

اشاره:

ششمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ایران (ایران مد ۲۰۱۸) با حمایت کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و به همت اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران و انجمن صنایع پوشاک ایران در سالن‌های ۳۸۸، ۳۸۹ و ۳۵ محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران به مدت چهار روز برپا شد. نمایش توانمندی‌های تولیدکنندگان پوشاک ایران، گسترش بازار تولیدکنندگان مطرح برای فروشگاه‌های سراسر ایران، معرفی توانمندی‌های تولیدکنندگان پوشاک به سازمان‌ها و نهادهای معرفی توانمندی‌های صنعت پوشاک ایران به تجار کشورهای همسایه و رایزان اقتصادی کشورهای هدف، ایجاد فضای گفتگوی مستقیم با عوامل زنجیره تامین صنعت پوشاک و صنایع نساجی و امکان طرح ایده‌های نوین در صنعت نساجی و پوشاک با برگزاری رویداد (استارت‌آپی) در نمایشگاه، از جمله اهداف برگزاری نمایشگاه ششم بود.

تولیدکنندگان پوشاک عنوان کردند:

در بهترین شرایط فروش و بحرانی‌ترین شرایط تولید پوشاک قرار گرفته‌ایم



مدیر- بیان داشت: متأسفانه طی چند سال اخیر به دلیل مسائل اقتصادی، مجبور به تعدیل نیرو شدیم، امیدوارم با بهبود شرایط تولید و صنعت، بتوانیم تعداد شاغلان مجموعه را افزایش دهیم. به آینده امیدوارم و اگر غیر از این باشد، به‌عنوان یک تولیدکننده نمی‌توانم به فعالیت خود ادامه دهم. وی اذعان داشت: علی‌رغم تمام سختی‌های موجود، تولید بسیار لذت بخش است و تنها نگرانی‌ام از این بابت است که اگر روزی به هر دلیلی از میدان تولید خارج شویم، نسل بعدی با مشاهده حجم وسیع مشکلات و چالش‌های تولید، تمایلی به فعالیت در این عرصه را نداشته باشد. سوال اینجاست که پس از نسل ما، چه کسانی این صنعت را پیش خواهند برد؟ شرایط فعلی تولید، بسیار غیرعادی و غیر قابل پیش‌بینی است و امکان برنامه‌ریزی حتی برای ماه آینده نیز امکان‌پذیر نیست.

کلان در بازار عراق انجام داده به همین دلیل جلب نظر بازار این کشور کار آسانی نیست. وی ادامه داد: سطح برپایی نمایشگاه بسیار مطلوب و تعداد بازدیدکنندگان نسبتاً قابل توجه بود اما تنها مشکل نمایشگاه، تعداد اندک سرویس‌های بهداشتی است که پاسخگوی حجم بالای افراد حاضر در سالن‌های مختلف نیست به همین دلیل افراد مجبورند مقابل سرویس بهداشتی در صف انتظار بایستند! که این موضوع شأن و جایگاه نمایشگاه را نزد بازدیدکنندگان به خصوص میهمانان خارجی کاهش می‌دهد.

تولید بسیار لذت بخش است

«شرکت پارمین جامه» تولیدکننده انواع شلوارهای جین و کتان، انواع پیراهن و ارائه دهنده خدمات شست‌وشو و رنگ‌رزی جین و کتان است. ایرج طائفی -رئیس هیئت

ایران مد؛ موفق در جذب بازدیدکننده داخلی
«شرکت پوشاک اگزیتکس» تولیدکننده پوشاک مردانه (پیراهن، شلوار و تی شرت) است. نادر معتمدی -مدیرعامل- ابراز داشت: نمایشگاه در جذب بازدیدکنندگان داخلی، بسیار موفق بود و به هدف خود در این بخش دست یافتیم اما از نظر بازدیدکننده خارجی، چندان موفقیت آمیز نبود، قرار بود هیئتی از افغانستان و عراق از نمایشگاه بازدید کنند اما تا این لحظه شاهد حضور بازدیدکنندگان عراقی بودیم که هر چند از پوشاک عرضه شده در نمایشگاه استقبال کردند اما شنیده‌ها حاکی از آن است که ترکیه، سرمایه‌گذاری‌های

پدري، فعاليت خود را در عرصه واردات پوشاک از کشورهای انگلیس، ایتالیا، آلمان و ترکیه آغاز کردند و پس از چند سال با توجه به ارتباطات موثر با تولیدکنندگان پوشاک ترکیه، تولید را در این کشور با برند ال سی من آغاز نموده و همزمان در ۴ کارگاه نیمه صنعتی در ایران فعالیت خود را ادامه دادند. با توسعه بازار و افزایش تقاضا، در سال ۱۳۹۳ کارخانه تولید پوشاک مردانه (کت شلوار و پیراهن) را در شهرک صنعتی پرند راهاندازی کردند و در حال حاضر ال سی من بیش از ۲۰ شعبه و نمایندگی انحصاری و همچنین ۵۰ عاملیت فروش در کشور دارد.

منصور الیاسی - مدیرعامل - گفت: وزیر صنعت طی بازدید از نمایشگاه ایران مد در حضور تولیدکنندگان نساجی و پوشاک اعلام کرد تمام مسائل و مشکلات مربوط به تهیه مواد اولیه، نقدینگی، پیگیری دستورالعمل فعالیت برندهای خارجی پوشاک در ایران، انتقال پوشاک از گروه کالایی سه به گروه دو و ... را سه تشکل صنعت پوشاک یعنی «اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران»، «انجمن صنایع پوشاک ایران» و «اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران» در قالب یک نامه به همراه مهر و امضای مدیران تشکلها تهیه کنند تا پیگیریهای مربوطه از طریق ایشان انجام و اجرایی شود. وی ادامه داد: به اعتقاد من مشکل نقدینگی اولویت نخست واحدهای تولیدی است چون در صورت وجود توان مالی، تولیدکنندگان قادر به تهیه مواد اولیه هستند اما وجود مواد اولیه بدون نقدینگی کافی، فایدهای برای صنعتگر ندارد.

الیاسی خاطرنشان کرد: در حالی از ممنوعیت قاچاق صحبت می‌شود که فروشگاهها به عرضه new collection می‌پردازند! اگر قاچاق ممنوع است پس new collection چه معنا و توجیهی دارد؟! برخی می‌گویند ثبت سفارش

وی در ادامه مصاحبه خود گفت: نمایشگاه امسال بسیار خوب بود. برندهایی که خارج از کشور، به تولید پوشاک می‌پرداختند، توانمندی تولیدکنندگان ایرانی را از نزدیک مشاهده کردند و متوجه شدند قادر به تولید محصولات باکیفیت در ایران هستند. مردم نیز با حجم قابل توجهی از پوشاک متنوع، باکیفیت و منطبق با مد روز مواجه شدند. سطح کیفی محصولات عرضه شده به قدری بالا بود که برخی بازدیدکنندگان باور نمی‌کردند غرفه‌ها، متعلق به تولیدکنندگان ایرانی است!

طائفی تصریح کرد: تا چندین سال پیش، در اذهان عامه مردم پوشاک ایران یک محصول بسیار ضعیف و درجه چندم محسوب می‌شد اما با حضور در نمایشگاه، متوجه شدند این تفکر کاملاً نادرست است و پوشاک ایرانی چیزی از نمونه‌های خارجی کمتر ندارد.

مدیرعامل پارمین جامه گفت: با توجه به افزایش قیمت دلار و تحریمها، قاچاق کم شده نه به دلیل اقدامات دولت! کما این که اگر دولت می‌توانست اقدامات عاجل برای مهار قاچاق انجام دهد، طی این سالها فکری به حال واردات غیرقانونی پوشاک می‌کرد!

وی ضمن بیان این مطلب که در شرایط فعلی، صادرات غیرممکن نیست، گفت: بخشی از صادرات مربوط به ارز آوری برای کشور است اما جلوگیری از خروج ارز نیز نوعی صادرات محسوب می‌شود. وقتی سهم قابل توجهی از بازار ۸۰ میلیون نفری ایران نداریم، چندان صلاح نیست به صادرات بپردازیم. زمانی صادرات منطقی خواهد بود که سهم مناسبی از بازار کشور خود را به دست آورده باشیم و آن گاه به صادرات فکر کنیم.

۱۴ اگر قاچاق ممنوع است NEW COLLECTION چه توجیهی دارد؟!

برادران الیاسی - بنیان‌گذاران شرکت ال سی من - از سال ۱۳۵۵ با دنبال کردن حرفه



نادر معتمدی (سمت چپ) - مدیرعامل انگرینگس



ایرج طائفی - رئیس هیئت مدیره پارمین جامه





مهندس مازیار زنگنه - مدیر عامل ال سی من



مهندس مازیار زنگنه - مدیر عامل نانو مهیار زنجان



۴ معضلات جدی در تهیه مواد اولیه

«شرکت پوشاک نانو مهیار زنجان» سال ۱۳۶۶ با هدف تولید جوراب راهاندازی شد و در حال حاضر به تولید انواع جوراب نانو، جوراب مردانه، زنانه، دخترانه، بچگانه، دستکش و لباس زیر مردانه به مدیریت محمود ضرابی به فعالیت می‌پردازد. به گفته وی، نانو مهیار اولین تولیدکننده جوراب آنتی باکتریال در ایران است که با بهره‌گیری از نانوذرات نقره، جوراب با خاصیت ضد میکروب و ضد بو تولید می‌نماید.

ضرابی ابراز داشت: به لطف خداوند و تلاش پرسنل، شرکت نانو مهیار در شرایط بسیار مطلوبی به سر می‌برد و همواره تلاش می‌کند محصولات جدید مبتنی بر تکنولوژی‌های مدرن و کیفیت بهتر روانه بازار مصرف نماید.

مدیرعامل نانو مهیار ضمن ابراز رضایت از سطح برپایی نمایشگاه گفت: بسیاری از دوستان معتقدند که نمایشگاه پوشاک امسال خلوت بود اما شلوغی بیش از حد نمایشگاه که ثمری ندارد و اغلب بازدیدکنندگان به قصد تفریح و گردش به نمایشگاه می‌آیند، نمایشگاه خلوت نشان می‌دهد مخاطبان اصلی صنعت پوشاک راهی سالن‌های نمایشگاه می‌شوند. همچنین بازدید هیئتی که اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک از عراق آورده بود، بازخورد خوبی داشت و امیدوارم به انعقاد قراردادهای صادراتی منتهی شود.

وی ادامه داد: صنعتگران نساجی و پوشاک با معضلات جدی جهت تهیه مواد اولیه مواجهند، ثبت سفارش و قرار گرفتن در صف سامانه نیما دشوار است اما تولیدکنندگانی که در این شرایط سخت به فعالیت ادامه می‌دهند، افراد بسیار توانمند و سختکوشی هستند که آینده خوبی برای آنان متصور هستم.

این محصولات پیش از اعلام ممنوعیت واردات پوشاک، صورت گرفته و کالاها به تازگی از گمرکات ترخیص شده‌اند! اما بسیار بعید می‌دانم چنین حجم گسترده‌ای از پوشاک قبلاً ثبت سفارش شده باشد. فکر می‌کنم دست‌هایی پشت پرده وجود دارد که نمی‌گذارد تولید داخلی جان بگیرد...

مدیرعامل ال سی من اضافه کرد: طی سال‌هایی که از فعالیت در صنعت پوشاک کشور سپری می‌شود، تا این اندازه با حجم بسیار بالای سفارش تولید و فروش مواجه نشده‌ام اما متأسفانه سرمایه و مواد اولیه کافی برای انجام سفارشات را در اختیار نداریم. تمام خریده‌ها هم برخلاف گذشته که به صورت اعتباری بود، به صورت نقدی شده است؛ مگر سرمایه یک تولیدکننده چه میزان است که از عهده هزینه‌های سنگین تولید مانند خرید مواد اولیه، تجهیزات جانبی (آن هم نقدی) برآید؟ به وزیر صنعت اعلام کردم اکثر کارخانه‌ها حداکثر تا دو ماه دیگر سرپا باقی می‌مانند و اگر فکری به حال این شرایط نشود، همگی از ادامه تولید بازخواهیم ماند. کما این که تا ۷-۸ ماه پیش ۴۸۰ نفر در مجموعه ما کار می‌کردند اما امروز تعداد پرسنل به ۲۲۰ نفر رسیده است که همگی تحت نظر متخصصین آلمانی و ایتالیایی دوره‌های آموزشی را پشت سر گذاشته‌اند و به نوعی سرمایه اصلی ما محسوب می‌شوند.

وی نمایشگاه ایران مد امسال را «بسیار خوب» برشمرد و گفت: تا سال پیش برای پیدا کردن مشتری، بسیار تلاش می‌کردیم اما امسال مشتریان بسیاری به ما سر می‌زنند اما با توجه به مسائلی که عنوان شد، توان پاسخگویی به تقاضای آنان را نداریم! به اعتقاد یکی از همکاران، در بهترین شرایط فروش و بحرانی‌ترین شرایط تولید پوشاک قرار گرفته‌ایم.

نیندیشند، در تأمین مایحتاج شب عید دچار مشکلات جدی خواهیم شد.

۴ با اتکا به توان خود، کارخانه را فعال نگه داشته‌ایم «شرکت ملزومات پوشاک آتروپات» همان‌طور که از نامش پیداست، به ارائه ملزومات پوشاک همچون دگمه و اکسسوری فلزی می‌پردازد. بزرگمهر واحدی-مدیرعامل- گفت: این شرکت به‌عنوان اولین کارخانه صنعتی تولید دگمه و اکسسوری فلزی در سال ۱۳۸۰ با همکاری یک شریک از ترکیه راه‌اندازی شد و نیروهای ایرانی پس از آموزش، جایگزین نیروهای ترک در بخش حسابداری، آمارگیری تولید، مدیریت کارخانه و ... شدند. سال ۱۳۹۶، کارخانه مورد نوسازی و بازسازی قرار گرفت و ماشین‌آلات جدید نصب و راه‌اندازی شدند.

وی افزود: پیش از راه‌اندازی کارخانه، ملزومات پوشاک را از فردی در ترکیه وارد می‌کردیم که با ۱۲۰ مجموعه تولیدی در دنیا شریک بود، وی به پدرم پیشنهاد راه‌اندازی یک کارخانه در ایران را مطرح کرد و با توجه به ارتباطات دوستانه‌ای با پدرم، در تمام مراحل راه‌اندازی و شکل‌گیری کارخانه همکاری بسیار خوبی با ما داشت. برای تولید انواع مختلف دگمه، نیازمند سیستم وسیع و سرمایه‌گذاری کلان برای تجهیز خطوط تولید بودیم و به همین دلیل تصمیم گرفتیم در قالب دریافت وام، این موضوع را به سرانجام برسانیم اما زمانی که موضوع را با مسئول مربوطه در میان گذاشتیم با تعجب پرسید: مگر تولید دگمه، نیاز به کارخانه دارد؟! از آن روز ۱۷ سال می‌گذرد، هیچ وامی از دولت دریافت نکردیم و با اتکا به توان خود، کارخانه را فعال و پویا نگه داشته‌ایم. تنها خواسته ما از دولتمردان، کنترل بیشتر روی مبادی ورودی و خروجی کشور است تا قاچاق مهار شود و تولید داخلی رونق بگیرد.

ضرابی تصریح کرد: تشکلهای نساجی و پوشاک با نامه‌نگاری‌های متعدد، تمام تلاش خود را به عمل می‌آورند که چالش‌ها و مشکلات صنعتگران را به گوش مسئولان دولتی برسانند تا شاهد تصویب و اجرای قوانین دست و پاگیر و ضد تولید برای تولیدکنندگان نباشیم.

۴ عمده مشکلات ما مسائل و معضلات داخلی است زمینه فعالیت «شرکت تداعی» تولید انواع شلوارهای زنانه و دخترانه است. حسن رضا مرادی-مدیرعامل- گفت: خوشبختانه نمایشگاه پوشاک هر سال بهتر از دوره قبل برگزار می‌شود و بازدیدکنندگان با هدف مشاهده محصولات ایرانی در آن حضور می‌یابند در حالی که سال‌های پیش به دنبال پوشاک خارجی (به خصوص ترکیه) بودند. شنیدن این جمله از سوی مردم که می‌گویند «ما واقعاً نمی‌دانستیم پوشاک ایرانی چنین کیفیت بالایی دارد و چیزی کمتر از پوشاک وارداتی کشورهای دیگر نداریم» بسیار ارزشمند است.

وی اضافه کرد: با توجه به مشکلات تأمین مواد اولیه، تحت فشار هستیم و محصول خاصی برای فروش نداشتیم و صرفاً برای آشنایی بیشتر مردم با محصولات تداعی در نمایشگاه حضور یافته‌ایم.

مرادی تصریح کرد: علاوه بر کمبود مواد اولیه، بی‌ثباتی قیمت‌ها و عدم همکاری گمرکات را به فهرست مشکلات تولید اضافه نمایید! کما این که ۴ کانتینر کالای یکی از دوستان ماه‌هاست در گمرک بلاتکلیف باقی مانده و اجازه خروج به آن نمی‌دهند. عمده مشکلات ما مسائل و معضلات داخلی است و در این میان تأثیر تحریم‌های خارجی به مراتب کمتر است.

به اعتقاد این تولیدکننده، اگر مسئولان تدابیری برای تهیه به موقع مواد اولیه



حسن رضا مرادی (وسط) - مدیرعامل تداعی



بزرگمهر واحدی - مدیرعامل آتروپات





محمدرضا غروی - رئیس هیئت مدیره خوشرنگ



لیلا کتیمی - مدیرعامل تیپیکات گل نقش طاووس



نمایشگاه پوشاک امسال مورد استقبال چشمگیر آنان قرار گرفته است. امیدوارم شرایط بهتر شود و تولیدکنندگان سعی کنند کیفیت و تنوع محصولات را خود افزایش دهند تا اعتماد و توجه مشتریان داخلی را نسبت به تولیدات ایرانی ارتقا دهند.

حمایت خاصی از سوی دولت مشاهده نکرده‌ایم!

«گروه صنعتی گل نقش طاووس» سال ۱۳۷۷ فعالیت خود را آغاز کرده است، به گفته لیلا نقشین - مسئول تبلیغات - اولین تولیدکننده شال و روسری در ایران محسوب می‌شود و ظرفیت تولید این شرکت روزانه حدود ۵ هزار متر مربع است.

وی عنوان داشت: اگرچه سال حمایت از تولید داخلی است اما تاکنون حمایت خاصی از سوی دولت مشاهده نکرده‌ایم! حتی برای خرید ماشین‌آلات جدید (در راستای افزایش ظرفیت تولید کارخانه) با مشکلات متعددی دست و پنجه نرم کردیم. شاید تنها حمایت دولت، اختصاص ۶۰ ثانیه زمان برای تبلیغات رایگان در رسانه ملی بود!

نقشین افزود: بخش عمده‌ای از مواد اولیه ما (پارچه ابریشمی و رنگ) از اروپا وارد می‌شود که با توجه به بالا رفتن نرخ دلار، آن را ۵ برابر گران‌تر از سابق تهیه کردیم اما نمی‌توانستیم این افزایش قیمت را به مشتریان منتقل نماییم زیرا ترجیح می‌دهند در این اوضاع سخت اقتصادی، نیازهای اساسی خانواده (خوراک، دارو و ...) را تأمین کنند و خرید سایر محصولات را به آینده موکول کنند.

مسئول تبلیغات گل نقش طاووس تصریح کرد: سومین مرتبه است که در ایران مد حضور پیدا کرده‌ایم. به دلیل بالا رفتن نرخ دلار و کاهش واردات، توجه مردم نسبت به کالاهای ایرانی جلب شده اما از سوی دیگر حجم خرید آنان کاهش یافته است.

به گفته واحدی، طبق آمارهای موجود، میزان مصرف دگمه در ایران ماهیانه حدود ۵۵ میلیون تا ۷۰ میلیون برآورد می‌شود که از این رقم به زحمت ۵ تا ۱۰ میلیون قطعه در ایران تولید و مابقی از کشورهای دیگر مانند چین و ترکیه تأمین می‌گردد.

وی اظهار داشت: اولین تأثیر نوسان نرخ ارز، شوک بسیار سنگین بر بازار بود به طوری که تا مدت‌ها کسی نتوانست قرارداد جدید منعقد کند، حجم تولید را افزایش دهد یا سفارشات بیشتری دریافت نماید.

به اعتقاد این فعال صنعت پوشاک در شرایط فعلی موضوع مهم برای صنعتگران، ثبات نرخ ارز است نه نرخ بالا یا پایین آن!

واحدی، تعداد غرفه‌داران نمایشگاه پوشاک امسال را کم و در مقابل استقبال بازدیدکنندگان را چشمگیر دانست و گفت: اغلب بازدیدکنندگان فعالان مرتبط با صنعت پوشاک هستند و کمتر شاهد حضور افراد غیرمتخصص در سالن‌های نمایشگاه هستیم. در فرمی که برای بازدیدکنندگان غرفه طراحی کرده‌ایم، متوجه شدیم مغازه‌داران، بخش عمده بازدیدکنندگان غرفه را تشکیل می‌دهند، افرادی که قبلاً از سایر کشورها، پوشاک آماده وارد می‌کردند و به دلیل افزایش نرخ ارز، تصمیم گرفته‌اند واردات را متوقف و تولید را آغاز کنند.

امیدوارم شرایط بهتر شود

«شرکت خوشرنگ» یک مجموعه خانوادگی است که نزدیک به نیم قرن در زمینه بافت پارچه‌های گردباف و رنگرزی، چاپ و تکمیل فعالیت می‌کند.

محمدرضا غروی - رئیس هیئت مدیره - گفت: یکسری عوامل جانبی مانند گران شدن دلار و ضعف بنیه مالی، باعث شده مردم حس بهتری نسبت به تولیدات باکیفیت داخلی پیدا کنند به همین دلیل

مواجهیم، برای مثال قیمت نخ پنبه‌ای حدود ۳۰-۴۰ درصد نسبت به یک ماه گذشته بیشتر شده است. دولت برای رفع این مشکل می‌تواند ارز دولتی جهت واردات مواد اولیه به صنعتگران پوشاک اختصاص دهد یا در ازای صادرات نفت به کشورهای مختلف از جمله هند، بخشی از مواد اولیه مورد نیاز واحدهای نساجی مانند پنبه، ویسکوز و ... را وارد کند و در اختیار صنعتگران قرار دهد. وی، سطح برپایی نمایشگاه امسال پوشاک را بهتر از دوره‌های گذشته برشمرد و گفت: دلیل این موفقیت، اتحاد و همدلی میان تشکل‌های پوشاک کشور است. چندماه پیش از برپایی نمایشگاه، ستادی تحت عنوان «ستاد مشترک نمایشگاه پوشاک» با هدف برنامه‌ریزی دقیق پیرامون برگزاری یک نمایشگاه موثر و مطلوب شکل گرفت. یکی از برنامه‌های این ستاد، دعوت از تجار و بازرگانان داخلی و خارجی بود که خوشبختانه مورد استقبال شرکت کنندگان نمایشگاه قرار گرفت.

۴مزیت‌های مهم تولید در ایران
«شرکت راسپینا (در زبان فارسی به معنای پائیز)» سابقه‌ای ۲۷ ساله در تولید شومیز و سارافون‌های زنانه و دخترانه دارد. محصولات راسپینا علاوه بر عرضه مستقیم در فروشگاه‌های این برند، توسط عاملین فروش در سراسر کشور توزیع می‌شود. افشین پارسایی-مدیرعامل- ابراز داشت: با بالا رفتن قیمت دلار برای تولیدکنندگان، مزیت صادرات به وجود آمده از سوی دیگر قاچاق پوشاک به دلیل از بین رفتن صرفه اقتصادی، کم شده است. البته باید توجه کنیم که با افزایش نرخ دلار، سرمایه تولیدکننده یک سوم تا یک چهارم کمتر شده است، برای مثال اگر سال گذشته صد هزار متر پارچه وارد کرده بودیم، امسال با همان سرمایه، قادر به

۴افزایش تقاضا برای خرید منسوجات و پوشاک ایرانی

گروه کارخانجات کبیر تکس (بافت کبیر جزه) از سال ۱۳۶۳ فعالیت خود را شروع کرد و در قالب سه شرکت و حدود هزار و ۲۰۰ نیروی انسانی به ریسندگی، بافندگی تخت باف، بافندگی گردباف، رنگرزی، چاپ، تکمیل و دوخت می‌پردازد. سال ۱۳۸۹ نیز برند «مولی جون» شکل گرفت و ظرفیت تولید روزانه آن بین ۸ تا ۱۰ هزار قطعه پوشاک (تریکو، تی‌شرت، پولو شرت، لباس زیر، البسه خانه، جوراب زنانه، مردانه و بچه‌گانه) است. این مجموعه از سال ۱۳۹۱ صادرات را به صورت مستقیم و غیرمستقیم آغاز کرده و تا امروز به آن ادامه می‌دهد.

عماد الدین کبیری-مدیر بازرگانی- افزود: در سال‌هایی که از فعالیت این گروه سپری می‌شود تاکنون هیچ انتظاری از دولت نداشته، نداریم و نخواهیم داشت! به قول یکی از دوستان اگر به ما کاری نداشته باشند و موانع و مشکلات مختلف در مسیر تولید قرار ندهند، کاری به آنها نداریم!

به گفته وی، یکی از فعالان صنعت پوشاک ایتالیا طی سفر به ایران عنوان داشت «یک برند در ایران با ۱۸-۱۷ نهاد و سازمان دولتی سر و کار دارد در حالی که این رقم برای تولیدکنندگان سایر کشورها ۵-۴ ارگان است!» پس تولیدکننده داخلی نیازمند توان و انرژی مضاعف برای برخورد با نهادهای دولتی است!

کبیری ضمن بیان این مطلب که با توجه به شرایط اقتصادی و سیاسی منطقه، تقاضا برای خرید منسوجات و پوشاک ایرانی افزایش یافته، ادامه داد: تجار و بازرگانان به دلیل افزایش قیمت دلار، حجم فعالیت خود را کم کرده‌اند چون بنیه مالی مردم به شدت کاهش یافته است.

به گفته وی، با مشکل تأمین مواد اولیه



عماد الدین کبیری-مدیر بازرگانی بافت کبیر جزه





افشین پارسایی (سمت چپ) - مدیر عامل راسپینا



مدیران روچی



پوشاک را بسیار جذاب و شکیل توصیف کرد و گفت: از این نظر، ایران مد کاملاً شبیه نمایشگاه‌های اروپایی است.

پارسایی تأکید کرد: ضعف حضور برندهای خارجی در نمایشگاه ایران مد کاملاً مشهود است.

نقدی شدن بازار، توان تولیدکننده را کاهش می‌دهد

«روچی» یک پلتفرم خرید و فروش آنلاین انواع پارچه و ملزومات تولید است تا صنعتگران پوشاک تمام مواد مورد نیاز را در این پلتفرم پیدا کنند، برای مثال اگر قرار است از یک نوع پارچه در تولیدات خود استفاده کنند، می‌توانند از طریق سایت روچی چندین نوع پارچه را مشاهده و با هم مقایسه کنند، حتی مشاوره بگیرند که تولید محصول مدنظرشان با کدام پارچه، مقرون به صرفه است و... به این ترتیب سعی می‌کنیم تولیدکنندگان را به تأمین کنندگان وصل کنیم و دسترسی مستقیم، کارآمد به وجود آوریم تا صنعتگران به آسانی بتوانند در زمان و هزینه صرفه جویی کنند.

شکوه علیزاده - مدیرعامل - یادآور شد: روچی، اولین استارت‌آپ رسمی در زمینه فروش آنلاین و برقراری ارتباط تأمین کنندگان و تولیدکنندگان نساجی و پوشاک است و اپلیکیشن آن به زودی راه‌اندازی می‌شود.

وی ضمن بیان مطالب فوق ادامه داد: با توجه به شرایط اقتصادی نامطلوب، بسیاری از واحدهای تولیدی به ناچار تولید را متوقف کرده‌اند و کسانی باقی مانده‌اند که توان فعالیت به صورت نقدی را در بازار دارند. باید بپذیریم امروزه فضای بازار از حالت سنتی و معامله به صورت اعتباری و مدت دار به فضای نقدی و مدرن تبدیل می‌شود. علیزاده گفت: نقدی شدن بازار، توان تولیدکننده را کاهش می‌دهد و اگر تولیدکنندگان برای تهیه مواد اولیه تحت

خرید ۳۰ هزار متر پارچه هستیم. پس بالا رفتن نرخ دلار تأثیر مستقیم در کاهش ارزش سرمایه تولیدکنندگان دارد.

وی ادامه داد: «وجود نیروی کار ارزان» و «قیمت مناسب حامل‌های انرژی» دو مزیت مهم تولید در ایران محسوب می‌شود که کشورهای دیگر مانند ترکیه از بی بهره هستند.

به گفته پارسایی، در صورت رفع محدودیت‌های واردات مواد اولیه و تجهیزات جانبی، مشکلی در بخش تولید، طراحی و ارائه محصولات باکیفیت، متنوع و قابل رقابت نداریم. متأسفانه به نظر می‌رسد سیاست‌هایی وجود دارد که ثبت سفارش و ترخیص مواد اولیه از گمرک را به تأخیر می‌اندازد. سوال اینجاست که در صورت اتمام موجودی انبارهای تولیدکنندگان، چگونه می‌توان به تولید ادامه داد؟ آیا مسئولان فکری برای این موضوع کرده‌اند؟

وی اذعان داشت: ترکیه که در تولید و صادرات پوشاک نقش موثری ایفا می‌کند، به دفعات از تولیدکنندگان ایرانی جهت بازدید از نمایشگاه‌های تخصصی صنعت نساجی و پوشاک خود دعوت به عمل می‌آورد و هزینه‌های سفر و اقامت را نیز تقبل می‌کند تا ضمن بازدید از کارخانه‌های موفق ترکیه، خرید نیز انجام دهیم؛ آیا دولت ما چنین اقدامی انجام می‌دهد؟ قطعاً خیر!

مدیرعامل راسپینا، نمایشگاه را فرصت بسیار خوبی برای آشنایی با تولیدکنندگان مطرح پارچه دانست و افزود: حضور در این نمایشگاه، هزینه‌های بالایی برای تولیدکنندگان پوشاک دارد و دولت می‌تواند مانند ترکیه، بخشی از هزینه‌های حضور در نمایشگاه (داخلی و خارجی) را تقبل کند و به این صورت از تولیدکننده ایرانی حمایت نمایند.

وی، غرفه‌آرایی شرکت‌کنندگان نمایشگاه

بگذرانند. همچنین از وجود دانشجویان مستعد و علاقه‌مند به صنعت که فقط به دنبال کسب مدرک نیستند، در بخش طراحی و دوخت بهره‌مند می‌شویم.

مدیرعامل آرشاک تصریح کرد: بازار فروش در شرایط نسبتاً خوبی قرار دارد اما مشکل اصلی، تأمین به موقع مواد اولیه مصرفی به خصوص مواد وارداتی است چون با بالا رفتن قیمت دلار، واردات مواد اولیه برای بازرگانان ایرانی بسیار دشوار و غیراقتصادی شده است.

وی افزود: اگرچه این روزها شاهد کاهش واردات غیرقانونی پوشاک به کشور هستیم اما اگر واحدهای تولیدی نتوانند نیاز بازار داخلی و نمی‌دانیم را برطرف نمایند، باز شاهد رونق قاچاق خواهیم بود.

به گفته کسائی، فراگیری دانش صادرات موفق و کسب مهارت در زمینه تجارت بین‌الملل زمان‌بر است زیرا سال‌های متمادی است که ارتباطات گسترده‌ای با سایر کشورها نداریم و در این زمینه کار نکرده‌ایم، ضمن این که متأسفانه اکثر کارخانه‌ها هزینه‌چندانی برای انجام این کار اختصاص نمی‌دهند. در این راستا تشکل‌های پوشاک می‌توانند با برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه صادرات و دعوت از اساتید و کارشناسان توانمند و صاحب‌نام داخلی و خارجی، تولیدکنندگان را بیشتر با مقوله صادرات آشنا نمایند.

وی اذعان داشت: از بیشتر نمایشگاه‌های خارج از کشور در آلمان، ایتالیا، کانادا، تایلند و چین بازدید به عمل آورده‌ام و تصور نمی‌کردم در ایران شاهد برگزاری چنین نمایشگاه موفق، پربار و خوبی باشم. غرفه‌آرایی‌ها در سطح بسیار حرفه‌ای و قابل رقابت با نمایشگاه‌های خارجی، انجام شده و تولیدکنندگان با محصولات باکیفیت و متنوع در نمایشگاه حضور یافته‌اند.

حمایت‌های دولتی قرار نگیرند، با مشکلات عدیده روبرو خواهند شد و توان آنها به تدریج کمتر می‌شود. از طرف دیگر به دلیل نوسان ارزی و اختلاف دلار و ریال، فرصت خوبی برای تولیدکننده داخلی فراهم شده و هنوز تولید در ایران از نظر مالی مقرون به صرفه است. برای مثال کالایی که در ایران به قیمت ۴۵ هزار تومان تولید می‌شود، قیمت وارداتی آن از چین و ترکیه به مراتب بیشتر است و واردات با احتساب هزینه حمل و نقل و ... در این شرایط مقرون به صرفه نیست. وی ابراز امیدواری کرد که مردم به خرید کالای باکیفیت ایرانی ترغیب شوند تا تولیدکننده با انگیزه و توان بیشتری به تولید ادامه دهد. مدیرعامل روچی تصریح کرد: پنج سال است که روچی به‌عنوان رسانه تولید محتوای تخصصی برای فعالان صنعت نساجی و پوشاک فعالیت می‌کند اما به‌عنوان یک کسب و کار که در حال درآمدزایی است، یک سال و نیم از آغاز کارش می‌گذرد. برای نخستین بار است در نمایشگاه ایران مد حضور یافته‌ایم و خوشبختانه با استقبال چشمگیر تولیدکنندگان، تأمین‌کنندگان و فعالان صنعت نساجی و پوشاک روبرو شده‌ایم.

بهره‌گیری از توان دانشجویان توانمند در تولید «شرکت ایده‌آفرینان پوشاک آریا (با برند آرشاک)» با ظرفیت تولید روزانه ۴۵۰ دست کت و شلوار، پالتو، اورکت و پیراهن مردانه در اصفهان به فعالیت می‌پردازد.

سید صابر کسائی- مدیرعامل- عنوان داشت: در این مجموعه ارتباطات خوبی با دانشجویان مهندسی پوشاک دانشگاه صنعتی اصفهان برقرار کرده‌ایم. درب کارخانه به روی دانشجویان باز است و می‌توانند از نزدیک در جریان مراحل مختلف تولید قرار بگیرند و یا دوران کارآموزی را در این کارخانه



سید صابر کسائی- مدیرعامل آرشاک



فرصت سوزی‌های دولت!

«شرکت بای سز» حدود بیست سالی است که به صورت تخصصی در زمینه تولید دامن و شلوار به فعالیت می‌پردازد و تا امروز موفق به تأمین شلوار زنانه در بیش از ۱۲۰ فروشگاه کشور شده است. در این مجموعه بالغ بر ۵۰ نفر مشغول کار هستند.

حسین منیعی-مدیرعامل- گفت: همیشه در زندگی، فرصت‌ها و تهدیدهای متعددی به وجود می‌آید متأسفانه سیاست‌های دولت بیشتر در مسیر فرصت سوزی قرار گرفت تا استفاده مطلوب از فرصت!

وی افزود: با افزایش نرخ دلار، اتفاقات مختلفی در بازار رخ داد و مشکلات بسیاری از فعالان اقتصادی و تولیدی به وجود آورد. اگر این مشکل تحت مدیریت صحیح قرار می‌گرفت، به فرصت مناسب تبدیل می‌شد. به اعتقاد منیعی، متأسفانه با سیاست‌گذاری‌های نادرست دولت در زمینه انتقال مواد اولیه نساجی از گروه کالایی دو به گروه سه، صنعتگران نساجی و پوشاک با معضل کمبود مواد اولیه مواجه شده‌اند و فکر می‌کنم در صورت استمرار این وضعیت تا چند ماه آینده، شاهد تعطیلی بسیاری از واحدهای فعال این صنعت باشیم.

مدیرعامل بای سز تصریح کرد: در حال حاضر محصولات ما با رقم کمتر از ۱۰ دلار قیمت‌گذاری می‌شود و هنوز پارچه بر مبنای دلار ۱۳-۱۵ تومانی وارد بازار نکرده‌ایم و کماکان از موجودی انبار استفاده می‌شود. از سویی امکان افزایش قیمت محصولاتمان را نداریم و از سوی دیگر با توجه به شرایط موجود قادر نیستیم پس از فروش یک محصول، مواد اولیه برای تولید کالاهای بعدی جایگزین نماییم.

وی با بیان این مطلب که برای نخستین بار به‌عنوان غرفه‌دار در نمایشگاه پوشاک ایران حضور دارد؛ گفت: به هدف از حضور

در نمایشگاه یعنی معرفی و نمایش جدیدترین محصولات بای سز تا حدود بسیاری رسیده‌ایم و استقبال خوبی از غرفه ما به عمل آمده است.

در هر بازاری، رقابت سالم جایز است

«پوشاک دوگل» فعالیت خود را سال ۱۳۶۸ آغاز کرد و طی این سال‌ها تمام تلاش خود را به عمل آورده تا کیفیت و تنوع محصول را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار دهد. در دو سال اخیر علاوه بر تولید پوشاک زنانه به تولید پوشاک مردانه، (تی شرت و جوراب) نیز می‌پردازد. بخش عمده مواد اولیه مصرفی این شرکت از اروپا تهیه و محصول نهایی به اروپا، عراق، کشورهای حاشیه خلیج فارس صادر می‌شود.

محمد مهدی قمی پور-مدیر بازرگانی- عنوان داشت: دلیل بهره‌گیری از نخ‌های خارجی این است که در تولید برخی از نخ‌های ایرانی، واحدهای نساجی از تکنولوژی‌های روز دنیا استفاده نمی‌کنند.

همچنین بعضی نخ‌ها مانند میکرو مودال در ایران تولید نمی‌شوند؛ ضمن این که مواد اولیه باید کیفیت مطلوب و ثابت داشته باشد اگر هر روز شاهد تغییر کیفیت نخ‌ها باشیم، مشکلات بسیاری برای مصرف‌کنندگان نخ به وجود می‌آید. همین موضوع باعث شد به سمت اخذ نمایندگی جهت تهیه نخ گام برداریم تا مواد اولیه با ثبات کیفی بالا به مشتریان ارائه شود.

وی ادامه داد: در هر بازاری، رقابت سالم جایز است و رقابت باید وجود داشته باشد وگرنه تولید در کشور انحصاری و تک بعدی خواهد شد. رقابت باعث می‌شود تولیدکنندگان به بهره‌گیری از تکنولوژی‌های مدرن روی آورند و محصولات بسیار باکیفیت و قابل رقابت عرضه نمایند.

به اعتقاد قمی پور، در میدان رقابت باید



حسین منیعی-مدیرعامل بای سز



محمد مهدی قمی پور-مدیر بازرگانی دوگل



زیبو» نخستین اقدامی بود که انجام دادیم. جالب است بدانید در ابتدای کار، محصولات ما در ۴-۵ مدل عرضه می‌شد اما پس از برندسازی و افتتاح شعبات زیبو در مگامال و...، تنوع محصولات افزایش پیدا کرد و هدف اصلی ما در کنار تولید مانتو، ارائه استایل به خانم‌هاست. در ادامه به مد سریع (fast fashion) پرداختیم. به این ترتیب که هر فصل به ارائه مدل‌های بیشتر و متنوع‌تر پرداختیم و در حال حاضر به جز کیف و کفش، پوشاک مورد نیاز خانم‌ها (رده سنی ۱۸ تا ۴۰ ساله) را تأمین می‌کنیم.

مدیرعامل زیبو تصریح کرد: برخلاف شعار امسال یعنی حمایت از تولید ملی، نه تنها هیچ حمایتی از تولیدکننده داخلی به عمل نیامده است بلکه با افزایش قیمت دلار، شاهد قاچاق پوشاک استوک و درجه چنم خارجی به کشور هستیم! همچنین به دلیل کمبود مواد اولیه و نقدینگی در زمینه قیمت‌گذاری محصولات، با مشکلات اساسی مواجهیم.

به اعتقاد وی، دولت ما (تولیدکننده) را رها کرده و صرفاً شعار حمایت از تولید را سر می‌دهد اما هیچ مسئولی درد واحدهای تولیدی را نمی‌شنود و به دنبال رفع مشکلات آنان نیست. به‌عنوان یک برند فست فشن علی‌رغم تمام سختی‌ها مانند کمبود مواد اولیه و نقدینگی، به تولید ادامه می‌دهیم و مسئولان یک بار از ما نپرسیدند در این شرایط دشوار اقتصادی، مواد اولیه مورد نیاز را چگونه تهیه می‌کنید! یک‌بار در گروه کالایی سه و بار دیگر در گروه کالایی دو قرار گرفتیم، یک‌بار اعلام کردند مشمول دریافت ارز نیمایی می‌شوید و روز بعد قوانین دیگری تصویب کردند؛ مشکل اصلی تک تک تولیدکنندگان، باتکلیفی و سردرگمی است. تکلیف‌مان مشخص نیست و نمی‌دانیم در چه اولویتی قرار داریم؛ ای کاش به صراحت بگویند ارز به شما تعلق

شرایط فعالیت برای تولیدکننده داخلی و برندهای خارجی یکسان باشد و گرنه رقابت با کالای قاچاق که هیچ‌گونه مالیات، حقوق و عوارض گمرک نمی‌پردازد، به هیچ عنوان عادلانه و منطقی نیست آن هم در شرایطی که تولیدکننده ایرانی با معضل کمبود مواد اولیه روبروست و برخی ادعا می‌کنند تولیدکننده داخل، توانایی رفع نیاز بازار کشور را ندارد و باید واردات انجام شود!

وی یادآور شد: هرچند با افزایش نرخ دلار، شاهد کم شدن پوشاک قاچاق در کشور هستیم اما باید بدانیم این قبیل شرایط ماندگار و همیشگی نیستند و با بازگشت نرخ دلار به قیمت قبلی، شاهد تداوم قاچاق به کشور خواهیم بود. زمانی شاهد ریشه کن شدن قاچاق خواهیم بود که مدیریت صحیح و برنامه‌ریزی دقیق برای مبارزه با آن داشته باشیم نه این‌که به ایجاد شرایط موقت مانند بالا رفتن قیمت دلار دلخوش باشیم! وی در مورد نمایشگاه ایران مد گفت: شاید تعداد مراجعان نسبت به دوره‌های گذشته کاهش یافته اما تعداد مخاطبان (مشتریان) واقعی به مراتب بیشتر شده است.

۴ دولت، تولیدکننده را رها کرده است

«شرکت ویستا پوش پارس (با برند زیبو) تولیدکننده پوشاک زنانه (مانتو، شلوار، بلوز، شومیز، شال و روسری) است.

سینا کازرونیان- مدیرعامل- گفت: فعالیت در صنعت پوشاک، حرفه پدری‌ام است که سال ۱۳۶۷ به تولید مانتو می‌پرداختند در ادامه کت دامن، پالتو و شلوار نیز به تولیدات مجموعه افزوده شد.

وی که چهار سال پیش از انگلیس به ایران بازگشته و سابقه فعالیت در شرکت معتبر نکست و تحصیل در رشته EBM را دارد، تصمیم گرفت به همراه برادرش، مجموعه پدر را احیا کند و رنگ و بوی تازه‌ای به آن ببخشد.

کازرونیان ادامه داد: «هویت سازی برند





احمد صادقی - مدیرعامل پوشاک روستا قهرود



صادق خسرو زاد - مدیرعامل تولید



«قاچاق قانونی پوشاک!»

«گروه تولیدی تولین (به معنای هر آنچه در آینده به ظرافت و زیبای دیده می‌شود)» سال ۱۳۹۰ فعالیت خود را در زمینه تولید انواع شومیز، کت دامن و کت شلوار زنانه آغاز کرده است.

صادق خسرو زاد - مدیرعامل - مزیت رقابتی تولید را طراحی متنوع و به روز محصولات اعلام کرد و گفت: در این مجموعه از توانمندی دانشجویان طراحی لباس و پارچه در کنار متخصصین باتجربه استفاده می‌شود در واقع تلفیق دانش و تجربه منجر به خلق محصولات باکیفیت، متنوع و قابل رقابت می‌شود که در بازار حرف‌های زیادی برای گفتن دارد.

وی ادامه داد: پیش از آن که کمبود و افزایش قیمت مواد اولیه بزرگ‌ترین مشکل صنعت پوشاک باشد؛ کیفیت مواد اولیه معضل جدی ماست. واردکنندگان پس از افزایش نرخ دلار، پارچه‌های درجه چندم وارد کشور کردند و مشتریان محصولات بی‌کیفیت با قیمت بالا را از ما نمی‌پذیرند.

به اعتقاد خسرو زاد، اغلب تولیدکنندگان از نظر مالی قادر به تهیه پارچه باکیفیت خارجی به صورت نقدی و با حجم بالا نیستند؛ به همین دلیل تولید پوشاک زنانه در کشور به صورت سنتی انجام می‌شود.

مدیرعامل تولید تصریح کرد: بعضی از همکاران معتقدند با افزایش قیمت دلار، قاچاق کم شده اما فکر می‌کنم قاچاق همچنان ادامه دارد اما شکل و ظاهر آن تغییر کرده است و به نام «قاچاق قانونی» عنوان می‌شود!

وی یادآور شد: تولیدات بسیاری از صنعتگران پوشاک در سطح بالایی از کیفیت و تنوع قرار دارند و قابل صادرات هستند اما مشکل اینجاست که اطلاعات جامع و کاملی در مورد نحوه بازاریابی در کشورهای همسایه ندارند.

نمی‌گیرد تا خیالمان آسوده شود! کارزونیان اضافه کرد: دولتمردان اجازه دهند این صنعت که در اختیار شیفتگان و عاشقان تولید قرار دارد، بدون دغدغه و نگرانی به کار خود ادامه دهد. ما منتظر حمایت دولت نیستیم، فقط در مسیرمان سنگ اندازی نکنند! مدیرعامل زیبو اذعان داشت: نمایشگاه پوشاک امسال، بسیار باشکوه‌تر از دوره‌های پیش برگزار شده و غرفه اغلب شرکت‌کنندگان دکوراسیون بسیار جذاب و چشمگیری دارد.

«تنها مشکل ما تهیه مواد اولیه داخلی و خارجی است»

«شرکت تولیدی پوشاک روستا قهرود» تولید و توزیع انواع البسه کشباف پودی، پارچه کشباف را برعهده دارد. احمد صادقی - مدیرعامل - گفت: ششمین نمایشگاه ایران مد از همه لحاظ نسبت به سال‌های گذشته بهتر برگزار شده و استقبال مخاطبان را مثبت و موثر ارزیابی می‌کنم، تنها مشکل ما تهیه مواد اولیه داخلی و خارجی است، دولت باید عزم خود را جزم کند تا با اتخاذ راهکارهای اصولی و کاربردی، تولیدکننده بتواند مواد اولیه را در موعد مقرر و با کیفیت مطلوب تأمین نماید. وی اضافه کرد: در صورت رفع مشکلاتی مانند کمبود مواد اولیه و نقدینگی واحدهای تولیدی، با توجه به بالا رفتن قیمت دلار، شرایط برای صادرات پوشاک باکیفیت ایرانی مهیا شده است. کما این که طی بازدید هیئت عراقی و افغانستانی از نمایشگاه، مذاکراتی برای از سرگیری صادرات شرکت انجام داده‌ایم. اگر دولت و تولیدکننده از فرصت پیش آمده (کاهش قاچاق) به بهترین نحو استفاده کنند، شاهد رشد روزافزون صنعت پوشاک ایران خواهیم بود.

صادقی اذعان داشت: اگر مشکلات تهیه مواد اولیه ادامه پیدا کند، سال آینده بسیاری از واحدهای تولیدی چاره‌ای جز توقف نخواهند داشت.

نخواهد بود اما با کاهش نرخ دلار، تولید رونق پیدا می‌کند. در حال حاضر بسیاری از واحدهای تولیدی به خاطر نوسانات ارزی متوقف شده‌اند. وقتی به‌عنوان تولیدکننده کت و شلوار، سال گذشته پارچه تولید داخل را ۴۵ هزار تومان می‌خریدیم اما امروز قیمت همان پارچه ۹۶ هزار تومان شده است؛ آیا ادامه تولید توجیه‌پذیر و منطقی به نظر می‌رسد؟!

وی گفت: هدفمان از حضور در نمایشگاه معرفی محصولات کرال به مخاطبان و برندسازی است و انتظار فروش آن چنانی یا انعقاد قراردادهای کلان با نهادها و سازمان‌های مختلف نداریم.

۴ قاچاق، بلای جان تولیدکنندگان است

«گروه تولیدی بازرگانی ویچی» سال ۱۳۷۵ فعالیت خود را در زمینه پوشاک بانوان آغاز نمود و در حال حاضر به تولید تاپ و سارافون مجلسی، کت و شلوار، بلوز و تونیک، دامن، کت و دامن، کت، شلوار می‌پردازد. حجم تولید این مجموعه ماهیانه ۲۰ هزار قطعه پوشاک است و به طور مستقیم حدود ۱۰۰ نفر و غیرمستقیم ۳۰۰ نفر برای ویچی کار می‌کنند. اسفندماه در نمایشگاهی در قزاقستان شرکت خواهیم کرد، مذاکراتی را با عراق و افغانستان انجام داده‌ایم و امیدوارم سال آینده صادرات محصولات ویچی آغاز شود.

جعفر جهان پاک - مدیرعامل - اظهار داشت: در حال حاضر که واردات پوشاک به کمترین میزان خود رسیده، فرصت بسیار ارزشمندی برای ما ایجاد شده است به این معنی که شاهد افزایش تقاضای پوشاک ایرانی هستیم البته کاهش واردات را حاصل گران شدن قیمت دلار و کاهش ارزش پول ملی می‌دانم نه عزم راسخ برای مبارزه با قاچاق. البته ممکن است چندماه دیگر، شرایط به حالت گذشته بازگردد یعنی قیمت دلار کاهش پیدا کند و واردات باز هم مقرون به صرفه شود.

خسرو زاد در مورد نمایشگاه ایران مد گفت: با هدف معرفی محصولات و توانمندی‌های تولیدین در نمایشگاه حضور یافتیم و استقبال بازدیدکنندگان فوق‌العاده عالی و فراتر از انتظارات ما بود.

۴ سال ۹۷، سال خوبی برای تولید نبود

«شرکت کرال گستر آذران (با نام تجاری کرال)» تولیدکننده کت شلوار و پوشاک مردانه است. این مجموعه سال ۱۳۶۴ به صورت سنتی با چند دستگاه چرخ خیاطی کار خود را آغاز کرد. سال ۱۳۹۰ به تولید صنعتی پوشاک روی آورد و سال ۱۳۹۴ در قالب یک شرکت تولیدی دارای پروانه بهره‌برداری از وزارت صنعت فعالیت خود را ادامه داد.

علی قاسم زاده - مدیرعامل - ابراز داشت: با چند کشور در زمینه صادرات مذاکراتی انجام دادیم اما به دلایل مختلف تاکنون به نتیجه نرسیده‌ایم.

به گفته وی، امسال برای اغلب تولیدکنندگان به دلیل نوسانات شدید نرخ ارز، کمبود مواد اولیه مورد نیاز و همچنین کاهش قدرت خرید مردم، سال پربار و خوبی نبود. ابتدای سال، گمرک اجازه ترخیص مواد اولیه را نداد و مشکل اصلی که امیدوارم به گوش مسئولان برسد، قرارگیری صنعت نساجی در گروه کالایی سه است که براین اساس، ارز دولتی به ما تعلق نگرفت.

قاسم زاده تصریح کرد: با کمبود تولید ملزومات مربوط به آستر بافی، چسب مصرفی کت و شلوار، دگمه و ... در کشور مواجهیم و باید نیاز خود را از طریق واردات برطرف نماییم اما متأسفانه مسئولان دولتی هیچ توجهی به این قبیل مسائل نشان نمی‌دهند.

مدیرعامل کرال افزود: کاهش نرخ دلار از یک سو به نفع تولیدکنندگان پوشاک و از سوی دیگر به ضرر آنهاست. یعنی وقتی قیمت دلار بالا باشد، قاچاق پوشاک مقرون به صرفه



علی قاسم زاده - مدیرعامل کرال



جعفر جهان پاک - مدیرعامل ویچی





محسن طالبی - مدیرعامل سمیل



نمی‌بریم، قیمت نخ، پارچه و ملزومات جانبی پوشاک به صورت لحظه‌ای تغییر می‌کنند و هیچ‌گونه ثباتی در این بخش وجود ندارد. قیمت بعضی از تجهیزات جانبی مانند زیپ و دکمه (که عمدتاً وارداتی هستند)، چندین برابر افزایش یافته و تهیه آن برای اغلب تولیدکنندگان کار ساده‌ای نیست.

وی ادامه داد: تا سال گذشته، مواد اولیه را به صورت اعتباری و بلندمدت تهیه می‌کردیم اما امروز ملزم به خرید نقدی هستیم. طالبی، ضمن ابراز خرسندی از حضور در ایران مد اسال، اطلاع رسانی و تبلیغات مربوط به برپایی این نمایشگاه را گسترده و موثر توصیف کرد.

ثبات اقتصادی؛ مهم‌ترین نیاز صنعتگران و فعالان صنعتی

از راهاندازی «خانه پیراهن ایرانیان» یک سال می‌گذرد البته بنیانگذاران این مجموعه دارای تجربه ۳۰ ساله در زمینه فروش پارچه پیراهن مردانه هستند. خانه پیراهن ایرانیان تحت مدیریت محمد مولایی به تولید پوشاک مردانه می‌پردازد و زمینه اشتغال ۱۸۶ نفر را فراهم کرده است.

وی عنوان داشت: با توجه به افزایش قیمت پوشاک، اغلب تولیدکنندگان برای کاهش هزینه تولید، از پلی‌استر بیشتری در محصولات خود استفاده می‌کنند و مردم به سمت خرید لباس‌های پلی‌استر روی آورده‌اند اما به‌عنوان یک تولیدکننده تمام تلاش خود را به عمل می‌آوریم تا پارچه صد درصد کتان را با قیمت مناسب وارد کشور و در تولیدات خود از آن استفاده نماییم. یکی از اهداف ما انتشار مطالبی برای افزایش اطلاعات عمومی مردم در زمینه جنس پوشاک است تا به لباس صرفاً به عنوان یک تن پوش نگاه نکنند.

مولایی، افزایش نرخ دلار و تبعات آن بر تهیه

وی، قاچاق را بالای جان تولیدکنندگان دانست و گفت: اگر طبق تعرفه رسمی، کالا وارد کشور شود و جلوی قاچاق گرفته شود، تولیدکنندگان مجال نفس کشیدن پیدا می‌کنند و به ارائه محصولات باکیفیت و قابل رقابت می‌پردازند. جهان پاک افزود: در حال حاضر یک پنجم نیاز مشتریان خود را تأمین می‌کنیم و چالش اصلی ما مواد اولیه است. اگرچه صرفه جویی ارزی در شرایط تحریم قابل درک است اما آسیب ناشی از عدم واردات مواد اولیه غیرقابل انکار می‌باشد پس متولیان امر باید تمهیدی برای تأمین مواد اولیه صنعت پوشاک در نظر بگیرند تا شاهد تعطیلی بیشتر واحدهای تولیدی نباشیم.

مدیرعامل ویچی گفت: اغلب بازدیدکنندگان نمایشگاه برخلاف سال‌های گذشته که مردم عادی بودند و صرفاً برای تماشای غرفه‌ها به نمایشگاه می‌آمدند، تأمین کنندگان پارچه، مشتریان و مخاطبان تخصصی صنعت نساجی و پوشاک هستند، برخی واردکنندگان پوشاک از ترکیه نیز به غرفه ما سر زدند که با توجه به نرخ بالای دلار، تصمیم دارند به توزیع کالای ایرانی در بازار بپردازند تا همچنان به حیات ادامه دهند.

واردات پوشاک، توجیه اقتصادی خود را از دست داده است

«گروه تولیدی سمیل» حدود ۱۰ سالی است که در زمینه تولید شلوار جین و کتان کودک و نوجوان (دخترانه و پسرانه) فعال می‌باشد. محصولات سمیل به ترکیه، عراق و آذربایجان صادر می‌شود و در آستانه انعقاد قرارداد با عمان است.

محسن طالبی - مدیرعامل - گفت: با نوسانات نرخ ارز، واردات پوشاک توجیه اقتصادی خود را از دست داده است و از این نظر شرایط برای تولید و صادرات بهتر شده اما از نظر دسترسی به مواد اولیه در شرایط خوبی به سر

تا مدیریتی و ارتباط با پرسنل، قلبی است و آنان را اعضای خانواده دوم خود می‌دانم. وی تأکید کرد: هر گاه به‌عنوان مدیر یک مجموعه به نیازهای کارکنان توجه کنید، آنها در کارشان کم نخواهند گذاشت و طبق آموخته‌ها، مهارت‌ها و تجارب خود به طراحی، برش، دوخت و بسته بندی می‌پردازند؛ به این ترتیب محصول عرضه شده در بازار، هیچ‌گونه کم و کاستی ندارد و مشتری مداری و کسب رضایتمندی مشتریان به این ترتیب شکل خواهد گرفت.

قاسمی ضمن تأکید بر ضرورت توجه به برندسازی گفت: باید روش‌های سنتی تولید و فروش را کنار بگذاریم. در برندسازی به سود آتی توجه کنیم نه این‌که انتظار داشته باشیم پس از ساخت برند، ره صد ساله، یک شبه طی خواهد شد! حتی اگر یک مجموعه تولیدی سال‌های متمادی در نقطه سر به سر حرکت کند اما به آینده چشم بدوزد، قطعاً این برند جای خود را در بازار پیدا خواهد کرد.

وی ادامه داد: ۸۰ درصد فروش یومو در فروشگاه مشهد توسط مشتریان خارجی از جمله کویت، بحرین، عراق و ... انجام می‌شود پس می‌توان گفت به نوعی در زمینه صادرات فعال هستیم!

به اعتقاد مدیرعامل یومو، «کیفیت»، «تنوع» و «زیبایی» نقطه تمایز محصولات این شرکت است. در ماه بین ۱۰ تا ۱۵ مدل محصول تولید می‌کنیم و این تنوع بالا، کار بسیار دشواری است اما طراحان توانمند و مجرب یومو با جدیت به کار خود ادامه می‌دهند، خوشبختانه محصولات به سرعت فروش می‌روند و در انبار چیزی باقی نمی‌ماند.

قاسمی اذعان داشت: اطمینان دارم در تولید پوشاک، طی ۷-۸ سال آینده، چشم‌انداز بسیار درخشانی پیش روی صنعتگران ایرانی است و محصولات باکیفیت به کشورهای

مواد اولیه خارجی، بالا رفتن قیمت نهایی محصولات و کاهش قدرت خرید مردم، بی‌ثباتی در قوانین و مقررات به خصوص در بخش گمرک و تعرفه‌ها را از مهم‌ترین مشکلات صنعت پوشاک برشمرد.

وی به استقبال خوب مردم از نمایشگاه پوشاک اشاره کرد و گفت: عموم مردم زمانی که محصولات ما را از نزدیک مشاهده و لمس می‌کنند، خواهان تهیه پوشاک از پارچه کتان هستند اما سودجویانی که کیفیت را قربانی قیمت پایین محصولات می‌کنند؛ هیچ توجهی به سلامت مصرف کنندگان ندارند و فقط به دنبال کسب سودهای بیشتر هستند. مولایی، ثبات اقتصادی را مهم‌ترین نیاز صنعتگران و فعالان صنعتی اعلام کرد و گفت: متأسفانه بی‌ثباتی اقتصاد، امکان برنامه‌ریزی بلندمدت برای توسعه واحدهای صنعتی را سلب کرده است، نمی‌توان هیچ چشم‌اندازی برای آینده ترسیم نمود و در صورت تداوم این شرایط، بسیاری از صنوف متوقف خواهند شد، امیدوارم تا دیر نشده دولتمردان تدابیر موثری برای ایجاد ثبات اقتصادی در کشور اتخاذ نمایند. وی ضمن ابراز رضایت نسبی از حضور در ایران مد ۹۷، گفت: مردم خواهان محصولات باکیفیت و قیمت مناسب هستند و ما به عنوان تولیدکننده علی‌رغم مشکلات فراوان، تلاش خود را برای کسب رضایت آنها به عمل می‌آوریم.

۴ روش‌های سنتی گذشته را کنار بگذاریم

«شرکت تعاونی تولیدی و توزیعی پوشش ایرانیان رضوان (با برند یومو Yomoo)» سابقه ۱۵ ساله در زمینه تولید و توزیع انواع پوشاک مجلسی دخترانه (کت سارافون، مانتو، شومیز، کت دامن و پیراهن) دارد و ۴۰ نفر به صورت مستقیم در این مجموعه مشغول کار هستند. مهدی قاسمی - مدیرعامل - اظهار داشت: نوع مدیریت مستقر در یومو، رهبری است



مدیران خانه پیراهن ایرانیان



مهدی قاسمی - مدیرعامل یومو





بیان اله فرهادی - مدیرعامل جوراب پا آرا



خاصیت ضد باکتری، ضد قارچ و ضد بوی خود را از دست نمی‌دهد. ذرات نانو استفاده شده در این جوراب‌ها در دمای ۲۵۰ درجه جذب الیاف می‌شود و با یک بار شست‌وشو خاصیت خود را از دست نمی‌دهند.

فرهادی ابراز داشت: در کشور ۸۰ میلیون نفری، باید مجموعه‌هایی شکل بگیرند که ابتدا به رفع نیازهای داخلی بپردازند و سپس برای صادرات برنامه‌ریزی نمایند. صادرات، فرایند ساده و آسانی نیست که یک محصول به خارج از کشور عرضه نمایند و مشتریان خارجی هم بلافاصله آن را بخرند! برای صادرات موفق ابتدا باید بازار کشورهای مقصد را بشناسیم، در مورد فرهنگ مصرف مردم اطلاعات کامل کسب کنیم و بر این اساس محصول قابل صادرات تولید نماییم. چند شرکت را می‌شناسیم که از نظرات جامعه شناسان خبره و مطلع برای تولید و صادرات محصولات خود به بازارهای بین‌المللی بهره‌مند می‌شود؟

وی گفت: نه از دولت انتظار حمایت داریم و نه نیازمند دریافت کمک از کسی هستیم فقط می‌خواهیم مانع حرکت تولیدکنندگان نشوند و اگر حمایت نمی‌کنند، حداقل سنگ جلوی پیمان قرار ندهند. متأسفانه گاهی اوقات برخورد و رفتار برخی کارمندان دولت در سازمان‌های مختلف با تولیدکنندگان بسیار برخورد و نامطلوب است.

وی اذعان داشت: اگر یک دهم حمایت‌های دولت که از خودروسازی صورت می‌گیرد، معطوف صنعت نساجی و پوشاک شود، خواهید دید این صنعت اشتغال‌زا به رشد و توسعه قابل توجه دست خواهد یافت و در دنیا حرف برای گفتن خواهد داشت.

وی در مورد نمایشگاه پوشاک امسال گفت: با توجه به شرایط موجود، توقع نداشتیم چنین نمایشگاه قدرتمند و مطلوبی به خصوص در زمینه پوشاک برپا شود که جا دارد از

اروپایی صادر خواهد شد. وی ضمن اعلام این مطلب که مدیر نباید منتظر حمایت دولت بماند، بهتر است روی پاهای خودش بایستد و حرکت کند، ادامه داد: متأسفانه هنوز مواد اولیه باکیفیت در کشور تولید نمی‌شود. آرزو دارم در تولیدات خود از پارچه ایرانی استفاده کنم اما تاکنون موفق به یافتن پارچه مدنظرم در کشور نشده‌ام. ضمن این که حلقه مفقوده‌ای میان تولیدکننده پوشاک و تولیدکننده مواد اولیه وجود دارد و هیچ مسئول و نهاد دولتی، مسئولیت برقراری ارتباط میان این دو را برعهده نمی‌گیرد!

مدیرعامل یمو، تشکل‌های بخش خصوصی را پل ارتباطی میان تولیدکننده و دولت اعلام کرد و از دولت خواست شنوای مطالبات و خواسته‌های برحق تشکل‌ها (که برگرفته از نظرات و اعتقادات تک‌تک تولیدکنندگان است)، باشد. قاسمی یادآور شد: امسال تمام تولیدکنندگان متوقف شدند زیرا قیمت مواد اولیه خارجی با توجه به افزایش نرخ دلار، چندین برابر بالا رفت و عملاً تولید، توجیهی ندارد زیرا توان مالی مردم هم کم شده و قادر به خرید یک کالا با چندبرابر قیمت قبلی نیستند. وی گفت: نمایشگاه امسال پوشاک بسیار حرفه‌ای برگزار شده، تولیدکنندگان مطرح و معتبر در آن حضور دارند و نشان می‌دهد برای برپایی یک نمایشگاه موفق، مطالعات و اقدامات کارشناسی و دقیق انجام شده است، به همین دلیل از مسئولان برگزاری نمایشگاه تشکر و قدردانی می‌کنم.

۴ نیازمند دریافت کمک نیستیم

«شرکت پا آرا» به مدیریت بیان اله فرهادی سال ۱۳۶۹ در زمینه تولید جوراب راه‌اندازی شده است و به‌عنوان یکی از تولیدکنندگان فعال در زمینه ارائه محصولات مبتنی بر فناوری نانو شناخته می‌شود. جوراب‌های نانوی این شرکت با صدها بار شست‌وشو،

«شرکت تولیدی کلاه شایان» در زمینه تولید انواع کلاه به فعالیت می‌پردازد. محمدرضا حیدری- مدیرعامل- عنوان داشت: حدود ۲۲ سال از شروع فعالیت ما سپری می‌شود و نزدیک ۳۰ نفر به طور مستقیم در این مجموعه مشغول فعالیت هستند. برای صادرات به گرجستان، روسیه و ... نیز برنامه‌هایی مانند حضور در نمایشگاه‌های تخصصی این کشورها تدوین کرده‌ایم که امیدوارم بتوانیم جایگاه شایسته‌ای در بازار این کشورها به دست آوریم.

حیدری ضمن انتقاد به عدم حمایت دولت از تولیدکننده در زمینه تهیه مواد اولیه، کنترل قاچاق و ... افزود: با افزایش اختلاف نرخ دلار و ریال، شاهد کاهش واردات غیرقانونی پوشاک به کشور هستیم و فرصت خوبی برای تولیدکنندگان داخلی به وجود آمده، البته این موضوع (بالا رفتن قیمت دلار) تهیه مواد اولیه را با دشواری‌های فراوان روبرو کرده است.

وی در پایان رضایت خود را از حضور در نمایشگاه ایران مد ابراز نمود.

۴ با مشکل خاصی روبرو نیستیم

«شرکت پالتار کیدز» تولید و پخش انواع لباس مجلسی دخترانه و پسرانه (۳ تا ۱۳ سال) را برعهده دارد و به حدی بر کیفیت بالای محصولات خود اطمینان دارد که محصولات خود را با ضمانت قیمت و کیفیت به مشتریان عرضه می‌شود. امیری- مدیرعامل- عنوان داشت: امسال با همکاری اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک، شاهد برپایی نمایشگاه موثر و قابل توجهی هستیم، تبلیغات و اطلاع رسانی‌های مربوط به برپایی نمایشگاه و بازخورد آن بسیار خوب بود و تقریباً توانستیم از سراسر کشور، مشتری و نمایندگی فروش جذب نماییم.

وی ادامه داد: برخلاف بسیاری از همکاران که

مسئولان و متولیان برگزاری نمایشگاه تقدیر شود. ای کاش چنین نیروهای در سیستم دولتی هم وجود داشتند تا با جان و دل برای رفع مشکلات تولیدکننده و توسعه صنعت کشور تلاش کنند.

۴ تولیدکننده توانمند، منتظر حمایت دولت نمی‌ماند

«شرکت بازرگانی و صنایع تولیدی پوشاک آیلاز» تولیدکننده انواع پوشاک زنانه (مانتو، پالتو، بارانی، شال و شومیز، شلوار، دامن) است. ۲۸۰ نفر در ۱۳ کارگاه به صورت غیر متمرکز کار می‌کنند و هر کدام بخشی از فرایند تولید محصولات آیلاز را برعهده دارند؛ واحد اکسسوری و گلدوزی نیز در کنار کارگاه‌های مذکور مشغول فعالیت هستند.

کامییز مروتجو- مدیرعامل- که ۳۹ سال سابقه در بخش تولید و فروش پوشاک زنانه دارد و معتقد است تا امروز یک ریال از بانک‌های کشور به‌عنوان وام دریافت نکرده، بیان داشت: تولیدکننده توانمند منتظر حمایت دولت نمی‌ماند بلکه روی پاهای خود می‌ایستد و با تلاش و پشتکار به کار ادامه می‌دهد. وی ادامه داد: هرچند با کمبود پارچه و مواد اولیه در بازار روبرو هستیم اما می‌توان با استفاده از موجودی انبارها، چند ماه این کمبود را تحمل کرد تا به زودی شاهد بهبود شرایط باشیم.

نایب رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران گفت: برای اولین و آخرین بار است که در نمایشگاه ایران مد شرکت می‌کنم چون میان حجم تولیدات آیلاز با تقاضای مشتریان تعادل خوبی برقرار است و طی سال‌های فعالیت، نه تنها تعداد مشتریان ما کم نشده، بلکه شاهد افزایش آنها هم هستیم زیرا محصولات خود را با بهترین کیفیت و مناسب‌ترین قیمت به فروش می‌رسانیم.

۴ کاهش واردات غیرقانونی پوشاک به کشور



کامییز مروتجو- مدیرعامل پوشاک آیلاز



محمدرضا حیدری- مدیرعامل کلاه شایان





محمد صادق چاوشیان - مدیرعامل تولیدی شایگان



امیری - مدیرعامل پالتار کیدز



مریم فرجاد (سمت چپ) مدیرعامل موسسه هنری



نگرفته است و در صورت پوشیدن لباس‌های تنگ، برجستگی‌های ناموزون بدنشان، دیده می‌شود و همین موضوع باعث کناره‌گیری آنان از جامعه می‌شود، هیژا تلاش می‌کند با طراحی و تولید لباس‌های مناسب این سن، اعتماد به نفس بسیاری از آنان را بالا ببرد تا در مقابل دوستان، همکلاسی‌ها و ... قوز نکنند یا خمیده راه نروند، ضمن این که در مورد پوشاک مخصوص دختران نوجوان در اجتماع کمتر کار شده و بازار تشنه این نوع محصول است.

وی ادامه داد: برخی معتقدند در آینده نزدیک با مشکل کپی برداری از طرح‌های مربوط به لباس دختران نوجوان روبرو خواهیم شد اما به هیچ وجه نگران این موضوع نیستیم زیرا تصمیم داریم فرهنگ تولید لباس دختران نوجوان در کشور نهادینه شود و توجه سایر تولیدکنندگان نسبت به این بازار بکر و بسیار گسترده جلب شود. همچنین به عنوان طراح، ترسی از کپی برداری محصولاتمان نداریم زیرا همیشه یک گام از کپی‌بردارها جلوتر هستیم.

هیچ نهاد و سازمانی از تولیدکننده پوشاک حمایت نمی‌کند

«شرکت کارن» با ۶ سال سابقه فعالیت، تولیدکننده انواع لباس کودک و نوجوان (دخترانه و پسرانه) است. پویا رضاخانی - مدیرعامل - اصلی‌ترین مشکل فعلی تولیدکنندگان پوشاک را کمبود و گرانی مواد اولیه مورد نیاز دانست و گفت: برای تولید پوشاک بچه‌گانه از نخ پنبه‌ای تولید داخل استفاده می‌کنیم که به دلیل مشکلات متعدد، برخی کارخانه‌ها تولید خود را متوقف کرده‌اند، مابقی نیز محصولات خود را پیش فروش می‌کنند و پس از گذشت ۴۰-۵۰ روز نخ مورد نیاز به دستمان می‌رسد!

وی اذعان داشت: پیش از نوسان نرخ ارز با

نسبت به وضعیت تولید گلایه‌مند هستند، با مشکل خاصی روبرو نیستیم و امیدوارم سال آینده با قدرت بیشتر و محصولات متنوع‌تر در نمایشگاه حضور یابیم.

تکلیف‌مان مشخص نیست

«شرکت تولیدی شایگان» به مدیریت محمد صادق چاوشیان، سال ۱۳۷۴ با هدف تولید لباس‌های مجلسی زنانه راه‌اندازی شده است. شایگان تا سال گذشته به تولید کت دامن و کت سارافون می‌پرداخت اما به دلیل شرایط نامساعد اقتصادی کاهش قدرت خرید مردم، تولید و عرضه شومیز در دستور کار این مجموعه قرار گرفته است که قیمت به مراتب پایین‌تری نسبت به کت دامن و لباس‌های مجلسی دارد.

وی، مشکل اصلی صنعت پوشاک را دشواری تهیه مواد اولیه اعلام کرد و افزود: نمی‌دانیم پارچه‌ای که امروز تهیه می‌کنیم، فردا با چه قیمتی در قالب پوشاک عرضه نماییم! تکلیف‌مان مشخص نیست و برای حفظ کارگران باسابقه خود تمام تلاشمان را به عمل می‌آوریم تا مانع بیکار شدن آنها شویم.

چاوشیان از حضور در ایران مد رضایت داشت و مشارکت در نمایشگاه را برای جذب مشتریان جدید موثر دانست.

یک گام از کپی‌بردارها جلوتر هستیم

«موسسه هنری هیژا (در زبان کردی به معنی گرمی و ارزشمند)» با هدف جریان‌سازی مد اسلامی و ارائه تخصصی پوشاک نوجوان از سال ۱۳۹۵ با ثبت برند هیژا وارد فاز دوم فعالیت خود شد و به ارائه مانتو، استاندارد ساینده و الگوسازی برای دختران نوجوان می‌پردازد.

مریم فرجاد - مدیرعامل - گفت: اندام دختران ۱۰-۱۲ هنوز به طور کامل شکل

مورد نیاز (به خصوص مواد وارداتی) واحدهای پوشاک به آسانی تأمین نمی‌شود، قیمت آنها به دلیل تحریم‌ها و بالا رفتن نرخ دلار چندین برابر شده و تمام عوامل دست در دست هم داده تا تولید در کشور متوقف شود. وی ابراز امیدواری کرد تا رونق اقتصادی به کشور بازگردد و شاهد افزایش فروش محصولات مختلف و استقبال مردم از بازار شب عید باشیم.

نازی در مورد نمایشگاه ایران مد گفت: برای نخستین بار است که در این نمایشگاه شرکت می‌کنیم و توانستیم با بسیاری از تولیدکنندگان مواد اولیه آشنا شویم، بازدیدکنندگانی هم از کشورهای همسایه (عراق و افغانستان) به ما مراجعه کردند که امیدوارم به نتایج مثبتی منتهی شود.

۴ تهیه مواد اولیه، دغدغه اصلی تولیدکنندگان پوشاک است

«شرکت میچکا آریا پوش» با ۲۷ سال سابقه کار به تولید جوراب می‌پردازد. بخشی از تولیدات آن به جوراب نانو اختصاص دارد و علاوه بر توزیع در سراسر کشور، به تازگی وارد عرصه صادرات شده است.

حسین اشتری- مدیر فروش- گفت: بالا رفتن قیمت دلار باعث شد ایران به بستر مناسب برای صادرات تبدیل شود و در این میان حضور در نمایشگاه بین‌المللی پوشاک، فرصت بسیار خوبی بود تا سفارشات متعددی از بانکداران جوراب و تک فروش‌های سراسر کشور دریافت کنیم.

وی ادامه داد: در سال جاری تهیه مواد اولیه، دغدغه اصلی تولیدکنندگان پوشاک است. برای مثال نخ‌ی که اسفند سال گذشته با قیمت ۱۶ هزار و ۵۰۰ تومان می‌خریدیم، امروز ۵۰ هزار تومان شده است، یعنی چهار برابر افزایش قیمت! این در حالی است که هنوز قیمت محصولات خود را افزایش

مشکلات ناشی از واردات غیرقانونی پوشاک دست و پنجه نرم می‌کردیم اما امروز که شاهد کاهش قاچاق هستیم، مواد اولیه‌ای در دسترس نیست تا به تولید بپردازیم و بازار داخل را به انحصار تولید داخل درآوریم.

به اعتقاد رضاخانی، تولید، فعالیتی است که تمام ابعاد زندگی تولیدکننده را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد. اگر تولیدکننده سرمایه خود را به فعالیت‌های دیگر مانند ساختمان سازی و ... اختصاص می‌داد قطعاً به سودهای بسیار کلان دست می‌یافتند بدون این که دغدغه تهیه مواد اولیه، پرداخت حقوق کارگران و ... را داشته باشند اما عشق به تولید، باعث می‌شود در این وضعیت سخت آن هم بدون چشمداشت به حمایت دولت، کار خود را ادامه دهد. هیچ نهاد و سازمانی از تولیدکننده پوشاک حمایت نمی‌کند. جا دارد از تلاش و پیگیری مدیران اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک کشور برای برگزاری نمایشگاه ایران مد تشکر کنم، بعضی از تشکل‌های دیگر که تا چند سال پیش به دنبال واردات برندهای ترکیه بودند و امروز به دنبال افزایش تعداد اعضای خود و دریافت حق عضویت هستند بدون این که اهمیت چندان برای مشکلات و دغدغه‌های تولیدکنندگان قائل شوند.

مدیرعامل کارن تصریح کرد: نمایشگاه پوشاک امسال بسیار خوب است و موفق به جذب بازدیدکنندگان فراوانی شدیم.

۴ امیدوار به بازگشت رونق اقتصادی

«شرکت جوراب نازی» با ۲۰ سال سابقه ، تولیدکننده انواع جوراب و جوراب شلواری زنانه و دخترانه است و بخشی از تولیدات آن به ترکیه، افغانستان و عراق صادر می‌شود اگرچه با توجه به مشکلات متعدد، صادرات روند نزولی خود را طی می‌کند.

حسین نازی- مدیرعامل- گفت: چالش اصلی ما کمبود مواد اولیه است. متأسفانه مواد اولیه



پویا رضاخانی- مدیرعامل کارن



مدیران جوراب نازی





شهریار صابر طوسی - مدیرعامل پوشاک اندیشه



حامد بابا باشی - مدیرفروش پاترون



پوشاک ایران جزو صنایع مادر است و برای دستیابی کشور به رشد و توسعه صنعتی باید به این صنعت مادر توجه ویژه شود. کما این که تمام کشورهای پیشرفته، توسعه را از صنعت نساجی آغاز کرده‌اند. گامی هنگام اعلام استقلال کشور از انگلیس، پیراهنی بر تن کرد که بافته دستان خودش بود و امروز نماد چرخ دستی در پرچم هند یادآور ارزش و اهمیت این صنعت در هند است.

مدیرعامل پوشاک اندیشه اذعان داشت: تولیدکنندگان، سربازان خط مقدم جنگ اقتصادی هستند و رفع مسائل و مشکلات آنان باید در اولویت امور قرار گیرد.

وی، آینده صنعت و تولید کشور را بسیار روشن و مطلوب توصیف کرد و گفت: نساجی و پوشاک در خون مردم ایران است و آن قدر پتانسیل رشد و پیشرفت در کشور ما وجود دارد که نباید به آینده مأیوس شد.

صابر طوسی که پنجمین بار است در ایران مد غرفه دارد، از حضور در ششمین دوره نمایشگاه پوشاک ابراز خرسندی نمود و گفت: بازدیدکنندگان از نزدیک در جریان کیفیت بالای پوشاک ایرانی قرار می‌گیرند و با توجه به اختلاف نرخ ارز و ریال، قاچاق پوشاک توجیه خود را از دست داده و فرصت ارزشمندی برای عرض اندام تولیدکنندگان ایرانی در بازار به وجود آمده است.

مذاکره برای صادرات

«شرکت تولید پوشاک فرنام نقش پیشاهنگ (با برند پاترون)» تولیدکننده و ارائه دهنده انواع پایپون و کراوات مردانه، زنانه و بچگانه، دستمال جیب، دگمه سر دست و گیره کراوات مردانه است.

به گفته حامد بابا باشی - مدیرفروش - محصولات پاترون از نظر کیفی پتانسیل عرضه به کشورهای دیگر را دارد به همین دلیل در حال انجام مذاکره با چند کشور هستیم که

نداده‌ایم چون بازار مصرف، تحمل گرانی چندبرابر اجناس مختلف را ندارد.

اشرتی پیش بینی کرد تا پایان سال با توجه به تعطیلی یکی پس از دیگری واحدهای تولیدی، شاهد افزایش تعداد بیکاران در کشور باشیم.

تولیدکنندگان، سربازان خط مقدم جنگ اقتصادی هستند

از فعالیت «شرکت پوشاک اندیشه» در زمینه تولید لباس ست زنانه و مردانه، لباس ورزشی و لباس راحتی زنانه و مردانه، لباس خواب مردانه، لباس تابستانی و زمستانی زنانه و مردانه حدود بیست سال می‌گذرد، محصولات این شرکت علاوه بر عرضه در داخل کشور به روسیه و عراق، افغانستان نیز صادر می‌شود.

شهریار صابر طوسی - مدیرعامل - گفت: تلاش می‌کنیم تا کیفیت دوخت، طراحی و رنگ‌بندی محصولات را در سطح قابل رقابت با محصولات خارجی برسانیم تا نظر برخی مشتریان ایرانی که علاقه بسیاری به استفاده از اجناس خارجی دارند را تغییر دهیم و به سمت مصرف کالای باکیفیت داخلی سوق دهیم، کما این که سال‌های گذشته ورود کفش‌های چینی، استقبال گسترده بازار را به همراه داشت اما به مرور زمان، کیفیت نامطلوب این کفش‌ها باعث شکست سنگین آن در بازار ایران شد، امیدوارم این اتفاق در پوشاک ایرانی نیز رخ دهد و مردم به پوشیدن پوشاک ایرانی افتخار کنند.

وی ادامه داد: فروشندگان ترکیه، با افتخار اعلام می‌کنند محصولاتی که در فروشگاه‌هایشان عرضه می‌شود تولید ترکیه است چرا فروشندگان ایرانی چنین رفتاری با محصولات تولید داخل ندارند و برعکس مردم را به خرید کالای خارجی ترغیب می‌کنند؟! صابر طوسی یادآور شد: صنعت نساجی و

تا به افزایش تولید بپردازیم.

خرداد گفت: با هدف معرفی محصولات و قابلیت‌های مجموعه در نمایشگاه پوشاک حاضر شدیم و تا حد زیادی به این هدف دست یافتیم. ای کاش شرکت‌کنندگان بیشتری در نمایشگاه حضور می‌یافتند تا مردم به طور کامل در جریان توانمندی تولیدکنندگان پوشاک ایرانی قرار می‌گرفتند.

۴ افزایش نرخ ارز و کاهش قاچاق

«شرکت اچ پلاس» با ۱۷ سال سابقه و ۱۴۰ نفر پرسنل، تولیدکننده شلوار جین، شلوار کتان، پیراهن، تی‌شرت، و سوئی‌شرت مردانه است.

حسین خماریان- مدیرعامل- ابراز داشت: امسال برخلاف شعار سال یعنی «حمایت از کالای ایرانی»، شاهد هیچ حمایتی از مسئولان و دولتمردان نبودیم و فقط با بالا رفتن نرخ دلار، قاچاقچیان به دلیل از بین رفتن صرفه اقتصادی قاچاق، از ادامه فعالیت بازماندند و نتوانستند پوشاک خارجی وارد کشور کنند. برای مثال قیمت پوشاک تولید داخل ۵۸ هزار تومان است اما پوشاک درجه چندم خارجی حدود ۹۰-۸۰ هزار تومان است و طبعاً توجیهی برای قاچاق آن وجود ندارد. به همین دلیل صنعت پوشاک کشور رونقی خوبی پیدا کرده و گرنه با کاهش نرخ دلار، بار دیگر شاهد واردات بی‌رویه پوشاک خواهیم بود.

وی در مورد نمایشگاه ایران مد امسال گفت: تأثیرات حضور در نمایشگاه را باید چند ماه پس از برپایی نمایشگاه مورد بررسی قرار داد اما در مجموع باید عنوان کنم استقبال خوبی از غرفه ما به عمل آمده، امیدواری‌های بسیاری نسبت به انعقاد قراردادهای جدید پیدا کرده‌ایم که امیدوارم به نتایج مثبت منتهی شوند.

هنوز به نتیجه قطعی نرسیده‌ایم.

وی گفت: دومین بار است که در نمایشگاه بین‌المللی ایران مد شرکت کرده‌ایم، انتظار داشتیم این نمایشگاه مورد توجه و اقبال بیشتر مردم قرار گیرد، شاید اطلاع‌رسانی گسترده‌ای برای معرفی این نمایشگاه-که با هدف معرفی توانمندی‌های صنعت پوشاک ایران برپا می‌شود-، توسط صدا و سیما و رسانه‌های مختلف انجام نشده است.

۴ تولیدکنندگان ایرانی و توان رقابت با پوشاک خارجی «شرکت پوشاک بادیس» در زمینه تولید پوشاک مردانه فعال است و ۷۵ نفر به صورت مستقیم در این واحد تولیدی مشغول کار هستند.

حمید تعالی- مدیرعامل- گفت: مهم‌ترین مشکل فعلی تولیدکننده، کمبود مواد اولیه است و دولت هیچ حمایتی برای واردات مواد اولیه به عمل نمی‌آورد.

وی سطح برپایی نمایشگاه ایران مد را مطلوب توصیف کرد و گفت: مردم با مشاهده کیفیت بالای پوشاک تولید داخل، متوجه شدند که تولیدکنندگان ایرانی توان عرضه محصولات قابل رقابت با پوشاک خارجی را دارند.

هدف از حضور شرکت متبوع خود را معرفی محصولات به مخاطبان و مذاکره با مشتریان تخصصی جهت صادرات عنوان کرد.

۴ وضعیت تولید و فروش چندان مطلوب نیست

«شرکت تولیدی کوک تریکو» در زمینه تولید پیراهن فعال است. احسان خرداد- مدیرعامل- ابراز داشت: وضعیت تولید و فروش چندان مطلوب نیست و برای حفظ تولید، مرتب به مجموعه پول تزریق می‌کنیم.

وی ادامه داد: یک تولیدکننده شیفته کار خود است و به همین دلیل تحت سخت‌ترین شرایط سعی می‌کند واحد تولیدی خود را سرپا نگه دارد اما امیدواریم شرایط بهتر شود



حمید تعالی-مدیرعامل بادیس



احسان خرداد- مدیرعامل کوک تریکو



حسین خماریان- مدیرعامل اچ پلاس

