

ترس را شکست دادیم



اشاره:

مجمع عمومی عادی انجمن صنایع پوشاک ایران در طبقه دهم اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران با نظارت نماینده وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی برگزار شد. در این مجمع که با برپایی انتخابات اعضای جدید هیأت مدیره و بازررس (اصلی و علی البدل) همراه بود، گزارش‌های عملکرد هیأت مدیره، بازررس و خزانه‌دار قرائت شد.

صنعتی امیرکبیر- به ارائه گزارش تحلیلی از برنامه‌ها و راهبردهای پیگیری شده در انجمن صنایع پوشاک ایران پرداخت. وی عنوان داشت: طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته سهم بازار جهانی پوشاک در سال ۲۰۲۵ به حدود ۲ هزار میلیارد دلار خواهد رسید (این رقم در حال حاضر هزار و صد میلیارد دلار می‌باشد) بنابراین به طور متوسط نرخ رشد سالیانه پنج درصدی را می‌توانیم برای اکثر بازارهای پوشاک دنیا در نظر بگیریم. دکتر باقر زاده ضمن بیان این مطلب که حجم بازار

پس از قرائت آیاتی از قرآن کریم و پخش سرود ملی، سومبات هاکوبیان- رئیس هیأت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران- در جایگاه سخنرانی قرار گرفت و ضمن خوشامدگویی به مدعوین، آقایان اکبر رضائیان (به‌عنوان رئیس مجمع)، دکتر مجید افتخاری، منصور الیاسی، محمد اتابکی (به‌عنوان منشی) و خانم ماندانا محمدی‌فر (به‌عنوان منشی) را به‌عنوان اعضای هیأت رئیسه به مجمع پیشنهاد داد که با رأی مثبت اعضای حاضر در سالن همراه بود. در ادامه دکتر روح‌الله باقرزاده- عضو هیأت علمی دانشگاه





روح‌الله باقرزاده عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی امیرکبیر

در بدنه وزارتخانه مذکور برای توسعه صنعت پوشاک راه‌اندازی نمود تا ضمن حذف نگاه‌های منفی و قدیمی نسبت به صنعت پوشاک، برنامه‌های جدید جهت رشد و توسعه صنعت پوشاک تدوین گردد. دلایل تشکیل انجمن صنایع پوشاک ایران، بخش دیگر سخنرانی دکتر باقرزاده بود. وی در این زمینه اظهار داشت: نگاهی به زنجیره ارزش در صنعت پوشاک نشان می‌دهد که متأسفانه تمام امکانات کشور معطوف به تنها ۱۷ درصد از ارزش یک کالای نهایی است پس باید نگاه و رویکرد دیگری به این بخش عمده از زنجیره، نگاه متمرکز صورت می‌گرفت؛ بنابراین انجمن صنایع پوشاک ایران با چنین مبنای فکری تشکیل شده تا بتواند از ظرفیت‌های صنایع نساجی، مد و طراحی، مراکز توزیع و عرضه در جهت ایجاد ارزش افزوده

برقرار نمایند. این استاد دانشگاه در ادامه به تدوین سند راهبردی صنعت پوشاک کشور پرداخت و گفت: چه پیش از انقلاب و چه پس از انقلاب، از صنعت پوشاک به‌عنوان یک کارگاه سنتی یاد می‌شد و فعالان این صنعت به نوعی طفیلی صنعت نساجی شناخته می‌شدند طبعاً زمانی که چنین نگاهی در جامعه شکل بگیرد؛ برنامه‌های مشخص و تدوین شده‌ای برای حمایت، گسترش و توسعه این صنعت در دولت، مجلس و بخش خصوصی اجرا نخواهد شد؛ لذا جمعی از دلسوزان صنعت پوشاک نامه‌ای را به وزیر صنعت، معدن و تجارت ارسال و اعلام کردند برای خروج صنعت پوشاک از نگرش سنتی و طفیلی‌واری که به آن می‌شود، باید کارگروهی برای آن در نظر گرفته شود و متعاقب ارسال این نامه، آقای مهندس نعمت‌زاده- وزیر صنعت دولت یازدهم- کارگروهی را

پوشاک در سال ۲۰۲۵ به دو برابر رقم فعلی خواهد رسید، اضافه کرد: در گذشته، ارتباط تولیدکنندگان با مشتریان نهایی از طریق عمده‌فروشان و خرده‌فروشان برقرار می‌شد و این مدل کسب و کار همچنان وجود دارد اما ارتباط میان تولیدکننده و خرده‌فروشان نیز در حال شکل‌گیری است به عبارت بهتر تولیدکنندگان تمایل دارند که ارتباط نزدیک‌تری با مشتریان برقرار نمایند تا از این طریق بتوانند به زنجیره ارزش جهانی را که در تمام کشورها پیگیری می‌شود، دست یابند و توجه بیشتری و بهتری به سبک، سیاق و سلیقه مصرف‌کنندگان داشته باشند. در آینده نیز پیش‌بینی می‌شود که تولیدکنندگان، مکانیزم‌های خرده‌فروشی را در اختیار بگیرند و با استفاده از شیوه‌های مختلف مانند فروش اینترنتی، راه‌اندازی فروشگاه‌های تخصصی و ... ارتباطات مستقیم با مصرف‌کنندگان



سومین کارگزاران - رئیس هیات مدیره انجمن صنایع پوشاک



ابرج طائفی - عضو اصلی هیات مدیره انجمن صنایع پوشاک



مجید فخار - عضو اصلی هیات مدیره انجمن صنایع پوشاک



بهروز محمودی - عضو اصلی هیات مدیره انجمن صنایع پوشاک



مهدی رهبری - عضو اصلی هیات مدیره انجمن صنایع پوشاک

به‌عنوان یک دغدغه عمومی و جدی شناخته می‌شود. به گفته عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی امیرکبیر، در اغلب سخنرانی‌های مسئولین زمانی که از واردات غیرقانونی و قاچاق، سیاست‌های کلان و توجه به نیاز مصرف‌کنندگان صحبت به میان می‌آید، صنعت پوشاک یکی از بخش‌های عمده و مورد توجه می‌باشد و به نظر می‌رسد که یکی از اقدامات مهم و موثر انجمن، بحث همه‌گیر شدن صنعت پوشاک است که با کمک تمام ذی‌نفعان اتفاق افتاد.

وی، «ایجاد یک مجموعه کامل از اجزای مختلف صنایع پوشاک برای خریداران بین‌المللی»، «تکمیل زنجیره تأمین پایدار» و «بهبود فضای توزیع و عرضه (توسعه بازارهای نوین بین‌المللی)» را سه هدف انجمن صنایع پوشاک ایران برشمرد و ادامه داد: در این سه بخش زیرساخت‌های پیشنهادی شامل موارد

عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی امیرکبیر:
نگاهی به زنجیره ارزش در صنعت پوشاک نشان می‌دهد که متأسفانه تمام امکانات کشور معطوف به تنها ۱۷ درصد از ارزش یک کالای نهایی است پس باید نگاه و رویکرد دیگری به این بخش عمده از زنجیره، نگاه متمرکز صورت می‌گرفت

بیشتر در کشور استفاده کند. دکتر باقر زاده تصریح کرد: در گذشته دغدغه‌ای برای صنعت پوشاک وجود نداشت و هیچ‌گاه برنامه‌ای در بدنه دولت و مجلس تدوین نمی‌شد اما به ضرس قاطع می‌توان گفت امروز صنعت پوشاک به‌عنوان دغدغه تمام بخش‌های حاکمیتی کشور شناخته می‌شود و دیگر صنعت پوشاک، طفیلی نیست بلکه در بدنه کشور

زیر می‌شوند:
*خوشه‌های تولید صنعتی: شامل واحدهای صنعتی تولید پوشاک، تکمیل، چاپ، طراحی چیدمان الگو و برش، دوخت، لیبل، خرج کار، بسته‌بندی، انبار و ...
*واحدهای پشتیبان: مواد اولیه و قطعات
*لجستیک (دفاتر حمل و نقل) عمومی (شهری، بیمه، آتش‌نشانی، مراکز رفاهی و اقامتی و ...)
*خدمات فنی مهندسی (دفاتر شرکت‌های فنی، نمایندگان شرکت‌های تولیدکننده ماشین‌آلات و ...)
*مرکز ملی نوآوری و آزمایشگاه مرکزی
*فروشگاه‌های تخصصی، مراکز تجارت جهانی و دفاتر فروش و برندها: شرکت‌های بازرگانی و بازاریابی جهانی، دفاتر مرکزی کارخانجات، دفاتر برندها
*مدارس و انستیتوهای تخصصی آموزش طراحی، مد، مدیریت و فرآیندهای پوشاک: مدارس بین‌المللی



فرشاد صفایی زاده - عضو هیأت مدیره انجمن صنایع پوشاک



حمید عظیمی - عضو اصلی هیأت مدیره انجمن صنایع پوشاک



محمد کالایه - عضو اصلی هیأت مدیره انجمن صنایع پوشاک



شهرام صالحی - بازرس علی البیضاء انجمن صنایع پوشاک



مسعود نیک پور - بازرس اصلی انجمن صنایع پوشاک



مهرمشتاق موسوی - عضو هیأت مدیره انجمن صنایع پوشاک



مذکور به شمار می آیند.

دکتر باقرزاده، ایجاد دبیرخانه مشترک در جهت تقویت روحیه همفکری با سایر تشکل های فعال را یکی دیگر از برنامه های انجمن صنایع پوشاک ایران اعلام کرد. این عضو هیأت علمی دانشگاه صنعتی امیرکبیر در پایان سخنرانی خود، اولویت های پیش روی صنعت پوشاک را در سه بخش برشمرد:

• مبارزه هوشمندانه با قاچاق پوشاک از طریق اجرای سریع و صحیح دستورالعمل ثبت قانونی برندهای خارجی پوشاک در کشور

• ایجاد صندوق ویژه توسعه صنعت پوشاک: هدف از ایجاد این صندوق، توسعه تولید صنعتی و صادرات از طریق تقویت، تأمین، تجهیز تولید، توسعه بازار مدرن و عرضه مستقیم، تحقق صادرات هدف گذاری شده، حمایت از طراحی است و نحوه پیاده سازی آن ایجاد

چگونگی اتصال زنجیره از طراحی تا مشتری شکل گرفته است تا به این نتیجه برسیم برای مثال یک تولیدکننده پوشاک چگونه پارچه مورد نیاز خود را از داخل کشور تأمین کند.

به گفته عضو هیأت علمی دانشگاه صنعتی امیرکبیر، یکی از صنایع مزیت دار که دولت می تواند نگاه ویژه ای در زمینه توسعه اشتغال به آن داشته باشد، صنعت پوشاک است و مرجع واحد و مشخصی که می تواند در این راستا به ارائه نظرات کارشناسی و اصولی به دولتمردان و سیاستگذاران بپردازد انجمن صنایع پوشاک ایران می باشد.

وی ضمن اشاره به تأسیس «شرکت توسعه فروش و صادرات» اظهار داشت: «ایجاد بازار نزدیک به مشتری» و «شکل گیری سکوی فروش محصولات باکیفیت تولیدکنندگان داخلی» از اهداف شرکت

طراحی و مد، موسسات تخصصی طراحی پوشاک وی سپس به پیشنهاد انجمن صنایع پوشاک ایران در زمینه اجرای دستورالعمل ساماندهی واردات پوشاک خارجی اشاره کرد و گفت: این امر یک گام موثر و مقابله هوشمندانه با مقوله واردات بی رویه پوشاک است که شرایط برابر و عادلانه ای در زمینه فعالیت برندها در کشور به وجود خواهد آورد، از واردات بی رویه پوشاک خارجی جلوگیری به عمل می آورد و حداقل ۲۰ درصد از تولیدات برندهای خارجی در کشور انجام خواهد شد، دکتر باقر زاده ابراز داشت: راه اندازی شرکت تعاونی تأمین نیاز، یک زنجیره تأمین پایدار را به وجود می آورد که طی آن تمام ذی نفعان و فعالان صنعت پوشاک با همدیگر به فعالیت خواهند پرداخت. وی اضافه کرد: کارگروه ویژه ای با حضور تمام تشکل ها و انجمن های تخصصی نساجی و پوشاک در جهت همفکری برای



رئیس هیأت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران: ما ترس را شکست داده‌ایم و نیازمند گسترش و همگرایی هستیم به همین دلیل بدون هیچ گونه حب و بغض از تمام فعالان و دست‌اندرکاران و دلسوزان پوشاک می‌خواهیم در انتخاب هیأت مدیره انجمن با دقت کامل، بدون نگاه شخصی و در نظر گرفتن منافع جمعی شرکت کنند

صندوق تأمین اعتبارات از محل کمک دولت، بخش خصوصی و سرمایه‌گذار خارجی می‌باشد. *تشکیل شورای عالی سیاست‌گذاری صنعت پوشاک: هدف از این امر، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، تعیین اولویت و هدف‌گذاری‌های تولید و صادرات است و نحوه پیاده‌سازی آن شناسایی قوانین مزاحم، اصلاح قوانین بیمه و مالیات، تهیه پیش‌نویس طرح‌ها و لوایح ایجادکننده مزیت رقابتی در بازارهای بین‌المللی، توسعه و رصد مداوم بازار و ارائه برنامه‌های توسعه بازار صادراتی است.

* طی ۳۷ سال چه کردیم؟!

دکتر مجید افتخاری - عضو انجمن صنایع پوشاک ایران - ابراز داشت: بارها از تشکل‌های مختلف سوال می‌شود که برای صنعت چه کرده‌اند و اصولاً ضرورت تشکیل یک انجمن چیست! اما از ۳۹ سالی که از انقلاب می‌گذرد ۳۷ سال آن هیچ انجمن تخصصی در صنعت پوشاک وجود نداشت، در این ۳۷ سال چه بلاهایی بر سر صنعت پوشاک کشور آمد و چه بخشی از بازار را از دست دادیم؟ ۳۷ سال گذشت و این توقع که بخواهیم انجمن صنایع پوشاک ایران تمام مشکلات ۳۷ ساله را طی دو سال حل کند، غیرمنطقی است.

وی اضافه کرد: «مدعی‌العموم همیشه طلبکار» برای اولین بار در دو سال اخیر حاضر شد جواب دهد، بعضاً در جلسات عذرخواهی و توضیحاتی ارائه دهد. جای تأسف است که یک مقام ارشد دولتی اعلام کند «نسبت به پوشاک، کم‌لطفی کرده‌ایم» ما برای اولین بار مطرح کردیم که برای نفس کشیدن نیازمند هوای سالم هستیم نه هوایی مملو از آلودگی و قاچاق... برای

هستند که امروز بهترین را برای ما ساخته‌اند و فردای بهتر را برای نسل‌های آینده می‌سازند. وی تصریح کرد: این پیشگامان کسانی هستند که زمزمه «نتوانستن» را در خود خاموش کرده‌اند و دل‌نگرانی از شکست را در خود از بین برده‌اند و ترس را به زانو درآورده‌اند؛ چنان‌که نوآندیش بزرگ و مبارز نستوه - نلسون ماندلا - می‌گوید «دلیر کسی نیست که احساس ترس نمی‌کند، بلکه کسی است که ترس را به زانو در می‌آورد.» به گفته هاکوپیان، دو سال پیش چنین انسان‌هایی از میان فعالان صنعت پوشاک دور هم‌دیگر جمع شدند و انجمن صنایع پوشاک ایران را راه‌اندازی کردند.

رئیس هیأت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران، ضمن سپاسگذاری از اعضای هیأت مدیره انجمن و هم‌چنین آقایان رضائیان، رهبری، افتخاری و اتابکی که تلاش و همت خود را علی‌رغم تمام سختی‌ها و کاستی‌ها جهت رشد انجمن صنایع پوشاک ایران به کار بردند؛ اذعان داشت: ما هیچ ادعایی نداریم که چه کردیم اما بسیار خوشحالم که ظرف دو سال صدای شما در کل کشور از عالی‌ترین مقامات (مقام معظم رهبری، ریاست

اولین بار این مسائل مطرح شد تا آقایان یاد بگیرند صنعتی به‌نام صنعت پوشاک وجود دارد و دلیلی ندارد آن را به صنعت نساجی متصل نمایند پس باید از زیر بار نساجی خارج شود. این صنعتگر پوشاک تصریح کرد: صنعت پوشاک نیازمند هوایی برای تنفس است و انجمن صنایع پوشاک ایران را به بغض در گلو مانده بسیاری از تولیدکنندگان تعبیر می‌کنم که سال‌های طولانی، نیازها و میحتاج اولیه‌شان هیچ‌گاه جدی گرفته نشد. وی ابراز امیدواری کرد صنعت پوشاک از وضعیت فعلی خارج شود و بتوانیم آینده روشنی برای آن متصور شویم.

آینده صنعت پوشاک در دستان ماست

سومبات هاکوپیان - رئیس هیأت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران - ضمن اشاره به حضور دو عضو هیأت مدیره اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران (آقایان افتخاری و الیاسی) در هیأت رئیسه مجمع انجمن صنایع پوشاک ایران، گفت: پیشرفت‌های زندگی بشر، مدیون نوخواهی، نوآندیشی، نوآوری و نوسازی انسان‌هاست.

آنهایی که به اندیشه‌های نو بال و پر می‌دهند، آنانی که کارهای نو را در خود پرورش دادند، پیشگامانی



- ۲- ایرج طایفی / رئیس هیأت مدیره شرکت پارمین
جامه
- ۳- مهدی رهبری / مدیرعامل شرکت جامه‌گران و
بهرروز محمودی یزدانی / مدیرعامل ویستابند (تعداد
رای مشترک)
- ۴- مجید فخار / رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل
شرکت جامه پوش آرا
- ۵- محمد گلابگیر / مدیرعامل البسکو و حمید
عظیمی / مدیرعامل شرکت وان بای وان (تعداد رای
مشترک)

اعضای علی‌البدل هیأت مدیره آقایان:

- ۱- فرشاد صفایی‌زاده / مدیرعامل شرکت لین دوخت
- ۲- میر رمضان موسوی / مدیرعامل شرکت صنایع
پوشاک آویشن

بازرسان انجمن آقایان:

- مسعود نیک‌پور (اصلی) / مدیرعامل شرکت تولیدی
پوشاک خرقة‌آمل
- شهرام صالحی نوع‌پرور نیز (علی‌البدل) / مدیرعامل
شرکت تولیدی

گزارش خزانه‌دار و بازرس انجمن

در ادامه مجمع، شهرام صالحی نوع‌پرور - خزانه‌دار -
به ارائه گزارش عملکرد مالی یکساله انجمن، ترازنامه و
سود و زیان پرداخت، مسعود نیک‌پور - بازرس انجمن -
نیز طی سخنرانی خود ابراز امیدواری کرد تا فعالیت
انجمن صنایع پوشاک ایران در تمام استان‌های
کشور تسری یابد. (به گفته مسئولان انجمن،
گزارش مالی و مسائل مربوط به درآمدهای انجمن
از طریق سایت این تشکل به طور شفاف و صریح
در اختیار مخاطبان قرار خواهد گرفت)

بخش بعدی مجمع، معرفی نامزدهای عضویت
در هیأت مدیره بود که برای دقایقی در جایگاه
سخنرانی قرار گرفتند و ضمن معرفی و بیان سوابق
شغلی و حرفه‌ای خود در صنعت پوشاک، اهداف
خود از حضور در هیأت مدیره انجمن را با مدعوین
در میان گذاشتند.

*برگزیدگان مجمع عمومی عادی انجمن صنایع پوشاک ایران:

- اعضای اصلی هیأت مدیره آقایان:
- ۱- سومبات هاکوپیان / مدیرعامل شرکت پوشاک
هاکوپیان

جمهوری و ... شنیده شد؛ این گام بزرگی است اما
کارهای بسیاری پیش روی شماس و نیاز داریم در
کنار یکدیگر بمانیم. هاکوپیان یادآور شد: ما ترس
را شکست داده‌ایم و نیازمند گسترش و همگرایی
هستیم به همین دلیل بدون هیچ‌گونه حبّ و بغض
از تمام فعالان و دست‌اندرکاران و دلسوزان پوشاک
می‌خواهیم در انتخاب هیأت مدیره انجمن با دقت
کامل، بدون نگاه شخصی و در نظر گرفتن منافع
جمعی شرکت کنند.

کسانی را انتخاب کنید که خودشان را وقف
فعالیت‌های انجمن نمایند تا به نتایج بسیار موثر
در صنایع پوشاک کشور دست یابیم. وی خطاب به
مدعوین مجمع اذعان داشت: اطمینان داشته باشید
آینده صنعت پوشاک در دستان ماست و در صورت
همت و تلاش بیشتر مطمئن باشید هیچ‌کسی
نمی‌تواند آینده درخشان این صنعت را از ما بگیرد.

رئیس هیأت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران
اطمینان داد که پیگیری مسائل مربوط به قاچاق
توسط انجمن با جدیت ادامه پیدا کند و یکی از
وظایف اصلی تمام اعضای هیأت مدیره، توجه
به این موضوع مهم و اجرای دستورالعمل فعالیت
قانونی برندهای خارجی پوشاک در ایران است.