

بازار ایران، یک بازار بزرگ مصرفی است

دیدگاه



اشاره:

برخلاف بسیاری از همکاران و هم‌صنفان خود معتقد است «در شرایط فعلی، تولیدکننده‌ای که محصولات باکیفیت در اختیار مردم قرار دهد در بهترین و مناسب‌ترین شرایط برای تولید قرار دارد زیرا فرصت بسیار خوبی برای فعالیت‌های اقتصادی به وجود آمده است.»

مسعود شاه‌بختی که به‌عنوان تولیدکننده و صادرکننده پیشکسوت معتبر صنایع پوشاک کشور شناخته می‌شود، ادامه داد: «روزهای ابتدایی نوسانات نرخ ارز و افزایش قیمت محصولات مختلف از همکاران و پرسنل مجموعه خواستم فقط بر ادامه کار و تولید متمرکز شوند و بدون توجه به افزایش یا کاهش نرخ ارز به تجهیز خطوط تولید کارخانه، اجرای طرح‌های توسعه و ارائه کالای باکیفیت بپردازند.»

وی ضمن یادآوری این نکته که بازار ایران، یک بازار بزرگ مصرفی است، گفت: اگر تولیدکننده‌ای بتواند به تأمین بخشی از این نیاز گسترده بپردازد؛ موفق خواهد بود.

مدیرعامل جامه بافت یکی از چالش‌های صنعت پوشاک را عملکرد نادرست مناطق آزاد اقتصادی دانست و اذعان داشت: «مناطق آزاد با هدف صادرات شکل می‌گیرند اما در کشور ما عملکردی کاملاً معکوس دارند و به مراکزی برای قاچاق کالا تبدیل شده‌اند!» متن کامل این گفت‌وگو از نظرتان می‌گذرد:

سیستم بنکداری دچار یک اشتباه کوچک شویم تا زیر بار زبان‌های هنگفت مالی برویم. اما در تولید براساس سفارش، توزیع‌کننده در انتخاب مدل، رنگ بندی و ساینده‌ی با تولیدکننده همفکر، هماهنگ و همراه است و تولیدکننده با اطلاعاتی که فروشنده از سلیقه و خواسته مشتریان در اختیارش قرار می‌دهد، به ارائه محصولات متنوع و باکیفیت می‌پردازد.

در حال حاضر وضعیت صنعت پوشاک کشور را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ بسیاری از تولیدکنندگان و صنعتگران معتقدند به دلیل مسائلی مانند افزایش نرخ ارز و ... شرایط اقتصادی این روزها به مراتب دشوارتر و وخیم‌تر از زمان جنگ است، دیدگاه شما در این زمینه چیست؟

روزهای ابتدایی نوسانات نرخ ارز و افزایش قیمت مواد اولیه از همکاران و پرسنل مجموعه خواسته شد فقط بر ادامه کار و تولید متمرکز شوند و بدون توجه به نوسانات اقتصادی به تجهیز خطوط تولید، اجرای طرح‌های توسعه و ارائه کالای باکیفیت بپردازند. به اعتقاد من در شرایط فعلی، تولیدکننده‌ای که محصولات باکیفیت در اختیار مشتریان قرار دهد در بهترین و مناسب‌ترین شرایط برای تولید قرار دارد زیرا فرصت بسیار خوبی برای فعالیت‌های اقتصادی به وجود آمده است.

در مورد مقایسه دوران جنگ و شرایط امروز، باید عنوان کنم شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مردم امروز با دوران جنگ و دهه ۱۳۶۰ کاملاً متفاوت است. نگاهی به پوشش طبقات مختلف اجتماعی نشان می‌دهد که علی‌الخصوص از دهه ۸۰ به بعد با تغییرات سطح زندگی

از وضعیت فعلی شرکت جامه بافت و روند تولیدات آن، گفت‌وگو را آغاز می‌کنیم... شرکت جامه بافت سال ۱۳۶۲ با هدف تولید لباس گرم زمستانی راه اندازی شد و سال ۱۳۶۹ موفق به صادرات محصولات خود شد. شرکت جامه بافت از سال ۱۳۸۷ بخشی از ظرفیت تولیدی خود را به تولید انواع پوشاک گرم اختصاص داد و در حال حاضر به تولید پلیور، مانتو بافت، ژاکت، شال، زنانه و مردانه و ... می‌پردازد. جامه بافت بیست و دو سال حضور مستمر در صادرات پوشاک به بازارهای اروپا را دارد و به تازگی با توجه به نیاز بازار و توانمندی‌های مجموعه، تولید لباس‌های حریر زنانه نیز به فعالیت‌های آن افزوده شد و زمینه اشتغال ۲۵ نفر فراهم شده است. در حال حاضر با ظرفیت نسبتاً خوب با حدود ۸۰ نفر نیروی انسانی به تولید ادامه می‌دهد.

محصولات جامه بافت چگونه در بازار توزیع می‌شوند؟

توزیع محصولات جامه بافت براساس سفارش و توسط مشتریان پس از مشاهده کلکسیون‌های فصل آینده انجام می‌شود. به اعتقاد من بنکداری یک چرخه معیوب است چون هیچ ایده و محتوایی در آن منتقل نمی‌شود و با توجه به افزایش قیمت محصولات، کافی است در



اقتدار مختلف جامعه و افزایش تقاضا برای خرید پوشاک با کیفیت، بر طبق مدلهای ارائه شده در جهان توسط مصرف کننده ایرانی فرصت جدیدی برای تولید کننده های البسه بوجود آورده است.

در سال ۹۷ نظر به سیاستهای جدید در رابطه با مبارزه با قاچاق و متعادل شدن نرخ ارزهای خارجی در مقابل ریال درصد قاچاق پوشاک آماده به داخل کشور کاهش پیدا نموده است. نظر به بازار مصرف ۸۰ میلیونی ایران اغلب برندهای خارجی تقاضای حضور در بازار ایران را دارند و بعضی از برندها آمادگی دارند علاوه بر تولید بخشی از پوشاک وارداتی درصدی از سفارشات را توسط تولید کنندگان داخلی انجام دهند.

در نتیجه بازار ایران، یک بازار بزرگ مصرفی است. چنانچه واحدهای تولیدی توانمند باشند قادر به تامین بخشی از نیازهای موجود خواهند بود.

۴ چه میزان از این نیاز در صنعت پوشاک توسط تولید کنندگان ایرانی تأمین می شود؟

آمار و اطلاعات دقیقی در این زمینه وجود ندارد. اغلب دست اندرکاران و مسئولین اقتصادی اعلام می کند که حجم قاچاق پوشاک به کشور سالیانه ۳-۲ میلیارد دلار است که این رقم معادل ۳۰ درصد تولید واحدهای داخلی است. بخشی از نیاز مصرف کنندگان به پوشاک تولید داخلی هنوز برطرف نشده، البته لازم بذکر است در تمام کشورها به آزادی سلیقه مشتری احترام می گذارند. ممکن است بسیاری از مصرف کنندگان کیفیت مدنظر خود را در بازار داخل پیدا نکنند لذا از محصولات خارجی استفاده می کنند، به عقیده من نباید در مورد واردات پوشاک خارجی تعصب بی مورد و غیرمنطقی داشته باشیم و جلوی واردات قانونی آن را به کشور بگیریم، با ممانعت از واردات قانونی پوشاک و انحصاری نمودن بازار مصرف برای تولید کننده داخلی پارامتر رقابت در بخش تولید و توزیع حذف میشود که بسیار زیان بار است، زیرا رقابت موجب پالایش و رشد تولید کنندگان و محصولات تولیدی می شود و فقدان آن باعث ایجاد رکود، رخوت و عدم نوآوری در

تولید کنندگان داخلی خواهد شد. در تمام نقاط دنیا طبق تعرفه های مصوب، واردات قانونی تمام کالاها آزاد و شفاف است ما نیز «تافته جدا بافته» نیستیم که خود را مستثنی از دنیا بدانیم و هر روز قوانین جدید وضع نمائیم. اما باید توجه داشته باشیم که در تمام کشورهای پیشرفته بر خوردهای بسیار قاطعانه ای مقابل قاچاق صورت می گیرد و واردات قاچاق کالا را با اتکا به قوانین و مقررات دقیق به حداقل ممکن می رسانند.

۴ قوانین و مقررات بازدارنده قاچاق در کشور ما هم وجود دارد پس چرا حداقل در مورد پوشاک هیچ گاه اجرا نمی شوند؟ آیا به زعم برخی از تولید کنندگان «ما فیای واردات پوشاک» آن قدر قدرتمند است که اجازه اجرای قانون را نمی دهد؟ یا...؟

جهت اجرای قوانین مصوب شده، مجریان مطلع و آگاه به قوانینی لازم می باشد که متأسفانه در بدنه اجرائی دولت بسیار اندک می باشند و همچنین کارگزاران قوانین نیاز به آموزش و گزینش دقیق دارند که در این موارد ضعیف عمل می گردد.

۴ برخی معتقدند قیمت مواد اولیه با توجه به گرانی دلار، چند برابر شده و این موضوع منجر به افزایش قیمت کالای نهایی شده است. از سوی دیگر قدرت خرید مردم کاهش یافته و عملاً بسیاری از تولیدات در انبارها خاک می خورند! در این زمینه چه اعتقادی دارید؟

قیمت مواد اولیه مخصوصاً وارداتی ۱۰۰ الی ۲۰۰ درصد افزایش یافته اما مواد اولیه حدود ۳۰ الی ۴۰ درصد قیمت کالای نهایی را تشکیل می دهد. نکته دیگر این که مردم آن قدر متمول نیستند که کالای ارزان و بی کیفیت بخرند و بسیاری از آنان حاضرند یک قطعه پوشاک را گران تر بخرند و به جای این که دو ماه آن را بپوشند، دو فصل یا بیشتر از خرید خود استفاده کنند.

همان طور که اشاره شد مصرف بازار پوشاک ایران بسیار

گسترده است و این درست است که توان خرید بخشی از مردم افت کرده اما حجم واردات قاچاق نیز کاهش پیدا نموده، در نتیجه همچنان تقاضای خوبی برای کالاهای تولیدی با کیفیت در بازار وجود دارد البته قابل ذکر است در شرایط جدید اقتصادی نیاز به انعطاف بیشتر از طرف تولید کننده و بازرگان می باشد.

۴ آمارها حکایت از کاهش قاچاق پوشاک به کشور دارند، آیا به راستی واردات غیرقانونی کمتر شده است؟ این کاهش به دلیل تدابیر مراجع دولتی مانند ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و... در مهار قاچاق است یا ریشه در سایر مسائل مانند بالا رفتن نرخ ارز دارد؟

با توجه به فعالیت در زمینه دستورا عمل واردات قاچاق و همچنین قانون ممنوعیت واردات پوشاک شاهد کاهش قاچاق پوشاک به کشور هستیم و به همین دلیل بسیاری از برندهای خارجی که در ایران فروشگاه افتتاح کرده اند، در حال ترک کشور هستند، برخی هم (که نگرش بلندمدت تر دارند) در ایران می مانند و بخشی از پوشاک خود را از کارخانه های مطرح و معتبر ایرانی تهیه می کنند.

همچنین یکی از دلایل کاهش قاچاق را باید در واقعی شدن نرخ دلار جستجو نمود، تولید کنندگان به دفعات اعلام کرده اند « همان طور که سالیانه نرخ تورم بالا می رود، باید نرخ ارزهای بین المللی نسبت به ریال ایران متغیر باشد» اما متأسفانه دولتمردان و مسئولان امر با توجه به سیاست های پوپولیستی و عوام گرایانه، ارزش پول ملی را ثابت نگه می داشتند که این موضوع (ثابت نگه داشتن تصنعی ارزش پول ملی) ضربه مهلکی به تولید و اقتصاد کشور وارد کرده. البته نرخ واقعی ارز را باید از اقتصاددانان پرسید اما باید اجازه داد بازار مسیر خودش را در این زمینه پیدا کند و از اعمال هر گونه فشار و اجبار برای پائین کشیدن نرخ ارز جلوگیری نمود. با آزادسازی نرخ ارز، واردات غیرقانونی، توجیه خود را از دست می دهد و بسیاری از وارد کنندگان به تولید داخلی روی می آورند، از تمام تولید کنندگان و صنعتگران نساجی و پوشاک

بخش بازرگانی، تولیدی و صنعتی کشور میگردد. با تحقق برجام، گشایشی در زمینه تعامل و تبادلات بین‌المللی با دنیا فراهم شد و امیدوارم روزهای دشوار تحریم بازنگردد!

۴ نکته پایانی

امیدوارم شرایط اقتصادی و تولیدی بهتر شود و صنعتگران در محیطی ایمن و بدون دغدغه و نگرانی به فعالیت ادامه دهند. در غیر این صورت متأسفانه با مشکلات و بحران‌های جدی‌تر روبرو خواهیم شد.

در تاریخ ۱۱ الی ۱۴ آذر ماه شاهد برپایی نمایشگاه ایران مد خواهیم بود. نمایشگاه‌ها را مناسب‌ترین محل برای تبلیغ و معرفی توانمندی‌های تولیدکنندگان می‌دانم. یک بنگاه تولیدی می‌تواند طی چهار روز حضور در نمایشگاه تخصصی به ارائه محصولات خود بپردازد و توانمندی خود را در مقابل رقیب محک بزند، با سلاقی، نیازها و خواسته‌های مصرف‌کنندگان از نزدیک آشنا شود و انتقادات و پیشنهادات آنان را بشنود. حضور در نمایشگاه

یک فرصت بسیار ارزشمند و مغتنم است. نمایشگاه ایران مد که یکبار در سال برگزار می‌شود، برای صنعت پوشاک بسیار کم است و امیدوارم به صورت فصلی و تخصصی مانند نمایشگاه پوشاک بهار، نمایشگاه پوشاک زنانه، نمایشگاه پوشاک زمستانه و ... برپا شود. لازمه تحقق این امر فعالیت تخصصی تولیدکنندگان پوشاک و ارتقای سطح کار و کیفیت محصولات است.

مطلب نهایی این که اگر همیشه تمرکز و ذهن به سمت کمبودها، سختی‌ها و مشکلات برود مطمئناً با مشکلات بیشتر مواجه خواهیم شد و هیچ مشکلی حل نخواهد شد اما وقتی بر شرایط و مسائل جدید و فرصت‌ها تمرکز کنیم، گشایشی در کار به وجود می‌آید. کسی در زندگی موفق است که تهدید را به فرصت تبدیل کند.

اولیه، صادرات پوشاک دشوار به نظر می‌رسد. صادرکننده پوشاک در زمینه تهیه ملزومات و اکسسوری‌های ویژه باید با بازارهای خارجی هماهنگ باشد اما وقتی در زمینه تعاملات بین‌المللی و مسائل بانکی با محدودیت مواجه ایم، امکان دسترسی سریع به مواد اولیه و تجهیزات جانبی وجود ندارد لذا تولیدکننده از تحویل بموقع سفارشات باز می‌ماند، این مطالب در بخش صادرات به هیچ عنوان قابل چشم‌پوشی نیست. بعنوان یک صادرکننده پوشاک که سال‌های طولانی در این زمینه به فعالیت پرداخته، معتقدم در بازار صادراتی باید آزادی عمل وجود داشته باشد و این آزادی نیازمند دسترسی به قوانین روان و مواد اولیه باکیفیت است که فعلاً شرایط آن مهیا نیست. این روزها، صادرات پوشاک، مواجه با مشکلات مختلف است و اگر تولیدکنندگان بتوانند بخش عمده‌ای از نیاز بازار داخل و همچنین بازار کشورهای همسایه را برطرف نمایند، کار بسیار بزرگی کرده‌اند.

۴ تحریم‌ها تا چه میزان بر روند تولید پوشاک اثر گذار است؟

تحریم‌ها در هر شرایطی برای تولید و بازرگانی، محدودیت به وجود می‌آورد و تولیدکننده و بازرگان را در تنگنا قرار می‌دهد. در دنیای امروز، تمام کشورها از نظر تأمین مواد اولیه، تبادلات بازرگانی، انتقال تکنولوژی و دانش فنی به هم متصل هستند و نمی‌توانیم دور کشور خود دیوار بکشیم و فکر کنیم هیچ نیازی به دیگران نداریم و شعار استقلال و خودکفایی سر بدهیم! تحریم در تمام زمینه‌ها، کمبود و نابسامانی ایجاد می‌کند و عامل آزاردهنده و تضعیف‌کننده

می‌خواهم که فرصت موجود را دریابند و به بهترین نحو از آن استفاده کنند. بهتر است تمام تلاش خود را بر تولید محصولات باکیفیت و مناسب سلیقه مردم (از نظر سبک، تنوع، مدل، رنگ‌بندی و ...) متمرکز نمائیم.

خوشبختانه بسیاری از واحدهای تولید پوشاک، مدت‌هاست که متوجه رمز موفقیت در کار شده‌اند و علی‌رغم محدودیت در تهیه مواد اولیه و اکسسوری محصولاتشان را با سلیقه و خواست مصرف‌کننده تطبیق می‌دهند.

مطلب دیگر این که یکی از چالش‌های ما در صنعت پوشاک، عملکرد نادرست مناطق آزاد اقتصادی است. مناطق آزاد با هدف صادرات شکل گرفتند اما در کشور ما عملکردی کاملاً معکوس دارند و به مراکز برای قاچاق کالا به داخل تبدیل شده‌اند! این یک واقعیت بسیار تلخی است که شاهد آن هستیم، کالا پس از ورود به منطقه آزاد با روش‌های مختلف آن هم بدون نظارت دقیق وارد جغرافیای اصلی کشور می‌شود. به همین دلیل تشکل‌های نساجی و پوشاک چندین بار اعتراض خود را نسبت به عملکرد نادرست مناطق آزاد در قالب ارسال نامه به مسئولان ارشد کشور اعلام کرده‌اند که متأسفانه نه تنها پاسخ روشنی دریافت نکردیم بلکه به تازگی تعداد مناطق آزاد نیز افزوده شده است، ما (صنعتگران و تولیدکنندگان بخش خصوصی) با ماهیت مناطق آزاد مخالفتی نداریم مشروط بر این که جلوی واردات بی‌رویه و قاچاق کالای ساخته شده به کشور گرفته شود.

۴ آیا در شرایط فعلی، صادرات پوشاک توجیه اقتصادی دارد و اصولاً قابل انجام است؟

صنعت پوشاک به‌خشم‌های مختلف و مشکلات عدیده سیاسی و تحریم‌های جهانی، شرایط صادرات را آشفته کرده است و با توجه به محدودیت‌های موجود در زمینه تهیه مواد

