده‌ایم و طبق فرموده مقام معظم رهبری، «واردات غیرقانونی پوشاک و هر کالایی که در کشور تولید می‌شود؛ حرام است.» پس این فعل حرام در حال انجام است و باید جلوی آن را گرفت. روند فعلی فراتر از صنعت و اقتصاد پیش رفته و به مسائل امنیتی و سیاسی تبدیل می‌شود. امیدوارم تلاشگران و دلسوزان بدنه دولت که همراه و همدل بخش خصوصی هستند، با هم‌افزایی تشکل‌های بخش خصوصی بتوانند دستورالعمل فعالیت برندهای خارجی پوشاک را اجرایی نمایند.

چقدر به اجرای دستورالعمل خوشبین هستید؟

بستگی دارد دولت بعدی به اصطلاح تا چه میزان پای کار باشد اما در مجموع معتقدم دستورالعمل منطقی و موثری تدوین شده زیرا طبق بند ۳ دستورالعمل، برند خارجی موظف است طی دو سال اول حداقل معادل ۲۰ درصد ارزش واردات در داخل کشور تولید کند. این امر باعث ورود دانش فنی و تکنولوژی‌های مدرن به کارخانه‌های پوشاک می‌شود.

تولید پوشاک در کشور آن قدر ضعیف شده که مانند فردی در آستانه احتضار است و نمی‌توان از وی انتظار دیدن و رقابت با دیگران را داشت اما می‌توان در طول زمان با درمان و تجویز داروهای موثر، این بیمار را احیا کرد و بار دیگر به میدان رقابت فرستاد تا جایی که مانند سال‌های دور، بخش عمده‌ای از پوشاک روسیه و آلمان را تولیدکنندگان ایرانی تأمین کنند.

نقطه قوت دیگر این دستورالعمل، ایجاد زمینه رقابت برابر میان تولیدکنندگان ایرانی و برندهای خارجی است. پوشاک خارجی (که متأسفانه برای مصرف‌کنندگان ایرانی جذابیت‌های بسیاری دارد) بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی، مالیات و... وارد کشور می‌شود اما تولیدکننده ایرانی که قیمت تمام شده محصولاتش به دلیل پرداخت‌های مختلف در قالب بیمه، مالیات و... از مشابه خارجی بالاتر است، چگونه مجالی برای رقابت پیدا می‌کند؟ ما (فعالان صنعت پوشاک) مخالف واردات پوشاک نیستیم اما معتقدیم دستورالعمل فعالیت برندهای خارجی پوشاک باید اجرایی شود تا طرف مقابل مانند تولیدکننده ایرانی ملزم به پرداخت حقوق و عوارض گمرکی، مالیات و... گردد.

به پیگیری‌ها و حضور جدی تشکل‌های بخش خصوصی نساجی و پوشاک در راستای مهار قاچاق اشاره کردید؛ فکر می‌کنید تشکل‌ها تا چه اندازه از سوی دولتمردان جدی گرفته می‌شوند و حضور آنان در انعکاس مسائل، چالش‌ها و راهکارها تا چه میزان موثر است؟

بحث حضور فیزیکی صرف در تشکل‌ها دردی از دردهای صنعت نساجی و پوشاک درمان نمی‌کند و مطالبات و راهکارهای ارائه شده ما باید منطقی باشد. در سال‌های گذشته، تولیدکنندگان و تشکل‌های مختلف به مهار قاچاق توسط دولت اعتقاد داشتند و دولتمردان نیز نسبت به موضوع قاچاق واقف بودند اما تشکل‌ها به ندرت شیوه‌های مختلف قاچاق را مورد پایش قرار می‌دادند در حالی که شناخت مجاری قاچاق و انتقال اطلاعات به دولتمردان و تصمیم‌گیران بسیار مهم و حیاتی است؛ صرف این که مدام از دولت بخواهیم جلوی قاچاق را بگیرد با این که شیوه‌های قاچاق و پیشنهادهای مبنی بر جلوگیری از آن را با دولت در میان بگذاریم؛ دو مقوله بسیار متفاوت است. صحبت صرف از قاچاق، به سوژه‌ای تکراری تبدیل شده و شنونده دولتی دیگر تمایلی برای شنیدن این موضوع نخنما شده را ندارد اما زمانی که متوجه می‌شود تشکل‌های نساجی و پوشاک به‌صورت منسجم و هماهنگ، شیوه‌های مختلف قاچاق کالا و راهکار مبارزه با قاچاق را در جلسات مشترک ارائه می‌دهند؛ با جدیت بیشتری به جنگ با قاچاق می‌روند. برای مثال طی توافق اخیر بین گمرک و سازمان مناطق آزاد، مقرر شده ورود کالاهای مشمول موافقتنامه تجارت ترجیحی با ترکیه (مثل پوشاک) تنها به صورت تجاری و بدون اعمال هر گونه تخفیف منطقه‌ای با ارائه گواهی مبدأ و همچنین حمل مستقیم از کشور ترکیه و پس از انجام تشریفات کامل گمرکی ترخیص و به مناطق آزاد وارد شوند که این یک نمونه از تصمیماتی است که تحقیقات و پیشنهادات بخش خصوصی در اتخاذ آن نقش مستقیم داشته است.

خوشبختانه طی یک سال اخیر مسئولان وزارت

صنعت و دیگر نهادهای اجرای در کشور نگاه جدی‌تر نسبت به تشکل‌های نساجی و پوشاک دارند زیرا متوجه شده‌اند اعضای این تشکل‌ها، پیشنهادات و راهکارهای منطقی و قابل اجرایی برای رفع مشکلات ارائه می‌دهند ضمن این که پیگیر مسائل مختلف صنعت خود نیز هستند؛ به عبارت بهتر تولیدکنندگان نساجی و پوشاک تنها به گلایه از شرایط نامساعد تولید اکتفا نمی‌کنند و برای تمام مسائل و چالش‌ها، راه حل منطقی دارند و پیگیر مطالبات خود هستند.

اجازه دهید به این نکته هم اشاره کنم که به اعتقاد من مسائل صنعت پوشاک نسبت به نساجی تقدم دارد زیرا اگر تولیدکننده پوشاک، فعالیت موثر و موفقیت‌آمیزی داشته باشد، صنعتگر نساج نیز موفق خواهد بود و قادر به توسعه خطوط تولید خود می‌شود. برای مثال بنده نخ آنتی پیل (Anti pill - مقاوم به تل) تل یا پیل به گلوله‌های درهم پیچیده الیاف اطلاق می‌شود که در اثر اصطکاک یا مالش بر سطح پارچه‌های تولیدی از الیاف مصنوعی یا مخلوط الیاف طبیعی و مصنوعی ایجاد شده و توسط یک یا چند رشته به منسوجات متصل می‌گردد. منسوجاتی که در معرض تل قرار دارند از لحاظ اقتصادی کم ارزش بوده و پس از مدتی بد منظر می‌گردند) مورد نیاز خط تولید پوشاک خود را سال‌های متعددی است که از ترکیه تهیه می‌کنم. نمونه نخ مورد نیاز را به تعدادی از تولیدکنندگان مطرح داخلی ارسال کردم اما هیچ کدام نتوانستند نخ باکیفیت مدنظر را ارائه دهند بنابراین به‌عنوان یک تولیدکننده پوشاک حق خود می‌دانم که مواد اولیه مورد نیاز را از خارج کشور تأمین کنم از دولت هم انتظار دارم واردات مواد اولیه را تسهیل نماید در این شرایط اگر تولید را توسعه دهم و بازار خوبی برای فروش



باید امکان فروش مساوی با برندهای خارجی را به دست آوریم. فروشگاه‌های برندهای خارجی به سرعت در حال رشد و توسعه هستند و این امر مختص تهران نیست و شهرستان‌ها را نیز در برمی‌گیرد آیا برای تولیدکنندگان ایرانی نیز چنین فرصتی مهیاست؟ خیر! پس باید سهم فروش خود را با برنامه‌ریزی و دوراندیشی دوباره به دست آوریم.

به دست آوردن مسلماناً تولیدکنندگان مواد اولیه داخلی هم تلاش می‌کنند تا نیاز امثال من را تأمین کنند چون می‌بینند یک مشتری بالقوه برایشان وجود دارد اما اگر تولیدکننده پوشاک وجود نداشته باشد، نخ یا پارچه برای چه کسی تولید می‌شود؟! پس باید صنعت پوشاکی وجود داشته باشد تا کارخانه‌های ریسندگی و بافندگی به رشد و توسعه دست یابند.

«مدتی پیش سه برند مطرح و خوشنام پوشاک داخلی (که مجموعه تحت مدیریت شما نیز یکی از آنهاست)، تصمیم گرفتند ضمن مطالعه بازار روسیه، سهمی در بازار پوشاک این کشور کسب کند. این روند به چه نتیجه‌ای رسید و اصولاً بازار روسیه تا چه میزان برای صنعتگران پوشاک کشور قابل دسترسی است؟»

بازار مصرفی روسیه به دلیل همجواری جغرافیایی، هوای بسیار سرد این کشور و همچنین توانمندی صنعت بافندگی ایران، برای صنعتگران ایرانی بسیار ارزشمند و قابل توجه است از سوی دیگر حجم تولید پوشاک در روسیه پاسخگوی بازار داخلی این کشور نیست و حجم چندانی ندارد اما مشکل اینجاست که بازار پوشاک روسیه توسط ترکیه، چین و ویتنام اشباع شده است. تولیدکننده ایرانی می‌تواند سهمی از این بازار داشته باشد مشروط به برنامه‌ریزی دقیق و پایداری در حضور در آن بازار. حضور در بازار کشورهای دیگر مستلزم حرکت گروهی در قالب همگرایی و اتحاد تشکلهای بخش خصوصی است که هزینه‌های ابتدایی ورود به بازار خارجی را میان تولیدکنندگان سرشکن می‌کند و تمام هزینه‌ها به دوش یک یا دو

تولیدکننده سنگینی نمی‌کند. از نظر قیمتی، محصولات ایرانی قابل رقابت هستند اما برابری قیمت، به این معنا نیست که به آسانی بتوانیم وارد بازار روسیه شویم بلکه صرفاً شرط اولیه برای ورود را داریم و نکته مهم «گرفتن سهم قابل توجه» از این بازار است که این امر نیاز به برنامه‌ریزی و برندسازی دارد.

«وضعیت سیاسی و اقتصادی و مناسبات اخیر ترکیه با روسیه، تبعات منفی بر حضور صنعت پوشاک این کشور بر بازار روسیه گذاشته است؟»

بسیاری از سرمایه‌گذاران ترکیه، قیمت محصولات و ماشین‌آلات دست دوم خود را به شدت کاهش داده‌اند تا کارخانه‌های خود را متوقف و در سایر کشورها سرمایه‌گذاری نمایند. زمانی که نگاه یک سرمایه‌گذار نسبت به آینده منفی است قطعاً برای حفظ سرمایه‌های خود به اتخاذ تدابیری مانند فعالیت خارج از کشور و ... می‌اندیشد؛ این امر باعث آشفته‌گی بازار می‌شود. شاید بهم ریختگی بازار ترکیه در طولانی مدت به نفع صنعت پوشاک ایران باشد و بتوانیم سهم بیشتری در سایر کشورها به دست آوریم اما اتفاقاتی که در کوتاه‌مدت رخ می‌دهد به زبان ماست زیرا صنعتگران ترکیه تصمیم دارند با فروش ماشین‌آلات و محصولات خود به نازل‌ترین قیمت و تعطیلی کارخانه‌های خود، فعالیت‌شان را به بازار کشور دیگری منتقل کنند که این موضوع در طولانی مدت به نفع ایران نیست. پس نباید فکر کنیم آشفته‌گی سیاسی و اقتصادی ترکیه، به نفع ما خواهد بود!

«پیش‌بینی شما از وضعیت صنعت نساجی و پوشاک در سال ۹۶ چیست؟»

در حال حاضر کمتر کسی حاضر به سرمایه‌گذاری جدید در صنعت نساجی و پوشاک است مگر این که اتفاق خاصی رخ دهد. این که سال ۹۶ به نام «اقتصاد مقاومتی؛ تولید و اشتغال» نام‌گذاری شده بسیار مبارک و میمون است اما باید این امر به صورت عملی هم اجرایی شود نه این که در قالب شعار باقی بماند. مسلماناً در صورت حمایت واقعی و عملی از تولیدکننده داخلی شاهد سرمایه‌گذاری جدید نیز خواهیم بود.

«منظوران از «اتفاق» چیست؟»

حداقل اتفاقی که در سال ۹۶ می‌تواند بیافتد بازپس‌گیری سهم از دست رفته فروش پوشاک در بازار داخلی است در غیر این صورت ممکن است وضعیت (از شرایط فعلی) بدتر شود.

اگرچه بخشی از رکود موجود به دلیل مسائل اقتصاد کلان و ... است اما وقتی یک برند خارجی در فلان مرکز خرید به عرضه محصولات خود می‌پردازد در واقع سهم یک تولیدکننده توانمند داخلی را به خود اختصاص داده است که باید این سهم را بار دیگر با تولیدات مرغوب و قابل رقابت و همچنین جلوگیری از سواستفاده نمایندگان برندهای خارجی از قوانین و فرارهای مالیاتی متعلق به خود نماییم. نکته مهم دیگر این که باید امکان فروش مساوی با برندهای خارجی را نیز به دست آوریم. فروشگاه‌های برندهای خارجی به سرعت در حال رشد و توسعه هستند و این امر مختص تهران نیست و شهرستان‌ها را نیز در برمی‌گیرد آیا برای تولیدکنندگان ایرانی نیز چنین فرصتی مهیاست؟ خیر! پس باید سهم فروش خود را با برنامه‌ریزی و دوراندیشی دوباره به دست آوریم.

«مطلب پایانی»

تقابل فعلی تولیدکننده داخلی با واردکنندگان غیرقانونی مانند عرصه جنگ است. طرف مقابل از نظر مالی و تشکیلاتی بسیار قدرتمند است و نوعاً توسط دولت متبوع برندهای خارجی نیز حمایت می‌شود درحالی‌که در جبهه ما حتی برخی افراد در دستگاه‌های دولتی که به فکر منافع ملی نیستند آب به آسیاب دشمن می‌ریزند. این جنگ واقعی است. صنعتگران وطن‌پرست وارد خط مقدم شده‌اند و کنار بخشی از بدنه دولت که حافظ منافع کشور هستند جبهه مشترکی را تشکیل داده‌اند. شرایط به نحوی است که همه باید به کمک یکدیگر بشتابیم و به هر نحو که شده صنعت پوشاک را حفظ کنیم. با صدور یک دستورالعمل این جنگ به اتمام نخواهد رسید ضمن این که حریف زیرک، به هر حال تدابیری برای فرار از اجرای صحیح همین دستورالعمل اتخاذ خواهد کرد که پایداری و حضور ما منجر به خنثی شدن این ترفندها می‌گردد.