



# در جنگ اقتصادی تمام عیار به سر می‌بریم

تهیه و تنظیم: مینا بیانی

اشاره:

هفتمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ایران «ایران مد ۲۰۱۹»، با مجوز رسمی از سازمان توسعه تجارت ایران و بنیاد ملی مد و لباس اسلامی ایرانی و نظارت و همکاری «اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران»، «انجمن صنایع پوشاک ایران» و «اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران» در سالن‌های B و ۳۸A و B و ۴۱A محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برپا شد.

در مراسم افتتاحیه این نمایشگاه مهندس افسانه محرابی - مدیر کل دفتر نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صمت -، ابراهیم درستی - نماینده وزیر صمت در اصناف کشور و عضو هیئت رئیسه اتاق اصناف ایران و تهران، الیاس حضرتی - رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس -، پیمان زندگی - رئیس مرکز اصناف و بازرگانان -، ابوالقاسم شیرازی - اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران - و روسای تشکل‌های صنایع پوشاک حضور داشتند.

این نمایشگاه توانست ۱۱۸ شرکت داخلی را در گروه‌های کالایی پوشاک زنانه، مردانه، بچه‌گانه و پارچه لباسی دور هم جمع کند. کل فضای سرپوشیده (ناخالص) ایران مد ۱۱۷۰۵ متر مربع، متراژ (مفید) سرپوشیده داخلی ۷۳۱۹/۵ متر مربع و متراژ (مفید) سرپوشیده خارجی ۹۲ متر مربع بود.

تنها شرکت‌کننده خارجی ایران مد از کشور چین بود و این نشان می‌دهد نمایشگاه ایران مد، در جذب شرکت‌کنندگان خارجی به دلایل مختلف عملکرد چندان قابل توجهی نداشته و تمام تمرکز خود را بر ارائه توانمندی‌های تولیدکنندگان پوشاک ایرانی گذاشته است.

در صورت مقایسه ایران مد امسال با مشابه سال گذشته متوجه می‌شویم که در بخش متراژ کل نمایشگاه، رشد ۴۰ درصدی را تجربه کرده و از ۸۳۸۴/۵ متر مربع به ۱۱۷۰۵ متر مربع رسیده است. تعداد شرکت‌های داخلی نیز از ۶۹ شرکت به ۱۱۸ شرکت رسیده که بیانگر رشد ۶۸ درصدی است. در زمینه شرکت‌های خارجی نیز ایران مد سال گذشته، موفق به جذب شرکت‌کننده خارجی نشد در حالی که امسال دو شرکت از چین در ایران مد حضور داشتند. متراژ کل شرکت‌های داخلی نیز از رقم ۴۷۲۸/۲۰ متر مربع به ۷۳۱۹/۵ متر مربع افزایش یافت و به این ترتیب به رشدی ۵۳ درصد دست یافت.

## نهمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک ایران



### گفت‌وگو با تعدادی از غرفه‌داران ایران مد ۹۸

تولید پارچه با استفاده از پشم شتر

«شرکت نیک‌ریس زنجان» بیست سال سابقه فعالیت در صنایع نساجی کشور را دارد و کلیه مراحل ریسندگی، بافندگی و رنگرزی (نخ و پارچه) در این مجموعه انجام می‌شود. ۹۰ درصد تولیدات نیک‌ریس، پارچه‌های تریکو (کشپاف) است و حدود ۷۰-۸۰ درصد نیاز کشور در این بخش را برطرف می‌نماید.

پیمان رئوف‌پناه - مدیرعامل - پس از ارائه توضیحات فوق ادامه داد: یکی از برندهای مطرح صنعت نساجی شناخته می‌شویم و محصولاتمان تا چهارماه آینده پیش فروش شده‌اند و سفارشات کاری که دریافت می‌کنیم برای ۱۵ فروردین ۹۹ به بعد است.

وی گفت: طی ۲۰ سال تولید، مدرن‌ترین دستگاه‌های نساجی را نصب و راه‌اندازی کرده‌ایم و به تازگی دو طرح توسعه را با موفقیت به ثمر رسانده‌ایم؛ براین اساس هشت تن پارچه رنگرزی شده با اشتغال‌زایی برای ۷۵ نفر به ظرفیت کارخانه افزوده خواهد شد، بخش بافندگی نیک‌ریس نیز اواسط فروردین سال آینده فعالیت خود را آغاز می‌کند.

به گفته رئوف‌پناه، ظرف دو سال آینده چهار سوله ۱۲ هکتاری با هدف راه‌اندازی سالن جدید ریسندگی و بافندگی احداث خواهد شد. تمام ماشین‌آلات مورد نیاز از کشورهای آلمان و سوئیس تهیه شده‌اند که خوشبختانه مدیران این شرکت‌ها به دلیل شناخت قبلی نیک‌ریس و اعتمادی که طی بیست سال کسب کرده‌اند، در زمینه فروش ماشین‌آلات محدودیتی برای ما به وجود نیاورده‌اند اما در زمینه واردات مواد اولیه با مشکل انتقال ارز مواجهیم. لازم به توضیح است که ۹۰ درصد مواد اولیه مصرفی مانند رنگ، پنبه و ماشین‌آلات وارداتی هستند و تولید داخلی ندارند. مدیرعامل نیک‌ریس خاطر نشان کرد: اگر دولت تمهیداتی برای رفع نیاز واحدهای ریسندگی به مواد اولیه بیندیشد، در رفع بخش عمده‌ای از مشکلات صنعتگران کمک شایان توجهی انجام داده است.



موافق ممنوعیت واردات پوشاک هشتم

وی یادآور شد: دو سال پیش با همت زنده‌یاد بهبهانی- مالک و بنیانگذار نیک‌ریس- با نام تجاری «زامینی‌پوشان» به دوخت پوشاک پرداختیم اما متأسفانه به دلیل پیچیدگی‌های خاص حوزه دوخت و عدم تسلط کافی نسبت به مقوله طراحی و مد، ترجیح دادیم بر تخصص اصلی نیک‌ریس یعنی تولید نخ و پارچه متمرکز شویم اما جالب است بدانید سالیانه حدود ۵۰-۱۰۰ محصول جدید به بازار عرضه می‌کنیم که بسیاری از آنها در کشورهای همسایه مانند ترکیه تولید نمی‌شوند و پارچه‌های کشف‌مورد نیاز شعبات برخی از برندهای این کشور مانند «ال سی وای کی کی» و «دی فکتو» در ایران را تأمین می‌کنیم.

رئوف‌پناه در مورد نمایشگاه پوشاک تهران گفت: با توجه به مدیریت جوان مجموعه طی یک‌سال گذشته- خانواده زنده‌یاد بهبهانی- نیاز به معرفی هیئت مدیره جدید در بازار وجود داشت که با حضور در نمایشگاه این هدف تحقق یافت. همچنین برقراری ارتباط مستقیم با تولیدکنندگان پوشاک و تعامل با مصرف‌کنندگان واقعی جهت رفع نیازهای آنان به مواد اولیه مرغوب، از سایر اهداف نیک‌ریس برای شرکت در ایران مد محسوب می‌شوند. در این نمایشگاه برای اولین بار پارچه با استفاده از پشم شتر ارائه کرده‌ایم که تعداد تولیدکنندگان آن در دنیا انگشت‌شمار هستند. قیمت این نوع پارچه در مقایسه با سایر پارچه‌های نیک‌ریس ۱۰ درصد ارزان‌تر است، لطافت و گرمای خاص خود را دارد و اغلب برندهای مطرح پوشاک برای خرید پارچه مذکور اعلام آمادگی کرده‌اند.

«شرکت ویستور» به مدیریت سید محمدعلی یاسینی در زمینه تولید و پخش انواع پوشاک زنانه (تی‌شرت، بلوز، تاپ، تونیک، سارافون، شلوارک، شلوار، مانتو، نیم‌تنه و ساپورت ورزشی) فعال است و حجم تولیدات ماهیانه ویستور حدود ۷۰ الی ۶۰ قطعه پوشاک می‌باشد.

وی اظهار داشت: ۸۰ درصد مواد اولیه همچون نخ و پارچه از تولیدکنندگان داخلی تأمین می‌شود که کیفیت و قیمت قابل قبولی دارند اما تجهیزات جانبی و بخشی از پارچه‌های مختص پوشاک ورزشی، وارداتی هستند. یاسینی ادامه داد: به‌عنوان تولیدکننده موافق ممنوعیت واردات پوشاک هشتم زیرا توان و استعداد تولیدکنندگان پوشاک کشور بسیار بالاست که کم‌این که کاهش قاچاق پوشاک، شوک بزرگی به تولیدکنندگان ایرانی وارد کرد و انگیزه بسیاری از آنان را جهت ارائه محصولات باکیفیت و طبق سلیقه مصرف‌کنندگان افزایش داد، البته تولیدکنندگان مطرح و باسابقه در این زمینه مشکلی ندارند زیرا مردم محصولات آنان را به‌عنوان پوشاک با دوام و متنوع می‌شناسند.

مدیرعامل ویستور، خواهان تداوم مبارزه با قاچاق پوشاک شد و ابراز امیدواری کرد برخی تولیدکنندگان پوشاک کشور (به خصوص برندهای متفرقه و بدون نام و نشان) از این شرایط سوءاستفاده نکنند و با توجه به عدم واردات پوشاک خارجی و افزایش نرخ دلار، محصولات خود را بدون توجه به اصول کیفی و استفاده از مواد اولیه درجه دوم و سوم، با قیمت‌های

گزارف و غیرمنطقی روانه بازار مصرف نکنند.

وی تصریح کرد: در سال‌های دور استفاده از مواد اولیه درجه چندم، کاستن از کیفیت کالای صادراتی، تحویل ناقص و نیمه‌کاره سفارشات مشتریان خارجی باعث شد حجم قابل توجهی از بازارهای صادراتی کشورهای همسایه را از دست بدهیم و به اعتقاد من این کار خیانت بزرگی در حق صنعت پوشاک و تولیدکنندگان خوش‌نام و موفق این صنعت است. به اعتقاد این تولیدکننده، طی دو سال اخیر فرصت بسیار ارزشمند و خوبی برای صادرات به وجود آمده که باید با ارائه محصولات مرغوب و متنوع، اعتماد مصرف‌کنندگان را نسبت به پوشاک ایرانی احیاء نماییم و بازارهای از دست رفته را به دست آوریم.

یاسینی، «عدم حمایت تشکل‌ها و اتحادیه‌های پوشاک و حتی در بعضی موارد مشکل‌تراشی آنان برای تولیدکنندگان» و «قوانین مربوط به بیمه‌های کارگری» را از چالش‌های مهم فعالان صنعت پوشاک قلمداد کرد و گفت: طبق قانون، حق بیمه تأمین اجتماعی برای کارگاه‌های تولیدی تا ۵ نفر کارگر ۱۰ درصد و بیش از ۵ نفر ۳۰ درصد است اما این قانون غیرمنصفانه می‌باشد زیرا نگرانی و دغدغه ذهنی کارفرمایان در صورت گسترش واحد تولیدی و اشتغال‌زایی بیشتر به دلیل پرداخت حق بیمه بالاتر، افزایش پیدامی‌کند.

شرکت ویستور نیز برای نخستین بار در نمایشگاه پوشاک تهران حضور داشت. یاسینی در این زمینه گفت: برای عرض اندام و نمایش محصولات تشکیل



بهمن راقه‌بانه - مدیرعامل نیک‌ریس زنجان



سید محمد علی یاسینی (سمت راست) - مدیرعامل شرکت ویستور



صادق خسرو زاد - مدیرعامل تولیدین



و قابل رقابت به خارجی‌ها در نمایشگاه شرکت کردیم و با استقبال خوب فروشگاه‌داران ایرانی هم روبرو شدیم اما به ما قول حضور بازدیدکنندگان و غرفه‌داران خارجی را داده بودند و به همین دلیل مترجمین عربی و انگلیسی در غرفه خود مستقر کردیم که متأسفانه این وعده عملی نشد.

#### نوسان شدید نرخ دلار؛ یکی از معضلات تولیدکننده

«شرکت تولیدین» از سال ۱۳۹۰ تولید پوشاک کژوال و عصر زنانه (کت مانتویی، سارافون، شومیز، کت بلند، کت و دامن، کت و سارافون، کت و شلوار و مانتو) را آغاز کرده است، در حال حاضر نزدیک به ۵۰ نفر (به صورت مستقیم) در این واحد تولیدی مشغول کار هستند و محصولات تولیدین توسط عاملین فروش در سراسر کشور توزیع می‌شود.

**صادق خسرو زاد - مدیرعامل -** اضافه کرد: به تازگی بخشی از مواد اولیه را از کارخانه‌های مطرح و معتبر کشور تهیه می‌کنیم اما به دلیل کیفیت نه چندان ایده‌آل برخی از مواد اولیه داخلی، بخش عمده‌ای از مواد اولیه ما وارداتی هستند که به دلایل مختلف از جمله افزایش هزینه‌های گمرکی، بسیار دیر به دستمان می‌رسند.

وی گفت: پیش از اعلام ممنوعیت واردات پوشاک باید زیرساخت‌های لازم جهت تأمین مواد اولیه مدنظر قرار می‌گرفت زیرا این موضوع، دغدغه نخست تمام تولیدکنندگان ایرانی است. همچنین ضعف تولید تجهیزات جانبی (آکسسوری) در صنعت پوشاک بسیار مشهود می‌باشد و همواره در زمینه تأمین آکسسوری دچار مشکل می‌شویم.

به اعتقاد خسرو زاد، یکی از معضلات تولیدکننده نوسان شدید نرخ دلار است که توازن خرید و فروش را (به خصوص در شب عید) به هم می‌زند. «کمبود نیروی متخصص و آموزش دیده به خصوص خیاط ماهر و حرفه‌ای» یکی دیگر از مشکلات صنعت پوشاک است.

مدیرعامل تولیدین اذعان داشت: یکی از تولیدکنندگان پارچه ترکیه معتقد است طراحان این کشور باید از طراحان ایرانی الگوبرداری کنند؛ به لطف خداوند در این

زمینه نیازی به ایده سایر کشورها - حتی ترکیه - نداریم. خسرو زاد که برای بار دوم به‌عنوان غرفه‌دار در نمایشگاه ایران مد حضور داشت، گفت: یکی از اهداف حضور ما سنجش توانمندی‌های تولیدین در کنار سایر تولیدکنندگان مطرح و خوش‌نام پوشاک است و خوشبختانه به این هدف دست پیدا کردیم.

وی در پایان گفت: تبلیغات تلویزیونی در جذب مخاطب بسیار اثرگذار است اما بهتر بود تبلیغات بیشتر و فراگیرتری در مورد نمایشگاه پوشاک تهران انجام می‌شد.

#### افزایش نرخ دلار؛ یک تهدید، یک فرصت

«شرکت بای‌سز» از سال ۱۳۷۲ به طور تخصصی تولید شلوارهای زنانه را آغاز کرد، از سال ۱۳۹۰ تولید دامن و شومیز را به سید محصولات خود افزود و حجم تولیدات ماهیانه این شرکت بالغ بر هشت هزار قطعه است. محصولات بای‌سز به صورت B2B توزیع می‌شوند و این مجموعه خود را مقید به رفع نیاز کسب‌وکارهای B2C می‌داند.

**حسین منیعی - مدیرعامل -** ادامه داد: تا سه سال پیش تمام مواد اولیه مصرفی بای‌سز از ترکیه و چین تهیه می‌شد اما در حال حاضر حدود ۷۰ درصد از ترکیه و چین و ۳۰ درصد از محصولات داخلی تأمین می‌شود. وی افزایش نرخ دلار را برای تولیدکنندگان پوشاک یک فرصت و یک تهدید برشمرد و گفت: هر کالایی از نیروی کار، مواد اولیه و آکسسوری شکل می‌گیرد و بالا بودن نرخ دلار، می‌تواند محصولات ما را خارج از کشور با قیمت مناسب‌تری عرضه کند اما قطعاً برای مصرف داخلی، قیمت محصولات ما گران است و مصرف‌کنندگان به دلیل کاهش توان اقتصادی، در خرید دچار مشکل می‌شوند.

منیعی افزود: مخاطبان بای‌سز اقشار متعلق به دهک ۷ و ۸ است و معمولاً این افراد، محصولات مورد نیاز خود را خارج از کشور استفاده می‌کنند؛ در نتیجه محصولات ما قابل رقابت با مشابه خارجی هستند.

مدیرعامل بای‌سز بیان داشت: جهان به سمت یکپارچگی حرکت می‌کند لذا از واردات پوشاک گریزی نیست اما واردات قانونمند و رسمی، تولیدکنندگان



حسین موسوی - مدیرعامل بای سز



پویا رضاخانی - مدیرعامل کارن



نیست

منیعی در مورد نمایشگاه ایران مد گفت: نمایشگاه، بهترین و مطمئن‌ترین شکل عرضه کالا است و نمایشگاه امسال می‌توانست با همکاری رسانه ملی در تبلیغات و اطلاع‌رسانی گسترده‌تر و جذب بازدیدکنندگان بیشتر به مراتب بهتر و موفق‌تر عمل کند. ازدحام و شلوغی روز اول این نمایشگاه بیشتر به دلیل دید و بازدید صنعتگران و همکاران با همدیگر بود و به صورت موردی، مشتریانی از شهرهای مختلف مشاهده می‌شد؛ ای کاش مدیران تمام فروشگاه‌های سراسر ایران از این نمایشگاه بازدید به عمل می‌آورند و شاهد نمایش محصولات با کیفیت و رقابت‌پذیر ایرانی می‌شدند.

### در بخش تریکو بسیار قدرتمند هستیم

«مجموعه تولید و پخش پوشاک بچه‌گانه کارن» هفت سالی است که به طور تخصصی تولید پوشاک بچه‌گانه را آغاز کرده و کلیه مراحل تولید شامل بافت پارچه، رنگرزی، تکمیل، طراحی، برش، چاپ، گلدوزی، دوخت، بخار و بسته‌بندی محصولات توسط ۴۰ نفر نیروی در داخل مجموعه انجام می‌شود.

پویا رضاخانی - مدیرعامل - ضمن بیان این مطلب که نهایت تلاش خود را برای استفاده از مواد اولیه مرغوب به عمل می‌آوریم و تمام مواد اولیه مصرفی ما، تولیدات باکیفیت داخلی است، افزود: به دلیل افزایش چندبرابری قیمت پارچه در زمینه قیمت تمام شده با مشکلاتی مواجه هستیم.

وی ادامه داد: ۱۵ خرداد امسال در نمایشگاه بغداد شرکت کردیم و توانستیم کانال‌های موثری جهت صادرات پیدا کنیم اما واقعیت این است که علی‌رغم پرداخت هزینه‌های هنگفت اخذ غرفه به یک شرکت بی‌نام و نشان و گمنام، هیچ تبلیغات و اطلاع‌رسانی برای برپایی این نمایشگاه در بغداد صورت نگرفته بود، تعداد بازدیدکنندگان بسیار اندک بود و مجبور شدیم کاتالوگ‌های شرکت را شخصاً در بازار بغداد توزیع نماییم! نکته جالب مورد اشاره کسبه بازار بغداد این بود که می‌گفتند کل بازار پوشاک عراق در دست ترکیه است و ایرانیها به دلایل مختلف مانند هزینه‌های بالای

ایرانی هیچ مشکلی با ورود برندها و کالاهای خارجی ندارند منتها به این شرط که واردکنندگان تمام عوارض گمرکی را بپردازند.

وی خاطر نشان کرد: تمام محصولات عرضه شده در نمایشگاه پوشاک تهران، قابل رقابت با محصولات خارجی هستند؛ مگر کالای خارجی چه فاکتورهایی دارد که ما از آن بی‌بهره‌ایم؟!

منیعی ضمن اشاره به رشد و توسعه صنعت پوشاک طی چند سال اخیر گفت: تمام محصولات بای سز دارای ضمانت‌نامه هستند و در صورت وجود مشکل یا نقص در کالا، مصرف‌کنندگان نهایی می‌توانند آن را مرجوع و با کالای نو تعویض نمایند.

به گفته وی، امروز در یک جنگ اقتصادی تمام عیار به سر می‌بریم، بدون شک سربازان و نیروهای رزمنده این جنگ، تولیدکنندگان و صنعتگران هستند که به حمایت و همراهی مسئولان دولتی نیاز دارند اما متأسفانه بسیاری از قوانین و مقررات کشور ضد تولید هستند. دولت برای تأمین نقدینگی و هزینه‌های کشورداری به بخش تولید و صنعت فشار وارد می‌کند و تولیدکننده بارها و بارها به عناوین مختلف باید مبالغی به سازمان‌های دولتی بپردازد و مصرف‌کننده نهایی کالا را چند برابر قیمت خریداری می‌کند.

مدیرعامل بای سز تصریح کرد: تولیدکنندگان کشوری مانند ترکیه، بدون هیچ‌گونه محدودیتی به فعالیت ادامه می‌دهند در حالی که ما به صورت بسته، محدود و مواجه با مزاحمت‌های متعدد سازمان‌های دولتی به تولیدی‌پردازیم.

این صنعتگر، خواسته اصلی تولیدکنندگان را تصویب قوانین در جهت تسریع تولید و افزایش اشتغال‌زایی دانست نه اعطای وام و تسهیلات بانکی. لذا از دولتمردان می‌خواهیم یا تصویب قوانین مزاحم و ضدتولید را متوقف کنند یا قوانین در جهت تسهیل کارآفرینی شکل بگیرد.

وی اذعان داشت: صنعت پوشاک بسیار مظلوم واقع شده و بودجه و منابع مالی که دولت برای صنایعی مانند فولاد و خودروسازی در نظر می‌گیرد چندین برابر این صنعت مظلوم است در حالی که اشتغال‌زایی و کارآفرینی در پوشاک قابل مقایسه با هیچ صنعتی



در زمینه خلیلی - مدیرعامل تولیدی پوشاک کودک من



رفت و آمد و اقامت در عراق، سالی یکبار به این جا می آیند و می روند! اما تولیدکنندگان پوشاک ترکیه در قالب گروه های ۱۰-۲۰ نفره به عراق می آیند و حتی در بازار بغداد، جهت پخش محصولات خود مغازه اجاره می کنند. ضمن این که هنگام حضور در نمایشگاه های ترکیه هیچ هزینه ای تقبل نمی کنیم و تمام هزینه ها برعهده دولت ترکیه است، کلیه سفارشاتمان نیز در عرض یک هفته از استانبول به بغداد می رسد.

رضاخانی خاطر نشان کرد: این قبیل سیاستگزاری ها در بخش صادرات برعهده دولت است که متأسفانه در کشور ما وجود ندارد و با ارز آزاد راهی نمایشگاه بغداد شدیم، بدون این که تجار و بازرگانان موثر عراق توسط اتاق های مشترک بازرگانی ایران و عراق به ما معرفی شوند.

مدیرعامل پوشاک کارن ابراز داشت: بازار بسته ای داریم که فقط با خودمان در ارتباط هستیم! در حالی که عراق، فرصت بسیار خوب و بزرگی برای گسترش تعاملات تجاری و بازرگانی است اما متأسفانه هیچ توجه، سیاستگزاری و حمایتی از سوی دولت در این بخش مشاهده نمی کنیم.

وی به مشکلات گمرکی و محدودیت های فراوان در صادرات به عراق نیز اشاره کرد و گفت: بسیاری از اوقات محموله های صادراتی در مرز مهران بیست روز تا یک ماه متوقف می مانند که در این مدت، پوشاک صادراتی از مد می افتد و ارزش اولیه خود را از دست می دهد.

یکی دیگر از مشکلات صنعت پوشاک به گفته رضاخانی، تأمین نقدینگی است. تمام مواد اولیه مصرفی به صورت نقدی خریداری می شود و به این ترتیب نقدینگی سال گذشته ما به صفر رسید و تمام سرمایه خود را به خرید مواد اولیه اختصاص دادیم اما همچنان مواد اولیه (مانند پارچه تکمیل شده) را نقدی و نهایتاً در قالب چک ۴۵ روزه در اختیارمان قرار می دهند اما از سوی دیگر قادر به فروش نقدی یا دریافت چک کوتاه مدت از مشتریان نیستیم.

وی ضمن اعلام موافقت با ممنوعیت واردات پوشاک گفت: کاهش قاچاق صرفاً به دلیل اراده و خواست دولت است هرچند افزایش نرخ دلار نیز در آن

بی تأثیر نیست. رضاخانی با اشاره به این مطلب که در بخش تریکو بسیار قدرتمند هستیم و هیچ چیزی از تولیدکننده ترکیه کم نداریم، افزود: صنعت نساجی و پوشاک ترکیه از نظر برش، تکنولوژی پارچه، بافت و رنگرزی بسیار مدرن و به روز است در نتیجه تنوع محصولات آنان به مراتب بالاتر از تولیدکنندگان ایرانی است اما از نظر کیفیت دوخت و توانایی دوزندگان ایرانی به به هیچ عنوان توان رقابت ندارند و همین موضوع باعث می شد بسیاری از بازدیدکنندگان نمایشگاه بغداد تصور کنند این غرفه متعلق به ترکیه است و باورشان نمی شد چنین محصولات با کیفیتی، تولید ایران است.

مدیرعامل پوشاک کارن اذعان داشت: نمایشگاه امسال (ایران مد) بسیار پر بار و تحسین برانگیز است و بازدید از سالن های مختلف نمایشگاه و مشاهده محصولات متنوع و قابل رقابت داخلی، حس سربلندی و سرافرازی به بازدیدکنندگان می دهد؛ به همین دلیل این نمایشگاه را دلگرم کننده و موثر می دانم.

#### اولویت نخست ما بهره گیری از پارچه های ایرانی است

«تولیدی پوشاک کودک من» حدود پنج سالی است که به تولید پوشاک دخترانه یک تا پانزده ساله می پردازد و ۶۷ نفر به صورت مستقیم و غیرمستقیم در این مجموعه فعال هستند.

مرضیه خلیلی - مدیرعامل - عنوان داشت: در ابتدای امر بخش عمده ای از مواد اولیه مورد نیاز ما وارداتی بود اما طی یک سال گذشته و آشنایی با تولیدکنندگان توانمند و مطرح پارچه، سعی کردیم مواد اولیه را از کارخانه های ایرانی تهیه کنیم که

وی ادامه داد: تمام محصولات این شرکت با ضمانت تعویض در اختیار مشتریان قرار می گیرد و مشتریان می توانند در صورت عدم رضایت از کیفیت محصول آن را مرجوع نمایند.

خلیلی یادآور شد: تصمیم به استفاده از پارچه های باکیفیت ایرانی ارتباطی به افزایش نرخ ارز نداشت و در واقع اولویت نخست ما بهره گیری از پارچه های ایرانی است و این موضوع را میان مشتریان نیز نهادینه کرده ایم. البته نمی توان منکر تبعات افزایش نرخ ارز بر



بهنام رفیعی - مدیرعامل زی‌زاد



پس از طی مراحل ثبت‌نام توسط عرضه‌کننده امکان‌پذیر است. همچنین با توجه به مسائل خاص در حمل و نقل اجناس به‌صورت عمده، خریداران و فروشندگان باید مدارکی دال بر اصالت و حقیقی بودن هویت خود برای زی‌زاد ارسال نمایند تا مراحل بعدی خرید و فروش انجام شود.

رفیعی ادامه داد: جلوگیری از واردات بی‌رویه پوشاک صد در صد در رونق این صنعت موثر است اما متأسفانه در اغلب موارد، مبارزه با قاچاق به صورت نیمه‌کاره انجام می‌شود و به نظر می‌رسد قدرت بزرگی مانع از تحقق این امر است.

این فعال صنعت پوشاک تصریح کرد: به جرئت می‌توان گفت بخش عمده‌ای از پوشاک تولید داخل، از نظر کیفیت و طراحی، توان رقابت با پوشاک خارجی را دارد. کما این‌که در بسیاری از مواقع، تشخیص میان پوشاک تولید ترکیه و ایران دشوار به نظر می‌رسد!

به‌گفته رفیعی، قاچاق با توجه به افزایش نرخ دلار و هزینه بالای واردات، کاهش پیدا کرده برای مثال قیمت پیراهنی که شاید در گذشته ۱۰ هزار تومان عرضه می‌شد امروز به ۴۰ هزار تومان رسیده است، لذا ادامه کار برای واردکننده و قاچاقچی مقرون به صرفه نیست.

رفیعی به‌عنوان مدیر تولید و عضو هیئت مدیره «شرکت بهشوران رفیعی» نیز شناخته می‌شود؛ این شرکت به رنگرزی پوشاک خام، سنگ‌شویی و تکمیل‌های فناوری پیشرفته می‌پردازد. وی در مورد مواد اولیه مصرفی این مجموعه گفت: تمایل بسیاری به استفاده از مواد اولیه ساخت ایران داریم اما کیفیت این مواد بسیار پایین است لذا مجبور به واردات هستیم. از سوی دیگر هزینه‌های تولید ۴-۵ برابر افزایش یافته در حالی که قیمت تمام شده محصولات را نهایتاً ۲ برابر افزایش داده‌ایم.

رفیعی تصریح کرد: در زمینه رنگرزی طبیعی فعالیت‌هایی انجام داده‌ایم که در دنیا تازگی دارد. این نوع رنگرزی، کاملاً ارگانیک و فاقد مواد شیمیایی است، بعضی از این رنگ‌ها خواص پزشکی نیز دارند و در فکر تولید محصولاتی هستیم که تأثیرات مثبت بر بدن مصرف‌کننده داشته باشد. ارائه البسه ضد UV

صنعت پوشاک کشور شد.

مدیرعامل پوشاک کودک من، ضمن اعلام موافقت با ممنوعیت واردات پوشاک گفت: کیفیت بالای محصولات ما، باعث جلب اعتماد بسیاری از مشتریان نسبت به توان تولیدکنندگان ایرانی شده است و به لطف خداوند پاسخ این اعتماد را با تولید محصولات متنوع، باکیفیت و قابل رقابت داده‌ایم.

خلیلی یادآور شد: بخشی از تجهیزات جانبی پوشاک، وارداتی هستند که با توجه به تحریم‌ها، سخت‌تر از گذشته تأمین می‌کنیم.

وی، بزرگ‌ترین چالش صنعت پوشاک را کمبود نیروی انسانی آموزش‌دیده و مجرب دانست و گفت: متأسفانه طرز تفکر اغلب نیروها به خصوص فارغ‌التحصیلان دانشگاه، با صنعت همخوانی ندارد و صرفاً بر مباحث تئوریک مسلط هستند و آموزش صحیحی در مورد شناخت بازار مصرف و ... به آنان ارائه نشده است؛ در این زمینه لازم است دپارتمان‌های آموزشی در سراسر استان‌ها با هدف تربیت نیروی‌های باتجربه راه‌اندازی شوند.

خلیلی اذعان داشت: برای اولین بار است که در ایران مد شرکت کرده‌ایم و استقبال بازدیدکنندگان بسیار خوب و قابل توجه است؛ ضمن این‌که برخلاف پوشاک خارجی، محصولات ما قابلیت تعویض یا رجوع را دارند.

### پلت‌فرمی برای عمده‌فروشی آنلاین پوشاک

«زی‌زاد» به‌عنوان پلت‌فرم عمده‌فروشی آنلاین پوشاک زنانه، مردانه، بچه‌گانه، کفش، کیف دستی، لوازم جانبی و... فعال است. زی‌زاد بر اساس پلت‌فرم مارکت پلیس (Market Place) طراحی شده که بستری برای تولیدکننده و یا تامین کنندگان کالا محسوب می‌شود که اجناس خود را در یک فروشگاه بزرگ به معرض نمایش قرار دهند، در واقع شبیه به بازارچه‌های سنتی در دنیای واقعی و بستری را فراهم می‌کند تا تولیدکنندگان در یک فضای فروشگاه‌ای، کالاهای خود را به فروش برسانند.

بهنام رفیعی - مدیرعامل - ابراز داشت: تولیدکنندگان می‌توانند محصولات خود را جهت فروش در این سایت به ثبت برسانند البته نمایش قیمت محصولات،

فضاهای خالی به نفع تولید داخل ایجاد می‌کند. برای مثال در دهک‌های بالا جامعه (مشتریان خانه پیراهن ایرانیان) هیچ برند رقیبی وجود ندارد و اغلب برندهای موجود داخلی به واسطه حضور برندهای خارجی، بازار هدف خود را دهک‌های پایین‌تر انتخاب می‌کردند اما این فرصت ایجاد شده را مقطعی ارزیابی می‌کنم.

مدیرعامل خانه پیراهن ایرانیان تصریح کرد: به طور قطع کیفیت، طراحی و تنوع محصولات این مجموعه قابل رقابت با مشابه خارجی هستند البته بازار هدف ما، مخصوص برندهای سطح بالای جامعه است و قانع کردن مشتریان این بخش، بسیار متفاوت‌تر و دشوارتر از تولیدکنندگان سایر دهک‌هاست.

وی ضمن اشاره به نبود سیستم‌وزنجیره تأمین یکپارچه در کشور گفت: کمتر سازمانی را در صنعت پوشاک سراغ داریم که برای رقابت کلی (از تمام جهات) ساخته و پرداخته شده باشد. به اعتقاد من هر اندازه بیشتر در دریای اقتصاد جهانی شنا کنیم، مجبور خواهیم شد نوع رفتارها، نگرش‌ها، سبک کسب و کارها را به فرهنگ جهانی نزدیک کنیم و دیگر نمی‌توان با اتکا به یک نقطه قوت، بازار را به انحصار محصولات خود درآوریم.

#### ممنوعیت واردات پوشاک؛

فرصتی برای رشد و توسعه پوشاک کشور

از فعالیت «تولیدی کلاه شایان» حدود ۲۵ سال سپری می‌شود و در حال حاضر حجم تولید روزانه آن ۷۰۰ تا ۱۲۰۰ قطعه کلاه مردانه و بچه‌گانه است، حدود بیست نفر به صورت مستقیم و پنجاه نفر به صورت غیر مستقیم در این مجموعه مشغول فعالیت هستند و ۹۰ درصد محصولات آن توسط بنکداران تهران و سایر استان‌ها توزیع می‌شود.

محمدرضا حیدری - مدیرعامل - افزود: بخش عمده‌ای از مواد اولیه مورد نیاز توسط واحدهای داخلی و مابقی که تولید داخل ندارند، از طریق واردات تأمین می‌شوند. خوشبختانه طی چند سال اخیر، کیفیت و تنوع مواد اولیه داخلی رضایت‌بخش و چشمگیر شده است.

به گفته مدیرعامل کلاه شایان، ممنوعیت واردات پوشاک در رونق تولید داخلی موثر است زیرا به تولیدکنندگان فرصت رشد و توسعه فعالیت‌هایشان را

برای خانم‌های باردار و حرکت به سمت حفظ محیط زیست و توجه به سلامت انسان‌ها از سایر برنامه‌های شرکت به‌شوران رفیعی است.

وی، هدف از حضور در ایران مد را معرفی فعالیت‌های زی‌زاد به فعالان صنعت پوشاک کشور اعلام کرد و از حضور در این نمایشگاه ابراز خرسندی نمود.

#### ممنوعیت واردات پوشاک؛ جدا شدن از بدنه اقتصاد جهانی

«خانه پیراهن ایرانیان» مجموعه‌ای مولتی برند است و به صورت مستقیم نزدیک به ۴۰۰ نفر در آن مشغول فعالیت هستند.

حسن مختاری - مدیرعامل - گفت: تا امروز به دلیل محدودیت‌ها و رسیدن به استانداردهای مدنظر در استفاده از مواد اولیه مصرفی، همگی این مواد خارجی هستند البته تمایل بسیاری به استفاده از پارچه تولید داخل داریم کما این که نمونه پارچه مورد نیاز را برای اکثر تولیدکنندگان پارچه کشور ارسال کردیم. قطعاً برای ما در این زمینه ملیت اهمیت چندانی ندارد و کیفیت مهم است و امیدواریم تولیدکنندگان پارچه بتوانند محصول مورد نظر ما را تأمین نمایند.

وی گفت: به دلیل تحریم‌ها و افزایش نرخ ارز با مشکلات بسیاری در زمینه تهیه مواد اولیه خارجی روبرو هستیم اما بازار هدف و فلسفه وجودی خانه پیراهن ایرانیان و برند سرا آلبا (اولین برند این مجموعه که سال آینده وارد مقوله خرده‌فروشی خواهد شد) دهک‌های بالای جامعه است که امروز به دلیل شرایط فعلی اقتصادی و خروج برندهای خارجی پوشاک، قادر به رفع نیاز خود به پوشاک نیستند لذا کمتر در قیمت دچار مشکل هستیم اما در بخش تأمین مواد اولیه، محدودیت‌های بسیاری وجود دارد لذا به مذاکره با تولیدکنندگان داخلی روی آورده‌ایم.

مختاری افزود: به هیچ‌عنوان با ممنوعیت واردات پوشاک موافق نیستم چون این امر به‌معنای جدا شدن از بدنه اقتصاد جهانی است. اگر خواهان پیشرفت هستیم باید در یک فضای آزاد با تمام کشورها ارتباط برقرار نماییم. تحریم‌ها را نیز مثبت نمی‌بینیم هر چند این ممنوعیت‌ها و تحریم‌ها در مقطع کوتاهی از زمان،



حسن مختاری (سمت راست) - مدیرعامل خانه پیراهن ایرانیان



محمدرضا حیدری - مدیرعامل تولیدی کلاه شایان





محمد مهدی قمی پور - مدیر عامل پوشاک دوگل



علی اصغر بیات (سمت راست) - مدیر عامل پوشاک دوگل



بازار فراتر از باورها



Kral



لیلا

ترتیب سهم بازار تولید کنندگان داخلی کاهش می‌یابد. به اعتقاد این صنعتگر، توان تولید کنندگان ایرانی در ارائه محصولات با کیفیت و رقابت پذیر بسیار بالاست و در صورت ایجاد بسترهای لازم برای توسعه فعالیت‌های آنان، شاهد توسعه صنعت پوشاک کشور خواهیم بود. مدیر عامل دوگل یادآور شد: تولید، چراغ نیست که صبح آن را خاموش و شب روشن کنیم! راه اندازی مجدد واحدهای تولیدی متوقف بسیار دشوار و زمان بر است و تولید کنندگانی که از مدار کار خارج شود به سختی به جای خود باز خواهد گشت. مدیر عامل پوشاک دوگل که شرکت متبوعش سابقه حضور در هفت دوره برگزاری ایران مدا دارد، هدف از شرکت در نمایشگاه را آشنایی با مخاطبین جدید، به روز رسانی اخبار و اطلاعات صنعت پوشاک و ... اعلام کرد.

### وجود تولید کنندگان قدرتمند، خلاق، باسلیقه و خوش فکر

«شرکت تولیدی گارسی» به مدیریت علی اصغر بیات بیست سالی است که به تولید پوشاک راحتی و البسه زیر می‌پردازد. وی گفت: توزیع محصولات را به صورت سنتی در قالب بنگداری آغاز کردیم اما با پیشرفت تکنولوژی‌های ارتباطی، از طریق شبکه‌های اجتماعی با مشتریان فراوانی آشنا شده‌ایم که نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود را در مورد محصولات مختلف گارسی به صورت مستقیم با ما در میان می‌گذارند و نقش شبکه‌های اجتماعی در معرفی برند خود به مردم را بسیار موثر می‌دانم.

بیات اضافه کرد: متأسفانه به دلیل قاچاق بی‌رویه پوشاک از چین و ترکیه، با چالش‌های متعددی مواجه شد اما از ۴-۵ سال پیش، درب‌هایی به روی تولید کنندگان وطنی باز شد که شکوفایی و رونق تولید آنان را به همراه داشت. ما نیز از این فرصت نهایت استفاده را به عمل آوردیم و با بهبود کیفیت محصولات خود، سعی کردیم خلأ اجناس با کیفیت خارجی را در کشور پر نماییم.

بیات ابراز داشت: اگرچه برخی از مواد اولیه وارداتی (الیاف طبیعی پنبه از پاکستان و هند) هستند اما به لطف خداوند، کارخانه‌های ایرانی که با بهره‌گیری از

می‌دهد. از سوی دیگر افزایش نرخ دلار، توجیه قاچاق را از بین برد که این امر نیز فرصت مناسبی در اختیار تولید کنندگان جهت ارائه محصولات متنوع و با کیفیت قرار می‌دهد.

حیدری به لزوم حمایت دولت از تولید کنندگان پوشاک به خصوص واحدهای کوچک تأکید کرد و در ادامه گفت: برای سومین بار است که در نمایشگاه ایران مدبا هدف معرفی محصولات مختلف تولیدی کلاه شایان به‌عنوان غرفه‌دار حضور پیدا کرده‌ایم و از این حضور بسیار راضی هستیم.

### توان بالای تولید کنندگان ایرانی در ارائه محصولات با کیفیت و رقابت پذیر

«شرکت پوشاک دوگل» از سال ۱۳۶۸ فعالیت خود را در زمینه تولید پوشاک زنانه (شومیز، تونیک، تاپ، بلوز و تی‌شرت) و مردانه (البسه زیر، جوراب، تی‌شرت و شلوارهای راحتی) آغاز و با هدف ارتقای کیفیت و تنوع به سراغ تهیه مواد اولیه مرغوب و به‌روز حرکت کرد. محمد مهدی قمی پور - مدیر عامل - افزود: یکی از دغدغه‌های همیشگی تولید کنندگان، نوسان کیفیت و قیمت مواد اولیه است به همین دلیل با شناسایی مبدأ مواد اولیه، تلاش کردیم این مشکل را به حداقل برسانیم.

وی گفت: تفاوت قیمت کالای مرغوب با کالای غیر مرغوب چندان فاحش نیست به همین دلیل مصرف کننده نهایی ترجیح می‌دهد کالای مرغوب و اورجینالی را تهیه کند که نسبت به کیفیت بالای آن مطمئن است. همچنین به‌عنوان تولید کننده برایمان بسیار مهم است محصولی به مشتریان ارائه دهیم که نتوانند آن را جایگزین کالای دیگری نمایند.

قمی پور در مورد ممنوعیت واردات پوشاک گفت: برای ایجاد رقابت سالم باید میان عرضه کالاهای داخلی و خارجی، توازن و تعادل به وجود آورد اما زمینه‌های ایجاد این رقابت سالم در کشور ما وجود ندارد برای مثال یک شرکت خارجی، پس از اخذ مجوزهای قانونی، اقدام به واردات از مبادی رسمی می‌کند اما در واقع بیست درصد کالاهای خود را به صورت قانونی و مابقی را به صورت غیرقانونی وارد می‌نماید! به این



شرکت نقش کلک و رنگ



تکنولوژی‌های روز دنیا، به تولید مواد اولیه مرغوب (به ویژه نخ‌های پنبه‌ای) می‌پردازند، بخش عمده‌ای از نیاز ما به مواد اولیه را برطرف می‌نمایند.

به‌گفته مدیرعامل گارسی، واردات تکنولوژی و دانش فنی تولید در ارتقای کمی و کیفی تولیدات نساجی و پوشاک بسیار موثر و راه‌گشا هستند اما واردات محصولات آماده که تولید بهتر و باکیفیت‌تر آن در ایران امکان‌پذیر است، ضربه بزرگی به این صنعت وارد می‌کند

بیات اعلام کرد: تاحدودی افزایش نرخ ارز در کاهش قاچاق پوشاک موثر است به طوری که در گذشته اغلب سفرهای خارجی با هدف واردات چمدانی و کالای همراه مسافر انجام می‌شد اما در حال حاضر در پروازهای خارجی مسافرانی حضور دارند که بیشتر برای گردش و تفریح می‌روند نه خرید کالاهای خارجی و واردات چمدانی.

وی اذعان داشت: بدون اغراق می‌توان گفت پوشاک تولید داخل از نظر طراحی، تنوع و کیفیت، توان رقابت با نمونه وارداتی را دارد. در ایران تولیدکنندگان قدرتمند، خلاق، باسلیقه و خوش فکر فراوانی داریم که ایده‌های آنان برای حرکت در مسیر تسخیر بازارهای منطقه غیرقابل انکار است. بسیار خرسندم که بگویم استفاده از پوشاک مرغوب ایرانی مورد توجه مردم قرار گرفته است و به درستی دریافت‌اند اگر با هزینه بیشتر، محصول باکیفیت داخلی را بخرند قطعاً در رونق تولید داخل و حفظ اشتغال هموطنان خود سهیم خواهند بود. به خصوص در زمینه البسه زیر که تماس مستقیم با بدن انسان دارد و استفاده از مواد اولیه نامرغوب و بی‌اف بازیافتی آسیب‌های جبران‌ناپذیری به سلامت انسان وارد می‌کند.

مدیرعامل گارسی، مهم‌ترین چالش فعلی صنعت پوشاک را تعامل دوایر دولتی و وزارتخانه‌های مرتبط با تولید دانست که همکاری گسترده‌ای با تولیدکنندگان بخش خصوصی ندارند. متأسفانه شرایط به نحوی است که تولیدکنندگان از گسترش واحدهای تولیدی خود واهمه دارند زیرا اشتغال‌زایی و تولید بیشتر مترادف با فشارهای مضاعف سازمان‌های دولتی مانند بیمه، مالیات، دارایی و ... است! به جای تخصیص مشوق‌ها

و معافیت‌های تولیدی از سوی سازمان امور مالیاتی، به عناوین مختلف باید به این سازمان مبالغ بیشتری بپردازیم.

بیات اعلام کرد: به توصیه دوستان برای نمایش محصولات قابل رقابت و متنوع خود برای اولین بار در نمایشگاه ایران مد به‌عنوان غرفه‌دار حضور پیدا کرده‌ایم. سطح کیفی برپایی نمایشگاه بسیار بالاست و انتظار چنین استقبال چشمگیری از سوی مردم نداشتیم.

#### افزایش کثش بازار نسبت به خرید پوشاک تولید داخل

زمینه فعالیت «شرکت نقش کلک و رنگ» چاپ سیلک و چاپ سابلیمیشن بر روی پوشاک و پارچه (به خصوص پارچه‌های پنبه‌ای و ویسکوز) با استفاده از دستگاه‌های تمام اتوماتیک است.

جواد مولایی - مدیرعامل - ادامه داد: کیفیت، قیمت و حجم تولیدات این مجموعه نسبت به سایر همکاران قابل رقابت است و تخصص و تکنیک ما در بخش چاپ سابلیمیشن افسست منحصر به فرد می‌باشد. به جرئت اعلام می‌کنم توان انجام چاپ افسست با کیفیت به مراتب بالاتر از پلاتر را داریم.

وی گفت: با توجه به مشکلات مربوط به تهیه رنگ، خط جدیدی با هدف تولید رنگ در شرکت راه‌اندازی کرده‌ایم که از نظر کیفی، قابل رقابت با رنگ‌های ترکیه‌هستند.

مولایی خاطر نشان کرد: برخی از آلیاژها (مانند تیتان) و مواد اولیه مصرفی ما تولید داخل ندارند لذا باید وارد شوند اما به دلیل تحریم و نوسانات بسیار شدید نرخ ارز، امکان تهیه آنها دشوار است و گاهی اوقات مجبوریم برای ادامه کار، مواد اولیه خارجی را چندین برابر بالاتر از قیمت واقعی تهیه کنیم. برای مثال تیتان مصرفی ما کیلویی بیست هزار تومان بود اما پس از نوسانات ارزی، قیمت آن به صد هزار تومان افزایش پیدا کرد!

مدیرعامل کلک و رنگ اعلام کرد: کمتر تولیدکننده‌ای پیش از ممنوعیت واردات پوشاک ریسک افزایش حجم تولید را می‌پذیرفت اما در حال حاضر اغلب تولیدکنندگان تیراژ کار خود را افزایش داده‌اند زیرا کثش بازار نسبت به خرید پوشاک تولید داخل در



احسان خرداد - مدیرعامل کوک تریکو



رشان قوربدیل - مدیرعامل اریکه فرشتگان



مدیرعامل کوک تریکو تصریح کرد: تا زمانی که توان برابری تولیدکنندگان نساجی و پوشاک با محصولات خارجی وجود نداشته باشد، نباید واردات صورت گیرد اما در صورت تولید محصولات با کیفیت بالا و قابل رقابت با مشابه خارجی، واردات هیچ گونه مشکل و اختلالی در بازار ایجاد نخواهد کرد.

به اعتقاد خرداد، افزایش نرخ ارز در مهار واردات اجناس خارجی بسیار مفید است اما به شرط این که خدشه‌ای در واردات مواد اولیه مورد نیاز واحدهای صنعتی به وجود نیورد.

وی گفت: خوشبختانه طی دو سه سال اخیر اعتماد مردم نسبت به کیفیت پوشاک داخلی افزایش پیدا کرده و از خرید کالای ایرانی ابایی ندارند که این موضوع برای ما تولیدکنندگان بسیار دلگرم کننده است و باعث می شود با انگیزه و اشتیاق بیشتری به تولید ادامه دهیم.

خرداد ضمن بیان این مطلب که برای دومین سال در نمایشگاه ایران مد با هدف معرفی کوک تریکو به بازدیدکنندگان و جلب اعتماد آنان نسبت به توان بالای تولیدکنندگان ایرانی حضور داریم؛ گفت: افزایش تعداد شرکت کنندگان نسبت به سال گذشته بسیار محسوس و مطلوب است و مشاهده محصولات با کیفیت، متنوع و خلاقانه تولیدکنندگان ایرانی به راستی جای افتخار و خرسندی دارد.

### توان رقابت با پوشاک ترکیه

«شرکت اریکه فرشتگان» تولیدکننده پوشاک کودک و نوجوان به مدیریت رضا قوبدل است. وی ابراز داشت: برای تولید محصولات با کیفیت از مواد اولیه خارجی استفاده می کنیم زیرا کیفیت برخی مواد اولیه تولید داخلی چندان مطلوب نیست اگرچه تأمین مواد اولیه خارجی با توجه به نوسان نرخ ارز دشوارتر از گذشته انجام می شود.

قوبدل گفت: با ممنوعیت واردات پوشاک، شرایط تولید و رقابت برای تولیدکنندگان ایرانی هموارتر شده است و شاهد ایجاد فرصت خوبی برای عرضه پوشاک با کیفیت داخلی هستیم، امیدوارم این وضعیت ادامه پیدا کند. به اعتقاد مدیرعامل اریکه فرشتگان، کیفیت تولیدات این مجموعه به مراتب بالاتر از مشابه ترکیه است و

حال افزایش است؛ بنابراین ممنوعیت واردات پوشاک در رونق و افزایش حجم تولید واحدهای پوشاک ثمربخش و مفید می باشد اما به تدریج با مشکل نقدینگی و عدم ثبات بازار روبرو خواهند شد.

این صنعتگر ابراز داشت: به عنوان یک تولیدکننده باید چندین ماه در گمرکات معطل واردات ماشین آلات و مواد اولیه بمانم، در این مدت سرمایه در گردش را کد باقی می ماند و چه بسا تاریخ مصرف مواد اولیه منقضی هم می شوند در حالی که قاچاقچی همچنان بدون مشکل به کار خود ادامه می دهد! به اعتقاد من حمایت مسئولان از تولید باید عملی باشد نه در سطح حرف و شعار....

مولایی ادامه داد: دومین بار است در نمایشگاه پوشاک تهران حاضر شده ایم و به طور کلی دیدگاه مثبتی نسبت به حضور در نمایشگاه داریم.

### افزایش اعتماد مردم نسبت به کیفیت پوشاک ایرانی

«شرکت کوک تریکو» در زمینه تولید پیراهن مردانه با اشتغال زایی مستقیم برای حدود ۷۰ نفر به فعالیت می پردازد و محصولات این شرکت به صورت مستقیم در اختیار فروشگاه‌های سراسر کشور قرار می گیرد.

احسان خرداد - مدیرعامل - عنوان داشت: تمام تلاش خود را برای ارائه پیراهن‌های با کیفیت به عمل می آوریم و همین موضوع باعث جلب اعتماد و نظر مشتریانی که در گذشته از ترکیه پوشاک وارد می کردند؛ شده است.

وی ادامه داد: چند سالی است که مواد اولیه را از تولیدکنندگان داخلی تهیه می کنیم که کیفیت مناسبی دارند اما تأمین مواد اولیه به خصوص پارچه و اکسسورهای پوشاک که در ایران تولید نمی شوند؛ بسیار دشوار است و حتی برای تهیه یک مدل دکمه، هفته‌ها منتظر می مانیم! اگرچه مبارزه با قاچاق بسیار منطقی و مطلوب است و باید جلوی قاچاق پوشاک دوخته شده را گرفت اما باید در گمرکات کشور، تمهیداتی برای ترخیص سریع مواد اولیه و ماشین آلات وارداتی که تولید داخل ندارند، اندیشیده شود. در واقع مهم ترین مشکل فعلی تولیدکنندگان صنعت پوشاک، دسترسی به مواد اولیه مانند پارچه، ملزومات و ماشین آلات است که بسیار دیر به دستمان می رسد.

نیستیم بلکه در اغلب موارد سطح کیفی محصولات ایرانی بالاتر است.

مدیر تولید سارینا، «کمبود نیروی انسانی کارآمد» را مهم‌ترین چالش صنعت پوشاک کشور برشمرد و گفت: طی دو سال گذشته به دلیل نوسان نرخ دلار، تعداد زیادی از کارگران ماهر ایرانی به کشورهای همسایه مهاجرت کردند.

انصاری یادآور شد: اولین بار است در نمایشگاه پوشاک تهران شرکت کرده‌ایم، نمایشگاهی که سطح تبلیغات و اطلاع‌رسانی آن بسیار ضعیف می‌باشد. به یاد دارم که آخرین روز نمایشگاه سال گذشته، متوجه برگزاری آن شدیم! امسال هم حدود ۷۰-۸۰ درصد بنکداران و تک‌فروشی‌های شهرستان‌ها که برایشان دعوت‌نامه حضور در نمایشگاه را ارسال کردیم، هیچ اطلاعی از آن نداشتند.

وی، هدف از حضور سارینا در ایران مد را برندسازی و جذب مشتریان بیشتر دانست و گفت: خوشبختانه تا حدود بسیاری به اهدافمان دست یافته‌ایم.

#### لزوم حمایت جدی و همه جانبه دولتمردان از تولیدکنندگان

«شرکت آریان» با بیست سال سابقه، تولیدکننده البسه زیر کودکان است و در تولید تمام محصولات خود از مواد اولیه مرغوب تولید داخل استفاده می‌کند که به اعتقاد سعید زیبا قامت - مدیرعامل - کیفیت آنها به مراتب بالاتر از نخ‌های هند و پاکستان است؛ بخش عمده‌ای از محصولات این مجموعه توسط بنکداران توزیع می‌شود.

وی، واردات بی‌رویه پوشاک را مانع رشد و شکوفایی تولیدکنندگان کشور و موثر در بیکاری نیروهای شاغل واحدهای تولیدی به دلیل عدم توان رقابت با محصولات ارزان قیمت قاچاق دانست و افزود: این موضوع باعث تعطیلی بسیاری از واحدهای تولیدی شده است.

زیبا قامت اذعان داشت: با افزایش نرخ دلار، سود واردات تا حدود بسیاری کاهش پیدا کرد و بسیاری از فروشگاه‌ها و مراکز فروش پوشاک شمال شهر تهران برای تأمین پوشاک به سراغ تولیدکنندگان داخلی

این موضوع مورد تأیید تمام مشتریان و مخاطبان ما می‌باشد و کمتر شرکت تولیدی چنین پتانسیلی دارد لذا تقریباً رقیب جدی در بازار داخلی نداریم.

بزرگ‌ترین چالش‌های صنعت پوشاک به زعم وی، «ضعف مدیران ایرانی در بهره‌گیری صحیح از منابع انسانی»، «دشواری‌های تأمین مواد اولیه» و «مشکلات دریافت وام و تسهیلات بانکی» است.

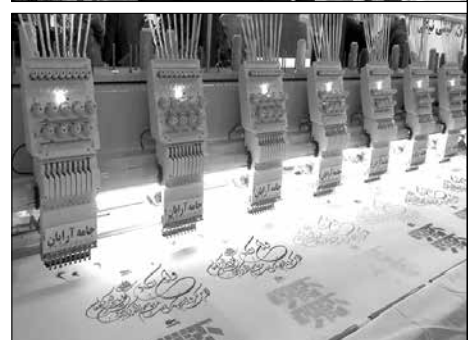
قویدل گفت: امسال برای اولین بار در ایران مد حضور یافته‌ایم و بازخورد خوبی از بازدیدکنندگان گرفته‌ایم؛ اگرچه تعداد تولیدکنندگان پوشاک کودک در این رویداد چندان قابل توجه نیست.

#### مهم‌ترین چالش صنعت پوشاک کشور؛ کمبود نیروی انسانی کارآمد

تولیدات «پوشاک سارینا» با ۳۸ سال سابقه کار، بلوز، شومیز، تونیک و لباس‌های نیمه‌رسمی زنانه است، توزیع محصولات به دو شکل عرضه مستقیم و عمده‌فروشی انجام می‌شود و بخش عمده مواد اولیه مصرفی، به دلیل نبود مشابه داخلی، وارداتی است که به دلیل نوسان نرخ ارز و تحریم‌ها، تهیه مواد اولیه به سختی صورت می‌گیرد.

مسعود انصاری - مدیر تولید - ضمن ابراز مخالفت با ممنوعیت واردات پوشاک اظهار داشت: باید پوشاک خارجی از طریق مبادی رسمی وارد کشور شود و تولیدکننده داخلی در شرایط برابر با حریف رقابت کند. برای موفقیت در عرصه رقابت می‌توان از تجارب سایر کشورها در زمینه ارتقای کیفیت محصولات استفاده کرد. در کشوری مانند ترکیه، واردات پوشاک با کیفیت و سطح بالای چینی مشکلی ندارد به این ترتیب تولیدکنندگان ترکیه برای حفظ سهم بازار، تمام تلاش خود را برای ارائه محصولات با کیفیت و متنوع به عمل می‌آورند و به تدریج سطح کیفی تولیدات ترکیه در مقابل یک حریف قدرتمند جهانی افزایش پیدا می‌کند.

وی ضمن بیان این مطلب که کیفیت و تنوع پوشاک داخلی قابل رقابت با مشابه خارجی است، گفت: در زمینه تولید پوشاک زنانه مانند دامن، بلوز، شومیز، شلوار و ... نه تنها از کیفیت پوشاک ترکیه عقب‌تر





رفنا مهاجرانی (سمت راست) - رئیس هیئت مدیره رنگین نخ صبا



هادی ارفعی (سمت راست) - مدیر عامل دودوک



ندارد اما با قاچاق به شدت مخالفم چون قاچاقچی با واردات پوشاک ارزان قیمت، توان تولیدکننده داخلی را به تدریج از بین می‌برد البته با توجه به افزایش نرخ دلار، شاهد کاهش قاچاق پوشاک هستیم و این امر تأثیرات به مراتب بیشتری در مقایسه با فعالیت‌های ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و تشکل‌های پوشاک کشور در زمینه مهار قاچاق داشت.

این تولیدکننده یادآور شد: به شما اطمینان می‌دهم در صورت ایجاد فضای مناسب برای تولید و صادرات توسط دولتمردان به خصوص تمرکز بر مبارزه با قاچاق، ظرف ۲-۳ سال آینده توان رقابت تولیدکنندگان پوشاک با برندهای ترکیه به مراتب بیشتر شود.

مهاجرانی اضافه کرد: با توجه به پتانسیل بالای بازار داخل، تصمیم داریم جایگاه خود را در کشور تثبیت و آن‌گاه برنامه‌های صادراتی تدوین نماییم.

رئیس هیئت مدیره RNS ابراز داشت: بزرگ‌ترین چالش فعلی صنعت پوشاک را «قاچاق» می‌دانم و دولت با اتخاذ راهکارهای قاطعانه و مستمر می‌تواند آن را مهار نماید.

وی در مورد نمایشگاه پوشاک ایران نیز گفت: هدف ما از حضور در این نمایشگاه افزایش شعبات و نمایندگی‌های RNS و همچنین شناساندن این برند به مصرف‌کنندگان ایرانی است.

### تحریم‌ها و افزایش سرسام‌آور قیمت مواد اولیه وارداتی

«شرکت دودوک» از سال ۱۳۶۸ تاکنون در زمینه تولید و پخش پوشاک بچه‌گانه فعال است و حدود ۶۵ نفر به صورت مستقیم در این مجموعه مشغول کار هستند.

هادی ارفعی - مدیرعامل - گفت: ۹۰ درصد مواد اولیه مصرفی، تولید داخل و ۱۰ درصد وارداتی (چین و ترکیه) است که از کیفیت فوق‌العاده مواد اولیه داخلی بسیار راضی هستیم. توجه داشته باشیم که تحریم‌ها در افزایش سرسام‌آور قیمت مواد اولیه وارداتی بسیار اثرگذار است برای مثال پارچه‌ای را که دو سال پیش، کیلویی ۲۵-۳۰ هزار تومان می‌خریدیم امروز کیلویی ۱۴۰-۱۳۰ هزار تومان تهیه می‌کنیم!

آمدند و پس از مشاهده کیفیت بالا، طرح‌های متنوع و قیمت مناسب پوشاک ایرانی، پشتیبانی را در چشمان بسیاری از آنان دیدم که چقدر دیر به یاد تولیدات داخلی افتاده‌اند.

مدیرعامل پوشاک آریان، خواستار حمایت جدی و همه جانبه دولتمردان از تولیدکنندگان شد و این حمایت را در رشد و بالندگی تولیدات ایرانی موثر عنوان کرد.

وی ضمن ابراز رضایت از کمیت و کیفیت برپایی نمایشگاه ایران مد گفت: اولین بار است که حضور در نمایشگاه ایران مد را تجربه می‌کنیم و سال‌های آینده نیز حتماً حضور خواهیم داشت.

### توان رقابت تولیدکنندگان پوشاک با برندهای ترکیه ظرف چند سال آینده

«شرکت رنگین نخ صبا با نام تجاری RNS» دارای سابقه ۱۰ ساله در تولید پوشاک زنانه (انواع تاب، تی‌شرت، پیراهن، سارافون، لباس‌های ورزشی، لباس‌های راحتی، لباس‌های نیمه مجلسی، شلوارهای رسمی و شلوارهای کژوال، اکسسوری و جوراب) و مردانه (انواع تی‌شرت، پولشرت، پیراهن، هودی، سویشرت، انواع شلوار، لباس‌های راحتی، اکسسوری و جوراب) است.

در تولیدات RNS که حدود ۷۰ نفر مشغول کار هستند، مواد اولیه طبیعی مانند پنبه، کتان و رنگ‌های طبیعی استفاده می‌شود. محصولات RNS ۹ سال، میان فروشگاه‌های زنجیره‌ای مانند رفاه، هایپرستار و ... پخش می‌شد اما کمتر از یک سال است که با ورود به خرده‌فروشی و راه‌اندازی پنج شعبه فروش به ارائه محصولات خود ادامه می‌دهد و طبق برنامه، تعداد شعبات به رقم بیست خواهد رسید.

رضا مهاجرانی - رئیس هیئت مدیره - عنوان داشت: ۹۰ درصد مواد اولیه مصرفی داخلی و ۱۰ درصد وارداتی هستند، پارچه‌های تولید داخل (به خصوص پارچه‌های تاری - پودی) با کیفیت اما تنوع آنها در مقایسه با نمونه‌های خارجی کمتر است.

وی تصریح کرد: واردات رسمی پوشاک از طریق مراجع قانونی و با پرداخت حقوق و عوارض گمرکی اشکالی

جوراب‌های صادراتی، تولید داخل ندارند که یکی از مشکلات بزرگ اغلب تولیدکنندگان، تهیه و تأمین این قبیل مواد اولیه است.

فرهادی تصریح کرد: برنامه‌ریزی بلندمدت به دلیل وابستگی به مواد اولیه، قطعات و ماشین‌آلات وارداتی تقریباً غیرممکن است. برای مثال آذر سال گذشته، با کمبود نخ مشکی مواجه شدیم و همین موضوع روال کار را تا حد بسیاری از اختیار ما خارج کرد! متأسفانه به دلیل فقدان روال عادی در بازار، نسبت به تهیه به موقع مواد اولیه اطمینان کامل نداریم لذا فرصت برنامه‌ریزی هدفمند برای صادرات را از دست می‌دهیم. مدیرعامل

سایر کشورها پیروز شویم. وی ضمن انتقاد نسبت به عدم تعهد و وجدان کاری بسیاری از نیروهای شاغل در واحدهای تولیدی و صنعتی افزود: متأسفانه برخی افراد برای محیط‌امرار معاش خود، قداست قائل نیستند لذا متولیان امر باید توجه ویژه‌ای به فرهنگ‌سازی نشان دهند تا مانند اغلب کشورها شاهد حضور شرکت‌های باسابقه بیش از ۵۰ و ۶۰ ساله باشیم. شرکت‌هایی که متکی به شخص نیستند و مجموعه پس از فوت یا کناره‌گیری بنیانگذار و مدیر اصلی، در قالب یک گروه متعهد و دلسوز تا سال‌های متمادی به کار ادامه می‌دهند.

فرهادی تصریح کرد: صنعت پوشاک با اتکا به توانمندی‌های کارآفرینان بخش خصوصی به تولید ادامه می‌دهد بدون این‌که مورد حمایت جدی مسئولان امر قرار گیرد. این تولیدکننده جوراب اضافه کرد: برای پنجمین بار در نمایشگاه ایران مد شرکت کرده‌ایم اما جای فرهنگ‌سازی در استفاده از کالای تولید داخل بسیار خالی است.

وجود رقیب خارجی برای رشد صنعت پوشاک کشور الزامی است

«شرکت جوراب نازی» دارای بیست سال سابقه تولید جوراب است و مواد اولیه مصرفی به گفته حسین

به اعتقاد وی افزایش نرخ ارز یا ممنوعیت واردات پوشاک، تغییر چندانی در حجم قاچاق پوشاک به وجود نیاورده و همچنان شاهد واردات غیرقانونی پوشاک به کشور هستیم.

ارفعی گفت: واقعیت این است که جوانان خوش‌فکر و خوش ذوق و تولیدکنندگان پیشکسوت و متعهد بسیاری در صنعت پوشاک فعال هستند؛ کسانی که طی ۳۰-۴۰ سال کار مستمر، حتی یک قطعه پوشاک از چین و ترکیه وارد نکرده‌اند اما باید ببذیریم ماشین‌آلات مدرن و به روز در اختیار نداریم، تعاملات ما با کشورهای صاحب‌نام پوشاک مانند ایتالیا، چندان چشمگیر نیست در حالی که ترکیه، با کپی‌برداری از پوشاک ایتالیایی و صادرات آن به سایر کشورها، درآمدهای ارزی خود را افزایش می‌دهد.

مدیرعامل دودوک اذعان داشت: یکی از مشکلات مهم تولیدکنندگان، وجود بروکراسی‌های اداری است. هیچ نهاد و مسئولی، پشتیبان صادرکنندگان نیست، برای کوچک‌ترین حرکت در راستای گسترش فعالیت‌های تولیدی باید مبالغی به سازمان‌های مختلف دولتی بپردازیم!

این تولیدکننده پوشاک اضافه کرد: سومین مرتبه است که در نمایشگاه ایران مد شرکت می‌کنیم و از کیفیت برپایی آن بسیار راضی هستیم، تولیدکنندگان پوشاک با تمام توان، به عرضه محصولات جذاب، متنوع و باکیفیت خود پرداخته‌اند و نمایشگاه امسال به مراتب قوی‌تر و موفق‌تر از سال گذشته است.

متولیان امر به فرهنگ‌سازی توجه ویژه نشان دهند

«شرکت پا آرا» سال ۱۳۷۰ با هدف تولید جوراب (زنانه، مردانه و بچه‌گانه) راه‌اندازی شده است و به گفته بیان‌اله فرهادی-مدیرعامل-با مشاهده رضایت و اعتماد مردم نسبت به محصولات پا آرا، به احساس رضایتی دست پیدا می‌کنم که هیچ حسی با آن قابل مقایسه نیست. این شرکت تولیدکننده جوراب‌های نانو و جوراب مختص بیماران دیابتی است که محصولی کم‌نظیر در دنیا محسوب می‌شود.

وی ادامه داد: بیش از ۸۰ درصد مواد اولیه مصرفی ما خارجی است و معمولاً نخ‌های مورد استفاده در



بیان‌اله فرهادی-مدیرعامل جوراب پا آرا





شرکت جوراب نازی

با کالای مشابه خارجی را برای ما سخت می‌کند. به اعتقاد وی، در تولید جوراب صد درصد امکان رقابت (از نظر کیفیت، تنوع و طرح) با نمونه‌های خارجی چین و ترکیه را داریم. احذزاده اضافه کرد: در صنف جوراب، صرف‌نظر از مشکلات تهیه مواد اولیه و قاچاق، مهم‌ترین معضل موجود کپی‌برداری از نمونه‌های موفق و پرفروش در بازار است. پس از ارائه یک محصول که طراحی آن برای مجموعه ما چندین ماه طول کشیده، به سرعت توسط سایر همکاران کپی و با کیفیت‌های نازل فروخته می‌شود. در صورت رعایت قانون کپی‌رایت، بخش عمده‌ای از مشکلات ما در زمینه طراحی برطرف می‌شود.



علیرضا احذزاده - مدیرعامل جوراب پاتریس

وی گفت: با توجه به پتانسیل بالای شرکت جهت صادرات، تصمیم گرفتیم برای اولین بار در نمایشگاه ایران مد حضور پیدا کنیم و محصولات با کیفیت و متنوع خود را در معرض مشاهده مشتریان خارجی قرار دهیم. خوشبختانه استقبال بازدیدکنندگان از غرفه ما فراتر از انتظاراتمان بود.

### قاچاق همچنان سودآور است

«کارخانجات نساجی و پوشاک آرتا مد» با بهره‌گیری از ۸۰۰ نفر پرسنل در زمینه تولید نخ پنبه، پارچه جین، پارچه حلقوی، رنگرزی، بوبین رنگ کنی، تخت‌بافی انواع پوشاک به فعالیت می‌پردازد و مواد اولیه مصرفی این گروه تولیدی (الیاف پنبه، نخ و رنگ و مواد شیمیایی) از داخل و خارج کشور تأمین می‌شود.



واحیده سلیمی - معاونت استراتژی پوشاک آرتا مد

واحیده سلیمی - معاونت استراتژی پوشاک آرتا مد و عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران - ادامه داد: به دلیل تحریم، واردات مواد اولیه (به‌ویژه از کشور آلمان) محدود شده و همچنین با مشکل زمانی ترخیص کالا روبرو هستیم، از سوی دیگر تغییر نرخ ارز (به خصوص در قیمت رنگ) بسیار تأثیرگذار است.



به گفته وی، تأمین قطعات که بخش حیاتی صنعت نساجی محسوب می‌شود نیز با مشکلات عدیده مواجه است و در بعضی موارد با عدم امکان خرید و واردات روبرو هستیم، در بخش تهیه مواد اولیه داخلی

نازی - مدیرعامل - از چین و ترکیه و بخشی نیز از شرکت‌های مطرح ایرانی تهیه می‌شود که طی دو سال اخیر کیفیت و قیمت مناسبی به خصوص پیدا کرده‌اند.

وی ضمن ابراز مخالفت با ممنوعیت واردات پوشاک، گفت: با توقف واردات رسمی، از تولید محصولات به روز، متنوع و باکیفیت عقب خواهیم افتاد زیرا در بازار هیچ رقیبی وجود ندارد که تولیدکننده را برای ارتقای سطح کمی و کیفی ترغیب نماید. مدیرعامل شرکت جوراب نازی اذعان داشت: محصولات این مجموعه از نظر کیفیت و تنوع طرح به مراتب برتر از مشابه ترکیه است.

«تهیه به موقع مواد اولیه» و «کمبود نیروی انسانی متخصص» به اعتقاد این صنعتگر، چالش اصلی فعالان صنعت پوشاک ایران محسوب می‌شوند. وی اظهار داشت: برای دومین بار در نمایشگاه پوشاک تهران به‌عنوان شرکت‌کننده و با هدف «توسعه بازار فروش» حضور پیدا کرده‌ایم اما با توجه به عدم استقبال بازدیدکنندگان خارجی توفیق چندانی حاصل نشد. همچنین سال گذشته شاهد بازدید هیئت خارجی از نمایشگاه بودیم اما امسال این اتفاق رخ نداد.

### ترجیح می‌دهیم از نخ‌های ایرانی استفاده کنیم

«شرکت تولیدی احذزاده با نام تجاری پاتریس» تولیدکننده جوراب‌های فانتزی (زنانه، مردانه، بچه‌گانه و ورزشی) با حجم تولید ماهیانه چهار هزار جین در دو شیفت کاری است. محصولات پاتریس علاوه بر عرضه مستقیم، در قالب فروش آنلاین (از طریق سایت اختصاصی پاتریس)، تک‌فروشی و عمده‌فروشی سراسر کشور توزیع می‌شود.



علیرضا احذزاده - مدیرعامل - ابراز داشت: تا دو سال پیش از نخ‌های پنبه‌ای ترکیه استفاده می‌کردیم اما به دلیل افزایش قیمت ارز، تحریم‌ها و ... به مواد اولیه تولید داخل روی آوردیم و به مرور زمان متوجه کیفیت بالای نخ‌های ایرانی شدیم و در حال حاضر علی‌رغم وجود نخ‌های ترکیه در بازار، همچنان ترجیح می‌دهیم از نخ‌های ایرانی استفاده کنیم البته با مشکل تأمین به موقع مواد اولیه مواجهیم و همین امر رقابت



احمد عبدالرزاقی - مدیر فروش و بازاریابی الیف کسب و کار



نیز گاهی با مشکلات ناشی از توقف فروش یا افزایش ناگهانی قیمت‌ها دست و پنجه نرم می‌کنیم.

سلیمی ضمن موافقت با ایجاد تعادل در واردات پوشاک عنوان داشت: زمانی که واردات پوشاک آزاد بود، اگر به همان نسبت، تولیدکنندگان داخلی مورد حمایت قرار می‌گرفتند و فضا برای تولید و عرضه مهیا می‌شد، قطعاً برندهای داخلی (به خصوص در بخش عرضه) به ارتقاء کیفیت محصولات خود اهمیت بیشتری می‌دادند.

وی اذعان داشت: در صورتی که امکان نمایش و فروش کالاهای ایرانی را در مراکز مطرح خرید فراهم می‌کردیم و آنها را در کنار برندهای خارجی قرار می‌دادیم، انگیزه و تلاش آنان برای هم‌ردیف شدن از نظر کیفی در ذهن برندهای داخلی دوچندان می‌شد.

معاونت استراتژی و پوشاک آرتامد خاطر نشان کرد: نمی‌توان گفت خلأ حضور برندهای خارجی در بازار، توسط تولیدکنندگان ایرانی به سرعت پر خواهد شد زیرا سازماندهی صنعت پوشاک نیازمند زیرساخت‌هایی در حوزه آموزش، طراحی و تکنولوژی دارد که دستیابی به آنها زمان‌بر خواهد بود، البته با توجه به انگیزه و علاقه تولیدکنندگان سرعت ایجاد این فرآیند افزایش یافته است و امیدوارم برندها و دست اندرکاران با همدلی، همراهی و یکدلی این ساختار را به گونه‌ای شکل دهند که امکان توسعه و گسترش ظرفیت فعالیت‌های تولیدی وجود داشته باشد.

عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، حضور رسمی برندهای خارجی (با توجه به دستورالعمل تدوین شده واردات) را در ارتقاء سطح کیفی، طراحی، دانش تولید، عرضه و سازماندهی تولیدات داخل بسیار موثر دانست و افزود: تاثیر افزایش نرخ دلار در کاهش قاچاق را کمرنگ می‌دانم زیرا با توجه به افزایش قیمت مواد اولیه در داخل، همچنان قاچاق سودآور است.

سلیمی، تبعات منفی تحریم‌ها در واردات و تأمین مواد اولیه، قطعات، ماشین‌آلات و همچنین مسائل بانکی را متذکر شد و گفت: فعالیت‌های علمی و مدون بعضی از برندها در تعامل با سایر کشورها قابل تقدیر

است و همچنان شاهد ارتباط با مدارس طراحی و مد، حضور اساتید و مربیان و متخصصین خارجی و اعزام دانشجویان برای آموزش برون مرزی در حیطه برنامه‌های و استراتژی آنها هستیم.

وی تأکید کرد: تولید برای برندهای خارجی ما را به نتیجه رساند که امکانات بالقوه موجود می‌تواند رضایت آنان را جلب نماید و باعث شد در راستای برنامه نویسی علمی به سمت تولید برای برندهای داخلی و ارائه مشاوره به آنان و بهره‌گیری از تجربیات تولیدکنندگان سایر کشورها سوق یابیم و در این زمینه خدمات چشمگیری به مشتریان ارائه دهیم؛ گفتنی است برای برخی برندها، پوشاک چین و تریکو تولید کرده‌ایم که با مشارکت در عمده فروشی و خرده‌فروشی، محصولات را به فروش رسانده‌ایم.

سلیمی در پاسخ به این سوال که راهکارهای شما برای رفع مشکلات صنعت پوشاک چیست؛ به موارد زیر اشاره کرد:

\* تأمین مواد اولیه، سهولت تأمین و تثبیت قیمت، این اطمینان را به تولیدکنندگان خواهد داد که برنامه میان مدت خود را تدوین و براساس آن ایجاد و توسعه طرح‌ها را در استراتژی سازمانی خود بگنجانند.

\* امکان ارتباط با حوزه‌های فعال خارجی در زمینه طراحی و آموزش و تأمین به گونه‌ای فراهم شود که نرخ این دسترسی را به حداقل برسد.

\* همکاری مراکز خرید در نمایش و عرضه محصولات داخلی می‌تواند به ایجاد و موفق شدن یک برند داخلی بسیار کمک نماید.

\* سهولت تأمین سرمایه در گردش و نقدینگی وی در پایان عنوان داشت: نمایشگاه ایران مدامسال نسبت به سال‌های گذشته به دلیل توجه خاص دولت و بخش خصوصی از سطح کیفی قابل قبولی برخوردار بود و در مجموع نمایشگاه را محل تجدید دیدارها و یادآوری حضور موثر در بازار و معرفی جدیدترین رویدادها و دستاوردهای شرکت‌کنندگان می‌دانم که به لطف خداوند اغلب شرکت‌کنندگان از حضور در ایران مد رضایت داشتند.

# گزارش

