

اشاره:

جلسه مشترک اتحادیه‌های نساجی پارچه و مواد اولیه استانبول، اتحادیه پوشاک ترکیه، رایزن بازرگانی ترکیه در ایران و رئیس مرکز تجارت ترکیه در ایران با نمایندگانی از اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک، انجمن صنایع نساجی ایران و انجمن صنایع پوشاک ایران در سالن اجتماعات اتاق بازرگانی ایران در زمینه اجرای بند ۳ دستورالعمل ثبت برندهای خارجی پوشاک در ایران و تولید ۲۰ درصد پوشاک خارجی در ایران و بررسی توانمندی‌های صنعت پوشاک ایران برگزار شد. در این جلسه پیشنهاد تشکیل کنسرسیوم مشترک میان صنعتگران نساجی و پوشاک ایران و ترکیه مطرح شد و مورد استقبال طرفین نیز قرار گرفت. بازدید از دو کارخانه تولید صنعتی پوشاک از دیگر برنامه‌های هیأت ترکیه در ایران بود.

در ارتباط با تشکل‌های ترکیه دنبال می‌کنیم، با قوت و قدرت بیشتری دنبال شود.

وی ادامه داد: جای تعجب است دو کشور ترکیه و ایران که هر دو در صنعت نساجی دارای تاریخ و پیشینه تعریف شده‌ای هستند؛ در طول سالیان گذشته از نظر همکاری‌های تشکلی اقدامات موثری انجام نداده‌اند و تنها مورد همکاری ما با تشکل‌های ترکیه به حدود پنج سال پیش بازمی‌گردد که با «اتحادیه صادرکنندگان فرش استانبول» ارتباطاتی برقرار کردیم که به نتایج موثر و پربار در زمینه طراحی و تولید فرش منتهی شد؛ اگرچه در صنعت فرش دو کشور رقیب محسوب می‌شویم اما هر دو طرف توانستیم از این

ایران؛ بازاری بزرگ برای فروش و محلی بسیار مستعد برای سرمایه‌گذاری

در ابتدا پس از معرفی هیأت ایرانی حاضر در جلسه توسط مهندس بهرام شهریاری-نایب رئیس هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران- و معرفی هیأت ترکیه توسط ارکان- رئیس مرکز تجارت ترکیه در ایران-، مهرداد زکی‌پور- رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران- ضمن خوشامدگویی به میهمانان و سپاس از میهمان نوازی هیأت ترکیه‌ای در نخستین جلسه مشترک با هیأت ایرانی که مدتی پیش در این کشور برگزار شد؛ ابراز داشت: این سفر باعث شد اهدافی که

گزارش
مهرکزبر واردات قانونی
توجه به گسترش روابط
پوشاک و تجاری



فعالیت در کشور ما را پیدا نکرده‌اند. از طرف دیگر، تعدادی از فروشندگان ترک به دلیل حرکت غیرقانونی نمایندگانشان در ایران وارد مسیری از کار شده‌اند که از آن تحت عنوان «واردات غیرقانونی» یاد می‌کنیم. لذا از تشکل‌های برادر می‌خواهیم این برندها را برای برگشت به مسیر قانونی هدایت کنند.

زکی پور خاطرنشان کرد: ما این سیاست را با تشکل‌های کشورهای دارای امکانات فروش در ایران، پیش گرفته‌ایم و اطمینان داریم برندهای معتبر و خوشنام ترکیه در تمام بخش‌های نساجی با همکاری طرفین، در طول چند سال آینده امکانات بسیار خوبی برای فروش و تولید در ایران و صادرات از ایران به کشورهای مختلف خواهند داشت.

مهندس بهرام شهریاری - نایب رئیس هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران - ابراز داشت: این همبستگی را بسیار مشکل پیدا کردیم. به یاد دارم اولین جلسه با حضور آقایان چنگیز و ارکان، بسیار پرتنش بود اما امروز به تشکیل جلسه‌ای رسیده‌ایم که دو طرف از همدیگر درک متقابلی دارند. وی افزود: دستورالعملی در کشور ما تدوین شده که بر مبنای آن واردات پوشاک به ایران باید تنظیم شود و طبق قوانین و ضوابط مشخص صورت

محلی بسیار مستعد برای سرمایه‌گذاری است، ادامه داد: تلاش ما در همکاری با تشکل‌های ترک، فراهم آوردن امکانات مذکور می‌باشد.

وی سپس خطاب به میهمانان ترکیه اذعان داشت: ما با واردات محصولات شما به ایران مخالفتی نداریم همان‌طور که شما مخالف صادرات محصولات ایرانی به ترکیه نیستید، ما می‌خواهیم سرمایه‌گذاری خارجی و واردات و فروش در بازار ایران در چارچوب قانون و ضوابط انجام شود بر این اساس همان‌طور که می‌دانید در دو سال گذشته، دستورالعمل ثبت برندهای خارجی برای واردات تدوین شد که تمام ضوابط واردات را در برمی‌گیرد. زکی پور یادآور شد: با استفاده از این دستورالعمل، کشورهای خارجی و برندهای معتبر و خوشنام می‌توانند به طور قانونی در ایران به فعالیت بپردازند، بخشی از نیازهای مردم ما را جواب دهند و در تولید سرمایه‌گذاری نمایند.

این صنعتگر، راهنمایی برندهای معتبر و خوش‌نام ترکیه جهت چگونگی سرمایه‌گذاری و صادرات کالا به ایران را یکی دیگر از اهداف همکاری با تشکل‌های ترکیه اعلام کرد و گفت: در ترکیه برندهای معتبری وجود دارد که در اروپا هم شناخته شده هستند اما به دلیل عدم شناخت از وضعیت بازار ایران، امکان

همکاری در مقابل سایر رقبای، سودهای خوبی کسب کنیم.

زکی پور تصریح کرد: دو کشور ایران و ترکیه، مرز مشترک دارند؛ در گذشته مرز مشترک عاملی برای جنگ، تهاجم و تجاوز به شمار می‌آمد و کشورهای سلطه‌گر ابتدا به همسایه‌های خود حمله می‌کردند اما امروزه این مرز به عاملی برای همکاری، توافقات بزرگ اقتصادی و استفاده از امکانات در دسترس تبدیل شده است. برای مثال سرمایه‌گذاری ترکیه در ایران یا سرمایه‌گذاری ایران در ترکیه، بسیار منطقی‌تر و عقلانی‌تر از سرمایه‌گذاری ترکیه در آمریکا یا بالعکس می‌باشد. به همین دلیل تصمیم گرفتیم از طریق تشکل‌های نساجی ترکیه امکانات خود را برای سرمایه‌گذاری خارجی معرفی نماییم.

به گفته وی، ایران کشوری است بزرگ، با جمعیت فراوان و جوان، منابع زیر زمینی فراوان، ثروتمند، مردمی آگاه و تحصیلکرده که تمام این موارد زمینه‌های بسیار مناسبی برای یک سرمایه‌گذاری خارجی محسوب می‌شوند.

رئیس هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ضمن اشاره به این نکته که ایران برای کشورهای خارجی یک بازار بزرگ برای فروش و



رئیس هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک: تعدادی از فروشندگان ترک به دلیل حرکت غیرقانونی نمایندگانشان در ایران وارد مسیری از کار شده‌اند که از آن تحت عنوان «واردات غیرقانونی» یاد می‌کنیم لذا از تشکلهای برادر می‌خواهیم این برندها را برای برگشت به مسیر قانونی هدایت کنند

گیرد. در این راستا جلسات B2B میان تشکلهای نساجی و پوشاک ایران و ترکیه در مرکز تجارت ترکیه برگزار شد که عملاً بهم خورد و آقای ارکان از ما خواست جهت تفسیر بهتر دستورالعمل، هیأتی را به ترکیه اعزام کنیم تا موارد را به صورت شفاف و صریح به طرف ترک توضیح دهیم. مهندس شهریاری اذعان داشت: جلسات برگزار شده در ترکیه برای دو طرف چندان آسان نبود اما «پیروی از قانون» نقطه مشترکی بود تا به ادامه این راه امیدوار شویم و طرف ترک، نوید همکاری مشترک در قالب قانون را به ما داد.

رشد ایران به نفع ماست

در ادامه جلسه، حکمت تانری وردی - رئیس هیأت مدیره اتحادیه صادرکنندگان پوشاک استانبول - گفت: ضمن تأیید گفته رئیس هیأت مدیره اتحادیه

تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران مبنی بر این که مرزها در گذشته برای جنگ بود اما امروز برای همکاری‌های مشترک مورد استفاده قرار می‌گیرد، گفت: روابط کشورهای همسایه به شکلی است که در سخت‌ترین شرایط مانند مشکلات بین‌المللی یا بلایای طبیعی می‌توانند به کمک همدیگر بشتابند.

وی با بیان این مطلب که وقتی مرز مشترک وجود دارد باید تجارت نیز بزرگ شود، افزود: نگاهی به تجارت میان ایران و ترکیه نشان می‌دهد که ظرفیت افزایش حجم تجارت مشترک میان دو کشور وجود دارد.

به گفته تانری وردی، صادرات ترکیه ۲/۵ میلیارد دلار و واردات آن ۵ میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار می‌باشد که از نظر ما باید این اعداد و ارقام به ۵۰ میلیارد دلار (و حتی بیشتر) برسد و اگر دو طرف تسهیلات بیشتری برای همدیگر قائل شوند، حجم تجارت افزایش پیدا خواهد کرد.

رئیس هیأت مدیره اتحادیه صادرکنندگان پوشاک استانبول ادامه داد: ایران و ترکیه نقاط مشترک تاریخی بسیاری با هم دارند و نسبت به کشورهای اروپایی می‌توانیم ارتباطات بهتری برقرار نماییم.

وی، اعلام آمادگی نمود که در زمینه سرمایه‌گذاری مشترک و ارائه مشاوره به برندهای معتبر و خوشنام ترکیه جهت حضور در بازار ایران، همراه طرف ایرانی خواهد بود اما معتقدم حین انجام این کار، اصلاحاتی نیز باید انجام شود.

تانری وردی که دارای سابقه ۳۸ سال فعالیت در صنعت نساجی و پوشاک می‌باشد، گفت: ایران به تازگی دروازه‌های خود را به سوی ما باز کرده است و در آینده با عضویت در سازمان جهانی تجارت، ارتباطات دوجانبه دوچندان شود.

این فعال صنعت نساجی و پوشاک تأکید کرد: بازار ایران برای اغلب شرکت‌های ترک، بسیار جذاب است و تمایل به حضور فعال در این بازار را دارند اما در ذهن آنها، ابهاماتی جهت ورود به بازار ایران وجود دارد لذا در اکثر موارد از طریق نمایندگانشان وارد ایران می‌شوند و سرمایه‌گذاری صد درصدی در این بازار انجام نمی‌دهند زیرا دیوارهای گمرکی ایران موجب ترس طرف خارجی برای کار در ایران می‌شود!

به اعتقاد رئیس هیأت مدیره اتحادیه صادرکنندگان پوشاک استانبول، اگر شرکت‌های ترکیه بخواهند به صورت کاملاً قانونی وارد بازار ایران شوند



استانبول، یکی از پایه‌های بنیادی صنعت پوشاک را طراحی و مد برشمرد و گفت: در زمینه آموزش طراحی مد نیز آمادگی خود را برای ارائه کلیه امکانات خود به صنعتگران ایرانی اعلام می‌کنیم؛ البته قرار بود نمایندگانی از آکادمی طراحی مد ترکیه نیز در این جلسه حضور یابند که متأسفانه این امر تحقق پیدا نکرد.

وی در پایان گفت: حدود ۱۰ سال از برگزاری هفته مد استانبول سپری می‌شود و در صورت تمایل برای برگزاری این برنامه در تهران، کنارتان خواهیم بود. برای هفته مد آینده استانبول نیز می‌توانیم به‌عنوان کشور همسایه و برادر از ایران بخواهیم یکی از طراحان خود را جهت حضور در این رویداد به ما معرفی نمایند.

مهندس شهریاری بیان داشت: مسلماً ما هم انتظار نداریم تولیدکنندگان ترکیه به سرعت وارد بازار ایران شوند و به سرمایه‌گذاری بپردازند و طبق گفته آقای حکمت، پیش از هر گونه سرمایه‌گذاری باید به شناخت بازار پرداخت.

این فعال صنعت نساجی به وجود حدود ۹ هزار واحد صنعتی در بخش نساجی و پوشاک ایران اشاره کرد و گفت: از این تعداد بالغ بر ۱۵۰۰ واحد

نساجی و پوشاک ترکیه، پذیرش بازار سایر کشورها بود. به این ترتیب که همزمان با ورود محصولات خارجی به ترکیه، تمام تلاش خود را برای ارتقای کیفیت تولیدات داخلی به عمل می‌آوردیم تا به سطح قابل قبولی از رقابت با آنان بپردازیم.

وی یادآور شد: به دلیل رفت و آمدهای بسیار به ایران و دوستان فراوان در کشور شما، شناخت خوبی از بازار این کشور کسب کرده‌ام و به اصطلاح «چشم بسته» می‌توانم در ایران سرمایه‌گذاری کنم پس معتقدم سایر شرکت‌های ترکیه نیز باید به بررسی و شناخت بازار ایران بپردازند سپس به سمت سرمایه‌گذاری و فعالیت گام بردارند؛ این موارد در کوتاه مدت قابل دسترسی خواهند بود.

تانری وردی، وجود مالیات‌های سنگین در گمرکات ایران یکی از عوامل افزایش قاچاق دانست و گفت: بهتر است مالیات‌ها در یک سطح مشخص و ثابت قرار گیرند.

وی اذعان داشت: زمانی که به ایران می‌آییم گویا در خانه خودمان هستیم، درک بسیار خوبی از مسائل همدیگر داریم و معتقدیم که رشد ایران به نفع ماست. رئیس هیأت مدیره اتحادیه صادرکنندگان پوشاک

امکان رقابتشان به دلیل وجود محصولات قاچاق شرکت‌های خاور دور، کاهش می‌یابد.

وی تصریح کرد: اگر موضوع مالیات‌ها در ایران منعطف‌تر شوند و تسهیلاتی برای شرکت‌های ترک مدنظر قرار گیرد، احتمال افزایش شرکت‌های علاقه‌مند به حضور قانونی در بازار ایران افزایش خواهد یافت و پس از مدتی درخواست سرمایه‌گذاری مشترک را مطرح می‌نمایند.

تانری وردی ضمن بیان این نکته که در بسیاری از شرکت‌های ایرانی مشاهده کرده‌ام که تکنولوژی‌های روز دنیا و ماشین‌آلات مدرن، مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ گفت: برای تسریع همکاری‌ها و سرمایه‌گذاری‌های مشترک میان ایران و ترکیه باید تسهیلاتی قائل شد تا شرکت‌های ترک بتوانند وارد بازار ایران شوند، به این ترتیب رقابت در ایران به یک مزیت تبدیل خواهد شد نه عیب!

رئیس هیأت مدیره اتحادیه صادرکنندگان پوشاک استانبول ادامه داد: شرکت‌های ترکیه در ابتدا باید به بررسی بازار ایران بپردازند و پس از یافتن مزایای سرمایه‌گذاری در ایران، طبقاً به سرمایه‌گذاری تمایل پیدا خواهد کرد؛ البته در برخی موارد نباید از رقابت ترسید. برای مثال یکی از موارد رشد و پیشرفت صنعت



رئیس هیأت مدیره اتحادیه صادرکنندگان پوشاک استانبول: یکی از موارد رشد و پیشرفت صنعت نساجی و پوشاک ترکیه، پذیرش بازار سایر کشورها بود. به این ترتیب که همزمان با ورود محصولات خارجی به ترکیه، تمام تلاش خود را برای ارتقای کیفیت تولیدات داخلی به عمل می‌آوریم تا به سطح قابل قبولی از رقابت با آنان بپردازیم

به تولید صنعتی پوشاک می‌پردازند و آماده‌ایم بدون هیچ‌گونه سرمایه‌گذاری از طرف ترکیه، در اجرای بند ۳ دستورالعمل همکاری‌های خود را آغاز نماییم.

به اعتقاد وی، یکی از نقاط مشترک ایران و ترکیه، «جلوگیری از ورود پوشاک بی‌کیفیت چینی به ایران» است. به همین دلیل در گام اول آماده همکاری مشترک بدون هر گونه سرمایه‌گذاری اولیه هستیم که چه بسا در مراحل نخست همکاری، سرمایه‌گذاری برای طرف ترکیه دشوار باشد.

نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران پیشنهاد تشکیل «کنسرسیوم مشترک» را مطرح کرد و گفت: در بخش بالادستی صنایع نساجی، توانمندی بسیار بالایی داریم که می‌تواند نقطه مشترکی برای شروع همکاری باشد.

ایجاد منافع مشترک برای بازار ایران

ایرج طائفی - عضو هیأت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران - ضمن ابراز خرسندی از برگزاری جلسه مشترک تشکل‌های نساجی و پوشاک ایران و ترکیه گفت: به‌عنوان یکی از اعضای این صنعت بزرگ معتقدم چنین جلساتی باید زودتر برگزار می‌شد.

به اعتقاد وی، تولیدکنندگان ایران و ترکیه، سهم زیادی از بازار ایران ندارند؛ پس یکی از اهداف چنین نشست‌هایی می‌تواند ایجاد منافع مشترک برای بازار ایران باشد.

طائفی تصریح کرد: بازار ایران بسیار بزرگ است و قابلیت‌های فراوانی دارد و قطعاً دوستان ترکیه به خوبی می‌دانند سهم کشورشان در این بازار، چندان زیاد نیست و متأسفانه برخی سودجویان از این صنعت نهایت سوءاستفاده را برای کسب سودهای کلان می‌برند.

عضو هیأت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران خاطرنشان کرد: این انجمن و سایر تشکل‌های نساجی و پوشاک بدون نیاز به سرمایه‌گذاری ترکیه، می‌توانند از تجارب و امتیاز ترک‌ها در این صنعت جهت همکاری مشترک با یکدیگر استفاده کنند.

تجارت، مسیر سرمایه‌گذاری را باز می‌کند

چنگیز گورسل - رایزن ارشد بازرگانی سفارت ترکیه در ایران - نیز اظهار داشت: ایران و ترکیه مکمل یکدیگر هستند و در این زمینه جای هیچ‌بحثی نیست و برای دستیابی به اهداف بلندمدت در سطح دولت‌ها، یکی از صنایع بسیار مهم نساجی و پوشاک می‌باشد. گورسل بیان داشت: تجارت، مسیر سرمایه‌گذاری را باز می‌کند و شرکت‌های ترکیه به شناخت بازار و شرکت‌های ایران نیاز دارند اما مجبورند پای‌بند یکسری قوانین و مقررات موجود باشند و این قوانین به نوعی شرکت‌ها را مجبور می‌کند بدون شناخت بازار، سرمایه‌گذاری نمایند! به اعتقاد من این عامل یکی از موانع همکاری مشترک در صنعت نساجی و پوشاک دو کشور می‌باشد.

رایزن ارشد بازرگانی سفارت ترکیه در ایران در پایان سخنان کوتاه خود اشاره کرد: ایران برای رقابت و فعالیت در خارج از مرزهای خود با نزدیک‌ترین کشور به اروپا یعنی ترکیه، همسایه است؛ ایران دارای جمعیت جوان بسیار پویاست و فرهنگ تجارت و فعالیت‌های بازرگانی در ایران از قدمت بالایی برخوردار می‌باشد. ترکیه نیز با دنیا ادغام شده و توانسته خارج از مرزهای خود به فعالیت بپردازد.



قابلیت‌ها و ویژگی‌های بسیاری در زمینه بازاریابی دارند و این ویژگی را هر کشوری ندارد. دمیر تصریح کرد: در سال‌های دور، صنعت نساجی و پوشاک در فرانسه و ایتالیا متمرکز بود و آلمان به تولید ماشین‌آلات نساجی می‌پرداخت. در سال‌های بعد این صنعت از ایتالیا و فرانسه به ترکیه منتقل شد و در آن زمان هنوز چین وارد بازار نساجی و پوشاک دنیا نشده بود.

به اعتقاد نایب رئیس اتحادیه صادرکنندگان پارچه و مواد اولیه استانبول، هر اندازه تعرفه‌های گمرکی افزایش یابد امکان رقابت با محصولات چینی وجود ندارد، از نظر قیمت نیز رقابت با کالاهای چینی، امکان‌پذیر نیست.

رقابت اصلی ما در زمینه طراحی و مد و کیفیت است که در این زمینه آماده همکاری با ایران هستیم و به مرور زمان و کسب شناخت از توانمندی‌های همدیگر با هم شریک خواهیم شد.

دمیر اضافه کرد: در ترکیه بخش تحقیق و توسعه (R&D) مورد توجه ویژه قرار دارد که در این زمینه نیز آماده همکاری با شرکت‌های ایرانی هستیم.

وی در پایان گفت: روابط ما باید بیشتر شود و دیدارهایمان با فاصله کمتر صورت گیرد.

این موارد به ایران آمد. وی ادامه داد: هنوز همدیگر را به طور کامل نمی‌شناسیم؛ در طی این ۲۵ سال، حداقل حدود ۵۰۰-۲۵۰ هزار دلار به ایران فروش داشتیم و خود را به‌عنوان یک صنعتگر ایرانی می‌دانم لذا معتقدم باید فعالان تجاری و بازرگانی ترکیه را به ایران دعوت کنیم.

دمیر با اعلام این مطلب که در سال‌های گذشته به خرید و فروش کالا می‌پرداختیم و از سال ۲۰۰۰ وارد صنعت و تولید شدیم، اذعان داشت: تا سال ۱۹۸۰ ترکیه در صنعت نساجی و پوشاک پیشرفت چندانی نداشت و مراحل رشد و توسعه این صنعت را به تدریج طی کرد.

به گفته وی، اگرچه در سال‌های مذکور، تولید نداشتیم اما سعی می‌کردیم به کلیه نقاط دنیا کالاهای خود را بفروشیم برای مثال از آلمان کالا می‌گرفتیم و همان محصول خریداری شده را دوباره به آلمان می‌فروختیم.

نایب رئیس اتحادیه صادرکنندگان پارچه و مواد اولیه استانبول، توجه به بازاریابی به‌عنوان دشوارترین فعالیت دنیای امروز را ضروری اعلام کرد و گفت: طبق بررسی‌های من، ایرانیان

مهندس شهریار در سخنان خود به ارائه آمار پرداخت و گفت: طبق آمار گمرک ایران، در سال گذشته ۲۰ میلیون دلار پوشاک به‌صورت قانونی از ترکیه وارد ایران شد اما طبق آمار گمرک ترکیه صادرات قانونی پوشاک به ایران ۳۵۰ میلیون دلار بود! منفعت این تفاوت بسیار بزرگ، نه نصیب تولیدکننده ترکیه شده و نه برای مصرف‌کننده ایرانی سود داشت بلکه عده‌ای سودجو به مبالغ کلان دست یافتند.

وی اذعان داشت: به هیچ عنوان با واردات قانونی پوشاک به کشور مشکلی نداریم و امری که ما را جهت کنترل قاچاق مصمم می‌کند، حذف واسطه‌ها و سودجویان در این چرخه است. به اعتقاد ما با اجرای دستورالعمل، هم برای ما (تولیدکنندگان ایرانی) و هم واردکنندگان قانونی ترکیه فضا شفاف‌تر خواهد بود.

آماده همکاری با ایران هستیم

شرافت‌الدین دمیر - نایب رئیس اتحادیه صادرکنندگان پارچه و مواد اولیه استانبول - بیان داشت: ۲۵ سال به تجارت با ایران می‌پردازم و در خصوص این تجارت، رفت و آمدی به ایران نداشتیم اما پس از ورود به اتحادیه صادرات، در خصوص



نایب رئیس هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران: به هیچ عنوان با واردات قانونی پوشاک به کشور مشکلی نداریم و امری که ما را جهت کنترل قاچاق مصمم می‌کند، حذف واسطه‌ها و سودجویان در این چرخه است. به اعتقاد ما با اجرای دستورالعمل، هم برای ما (تولیدکنندگان ایرانی) و هم واردکنندگان قانونی ترکیه فضا شفاف‌تر خواهد بود.

مهندس شهربازی در ادامه سخنان دمیر گفت: در برخی تصمیم‌گیری‌ها، دولت‌ها نیز نقش دارند و متأسفانه در برخی موارد باعث ایجاد مشکلاتی برای بخش خصوصی می‌شوند برای مثال در سال‌های پیش، ایران به صادرات مواد اولیه نساجی (به خصوص پلی‌استر) به ترکیه می‌پرداخت اما به دلیل تصمیمات دولت ترکیه و طبق آخرین خبر، متأسفانه صادرات این محصول به ترکیه ممنوع اعلام شده که در این راستا ایجاد کنسرسیوم بخش خصوصی میان ایران و ترکیه بسیار ضروری به نظر می‌رسد. وی سپس از ارکان - رئیس مرکز تجارت ترکیه در ایران - خواست تا در راه‌اندازی این کنسرسیوم مشترک، همکاری‌های لازم را به عمل آورد.

مهندس شهربازی ابراز امیدواری نمود تا از نظر تکنولوژی و طراحی همکاری‌های خوبی با ترکیه داشته باشیم.

مهرداد زکی‌پور - رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران - در جمع‌بندی پایانی این جلسه با بیان این نکته که برگزاری چنین جلساتی به ما نشان می‌داد که اصول مشترک فراوانی با همدیگر داریم، تأکید کرد: برای تغییر وضعیت، باید سیاست‌های مختلفی را پیش گرفت در این راستا می‌توان به سازمان جهانی تجارت پیوست، عوارض ورود کالا به کشور را تعدیل نمود، روی شبکه‌های توزیع کار کرد، به برندسازی و ساخت نام‌های بزرگ پرداخت، به این فکر کرد که تمام کشورها به خصوص کشورهای همسایه، بازارهای ما هستند و امیدوار بود که با استفاده از تمام این ابزار، به یک تجارت و رقابت سالم دست یابیم.

وی ادامه داد: به عنوان یک تشکل ایرانی شرایط متفاوتی با تشکل‌های ترک داریم، ممکن است تشکل‌های ترک مزایا و امتیازاتی داشته باشند که ما نداشته باشیم و بالعکس اما امتیاز بزرگ هر دوی ما، اتصال و ارتباط بسیار خوب با اعضایمان است و بخش بزرگی از صنعت نساجی و پوشاک

ایران، منتظر نتایج جلسه امروز هستند (به خصوص صنعت پوشاک که از نظر توسعه یافتگی در مراحل بسیار خوبی به سر می‌برد).

زکی‌پور یادآور شد: موفقیت هر دو طرف در این خواهد بود که ۳ میلیارد دلار واردات پوشاک ایران را به واردات پوشاک باکیفیت و قانونی تبدیل کنیم. در ترکیه، تشکل‌های بخش خصوصی، تعیین‌کننده و مشخص‌کننده مسیر برای صنعت هستند اما در سایر کشورهایی که به صورت غیرقانونی وارد کشور ما شده‌اند، این امکان وجود ندارد و تشکیلات پراکنده هستند؛ پس با اتحاد با همدیگر نه تنها بازار خود را دو طرفه خواهیم ساخت بلکه مانع ورود ۷۰ درصد پوشاک، نخ، پارچه، اکسسوری و حتی ماشین‌آلات نساجی بی‌کیفیت از سایر مبادی خواهیم شد و بازاری که از آن صحبت می‌کنیم، بسیار گسترده‌تر از بازار ۳ میلیارد دلاری پوشاک می‌باشد. وی، پیشنهاد مهندس شهربازی مبنی بر تشکیل کنسرسیوم مشترک ایران و ترکیه در صنعت نساجی و پوشاک را بسیار حرفه‌ای توصیف کرد و گفت: باید دبیرخانه مشترکی داشته باشیم و مرکزی برای تجمع تشکل‌های میان دو کشور تشکیل شود تا کارها سیستماتیک، شفاف و مشخص انجام شود.

