

۴مدهتی پیش در یکی از روزنامه‌ها، آماری منتشر شد که عکس‌العمل‌های بسیاری در جامعه به وجود آورد. این که طبق نظرسنجی صورت گرفته، ۶۹ درصد مردم از زندگی لذت می‌برند، ۵۲ درصد معتقدند مشکلات فعلی مربوط به دولت قبل است و ۷۵ درصد مردم از زندگی در ایران احساس آرامش می‌کنند...» اجازه دهید از همین موضوع گفت‌وگو را شروع کنیم؛ صنعتگران نساجی و پوشاک که جزئی از این «مردم» هستند؛ امسال را چگونه آغاز کردند و حال که چهار ماه از سال ۱۴۰۱ سپری می‌شود در چه شرایطی روزگار می‌گذرانند؟ آیا در زمره همان ۷۵ درصدی هستند که احساس آرامش می‌کنند؟!

تکلیف روزنامه‌های دولتی کاملاً مشخص است! در اغلب نظرسنجی‌هایی که انجام می‌دهند یا سوالات خاصی را مطرح می‌کنند که جواب‌های خاص خودشان را به دست آورند و یا در انتخاب جامعه آماری به صورت گزینشی عمل می‌نمایند!!! به اعتقاد من نتایج این نظرسنجی و ارقام اعلام شده، با واقعیت امروز جامعه ما فاصله زیادی دارد. لازم به ذکر است که بنده شخصی سیاسی نیستم و این مصاحبه هم در مورد مسائل سیاسی نیست اما باید عرض کنم که نه فقط برای تولیدکنندگان نساجی و پوشاک، بلکه برای اکثر فعالان صنعتی و تولیدی کشور، شرایط مساعد نیست.

تولیدکنندگان پوشاک به دو بخش صنفی و صنعتی تقسیم می‌شوند و در مقیاس‌های مختلف از زیرپله‌ای تا کارخانه‌های صنعتی (کمتر از ۴ درصد) به فعالیت ادامه می‌دهند. اغلب مجموعه‌های صنعتی برای رسیدن به اهداف کوتاه مدت خود استراتژی‌های سالانه تعریف می‌کنند که این که در مجموعه جامه‌پوش آرا، تدوین استراتژی سابقه‌ای ۲۵ ساله دارد و پیش از شروع سال جدید ارزیابی‌های فصلی در مورد استراتژی‌های گذشته صورت می‌گیرد اما چندین سال است به دلیل نوسانات شدید در مسائل مختلف اقتصادی از جمله نرخ ارز (با منشأ سیاسی) حتی امکان تدوین استراتژی سالانه نیز میسر نیست و به همین دلیل بسیاری از واحدهای تولیدی از جمله جامه‌پوش آرا اجباراً استراتژی شش ماهه تدوین می‌کنند

به هر حال رویکردهای سیاسی همواره برای ما مشکلات اقتصادی بوجود آورده و امسال نیز سیاست‌های اقتصادی جدید دولت باعث افزایش نامتعارف هزینه‌های سال ۱۴۰۱ گردیده و از این جهت نگرانی فعالان تولیدی



هر دم از این باغ...!

گفت‌وگو با مجید فاخر - بنیانگذار و مدیرعامل شرکت جامه پوش آرا

تهیه و تنظیم: مینا بیانی

اشاره:

«۴۱ سال در صنعت پوشاک فعال هستم و اگر این چهل سال را به دهه‌های مختلف تقسیم بندی کنیم، خواهیم دید هر دهه با یک چالش خاص روبرو بوده‌ایم و شرایط متفاوتی را پشت سر گذاشته‌ایم. به قول معروف هر دم از این باغ بری می‌رسد!!!» مدیرعامل جامه پوش آرا ادامه می‌دهد: «در حال حاضر شاید حدود ۵۰ درصد از حجم قاچاق پوشاک کاهش یافته اما هنوز به طور کامل متوقف نشده و این نگرانی همچنان وجود دارد که اگر شرایط رقابت پذیری صنعت پوشاک کشور نسبت به رقبای خارجی، افزایش پیدا نکند، طی سال‌های آینده شرایط نامساعدتری تجربه کنیم و خطر نابودی این صنعت توسط بعضی برندهای خارجی با توسل به روش‌های غیراخلاقی، بیش از هر زمان دیگری احساس شود.»

وی در مورد فعالیت تشکل‌های نساجی و پوشاک نیز عنوان داشت: «موازی کاری‌های بسیاری میان تشکل‌ها وجود دارد و در بعضی موارد یکصدا نیستند پس بهتر است برای جلوگیری از هرگونه تفرقه و موازی کاری، یا تعداد تشکل‌های موجود در صنعت نساجی و پوشاک کاهش یابد و یا در قالب کنفدراسیون نظام مهندسی یا شورای عالی همصدا شوند تا با قدرت و توان بیشتر تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان اجرایی کشور را موظف به شنیدن راهکارها جهت رفع مشکلات صنعت عظیم نساجی و پوشاک نمایند.»

افزایش یافته و بسیار محتاطانه عمل می‌کند زیرا افزایش نامتعارف حقوق و دستمزد، خود به تنهایی می‌تواند قیمت تمام شده محصولات را بالاتر از مشابه سال‌های گذشته افزایش دهد. از طرف دیگر به دلیل کاهش قدرت خرید مردم (که میزان آن بیش از پیش بینی فعالان اقتصادی بود) اولویت‌های هزینه کرد و خرید آنان متفاوت شده و به تامین اجاره بهای مسکن، مواد غذایی و دارو اکتفا می‌کنند و پوشاک در اولویت‌های بعدی آنان قرار می‌گیرد در نتیجه طی سه ماه گذشته، با کاهش محسوس تقاضا روبرو شده‌ایم، بدیهی است در این میان برخی واحدهای تولیدی کوچک از ادامه فعالیت باز می‌مانند ولی مجموعه‌های بزرگ صنعتی که طبق استراتژی و برنامه ریزی تدوین شده، مواد اولیه و ملزومات را از قبل تهیه کرده‌اند، امکان کاهش میزان تولید را نداشته و با کاهش فروش دچار چالش‌های گوناگون و آزاردهنده‌ای خواهند شد.

۹ و این روند دست و پنجه نرم کردن با چالش‌های مختلف همچنان ادامه دارد...

متأسفانه چشم‌انداز مثبتی مشاهده نمی‌شود همچنین در صورت عدم توافق نهایی طرفین برجام، شرایط مذکور نه تنها ادامه پیدا خواهد نمود بلکه با شدت و حدت بیشتری فعالان تولیدی و صنعتی را در چرخه مشکلات روزافزون گرفتار می‌نماید. بنابراین در این زمینه باید دو سناریوی کلی در نظر گرفت. سناریوی اول این است که برجام تحقق پیدا می‌کند و براین اساس با خوش بینی استراتژی جدیدی تدوین نمود و

در سناریوی دوم که عدم توافق برجام را در پی دارد، استراتژی دیگری بکار بست.

۴ با توجه به شرایط فعلی برجام و مذاکرات دوحه، بیشتر باید به سناریوی دوم فکر کرد؟! البته باید یادآور کنیم این مصاحبه سیاسی نیست اما وقتی تولید و صنعت تا این اندازه تحت سیطره سیاست قرار دارد، اشاره به آن گریزناپذیر به نظر می‌رسد!

بله، دقیقاً همین طور است و متأثر از سیاستگذاری‌هایی هستیم که شرایط مختلفی برابمان رقم می‌زند. سیاست امری غیرقابل پیش بینی است؛ چون برای اخذ یک تصمیم درست یا پیش بینی نزدیک به واقعیت، باید اطلاعات دقیق و صحیح در مورد موضوع داشته باشیم حال آنکه هیچوقت اطلاعات دقیق و به روز در اختیار نداریم در نتیجه غالباً پیش‌بینی‌ها با درصد خطای بالا همراه است.

۴ در این میان صنعتگران پوشاک به دلیل شیوع کرونا شرایط سخت تری را پشت سر گذاشتند و هنوز تبعات آن پابرجاست...

۴۱ سال در صنعت پوشاک فعال هستیم و اگر این چهل سال را به دهه‌های مختلف تقسیم بندی کنیم، خواهیم دید هر دهه با یک چالش خاص روبرو بوده‌ایم و شرایط متفاوتی را پشت سر گذاشته ایم. به قول معروف هر دم از این باغ بری می‌رسد!!!

۴ در چهار دهه سابقه تولیدی و صنعتی پوشاک، کدام دهه را بیشتر از بقیه دشوار تر



و با چالش بیشتر می‌دانید؟

تصویب قطعنامه ۵۹۸ و توقف جنگ ایران و عراق در سال ۱۳۶۷، شوک بسیار سنگینی بر بازار وارد کرد. در آن مقطع زمانی، نرخ‌ها کاهش یافت، مردم خرید خاصی انجام نمی‌دادند، فروشگاه‌ها نیز کالاهای مختلف خریداری شده را به تولیدکنندگان مرجوع می‌کردند و اسناد تعهدی یکی پس از دیگری برگشت می‌خورد؛ توقف تولید در بسیاری از واحدها ایجاد شده بود که جبران آن برای صنعت پوشاک کشور به سادگی امکان پذیر نبود.

از اواخر دهه ۷۰ تا سال ۱۳۸۲ ورود پوشاک قاچاق (چینی) به کشور افزایش بی سابقه‌ای پیدا کرد و صنعتگرانی که کالاهای قاچاق پذیر مانند پوشاک تولید می‌کردند؛ با مشکلات فراوانی (به خصوص در بخش فروش) روبرو شدند. در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ نیز شاهد هجوم فزاینده قاچاق پوشاک بودیم که این بار به واسطه حمایت‌های داخلی و خارجی فرش قرمزی برای تعدادی از برندهای خارجی گسترانده شد و در مدت کوتاهی رشد قاچاق گونه فروشگاه‌های عرضه پوشاک قاچاق را به همراه داشت و این دامپینگ وسیع برای تصاحب تقاضای پوشاک کشور، عملاً به دنبال فلج کردن تولید صنف و صنعت پوشاک بود. اگرچه با تلاش و پیگیری مستمر صاحبان صنایع و تشکل‌های بخش خصوصی، مسئولان ذی‌ربط سیاست‌ها و راهکارهایی پیشنهاد شده را برای مهار قاچاق اجرا کردند که تا حدودی موثر بود و در همین شرایط ناعادلانه رقابت، عیار توانمندی صنعتگران پوشاک کشور به اثبات رسید و همگان دیدیم در این دوره بسیاری از همکاران عزیزم با همت مضاعف و تلاش شبانه روزی بخش قابل توجهی از سکوهای فروش پوشاک را بار دیگر بدست آوردند.

در حال حاضر شاید حدود ۵۰ درصد از حجم قاچاق پوشاک کاهش یافته اما هنوز به طور کامل متوقف نشده است هرچند مسئولان امر، میزان قاچاق پوشاک به کشور را ۱/۸ تا ۲ میلیارد دلار اعلام می‌کنند اما به اعتقاد ما (تولیدکنندگان پوشاک) رقم واقعی قاچاق نزدیک به سه میلیارد دلار است. این نگرانی همچنان وجود دارد که اگر شرایط رقابت پذیری صنعت پوشاک کشور نسبت به رقبای خارجی، افزایش پیدا نکند، طی سال‌های آینده شرایط نامساعدتری تجربه کنیم و خطر نابودی این صنعت توسط بعضی برندهای خارجی با توسل به روش‌های غیراخلاقی، بیش از هر زمان



دیگری احساس شود.

به طور کلی در پاسخ به سوال شما باید عنوان کنم طی چهل سال اخیر، مشکلات تولید، پیک های متعدد و فراز و نشیب های بسیاری را پشت سر گذاشته و هر زمان که شرایط متعادل و باثبات تر بوده، صنعتگران نشان داده اند پویایی و انگیزه لازم برای رفع نیاز بازار داخلی را دارند.

واحد های نساجی از تولید کنندگان پوشاک گلایه دارند که ترجیح می دهند مواد اولیه مورد نیاز خود (مانند نخ و پارچه) را از سایر کشورها به خصوص ترکیه انجام دهند در حالی که مشابه آن توسط کارخانه های نساجی تولید می شود. در مقابل تولید کنندگان پوشاک هم معتقدند نخ و پارچه ای که در کشور تولید می شود از نظر کیفیت و بافت، نیازشان را تأمین نمی کند. دیدگاه شما در این مورد چیست؟ به عنوان تولید کننده پوشاک، مواد اولیه را از چه منابعی تهیه می کنید؟

تشخیص این واقعیت که کدام بخش درست می گویند؛ مستلزم وجود بانک های اطلاعاتی به روز و صحیح است که زنجیره تأمین نساجی و پوشاک را از نظر ظرفیت تولید و شرایط ارائه محصول به ذی نفعان را مشخص کند اما هیچوقت در کشور ما آمار دقیقی نداشته و نداریم و حتی با مراجعه به دفتر منسوجات و پوشاک وزارت صمت، باز هم آمار دقیقی به دست نخواهید آورد. تا زمانی که آمارها مشخص و دقیق نباشد، تشخیص ادعای درست یا نادرست صنعتگران نساجی و پوشاک امکان پذیر نیست اما متأسفانه تولید کنندگان پوشاک با دو مشکل بزرگ در زنجیره تأمین روبرو هستند. نخست این که حجم محصولات تولیدی کارخانه های نساجی پاسخگوی نیاز واحدهای تولیدی پوشاک نیست و این کمبود باید از طریق واردات قانونی برطرف گردد که البته در این بخش صنعت نساجی نیز با معضل قاچاق نخ و پارچه مواجه است.

دوم این که مواد اولیه مورد نیاز مصرف کننده نهایی منطبق با صنعت مد جهانی یا در داخل تولید نمی شود و یا از نظر کمی قابل توجه نیست و مجموعه های تولیدی مانند جامه پوش آرا که محصولات مد روز تولید می کنند؛ به دلیل

کمبود جدی مواد اولیه در بازار داخلی به خرید از منابع خارجی روی می آورند. مطلب بعد اینکه شاید ظرفیت اسمی ماشین آلات و دستگاه های صنعتی در بخش گردباف، تا حدودی پاسخگوی نیاز تولید کنندگان پوشاک باشد اما همین موضوع باعث شده برخی به اشتباه فکر کنند این نیاز به طور کامل برطرف می شود در حالی که به دو دلیل چنین نیست. اول اینکه ظرفیت کارخانجات نساجی به دلایل متعدد (از جمله مشکلات تأمین مواد اولیه) تکمیل نیست؛ دوم اینکه بخشی از کالاهای مورد نیاز صنعت پوشاک را تولید نمی کنند پس ظرفیت اسمی به تنهایی جوابگوی نیاز تولید کنندگان محصولات مد روز نیست.

چندماه پیش با هدف تأمین مواد اولیه از واحدهای توانمند نساجی کشور به نمایشگاه نساجی یزد مراجعه کردم زیرا به عنوان یک تولید کننده، اولویت نخست در تهیه مواد اولیه را بر خرید محصولات از هموطنان خود قرار داده ایم ولی متأسفانه کالاهای مدنظر ما وجود نداشت و بانک اطلاعاتی منسجم و کاملی هم در دسترس نیست تا اطلاعات واحدهای نساجی را براساس نوع و حجم تولیدات مورد مطالعه قرار دهیم در نتیجه چاره ای جز واردات باقی نمی ماند. از طرف دیگر بعضی کالاهای تولید داخل که از کیفیت مطلوبی برخوردار هستند؛ به دلیل منفعت طلبی یا زیاده خواهی برخی همکاران در قیمت اعلامی، اجحاف بسیاری صورت می گیرد و به نوعی ترجیح می دهیم خرید محدودتری صورت گیرد. همان طور که می دانید تعداد واحدهای مجهز به خط

کامل نساجی اعم از ریسندگی، بافندگی، رنگریزی و تکمیل زیاد نیست و قیمت گذاری همین تعداد محدود بسیار بالاتر (و غیر معقول تر) از نرخ های استاندارد جهانی است. شرایط فروش این قبیل واحدها به نوعی است که در دو بخش «سرمایه در گردش» و «زمان تحویل» دچار مشکل می شوید. به عبارت بهتر طبق برنامه ریزی های مجموعه، پارچه ای را باید تا دو ماه آینده تهیه کنید اما تولید کننده پارچه آن را زودتر از ۵ تا ۶ ماه تحویل شما نخواهد داد؛ ضمن این که باید ۴۰ تا ۵۰ درصد هزینه پارچه (آن هم ۳۰ درصد بالاتر از قیمت های جهانی) را ابتدا بپردازید. بنده هیچ تمایلی ندارم از واژه انحصارگرایی یا منوپل شدن محصولات استفاده کنم زیرا معتقدم همه اعضای زنجیره تأمین نساجی و پوشاک در یک کشتی نشسته ایم و در صورت عملکرد نادرست یک حلقه از زنجیره، تمام اعضا دچار آسیب های جدی خواهند شد لذا بیان بعضی کلمات صحیح نیست و قاطبه همکاران ما انسانه های شریف و منصف هستند و اصولاً تولید کننده یا صنعتگر بدخواه وجود ندارد که در این صورت شغل تولید و صنعت را انتخاب نمی نمود. شاید به ندرت برخی همکاران، شیطنت یا سوء استفاده ای انجام دهند اما نباید آن را به کل خانواده بزرگ نساجی و پوشاک تعمیم داد.

با تمام مشکلات و چالش هایی که در زمینه تأمین مواد اولیه مطرح شد؛ تولید کنندگان پوشاک (به ویژه عرضه کنندگان پوشاک مد روز) برای جلوگیری از توقف خطوط تولید و ادامه فعالیت

خود می بایست از مواد اولیه خارجی استفاده کنند. واقعیت این است که صنعت مد و فشن را ما به وجود نیاورده ایم و گسترش نداده ایم شاید در بعضی حوزه ها مانند پوشاک ایرانی- اسلامی بتوانیم حرفهایی برای گفتن داشته باشیم ولی به طور کلی مصرف کننده صنعت مد جهانی هستیم و آنقدر سرمایه گذار های کلان در کشورهای صاحب مد صورت گرفته و که ایران هنوز توانایی و دانش فنی کافی را ندارد لذا صنعتگران و تولیدکنندگان نساجی و پوشاک کشور باید بدانند کلیات فعالیتها و عملکردشان باید منطبق بر مد جهانی باشد.

وضعیت بهره گیری و استفاده واحدهای تولیدی پوشاک از ماشین آلات مدرن و تکنولوژی های پیشرفته در بخش طراحی، برش، دوخت و ... چگونه است؟

همان طور که در ابتدای مصاحبه اشاره شد، درصد اندکی از تولیدکنندگان پوشاک به صورت صنعتی فعالیت دارند و اغلب واحدهای کوچک مقیاس هستند. شاید در بسیاری از کشورها به دلیل پایین بودن هزینه نیروی انسانی برای سالهای متمادی از ماشین آلات ارزان قیمت استفاده شود اما بدون اغراق باید گفت در دهه های اخیر، صنعت ماشین سازی در پوشاک رشد فوق العاده ای تجربه کرده است پس بهره گیری از ماشین آلات جدید می تواند نقش مهمی در ارائه محصولات باکیفیت و قابل رقابت (از بخش تجهیزات طراحی گرفته تا برش، دوخت، بخار، بسته بندی و ...) ایفا نماید. معمولاً واحدهای بزرگ صنعتی از ماشین آلات نسبتاً به روز و مدرن استفاده می کنند اما به دلایل اقتصادی کمتر به نوسازی و بازسازی خطوط تولید می پردازند.

در دو بخش از مصاحبه اشاره داشتید تعداد واحدهای صنعتی پوشاک در کشور ما رقم بالایی به خود اختصاص نمی دهد، چرا؟ شاید اگر تعداد واحدهای صنعتی پوشاک بیشتر بود، واحدهای نساجی توجه بیشتری نسبت به رفع نیازهای صنعتگران پوشاک به نخ و پارچه باکیفیت و قیمت مناسب نشان می دادند و زمان تحویل هم به ۶ ماه نمی رسید!

تولید پوشاک فعالیتی است که هم با سرمایه اندک قابل بهره برداری و اشتغال زایی است و هم با اتکال بر سرمایه های کلان و تکنولوژی های روز نیز قابل پیاده سازی است اما در صنعت نساجی (به طور خاص ریسندگی) این امکان اصلاً وجود ندارد. در حوزه بافندگی، شرایط سهل تر و نیاز به

سرمایه گذاری کمتر از ریسندگی است اما به هر حال تهیه تجهیزات و دستگاه های تولید سرمایه سنگین می طلبد. در پاسخ به این سوال که چرا واحدهای کوچک پوشاک به سمت صنعتی شدن حرکت نمی کنند؛ باید عنوان نمایم مهمترین دلیل، سود ناکافی موجود در صنعت پوشاک است. رشد و توسعه یک صنعت نیازمند حمایت و پشتیبانی جدی مسئولان است تا به سودآوری مناسب صنعت منتهی شود؛ در نتیجه نه فقط تولیدکنندگان کوچک و متوسط به صنعتی شدن روی خواهند آورد بلکه سرمایه های فراوانی در کشور وجود دارند که مترصد ورود به کسب و کاری سودآور و پر بازده هستند. بنابراین یکی از راه های رشد صنعت پوشاک، سودآور کردن آن است. به این ترتیب هر صنعتی در کشور ما که از سود قابل قبولی بهره می برد؛ نقدینگی و سرمایه های موجود در جامعه به آن سمت سوق پیدا می کند.

در مجموع معتقدم دولت ها با سیاستگذاری های دقیق و درست اقتصادی باید صنایع اشتغالزا و دارای اولویت را تقویت کنند و تعادلی میان سود صنایع مختلف به وجود بیاورند تا سرمایه های کشور میان همگی آنها تقسیم شود ولی چون این اتفاق تاکنون رخ نداده، واحدهای پوشاک ناچاراً در همان مقیاس کوچک و متوسط به تولید ادامه می دهند و توجیهی برای حرکت در مسیر صنعتی شدن تا تغییر شرایط وجود ندارد.

برخی معتقدند سودآوری و بزرگ شدن در کشور ما مترادف است با زیر ذره بین قرار گرفتن و رصد مستمر توسط نهادهایی مانند بیمه، مالیات و ... و پرداخت هزینه های مختلف به عنوان گوناگون! لذا مدیران این قبیل مجموعه ها ترجیح می دهند همچنان در مقیاس کوچک و چراغ خاموش حرکت کنند و تمایلی به تولید صنعتی نداشته باشند.

بله مواردی که اشاره کردید بخش کوچکی از سیاست های کسب و کار نادرست است که فضا و عرصه برای رشد و توسعه صنعت پوشاک را تنگ می کند. از این موارد زیاد هستند و پرداختن به هر یک از آنها، چندین مصاحبه مفصل و جداگانه می طلبد!

به نظر می رسد نمی توان در مورد صنعت پوشاک سخن گفت و در مورد قاچاق و واردات غیرقانونی آن حرفی نزد کما این که به طور گذرا به حجم قاچاق پوشاک، فعالیت غیرقانونی برندهای خارجی و ... اشاره ای داشتید. مانند سایر همکاران خود موافق واردات پوشاک به کشور هستید اما به شرطها و شروطها! یعنی واردات فی نفسه اشکالی ندارد اما باید به صورت قانونی و تحت شرایط مساوی با تولیدکننده داخلی انجام گیرد... همین طور است؟

بله... در مورد قاچاق پوشاک نظرات متفاوتی مطرح می شود. یک گروه معتقدند اگر شرایط کشور به گونه ای پیش رود که مهار قاچاق امکان پذیر شود؛ واردات رسمی مشکلی به وجود نمی آورد و امکان رقابت از صنایع پوشاک داخلی سلب نخواهد شد؛ گروهی دیگر اعتقاد دارند با توجه به سوابق ناموفق در کنترل قاچاق و مرزهای گسترده کشور امکان توقف قاچاق تقریباً غیرممکن است بنابراین می بایست چندسال تنفس به صنایع دارای مزیت از جمله پوشاک داده شود و شرایط رقابتی تولیدکنندگان به سطحی برسد که در صورت آزادسازی واردات، قادر به رقابت باشند. من قائل به گزینه دوم یعنی ارائه مهلت به تولیدکنندگان پوشاک برای توانمندسازی و رقابت پذیری بیشتر هستم.

در مورد صادرات پوشاک چه دیدگاهی دارید؟





همچنین ارائه پیشنهادات صنعتگران به مسئولان دولتی ضروری است. به اعتقاد من موازی کاری‌های بسیاری میان تشکل‌ها وجود دارد و در بعضی موارد یکصدا نیستند پس بهتر است برای جلوگیری از هرگونه تفرقه و موازی کاری، یا تعداد تشکل‌های موجود در صنعت نساجی و پوشاک کاهش یابد و یا در قالب کنفدراسیون نظام مهندسی یا شورایعالی همصدا شوند تا با قدرت و توان بیشتر تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان اجرایی کشور را موظف به شنیدن راهکارها جهت رفع مشکلات صنعت عظیم نساجی و پوشاک نمایند. به اعتقاد من، در دوران طفولیت ایجاد و راهبری تشکل‌ها به سر می‌بریم حتی با وجودی که برخی تشکل‌ها قدمت قابل توجهی دارند اما حرکات مناسب، صحیح و قابل قبولی در مواجهه با بعضی مسائل و مشکلات صنعت صورت نگرفته است که امیدوارم با انسجام بیشتر این امر حاصل شود که ایجاد «دبیرخانه مشترک تشکل‌های صنعت پوشاک کشور» در چهار سال گذشته شروع مناسبی برای پیاده‌سازی این مشارکت بوده است.

«مطلب نهایی...»

راه نجات صنعت نساجی و پوشاک کشور، رقابت‌پذیر نمودن آن با رقبای جهانی است و دستیابی به این امر مستلزم تلاش مضاعف صاحبان صنف و صنعت در جهت افزایش دانش فنی در کلیه حوزه‌های مرتبط و به‌روز نمودن تولیدات مطابق با مد جهانی و همچنین حمایت‌های دولت را می‌طلبد. متأسفانه هنوز استراتژی و سند راهبردی در این صنعت تدوین یا اجرایی نشده است.

در دنیای امروز بهره‌گیری از فناوری‌های روز مانند نانو تکنولوژی و استفاده بیشتر از استارت‌آپ‌ها یک اصل غیرقابل انکار به شمار می‌آید و حرکات توسعه‌ای باید در مسیری انجام شود تا جذب‌کننده سرمایه‌های کشور به این صنعت باشند.

همکاران و تولیدکنندگان پوشاک تقاضا می‌کنم توانمندی خود را باور کنند و اطمینان داشته باشند آینده متعلق به آنان است چون به مرور زمان، برند ارزش معنوی خود را پیدا خواهد کرد.

«می‌دانیم در کنار تولید، سابقه انجام فعالیت‌های تشکلی هم دارید و یکی از چهره‌های موثر در شکل‌گیری و هدایت انجمن صنایع پوشاک ایران شناخته می‌شوید. ارزیابی شما از نقش تشکل‌های بخش خصوصی نساجی و پوشاک در میزان اثرگذاری بر تصمیمات متولیان دولتی (بیرامون مسائل مرتبط با این صنعت چیست؟) فکر می‌کنید تا چه میزان شنوای دیدگاه‌های تشکل‌ها هستند و بر تصمیم‌گیری آنان اثر می‌گذارد؟»

حدود هفت سال پیش شنیدم که انجمنی به صورت تخصصی در حوزه پوشاک در حال تأسیس می‌باشد و از آنجائیکه سالیان طولانی است که عضو «انجمن صنایع نساجی ایران» و همچنین «اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران» هستیم اما به نظرم رسید به دلیل فعالیت تخصصی انجمن صنایع پوشاک ایران و توجه کمتر سایر تشکل‌ها به این صنعت، در انتخابات دوره اول، دوم، سوم و چهارم نامزد شده و با لطف و عنایت دوستان، به عنوان عضو هیئت مدیره انجمن انتخاب شدم (البته در دوره چهارم استعفای خود را در بهمن ماه ۱۴۰۰ به دلایلی اعلام نمودم و از هیئت مدیره جدا شدم). در مورد اثرگذاری تشکل‌ها باید عنوان کنم تولیدکنندگان صنفی و صنعتی پوشاک، نیازها، مشکلات، راهکارها و پیشنهادات مشخص، دقیق و منطقی خود را کمتر ارائه می‌کنند و این امر باعث می‌شود دولتمردان توجه چندانی به صنعت پوشاک نداشته باشند؛ پس وجود تشکل‌ها برای تشخیص و اعلام نیاز و

آیا در شرایط اقتصادی فعلی، صادرات امکان‌پذیر و منطقی است؟

تا سال ۱۳۸۲ به صورت غیرمستقیم به آلمان، قزاقستان، امارات، عمان و ... صادرات داشتیم اما شرایط رقابتی از نظر قیمت، کیفیت و تنوع محصولات به تدریج از بین رفت و به این نتیجه رسیدیم که متأسفانه در بخشی که ما فعالیت می‌کنیم؛ صادرات توجیهی ندارد و اغلب کشورها نیاز خود به پوشاک را از کشورهای مثل چین، ترکیه و ... تأمین می‌کنند. البته صادرات بعضی اقلام خاص همچنان ادامه دارد که آن هم در مقابل حجم عظیم صادرات پوشاک جهانی رقم چشمگیری نیست. تمایل دارم از این فرصت استفاده کرده و اعلام نمایم متأسفانه بسیاری از کالاها و محصولات کشور تولید می‌شوند، با مارک‌های تقلبی و فیک به دست مردم می‌رسند و لذا از این تولیدکنندگان درخواست می‌کنم به این کار ادامه ندهند زیرا وقتی در بحث کیفیت و قیمت آنقدر توانمند هستند که کالاهای فیک را به جای محصول اصلی به مصرف‌کننده عرضه می‌نمایند؛ پس می‌توانند با برند خود و عنوان «ساخت ایران»، محصولاتشان را به فروش برسانند.

«شاید مشکلشان همینجاست که اگر برچسب ساخت ایران بر محصولاتشان الصاق کنند، مردم دیگر خرید نکنند!»

بله... این موضوع برایم قابل درک است اما نمی‌توانم بپذیرم جهت نمایش و عرضه توانمندی‌های خود به مصرف‌کننده نهایی تلاشی نکنیم. جامعه پوش آرا سالیان سال است غیر از برند خود، هیچ برندی را تحت هیچ عنوانی عرضه نمی‌کند شاید در سال‌های نخست، این کار برایمان سخت و هزینه‌بر بود اما تحمل کردیم و به مرور همانند سایر برندهای مطرح پوشاک، توانستیم جایگاه شایسته‌ای نزد مردم پیدا نماییم به طوری که امروز برندهای پوشاک ایرانی در سراسر کشور با افتخار محصولات خود را به مصرف‌کننده ارائه و در مقابل مردم نیز با رضایت و اعتماد کامل پوشاک تولیدی هموطنان خود را انتخاب می‌نمایند.

جالب است بدانید بعضی مشتریان اعلام می‌کنند پوشاک که از خارج کشور تهیه کرده اند بعد از چندبار استفاده و شست و شو کیفیت اولیه خود را از دست داده در حالی که محصولات جامعه پوش آرا و اکثر برندهای پوشاک ایرانی همچنان جذابیت روزهای اولیه خود را حفظ کرده است و نه تنها از نظر کیفیت قادر به رقابت با مشابه خارجی است بلکه در مواردی به اصطلاح «جنس بهتری دارد». رسیدن به این جایگاه بیش از هر نکته دیگری، بیانگر زحمات و تلاش هنرمندان، متخصصین و نیروهای انسانی ماست لذا از تمام