



بولتن خبری

اتحادیه صنف تولیدکنندگان و
فروشنندگان پوشاک تهران

شماره ۲ - آبان ماه ۱۳۹۷

با ما در صفحه اینستاگرام
اتحادیه همراه باشید
لحظه به لحظه با اتفاقات و رویدادهای
صنف و صنعت پوشاک

 [espt.ir](https://www.instagram.com/espt.ir)



سرمقاله

با اغتنام فرصت حلول ماه ربیع الاول، ماهی که در آن وقایع مهم و مبارکی همچون حادثه های میمون و تاریخی ليله المبیت، هجرت حضرت محمد (ص) از مکه به مدینه و ولادت آن حضرت و حضرت امام جعفر صادق (ع) و آغاز امات قائم آل محمد (ص)، حضرت ولی عصر بقیه الله الاعظم ارواحنا فداه، اتفاق افتاده است؛ را به یکایک اعضای فرهیخته و خانواده معزز ایشان تبریک و تهنیت عرض نموده و انتشار دومین شماره از بولتن خبری خانواده بزرگ اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک را به فال نیک می گیریم. با وام گرفتن از تبرک و تیمن این ایام خجسته و با درک شرایط اقتصادی و تنگناهای موجود ناشی از تحریم های ظالمانه که بنیان های صنعت کشور را نشانه گرفته است و لزوم هوشیاری و پایداری و مقاومت در جنگ نابرابری که ناخواسته بر ملت شریف و آگاه ایران تحمیل شده؛ به پشتوانه و اتکاء به عزت دینی، عزم جزم و تعصب ملی میهنی و دانش و تجربه یکایک اعضای محترم که آنان را سربازان خط مقدم حفاظت و صیانت از صنف و صنعت پوشاک می دانیم، اطمینان داریم با تقویت آستانه تحمل خود می توانیم با گذار از بحران ناخواسته عبور کرده و با امید به آینده، چشم انداز طرب انگیزی را به مثال ماه ربیع الاول با خاطرات خوش به نظاره بنشینیم.

و من بتوکل الله فهو حسبه



آیین افتتاح سومین نمایشگاه لباس عاشورایی

محدودیتی برای بروز و ظهور اندیشه‌های هنری منطبق با نیاز جامعه وجود ندارد. او از مشارکت طراحان در بخش رقابتی نمایشگاه تقدیر کرد و گفت: برآوردهای غیررسمی حاکی از آن است که در محرم امسال تغییرات جدی در نوع لباس‌ها مشاهده شده و طراحی لباس عاشورایی به سمت سوی تولید محصولات سوق یافته که دارای تفکر بوده و در همین راستا خوشبختانه شاهد آنیم که برخی از ملزومات زائران اربعین به همت اتحادیه سراجان کشور تولید و در اختیار مصرف‌کنندگان قرار گرفته شده است. محبوبه الهی دبیر بخش علمی دانشگاه نیز در سخنانی به موضوع برپایی کارگاه‌های آموزشی با همکاری کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور و مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک اشاره کرد و گفت: با همراهی طراحان گرافیک، بالغ بر ۵۰ طرح جدید در زمینه لباس عاشورایی طراحی شد و طراحان به‌خوبی توانستند نمادها و نشانه‌های عاشورایی را بر روی لباس‌های متناسب با عاشورا اجرا کنند

الهی گفت: طی سال‌های اخیر نمونه‌های نامناسبی ناشی از جریان‌ناآگاهانه در لباس مختص این ایام دیده شد و ما امیدواریم لباس‌های متناسب با فرهنگ عاشورایی به طراحی و با همکاری بخش صنعت به تولید انبوه رسانیم. او با اشاره به اینکه علاوه بر رونمایی از ۵۰ طرح و برپایی کارگاه‌های آموزشی و نشست‌های تخصصی، مسابقه از ایده تا اجرا برای نخستین بار در نمایشگاه لباس عاشورایی برگزار می‌شود بیان کرد: گروه‌های حاضر در این بخش با توجه به رزومه آن‌ها انتخاب شده و مسابقه با حضور طراح، الگوساز و دوزنده به شکل تیمی و طی سه روز برگزار می‌شود. تبیین نمادها، نشانه‌ها و جریان‌ات مفهومی در لباس عاشورایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و طراحان نیاز دارند که در مسیر طراحی به سمت استفاده از دستمایه‌های پژوهشی پیش روند. دکتر تیرگر رئیس مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک تهران دیگر سخنران این مراسم بود. وی عنوان کرد در گذشته ما پتانسیل‌ها را ندیدیم و مصرف‌کننده ما به دلیل عدم توجه ما رهاشدگی نسبت به فرهنگ پوشاک احساس می‌کند و لباس عاشورایی می‌تواند نقطه مشترک برای همسویی افکار و اصلاح این مسئله باشد. منصور تیرگر لباس عاشورایی را نقطه عطف برای یک گردش جدید در حوزه پوشاک عنوان کرد و از همه فعالان صنعت پوشاک دعوت بعمل آورد تا با مشارکت همدیگر در این رویداد فعالیت کنند. سومین نمایشگاه لباس عاشورایی با شعار «این جامه سیاه فلک در عزای کیست» از ۲۸ مهر تا ۴ آبان ماه در تالار وحدت برگزار می‌شود و علاقه‌مندان می‌توانند طی این روزها از ساعت ۱۰ صبح تا ۱۸ از آثار به نمایش درآمده در این نمایشگاه دیدن کنند. سومین نمایشگاه لباس عاشورایی همچون دو دوره گذشته بخش فروش ندارد.

سرویس مد و لباس هنر آنلاین: آیین افتتاحیه سومین نمایشگاه لباس عاشورایی با حضور حمیدقبادی دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور، حجت‌الاسلام مهدی سیف‌جمالی مدیرعامل بنیاد مد و لباس، مهدی افضل‌مدیرعامل مؤسسه توسعه هنرهای معاصر، سومیات هاگوپیان رئیس انجمن صنایع پوشاک ایران، محبوبه الهی دبیر علمی نمایشگاه و جمعی از طراحان و تولیدکنندگان عرصه مد و لباس صبح روز شنبه ۲۸ مهرماه در تالار رودکی برگزار شد.

سید محمد مجتبی حسینی معاون امور هنری وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز در مراسم بازدید از آثار نمایشگاه در تالار وحدت که پس از آیین افتتاحیه برگزار شد، به جمع سایر حضار پیوست و از مجموعه آثار به نمایش درآمده در این رویداد بازدید کرد. حمیدقبادی دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور در آیین افتتاحیه سومین نمایشگاه لباس عاشورایی با تأکید بر اینکه همچنان در حال توضیح و تشریح چرایی طرح مباحث مرتبط با لباس عاشورایی هستم اظهار داشت: در ایامی که بحث بر سر لزوم ورود تصاویر و مبانی همراه و همیار اندیشه دینی ما در حوزه مد و لباس است، بعضاً مواضعی مشاهده می‌شود که حاکی از حملات سامان‌یافته و هدفمندی است که مقدسات و آموزه‌های دینی ما را هدف قرار داده است. قبادی با اشاره به اینکه تلاش طراحان و تولیدکنندگان گام بلندی در پاسخ به این تلاش‌های مذبح‌خانه است بیان کرد: چنین حرکتی در مسیر برافراشتن پرچم ابا عبدالله الحسین به انجام رسیده و با بررسی و مطالعه درمی‌یابیم که نمونه‌های موجود در تاریخ لباس ایران، آمیخته با روز عاشورا است. دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور در ادامه به فلسفه آئین نخل گردانی در روز عاشورا اشاره کرد و گفت: نخل نماد مقاومت، استواری و پایداری است و این نماد در بسیاری از مؤلفه‌های فرهنگی ما طی تاریخ نقش آفرینی کرده است. قبادی با تأکید بر وجود نمونه‌های مشابه نخل در راستای به‌کارگیری در طراحی لباس‌های عاشورایی اذعان داشت: ما میراث‌دار این تاریخ‌گران هستیم و لباس عاشورایی این هدف را دنبال می‌کند که مفاهیم بلند عاشورایی به‌خوبی منتقل شوند. او افزود: دو عنوان کتاب ارزشمند عاشورایی با همکاری کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور و مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک تهران شامل مجموعه اشعار عاشورایی به‌تازگی منتشر شد که می‌تواند محتوا و مبانی فکری حوزه لباس عاشورایی را تأمین کرده و زمینه اندیشه‌ورزی برای طراحان لباس را در این حوزه به وجود آورد. قبادی در ادامه بر لزوم ورود مبانی نظری منطبق با فرهنگ عاشورایی به دانشگاه‌های سراسر کشور تأکید و تصریح کرد: اقدامات نمادین در حوزه دانشگاه کمک می‌کند که بر اساس نیاز جامعه، چالش‌های مؤثری شکل گرفته و با وجود آزادی اندیشه در حوزه مد و لباس،



آئین پایانی سومین نمایشگاه لباس عاشورایی

عاشورایی باشد و با وجود طراحان و هنرمندان می‌تواند جذابیت بسیاری پیدا کند تا مورد استقبال جوانان قرار گیرد.

شیرازی برپایی نمایشگاه لباس عاشورایی را به منزله برافراشتن پرچم قیام عاشورا دانست و خاطرنشان کرد: تولیدکنندگان ما در زمینه لباس عاشورایی عاشقانه و با تمام وجود فعالیت می‌کنند، چرا که تمام عاشقان امام حسین(ع) می‌خواهند سهمی در پاسداشت نهضت عاشورا داشته باشند و ما هم به انجام این فعالیت افتخار می‌کنیم.

مجید افتخاری عضو هیئت مدیره اتحادیه پوشاک کشور با اشاره به تلاش کشورهای خارجی در زمینه طراحی و تولید لباس‌های مناسبتی تأکید کرد: متأسفانه در حوزه طراحی لباس مناسبتی طی سالهای اخیر با خلاءهایی مواجه بودیم چرا که طراحی لباس مناسبتی مورد توجه قرار نگرفته بود. جای تقدیر است که نمایشگاه لباس عاشورایی در پی پرکردن این خلاء برآمده و هر سال بهتر از سالیان گذشته برگزار می‌شود.

افتخاری عاشورا را یکی از مهمترین رویدادهای اسلام و ایران عنوان کرد و

به گزارش خبرنگار فرهنگی باشگاه خبرنگاران پویا، آئین پایانی سومین نمایشگاه لباس عاشورایی در تالار رودکی برگزار شد.

محبوبه الهی دبیر علمی سومین نمایشگاه لباس عاشورایی ضمن قرائت بیانیه این رویداد گفت: دست‌اندرکاران حوزه مد و لباس امیدوارند با شکل‌گیری چنین رویدادهایی شاهد نشاط و بالندگی در آثار این حوزه باشند و هر سال این نمایشگاه با کیفیت بالاتری برگزار شود.

الهی نمایشگاه لباس عاشورایی را سرمنشاء خیر و پویایی برای افزایش خودباوری ملی خواند و افزود: تلاش هیئت داوران این رویداد برای پویایی الگوسازی و فرهنگسازي در زمینه لباس است. البته میان داوری و نقد و تحلیل هنری تفاوت بسیاری وجود دارد و هیچ داوری مصون از خطا و اشتباه نیست.

ابوالقاسم شیرازی رئیس اتحادیه پوشاک کشور نیز در این مراسم طی سخنانی گفت: نمایشگاه لباس عاشورایی تبدیل به بخشی از نهضت حسینی شده و بسیار مهم است، چرا که می‌تواند پیام‌آور فرهنگ



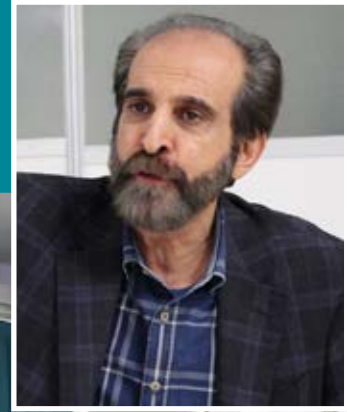


ارتباط مراکز علمی و دانشگاه با مراکز تولید لباس عاشورایی برداشتیم. در این دوره آثار فاخر و زیبایی تولید و وارد جامعه شد اگر ما یک ماموریت مهم در زمینه مد و لباس داشته باشیم الگوسازی برای جامعه است چرا که نمی‌توان لباس عزایی بر تن داشت که معنایش را ندانیم. قبادی با اشاره به نقدهای وارد شده به این رویداد اضافه کرد: یکی از نقدهایی که به ما وارد شده عدم وجود زمان مناسب در برگزاری رویداد است که امیدواریم در سالهای آینده برطرف شود. ما در چهلمین سال پیروزی انقلاب اسلامی قرار داریم و به همین مناسبت رویدادی را در دی و بهمن ماه سالجاری برگزار خواهیم کرد تا به مدد قیام حسینی حوزه مد و لباس را با چهل سالگی انقلاب درآمیزیم. در پایان از برگزیدگان سومین نمایشگاه لباس عاشورایی ضمن اهدای جایزه نقدی، لوح و تندیس تقدیر به عمل آمد. همچنین از مهدی خانی اوشانی خبرنگار خبرگزاری تسنیم به عنوان فعالترین همکار رسانه‌ای در این رویداد تقدیر شد.

افزود: جامعه ایران حدود ۲ ماه مشغول این رویداد است و امروز می‌بینیم که مردم ما با وجود تمامی مشکلات اقتصادی در گرامیداشت ایام ماه محرم و صفر تلاش‌های بسیاری می‌کنند. ما نیز موظف هستیم که نقش خود را در حوزه لباس عاشورایی پررنگ کند. کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور با همکاری اتحادیه پوشاک کاروانی از راهپیمایان اربعین را با لباسهای عاشورایی تهیه شده در این رویداد راهی کربلا می‌کند. وی خطاب به وزیر جدید «صمت» بیان کرد: صنعت پوشاک نیازمند مواد اولیه است و در حال حاضر فعالان پوشاک در بخش مواد اولیه اوضاع وخیمی دارند. امیدواریم وزیر صمت با مدیریت خود بخش پوشاک را از این وضعیت نجات دهد. در ادامه این مراسم از پوستر پیرغلامان تقدیر شده در سومین نمایشگاه لباس عاشورایی رونمایی شد و از ۸ تن از پیرغلامان حسینی تجلیل به عمل آمد. حمید قبادی دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور نیز در پایان این مراسم گفت: ما در این دوره نمایشگاه لباس عاشورایی گام بلندی در جهت



برگزاری جلسه پنجم کارگروه بررسی و پیگیری تأمین مواد اولیه پوشاک



درستی نایب رئیس اتاق اصناف تهران، تعدادی از رؤسای اتحادیه های مربوطه و تولیدکنندگان حوزه پوشاک، هیئت امناء بازار تهران و دکتر قبادی رئیس کارگروه مد و لباس وزارت ارشاد با محوریت اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک، روز سه شنبه مورخ اول آبان ماه در محل مرکز پژوهش های اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران برگزار گردید.

به دستور مقام عالی وزارت صنعت، معدن و تجارت و ابلاغ کتبی جناب آقای مهندس صادقی، ریاست محترم سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران به جناب آقای ابوالقاسم شیرازی رئیس اتحادیه صنف پوشاک تهران، جلسه پنجم کارگروه بررسی و پیگیری تأمین مواد اولیه پوشاک با حضور جناب آقای مهندس صادقی، آقای دکتر محمد امامی امین معاون هماهنگی اقتصادی و منابع استانداری، جناب آقای

جلسه با صاحبان برندها با موضوع بررسی مشکلات برندها



خیرمقدم اظهار داشتند که اتحادیه پوشاک تهران این جلسه را به منظور همدلی در عرصه تولید برگزار کرده است تا با آگاهی از مسائل و معضلات تولیدکنندگان، این مسائل را به مسئولین امر مانند دولت و مجلس انتقال دهد و مطالبات خود را از آنان داشته باشد.

این جلسه در روز یکشنبه مورخ ۲۲ مهرماه به میزبانی و دعوت اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران در محل مرکز پژوهش های این اتحادیه برگزار گردید. در آغاز آقای ابوالقاسم شیرازی رئیس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران ضمن



جمله مواردی که صاحبان برندهای مطرح داخلی در مطالبات خود به آن اذعان داشتند، می توان به مالیات بر ارزش افزوده، کمبود مواد اولیه و قیمت های صعودی که بر آنها گذاشته می شود، تامین نقدینگی، حمایت دولت از برندها با استفاده از بسته های حمایتی، مسائل مربوط به بیمه و محدودیت های قوانین در بیمه کردن تعداد کارگران اشاره گردید.

آقای شیرازی اظهار داشتند که البته در کارگروه مواد اولیه و پارچه به ریاست جناب مهندس صادقی ریاست محترم سازمان صنعت، معدن، تجارت استان تهران که اتحادیه های مربوطه همچون اتحادیه های کشفاف، چرم، خیاطان و پیراهن دوزان نیز در آن حضور دارند، مسئله مواد اولیه در دستور کار است و تولیدکنندگان از طریق کارگروه و با اختصاص ارز نیمایی می توانند پارچه و مواد اولیه خود را وارد کنند. در انتها از صاحبان برندهای حاضر در جلسه به پاس فعالیت هایشان تقدیر بعمل آمد.

در طی این جلسه قرار شد کارگروه برندهای مطرح ایرانی تشکیل شود تا با همراهی اتحادیه و صاحبان برندها مطالبات واحدهای تولیدی پیگیری شود و آنچه که تا به امروز مغفول مانده است، اخذ گردد. آقای شیرازی از آقایان ییاسی و افتخاری از اعضای هیئت مدیره اتحادیه صنف پوشاک تهران دعوت کرد که با وجود تجربه ایشان در تولید مدرن و استفاده از علم روز سکان این کارگروه را بر عهده بگیرند تا ماحصل این جلسات و این همدلی ها اتفاق خرسندی را برای این صنف رقم زند. در انتهای این جلسه تصمیم گرفته شد، بسته پیشنهادی با توجه به مطالبات صاحبان برندها برای حمایت از برندهای داخلی تهیه گردد تا در جلسات پیش رو با سازمان های مربوطه یا نمایندگان مجلس ارائه گردد.

در این جلسه از میان برندهای مطرح داخلی مدعو برندهای دودوک، آویشن، ایکت، سازک، سله بن، ال سی من، کانی راش، بادی اسپینر، نیکوتن پوش، زاگرس پوش، پیانو، عصرجدید و سرژ حضور داشتند. از

دیدار رئیس و اعضای کارگروه بررسی و پیگیری تامین مواد اولیه پوشاک با وزیر جدید صنعت، معدن و تجارت



و درایت شخص وزیر محترم که انصافا یکی از انتصابات شایسته ریاست محترم جمهور بوده، موارد مقتضی اصناف که در این کارگروه بحث و بررسی شده است را حل نمایند و یقینا انجام این نشست نقطه امید برای رفع موانع موجود خواهد بود.

در این دیدار که بیش از یک ساعت به طول انجامید مقام عالی وزارت جناب دکتر رحمانی وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت نیز نوید رفع موانع را با توجه به اهمیت های موارد عنوان شده در این کارگروه دادند و مقرر شد مصوبات این کارگروه با قید فوریت مسیر اجرایی خود را طی نماید.

روز دوشنبه مورخ ۷ آبان ماه کارگروه بررسی و پیگیری تامین مواد اولیه پوشاک به ریاست آقای مهندس یدالله صادقی ریاست سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران به همراه اعضای این کارگروه آقایان ابوالقاسم شیرازی رئیس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران، محمد توکلی دبیر کارگروه بررسی و پیگیری تامین مواد اولیه پوشاک و رئیس هیئت امنای شرق بازار، دکتر منصور تیرگر رئیس مرکز پژوهشهای اتحادیه پوشاک و با حضور آقای ابراهیم درستی نایب رئیس اول اتاق اصناف تهران، با آقای دکتر رضا رحمانی مقام عالی وزارت صمت به بیان مشکلات موجود بر سر راه تولید کنندگان پوشاک در کشور پرداخت و ضمن تشریح شرایط موجود در این صنوف راه حل هایی که در این کارگروه مورد نظر اعضا بوده است را به استحضار مقام عالی وزارت رساند. در این نشست از موانع موجود بر سر راه تامین مواد اولیه برای صنایع شاغل در پوشاک کشور سخن گفته شد و همچنین در ادامه به مقام محترم وزارت اظهار شد که اصناف و بخش شاغل و فعال در تولید پوشاک ایران به دلیل مشکلاتی اعم از گمرک و تخصیص ارز اکنون در بحث تامین مواد اولیه در نقطه حساسی قرار دارند و بایستی که با تدبیر

مصاحبه ریاست محترم اتحادیه با شبکه خبر پیرامون چالش‌های صنعت نساجی و پوشاک

و پوشاک اینگونه بیان داشتند که قاچاق کالا نسبت به گذشته با افزایش قیمت ارز کاهش یافته است. اما متأسفانه در گذشته میزان این قاچاق بسیار بالا بود که اثرات مخرب آن هنوز در این صنعت دیده می‌شود. تولیدکنندگان با توجه به بارقه‌های امیدیه که در طی این چند ماه گذشته ایجاد شده، آمادگی بسیاری برای فعالیت‌های گسترده دارند اما در تأمین مواد اولیه (پارچه‌های تخت، پنبه، نخ) با مشکلات جدی و کمبود روبرو هستند. چرا که تولیدی‌ها پارچه‌هایشان تمام شده و دیگر پارچه‌ای ندارند که به بازار عرضه کنند. از طرف دیگر تعدادی از تولیدی‌ها وارداتشان با وجود دارا بودن مجوز در گمرک مانده و اجازه ترخیص پیدا نکرده‌اند. می‌توان انتظار داشت که از فصل بعد با مشکل کمبود عرضه پوشاک روبرو باشیم که منشاء آن نبود پارچه و مواد اولیه است.



آقای ابوالقاسم شیرازی ریاست محترم اتحادیه صنف تولید کنندگان و فروشندگان پوشاک تهران مورخ ۳۰ مهرماه در طی یک مصاحبه تلفنی با برنامه روی خط شبکه خبر در مورد چالش‌های صنعت نساجی

بازیدر رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی از اتحادیه پوشاک



رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس خواستار تشکیل کارگروه ویژه رسیدگی به مشکلات صنفی پوشاک و تأمین مواد اولیه برای صنایع شدند و ضمن برشمردن اهمیت صنف پوشاک در نظام اقتصادی و فرهنگی کشور حل معضلات و کاهش مسائل صنفی پوشاک در فصل پاییز و زمستان مهم ارزیابی نمودند.



دکتر پورابراهیمی رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی به طور سرزده از اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران بازدید نمودند و ضمن نشست با رئیس اتحادیه پوشاک، کارکنان، مشاوران و کارشناسان اتحادیه، با اعضای محترم صنف که در محل حضور داشتند، نیز گفتگو و پای مشکلات صنفی آنها، به ویژه دشواریهای بخش تولیدکنندگان پوشاک نشستند.

محورهای گفتگو در مباحث مشکلات مسائل نوسات ارزی، مشکلات تولید مواد اولیه تولید پوشاک و نساجی، عدم ترخیص کالاهای اولیه و مواد خام صنایع پوشاک، اصلاحات مدل‌های مالیاتی و مالیات بر ارزش افزوده اصناف پوشاک، ساماندهی قانون نظام صنفی برای بهبود فضای کسب و کار در صنف و صنعت پوشاک، کاهش فشارهای بانکی بر واحدهای صنفی زیان دیده، حمایت از طرحهای اقتصادی بنگاه‌های اقتصادی کوچک و توسعه مشاغل مولد در حوزه پوشاک بود. در انتها ابوالقاسم شیرازی رئیس اتحادیه صنف پوشاک ضمن ابراز نگرانی از مشکلات اقتصادی در حوزه پوشاک از



تحويل اولین حواله پارچه توسط کارگروه بررسی و پیگیری پارچه و مواد اولیه به تولیدکنندگان

و پوشاک، جناب آقای دکتر افتخاری عضو هیئت مدیره اتحادیه و عضو کارگروه، جناب آقای دکتر منصور تیرگر رئیس مرکز پژوهش های اتحادیه پوشاک تهران، جناب آقای محمد توکلی رئیس هیئت امناء شرق بازار تهران و دبیر کارگروه بررسی و پیگیری پارچه و مواد اولیه، سرکار خانم مهندس مهناز امیرمعز عضو هیئت مدیره اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران و جمعی از رؤسای اتحادیه های مربوطه به تولیدکنندگان اهداء نمودند. در این جلسه وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت از نتیجه بخشی این کارگروه



اظهار خرسندی کرده و اظهار داشتند که اعتماد به اصناف و اتحادیه ها را در دستور کار خود قرار داده اند؛ باتوجه به ممنوعیت واردات و ارزش افزوده ای که حوزه پوشاک می تواند برای اقتصاد کشور داشته باشد، از اتاق اصناف و رؤسای اتحادیه همی روزافزون برای رشد صنعت پوشاک را خواستار شدند. این کارگروه تهیه و تامین مواد اولیه تولیدکنندگان حوزه پوشاک و اتحادیه های مربوطه را با قیمت مناسب (زیر نرخ بازار) پیگیری می کند. که در این جلسه حواله پارچه جین از اولین سری پارچه های تامین شده توسط کارگروه با قیمت ۳۹ هزار و ۶۰۰ تومان (۲۰ هزار تومان زیر نرخ بازار) به تولیدکنندگان ارائه و اعلام شد که در هفته های آتی نیز پارچه های پیراهنی، شلواری و ... نیز به آنها تحويل خواهد شد.

کارگروه بررسی و پیگیری پارچه و مواد اولیه که از ۱۰ شهریور ماه آغاز به کار کرده بود، روز پنجشنبه مورخ ۲۴ آبان ماه اولین نوبت از حواله های پارچه (نوبت اول: حواله پارچه جین) را با حضور مقام عالی وزارت صنعت، معدن و تجارت جناب آقای دکتر رضا رحمانی، جناب آقای بهروز نعمتی سخنگوی هیئت رئیسه مجلس شورای اسلامی، جناب آقای دکتر سید فرید موسوی نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی، جناب آقای مهندس بدالله صادقی رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران و ریاست کارگروه بررسی و پیگیری پارچه و مواد اولیه، جناب آقای قاسم نوده فراهانی رئیس اتاق اصناف تهران، جناب آقای ابراهیم درستی نایب رئیس اول اتاق اصناف تهران، سرکار خانم مهندس افسانه محرابی مدیرکل دفتر صنایع نساجی



با ما در صفحه اینستاگرام اتحادیه همراه باشید
لحظه به لحظه با اتفاقات و رویدادهای صنف و صنعت پوشاک

 **espt.ir**



مسائل مربوط به حوزه پوشاک را از زبان اعضا شنیده و پیش از آنکه صنعت کشور غرق در مسائل پیچیده گردد، تدبیری برای حل آنها اندیشید. از میان نامه های ارسالی به مقام های محترم، ریاست محترم کمیسیون اقتصادی مجلس جناب آقای دکتر محمدرضا پور ابراهیمی، خانم دکتر معصومه آقاپور علیشاهی نایب رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس و آقای جبار کوچکی نژاد نایب رئیس دوم کمیسیون آموزش و تحقیقات مجلس در محل این اتحادیه حضور پیدا کرده و با اعضا به گفتگو نشستند.

درخواست اتحادیه از ریاست کمیسیون اقتصادی مجلس، کمیسیون صنایع مجلس، فراکسیون نساجی و پوشاک، کمیسیون اصل ۴۴ جهت برگزاری نشست به منظور طرح مسائل و مشکلات اعضای صنف در شرایط سخت ارزی اتحادیه صنف تولید کنندگان و فروشندگان تهران، در طی چند نامه از مسئولین مهم تر درخواست کردند تا با حضور در محل اتحادیه مشکلات و

برای مشاهده متن کامل نامه به سایت مراجعه شود



مصاحبه با آقای مصطفی پروانه رئیس کمیسیون حل اختلاف اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندهگان پوشاک تهران



■ لطفاً خودتان را معرفی بفرمایید و مدت زمان فعالیت و حوزه مربوطه را شرح دهید:

بنده مصطفی پروانه حدود ۴۰ سال پیش، بعد از اتمام تحصیلات شروع به تولید پوشاک کردم. در ابتدا در رسته لباس مجلسی زنانه و مدتی به تولید پیراهن و تونیک و شلوار و پس از آن به تولید مانتو مشغول شدم که حدوداً چندین سال به کشور عراق صادرات داشتیم اما به دلایل مختلف امکان ادامه صادرات میسر نشد. از جمله دلایل رقیب اصلی ما (سوریه) بود زیرا پارچه بهتری تهیه می کردند. هم اکنون، هم مانتو و هم کت و دامن تولید می کنم و دو فروشگاه هم با برند دوخت ایران دایر کردم، تا فرهنگ حمایت از تولید داخلی را میان مردم نهادینه کنیم.

■ چه مدتی است که ریاست کمیسیون حل اختلاف اتحادیه به عهده شماست و در صورت امکان بیشتر در ارتباط با کمیسیون و بخش های آن و هدف تشکیل این کمیسیون به ما توضیح دهید :

۱۵ سال است که ریاست کمیسیون حل اختلاف اتحادیه را به عهده دارم. با توجه به قانون نظام صنفی تمامی اتحادیه ها موظف به تشکیل کمیسیون های حل اختلاف هستند. کمیسیون حل اختلاف به موارد متعددی رسیدگی و اعلام نظر کارشناسی می کند. به طور مثال تشخیص خارجی و یا داخلی بودن محصول یا مواد اولیه به این کمیسیون ارجاع می گردد تا پس از بررسی، نتیجه به کلاتری ها، گمرکات یا مراجع قضایی در تعزیرات اعلام

شود. این کمیسیون بخش های کارشناسی منفک شده از یکدیگر دارند. مثلاً در بخش پوشاک زنانه، مانتو و لباس شب از یکدیگر تفکیک شده اند. بخش های دیگر مربوط به پوشاک بچگانه و مردانه است که آن هم به حوزه کت و شلوار مردانه، کاپشن، شلوار و پیراهن تفکیک می شود. هر یک از این بخش ها کارشناس متخصص خود را دارند. اعضای کمیسیون از کارشناسان زنده و خوش نام و از اعضای صنف می باشند. صفت خوش نامی خیلی مهم است. چرا که در محل کسب خود، در عین متخصص بودن، امین مردم نیز هستند. کارشناسان حدود ۳۰ نفر می باشند که در مقاطع مختلف و با توجه به موضوع ارجاعی از آنها دعوت به حضور در کمیسیون می شود. چرا چون ممکن است یک روز موضوعیتی با عنوان کت و شلوار نداشته باشیم، لذا لزومی ندارد کارشناس این حوزه حضور پیدا کند.

وظیفه دیگر رسیدگی به شکایت هایی است که به اتحادیه ارجاع می شود. این شکایات از سوی مصرف کننده بیشتر در حوزه گرانی قیمت و کمیت و کیفیت کالا است. پس از کسب نظر کارشناسان که می دانند و تشخیص می دهند پارچه چه قیمتی دارد، دوخت چه قیمتی دارد، چه مقدار باید سود متعارف اخذ شود و قیمت کالای نهایی چقدر است؛ نتایج کمیسیون یا به مصالحه به شاکمی می رسد و یا اینکه به سازمان صنعت و معدن، تعزیرات، گمرکات ارجاع می شوند. این نمونه ای است در قضاوت و رسیدگی به شکایات که اعتمادسازی در سازمان های دولتی نسبت به این کمیسیون ایجاد شده است.

تجارت و همینطور تعزیرات بسیار از این روند راضی به نظر می‌رسند.

■ چه کمبودهایی از نظر شما که مسئولیت این کمیسیون را در این سال‌ها به عهده داشتید وجود دارد که اگر این محدودیت‌ها نبود شما می‌توانستید با قدرت بیشتری اقدام بفرمایید چرا که فرمودید ۹۹ درصد این پرونده‌ها حل می‌شود. آن یک درصد اگر چه امکاناتی باشد قابل حل خواهد بود؟

من کمبودی احساس نمی‌کنم. ما همه آنچه را که نیاز است داریم. فقط مشکل ما در رسیدگی نوسان قیمت هاست که آن هم در مملکت ما الآن وضعیت خاص خودش را دارد. الحمدلله هم وزارت صنعت، معدن و تجارت و هم تعزیرات با ما همکاری می‌کنند. اتحادیه هم که خود باعث و بانی این مسئله است و تمام قد در اختیار اعضاء و مصرف کننده است.

■ وقتی یک سری بحران‌هایی مثل بحران نوسان قیمتی که امسال به وجود آمده، ایجاد می‌شود اعضاء هر روز با قیمت‌های متفاوت و با یک سختی کالا را خریداری می‌کنند و از طرف دیگر مصرف کننده با این شرایط مواجه نیست. در این بحران‌ها شما چه تدبیری به خرج می‌دهید؟

شما الآن یک نمونه از پرونده‌های ارجاعی به ما را ملاحظه فرمودید. یک زمانی مصرف کننده به ما می‌گوید یک مانتو و شلوار را پارسال خریدم ۳۰۰ هزار تومان، الان هم ۳۰۰ هزار تومان خریدم. مانتو و شلوار که پارسال خریدم را هنوز هم استفاده می‌کنم ولی این مانتو و شلوار جدید را ۴ ماه بیشتر نتوانستم استفاده کنم. ما باید در اینجا به مصرف کننده توضیح دهیم که شما پارسال با ۳۰۰۰ تومان خرید کرده اید اما امروز دلار ۱۴ هزار تومان است. پارچه پارسالی را اگر الان بخواهید بخرید باید متری یک میلیون پول بدهید. جامعه چنین چیزی را الان نمی‌پذیرد چون قدرت خرید نیست به همین دلیل تولیدکنندگان مجبور هستند جنس مناسب‌تر با قیمت مناسب‌تر استفاده کنند. باید وقت بگذاریم تا مصرف کننده قانع شود. گاهی کارشناس تا ۱ ساعت با طرفین صحبت می‌کنند. چه اعضاء و چه مصرف کننده زمانی که به ما مراجعه می‌کنند همگی خود را صاحب حق می‌دانند. عضوی می‌گوید اینجا اتحادیه است و من عضو آن هستم و شما باید از حقوق من دفاع کنید و مصرف کننده هم می‌گوید شما باید حق ما را بگیرید. ما در اینجا یک ترازوی عدلی داریم که در عین حال هم باید همه راضی بیرون بروند و هم عدالت رعایت شود. لذا بدون توجه به شأنیت طرفین با حفظ عدالت و رعایت عدل اعلام نظر می‌کنیم.

■ در میان دیگر کمیسیون‌های اتحادیه با توجه به آمار گفته می‌شود این کمیسیون جنجالی‌ترین کمیسیون است. بارها شاهد بودیم که طرفین به شما اهانت و بی ادبی کردند، شما را ناراحت کردند. چطور این مسئله را هضم می‌کنید؟ چه چیزی باعث می‌شود در طول این سال‌ها با این انرژی ادامه دهید و حتی در جلسه ای هم غیبت نداشته باشید و این رسالتی که به دوش شماست را با تعهد به انجام برسانید؟

هر کسی در یک شغلی و یک صنفی امرار معاش می‌کند. صنف ما پوشاک است. ما برای صنف خود ارزش قائل هستیم. ما به صنف خود عرق داریم، اگر قرار است اینجا درست هدایت شود باید این وظیفه ای که بر عهده ماست



تکلیف دیگر اینکه اگر اعضاء شکایتی داشته باشند موضوع به کمیسیون ارجاع می‌شود. متصدیان واحدهای صنفی مورد نظر دعوت و با ایشان صحبت می‌کنیم. اگر قابل حل و فصل باشد حتماً حل و فصل خواهد شد. در غیر این صورت به مراجع ذیصلاح معرفی می‌شوند.

باید عرض کنم که سیاست کلی این است که در مجموعه اتحادیه پوشاک، با مصرف کننده و اعضاء با کمال احترام برخورد شود به عبارت دیگر نخستین وظیفه ما تکریم ارباب رجوع و مشتری مداری است. خوشبختانه به دلیل آنکه اعضاء صنف ما اکثراً تحصیل کرده هستند ۹۹ درصد این پرونده‌ها در کمیسیون حل و فصل می‌شود و به مراجع قضایی و انتظامی ارجاع نمی‌شود و هر دو طرف دعوا چه مصرف کننده و چه اعضاء راضی از این کمیسیون بیرون می‌روند.

■ در مورد زمان و محل برگزاری این کمیسیون و روالی که یک شخص باید طی کند هم لطفاً توضیح دهید و دیگر آنکه اگر یکی از اعضاء ما از دیگر اعضاء شکایتی داشته باشد به طور مثال جنسی به همکاری فروخته اما او پولش را نمی‌دهد، بفرمایید او هم می‌تواند اعتراض کند یا خیر؟

بله ایشان هم می‌تواند اعتراض کند. کمیسیون حل اختلاف، یک وظیفه اش رسیدگی به شکایات اعضاء و مصرف کننده است و دیگری برای حل اختلاف بین اعضاء خود ما است. اگر ایشان به قوه قضاییه رجوع کند ممکن است رسیدگی به شکایتش ۶ ماه و چه بسا بیشتر طول بکشد اما ما اینجا در عرض یک هفته به پرونده رسیدگی می‌کنیم. مثلاً پرونده ای داشتیم که ۲۰ سال دو برادر قهر بودند و حتی به دادگاه هم برای طرح شکایت مراجعه کرده بودند ولی ما اینجا به شیوه کدخدانمنشی، دعوا را حل و فصل کردیم و دو نفر هم راضی از کمیسیون خارج شدند چون این کارشناسی که در کمیسیون حضور دارند همگی از معتمدین صنف هستند و طرفین دعوا اکثراً آنها را قبول دارند.

در پاسخ به قسمت اول سوال شما باید بگویم زمان رسیدگی مطول نیست چون در حالت عادی ما هفته ای یک جلسه کمیسیون برگزار می‌کنیم. و در صورت تراکم امور، جلسه فوق العاده تشکیل و زمان رسیدگی را به حداقل ممکن می‌رسانیم.

می‌توان گفت که حداکثر در ظرف یک هفته به شکایت شاکی رسیدگی می‌شود. یک نکته خیلی مهم این است که شاکیان و وزارت صنعت، معدن و

درست انجام شود تا کارشناس و عوامل اجرایی کارش را درست انجام دهند. ما هر کاری که انجام می دهیم به عشق صنف مان است. هر چقدر مجموعه کارشان را درست انجام دهد، جامعه می گوید اتحادیه پوشاک مسئولینش با بقیه صنوف تفاوت دارند. در اتحادیه پوشاک زمان مراجعه با احترام با ما برخورد می شود. بارها شده شخصیت های لشگری و کشوری به این کمیسیون مراجعه می کنند و وقتی خارج می شوند بسیار راضی هستند و اظهار دارند که ما فکر نمی کردیم این اتحادیه اینقدر با نظم باشد و اینچنین با احترام با ما برخورد شود. ما اینجا را خانه خود می دانیم. چقدر شما برای محل کار و خانه ات وقت می گذاری تا همه چی درست انجام شود؟ اینجا هم همین است. در عین حال باید عدالت هم رعایت شود. ممکن است زمانی کسی که زیاده خواه است از عدالت ناراحت شود و به شما حرفی هم بزند اما شما در پیشگاه خدای خود و وجدانتان آسوده خاطر هستید چرا که کار درست را انجام داده اید؛ حتی اگر یکی از طرفین دوست شما باشد شما نمی توانید به دلیل دوستی عدالت را رعایت نکنید. قانون همین است. کارشناس می گوید از نظر کارشناسی این پارچه در فلان موارد ایراد دارد. عدل بر اساس کارشناسی انجام می شود.

■ **خود شما هم اگر جایی مشکلی داشته باشید به اولین جایی که مراجعه می کنید اتحادیه است. آیا به اعضاء هم چنین توصیه ای را می کنید؟**

دقیقاً. چون کارشناسان از اعضای خانواده صنف هستند و بر اساس عدالت رأی می دهند. و هدف تاسیس این کمیسیون دفاع از حقوق قانونی و مشروع اعضاء می باشد.

■ **ما در هفته چه مقدار پرونده شکایتی داریم؟ آیا آماری به طور متوسط داریم؟**

حدوداً ۳۰ الی ۵۰ فقره. البته بستگی دارد. مثلاً شب عید به ۱۰۰ فقره هم می رسد و ما گاهی تا ۸-۷ شب هم اینجا هستیم.

■ **حرف آخر شما به اعضاء به عنوان رئیس کمیسیون چیست؟**

اینجا خانه خود شما و اولاترین مرجع برای رسیدگی به شکایات شماست. حتی اگر فکر می کنید این توانمندی برای کارشناسی بهتر را دارید، وقت بگذارید و همکاری کنید. بارها شده که با سوءظن آمده اند اما پس از ورود به گود، از آن تفکرات گذشته پشیمان شده اند.

■ **آیا درهای این کمیسیون برای اعضاء علاقمند باز است؟**

حتماً. هم آقای شیرازی و هم خود بنده هدفمان همین است. می دانید که ما هیچ حقوقی دریافت نمی کنیم و هیچ مزایایی هم نداریم. شما نمی توانید بگویید که آقای مصطفی پروانه به این کمیسیون می آید تا از مزایای آن بهره ببرد یا حق عضویت ندهد. شما اگر به پرونده ها مراجعه کنید در زمان حق عضویت می بینید اولین کسی که حق عضویت داده مصطفی پروانه بوده است. وقتی بیرون گود هستید می گویند حداقل ترین مزایا این است



مصاحبه با آقای منصور تیرگر

فعالیت خوشه‌ای راهکار توسعه صنفی



صنف و صنعت پوشاک کشور، تولید و تالیف مقالات گوناگون علمی پژوهشی تخصصی، تدوین و تالیف چندین طرح استراتژیک ملی و بین‌المللی اقتصادی و صنعتی بر محور صنف پوشاک، طراحی و برنامه‌ریزی ایجاد برند ملی پوشاک هم‌سطح برندهای جهانی، تعاملات گسترده ملی و بین‌المللی، توسعه ارتباطات و مناسبات بین‌المللی اتحادیه با هدف تولید و فروش صادرات محور، برنامه‌ریزی و راه‌اندازی کار گروه‌های تخصصی تحت فعالیت‌های اتحادیه با رویکرد افزایش تعاملات میان صنفی، ارائه طرح، برنامه، نقد، نظر و راهکارهای تخصصی راهبردی به ارگان‌ها و نهادهای ذیربط و ذیصلاح و قوای سه‌گانه به عنوان بازوی علمی تخصصی صنف پوشاک، افزایش مشارکت و همکاری‌های اتحادیه با بخش‌های مختلف علمی، آموزشی، دانشگاهی، صنعتی، اقتصادی، اجتماعی، دولتی و... گوشه‌ای از فعالیت‌های گسترده مرکز پژوهش‌هاست که ما به‌همراه همکاران متخصص تلاشگرمان در این مرکز به عنوان خادمان صنف پوشاک تاکنون به انجام رسانده‌ایم.

■ چه چیزی را به‌عنوان اصلی‌ترین چالش صنف و صنعت پوشاک برمی‌شمارید؟

در چندماه اخیر، کاهش نقدینگی در بازار به تبع پایین آمدن قدرت خرید مردم و مصرف‌کنندگان نهایی در کنار کاهش ارزش واحد پول ملی بزرگ‌ترین چالش صنف و صنعت پوشاک در بخش توزیع و فروش محسوب می‌شود و با توجه به نیاز بسیار زیاد تولید پوشاک به مواد اولیه باکیفیت که به ناگزیر از دیگر کشورها تامین می‌شود با بازگشت تحریم‌ها و تلافیات بازار ارز، تامین مواد اولیه برای بخش تولید در کنار نقدینگی بسیار پایین اصلی‌ترین چالش است. با توجه به دوره زمانی حساسی که برای تولید کالای مورد نیاز مردم در

پس از گذشت نزدیک به ۴ سال از تاسیس مرکز پژوهش‌های راهبردی اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران با هدف توسعه پژوهش محور و ادامه فعالیت دانش‌بنیان اعضای تلاشگر این اتحادیه به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و پیشروترین تشکل‌های صنفی تخصصی در کشور، امروز با سربلندی می‌توان اذعان داشت که این مرکز در راستای مأموریت خطیر خود گام‌های بزرگی در مسیر توسعه همه‌جانبه صنف و صنعت پوشاک در سطح داخلی و بین‌المللی برداشته است.

این مرکز به‌عنوان تنها مرکز پژوهشی راهبردی در میان تمامی صنوف کشور، یکی از مهم‌ترین دستاوردهای اتحادیه صنف پوشاک تهران و اتاق اصناف است که با درایت و آینده‌نگری ریاست اتحادیه جناب آقای ابوالقاسم شیرازی و پیگیری‌های مجدانه ایشان در راستای رفع نیازها و چالش‌های پیش روی صنف و صنعت پوشاک برای عبور از تلافیات مختلف و رسیدن به ساحل آرامش پویایی اقتصادی صنفی و صنعتی راه‌اندازی گردید. مأموریت اصلی این مرکز، تبدیل کردن پژوهش‌ها و دست‌آوردهای علمی به راهکارهای کاربردی و اجرایی منطقی برای توسعه همه‌جانبه صنف و صنعت پوشاک به‌ویژه در مقاطع حساس و بحرانی است.

در ادامه برای آگاهی بیشتر از چالش‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات امروز و آینده صنف و صنعت پوشاک و دریافت راهکارهای این مرکز برای رفع موانع و مشکلات به‌گفت‌و‌گو با ریاست این مرکز آقای دکتر منصور تیرگر می‌پردازیم.

■ مرکز پژوهش‌ها برای رفع موانع و مشکلات صنف و صنعت پوشاک و توسعه این صنف تاکنون چه اقداماتی را انجام داده است؟

برنامه‌ریزی‌های راهبردی توسعه محور کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت و ویژه

بازار شب عید و نوروز ۱۳۹۸ وجود دارد تامین مواد اولیه با کیفیت با قیمت منطقی در شرایط کنونی مهم‌ترین نیاز صنّف و صنعت پوشاک کشور است. البته این مرکز بر این باور است متکی به خلاء ایجاد شده در ورود برندهای خارجی، فضای کنونی فرصت مغتنمی برای تقویت توان طراحی و تولید داخلی و نقطه‌ای برای گام برداشتن به سمت برندسازی و جریان سازی تولید محصولات با هویت بومی و ملی است.

■ به‌عنوان رییس مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک و یک تولیدکننده موفق در این صنّف و صنعت، چه راهکاری برای رفع این مشکل پیشنهاد می‌دهید؟

همانگونه که اشاره شد یکی از اقدامات مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک بر محور پژوهش‌های راهبردی، بسترسازی برای ایجاد کارگروه‌های تخصصی برای جذب حداکثری توانمندی‌های اعضای اتحادیه و حل مشکلات گوناگون صنّف و صنعت در تعامل با بخش دولتی در راستای وظایف اتحادیه است. در همین راستا این مرکز با ایجاد کارگروه مواد اولیه اتحادیه و همکاری مجدانه با کارگروه بررسی و پیگیری تامین مواد اولیه پوشاک سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران و وزارت صمت برای تامین مواد اولیه تولید پوشاک به‌ویژه برای تامین نیاز بازار در شب عید برنامه‌ریزی اجرایی انجام داد و در مرحله نخست بخشی از اعضای تولیدکننده اتحادیه توانستند بخش ویژه‌ای از مواد اولیه مورد نیاز خود را در قالب حواله با قیمت رقابتی و منطقی خریداری کنند، که این مورد همچنان در دست پیگیری و انجام است.

در کنار این دست‌آورد بسیار مهم که با تلاش شبانه‌روزی و پیگیری‌های مجدانه ریاست محترم سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران، ریاست محترم اتاق اصناف، ریاست محترم اتحادیه پوشاک تهران جناب آقای شیرازی در تعامل و همکاری ویژه با دیگر اتحادیه‌های صنّفی مرتبط با پوشاک، کیف، کفش، چرم و... و تنی چند از پیشکسوتان و زحمت‌کشان معتبر صنّف پوشاک و آقای محمد توکلی از اعضای هیات امنای بازار تهران به ثمر نشست. این مرکز با برنامه‌ریزی و بسترسازی ایجاد کارگروه‌های تخصصی در بخش‌های دیگر برای اصلاح زنجیره ارزش صنّف و صنعت پوشاک کشور در تلاش است تا با رویکرد فعالیت و همکاری خوشه‌ای تخصصی میان صنّفی با همکاری تمامی اجزای تاثیرگذار و مرتبط با صنّف و صنعت مد و پوشاک و سوق دادن بنگاه‌های صنّفی و صنعتی به این سمت، زنجیره ارزش را اصلاح کرده و موجبات رشد و توسعه پایدار تخصصی را بر این محور فراهم سازد. این رو به تمامی اعضا و تلاشگران این صنّف و صنعت توصیه می‌کند تا برای افزایش توان و قدرت رقابت به‌ویژه با هدف تقویت تولید و خدمات داخلی در صنّف و صنعت پوشاک همانند تمامی کشورهای توسعه‌یافته و پیشرو در این صنّف با این برنامه‌ها همراه و همگام شوند چراکه فعالیت‌های خوشه‌ای راهکار توسعه صنّفی و دریچه‌ای راهگشا به سمت تولید صادرات محور و به تبع آن رشد اقتصادی و صنعتی است.

■ در مرکز پژوهش‌ها چه چشم‌اندازی برای صنّف و صنعت پوشاک کشور ترسیم کرده‌اید؟

یکی از طرح‌های اصلی و کلان ملی و بین‌المللی که توسط مرکز پژوهش‌ها تدوین و برنامه‌ریزی گشته و به نهادهای ذیربط و ذیصلاح نیز ارائه شده "طرح استراتژیک توسعه صنّف و صنعت مد و پوشاک ایران" است که در قالب برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت با چشم‌انداز سال ۲۰۳۲

می‌لادی و با توجه به برنامه‌های کلان بین‌المللی در این صنّف تنظیم گردیده است که ماموریت ویژه این طرح، اصلاح زنجیره ارزش صنّف و صنعت مد و پوشاک کشور در کنار توسعه همه‌جانبه‌ی علمی، اجتماعی، اقتصادی و صنعتی با هدف تبدیل شدن ایران به‌عنوان یک قدرت تعیین‌کننده در منطقه و جهان در این صنّف و صنعت است. همچنین این مرکز با هدف تعامل با تمامی تشکلهای، سازمان‌ها، نهادها و بخش‌های مختلف دست‌اندرکار و فعال در زنجیره ارزش صنّف و صنعت مد و پوشاک، ایجاد و راه‌اندازی "دفتر توسعه طراحی"، تدوین، طراحی و برنامه‌ریزی "تأمینگاه تخصصی بین‌المللی پوشاک"، طراحی و برنامه‌ریزی "فرایندها و میکروفرایندهای اجرایی تعاملی بومی" با رویکرد اصلاح زنجیره ارزش به‌صورت اجرایی و عملیاتی را در کارنامه خود دارد. مرکز پژوهش‌ها در صدد آن برآمده تفرایندهای این زنجیره ارزش را از تولید علم در بنگاه‌های دانش بنیان، طراحی، تولید و تامین مواد اولیه و پوشاک گرفته تا برندسازی، جریان سازی و تجارت، اصلاح کرده و برای توسعه پایدار همه‌جانبه آن تلاش می‌کند.

■ اتحادیه صنّف پوشاک تهران باید چه نقشی در این میان ایفا کند؟

در سراسر دنیا رسمی‌ترین تشکلهای که از سوی بخش دولتی برای تعامل با بخش خصوصی به رسمیت شناخته می‌شوند، اتحادیه‌های صنّفی هستند، همچنین تشکلهای خصوصی بین‌المللی تخصصی نیز جهت پیشبرد اهداف کلان و همکاری‌های خود با کشورهای مختلف اتحادیه‌های صنّفی را به‌عنوان تشکل رسمی بخش خصوصی قلمداد می‌کنند و به رسمیت می‌شناسند. در ایران نیز بخش بسیاری از این جریان همسو با دنیا پیش می‌رود و اتحادیه صنّف پوشاک تهران نیز با درک بسیار درست از این مهم و با توجه به مناسبات، روابط و تعاملات بسیار نزدیک و سازنده خود با بخش دولتی و دیگر تشکلهای و اتحادیه‌های صنّفی مرتبط و همکار، با تکیه بر توان و پتانسیل اعضای خود به‌عنوان با ظرفیت‌ترین اتحادیه با بیش از ۱۷۰۰۰ عضو رسمی در سطوح مختلف تولیدی و توزیعی صنّفی و صنعتی خورد و کلان، توسعه ارتباطات و مناسبات بین‌المللی را به‌عنوان یکی از ماموریت‌های اصلی مرکز پژوهش‌ها قرار داده و این مرکز نیز همسو با اهداف اتحادیه و با توجه به پژوهش‌های راهبردی خود به‌صورت هدفمند و برنامه‌ریزی شده با عضویت در فدراسیون جهانی پوشاک IAF، به توفیقات، توافقات و تفاهمات بسیار مهم و تاثیرگذاری با بسیاری از کشورهای به‌ویژه کشورهای توسعه یافته و پیشرو در این صنّف در بخش‌های مختلف تجاری، صنعتی و علمی دست یافته است. با توجه به الگوی مارپیچ چهارگانه و همسو با توسعه پایدار، بخش دولتی به‌عنوان تسهیل‌کننده به شیوه‌های گوناگون به ایفای نقش می‌پردازد و با توجه به این نکته که بیش از ۹۰٪ فعالیت‌های تولیدی و اقتصادی در ایران در بخش صنّفی شکل و انجام می‌پذیرد، اتحادیه‌های صنّفی به‌عنوان شاهراه ارتباطی اجرایی میان بخش‌های دیگر این الگو و به‌عنوان پرچمدار توسعه اقتصادی و صنعتی با دیگر بخش‌های توسعه پایدار اعم از جامعه، دانشگاه و دولت قلمداد می‌شود. قطعا و طبیعتاً اتحادیه صنّف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران نیز با توجه به توان و ظرفیت اعضای خود دایره ارتباطات و تعاملات بسیار گسترده و وجهه و جایگاه بین‌المللی خود در میان کشورهای عضو فدراسیون جهانی پوشاک، نقش بسیار مهم اجرایی و استراتژیک در سیاست‌گذاری‌ها، تصمیم‌گیری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات اجرایی دارد که تاکنون نیز به شیوه‌ای بسیار مناسب و منطقی نقش خود را ایفا کرده است.

مصاحبه با آقای فرج پور مدیریت محترم برند موکارلو



دیگر از مسائلی که با آن مواجه هستیم بالا رفتن قیمت ارز و بالا بودن قیمت های مواد اولیه در صورت در دسترس بودن است. در حال حاضر بحث مواد اولیه بزرگترین چالش است. مانع دیگر تولید مسئله دارایی است که فشار مضاعفی را به بخش تولید وارد می کند.

■ **لطفاً چالش ها و مشکلاتی که مجموعه تان با آن مواجه است را مطرح کنید.**

جدا از مسائلی که پیشتر به آن اشاره شد، نبود نقدینگی در میان اقشار مختلف جامعه قدرت خرید را پایین آورده و در داخل با مسئله نبود خریدار روبرو هستیم.

■ **مجموعه شما، جهت پیشرفت در آینده، چه اهدافی را در زمینه تولید دنبال می کند؟**

با وضعیت پیش آمده برای آینده نمی توان چشم اندازی متصور بود. اما اگر وضعیت بهبود یابد در نظر داشتیم که زمینی را در کنار کارخانه خریداری و در بخش تولید پیراهن مردانه هم شروع به فعالیت کنیم.

نشستی صمیمانه با جناب آقای فرج پور مدیریت محترم برند «موکارلو» داشته ایم تا از منظر ایشان به مشکلات و موانعی که پیش روی تولید کنندگان است، بپردازیم.

■ **لطفاً به صورت کامل خودتان و مجموعه تان را معرفی بفرمایید.**
صنایع پوشاک موکارلو متخصص در تولید پوشاک مردانه (کت و شلوار) فعالیت خود را در سال ۱۳۶۶ آغاز کرد. در ابتدا به شکل شخصی دوزی، پوشاک مردانه تولید می کردیم اما کم کم به فکر گسترش آن افتادیم تا در سال ۱۳۸۳ یک کارخانه با سیستم تمام صنعتی و تمام اتوماتیک در شهرک صنعتی بهارستان کرج بهره برداری کردیم. از همان سال صادرات خود را به کشورهای چین بلژیک و آسیای میانه آغاز نمودیم. در بخش داخلی هم تقریباً در اکثر شهرها نمایندگی هایی داریم.

■ **از نظر شما، چالش های تولید و توزیع در ایران چیست؟**
۹۰ درصد تولید با چالش روبروست. امروز نبود مواد اولیه چالش بزرگی است که صنعت پوشاک با آن دست به گریبان است. دسترسی به مواد اولیه برای تولید بسیار حائز اهمیت است. یکی

■ از نظر شما در صنعت پوشاک، هر یک از بخش های تولید، طراحی و توزیع چقدر حائز اهمیت می باشند؟
پوشاک نشان دهنده شخصیت فردی و جمعی است. در وهله اول طراحی و به کارگیری طراحان خلاق، پس از آن دقت در تولید و در آخر توزیع مناسب حائز اهمیت است.

■ در زمینه تولید و خدمات چه خواسته ای از اتحادیه دارید و نظرتان را راجع به فعالیت های اتحادیه مطرح کنید.

سالهاست که اتحادیه با مدیریت جناب آقای شیرازی برای بخش تولید زحمات بسیاری کشیده است. از نظر بنده اتحادیه فعالیت هایش جهت مثبتی داشته است. اما کمبود مواد اولیه بحث بسیار مهمی است. گرچه کارگروهی در این زمینه تشکیل شده است اما هنوز نتوانسته جوابگوی اکثریت بخش تولید باشد. خود ما در نوبت دریافت هستیم ولی هنوز نتوانستیم مواد اولیه مان را تهیه کنیم.

■ برای پیشرفت و موفقیت جوان های تازه وارد به صنعت پوشاک، چه پیشنهادی دارید؟

صنعت پوشاک یک صنعت تخصصی است. به همین دلیل قبل از شروع فعالیت باید آموزش‌هایی چه در زمینه تولید و چه در زمینه توزیع فراگرفته شود. از نظر بنده صنعت پوشاک صنعت خوبی است. ■ از نظر شما تفاوت های اصلی بین تولیدکننده یا فروشنده

برند با تولیدکننده خارجی در چه زمینه هایی است؟
تفاوت بسیار است. برندهای خارجی از ابتدای شروع فعالیت خود تمام آیتم های اولیه را رعایت می کنند. یک برند خارجی هیچ گاه فراموش نمی کند که باید همیشه محصول با کیفیت تولید کند. اما ما در ایران یکبار که محصول با کیفیت تولید کردیم در دفعات بعد دیگر به آن اهمیت نمی دهیم. در حالیکه کیفیت برای مشتری در درجه اول اهمیت قرار دارد.

■ به نظر شما بزرگترین مشکلاتی که صنعت پوشاک را در ایران تهدید می کند، چیست؟

در گذشته بزرگترین مشکل واردات بی رویه پوشاک بود که امروز به دلیل بالا رفتن قیمت ارز کمتر شده است. اما امروز کمبود مواد اولیه این صنعت را دچار مشکل کرده است.





و محل های دیگری از شهر می باشد. دوزنده های ما در این ۶ کارگاه فعالیت می کنند و ماحصل کار آنها به اینجا که کارگاه اصلی است، آورده می شود. ما اینجا روزانه ۸۰۰۰-۹۰۰۰ برش انجام می دهیم اما دوخت بیرون از اینجا انجام می شود و سپس نصب خرج کار و مونتاژ ادامه کار اینجا انجام شده تا لباس نهایی به اتمام برسد.

■ روند طراحی شما به چه صورت است؟

ما در تهیه محصول به دنبال یک سبک و نوع خاص از ارائه هستیم. به همین دلیل از کلاه و کفش و ملحقات لباس را به جز کفش در یک کالکشن ارائه می دهیم. حتی در چوب-کارهای خود که در ترکیه تولید می شود، نام برند پارمیس حک می گردد. ما طراحی داریم که تحصیل کرده در این رشته است و سالهاست که در کنار ما مشغول به کار است. ایشان خود نمونه گیری می کند و تمام ایرادات کار را چک و بر طرف می کند. یک دستگاه لیزر داریم که تعدادی از خرج کارها مثل گل هایی که روی لباس زده می شود را دستگاه برش می دهد تا بهترین شکل را داشته باشد و با کیفیت بالایی به مشتری تحویل داده شود. پارمیس همیشه با نگرشی نو در طراحی به تولید پرداخته است. ما به طرح و جنس پارچه بسیار توجه می کنیم و به همین دلیل پارچه را از ترکیه وارد می کردیم. با این رویکرد، همیشه بازار منتظر تولیدات پارمیس است تا از روی آن کپی کند. البته به کیفیت کار ما نیست و ممکن است هم به قیمت ما باشد و یا با قیمتی نازلتر عرضه

در ادامه روندی که پیشتر به آن پرداختیم، به گفتگو با خانم منیژه عظیمی مدیریت محترم برند پارمیس نشستیم. خانم عظیمی از تولیدکنندگان قدیمی هستند که از پیش از انقلاب فعالیت خود را در زمینه ی لباس دخترانه در رده سنی ۶ ماه تا ۱۶ سال آغاز کرده اند. از سال ۷۲ به همراه داماد خود آقای میرطوسی برند پارمیس را افتتاح کردند و در سطح گسترده ای به فعالیت پرداختند. برند پارمیس امروز به عنوان یکی از بهترین تولیدی های لباس کودک دخترانه در سطح کشور شناخته می شود. نشست کوتاهی و صمیمانه میان نمایندگانی از اعضای هیئت مدیره اتحادیه صنف پوشاک تهران و مدیریت برند پارمیس در محل این تولیدی برگزار گردید که در ادامه به آن می پردازیم.

■ کمی از برند پارمیس و حوزه فعالیت آن به ما بگویید؟

حوزه فعالیت پارمیس، تولید لباس دخترانه در رده سنی ۶ ماه تا ۱۶-۱۷ سال است. من از قبل از انقلاب همین کار را اما در سطحی کوچکتر انجام می دادم. فعالیت برند پارمیس از سال ۷۲ با همراهی آقای میرطوسی آغاز شد و کم کم گسترش پیدا کرد. امروز در تمام نقاط ایران مشتری های بسیاری داریم. دفتر پخش ما در پاساژ پارسه است اما انبار و محل کارهای مونتاژ در این ساختمان ۳ طبقه ای است که ملاحظه می فرمایید. البته کارگاه های دوخت که شامل ۶ کارگاه می شود بیرون از این محل و در نقاط مختلفی مانند افسریه

گردد. اما ما چون کاری که مد نظرمان بوده است را به بازار ارائه کرده ایم دیگر به حثواشی نمی پردازیم.

■ در تولیدات زیبا و با کیفیت با توجه به کمبود مواد اولیه با چه موانعی رو به رو هستید؟

ما در گذشته برای خرید پارچه به ترکیه می رفتیم اما با توجه به بالا رفتن ارز باید از چین پارچه وارد کنیم. حتی در این حالت هم باز در پرداخت با مشکل مواجه شده ایم. متأسفانه ما در ایران تولید پارچه نداریم. حتی دوستانی که گردباف کار می کردند هم به دلیل نبود نخ، بیکار هستند. اتفاقات ناخوشایندی که در سیستم ارزی و اقتصادی افتاده باعث شده همکاران زیادی تصمیم به بستن تولیدی های خود بگیرند. در بازار ما پارچه پیدا نمی شود.

ما باید همیشه در تولید یک فصل جلوتر باشیم. در گذشته در تیرماه برای فصل بعد پارچه را تهیه می کردیم اما امسال هنوز پارچه تهیه نکردیم. وقتی از ترکیه خرید می کردیم در حدود کمتر از یک ماه پارچه به دستمان می رسید. اما در چین زمان بیشتری صرف می شود تا پارچه به دست ما برسد. امروز افراد زیادی هستند که از چین خرید می کنند اما به دلیل بودجه بیشتر محصولات با کیفیت نازل خریداری می شود. نکته قابل توجه در چین این است که قیمت های آنها در این چند سال افزایش پیدا نکرده اما بالا رفتن ارز در ایران باعث شده که ما باز باید هزینه بالاتری را پرداخت کنیم. ما

برای خرید یک زیپ ساده هم از اینجا با مشکل مواجه هستیم. چون کیفیت زیپها بسیار نازل است و کلاً به ما می گویند اگر جنس بهتر می خواهید با قیمت بالاتر به خیابان دیگری در محله دیگری باید بروید. به این شکل امکان ادامه دادن وجود ندارد.

ما اصولاً پارچه و خرج کار را از ترکیه وارد می کردیم. اما اکسسوری را از چین وارد می کردیم. اکسسوریها مثل گردنبندهایی که به لباس وصل می شود بسیار در میان بچهها خواهان دارد به همین دلیل ما سعی می کنیم روی لباس های خود حتماً استفاده کنیم. اما این بار با مراجعت به چین برای خرید اکسسوری ها، مجبور بودیم نمونه پارچه هایی هم تهیه کنیم که شاید بتوانیم از چین پارچه وارد کنیم. ما متأسفانه نمی توانیم کاری انجام دهیم. ما به دنبال دریافت کمک مالی نیستیم. ما خواهان این هستیم که راهی پیش روی ما گذاشته شود تا بتوانیم کار کنیم.

اگر این ۵۰۰۰-۶۰۰۰ پارچه ای که قبلاً خریده بودیم را امروز نداشتیم، باید ما هم به اتحادیه مراجعه و درخواست کمک می کردیم. سیستمی که اخیراً برای دریافت ارز در نظر گرفته شده، بسیار مشکل ایجاد کرده است، چون از تولید کننده می خواهد تا ارز خود را به قیمت دولتی از صادرکننده تهیه کند. اما در عمل چرا باید صادرکننده ای که ارز را از بازار آزاد تهیه کرده به تولید کننده به قیمت دولتی ارز بفروشد؟ همه چی از ریشه مشکل دارد که دست تولید کننده را برای تولید با کیفیت بسته است.





جلسه مورخ ۹۷/۸/۲۳ با موضوع رسیدگی به مشکلات واحدهای صنفی، بررسی موانع موجود و ارائه راهکار برای تأمین مواد اولیه و همچنین حضور موثر در نمایشگاه تخصصی پوشاک برگزار شد.



بیوگرافی هیئت مدیره جدید اتحادیه

• عضو کمیسیون علمی و آموزشی اتحادیه
• مشاور آی تی در مرکز پژوهش‌ها و اتحادیه

محمود رفیع پور

• کاسبی متعهد، مؤمن و پیشکسوت و معتمد صنف با ۴۰ سال سابقه
• فردی دارای تحصیلات کلاسیک، حوزوی و قرآنی

• دبیر انجمن اسلامی، دبیر شورای امر به معروف و نهی از منکر و فرمانده بسیج صنف پوشاک

منصور الباسی

• مدیر عامل شرکت ال سی من بزرگترین کارخانه صنعتی تولید پوشاک مردانه
• لیسانس مدیریت بازرگانی با بیش از ۴۰ سال تجربه فعالیت در حوزه تولید و توزیع پوشاک مردانه
• عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات و نساجی و پوشاک ایران و عضو مؤسسان انجمن پوشاک ایران

• منتخب کارآفرین برتر سال ۹۵ و منتخب برند برتر از پنجمین جشنواره بین المللی مد و لباس فجر
• عضویت در مجمع مدیران دانش بنیان و کارگروه کشوری مد و لباس اتحادیه

مجید افتخاری

• دکترای کارآفرینی گرایش کسب و کار
• استاد دانشگاه (طراحی لباس تهران جنوب و علم و فرهنگ)

• محقق و پژوهشگر در حوزه مد و لباس
• بیش از ۲۰ سال سابقه تولید، توزیع و فروش پوشاک

• مدیر عامل گروه تولیدی عصر جدید
• عضو کمیسیون آموزش اتحادیه پوشاک

بازرس

اکرم قاضی دیجی

• مدیری توانمند و مسلط به امور نظارت با ۲۰ سال سابقه
• دارای کارشناسی ارتباطات، لیسانس مترجمی زبان انگلیسی و کارشناس کسب و کار (MBA)

• مدیری ایده پرداز در حوزه طراحی پوشاک و موفق در حوزه فروش پوشاک با ۲۰ سال سابقه
• عضو کمیسیون فرهنگی آموزشی و استاد کلاس‌های مشتری مداری صنف پوشاک

ابوالقاسم آقا حسین شیرازی

• مدیری زحمتکش، توانمند، متواضع، صبور و خدمتگزار صنف پوشاک کشور، کاسبی موفق در کسب و کار با ۴۰ سال سابقه تولید و فروش پوشاک
• نماینده اتاق اصناف ایران در کمیسیون تخصصی پوشاک کشور
• عضو فدراسیون جهانی پوشاک
• عضویت در پژوهشکده زنان، شورای راهبردی دانشگاه جامع علمی کاربردی و صندوق‌های قرض الحسنه

• مشاور رئیس دانشگاه، نماینده مجلس و توسعه کارآفرینی و اشتغال اتاق اصناف ایران

• دانشجوی تجاری سازی دانشگاه علامه طبهرسی

• لیسانس دوره کارآفرینی (MBA) کارشناسی کسب و کار

• محقق و نویسنده ۱۵ جلد کتاب تخصصی مرتبط با پوشاک

کامبیز مروت جو

• مدیر خوشنام، نیکوکار و از خیرین مؤسسات عام المنفعه، بهزیستی، مدارس و سایر نهادهای مددجویی و مردم نهاد

• مدیر عامل شرکت تولیدی بازرگانی پوشاک آیلار با ۳۵ سال سابقه

• تولیدکننده و کارآفرین موفق و توانمند پوشاک

• عضویت در کارگروه مد و لباس، کمیسیون فرهنگی و آموزشی پوشاک

• لیسانس کارشناسی حفاظت از محیط کار

محمد حسین عرب گرمی

• مدیر و کارشناس طراحی، تولید و فروش پوشاک در کارگروه تولید اتحادیه

• مدیر عامل شرکت تولیدی و بازرگانی پوشاک زینق آبی با ۳۵ سال سابقه

• کارشناس ارشد و مشاور اتحادیه در امر تولید پوشاک

• نماینده اتحادیه در روابط بین الملل و مسلط به زبان انگلیسی

• عضو مرکز پژوهش‌ها و کمیسیون فنی اتحادیه

مهناز امیر معز

• مدیر جوان و کارشناس امور صنفی با ۱۵ سال سابقه اجرایی

• لیسانس کامپیوتر با ۱۰ سال سابقه فعالیت در حوزه پوشاک