



اشاره:

نشست هم‌اندیشی تولیدکنندگان پارچه و پوشاک با همت انجمن صنایع نساجی ایران در سالن کنفرانس این تشکل کارفرمایی با حضور تعدادی از تولیدکنندگان پوشاک، پارچه و فعالان صنایع نساجی برگزار شد و طی آن لزوم اتحاد، انسجام و ارتباط بیشتر میان تولیدکنندگان پارچه و پوشاک مورد تأکید قرار گرفت. در این جلسه پیشنهاداتی مانند برگزاری نمایشگاه تخصصی پارچه و تشکیل کمیته تخصصی متشکل از نمایندگان سه تشکل مهم و اثرگذار صنایع نساجی و پوشاک ایران (انجمن صنایع نساجی ایران، اتحادیه تولید و صادرات نساجی ایران و پوشاک ایران و انجمن صنایع پوشاک ایران) مطرح شد و مورد بحث و تبادل نظر صنعتگران نساجی و تولیدکنندگان پوشاک قرار گرفت. هر دو طیف تولیدکننده پوشاک و پارچه ضمن اذعان به این مطلب که ارتباط و شناخت کاملی از نیازها و خواسته‌های یکدیگر ندارند؛ خواستار اتخاذ ساز و کار عملیاتی برای ایجاد ارتباطات بیشتر شدند.

برای «وصل کردن» دور هم جمع شده‌ایم

تهیه و تنظیم: مینا بیانی

گزارشی از برگزاری نشست هم‌اندیشی تولیدکنندگان پارچه و پوشاک

- حاضرین جلسه (به ترتیب حروف الفبا) خانم‌ها و آقایان:
- فرید آقایی - مدیرعامل شرکت یزدتاب: تولیدکننده نخ ۲۰ پنبه‌ای سیستم این‌اند
 - محسن اصفهانیان - مدیرعامل گراد: تولیدکننده کت و شلوار مردانه و لباس‌های کلاسیک
 - علی اعتمادی - مدیرعامل شرکت اعتماد گوهر: تولیدکننده پارچه ماتویی و پیراهنی مردانه
 - کامران اوستایی - فعال در زمینه پارچه
 - سعید جلالی قدیری - دبیر اتحادیه اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران
 - ستایش جهان‌پاک - نماینده مدیرعامل شرکت ویچی: تولیدکننده پوشاک مجلسی زنانه
 - صادق خداپرست - دبیر انجمن طراحان لباس و پارچه ایران
 - رویا خسروی - مسئول بازرگانی زاگرس‌پوش: انواع پارچه
 - تولیدکننده کت شلوار، پیراهن، مانتو شلوار اداری
 - امیرحسین دائمی - مدیرعامل شرکت حریر نام کویر: تولیدکننده پارچه‌های پنبه‌ای و پارچه ماتویی و لباس زنانه
 - مجتبی دستمالچیان - مدیرعامل شرکت آرمان مینای یزد و رئیس کمیته بافندگی انجمن صنایع نساجی ایران: تولیدکننده پارچه‌های ماتویی
 - عباس سرشارزاده - مدیرعامل شرکت حریر سمنان: تولیدکننده پارچه ماتویی پیراهنی شلوار
 - محمدمهدی سمانیان - مدیرعامل شرکت کاسپین تکمیل رز: چاپ پارچه و البسه (دیسپرس ری اکتیو)
 - علیرضا شخم‌کاری - مدیرعامل شرکت اسپرینگ کات
 - علی صانعی - مدیر بازرگانی شرکت ویچی
 - محمد ضرابیه - مدیرعامل شرکت یزدباف: تولیدکننده انواع پارچه

■ ایرج طائفی - مدیرعامل شرکت پارمین جامه: تولیدکننده لباس جین و کتان

■ وحید عبدلی - مدیرعامل شرکت نساجی سانته اصفهان: فعال در زمینه رنگرزی چاپ و تکمیل انواع پارچه‌های پنبه، پلی‌استر و مخلوط

■ علی عشقیان - مدیرعامل شرکت شیوا نساج یزد: تولیدکننده پارچه رومبلی

■ حمید عظیمی - مدیرعامل شرکت وان بای وان

■ اکرم عبوضی‌خانی - مدیرعامل شرکت پوشاک رایکا: تولیدکننده لباس فرم، پیراهنی، فاستونی، جین، کتان، دورس و ورزشی

■ مجید فخار - مدیرعامل جامه پوش‌آرا: تولیدکننده پوشاک کژوال زنانه و مردانه

■ سعید کبیری - مدیر شرکت بافت کبیر جزه

■ مهدی کرمانشاهی - مدیرعامل شرکت گوهر چاپ یزد: فعال در زمینه رنگرزی، چاپ، و تکمیل پوشاک، روسری و شال

■ علیرضا متولی‌زاده - مدیرعامل شرکت نساجی اطلس: تولیدکننده پارچه پیراهنی صد درصد پنبه با نخ نمره ۴۰

■ امین مقدم - مدیرعامل شرکت زیراف امین: تولیدکننده پارچه

■ مجید نامی - نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران

■ حمید نساج‌پور - مدیرعامل شرکت صنایع نساجی نساج‌پور: بافندگی رنگرزی و چاپ پارچه تا عرض ۳ متر، لباس کار، مانتو، شلوار، فرم مدارس، چاپ سرویس خواب

■ امین نظری‌پاک - مسئول کشف کالای قاچاق سازمان صمت

■ وحید نیکاری - کارشناس خرید شرکت زاگرس پوش

■ حسن نیلفروشان‌زاده - دبیرکل انجمن صنایع نساجی ایران

■ سهیل واحدی - مدیرعامل شرکت کوک

■ سومات هاگوییان - رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران

مجتبی دستمالچیان - مدیرعامل شرکت آرمان مینای یزد و رئیس کمیته بافندگی انجمن صنایع نساجی ایران: با سپاس از تمام دوستانی که دعوت انجمن صنایع نساجی ایران را پذیرفتند. علی‌رغم تمام مشکلاتی که گریبانگیر صنعتگران کشور است، کاهش قاچاق و واردات پوشاک (و به تبع آن منسوجات) اتفاق خوبی برای تولیدکنندگان پوشاک محسوب می‌شود و بازار نسبتاً خوبی برای این صنعت به وجود آمده است.

وی گفت: تفاوت صنعت نساجی با سایر صنایع این است که تولیدات آن می‌تواند به صورت مجزا و جداگانه انجام شود و کمتر کارخانه‌ای وجود دارد که مواد اولیه وارد و محصول نهایی به صورت پوشاک آماده، خارج شود اما زمانی که برای مثال تولیدکنندگان کاشی دور همدیگر جمع می‌شوند تمام مسائل و مشکلاتشان یکسان است زیرا از صفر تا صد تولید کاشی را در اختیار دارند منتها به دلیل فعالیت زنجیره‌ای صنایع نساجی، بعضاً تضاد منافع نیز مشاهده می‌شود و ممکن است مشکلاتی میان زنجیره‌های صنایع نساجی به وجود آید.

دستمالچیان تصریح کرد: اغلب واحدهای تولیدی نخ، پارچه و ... به بازار متصل هستند و ارتباط چندانی با تولیدکنندگان پوشاک جهت کسب اطلاع از نیازهای آنان ندارند در صورتی که فکر نمی‌کنم تکنولوژی تولید پارچه‌های پیراهنی چندان پیچیده باشد و کارخانه‌های نساجی با بهره‌گیری از مواد اولیه و ماشین‌آلات امکان تولید این قبیل پارچه‌ها را دارند؛ اگر هم امکان تولید پارچه خاصی در ایران وجود نداشته باشد یا ظرفیت تولید آن در کشور محدود باشد؛ باید واردات صورت گیرد. هدف این است که صنعتگران نساجی و تولیدکنندگان پوشاک بتوانند به طور کامل از پتانسیل و ظرفیت‌های موجود داخل کشور بهره‌مند شوند.

رئیس کمیته بافندگی انجمن صنایع نساجی ایران خاطرنشان کرد: در سال‌های گذشته پارچه‌های ایرانی، کیفیت چندانی نداشتند و تولیدکنندگان پوشاک، پارچه‌های باکیفیت مورد نظر را از خارج کشور وارد می‌کردند و تولیدکنندگان داخلی مجبور بودند پارچه‌های ارزان قیمت برای قشر خاصی از جامعه تولید نمایند و کسی پارچه‌های گران قیمت ایرانی خریداری

نمی‌کرد. در واقع پارچه‌ای تولید کردیم که دو سال هم نتوانستیم یک متر آن را بفروشیم! زیرا واردات پارچه از ترکیه مقرون به صرفه‌تر بود و امکان فروش آن با قیمت بیشتر هم امکان‌پذیر به نظر می‌رسید. اما در حال حاضر کیفیت تولید پارچه‌های ایرانی بسیار افزایش یافته، در بسیاری از موارد با پارچه‌های مشابه خارجی قابل رقابت (و حتی بهتر) هستند و در صورت ایجاد ارتباط میان صنعتگران نساجی با تولیدکنندگان پوشاک، اطمینان داشته باشید کیفیت پارچه‌های تولید داخل بهتر خواهند شد؛ کما این که در تولید پوشاک داخلی نیز شاهد این امر هستیم.

زمانی در خیابان‌های شمال شهر تهران، برندهای خارجی پوشاک در قالب فروشگاه‌های بزرگ به فعالیت می‌پرداختند اما به تدریج متوقف شدند و برندهای معتبر و خوش‌نام ایرانی جایگزین آنها می‌شوند. اگر دوستان پیشنهاد یا نقطه نظرات خاصی در این زمینه (مانند برپایی نمایشگاه‌های مشترک و عرضه توانمندی‌های صنایع نساجی و پوشاک) دارند، اعلام بفرمایند تا شاهد برقراری ارتباط موثرتر و ارتقای کیفی و کمی منسوجات و پوشاک کشور باشیم.

■ هیچ‌کسی جز خودمان به داد ما نخواهد رسید

مهندس حسن نیلفروشان‌زاده - دبیرکل انجمن صنایع نساجی ایران: - در یکی از جلسات مشترک فعالان و تشکل‌های نساجی و پوشاک ایران با آقای دکتر رحمانی - وزیر صنعت، معن و تجارت - ضرورت برگزاری یک جلسه هماهنگی میان واحدهای نساجی با تولیدکنندگان پوشاک مورد توجه قرار گرفت. تفاوت میان زنجیره تولید پوشاک و پارچه با سایر قسمت‌ها؛ حضور بخش بازرگانی سنتی است که (با احترام به تلاشگران این عرصه) معمولاً فاقد دانش کافی در زمینه مسائل تخصصی تولید یا نیاز و سلیق تولیدکنندگان پوشاک هستند، بیشتر جنبه انتفاعی خود را مدنظر قرار می‌دهند، برایشان این مهم است چه کالایی، سود بیشتری دارد و در نهایت توجهی به رفع نیازهای مصرف‌کنندگان ندارند.

در حال حاضر گسستگی میان واحدهای بافندگی و



مجید فخار - مدیرعامل جامعه پوشش آرا

می‌رود اما توان تولید آن در ایران وجود دارد و از نظر مترژ هیچ مشکلی وجود ندارد.

پیشنهادات و راهکارها

مجید فخار - مدیرعامل جامعه پوشش آرا: تصور می‌کردم جلسه پربارتری با حضور اعضای هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران برگزار شود و جای دوستانی که از قدرت بسیار بالایی در صنایع نساجی کشور برخوردارند بسیار خالی است.

موارد پیشنهادی قابل طرح:

۱- با توجه به صورتجلسه کارگروه انجمن صنایع نساجی ایران مقرر بود بانک اطلاعات کاملی از ظرفیت‌های واحدهای عضو انجمن با جزئیات کامل و همچنین اطلاعاتی از طرح‌های توسعه‌ای آنها ارائه شود.

۲- صنعت مد پوشاک جهانی بسیار فعال بوده و این امر باعث تغییر و تحول در نوع پوشش مصرف‌کنندگان شده؛ لذا لازمه تأمین نیازهای به‌روز مصرف‌کنندگان حرکت در این مسیر می‌باشد.

۳- مصرف‌کننده نهایی به دنبال تأمین نیاز روز خود از بازار داخل بوده و در صورت عدم تأمین نیاز، به تولیدات خارجی روی خواهد آورد.

۴- نیاز مصرف‌کنندگان پوشاک: ۱- تنوع کالایی ۲- کمیت کافی ۳- کیفیت قابل قبول ۴- قیمت رقابتی است که این نیاز باید توسط تولیدکنندگان صنفی و صنعتی پوشاک تأمین شود و لازمه آن وجود مواد اولیه مناسب است.

۵- تولیدکنندگان پوشاک ترجیحشان تأمین مواد اولیه از داخل کشور توسط همکاران صنعت نساجی است اما در صورت عدم تأمین مناسب راهی جز



محسن اصفهانیان - مدیرعامل پوشاک گراد

■ محدودیت تولیدکنندگان پارچه در ارائه محصول در مترژ پایین!

محسن اصفهانیان - مدیرعامل پوشاک گراد: در مورد ارتباط تولیدکنندگان پوشاک با صنعتگران ابراز داشت: به دلیل تمایل به استفاده از تولیدات ایرانی و همچنین تنوع بالای محصولات گراد، از اغلب نمایشگاه‌های نساجی سراسر کشور بازدید به عمل می‌آورد و به دنبال تهیه مواد اولیه از واحدهای نساجی کشور هستیم اما مشکل اینجاست که صنعتگران نساجی در زمینه مترژ تولیدات مشکل دارند؛ به این معنی که حداقل میزان قابل قبول آنها برای پذیرش سفارش تولید پارچه پیراهنی در یک رنگ ۲-۳ هزار متر است که این امر مسائلی را برای تولیدکننده پوشاک (به خصوص پوشاک زنانه و فست فشن) به وجود می‌آورد زیرا نمی‌توانند پارچه در مترژهای بالا سفارش دهند و مجبورند برای تهیه ۲۰۰ متر پارچه در رنگ‌های مختلف به خارج کشور بروند. به همین دلیل صنعتگران نساجی بیشتر با بازار کار می‌کنند زیرا کسبه بازار، رنگ‌های مورد نظر را به اصطلاح خُرد می‌کنند. در حالی که امکان سفارش ۵۰-۱۰۰ متر پارچه فاستونی در ایتالیا امکان‌پذیر است؛ در ایران نمی‌توانید سفارش تولید ۵۰ متر پارچه در یک رنگ را سفارش دهید.

■ یکی از عوامل تعیین‌کننده قیمت، مترژ است

علیرضا متولی‌زاده - مدیرعامل نساجی اطلس: آقای اصفهانیان! به‌عنوان تولیدکننده معتقد محدودیت مترژ در مقایسه با قیمت است. یکی از عوامل تعیین‌کننده قیمت، مترژ است و اگر تولیدکننده پوشاک، پارچه‌ای را به صورت انحصاری و مختص برند خود می‌خواهد، باید بداند که طبعاً قیمتش بالاتر



حسین نیلفروش زاده - مدیرکل انجمن صنایع نساجی ایران

تکمیل با بخش پوشاک وجود دارد که امیدوارم در جلسه امروز راهکاری برای آن مطرح شود.

به اعتقاد دبیرکل انجمن صنایع نساجی ایران، مسئله دوم، شرایط سیاسی کشور است. تحریم صنایع نساجی ایران توسط آمریکا، ماجرای بسیار سخت و دشواری است که محدودیت‌های آن از امروز شروع شده به طوری که ترکیه پرفورم‌های جدیدی برای مواد اولیه ارائه نمی‌دهد و صرفاً پرفورم‌های قبلی را تأمین می‌نمایند؛ بنابراین از امروز باید به فکر دو ماه آینده باشیم و علائم بیانگر افزایش محدودیت‌های تجاری و صنعتی است و ضرورت ایجاد هماهنگی میان فعالان نساجی و پوشاک بیش از هر زمان دیگری حس می‌شود.

مهندس نیلفروش زاده گفت: واقعیت این است که انجمن صنایع نساجی ایران و انجمن صنایع پوشاک ایران، اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران و ... با هدف ایجاد وحدت میان صنعتگران و رفع مشکلات موجود شکل گرفته‌اند زیرا در نهایت هیچ‌کسی جز خودمان به داد ما نخواهد رسید و خودمان باید به برنامه‌ریزی جهت رفع مشکلات بپردازیم؛ در این راستا کمیته‌های تخصصی انجمن صنایع نساجی ایران نسبتاً فعال هستند و به دنبال طراحی محلی برای ارائه و معرفی کالیت‌های مختلف کارخانه‌های نساجی به واحدهای تولید پوشاک هستیم

وی اضافه کرد: با این اوصاف از تمام دوستان و همکاران می‌خواهم ضمن توجه به ضرورت برگزاری چنین جلسه‌ای، به ارائه پیشنهادات و برنامه‌های خود بپردازند تا در قالب صورت‌جلسه به دفتر خانم مهندس محرابی - مدیرکل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت - ارسال شود.

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران: پیش از توجه به منافع صنفی و شخصی، به منافع ملی توجه کنیم در غیر این صورت شکست خواهیم خورد. همان طور که در سه دهه گذشته، این منافع نادیده گرفته شدند و امروز که دور همدیگر نشستیم؛ در مورد مسائل ابتدایی صحبت می کنیم

تأمین از طریق بازارهای جهانی نخواهند داشت و انتخاب این مسیر و درخواست ارز مورد نیاز از حقوق مسلم تولیدکنندگان پوشاک داخلی است.

مشکلات موجود در تأمین مواد اولیه تولیدکنندگان پوشاک از صنعت نساجی داخل:

۱- نبود نخهای متنوع، پارچه با بافتهای متنوع، واحدهای رنگریزی استاندارد، ماشین آلات و تجهیزات به روز تکمیل پارچه است.

۲- نبود واحدهای تولید خرج کار و ملزومات در صنعت نساجی شامل زیپ، دکمه، لایه چسب، نواربافی، علاقبندی و ...

۳- عدم نظارت انجمن نساجی بر نحوه توزیع و قیمت مواد اولیه و ملزومات به ویژه در دو سال گذشته که صنعت پوشاک با مشکل عدیده تأمین سرمایه در گردش مواجه بوده است.

راهکارها:

۱- حمایت تشکلهای خصوصی مرتبط با صنعت پوشاک از تسهیل در واردات مواد اولیه صنایع نساجی با نرخ مناسب ارزی و تلاش در جهت کاهش تعرفه‌های آنان و تسهیل در گمرکات

۲- شناخت نیاز بازار توسط واحدهای صنایع نساجی از طریق صنعت مد جهانی و تولیدکنندگان پوشاک کشور و نهایتاً تولید براساس آن

۳- تشویق به سرمایه‌گذاری جهت ایجاد واحدهای تولید خرج کار و ملزومات در صنعت نساجی

۴- ایجاد مکانیزمی جهت نظارت بر نحوه توزیع و قیمت‌گذاری واحدهای عضو توسط انجمن نساجی منجمله فروش مستقیم محصولات به تولیدکنندگان صنفی و صنعتی مجوزدار پوشاک براساس ظرفیت مجوز آنها و همچنین به شرکت‌های تعاونی

تشکلهای مرتبط با صنعت پوشاک

۵- برگزاری نمایشگاه نساجی حداقل دو بار در سال جهت ارائه محصولات جدید به تولیدکنندگان داخلی

۶- ارتباط مستمر انجمن نساجی با تشکلهای خصوصی مرتبط با صنعت پوشاک کشور

■ به منافع ملی توجه کنیم

سومبات هاکوپیان- رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران- بیش از یک سال پیش، اولین گام در مورد ارتباط میان صنعتگران نساجی و تولیدکنندگان

پوشاک توسط انجمن طراحان لباس و پارچه ایران برداشته شد و این انجمن معتقد بود باید «زنجیره ارزش» بیشتر مورد توجه قرار گیرد و تا حدودی نیز فعالیت‌هایی در این زمینه صورت گرفت ولی در نهایت ادامه آن رها شد؛ جلسه امروز نیز نشان می‌دهد هنوز موفق به ایجاد زنجیره مذکور نشده‌ایم زیرا حضور فعالان بخش ریسندگی در آن بسیار کم‌رنگ است علی‌رغم این که بیشترین دغدغه تولیدکنندگان پوشاک در این بخش است.

به اعتقاد من، نیازمند ترسیم صحیح و دقیق زنجیره ارزش به صورت نموداری هستیم تا کاستی‌ها و نقاط قوت در کنار هم مدنظر قرار گیرد.

وی با اعلام این مطلب که در شرایطی به سر می‌بریم که علی‌رغم تحریم‌های بین‌المللی، خارج از جهان پیرامونی خود قادر به زندگی و ادامه فعالیت نیستیم، افزود: پس از این که فرصت بسیار خوبی برای رشد و توسعه صنعت پوشاک پیش آمد متأسفانه سیاست‌گذاری‌های نادرست دولتمردان و برخی لابی‌گری‌های موجود اجازه نداد صنعت پوشاک روند طبیعی خود را طی کند در نتیجه این صنعت علی‌رغم تأکید در تمام صورت‌جلسات و تصمیم‌گیری‌ها به‌عنوان یکی از صنایع اولویت‌دار و پیش‌ران، امکاناتی در اختیارش قرار نمی‌گیرد.

واقعیت این است که بخش خصوصی لحظه‌ای از تلاش باز نمی‌ایستد و تمام دارایی‌های مادی و معنوی خود را در میدان تولید عرضه کرده و نمی‌تواند عقب‌نشینی کند.

به زعم هاکوپیان، همگان شاهدیم در بخش پوشاک

عده‌ای از همکاران در زمینه برندسازی، فعالیت‌های بسیار خوبی انجام می‌دهند و باید بتوانند برای ارائه محصولات خود در قالب کلکسیون، از عهده تأمین مواد اولیه مورد نیاز خود برآیند؛ ضمن این که محصولات تولیدکنندگان پوشاک (به ویژه فعالان فست فشن) در رده کالاهای فاسدشدنی محسوب می‌شود و اگر در موعد مقرر به بازار عرضه نشود، تاریخ مصرف آن می‌گذرد و قابل استفاده نیست پس باید شرایط این قبیل تولیدکنندگان را درک کنیم.

وی بیان داشت: در مورد صحبت آقای متولی‌زاده مبنی بر سفارش تولید پارچه به صورت انحصاری و در تیراژ پایین هم باید بگویم مجموعه ما (پوشاک هاکوپیان)، هزینه بالای تولید سفارشی را پذیرفت اما اعلام کردیم طرح و نقشه مدنظر ما باید در امنیت کامل باشد و در اختیار تولیدکنندگان زیرپله‌ای قرار نگیرد زیرا به این ترتیب تمام سرمایه مادی و معنوی برند از بین خواهد رفت.

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران اضافه کرد: باید بپذیریم بالای ۵۰ درصد مواد اولیه تولید پوشاک داخل کشور تأمین می‌شود اما مطلوب نیست. برای مثال یک بازاری به شیوه سنتی خود به توزیع پارچه تولید داخل می‌پردازد و ممکن است چند برند مطرح نیز از همان پارچه‌ها تهیه کنند و هنگام فروش متوجه شوند در دام یکدیگر افتاده‌اند! به این ترتیب اصالت و اعتبار کلکسیون برندها از میان می‌رود؛ پس معتقدم نمودار زنجیره ارزش از نقطه پنبه تا پوشاک ترسیم شود و نقاط ضعف و مشکلات بخش‌های مختلف، بررسی و راهکاری عملی رفع آنها اعلام شود.

هاکوپیان از تمام دوستان و همکاران درخواست کرد پیش از توجه به منافع صنفی و شخصی، به منافع ملی توجه کنیم در غیر این صورت شکست خواهیم خورد. همان طور که در سه دهه گذشته، این منافع نادیده گرفته شدند و امروز که دور همدیگر نشستیم؛ در مورد مسائل ابتدایی صحبت می‌کنیم. در گذشته به این واقعیت توجه نشد که بدون رشد صنعت پوشاک در کشور، نساجی به بالندگی و توسعه نخواهد رسید.



مهندس عباس سرشارزاده - مدیرعامل حریر سمنان



سومبات هاگوپیان - رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک

■ قشر متوسط و متمول؛ مصرف کنندگان پارچه و پوشاک

مهندس عباس سرشارزاده - مدیرعامل حریر سمنان: واحدهای بافندگی، خواهان حفظ فضای رقابتی خود در بازار هستند و منافعشان با برخی از تولیدکنندگان پوشاک، مشترک یا غیرمشترک است. در نهایت بافندگان کشور نخ را تولید نمی کنند که به پوشاک تبدیل نشود! و محصولات تولیدکنندگان صنایع نساجی به اصطلاح روی زمین باقی نمانده است و تولیدکنندگان پوشاک آن را می خرند.

به گفته وی، مشکل اینجاست با صنعت پوشاکی مواجهیم که دنبال تولید محصولات خاصی برای طبقه مرفه جامعه است در حالی که تولیدات نساجی به سمت تأمین محصولات مورد نیاز طبقه متوسط جامعه پیش می رود.

دوستانی که در جلسه امروز به دنبال واردات پارچه برای تولید محصولات طبقه متمول جامعه برای رقابت با پوشاک قاچاق هستند؛ بدانند پوشاک قاچاق در مراکز مرفه نشین شهرهای بزرگ عرضه می شوند و فروشگاههای این دوستان نیز در نقاطی راهاندازی شده اند که طبقه متمول جامعه ایرانی را در همان محلات می توان دید.

مهندس سرشارزاده اذعان داشت: تضاد منافع ما در این است که آزادسازی واردات برای تمام محصولات از جمله کالاهای مورد نیاز طبقه متوسط (که توسط صنعتگران ایرانی تولید می شوند) اعمال می شود. تولیدکنندگان پوشاک به دنبال ارائه کت وشلواری برای طبقه متمول جامعه است در حالی که جامعه هدف صنعتگران نساجی، اقشار متوسط می باشد نه طبقه مرفه که نیازمند پارچه ایتالیایی است؛ ضمن این که تنوع کالایی برای

وی افزود: در دهه پنجاه شمسی حتی یک مورد نمایندگی چرخ صنعتی یا بافندگی صنعتی در ترکیه وجود نداشت و طبق شواهد عینی، تولیدکنندگان پوشاک ترکیه، چرخ خیاطی را در ایران می خریدند و به کشور خود می بردند و یا از ماشین آلات بافندگی دست دوم آلمانی استفاده می کردند. اوایل دهه ۶۰ نیز برای اولین بار کارخانه های صنعتی پوشاک با ماشین آلات مدرن راهاندازی شدند. صنعتگران ترکیه در مسیر صحیح قرار گرفتند و منافع ملی خود را ابتدا در رشد صنعت پوشاک دانستند و ما نیز چه بخواهیم و چه نخواهیم باید منافع کل زنجیره ارزش را لحاظ نماییم؛ پس به عنوان یک دوست یا پیشکسوت پوشاک اعلام می کنم صدای مشتری را باید شنید، مشتری زنگ درب کارخانه های ما را نخواهد زد، اگر صدایش را شنیدیم و درب کارخانه را به رویش باز کردیم؛ موفق خواهیم شد.

هاگوپیان، پیشنهاد تعیین یک زنجیره ارزش و طرح مباحث تخصصی را مطرح کرد و گفت: نقش ما به عنوان تشکل های نساجی و پوشاک ایجاد هماهنگی برای تعیین زنجیره ارزش است و این نوید را به شما می دهم که انجمن صنایع پوشاک ایران و انجمن طراحان پارچه و لباس ایران به طور تمام قد در کنار انجمن صنایع نساجی ایران است و آماده یاری و همکاری هستیم اما به هیچ وجه نمی توان صنعت پوشاک را «به استفاده از آن چه هست»، محکوم کرد.

■ محدودیت مکانی در برگزاری جلسات

حسن نیلفروش زاده - دبیرکل انجمن صنایع نساجی ایران: در سالن کنفرانس انجمن صنایع نساجی امکان حضور بیش از پنجاه نفر میسر نیست و با محدودیت مکانی مواجهیم، همچنین تصمیم داشتیم میان واحدهای بافندگی و تکمیل با پوشاک ارتباط برقرار نماییم و ضرورتی برای حضور تولیدکنندگان مواد اولیه حس نکردیم زیرا در آن زمینه ها مشکلات به مراتب کمتر است. در بخش ریسندگی هم به این نتیجه رسیدیم حضور فعالان این بخش در جلسه امروز ضرورت چندانی ندارد.

طبقه مرفه مطرح می باشد. وقتی یک مصرف کننده طبقه متوسط پیراهنی را با قیمت و کیفیت مناسب خریداری می کند؛ برایش اهمیت چندانی ندارد که افراد دیگر مشابه همان لباس را بر تن کنند در حالی که طبقه مدنظر تولیدکنندگان پوشاک، قشری است که هیچ تمایلی به پوشیدن لباسی شبیه دیگران ندارد و میزان مصرف این قشر (مرفه) در حدی نیست که کل واردات کشور را به نفعشان آزاد نماییم.

این صنعتگر نساجی یادآور شد: منافع مشترک کسانی که امروز به عنوان برندها، صدای واردات را بلند کرده اند، منافعشان با واردات عام پارچه بهم می خورد؛ به عبارت بهتر اگر تولیدکنندگان پوشاک برای طبقه متوسط و پایین کشور به سراغ پارچه های خارجی بروند و به تولید بپردازند؛ رقیب جدی تری برای برندهای مشهور پوشاک ایران خواهند بود.

وی خاطر نشان کرد: زمانی برندهای مطرح پوشاک به فروش موفق محصولات خود ادامه خواهند داد که در پارچه فاستونی تولیدکنندگان فاقد برند از صد در صد پشم استفاده نشود اما اگر همین تولیدکننده توانست فاستونی صد درصد پشم را وارد کند، به شبیه سازی از تولیدات برندهای مطرح با قیمت به مراتب پایین تر می پردازد؛ پس واردات پارچه به زیان برندهای پوشاک کشور هم هست و اصرار برای واردات پارچه به دلیل تنوع تولیدات خارجی، زیان جدی آنان را به همراه خواهد داشت.

■ عدم تولید پارچه البسه مجلسی زنانه در ایران! ستایش جهان پاک - نماینده پوشاک ویچی: به نمایندگی از تولیدکنندگان پوشاک زنانه در این جلسه عنوان



ایرج طائفی - مدیرعامل شرکت پارمین جامه



مجتبی دستمالچیان - مدیرعامل آرمان مینای یزد

مدیرعامل پارمین جامه: نگران صنعت پوشاک کشور هستیم و به دلیل فعالیت در لایه‌های میانی جامعه، معتقدیم قیمت پوشاک تولید داخلی به واسطه قیمت مواد اولیه نادرستی که از سوی همکاران اعلام می‌شود، افزایش پیدا می‌کند و این امر آسیب‌های فراوانی به دنبال دارد.

■ توجه بیشتر به لایه‌های میانی و پایینی صنعت ایرج طائفی - مدیرعامل شرکت پارمین جامه: با شنیدن تحلیل‌های آقای مهندس سرشارزاده کمی نگران شدم زیرا احساس می‌کنم تحلیل‌ها، کارشناسی نشده‌اند. بازاری به میزان ۴۰-۵۰ هزار میلیارد تومان در کشور ما وجود دارد که بخش عمده این بازار مربوط به اقشار متوسط و پایین جامعه است و فکر نمی‌کنم بخش لاکچری جامعه بتواند به صنایع نساجی و پوشاک کشور آسیبی بزند.

وی با اشاره به قاچاق در لایه‌های پایین گفت: اگر یک‌روز به منطقه عبدالآباد سری بزنید، کالاهای مختلف با حجم بالا و قیمت‌های نازل عرضه می‌شوند که تهدید بسیار بزرگی در آینده‌ای نه چندان دور به شمار می‌آید.

طائفی یادآور شد: نگران صنعت پوشاک کشور هستیم و به دلیل فعالیت در لایه‌های میانی جامعه، معتقدیم قیمت پوشاک تولید داخلی به واسطه قیمت مواد اولیه نادرستی که از سوی همکاران اعلام می‌شود، افزایش پیدا می‌کند و این امر آسیب‌های فراوانی به دنبال دارد.

مدیرعامل پارمین جامه تصریح کرد: طبق شنیده‌ها در بحث قیمت تمام شده مواد اولیه، قیمت دلار به اضافه کرایه حمل و نقل و هزینه‌های گمرکی ملاک است! این موضوع یک فاجعه بزرگ می‌باشد و در صورت توقف همین میزان اندک واردات مواد اولیه، ببینید چه بحران بزرگی پیش روست که قیمت را فروشنده مواد اولیه تعیین می‌کند، تولیدکننده پوشاک نیز همان را به ناچار به مغازه‌دار و او نیز به مصرف‌کننده تحمیل کند!

به گفته طائفی، بهتر است به لایه‌های میانی و پایینی صنعت بیشتر توجه کنیم.

دستان تولیدکنندگان پوشاک زنانه هم در متراژ و هم در رنگ‌بندی بسته است...

■ عدم اتصال تولیدکنندگان پارچه با تولیدکنندگان پوشاک

مجتبی دستمالچیان - مدیرعامل شرکت آرمان مینای یزد و رئیس کمیته بافندگی انجمن صنایع نساجی ایران: در مجموعه ما بر مبنای سفارش (ولو ۴۰ متر) پارچه تولید می‌شود و موجودی انبار صفر است. اگرچه برخی از شرکت‌های بزرگ با حجم تولید بالا سراغ تولیدکنندگان فست فشن نمی‌روند اما فکر نمی‌کنم تولیدکنندگان پوشاک را وادار به خرید شش رنگ از یک طرح پارچه کنند!

وی افزود: به اعتقاد من اشکال کار، عدم اتصال تولیدکنندگان پارچه با تولیدکنندگان پوشاک است. ما (واحدهای بافندگی) در تهیه مواد اولیه (به خصوص نخ‌های فانتزی و خاص) با مشکلاتی مواجه هستیم و چاره‌ای جز واردات نداریم که آنها نیز به تعبیر آقای هاکوپیان، فاسد شدنی هستند ولی واقعیت این است که در مورد نبود پارچه لباسی زنانه در بازار باید بگویم پارچه تولید مجموعه ما به نام تولید ترکیه فروخته می‌شود!

دستمالچیان با بیان این مطلب که در صورت اتصال تولیدکنندگان پوشاک به واحدهای بافت پارچه، بسیاری از مسائل برطرف خواهند شد؛ به مراجعه برخی از برندهای پوشاک ترکیه به یزد جهت معرفی واحدهای تولید پوشاک اشاره کرد و در ادامه گفت: صنعتگران نساجی و پوشاک هیچ مشکلی با هم ندارند، همکار همدیگر هستیم و بازار نسبتاً خوبی داریم اما دور هم جمع شده‌ایم تا به هدف مشترکی دست پیدا کنیم و از ظرفیت‌های همدیگر نهایت استفاده را به عمل آوریم.

می‌کنم تنها پارچه داخلی قابل استفاده در تولید پوشاک زنانه، آستر است و سایر بخش‌ها همگی وارداتی هستند. اصولاً پارچه‌های وارداتی استوک و دارای آبرفت و وارفت بسیاری هستند و تمام طاقه‌ها پیش از تولید به دقت مورد بررسی قرار می‌گیرند که این کار فرایند تولید را دشوار و زمان‌بر می‌کند.

وی با بیان این مطلب که در مورد پارچه‌های مجلسی (مانند پارچه‌های پولکی) حتی یک مورد در ایران تولید نمی‌شوند و نخ‌های مورد نیاز دوخت این پارچه‌ها نیز از طریق واردات تأمین می‌شود؛ گفت: واردات پارچه به هیچ‌عنوان مختص قشر خاصی از جامعه نیست و در صورت نبود واردات، تولید متوقف خواهد شد زیرا فقط آستر مصرفی ما، تولید داخل است و خلأ پارچه‌های مجلسی و ملزومات در کشور بسیار محسوس می‌باشد و حتی برای تهیه گل سینه، مجبور به واردات هستیم.

به اعتقاد جهان‌پاک، این قبیل مشکلات در زمینه تولید پوشاک زنانه به دلیل تغییر سریع مد، چندین برابر بیشتر است و زمان، فاکتور بسیار مهمی برای تولیدکنندگان پوشاک زنانه به شمار می‌آید این در حالی است که متأسفانه آخرین پارتی که آذر سال گذشته از چین وارد کردیم، در تابستان امسال از گمرکات ترخیص شد و عملاً از مد افتاده بود و به همین دلیل راهی انبار شد.

نماینده شرکت ویچی در مورد سفارش تولید پارچه با متراژ پایین هم تصریح کرد: در صورت سفارش تولید پارچه در متراژهای بالا (اما مثلاً در سه رنگ) پارچه فروش اعلام می‌کند حتی اگر سفارش شما بیش از دو هزار متر باشد، باید شش رنگ را سفارش دهید و مجبوریم رنگ‌هایی که مدنظرمان نیست را مشکی کنیم که عملاً پارچه نابود می‌شود؛ به این ترتیب



محمد ضرابیه - مدیرعامل پوشاک



سعید جلالی قدیری - دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران

پیش مسئولیت بسیار خطیر و سخت «طرح پایش نساجی» را برعهده گرفت و اطلاعات کل واحدهای تولید مواد اولیه، بافندگی، تکمیل، رنگرزی و ... را به طور مرتب جمع‌آوری نموده که طبق آخرین گزارش، در زمینه پارچه‌های پر مصرف (انواع تترن و ...) ۸۵۰ میلیون متر مربع ظرفیتی است که تا امروز پایش شده است.

البته تعداد واحدهای باقی مانده قابل توجه هستند و طبق برآورد، حدود ۶۰۰ واحد بافندگی دیگر وجود دارند که به سختی آمار و ارقام آنها را استخراج می‌کنیم

وی با اعلام این مطلب که ظرفیت تولید سالیانه پارچه جین در کشور ۷۱ میلیون متر مربع است، افزود: بانک اطلاعاتی انجمن قابل اتکا و دقیق است که تا ۴-۵ ماه آینده تکمیل خواهد شد.

به این ترتیب تولیدکنندگان پوشاک می‌توانند ضمن تماس با انجمن صنایع نساجی ایران با تولیدکنندگان مطرح و توانمند پارچه در سراسر کشور آشنا شوند و مشخصات شرکت‌ها مانند حجم تولید، تعداد ماشین‌آلات و ... در اختیارشان قرار خواهد گرفت.

پول‌های نفت، روزگار تولیدکنندگان را سیاه کرد!

محمد ضرابیه - مدیرعامل یزدباف - به دلایل مختلف در کشور ما تولید نابوده شده بود اما به مصداق جمله معروف «خدا گر زحمت ببندد دری، ز رحمت گشاید در دیگری» با افزایش نرخ دلار، امکان رقابت قاچاقچی با تولیدات باکیفیت داخلی بسیار کاهش یافته است.

وی گفت: حدود ۵۰ سال پیش تولیدکنندگان

انحراف سوق دهد اما نکته مسلم این‌که بحث اول و غیرقابل انکار ما در صنعت نساجی و پوشاک، قاچاق است. صرف‌نظر از پرداختن به دلایل بروز قاچاق، واقعیت این است تمام طبقات جامعه درگیر قاچاق هستند و ربطی به لاکچری بودن برند ندارد.

وی با اذعان به این نکته که نتوانسته‌ایم اعتماد مصرف‌کننده را جلب نماییم، گفت: اصل برای ما مصرف‌کننده است و مردم برای تهیه پوشاک باکیفیت به تولیدکنندگان پوشاک فشار می‌آورند و تولیدکنندگان پوشاک نیز برای پاسخگویی به این نیاز، خواهان دسترسی به پارچه مرغوب هستند.

دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، کل زنجیره نساجی و پوشاک را توأم با ایرادات دانست و افزود: متأسفانه صنعتگران نساجی و پوشاک اطلاعی ندارند.

وی بیان داشت: در نگاه کلان با عدم اطلاع، فقدان ارتباطات دوجانبه و بی‌اعتمادی میان صنعتگران نساجی و پوشاک روبرو هستیم که در صورت رفع این سه مشکل، روند کار تا حدودی بهبود پیدا خواهد کرد. اما «اطلاع»، «ارتباط» و «اعتماد» با برگزاری چنین جلساتی امکان‌پذیر است؟ قطعاً خیر زیرا نهایتاً یک یا دو تولیدکننده با هم آشنا می‌شوند و هیچ تغییری در روند فعلی به وجود نمی‌آید.

مهندس قدیری پیشنهاد داد اعضای تشکل‌های نساجی و پوشاک در قالب یک پلت‌فرم دور هم جمع شوند؛ به هر حال تعارض منافع وجود دارد که با ارتباطات بیشتر تا حدود زیادی برطرف خواهند شد.

تدوین بانک اطلاعات واحدهای نساجی ایران

حسن نیلفروش‌زاده - دبیرکل انجمن صنایع نساجی ایران: انجمن صنایع نساجی ایران از یک‌سال

تولید پارچه‌های باکیفیت البسه مجلسی زنانه در

ایران

وحید عبدلی - مدیرعامل شرکت نساجی سانته اصفهان - با این گفته خانم جهان‌پاک که فقط آستر البسه زنانه در ایران تولید می‌شود، به شدت مخالفیم زیرا سال گذشته مجموعه ما فعالیت‌های بسیاری برای تولید پارچه مازراتی انجام داد و موفق به تولید محصولی مشابه پارچه چینی شدیم اما تاجر به دلیل ریسک بازار ما را مجبور کرد که روی طاقه‌های این پارچه، با فونتی شبیه نمونه خارجی عبارت مازراتی را درج کنیم که فروش بسیار خوب و موافقی داشت به همین دلیل شاید برخی تولیدکنندگان پوشاک متوجه نشدند تمام مراحل تولید این پارچه، در ایران انجام شده است.

وی ادامه داد: واردات پارچه در متراژ پایین، به دلیل استوک بودن آن است که بعضاً برای خالی شدن انبارها، زیرقیمت تمام شده به فروش می‌رود.

نتوانسته‌ایم اعتماد مصرف‌کننده را جلب نماییم

مهندس سعید جلالی قدیری - دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران - : لازم است اجزای مختلف زنجیره تعامل بیشتری با همدیگر داشته باشند اما اگر ترکیب جلسات به شیوه امروز (که تنوع شرکت‌کنندگان بسیار بالاست) ادامه پیدا کند ممکن است در جمع‌بندی ما را به نتیجه نرساند.

وی گفت: به نظر می‌رسد جلسه با تعداد حاضرین فعلی به نتیجه چندان متقنی نرسد لذا خواهشمند است پیش از ارسال صورتجلسه به دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، تشکل‌های نساجی و پوشاک آن را ملاحظه نمایند تا دچار مشکلات بعدی نشویم.

دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران ابراز داشت: دوستان به موارد درستی اشاره کردند و در زنجیره، (به غیر از تعارض منافع) همگی زیر یک بیرق کار می‌کنیم و اوج‌گیری تولیدات ملی و توان رقابت با سایر کشورها، اولویت نخست همگی ماست. به اعتقاد مهندس قدیری، پرداختن به مسائلی مانند نظارت بر قیمت کالاها ممکن است بحث را به

مدیرعامل حریر سمنان: یکی از برندهای معتبر پوشاک کشور دارای ۲۰۰ فروشگاه در سطح ایران است و می‌تواند در شرایط توزیع انبوه جهت رقابت در قیمت قرار بگیرد اما وجود ۱۰ فروشگاه در کشور و تلاش برای فعالیت به‌عنوان یک برند در واقع به معنای فروش پایین و تأمین پوشاک برای طبقات مرفه است نه قشر متوسط.

پوشاک ایرانی سودای رقابت با فرانسه و ایتالیا را داشتند اما پول‌های نفت، روزگار تولیدکنندگان را سیاه کرد و صنعت نساجی با لطمات بسیاری مواجه شد.

ضرابیه با یادآوری شگفتی متخصصین اروپایی از توان بالای تولیدکنندگان نساجی کشور اذعان داشت: با تکیه بر ۶۰ سال سابقه صنعتی معتقدم اگر پول‌های بادآورده نفتی وجود نداشت، شاهد میلیاردها دلار واردات لوازم خانگی در ایران نبودیم! ضرابیه اعلام کرد: تا سال ۱۴۰۰ در شرکت یزدیاف دو میلیون دست پوشاک تولید خواهیم کرد و در حال حاضر به تولید پارچه پنبه- پلی‌استر، پنبه و ویسکوز از ۶۰ گرم تا ۶۰۰ گرم در متر مربع می‌پردازیم.

وی خواهان تدوین برنامه‌ریزی دقیق و انجام مطالعات کارشناسی توسط متخصصین توانمند برای توسعه صنعت نساجی و پوشاک توسط فعالان و دست‌اندرکاران این صنعت گسترده شد.

مدیرعامل یزدیاف تأکید کرد: در ارائه کار خوب و رقابت سالم تلاش کنیم زیرا شرایط امروز، بهترین فصل برای رقابت است و باید با ارائه محصولات باکیفیت، جایگزین اجناس وارداتی شویم.

■ پایه‌گذاری زنجیره تأمین پوشاک به صورت علمی

مهندس مجید نامی- نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران-: در زنجیره تأمین پوشاک، همه مشترک‌المنافع هستیم و تضاد منافع به هیچ وجه نداریم و امیدوارم نتیجه این جلسه، علمی و ماندگار برای کشور باشد.

وی گفت: بهتر است زنجیره تأمین پوشاک را به

صورت علمی پایه‌گذاری نماییم و اطلاعات لازم را در این زنجیره ارائه کنیم و کمیته‌های تخصصی برای بخش‌های مختلف تشکیل دهیم زیرا نیازها و ظرفیت‌های هر بخش با همدیگر متفاوت هستند و مسلماً در این جلسات تخصصی و کارشناسی، محصولات مورد نیاز برای تولید در کشور که تاکنون مغفول مانده‌اند، مطرح خواهند شد که این قبیل فعالیت‌ها برای آیندگان به یادگار باقی خواهند ماند.

■ قیمت رقابتی در تولید انبوه معنا پیدا می‌کند

مهندس عباس سرشارزاده- مدیرعامل حریر سمنان-: آقای فخار، متنی را در چند بند به‌عنوان نقطه‌نظرات فعالان پوشاک قرائت کردند، در بند سوم این متن عنوان شده «مصرف‌کننده نهایی به دنبال تأمین نیاز روز خود از بازار داخلی است و در صورت عدم تأمین نیاز به تولیدات خارجی روی خواهد آورد.» واقعیت این است که بسیاری از تولیدکنندگان پارچه کشور محصولات خود را به برندی مانند ال سی و ای کی کی تحویل می‌دهند و فروشگاه‌هایی که دوستان به‌عنوان برند خارجی از آن یاد می‌کنند، مواد اولیه خود را از صنعتگران نساجی تأمین می‌نمایند.

وی گفت: وقتی ال سی و ای کی کی دارای حدود دو هزار فروشگاه در ایران است، یعنی به تأمین کالا برای طبقه متوسط رو به پایین (به‌عنوان بیشترین قشر درآمدی جامعه) می‌پردازد.

طبقه متوسط جامعه درگیر انحصار محصول نیست و خواهان کالای باکیفیتی است که با قیمت مناسب عرضه شود.

به گفته مهندس سرشارزاده، ضمن این که برای طبقه متوسط در مرحله نخست قیمت رقابتی، سپس تنوع کالا مطرح است و قیمت رقابتی در تولید انبوه معنا پیدا می‌کند. لازمه حفظ طبقه متوسط جامعه در محدوده تولیدات داخلی، ارائه محصولی با قیمت مناسب است که قشر متوسط قادر به خرید آن باشد.

اگرچه ال سی و ای کی کی خارج از کشور ما، برندی چندان سطح بالا نیست اما از نظر حجم تولید، دومین تولیدکننده بزرگ دنیاست و مدیران آن تصمیم دارند

تا ۵-۶ سال آینده، رتبه نخست حجم تولید پوشاک را به دست آورند. این برند با توجه به فروشگاه‌های متعدد و تولیدات انبوه، محصول با قیمت پایین عرضه می‌کند و طبقه متوسط جامعه را تحت پوشش قرار می‌دهد.

وی ادامه داد: یکی از برندهای معتبر پوشاک کشور دارای ۲۰۰ فروشگاه در سطح ایران است و می‌تواند در شرایط توزیع انبوه جهت رقابت در قیمت قرار بگیرد اما وجود ۱۰ فروشگاه در کشور و تلاش برای فعالیت به‌عنوان یک برند در واقع به معنای فروش پایین و تأمین پوشاک برای طبقات مرفه است نه قشر متوسط.

این صنعتگر، نخستین گام برای تأمین پوشاک طبقه متوسط را کاهش قیمت تمام شده عنوان کرد و گفت: کاهش قیمت تمام شده با افزایش حجم تولید امکان‌پذیر است و نمی‌توان با تعداد فروشگاه‌های اندک و حجم پایین تولید، اعلام کرد که خواهان ارائه پوشاک برای طبقه متوسط هستیم!

مهندس سرشارزاده در پاسخ به این انتقاد که تحلیل‌های وی در مورد زنجیره توزیع و تولید غیرکارشناسی هستند گفت: بحث توزیع، برندسازی و بازاریابی را در دانشگاه‌ها تدریس می‌کنم پس تمام این مباحث عنوان شده، کاملاً تخصصی هستند و در همین شبکه توزیع، بیش از ۳۶۰ تولیدکننده پیراهنی به طور مستقیم خریدار محصولات مجموعه ما هستند و مستقیماً در حال فروش پارچه به تولیدکننده پوشاک هستیم

ضمن این که در پاسخ یکی از دوستان مبنی بر نبود تولیدکننده پارچه البسه مجلسی زنانه در ایران، شما را به یکی از فروشگاه‌های عرضه پوشاک مجلسی و شب زنانه در خیابان دکتر مفتاح تهران (نام فروشگاه محفوظ است) ارجاع می‌دهم که تمام پارچه‌های آن تولید داخل است؛ پس توانایی صنعتگران نساجی ایران در تولید آستر خلاصه نمی‌شود!

وی اذعان داشت: صنایع نساجی ایران توانایی تأمین محصولات مدنظر تولیدکنندگان پوشاک را



محمد مهدی سمائیان - مدیرعامل کاسبین تکمیل رز

متر پارچه به عنوان نمونه تولید می‌نمایند! تفاوت در اینجاست و باید بپذیریم ظلم بسیاری به صنعت پوشاک کشور شده است.

■ صنعت پوشاک ایران دیگر یتیم نیست

سومات ها کوپیان - رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران: - ال سی وای کی کی با دو هزار فروشگاه پا به عرصه وجود گذاشت و مانند تمام برندها به تدریج فعالیت‌های خود را توسعه داد، مورد حمایت قرار گرفت و امروز به یک برند جهانی تبدیل شده است.

وی اضافه کرد: امروز برای «وصل کردن» دور هم جمع شده‌ایم اما اگر بار دیگر تاریخ تکرار شود و مسائل دیگری از سوی هر مقام یا مسئولی بر صنعت پوشاک تحمیل شود به هیچ وجه نمی‌پذیریم زیرا آن را خلاف منافع ملی می‌دانیم.

ها کوپیان خطاب به صنعتگران نساجی حاضر در جلسه گفت: از جانب صنعت پوشاک این اطمینان را می‌دهم اگر دست یاری به سوی ما دراز کنیم، داستان را می‌فشاریم اما اگر بار دیگر تاریخ تکرار شود این بار متأسفانه یا خوشبختانه دیگر صنعت پوشاک یتیم نیست لذا در پی وصل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک باشیم و از «ما شدن» و خدمت به کشورمان سخن بگوییم.

■ ضرورت برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی

علی عشقیان - مدیرعامل شرکت شیوا نساجی یزد: - با افزایش حجم ارز در بازار و رونق واردات، بار دیگر به شرایط قبلی خود باز خواهیم گشت و هیچ گوش شنوایی صحبت‌های ما نیست! این امر امکان‌پذیر نیست که توقف یا واردات پوشاک، ممنوع یا



مجد نامی - نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران

کنند زیرا اگر خواهان محصول در متر از کم و تنوع بالا هستند، نمی‌توانند انتظار فروش با قیمت خیلی ارزان را داشته باشند.

■ دولت ترکیه، صنعت پوشاک را قربانی صنایع

نساجی نکرد

ایرج طائفی - مدیرعامل شرکت پارمین جامه: حدود ۱۵ سال پیش طی بازدید از یک کمپانی ترکیه، پارچه پیراهنی خریداری کردم و مدیر مجموعه عنوان کرد اگر ۵ هزار متر بخواهید، ۵ یورو می‌دهم، ۵۰ متر بخواهید ۵۰ یورو می‌دهم و در تمام دنیا برای تولید کلکسیون، کسی را وادار به تقبل ریسک تولید حداقل هزار متر از یک طرح نمی‌کنند!

وی گفت: آقای سرشارزاده اشاره کردند که ال سی وای کی کی توان خرید در حجم بالا را دارد و مسلماً قیمت تمام شده‌اش پایین می‌آید اما باید دید این برند چگونه توانست به جایگاه امروز دست پیدا کند و چرا تولیدکنندگان ایرانی نمی‌توانند یک ال سی وای کی کی باشند؟

طائفی اذعان داشت: دولت ترکیه، صنعت پوشاک را قربانی صنایع نساجی نکرد و برای تولیدکنندگان پوشاک، شرایطی به وجود آورد تا واردات مواد اولیه (به هر شکلی) امکان‌پذیر باشد و امروز ال سی وای کی کی به قطب پوشاک ترکیه تبدیل شده و می‌تواند با تمام قدرت به واحدهای نساجی سمت و سو دهد.

متأسفانه این فرصت برای صنعت پوشاک ایران ایجاد نشده است و امروز با ۴۰ سال سابقه تولید پوشاک، از تولیدکنندگان پارچه کشور می‌شنوم که پذیرش سفارش کمتر از سه هزار متر امکان‌پذیر نیست در حالی که برای ال سی وای کی کی، هزار

دارد و ۹۰ درصد پارچه‌های پیراهنی تمام پنبه در دنیا دارای نمرات ۳۰، ۴۰ و ۵۰ هستند و کالای مصرفی جامعه بشری در این سطح قرار دارد که تولیدکنندگان ایرانی هیچ مشکلی در تولید آن ندارند. (البته پوشاک با نخ ۱۲۰ دولا به قیمت یک‌صد یورو به فروش می‌رود که خریداران محدود و خاصی دارد) اما مشکل اینجاست که برای مثال تولیدکننده پوشاک خواستار خرید چهل متر از یک طاقه پارچه است و می‌گوید این پارچه نباید به هیچ تولیدکننده دیگری فروخته نشود که عملاً این کار امکان‌پذیر نیست!

■ تجدیدنظر در به قیمت رقابتی و متر از کم

محمد مهدی سمائیان - مدیرعامل شرکت کاسبین تکمیل رز: در این مجموعه قادر به تولید روسری با کیفیت بسیار بالا و متر از اندک (حتی ۵۰ قطعه روسری) بودیم اما هزینه تولید ما ۲۰ هزار تومان تمام می‌شد و علی‌رغم آمادگی برای تولید ۵۰ قطعه، امکان دریافت سفارش و فروش نداشتیم به ناچار خط تولید را عوض کردیم تا قیمت تمام شده را به رقم ۵ هزار تومان کاهش دهد اما تیراژ تولید ۱۰ هزار قطعه است که این بار در بازار به موفقیت دست یافتیم؛ پس قیمت رقابتی با توجه به کاهش قدرت خرید مردم، حتی از کیفیت نیز مهم‌تر می‌باشد.

وی خاطر نشان کرد: اگرچه توان تولید محصولات متنوع، با کیفیت بسیار بالا و در متر از کم را داشتیم اما واحدهای تولیدی حاضر به پذیرش تفاوت قیمت (حتی به میزان بسیار اندک) نبودند و آن را با تولیدات ۱۰ هزار متری مورد مقایسه قرار می‌دادند. کیفیت کار ما برای یکی از واحدهای تولیدی به اندازه‌ای مورد تأیید و استقبال قرار گرفت که رشد و توسعه مجموعه ما و پذیرش سفارش تولید برای سایر واحدها، ترس و نگرانی مدیر مجموعه را به همراه داشت! لذا واردات از ترکیه را به خرید از یک تولیدکننده ایرانی ترجیح دادند.

سمائیان از تولیدکنندگان پوشاک خواست در نگرش خود نسبت به قیمت رقابتی و متر از کم تجدیدنظر

مدیرعامل جامه پوش آرا: قاچاق پوشاک همچنان ادامه دارد اما صنعتگران نساجی و پوشاک برای تأمین نیاز مصرف‌کنندگان باید بیشتر تلاش کنند تا محصولاتشان تنوع، کمیت، کیفیت و قیمت رقابتی قابل رقابت با کالای خارجی پیدا کنند و بازار داخلی را به دست بگیرند.

محدود شود اما واردات نخ و پارچه، بدون هیچ‌گونه محدودیتی ادامه پیدا کند. پس در شرایط فعلی باید از پتانسیل‌های همدیگر استفاده کنیم. وی یکی از نیازهای اصلی جامعه صنعتی را برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی دانست و گفت: بسیاری از واحدها توان تولید بالایی دارند اما شناخته شده نیستند که با حضور در چنین نمایشگاه‌هایی، امکان معرفی و عرضه توانمندی‌های آنان فراهم می‌شود. عشقیان ابراز داشت: با افزایش نرخ ارز، واردات پوشاک کاهش یافت و امکان رشد تولیدکنندگان این صنعت فراهم شد پس اجازه دهیم این رشد و توسعه به واحدهای بافندگی، تولیدکنندگان مواد اولیه و ... نیز منتقل شود تا با رونق واردات، پایه‌های واحدهای تولیدی خود را تقویت کرده باشیم. مدیرعامل شیوا نساج یزد با بیان این مطلب که تولیدکنندگان نساجی و پوشاک باید در جریان نیازها و خواسته‌های یکدیگر قرار بگیرند، افزود: استفاده از ظرفیت‌های واحدهای نساجی به تدریج ارتقای کمی و کیفی نخ، پارچه و ... تولید داخل را به همراه خواهد داشت که در نهایت به نفع تولیدکنندگان پوشاک است.

■ به دنبال ممنوعیت واردات بی‌رویه (قاچاق) پوشاک هستیم

مجید فخار- مدیرعامل جامه پوش آرا:- از بند ۴ موارد پیشنهادی بنده، تفسیری توسط آقای سرشارزاده به عمل آمد و باید عنوان کنم ترتیبی که در کیفیت و کمیت و قیمت اعلام گردید، اصلاً اولویت‌بندی نشده‌اند و اشاره شده که مصرف‌کننده داخلی به دنبال تنوع، کیفیت قابل قبول و دسترسی آسان محصولات است ضمن این که قیمت به گونه‌ای

باشد که خرید کالای خارجی را ترجیح ندهد. در بند ۵ نیز به صراحت اعلام کرده‌ایم ترجیح تولیدکننده پوشاک، تأمین مواد اولیه از صاحبان نساجی کشور است و به دنبال واردات نیستیم مگر این که شرایط مذکور در مواد اولیه داخلی وجود نداشته باشد. وی ادامه داد: در مورد فعالیت فروشگاه‌های مختلف، به این نکته اشاره نشد که نخ و پارچه بسیاری از اجناس موجود در این فروشگاه‌ها در داخل کشور موجود نیست. فخار تأکید کرد: هیچ‌تشکل بخش خصوصی مرتبط با صنعت پوشاک به دنبال ممنوعیت واردات پوشاک نبوده و نیست بلکه به دنبال ممنوعیت واردات بی‌رویه (قاچاق) پوشاک هستند و امروز هم به گفته آقای هندیانی- معاون ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز- میزان قاچاق کالا از ۲/۲ میلیارد دلار در سال گذشته به ۱/۸ میلیارد دلار در سال جاری رسیده؛ پس قاچاق پوشاک همچنان ادامه دارد اما صنعتگران نساجی و پوشاک برای تأمین نیاز مصرف‌کنندگان باید بیشتر تلاش کنند تا محصولاتشان تنوع، کمیت، کیفیت و قیمت رقابتی قابل رقابت با کالای خارجی پیدا کنند و بازار داخلی را به دست بگیرند.

■ پوشاک و مد؛ سوخت لوکوموتیو صنایع نساجی حمید عظیمی- مدیرعامل پوشاک وان بای وان-: برای تمام سخنان خود باید منبع مشخص و قابل اعتماد ارائه دهیم نه این که مطالبی صرفاً برای جذب مخاطب بیان نماییم. وی افزود: فکر نمی‌کنم رتبه جهانی ال سی وای کی کی، هشتماد هم باشد و گروه ایندیتکس در رتبه نخست تولید پوشاک دنیا قرار دارد و میزان تولید آن ۳۰ برابر تولیدات ال سی وای کی کی است. عظیمی تصریح کرد: بهتر است کشور ثالثی را مانند ترکیه، آلمان، سوئیس، ایتالیا و ... به‌عنوان نمونه انتخاب کنیم و از روند فعالیت آنها نمونه برداری نماییم. وی گفت: در صورتی که صنعت نساجی، ریسندگی، بافندگی و رنگرزی را مانند اجزای یک لوکوموتیو و زنجیره پی در پی در نظر بگیریم؛ سوخت این لوکوموتیو، صنعت پوشاک، مد، فشن و مصرف‌کننده است.

■ پیشنهاد تشکیل کمیته‌های تخصصی مشترک در شاخه‌های مختلف صنعت پوشاک در بخش دوم این جلسه، مهندس نیلفروش زاده- دبیرکل انجمن صنایع نساجی ایران- ضمن اشاره به تلاش، توجه و اندیشه صنعتگران بخش خصوصی نسبت به حفظ تولید و اشتغال نیروهای انسانی گفت: مزیت صنعت نساجی ایران این است که بیش از ۹۵ درصد آن توسط فعالان بخش خصوصی اداره می‌شود. به گفته وی، سال ۹۱ شاهد نوسانات ارزی بودیم اما نتایج و اثرات آن بیشتر از شش ماه به طول نینجامید و با وقوع برخی تحولات سیاسی و رفع تحریم‌ها، به دلیل واردات بی‌سابقه از سال ۹۲ تا ۹۶، تولیدکنندگان با مشکلات مضاعفی مواجه شدند.

مهندس نیلفروش زاده تصریح کرد: از فرصت فعلی می‌توان نهایت استفاده را به عمل آورد و انرژی خود را صرف ایجاد وحدت، انسجام و هماهنگی میان واحدهای نساجی و پوشاک نماییم.

وی پیشنهاد تشکیل کمیته‌های تخصصی مشترک در شاخه‌های مختلف صنعت پوشاک را مطرح نمود تا جلسات مشترک با صنعتگران نساجی برگزار و نگرانی به حق تولیدکنندگان پوشاک برطرف شود و در عین حال، نفع صنعتگران نساجی را در تقویت بنیه تولیدکنندگان پوشاک دانست.

دبیرکل انجمن صنایع نساجی ایران در ادامه به بیان توضیحاتی پیرامون انجام طرح پایش نساجی و خودداری مدیران برخی از واحدهای تولیدی در ارائه آمار و اطلاعات پرداخت و گفت: استخراج این اطلاعات هیچ ارتباطی به دریافت مالیات، بیمه و ... ندارد و صرفاً با هدف استخراج ظرفیت تولید، تعداد ماشین‌آلات و مسائلی از این قبیل انجام می‌شود.

■ واردات پوشاک همچنان ادامه دارد

محسن اصفهانیان- مدیرعامل گراد-: با یادآوری این موضوع که فعالان نساجی و پوشاک نباید روبروی هم قرار گیرند؛ به لزوم توجه به فعالیت واحدهای کوچک پوشاک و مزون‌ها و تقدم منافع گروهی بر سودهای شرکتی تأکید کرد.



امین مقدم - مدیرعامل شرکت پارچه‌ای آمین

«پیراهن و شومیز» در کشور ما بسیار بالاست و به اغلب تولیدکنندگان اصفهان، یزد، کاشان و سمنان ظرفیت‌های خالی این سه بخش را متذکر شدیم تا محصولاتی تولید کنند که صرفه اقتصادی نداشته باشد. برای مثال در صورت راه‌اندازی کارخانه تولید لایی، علی‌رغم نصب و تجهیز ماشین‌آلات مدرن، تولیدکننده پوشاک به خاطر ریسک بالا در کیفیت محصول نهایی، از لایی خارجی استفاده خواهد کرد. به بسیاری از صنعتگران بزرگ نساجی نیز پیشنهاد راه‌اندازی کارخانه نخ دوخت را در میان گذاشتیم، نخ‌هایی که کانتینرهای متعدد آن از خارج کشور وارد می‌شوند.

ایرج طائفی - مدیرعامل شرکت پارمین جامه: پیشنهاد می‌کنم سال آینده در «ایران مال» یک نمایشگاه تخصصی پارچه برگزار شود تا اعتماد و اطمینان متقابل میان تولیدکنندگان پارچه و پوشاک و همچنین فروشگاه‌های عرضه پوشاک ایجاد شود.

در ادامه حاضرین به بحث و بررسی پیرامون تشکیل یک کمیته تخصصی با حضور نمایندگان از سه تشکل «انجمن صنایع نساجی ایران»، «اتحادیه تولید و صادرات نساجی ایران» و «انجمن صنایع پوشاک ایران» پرداختند و نظرات موافق و مخالف خود را در این زمینه عنوان کردند.

مجتبی دستمالچیان - مدیرعامل شرکت آرمان مینای یزد و رئیس کمیته بافندگی انجمن صنایع نساجی ایران در جمع‌بندی پایانی جلسه هم‌اندیشی تولیدکنندگان پارچه و پوشاک از میهمانان خواست نظرات، پیشنهادات و دیدگاه‌های خود را در زمینه همکاری و همراهی صنعتگران پوشاک و پارچه با انجمن صنایع نساجی ایران در میان بگذارند.



حمید عظیمی - مدیرعامل پوشاک وان بای وان

همچنین خود را (فعالان صنایع نساجی) مقابل تولیدکنندگان پوشاک نمی‌دانیم بلکه در کنار همدیگر هستیم و هدف ما ایجاد زمینه مناسب برای آشنایی متقابل، کسب اطلاع از توانمندی‌ها و نیازهای صنعتگران نساجی و پوشاک برای تشکیل یک کمیته تخصصی جهت شناسایی ظرفیت‌های هر دو طرف است.

وی بیان داشت: کارخانه‌های کوچک مقیاس متعددی وجود دارند که قادر به انجام کلیه سفارشات در متراژ پایین هستند و می‌توانیم آنان را به تولیدکنندگان پوشاک معرفی نماییم.

■ برگزاری «نمایشگاه تخصصی پارچه»

مهندس مجید نامی - نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران: در اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک، برگزاری «نمایشگاه تخصصی پارچه» در فضای مناسب و متناسب با حال و هوای صنعت پوشاک، مدنظر است که با کمک انجمن صنایع نساجی ایران و تکیه بر نتایج طرح پایش، می‌توان گام‌های بسیار موثری را در این زمینه برداشت.

سپس صادق خداپرست - دبیر انجمن طراحان لباس و پارچه ایران - ابراز داشت: استفاده و بهره‌گیری از اطلاعات به دست آمده در طرح پایش، نیازمند یک گروه تخصصی است و بهتر است کارشناسان خبره و توانمند در حوزه‌های پوشاک دور هم جمع شوند و این اطلاعات را مورد تحلیل و ارزیابی دقیق قرار دهند.

■ پیشنهاد راه‌اندازی کارخانه نخ دوخت

حمید عظیمی - مدیرعامل پوشاک وان بای وان: میزان مصرف «تی‌شرت و پولو شرت»، «جین»،

به گفته وی، شرایط بازار به نحوی است که بار نقدینگی زنجیره تولید به دوش فروشگاه‌دار تحمیل می‌شود.

اصفهانیان ادامه داد: بزرگ‌ترین مشکل ما تفاوت نرخ ارز با ریال است و در واقع دلار ارزان، مشکلات و مصائب بسیاری برای ما به وجود می‌آورد اما با افزایش نرخ دلار، تولیدکنندگان توانستند به دلیل کاهش قاچاق، نفسی تازه کنند و حجم فعالیت‌های خود را افزایش دهند اما به محض تثبیت نرخ ارز، باز شاهد رونق قاچاق منسوجات و پوشاک و عدم توان رقابت تولیدکنندگان در قیمت تمام شده با محصولات وارداتی خواهیم بود.

مدیرعامل گراد اعتقاد داشت: واردات پوشاک همچنان ادامه دارد و فقط شکل آن عوض شده است.

اصفهانیان ادامه داد: با رفع تحریم‌ها یا تثبیت نرخ ارز، صنعتی خواهیم داشت که از فرصت مناسب برای نوسازی و تقویت خود استفاده شایسته به عمل نیابد در حالی که تولیدکنندگان پوشاک تازگی نفس کشیده‌اند و گام‌های بلند برای توسعه برمی‌دارند و حتی وضعیت صنعتگران نساجی نیز اندکی بهبود پیدا کرده است؛ ما (تولیدکنندگان پوشاک) هم بیکار یا شیفته سفر به ترکیه و استانبول نیستیم که مواد اولیه خود را از این کشور تهیه کنیم در حالی که مواد اولیه باکیفیت و مدنظرمان در ایران تولید می‌شود.

۱۵ سال پیش حدود ۹۹ درصد از مواد اولیه مورد نیاز مجموعه گراد را از خارج کشور تهیه می‌کردیم در حالی که امروز بخش عمده‌ای از مواد اولیه مصرفی ما (نخ و پارچه) تولید داخل است و نهایت تلاش خود را برای استفاده از مواد اولیه باکیفیت ایرانی به کار می‌گیریم.

■ در کنار همدیگر هستیم

مجتبی دستمالچیان - مدیرعامل شرکت آرمان مینای یزد و رئیس کمیته بافندگی انجمن صنایع نساجی ایران: امروز جمع نشده‌ایم که جلوی واردات پارچه را بگیریم یا در مقابل واردات نخ موضع بگیریم؛