

تضاد منافع در تمام اصناف وجود دارد

اشاره:

مهندس یکتا، فارغ‌التحصیل مقطع کارشناسی رشته مهندسی تکنولوژی نساجی از دانشگاه صنعتی امیرکبیر و کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی EMBA از سازمان مدیریت صنعتی ایران است. وی فعالیت در صنعت نساجی را از گروه فرش مشهد در زمینه طراحی و پانچ نقشه آغاز کرد و سپس در شرکت‌های فرش ارمنان شیراز، نمایندگی شونهر آلمان، فناوری فرش امیرکبیر و آذرایک سولدوز به عنوان مدیر پروژه، مهندس فروش، مدیر اجرایی و مدیرعامل به کار در این صنعت ادامه داد.

وی سابقه هشت سال دبیری اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران را در پرونده کاری خود ثبت کرده و در حال حاضر به عنوان مدیرعامل موسسه مد و فشن دراپ به آموزش طراحی مد و دوخت می‌پردازد. به اعتقاد مهندس یکتا، صنعت نساجی و پوشاک از نظر حجم سرمایه‌گذاری و تعداد شاغلان گسترده‌تر و از لحاظ کیفیت به مراتب پیشرفت کرده است. زمانی مردم تمایلی به خرید کالای ایرانی نداشتند و همه دنبال پوشاک خارجی بودند ولی امروز برندهای ایرانی در جلب اعتماد مردم موفق عمل کرده‌اند و دیگر جنس خارجی با هر قیمت و کیفیتی نمی‌خرند. در واقع اولویت بخش عمده‌ای از مصرف‌کنندگان، خرید از یک برند معتبر ایرانی است سپس کالای خارجی زیرا اطمینانی نسبت به کیفیت کالای خارجی ندارند. متن کامل این مصاحبه از نظراتان می‌گذرد:

«آخرین گفت‌وگویی که با نساجی امروز انجام دادید در آذرماه ۱۳۹۸ با موضوع برگزاری نمایشگاه تخصصی پارچه ایرانی و ملزومات صنعت پوشاک انجام شد. دلیل عدم برپایی نمایشگاه مذکور چه بود؟ آیا در این فاصله همچنان به فعالیت در صنعت نساجی و پوشاک ادامه دادید؟»

هنگام تحصیل در رشته مهندسی نساجی، توانستم در شغل مرتبط با این رشته فعالیت کنم و خوشبختانه با مدیران موفق و سازمان‌های معتبری همکاری داشتیم که اطلاعات و تجارب ارزشمندی به من منتقل شد. پس از جدایی از «اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران» کاملاً به صورت اتفاقی در زمینه مد و فشن مشغول کار شدم و طی همکاری با اتحادیه صادرکنندگان نساجی ترکیه، نمایندگی یکی از زیرمجموعه‌های آن را در ایران (موسسه دراپ-فعال در حوزه آموزش و بازاریابی) برعهده گرفتیم.

یکی از مشکلات اصلی صنعت پوشاک ایران، تهیه مواد اولیه (پارچه) است و همان‌طور که می‌دانید تنوع طرح و رنگ پارچه در کشور ما بسیار پایین است و کیفیت برخی محصولات، نیاز تولیدکنندگان پوشاک را رفع نمی‌کند و با حجم انبوهی از واردات رسمی و غیر رسمی مواجهیم ولی به دلیل گستردگی فراوان بازار پارچه، اغلب کارگاه‌های زیرپله‌ای، مزون‌ها و خیاط‌ها، پارچه را به صورت آنلاین تهیه می‌کنند و به آسانی می‌توانم حدود ۳۰۰-۴۰۰ پیچ معتبر فروش آنلاین پارچه در اینستاگرام با ۵۰ میلیون تومان فروش هفتگی را به شما معرفی کنم. به اعتقاد من هر اتفاقی که در دنیا منجر به شکل‌گیری شبکه منسجم فروش شود؛ مثبت است و یکی از این شبکه‌ها در کشور ما پیرامون توزیع و فروش پارچه فعال می‌باشد. نمایشگاه پارچه (فابریک ویژن) با هدف گردهم آوردن این شبکه گسترده توزیع پارچه در قالب برپایی نمایشگاه بود اما جریانات نیمه دوم سال ۱۳۹۸ و شیوع کرونا مانع از برگزاری آن شد. خوشبختانه با توجه به انجام واکسیناسیون سراسری، کاهش نسبی کرونا و رونق مجدد نمایشگاه‌ها شاید بتوان ایده برگزاری فابریک ویژن را سال آینده به منصفه ظهور رساند.

«سابقه هشت سال دبیری اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک را در پرونده کاری خود ثبت کرده‌اید؛ ابتدای مصاحبه هم به تجربه فعالیت در صنعت اشاره داشتید، چطور از صنعت به کارهای تشکیلی روی آوردید؟»



تخصص فنی من، نصب ماشین آلات بافندگی فرش ماشینی بود و سال ۱۳۸۰ که در کاشان مشغول کار بودم، انجام اکثر امور کارخانه مانند برنامه ریزی تولید و ... به مهندس واگذار می شد چون کارگر به دلیل عدم تسلط به زبان انگلیسی قادر به کار با دستگاه های صنعتی نبود اما از سال ۱۳۸۷ به نظر می رسید دیگر جای مهندسین در کارخانه ها نیست چون مدیران ارشد دریافتند با کارگران دیپلمه و دستمزد پایین تر قادر به ادامه فعالیت هستند زیرا آن زمان سطح تحصیلات افراد بالاتر رفته بود و اغلب کارگران لیسانس یا فوق لیسانس داشتند. به یاد دارم در کاشان هم اپراتور دستگاه های بافندگی بودم و هم به عنوان مسئول سالن فعالیت می کردم و شاید طی ۲۴ ساعت حدود ۱۸ ساعت را در کارخانه می گذراندم!!! اما به تدریج کارگران آموزش دیده و ماهر جایگاه خود را پیدا کردند و در امور فنی نیاز چندانی به حضور مهندس نبود. مهندسین باید قابلیت های جدید کسب می کردند و وارد حیطه های مدیریتی می شدند. آقای مهندس جمشید بصیری مرا به اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک معرفی کردند و از آذر ۱۳۸۷ تا اول مهر ۱۳۹۵ به عنوان دبیر این تشکل فعالیت داشتیم. پیش از من آقای نادر سیف حدود ۴ سال در کسوت دبیر اتحادیه شناخته می شدند.

۴ این هشت سال فعالیت تشکلی چگونه سپری شد؟

در این هشت سال، اتفاقات بسیار خوب و اقدامات کاملاً جسورانه و مفید رخ داد و دلیل این عملکرد موفق را همراهی اعضای هیئت مدیره و در رأس آنها رئیس هیئت مدیره توانمند و حرفه ای (آقای محمود نبوی) می دانم. شاید شاخص ترین اقدام اتحادیه برگزاری نمایشگاه ایران مُد بود که سال اول (۱۳۹۱)، بدون دریافت مجوز و در قالب فستیوال برندهای پوشاک ایران این رویداد را برگزار کردیم و در دوره های بعدی نام آن به ایران مد تغییر کرد. برای برگزاری موفق و ماندگار ایران مد، با مشکلات بسیاری دست و پنجه نرم کردیم و مجوزهای مرتبط باید از وزارت ارشاد، سازمان توسعه تجارت و وزارت صمت اخذ می شد که هر کدام چالش های خود را داشتند.

فکر می کنم ایران مد در سال های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ دوران بلوغ خود را طی کرد و یکی از معدود نمایشگاه هایی است که در کنار اطلاع رسانی، بازاریابی نیز انجام می شود. برای ما بسیار جلب رضایت غرفه دار و بازدید کننده نکته بسیار مهمی بود که خوشبختانه به آن دست یافتیم.

یکی دیگر از اقدامات اتحادیه، برگزاری نمایشگاه اختصاصی ایران در مسکو بود؛ همچنین در تهیه و تدوین تنها استراتژی صنعت نساجی و پوشاک توسط وزارت صمت (علی رغم تمام ایرادات، انتقادات و نواقص آن)، تلاش خود را به عمل آورد تا دیدگاه ها و نظرات فعالان بخش خصوصی را به مسئولان ذی ربط انتقال دهد.

۴ به خاطر داریم که در رسانه های مختلف به عنوان نماینده اتحادیه مصاحبه های بسیاری انجام دادید...

همیشه در تشکل ها یک یا دو نفر باید مواضع بخش خصوصی را مطرح کنند که این وظیفه به من - دبیر اتحادیه - سپرده شد. برخی از این مصاحبه ها انعکاس و تأثیرات بسیار موثری داشت برای مثال تعدادی از تولید کنندگان پوشاک ترکیه تصمیم داشتند در یکی از دوره های ایران مد به عنوان غرفه دار شرکت کنند و این امر اصطکاک های فراوانی به وجود آورد که به نظرم مصاحبه های مختلف و پروپاگاندهایی که توسط اتحادیه در رسانه ها صورت گرفت؛ تأثیر فوق العاده ای داشت به طوری که از حمله رقیب، در راستای نمایش توانمندی های خود استفاده کردیم. آن زمان وزارت صنعت مجوز برپایی نمایشگاه را به صنعتگران پوشاک ترکیه داده بود اما حرکت اعتراضی اتحادیه باعث خرسندی آنان شد. برخلاف تصورات موجود، اتحادیه به هیچ وجه از حضور غرفه داران ترکیه ذی نفع نبود؛ البته مقاومت و جبهه گیری در مقابل واردات، کاملاً نادرست است. وقتی یک رقیب قدرتمند در همسایگی ماست از قدرت وی می توان به نحو احسن بهره مند شد. به شما اطمینان می دهم بسیاری از پیشرفت های صنعت نساجی ایران (به خصوص در بخش فرش ماشینی و پوشاک) به دلیل مجاورت با ترکیه است که دستاوردها آن

تبادلات تکنولوژیکی، پرورش نیروی کار متخصص و دسترسی به ماشین آلات مدرن است و اگر هم قاچاقی صورت گرفته به ترکیه و سایر کشورها ارتباطی ندارد و خود ما باید به قدری هوشمندانه عمل کنیم تا شاهد ورود کالای قاچاق به کشور نباشیم.

۴ به عنوان متخصصی که سابقه صنعتی و تشکلی دارد؛ وضعیت صنایع نساجی و پوشاک ایران را چگونه ارزیابی می کنید؟

اگر بخواهیم امروز را با ۱۰ سال پیش مقایسه کنیم؛ شاهد اتفاقات متعددی در این صنعت بوده ایم. نخست این که رشته پوشاک از حاشیه خارج شده و در صورت استمرار رشد و بالندگی آن، آرزوی پیشکسوتان و بزرگان صنعت یعنی تبدیل صنعت پوشاک به موتور محرک نساجی برآورده می شود. به لطف تلاش های بخش خصوصی و دولت در کنترل قاچاق (البته افزایش نرخ دلار نیز بی اثر نبود) سرمایه گذاری های جدیدی در صنایع پوشاک انجام شده است. در کنار آن در صورت بهبود روابط ایران و سایر کشورها و رفع محدودیت های بانکی، فرش ماشینی در رده های بالای صادرات غیرنفتی قرار خواهد گرفت در حالی که ده سال پیش کمتر کسی این صنعت را جدی می گرفت اما امروز دولت، رسانه ها و حتی مردم مسائل مربوط به صنایع نساجی را رصد می کنند.

در بخش تشکلی نیز تا سال های متمادی فقط انجمن صنایع نساجی ایران وجود داشت که بسیار قدرتمند بود و به نوعی پدرخوانده بخش خصوصی نساجی محسوب می شد اما در حال حاضر تعداد تشکل های تخصصی سراسری و استانی در صنعت پوشاک افزایش پیدا کرده که این نکته هم می تواند مثبت باشد و هم منفی! مثبت از این نظر که آموخته ایم در راستای تحقق اهداف مشترک در کنار همدیگر حرکت کنیم اما به یاد داشته باشیم رقیبان می توانند از اختلافات میان تشکل ها سوءاستفاده کنند مثلاً بارها پیش می آمد مراتب اعتراض خود را نسبت به حقوق ورودی یک محصول اعلام می کردیم اما تشکل همکار و هم صنف ما، نظر مخالف داشت؛ به این ترتیب دولت از تضاد منافع استفاده می کرد و جانب تشکلی که مقاصد وی را تأمین می کرد؛ می گرفت!

* کرونا چه تبعاتی بر صنعت نساجی و پوشاک داشت؟ در بخش طراحی، مد و پوشاک اثرات تأثیرات بدی داشت و حدود دو سال این بخش‌ها تعطیل شدند. یکی از ضربات اقتصادی آن کاهش درآمد مردم است به طوری که خرید پوشاک از اولویت مردم خارج شده و تأمین کالاهای اساسی را اولویت اصلی خود می‌دانند. در دوران پسا کرونا، شرکت‌های کوچک برای راه‌اندازی مجدد و اوج‌گیری نیازمند سرمایه‌گذاری هستند و سوال اینجاست که آیا سرمایه کافی در اختیار دارند یا خیر.

۴ از کسانی هستید که رشته دانشگاهی و زمینه فعالیت حرفه‌ای شما نساجی است. آیا تحصیل در رشته نساجی را به جوانانی که در آستانه انتخاب رشته هستند؛ توصیه می‌کنید؟ اصولاً بازار کار این رشته چطور است؟

قطعاً رشته‌ای را انتخاب می‌کنم که بخش خصوصی آن فعال و پویا باشد. نساجی یک صنعت بسیار گسترده در بخش خصوصی است و امکان فعالیت در آن محدود نیست. باید متناسب با نیاز بازار و شرکت‌ها رشته نساجی را انتخاب کنیم. بیست سال پیش اگر مهندسی می‌خواست وارد بازار کار شود دانستن زبان خارجی و توانایی کار با کامپیوتر یک مزیت بود ولی امروز تسلط بر چند زبان و دانش IT یعنی تسلط استفاده از تکنولوژی‌های روز دنیا و در کنار آن باید مهارت‌هایی در بخش فروش، بازاریابی و آموزش داشته باشیم؛ هر اندازه تعداد مهارت‌ها بیشتر باشد، امکان کسب درآمد و درخشش در بازار کار بالاتر خواهد بود. در این میان نساجی و پوشاک جزو رشته‌هایی است که ورود به کارخانه‌ها و واحدهای صنعتی آن سخت نیست چون شاخه‌های مختلف با سرمایه‌گذاری‌های کلان در آن وجود دارد.

اگرچه پیشرفت تکنولوژی در طراحی و ساخت ماشین‌آلات روز به روز بیشتر می‌شود و نیاز به حضور مستمر نیروی انسانی در کارخانه کاهش می‌یابد اما جوانان امروز رغبتی به انجام کارهای فیزیکی یا کار در محیط‌های صنعتی ندارند لذا تقاضا برای فعالیت در کارخانه‌ها بسیار کم است که در نوع خود یک تهدید و بحران جدی برای آینده به شمار می‌آید.

است که واحدهای نساجی به تولید انبوه می‌پردازند و نمی‌توانند هر روز نمرات نخ، تراکم و نوع تولیدات خود را تغییر دهند از طرف دیگر صنعت پوشاک نیاز به صدها متر نخ یا پارچه ندارد زیرا سرعت تغییر مد بسیار بالاست. به اعتقاد من اختلاف میان واحدهای نساجی و پوشاک حاصل وضع قوانین غلط است. نگاهی به حقوق ورودی بسیاری از مواد اولیه و واسطه طی ده سال اخیر، بیانگر نوسان بالای آنهاست، برای مثال حقوق ورودی الیافی که تولید داخل ندارد، قاعداً باید اندک باشد در حالی که برخی سال‌ها تعرفه واردات آن به ۱۱ درصد هم می‌رسید. فکر می‌کنم بیشتر از این که دنبال تضاد منافع باشیم باید قوانینی که چنین تضادی را به وجود آورده‌اند؛ اصلاح کرد.

۴ انجمن‌ها و اتحادیه‌ها چه نقشی در ایجاد تعادل میان نساجی و پوشاک ایفا می‌کنند و چه رسالتی برعهده دارند؟

مهم‌ترین رسالت شکل‌ها، همگرایی است و به نظر می‌رسد حرکات خوبی در این راستا انجام می‌شود زیرا تشکلهای نساجی و پوشاک در کنار همدیگر، تصمیمات مشترک می‌گیرند و این همگرایی باید برآمده از روح جمعی و در راستای کسب منافع گروهی باشد. در صورت تشکیل کنفدراسیون صنعت نساجی و پوشاک که تمام انجمن‌ها و اتحادیه‌های استانی و کشوری را در بر می‌گیرد، به صورت یکپارچه در جهت رفع مشکلات و هماهنگی میان بخش‌های مختلف نساجی گام برمی‌دارند. نکته بسیار مهمی که نباید فراموش کنیم و به نوعی شاه بیت مصاحبه ماست؛ این که وظیفه یک تشکل در کنار مطالبه‌گری؛ ارتقای دانش و اطلاعات، سهولت دسترسی اعضا به بازارهای جهانی و توانمندسازی اعضاست؛ یعنی اقداماتی که یک واحد تولیدی به تنهایی قادر به تحقق آنها نیست. به‌عنوان مثال تهیه آمار از میزان بهره‌گیری واحدهای تولیدی از آموزش‌های نوین بازاریابی دیجیتال توسط یک سازمان امکان‌پذیر نیست و بررسی چنین موضوعی وظیفه تشکل‌هاست.

در مجموع معتقدم صنعت نساجی و پوشاک از نظر حجم سرمایه‌گذاری و تعداد شاغلان گسترده‌تر و از لحاظ کیفیت به مراتب پیشرفت کرده است. زمانی مردم تمایلی به خرید کالای ایرانی نداشتند و همه دنبال پوشاک خارجی بودند ولی امروز برندهای ایرانی در جلب اعتماد مردم موفق عمل کرده‌اند و دیگر جنس خارجی با هر قیمت و کیفیتی نمی‌خرند. در واقع اولویت بخش عمده‌ای از مصرف‌کنندگان، خرید از یک برند معتبر ایرانی است سپس کالای خارجی زیرا اطمینانی نسبت به کیفیت کالای خارجی ندارند. * به تضاد منافع در صنایع نساجی و پوشاک اشاره کرد. به نظر می‌رسد این تضاد میان صنعتگران نساجی و تولیدکنندگان پوشاک بسیار محسوس است. از سویی صنعتگران نساجی برای حفظ بازار خود، خواهان افزایش تعرفه ورودی نخ و پارچه هستند ولی تولیدکنندگان پوشاک مخالف این امر هستند و معتقدند مواد اولیه مدنظرشان در ایران کیفیت مطلوبی ندارد و ناگزیر به واردات هستند... دیدگاه شما در این مورد چیست؟ آیا واحدهای ریسندگی و بافندگی از نظر کمی و کیفی توان رفع نیاز فعالان پوشاک را ندارند؟

طبعاً تضاد منافع در تمام اصناف و صنایع وجود دارد؛ مثلاً در صنعت نفت و گاز هم اختلافات بسیار جدی میان صنایع بالادستی و پایین دستی مشاهده می‌شود. در این زمینه می‌توانیم نگاهی به عملکرد سایر کشورها از جمله ترکیه داشته باشیم؛ هر نوع ماده اولیه (مانند الیاف، نخ و پارچه) که در این کشور تولید داخل ندارد، از طریق واردات تأمین می‌گردد و این واردات به دلیل بحث قیمت پایین است نه به دلیل کیفیت.

تضاد منافع را کسانی به وجود آورده‌اند که می‌خواهند از آب گل‌آلود، ماهی بگیرند! اگر یک واحد ریسندگی نمی‌تواند وظایف خود را به نحو احسن انجام دهد، چرا خریداران در صف طولانی خرید نخ از آن قرار می‌گیرند؟! اگر تولیدکننده پوشاک نیازمند مواد اولیه‌ای است که در ایران تولید نمی‌شود یا قیمت وارداتی آن پایین‌تر است؛ مشکل و محدودیتی برای واردات ندارد و اینگونه نیست که تضاد منافع باعث عقب‌ماندگی صنایع شود.

تفاوت مهم میان صنعت نساجی و پوشاک این