

**ویژه نامه**



## بولتن خبری

اتحادیه صنف تولیدکنندگان و  
فروشندگان پوشاک تهران



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)

[www.espt.ir](http://www.espt.ir)

تبیین مشکلات و موانع پیش‌رو، باور به توانمندی‌ها و داشته‌های خود، از سد تحریم‌های ظالمانه استکباری گذر کنیم و در دام تحریم‌های داخلی گرفتار نشویم. از این رو با غنیمت شمردن فرصت‌هایی که چالش‌های پیش‌رو در اختیار ما گذاشته است و ارائه آن به جمع حاضر امید است تا با استعانت از اندیشه پویا و ذهن فعال و تجارب مدیریتی - اقتصادی یکایک رؤسای ارجمند اتحادیه‌های صنفی حاضر به جمع‌بندی و خروجی قابل قبولی دست یابیم.

عزیزان حاضر به سبب مسئولیت مستقیمی که بر عهده دارند با طرح تسهیم وجوه که اخیراً به اجرا گذارده شده است آشنایی کامل دارند. هر چند اساس شیوه‌های به‌کار گرفته شده در ایجاد سامانه‌های یکپارچه و پنجره واحد می‌تواند مقبولیت داشته باشد لیکن این امر نباید اهرمی برای کاستن از حدود اختیارات و تحدید تکالیف و مسلوب‌الاختیار نمودن هیأت مدیره اتحادیه‌ها باشد و به عنوان جانشین محذوف‌کننده هیأت مدیره اتحادیه‌ها عمل کند. زیرا بر اساس اصول متعدد قانونی نظام صنفی تکلیف انجام تمامی امور مرتبط با اداره اتحادیه‌ها بر عهده هیأت مدیره‌ها قرار دارد و این امر قانونی را نباید با ایجاد و تأمین مکانیزم‌های دیگر تضعیف و یا ناکارآ نمود. علاوه بر مشکلاتی که در اجرای طرح موجود قابل ذکر است قطع ارتباط عضو با اتحادیه‌ها که فی‌نفسه محلی برای تضارب آراء و بیان مشکلات بوده و در راستای حفظ و حقوق مشروع و قانونی آن عضو تشکیل شده است و باید مأمنی برای حضور مستمر و جلب حمایت‌های ارشادی و هدایتی و نقطه اتصالی فی‌مابین بخش خصوصی و دولت باشد منطقی و عقلانی و قانونی به نظر نمی‌رسد.

دومین مطلب قابل طرح استنباط ناصوابی است که از ماده ۸۶ قانون نظام صنفی در تاسیس و ایجاد اتحادیه کشوری فروشگاه‌های زنجیره‌ای و بزرگ صورت پذیرفته و عملاً مسیر انتخاب شده بر خلاف اهداف مقنن در حرکت است. زیرا به صراحت ماده ۸۶ بین کارکرد فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای تفاوت قائل شده و تعریف هر یک را با تبیین نوع فعالیت و مرجع صالح به صدور



اقدام مشترک در ایجاد وحدت و هم‌گرایی، سازوکارهای خود را می‌طلبند. هم‌اندیشی و تقویت روحیه موّدت با رایزنی و استمرار گفتگوها در مباحث مشترک‌المنافع و گفتمان‌های دوسویه و مطلوب و سازنده شکل می‌گیرد. اهمیت این امر در نهاد زندگی و جامعه بشر از آنچنان مقامی برخوردار است که خداوند متعال در قرآن کریم به شورا و مشورت تکلیف نموده و امرهم شورا بینهم را از مبانی اداره جامعه مقرر فرموده است. سلسله نشست‌های هدفمند رؤسای محترم و معزز اتحادیه‌های صنفی تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک سراسر کشور مطلع آغازین پیروی از دستور الهی در راستای هم‌افزایی و به اشتراک‌گذاری تجارب، دانش‌ها، یافته‌ها و به هنگام نمودن اطلاعات و آمار سازمانی و تشکیلاتی شخصیت‌هایی است که هر یک مدیریت و تمشیت امور تعداد کثیری از بنگاه‌های کوچک و بزرگ اقتصادی را بر عهده دارند. اطلاع از کم و کیف شرایط و مقتضیات اقلیمی و اقتصادی هر حوزه جغرافیایی کشور پهناور ایران و بروزرسانی آمارها و داده‌ها، در جمع عقلایی تشکل‌های صنفی، پایه و مبنای راهبرد، استراتژی و طرح و برنامه توسعه و پیشرفت صنعت نساجی و پوشاک تلقی می‌گردد. این باور و طرز تلقی، قدر مسلم مجموعه را به سوی تدوین و اجرای برنامه‌های توسعه‌ای و راهبردی موثر و کارا رهنمون خواهد ساخت. زمان در گذر است و فرصت‌ها ناپایدار، انگیزه استفاده و بهره‌وری تام و به غایت مفید و تاثیرگذار از گعده‌ها این چنین مغتنم است تا با

پروانه کسب معین نموده است. در حالیکه به تجویز ماده موصوف، تصدی و مدیریت صدور پروانه کسب فروشگاه‌های زنجیره‌ای به اتحادیه‌های مرتبط و در اقل مراتب به اتحادیه‌های همگن سپرده شده است. متأسفانه بنابر برداشت نامبارک از مفهوم ماده ۸۶ و یکسان قلمداد نمودن هر دو فعالیت، آنان را تحت حمایت و لوی اتحادیه کشوری قرار داده‌اند که با منافع صنفی و حقوق مصرف‌کننده در تعارض آشکار است. لذا می‌طلبد تا با تجدیدنظر در موضوع، مسیر ترسیم شده اصلاح گردد.

مطلع سوم عرائض به اقدامات و فعالیت‌های موثر در تنظیم بازار و ایجاد ثبات و جلب اعتماد عمومی اختصاص دارد. خوشبختانه با موافقت وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت، با پیشنهاد تشکیل کارگروه بررسی و پیگیری تأمین مواد اولیه پوشاک در تهران و با اهتمام و مدخلیت این اتحادیه و اتاق اصناف تهران و سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران گام‌های موثری در این مسیر برداشته شد که موجب گردید تا حداقل از افزایش قیمت ۳۰ درصد مواد اولیه جلوگیری شود و علاوه بر آن حدود بالغ بر ۳۰ درصد نیز تعدیل قیمت صورت گیرد و در مجموع با ایجاد ثبات و تعادل و تنظیم در بازار، تأمین نظر مصرف‌کننده نیز حاصل گردد. این اقدامات موجب شد تا وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت در مراسم بزرگداشت روز اصناف در یکم تیرماه سال جاری از تلاش و اقدامات و سیاست‌های کارگروه که موجبات آسایش خاطر نسبی تولیدکننده و توزیع‌کننده و مصرف‌کننده را مهیا کرده است قدردانی داشته باشد. لذا امیدوارم با توسعه و گسترش محدوده فعالیت کارگروه به سراسر کشور بتوانیم در استفاده از موهبت‌ها و مزیت‌های اینگونه اقدامات و تصمیمات، تمامی اعضای خانواده بزرگ پوشاک در سراسر کشور و مصرف‌کنندگان منتفع گردند.

موضوع چهارم تنظیم سند راهبردی پوشاک است که با همکاری و مشارکت اساتید دانشگاه تهران، مشاورین و متخصصین صنفی - حقوقی در کارگروهی تخصصی متشکل از نمایندگان اتاق اصناف ایران، اتاق اصناف تهران، اتحادیه‌های همگن پوشاک، کارشناسان صنعت نساجی و مشاورین حقوقی نوشته شده است و به زودی از آن رونمایی خواهد شد و در دسترس اعضاء محترم قرار خواهد گرفت. امید می‌رود با اجرای آن، فصل نوینی در پویایی - احیاء - تقویت توسعه و پیشرفت این صنعت با محور تقویت تولید داخلی با رویکردی صادرات محور ایجاد شود.

پنجمین موضوع قابل بیان ایجاد شهرک‌های صنفی و صنعتی است که بحمدالله با پیش زمینه ایجاد شده و ارائه طرح توجیهی و آینده‌نگری‌های لازم و مکفی برای پیشبرد اهداف متعالی این صنعت، می‌تواند به عنوان اشتغالی مولد - پایدار - درون‌زا و صادرات محور و ارزش‌آفرین نقش نماید. مقدمات احداث و تأمین و راه‌اندازی و بهره‌برداری از آنها انجام شده است که انشاءالله در آینده‌های نه چندان دور به ثمر خواهد نشست تا از دستاوردهای آن کلیه آحاد جامعه بهره‌مند گردند.

ششمین موضوع قابل ذکر فراهم نمودن زمینه همکاری مشترک آموزشی-پژوهشی و استانداردسازی امور فنی مرتبط با صنعت پوشاک است که با انعقاد تفاهم‌نامه همکاری دو جانبه با پژوهشکده استاندارد مبنایی برای مدیریت کنترل کیفیت و بازرسی آموزش و استانداردسازی محصولات فراهم و زمینه‌های همکاری چند جانبه در خصوص موارد یازده‌گانه مهیا شده است. به امید یاری حق تعالی و به پشتوانه همت والای شما سروران گرامی.

ابوالقاسم آقاحسین شیرازی

رئیس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران

## تقویت همبستگی و اقتدار صنوف پوشاک ایران



و در حال توسعه توسط واحدهای صنفی اتفاق می‌افتد. به شهادت تاریخ، هر زمان که اتحاد و هماهنگی میان اصناف و تشکل‌های صنفی بیشتر و پُررنگ‌تر شده، صنف و صنعت نیز رونق قابل مشاهده و محسوسی را شاهد بوده و به تبع آن رشد همه جانبه اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و رفاه عمومی صورت پذیرفته است و این امر موجب سربلندی و بالندگی کشور در عرصه ملی و بین‌المللی شده است.

همایش‌ها و نشست‌های هم‌اندیشی رؤسای اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور نیز با هدف هم‌فکری، هماهنگی، هم‌افزایی و افزایش اتحاد و توسعه جمعی همسو با برنامه‌های ملی و بین‌المللی در کشور با پیشنهاد و برنامه‌ریزی اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران و راهبری اتاق اصناف ایران بنا نهاده شد.

در همین راستا تاکنون به دعوت اتحادیه صنف پوشاک تهران، سه نشست مشترک میان رؤسای اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور برگزار شده و هر کدام از این نشست‌ها نیز دستاوردهای بسیار مهم و ثمربخشی در پی داشته است.

**به شهادت تاریخ، هر زمان که اتحاد و هماهنگی میان اصناف و تشکل‌های صنفی بیشتر و پُررنگ‌تر شده، صنف و صنعت نیز رونق قابل مشاهده و محسوسی را شاهد بوده.**

بدون تردید نقش اصناف در راه‌اندازی موتور محرک اقتصاد کشورها بسیار بنیادی و حائز اهمیت است و از دیرباز اساساً صنوف و بنگاه‌های مختلف صنفی بنیان‌گذاران و پیش‌قراولان تولید، ارائه خدمات، تأمین نیاز جوامع و اشتغال‌زایی در اعصار گوناگون بوده‌اند.

حضور انسان در موقعیت‌های مختلف و متعدد با شرایط جوی، محیطی و اجتماعی بسیار گوناگون، نیاز جامعه بشری را به استفاده از پوشاک هر روز پُررنگ‌تر از قبل کرده و همین امر نیز به‌عنوان اصلی‌ترین محور پایه‌گذاری و شکل‌گیری بنگاه‌های متعدد طراحی، تولید، توزیع و ارائه خدمات مرتبط با پوشاک به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین نیازهای جامعه بشری پس از خوراک و مسکن طی سالیان متمادی به حساب می‌آید.

فعالیت، حرکت، پویایی و هماهنگی بنگاه‌های صنفی برای ارائه خدمات و تأمین نیاز مردم به‌عنوان دغدغه اصلی دولت‌ها و حکومت‌ها از یک سو و نیاز به اتحاد، هم‌افزایی و تجمیع ظرفیت‌ها برای افزایش توانمندی اصناف از سوی دیگر نیاز به ایجاد و توسعه تشکل‌های صنفی را هر روز بیشتر از قبل جلوه‌گر می‌کند.

ایران و جامعه ایرانی نیز به‌عنوان یکی از خاستگاه‌های اصلی پارچه و پوشاک در جهان از سالیان بسیار دور به‌عنوان مختلف در این عرصه فعالیت کرده و طی اعصار مختلف به‌عنوان پیشتاز این صنف و صنعت، آوازه و شهرت جهانی داشته است. به دلیل گستردگی، تخصص و توانمندی بنگاه‌های مختلف صنفی در ایران بیشترین میزان تولید، توزیع و ارائه خدمات در ایران نیز مانند بسیاری از کشورهای پیشرو، توسعه‌یافته

# اتحاد برای تقویت شکل صنفی توانمند، خواسته مشخص اتحادیه‌های پوشاک

## سراسر کشور

بیش از ۸۵ درصد تولید پوشاک و نزدیک به ۹۵ درصد فروش آن توسط بخش صنفی در کشور انجام می‌شود.

خیرمقدم به میهمانان به بحث، گفتگو و تبادل نظر با میهمانان پرداخت و از اقدامات اتحادیه پوشاک تهران به ویژه برنامه‌ریزی و برگزاری این نشست تقدیر و تشکر ویژه به عمل آورد.

در پایان نشست از طرف ریاست و هیأت مدیره اتحادیه پوشاک تهران با اهدای لوح یادبود از رؤسای اتحادیه‌های پوشاک کشور تقدیر به عمل آمد. طی سال ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ با پیگیری‌های اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران برای دستیابی به اهداف و برنامه‌های عنوان شده در نشست مذکور برنامه‌ریزی‌ها، اقدامات و پیگیری‌های بسیاری صورت پذیرفت تا صنف پوشاک همبستگی، همسویی و اقتدار خود را حفظ و توسعه دهد. در همین راستا با توجه به تغییرات قوانین و مقررات ورود برندهای خارجی و واردات کالا، اتحادیه پوشاک تهران به نمایندگی از اتحادیه‌های سراسر کشور با وزارت صنعت، معدن و تجارت در خصوص مصوبات و مقررات اثربخش و مفید فایده برای تولید داخلی طرح‌ها و برنامه‌های پیشنهادی خود جهت جذب سفارش تولید داخلی برندهای خارجی توسط تولیدکنندگان ایرانی را به نهادها و سازمان‌های مرتبط ارائه نمود و جلسات متعددی در این راستا با کمیسیون‌های تخصصی مجلس شورای اسلامی و وزارت صنعت، معدن و تجارت برگزار شد تا در نهایت توفیقات و دستاوردهای مثبت برای فعالین صنف و صنعت پوشاک حاصل شود.

از جمله اقدامات پس از نشست هم‌اندیشی سال ۱۳۹۵ می‌توان به پیگیری‌های مجدانه برای تسهیل و تخفیف در امور مالیاتی فعالین و اعضای صنف پوشاک کشور، گردآوری و ارائه پژوهش تخصصی مرتبط با شرایط و توانمندی صنعت نساجی و پوشاک ایران برای انتشار در سطح بین‌المللی در بزرگترین پایگاه اطلاعاتی صنعت نساجی اروپا، انعقاد تفاهم‌نامه با مرکز پژوهش ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز در راستای مبارزه با قاچاق کالا و تدوین برنامه راهبردی توسعه صنعت مد و پوشاک کشور، شرکت در جلسات سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری وزارت صنعت، معدن و تجارت، امضاء تفاهم‌نامه با مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران و ... نام برد.

در نشستی که در دی ماه ۱۳۹۵ به میزبانی اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران در هتل بین‌المللی فردوسی برگزار شد، بیش از ۴۰ نفر از رؤسا و اعضای هیأت مدیره اتحادیه‌های صنفی پوشاک کشور و رؤسای اتحادیه‌های صنوف همگن مانند اتحادیه تولیدکنندگان کفش ماشینی و اتحادیه فروشندگان چرم طبیعی و مصنوعی تهران حضور بهم رساندند که در طی این نشست ابوالقاسم شیرازی ریاست اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران با تأکید بر اهمیت اتحاد و همبستگی اتحادیه‌های صنفی سراسر کشور و صنوف همگن، مراتب تقدیر و تشکر خود را از حضور گرم و صمیمی میهمانان همایش به ویژه رؤسای اتحادیه‌های پوشاک کشور اعلام و برنامه‌های توسعه محور این اتحادیه را برای توسعه جمعی اعضاء و فعالین صنف پوشاک کشور ارائه نمود.

ریاست و اعضای هیأت مدیره اتحادیه پوشاک تهران با اشاره به اهمیت هماهنگی و همسویی تمامی رؤسا و هیأت مدیره‌های اتحادیه‌های پوشاک کشور از دستاوردهای داخلی و بین‌المللی این اتحادیه رونمایی کردند و در این نشست از تأسیس مرکز پژوهش‌های راهبردی اتحادیه پوشاک تهران به عنوان تنها مرکز پژوهش راهبردی در میان تمامی اتحادیه‌های صنفی در کشور اظهار خرسندی نمودند.

در این نشست به عضویت اتحادیه پوشاک تهران به‌عنوان عضو رسمی فدراسیون جهانی پوشاک **International Apparel Federation (IAF)**، انعقاد تفاهم‌نامه با سیستم مد ایتالیا **(SMI)** و اتحادیه‌ها و تشکل‌های اصلی نساجی و پوشاک هندوستان **(AEPC)**، **(CMAI)**، فدراسیون پوشاک زنانه پاریس، دانشگاه مارانگونی ایتالیا، دانشگاه **IFM** فرانسه و انجمن مد آلمان اشاره شد که از توفیقات بین‌المللی بی‌بدیل صنف و صنعت پوشاک کشور برای اتصال و ارتباط سازمانی هدفمند و اثربخش به چرخه اقتصادی و صنعتی پوشاک جهان برای رشد و توسعه توان تولید و تجارت صنف و صنعت پوشاک ایران به حساب می‌آید.

همچنین بر لزوم ایجاد یک تشکل سراسری ملی میان تمامی اتحادیه‌های صنفی و تشکل‌های مرتبط تأکید شد و تمامی رؤسای اتحادیه‌های پوشاک کشور پس از تقدیر از برنامه‌ها و اقدامات ریاست و هیأت مدیره اتحادیه پوشاک تهران به بیان مشکلات، معضلات و مسائل پیرامون صنف پوشاک پرداختند و ضمن تأکید بر افزایش هماهنگی و همبستگی برای پیشبرد صنف و صنعت، بر راهبری این صنف توسط اتحادیه پوشاک تهران اجماع نظر داشتند.

طی این نشست ریاست محترم اتاق اصناف ایران به‌عنوان یکی از میهمانان ویژه در جمع میهمانان حاضر شدند و پس از ایراد سخنرانی و

## حمایت از تولید داخلی، پوشاک ایرانی – پوشاک جهانی



برای سومین نشست هم‌اندیشی رؤسای اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور برنامه‌ریزی ویژه‌تری رقم خورد. این بار در اردیبهشت ماه ۱۳۹۶ در سالن اجتماعات اتاق اصناف ایران بیش از ۶۰ نفر از رؤسا و اعضای هیأت مدیره اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور به میزبانی اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران گرد هم آمدند تا با محوریت شعار حمایت از تولید داخلی و پوشاک ایرانی - در جایگاه جهانی، که توسط دبیر این نشست اعلام شد، هماهنگی و هم‌سویی خود را با برنامه‌های کلان اقتصاد مقاومتی بیش از پیش تقویت کنند.

مسائلی همچون اجرای عدالت مالیاتی، تأمین مواد اولیه، بهبود فضای کسب‌وکار، تثبیت اوضاع اقتصادی، مشکلات مرتبط با عوارض شهرداری، ساماندهی رفتارهای حرفه‌ای و تکریم فعالین بنگاه‌های تولیدی و توزیعی در حضور میهمانان و کارشناسان سطوح بالای حاکمیتی، قانون‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرایی مطرح و مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت.

در سومین نشست هم‌اندیشی رؤسای اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور، میهمانان ویژه‌ای به سخنرانی و گفتگو با حاضرین در نشست پرداختند که از آن جمله می‌توان ریاست اتاق اصناف ایران، رئیس مرکز اصناف و امور بازرگانان ایران، رئیس کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی، رئیس فراکسیون نظارت بر برنامه‌های توسعه کشور در مجلس شورای اسلامی، مشاور وزارت صنعت، معدن و تجارت در امور صنایع نساجی و معاونت اداره نظارت بر اماکن عمومی را نام برد.

در این نشست ریاست و هیأت مدیره اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران پس از تقدیر و تشکر از قبول دعوت و حضور پُررنگ رؤسای اتحادیه‌های سراسر کشور و جمعی از فعالین برجسته صنف پوشاک در این نشست به بیان دیدگاه‌ها و مسایل پیش روی صنف و صنعت پوشاک پرداختند و دستاوردهای این اتحادیه را به عنوان نماینده دیگر اتحادیه‌های صنف پوشاک کشور در اتاق اصناف ایران برشمردند.

برنامه‌ریزی اجرایی سومین نشست به گونه‌ای بود که برای تمامی رؤسای اتحادیه‌ها پنل ویژه گفتگو و سخنرانی در نظر گرفته شده بود تا به صورت تخصصی و ویژه به بیان دیدگاه‌ها، مشکلات و راه‌کارهای خود برای رفع موانع و توسعه همه جانبه در راستای منافع ملی بپردازند.

نقطه عطف سومین نشست هم‌اندیشی رؤسای اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور، اعلام و امضاء بیانیه مشترک از سوی تمامی رؤسای اتحادیه‌های حاضر در نشست بود که همگی به صورت جمعی بر مفاد این بیانیه که در قالب ۸ بند گنجانده شده بود اجماع نظر داشتند و بر اهتمام برای اقدام عملیاتی و اجرای تمامی بندهای این بیانیه مشترک تأکید اکید ورزیدند. در خلال این نشست در حضور میهمانان تفاهم‌نامه‌ای با دانشگاه الزهراء(س) در خصوص همکاری‌های علمی و آموزشی در جهت اجرای الگوی مارپیچ چهارجانبه همکاری میان صنف، دولت، دانشگاه و جامعه امضاء شد که جلوه‌گر برنامه‌ریزی برای اقدامات عملی اتحادیه پوشاک در

راستای توسعه و پیشرفت در چهارچوب اقتصاد مقاومتی بود.

طی مراسم ویژه‌ای از فعالین برجسته صنف پوشاک که در راستای پیروی از بیانات مقام معظم رهبری، اقدام به فروش کالای ایرانی در واحدهای فروشگاه‌های کرده بودند با اعطای لوح، نشان و تندیس ویژه "با افتخار، ساخت ایران" تقدیر به عمل آمد و مقرر شد این نشان به بیش از ۱۰۰ فروشگاه در سطح شهر تهران اعطاء شود.

با توجه به این مهم که بیش از ۸۵ درصد تولید پوشاک و نزدیک به ۹۵ درصد فروش آن توسط بخش صنفی در کشور انجام می‌شود و همچنین بررسی تمامی برنامه‌ها و اقدامات انجام شده تاکنون و شرایط بسیار حساس حال حاضر صنف پوشاک و فعالین این صنف و صنعت، قدرت و سطح تاثیرگذاری بخش صنفی در اقتصاد، تولید و اشتغال درون کشور، بی‌رقیب و مثال‌زدنی است و حفظ و ارتقاء این قدرت و توانمندی بدون همبستگی و هماهنگی در برنامه‌ها و اقدامات در راستای منافع ملی انجام نخواهد شد و یا بسیار دشوار و طاقت‌فرسا است.

اما همبستگی، اقتدار و توسعه بخش صنفی نیازمند ابزار و برنامه‌ای هدفمند و اثرگذار است تا با افزایش اتحاد، هماهنگی اجرایی و مشارکت همه جانبه در برنامه‌ریزی‌ها، رشد و تقویت اقتدار اتحادیه‌ها و بدنه صنفی میسر شود.

بی‌شک مهمترین ابزار برای افزایش همبستگی و اقتدار اتحادیه‌های صنفی و اعضای اتحادیه‌ها در صنف پوشاک، تشکیل و ایجاد یک تشکل جامع و قدرتمند با حضور تمامی اتحادیه‌های سراسر کشور در اقصی نقاط میهن اسلامی است. تشکلی که محملی باشد تا تمامی رؤسای اتحادیه‌های پوشاک کشور در آن گرد هم آیند و مسائل، مشکلات، چالش‌ها، کاستی‌ها و موانع را با خرد جمعی، مشورت و تجمیع آراء مورد بحث و حل و فصل قرار دهند.

با توجه به میزان قابل توجه نقش‌آفرینی اعضای صنف پوشاک در رشد اقتصادی، توسعه کارآفرینی و افزایش ارزش‌آفرینی با رونق تولید باکیفیت، بدون شک یکی از اصلی‌ترین و تعیین‌کننده‌ترین بخش‌های برنامه‌ریزی و توسعه پایدار کشور، اتحادیه‌های صنفی هستند که امید می‌رود با اتحاد، همبستگی و مشورت فعالانه در پیشبرد برنامه‌های کلان کشور و تأمین منافع ملی همچون گذشته موجب مباحثات و سربلندی ایران اسلامی شوند.

## تحقق تضارب آراء در سالی که گذشت

برآیند و خروجی سومین نشست هم‌اندیشی رؤسای اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور که با هدف حمایت از تولید داخلی و با شعار پوشاک ایرانی و پوشاک جهانی مقارن با اعیاد شعبانیه سال ۹۷ در تهران و به میزبانی اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان تهران برگزار گردید در بردارنده اهداف و مقاصد مهمی بود. شاخص‌هایی که در این جمع و در بیانیه پایانی مورد توجه قرار گرفت عبارت بودند از:

**الف: اقدام موثر در جلوگیری از قاچاق.** بحمدالله با تلاش‌ها و سیاست‌گذاری‌هایی که با همکاری مراجع مسئول به مورد اجرا گذارده شد، برندهای خارجی ساماندهی شدند و با کنترل سطح عرضه بخش قابل توجهی از حجم قاچاق کاسته شده است.

**ب: لزوم برگزاری نمایشگاه‌های نظامند و تخصصی.** با پیگیری‌ها و تلاش‌های صورت گرفته و رایزنی‌های مستمر با مبادی ذیربط قرار بر آن شد تا نمایشگاه بین‌المللی پوشاک در تاریخ ۱۱ تا ۱۴ آذرماه هر سال برگزار گردد.

**ج: تلاش در جهت حذف هزینه‌های سربار تولید و تقویت بسترهای بازار رقابتی.** در این راستا هماهنگی‌ها و مکاتبات فنی با کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی و وزارت اقتصاد و امور دارایی و اتاق اصناف در خصوص اصلاح و تعدیل قانون مالیات‌های مستقیم و قانون مالیات بر ارزش افزوده انجام یافته است که ثمرات آن در لوایح و طرح‌های در حال بررسی نمایان خواهد شد.

**د: حمایت‌های عملی در تقویت تولید و تنظیم بازار.** خوشبختانه با پیشنهاد تشکیل کارگروه بررسی و پیگیری تأمین مواد اولیه پوشاک که به تأیید مقام عالی وزارت صنعت، معدن و تجارت رسید، این شکل با محوریت اتاق اصناف و اتحادیه پوشاک تهران و همکاری تنگاتنگ ریاست محترم سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران شکل گرفت. این کارگروه اقدامات و تصمیمات بسزایی در تأمین نسبی مواد اولیه تولیدکنندگان اتخاذ نموده که منجر به کاهش ۳۰ درصدی قیمت‌ها و جلوگیری از افزایش نرخ مواد اولیه و محصولات شد. از سوی دیگر کارگروه بررسی و پیگیری تأمین مواد اولیه پوشاک توانسته رضایتمندی قابل قبولی را در سطح تأمین، تولید و توزیع کسب نماید، به طوری که شرایط بازار پوشاک به نسبت سایر کالاها و مایحتاج در حد قابل قبولی تنظیم و تعادل یافت.

اطمینان دارد اجرا و تثبیت امور در گرو همکاری و هماهنگی و تشریک مساعی همگانی بوده و توفیقات حاصله مرهون تلاش و اهتمام تمامی رؤسا و اعضاء هیأت‌مدیره و بازرسان اتحادیه‌های همسو می‌باشد. لذا به نوبه خود لازم می‌دانیم تا از همکاری، همدلی و همراهی تمامی عزیزان ارجمند سپاسگزاری ویژه داشته باشیم.





به همت اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران روی داد

## پیوند صنف و دانشگاه در راستای تحقق الگوی ماریچ چهارجانبه

تولیدی بالایی برخوردار باشد و این پشتوانه تولیدی نیازمند صنایعی کارآمد و پیشرفته است، صنایعی که موجب باروری اقتصادی آن جامعه می‌شوند. در این میان آنچه مسلم است یکی از راه‌های توسعه صنف و صنعت پوشاک ایران، ارتباط مستمر و محکم دو نهاد دانشگاه و صنعت یا صنف با توجه به نیازهای جامعه است.

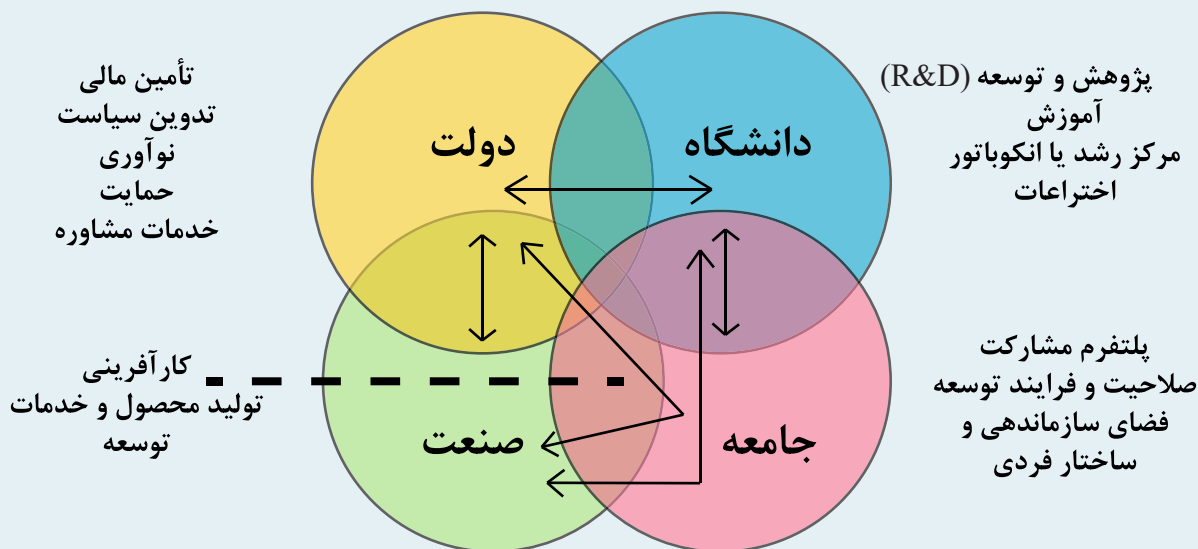
سال گذشته اتحادیه صنف پوشاک تهران به منظور تحقق ارتباط بیشتر صنف و دانشگاه و در راستای بیانیه پایانی "سومین نشست هم‌اندیشی رؤسای اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور" که حمایت نخبگان، دانشگاهیان و مراکز علمی را به عنوان یکی از راه‌های توسعه ملی مدنظر قرار داده، با دانشگاه‌ها و مراکز علمی متعدد همکاری داشته است.

پیوند دانشگاه با بخش خصوصی (صنف) که نقش کلیدی و استراتژیکی در توسعه ملی دارند، بسیار حائز اهمیت است؛ اما آنچه بیش از ارتباط دو نهاد مذکور اهمیت دارد، هم‌افزایی آنها است. این مهم حاصل نمی‌شود مگر با توجه به فلسفه وجودی و کارکرد اصلی آنها که همانا برطرف نمودن نیازهای جامعه است. از اینرو در تحقیقات و تجربیات جوامع بین‌المللی، رویکرد نوین و مهم ارتباط صنعت و دانشگاه را در تحقق الگوی ماریچ چهارجانبه می‌دانند.

در این الگو چهار رکن اصلی صنعت، دانشگاه، دولت و جامعه به عنوان کنش‌گر اصلی و رکن اساسی مطرح می‌شوند. جامعه بستری تأمین‌کننده و تقاضادهنده برای دانشگاه و صنعت است. بدین ترتیب که نیروی انسانی، منابع و زیرساخت‌های ارتباطی را ایجاد می‌کند و هم نیازمند خروجی صنعت و دانشگاه در قالب خدمات و محصولات و ارتقای کیفیت زندگی است. جامعه ایران به عنوان جامعه‌ای در حال توسعه، نیازمند رشد و توسعه‌ای متوازن و هماهنگ است تا در سایه آن بتواند زندگی بهتر، توأم با رفاه و آرامش بیشتر برای اعضای خود فراهم آورد. تجربه جهانی ثابت کرده است که اگر کشوری بخواهد به رفاه و امنیت برسد، باید از پشتوانه



در نمودار زیر، نقش و ارتباط هر کدام از بخش‌های الگوی ماریپیچ چهارجانبه مشخص شده و نشان می‌دهد که سازمان‌های غیردولتی نقش مهمی در ارتقاء کارآفرینی و نوآوری ایفا می‌کنند.



رویداد استارت آپی پدیدآوری و توسعه کسب‌وکار مُد و پوشاک و تشکیل انجمن دانشجویی تخصصی در زمینه مُد و پوشاک را در دستور کار خود قرار دادند.

همچنین به دلیل اهمیت توسعه پایدار در صنعت و پوشاک ایران، مرکز پژوهش‌های راهبردی اتحادیه پوشاک تهران همکاری‌های گسترده‌ای در نخستین همایش بین‌المللی طراحی و تولید منسوجات و پوشاک با رویکرد توسعه پایدار داشته است. پیرو این همکاری‌ها، سه نشست آموزشی با عنوان "کارگاه آموزشی عناوین شغلی و فرصت‌های کارآفرینی صنعت و پوشاک"، "خوشه‌های اقتصاد صنعتی و توسعه پایدار"، "کارگاه آموزشی توسعه کاربردی محصولات مُد و پوشاک" از سوی مرکز پژوهش اتحادیه صنعت پوشاک تهران در دانشگاه الزهرا برای اساتید و دانشجویان برگزار گردید. پذیرش و ارائه دو مقاله علمی تخصصی در حیطه پایداری و توسعه پایدار با عناوین "مدل بومی پایداری و توسعه پایدار صنعت و پوشاک ایران" و "شیوه عمل‌گرایی برندهای استلا مک‌کارتنی و اچ‌اند ام به شعارهای پایداری و میزان تاثیر آن در افزایش ارزش برند و پیشنهاد روش اجرایی توسعه پایدار برای برندهای مُد و پوشاک ایران" از دیگر فعالیت‌ها در همایش بین‌المللی توسعه پایدار بوده است.

از دیگر اقدامات توسعه ارتباط صنعت و دانشگاه، انعقاد تفاهم‌نامه همکاری‌های مشترک فی‌مابین اتحادیه صنعت پوشاک تهران و دانشگاه آزاد اسلامی واحد پرند و رباط کریم با هدف تقویت و توسعه همکاری‌های دو جانبه و استفاده از دانش روز در اجرای طرح‌های پژوهشی، کاربردی، مشاوره‌ای و آموزشی بوده است.

از اینرو سال گذشته اتحادیه صنعت پوشاک تهران به منظور تحقق ارتباط بیشتر صنعت و دانشگاه و در راستای بیانیه پایانی "سومین نشست هم‌اندیشی رؤسای اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور" که حمایت نخبگان، دانشجویان و مراکز علمی را به عنوان یکی از راه‌های توسعه ملی مدنظر قرار داده، با دانشگاه‌ها و مراکز علمی متعدد همکاری داشته است.

در روند سومین نشست هم‌اندیشی رؤسای اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور به منظور گسترش و توسعه و تکمیل خوشه پوشاک و مُد، تفاهم‌نامه همکاری فی‌مابین دکتر مهناز ملانظری به نمایندگی از دانشگاه الزهرا(س) و آقای ابوالقاسم آقاحسین شیرازی به نمایندگی از اتحادیه صنعت تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران جهت دستیابی به اهداف توسعه و گسترش همکاری بین صنعت و دانشگاه در راستای توانمندسازی و رقابتی‌سازی خوشه پوشاک و مُد تهران، اجرای دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی کوتاه‌مدت و بلندمدت مورد نیاز در خصوص طراحی، تولید و توزیع پوشاک، ارائه خدمات مشاوره‌ای، فنی، مالی، مدیریتی، مطالعاتی، حرفه‌ای و نوآوری به تولیدکنندگان و دست‌اندرکاران پوشاک، ایجاد واحدهای نوآور و انکوباتورهای مُد، انجام تحقیقات و مطالعات اقتصادی بازار پوشاک، برگزاری هفته پوشاک و مد ایرانی-اسلامی، همایش‌ها و نمایشگاه‌های فصلی منعقد شد.

پیرو این تفاهم‌نامه و توسعه همکاری‌های مشترک، اتحادیه صنعت پوشاک تهران و دانشگاه الزهرا(س)، نشست‌های متعددی با ریاست و اساتید دانشگاه در خصوص سازوکار تشکیل انجمن علمی پوشاک ایران در محل مرکز پژوهش‌ها، تأسیس دانشکده تخصصی در حوزه مد و پوشاک در دانشگاه مذکور، برگزاری دوره‌های کاربردی کوتاه‌مدت و کاربردی، اجرای

# آموزش‌های تخصصی راهی برای توسعه کسب و کار صنوف پوشاک



به دلیل اینکه تمامی موارد آموزشی را در کتابی با عنوان "آموزش ایجاد و فعالیت بنگاه‌های صنفی پوشاک" تدوین کرده است، این کلاس‌ها را در یک دوره دو ساعته برگزار می‌کند. تدوین کلیه مطالب در قالب کتاب سبب می‌شود تا اعضاء هر زمان که مسئله‌ای برایشان ایجاد شد به کتاب رجوع کرده و آشنایی دقیق‌تری با قوانین به دست آورند.

سرفصل‌های آموزشی در کتاب مذکور و کلاس آموزشی اتحادیه شامل آشنایی افراد با قانون نظام صنفی، آشنایی با فرایند تاسیس، فعالیت و نظارت بر واحدهای صنفی در ایران، آشنایی با مباحث مالیات، بیمه و عوارض مختلف اصناف، اماکن، مروری با قوانین و مقررات شهرداری و نظام تجاری شهرها، قوانین و دستورالعمل‌های بهداشتی در ایجاد و فعالیت واحد صنفی، آشنایی با تجارت الکترونیکی و تکنیک‌های مشتری‌مداری در اصناف می‌شود.

بر اساس آمار به دست آمده از کلاس‌های آموزشی مذکور در اتحادیه، بیش از ۹۰ درصد شرکت‌کنندگان رضایت کافی را دارند و عموم افراد شرکت‌کننده، آموزش‌ها را راه‌گشایی برای کسب‌وکار خود می‌دانند زیرا در صورت عدم دانش، مشکلات مختلفی برای آنها ایجاد می‌شود. هدف از کلاس‌های آموزشی، آشنایی افراد با قوانین متناسب کسب‌وکارشان و ایجاد احساس نیاز در کسب دانش‌های مختلف و متناسب با حوزه‌شان است.

پیشنهاد می‌شود اعضاء صنف پوشاک، دانش و مهارت خود را در زمینه تولید و فروش حرفه‌ای پوشاک تقویت کنند که مطمئناً اخذ آموزش‌های مناسب راهی برای توسعه و شکوفایی کسب‌وکار پوشاک در دوران رکود اقتصادی است.

صنف و صنعت مُد به سرعت در حال تغییر است و هر محصول جدیدی که تولید می‌شود علاوه بر رعایت استانداردهای لازم، می‌بایست با سلیقه مشتریان و آخرین روندها (ترندها) مطابقت داشته باشد. از اینرو کسب دانش روز این حوزه یکی از الزامات توسعه و رونق کسب‌وکار است. اعضاء صنوف پوشاک اعم از تولیدکنندگان و فروشندگان بهتر است سطح اطلاعات خود را نسبت به دانش روز دنیا در این حوزه بالا برده و از تخصص‌های گوناگون برای رونق کسب و کار خود بهره‌مند شوند.

در چند سال اخیر اتاق اصناف ایران در راستای توسعه دانش، افرادی که متقاضی دریافت جواز کسب هستند، موظف به شرکت در کلاس‌های آموزشی کرده است و افراد متقاضی پس از گذراندن کلاس‌های آموزشی می‌توانند جواز صنفی خود را دریافت کنند. این کلاس‌های آموزشی در محل اتاق اصناف هر شهر دایر می‌شود اما اتحادیه صنف پوشاک تهران تنها اتحادیه پوشاک در کل کشور است که مسئولیت آموزش افراد قبل از صدور جواز کسب را به عهده گرفته است تا بتواند آموزش‌های دقیق‌تر و مناسب‌تری هم‌راستا با فضای فعلی پوشاک کشور در اختیار افراد قرار دهد.

به گفته مسئول آموزش اتحادیه، اینگونه آموزش‌ها بسیار کارآمد و راه‌گشاست و بر اساس تجربه‌ای که از برگزاری کلاس‌ها به دست آمده عموم افراد درک مناسبی از قوانین و مقررات کسب و کار ندارند که این آموزش‌ها می‌تواند از مسائل و مشکلاتی که ممکن است در آینده برای آنها به وجود آید، جلوگیری کند

میزان دوره‌های آموزشی مصوب از جانب اتاق اصناف بیست ساعت یعنی سه کلاس شش ساعته تعیین شده است. اما اتحادیه صنف پوشاک تهران

# مختصری بر فعالیت کمیسیون‌های پنجگانه اتحادیه پوشاک تهران

## کمیسیون بررسی و رسیدگی به صلاحیت فنی

هماهنگی برای برگزاری آزمون صلاحیت فنی از متقاضیان پروانه کسب با محور سازمان‌های ذیربط جهت مشاغل فنی، تعیین نرخ و کیفیت کالاهای تولیدی، بررسی کالاهای مورد حراج و یا فروش فوق‌العاده و یا ارائه نظریات کارشناسی مورد درخواست ارگان‌ها، مقامات و تعزیرات حکومتی از وظایف کمیسیون بررسی و رسیدگی به صلاحیت فنی می‌باشد.

## کمیسیون آموزش

نیازسنجی، برنامه‌ریزی و هماهنگی برگزاری دوره‌های آموزشی مورد نیاز را انجام می‌دهد. در خصوص برگزاری دوره‌های آموزشی نظام صنفی که از جمله مدارک لازم برای صدور پروانه و تمدید آن و کارت مباشرت می‌باشد؛ اتحادیه پوشاک تهران رأساً با به‌کارگیری مدرسین خبره و آشنا به مسائل اقدام نموده است که در پایان دوره گواهی نامه مربوطه نیز صادر می‌گردد.

## کمیسیون بازرسی

این کمیسیون امر بازرسی و نظارت بر فعالیتهای صنفی متقاضیان پروانه کسب، دارندگان پروانه کسب و اعمال نظارت‌های روزمره با به‌کارگیری ۳۰ تیم سه نفره بازرسی را به صورت مستمر بر عهده دارد.

اتحادیه صنف پوشاک تهران تنها اتحادیه پوشاک در کل کشور است که مسئولیت آموزش افراد قبل از صدور جواز کسب را به عهده گرفته است تا بتواند آموزش‌های دقیق‌تر و مناسب‌تری هم‌راستا با فضای فعلی پوشاک کشور در اختیار افراد قرار دهد.

مطابق تبصره ۲ بند ط ماده ۳۰ قانون نظام صنفی علی‌القاعده هر اتحادیه‌ای می‌بایست کمیسیون‌های ذیل را تشکیل دهد:

- کمیسیون رسیدگی به شکایات
- کمیسیون حل اختلاف
- کمیسیون بازرسی
- کمیسیون فنی
- کمیسیون آموزش

البته چنانچه اتحادیه‌ای در مضیقه مالی باشد، می‌تواند با ادغام کمیسیون‌ها تنها به ۳ کمیسیون اکتفا نماید که این کمیسیون‌ها شامل کمیسیون بازرسی، کمیسیون رسیدگی به شکایات و حل اختلاف و کمیسیون فنی و آموزش می‌شود.

به دلیل وسعت کار، حجم و شیوه فعالیت‌ها در این اتحادیه کمیسیون‌های پنجگانه هر هفته به صورت مرتب جلساتی را برگزار می‌کنند تا به وظایف و تکالیف قانونی خود بر طبق آیین‌نامه‌اجرایی اقدام نمایند.

## کمیسیون رسیدگی به شکایات

این کمیسیون وظیفه رسیدگی به شکایات خریداران، مصرف‌کنندگان، گزارش بازرسان و ناظران موضوع ماده ۵۲ قانون نظام صنفی را بر عهده دارد. مطابق ماده ۷۲ قانون، کمیسیون رسیدگی به شکایات پس از رسیدگی به موارد ارجاعی به اتحادیه یا به صورت صلح و سازش، یا گذشت طرفین، یا ارجاع تخلف به واحد بازرسی و نظارت، یا پاسخ نظریه کارشناسی به شعب تعزیرات حکومتی با توجه به نوع پرونده‌ها و شکایات اقدام می‌نماید.

## کمیسیون حل اختلاف

این کمیسیون وظیفه رسیدگی به اختلافات صنفی بین اعضاء را با هدف برقراری صلح و سازش بر عهده دارد. چنانچه اختلافی بین دو عضو و یا شرکاء واحد صنفی بروز نماید، کمیسیون حل اختلاف اقدام به دعوت طرفین و رسیدگی و حل و فصل موضوع می‌کند.

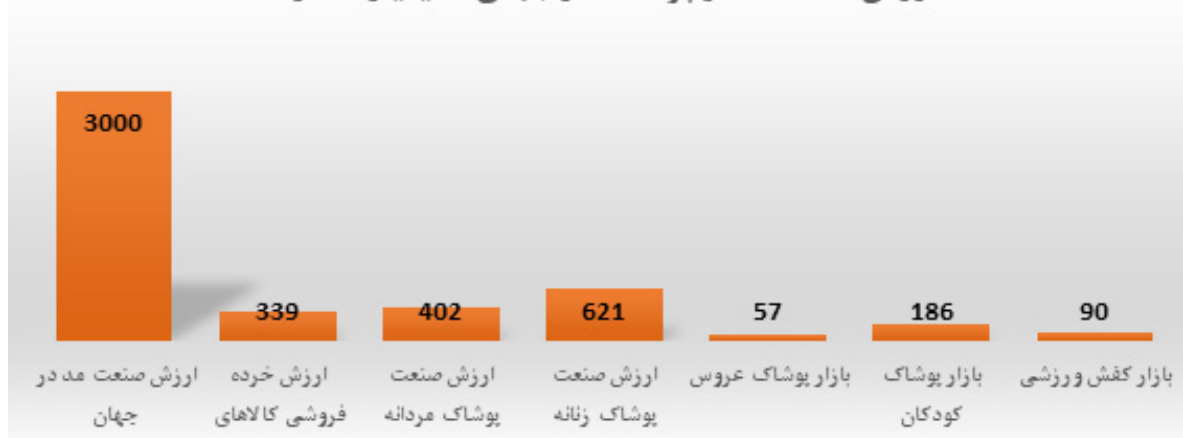
## تهدید یا فرصت؟

به عنوان پیش‌قراول توسعه اقتصادی و صنعتی در بسیاری از کشورهای پیشرو و توسعه‌یافته نقش‌آفرینی کرده و پوشاک بیشترین سهم از تولید و سودآوری را در کل زنجیره ارزش صنعت مد دارد. ارزش صنعت مد در جهان ۳,۰۰۰ میلیارد دلار (۳ تریلیون دلار)، ۲ درصد از تولید ناخالص داخلی در جهان است.

اجرای برنامه‌های کلان توسعه پایدار در حوزه اقتصادی، صنعتی هر کشور نیازمند زیرساخت‌ها و شالوده‌هایی است که برنامه‌ها، اقدامات و مأموریت‌ها بر آنها بنا می‌شوند و فراهم‌سازی زیرساخت‌های مورد نیاز هر بخش در صنعت و اقتصاد، نقطه آغاز عملیات اجرایی برنامه‌های راهبردی کلان و توسعه محور است.

نقش صنایع نساجی و پوشاک در توسعه پایدار موضوعی است که بارها در مورد آن سخن به میان آمده و به جرأت می‌توان گفت صنعت پوشاک

ارزش صنعت مد و پوشاک در جهان (میلیارد دلار)



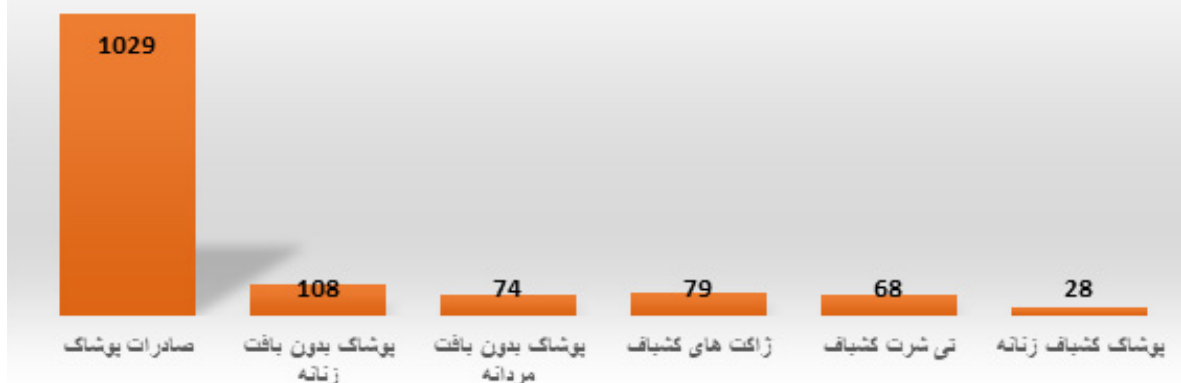
پژوهش‌ها حاکی از آن است که بدون برنامه‌ریزی راهبردی کلان و بدون حمایت و نقش‌آفرینی دقیق و اصولی دولت‌ها هیچ‌کدام از این موفقیت‌ها و دستاوردها میسر نخواهد شد. علاوه بر آن هیچ یک از کشورهایی که امروز به‌عنوان تولیدکننده و صادرکننده برتر در صنعت پوشاک در جهان نقش‌آفرینی می‌کنند بدون اتحاد و هماهنگی بنگاه‌های کوچک، متوسط و بزرگ بر مدار یک برنامه‌ریزی استراتژیک ملی و بین‌المللی نمی‌توانستند چنین راه دشواری را بپیمایند و در میان رقبا قد علم کنند.

راه توسعه و شکوفایی صنف و صنعت پوشاک ایران نیز طبیعتاً و منطقی‌اً همین راهی است که کشورهای پیشرو و توسعه یافته پیموده‌اند. اما بدون حمایت اثربخش دولت و حاکمیت، برنامه توسعه استراتژیک، و اتحاد جامعه صنفی و صنعتی طی کردن این مسیر بسیار دشوار و در حقیقت غیر ممکن است.

بسیاری از کشورهایی که امروزه به‌عنوان تولیدکنندگان یا صادرکنندگان برتر و نوظهور در صنعت پوشاک به چشم می‌خورند سابقه‌ای کمتر از ۲۰ سال در این صنعت دارند، کشورهایی که شاید حتی تصور این که پوشاک بیش از نیمی از صادرات آنها را در بر می‌گیرد شگفتی‌آور است و در کنار آن نیروهای انسانی کاردان و متخصصین پرورش یافته در این کشورها نیز در دیگر نقاط جهان مشغول فعالیت هستند که برای آنها به نوعی تبدیل به امکانی برای ارزآوری می‌شود.

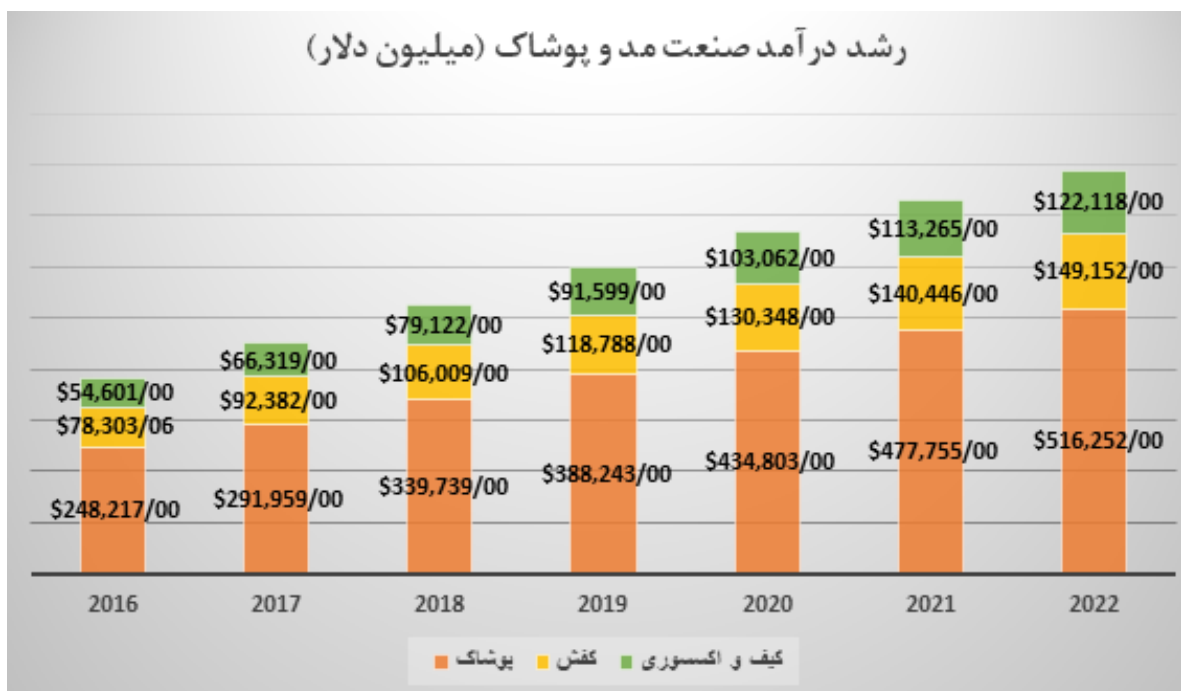
تولیدکنندگان نوظهور	برترین واردکنندگان پوشاک	برترین تولیدکنندگان پوشاک
پاناما	اتحادیه اروپا	چین
مالی	امریکا	بنگلادش
ساموا	ژاپن	هند
بروندی	هنگ کنگ	ترکیه
اتیوپی	کانادا	ویتنام

## صادرات پوشاک در جهان (میلیارد دلار)



درآمد بخش مد اعم از پوشاک، کفش، کیف و اکسسوری در سال ۲۰۱۸ به ۸/۵۲۴ میلیارد دلار می‌رسد. پیش‌بینی می‌شود درآمد سالانه از سال ۲۰۱۸ تا سال ۲۰۲۲ میزان ۷.۱۰ درصد رشد داشته و تا سال ۲۰۲۲ میزانش به ۵/۷۸۷ میلیارد دلار برسد. بزرگترین بخش بازار مد مربوط به پوشاک با ارزش بازار ۷/۳۳۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ است.

## رشد درآمد صنعت مد و پوشاک (میلیون دلار)



دلاری پوشاک در کشور و بازار نزدیک به ۱۵۰ میلیارد دلاری منطقه حاکی از آن است که برای ارزش‌آفرینی و سودآوری اقدام قابل توجهی نه از جانب دولت و نه از جانب بخش خصوصی فعال در تولید و صادرات پوشاک انجام نشده است.

نواقص و اشکالات قانونی، اجرایی و نظارتی در مسائلی همچون قانون کار و بیمه، مالیات، حمایت و تسهیلات، روابط بین‌المللی و نداشتن برنامه و راهبردهای مفید و اثرگذار در مواقعی مانند دوران تحریم و نوسانات

اتفاقاتی که طی چند سال گذشته در حوزه پوشاک کشور رخ داده، حکایت از نداشتن استراتژی هدفمند برای توسعه صنف و صنعت پوشاک داخلی و عدم هماهنگی میان دستگاه‌های گوناگون درون کشور دارد که از آن جمله می‌توان به نبود قوانین حمایتی کافی و نقص در برنامه‌ریزی، نظارت و اجرا اشاره کرد.

با توجه به مسیر حرکت صنعت پوشاک ایران و سهم واقعی تولیدکنندگان، صادرکنندگان و برندهای ایرانی از بازار مستعد نزدیک به ۲۰ میلیارد

ارزی همراه با فشارهای همه جانبه داخلی و خارجی رمق حرکت را از تولیدکننده داخلی گرفته است. اما این بخش همچنان در تلاش است تا چالش‌ها و تهدیدها را به فرصت تبدیل کند و به حرکت خود در این مسیر پریچ و خم ادامه دهد.

اتفاقاتی که طی ۱ سال گذشته در کشور رخ داده است صنعت پوشاک را نیز مانند بسیاری صنایع با مسائل، مشکلات و چالش‌ها و تهدیدهایی روبرو کرده، که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد

اما اتفاقات رقم خورده در یک سال گذشته فرصتهایی را نیز برای صنف و صنعت پوشاک کشور به وجود آورده و به جرأت می‌توان گفت یکی از بهترین زمان‌ها برای برنامه‌ریزی و بهره‌برداری در صنف و صنعت پوشاک است که در زیر چند نمونه از این فرصت‌ها را بر می‌شماریم:

- کاهش ورود کالای خارجی و امکان افزایش فروش پوشاک ایرانی به دلیل جلوگیری از ورود پوشاک حتی به صورت رسمی.
- افزایش تمایز رقابتی در قیمت نهایی برای مصرف‌کننده داخلی در بخش پوشاک و امکان رقابت پوشاک داخلی با کیفیت با رقبای خارجی به دلیل افزایش نرخ ارز.
- کمبود مواد اولیه و عدم دسترسی به مواد اولیه مرغوب مورد نیاز تولید پوشاک.
- جلوگیری از عرضه کالای قاچاق و ورود پرشتاب محصولات پوشاک داخلی به بازار برای پر کردن خلاء بازار.
- عدم توان تامین کالای خارجی و افزایش قیمت کالاهای خارجی فروشگاه‌های اینترنتی و جایگزین شدن محصولات ایرانی به جای محصولات خارجی در این فروشگاه‌ها.
- افزایش سطح همکاری‌های بخش دولتی با بخش صنفی به دلیل کمبود کالای مورد نیاز مصرف‌کننده داخلی و حضور به موقع صنف و صنعت پوشاک برای بهره‌برداری.
- افزایش سطح همکاری بخش صنفی و صنعتی با بخش آموزشی و دانشگاهی و حرکت به سمت پژوهش و آموزش کاربردی در صنف و صنعت پوشاک.
- به‌وجود آمدن فرصت برندسازی و عرض اندام شرکت‌ها و بنگاه‌های داخلی که اقدام به تولید باکیفیت می‌کنند.
- به‌وجود آمدن فرصت مبادله کالا به کالا برای تامین مواد اولیه در ازای صادرات پوشاک.

- اعمال تحریم‌ها، افزایش بی رویه نرخ ارز و کاهش ارزش پول ملی.
- سوء استفاده‌های افراد سودجو در بازار مواد اولیه و جلوگیری از ورود مواد اولیه موجود در انبارها به بازار و کاهش دسترسی تولید به مواد اولیه.
- کمبود مواد اولیه و عدم دسترسی به مواد اولیه مرغوب مورد نیاز تولید پوشاک
- افزایش قیمت مواد اولیه به صورت غیرکارشناسی و عدم تعدیل قیمت پس از کاهش قیمت ارز.
- تغییر و تحولات در نحوه پرداخت‌ها در صنف و صنعت پوشاک به‌ویژه در پرداخت برای تامین مواد اولیه که از مدت‌دار به نقدی و حتی پیش‌پرداخت بدون ضمانت قیمت نهایی تغییر پیدا کرد.
- فشارهای اقتصادی به مصرف‌کننده داخلی و کاهش قدرت خرید قشر متوسط جامعه ایرانی که بخش اعظم جامعه مصرف‌کننده را به خود اختصاص می‌دهد.
- افزایش قیمت حامل‌های انرژی.
- افزایش سطح دستمزدها.
- برخوردهای سلیقه‌ای در بخش مالیاتی و بیمه‌ای با تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشان.
- کمبود انسجام میان صنعت نساجی و صنعت پوشاک برای تامین نیاز بخش تولید.
- عدم تخصیص ارز دولتی برای تامین نیاز بنگاه‌های تولیدی داخلی.
- افزایش ریسک صادرات و نبود ضمانت بازگشت وجه در صورت صادرات.
- منع قانونی واردات به صورت غیرکارشناسی و بدون در نظر گرفتن بخش تولید و فروش محصولات مجاز.



■ فرصت افزایش سود برای تولیدکننده داخلی در صورت صادرات به دلیل افزایش نرخ ارز.

■ برنامه‌های حمایتی دولتی در بخش تولید و فروش کالای ایرانی.

■ انسجام صنفی، برنامه‌ریزی و اقدام هوشمندانه وزارت صمت، اتاق اصناف و اتحادیه پوشاک برای ایجاد و راه‌اندازی سازوکار تأمین مواد اولیه پوشاک.

■ تدوین طرح‌ها و برنامه‌های استراتژیک در صنف پوشاک با هدف توسعه راهبردی کلان صنف و صنعت پوشاک.

■ اقدامات و برنامه‌های هدفمند در راستای تسهیل امور مالیاتی برای اصناف.

در نهایت باید اشاره کرد در کنار تهدیداتی که در حال حاضر صنف و صنعت پوشاک را به مخاطره انداخته، فرصت بسیار مغتنمی برای بنگاه‌های تولیدی، توزیعی و خرده‌فروشان پوشاک ایرانی به‌وجود آمده تا با انسجام و برنامه‌ریزی برای تجمیع نیرو و سرمایه‌های درون صنف و صنعت و نیز جذب سرمایه‌های برون صنفی، برای هویت‌سازی و برندسازی پوشاک ایرانی گام مستحکم‌تری بردارند و با هوشیاری تهدیدها را به فرصت تبدیل کنند.

صنعت جهانی مد و پوشاک چندین دهه از فرصت‌های موجود بازار ۲۰ میلیارد دلاری ایران بهره‌برداری کرده و اکنون نوبت صنعت مد و پوشاک ایرانی فرا رسیده است.

به جرأت می‌توان گفت بازار منطقه‌ای و جهانی صنعت مد چشم انتظار بروز و ورود تولیدات و برندهای پوشاک ایرانی است تا در آینده‌ای نزدیک ایران با تولیدات با کیفیت خود حضور پررنگ‌تری در عرصه بین‌المللی مد و پوشاک داشته باشد.

## کاهش روزافزون قیمت مواد اولیه پوشاک



تولید برطرف شود. این تصمیم سبب شد تا اولین جلسه تعیین استراتژی‌ها و مأموریت‌های «کارگروه بررسی و پیگیری تأمین مواد اولیه پوشاک» در ۱۰ شهریورماه سال ۹۷ در محل مرکز پژوهش‌های راهبردی اتحادیه صنف پوشاک تهران برگزار گردد.

در شهریور و مهرماه سال ۹۷ به دستور مقام عالی وزارت صنعت، معدن و تجارت و ابلاغ کتبی یدالله صادقی، ریاست سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران به ابراهیم درستی نایب رئیس اول اتاق اصناف تهران و نماینده وزیر صمت در اتاق اصناف ایران، محمد توکلی هیئت امناء بازار تهران و ابوالقاسم شیرازی رئیس اتحادیه صنف پوشاک تهران، جلسات متعددی برای تعیین استراتژی‌ها، زیرساخت‌ها، مأموریت‌ها، اهداف و چشم‌انداز کارگروه مذکور تشکیل شد. در این جلسات فعالان صنفی پوشاک حضور و هر یک نظرات راهبردی خود را ارائه دادند که منجر به تشکیل کارگروه و آغاز به کار آن شد.

این کارگروه اولین سری از توزیع مواد اولیه خود را روز پنج‌شنبه مورخ ۲۴ آبان ماه سال ۹۷ با حضور رضا رحمانی مقام عالی وزارت صنعت، معدن و تجارت، بهروز نعمتی سخنگوی هیأت رئیسه مجلس شورای اسلامی،

در سال گذشته با آغاز نوسانات نرخ ارز، مشکلات متعددی در تأمین مواد اولیه برای تولیدکنندگان محترم پوشاک در کل کشور ایجاد شد. مشکلات ایجاد شده شامل عوامل مختلفی از جمله افزایش ۳۰ تا ۴۰ درصدی نرخ مواد اولیه توسط واسطه‌ها و دلال‌ها، احتکار مواد اولیه پوشاک توسط تولیدکنندگان نساجی و نخ، عدم نظارت بر قیمت‌گذاری مواد اولیه توزیعی و در نهایت افزایش چشمگیر قیمت مواد اولیه و محصولات نهایی پوشاک بود. تمامی این عوامل سبب شد تا تأمین مواد اولیه با کیفیت و با قیمت مناسب تبدیل به مشکل بزرگی برای تولیدکنندگان پوشاک شود. به دنبال مشکلات برآمده از تحریم‌ها و پیگیری‌های مستمر اتحادیه‌های همگن پوشاک، وزارت صنعت، معدن و تجارت، ریاست سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران، اتاق اصناف تهران و هیأت امنای بازار تهران تصمیم به تشکیل کارگروهی برای تأمین مواد اولیه پوشاک گرفتند تا با هم‌فکری و تعامل فعالان بخش خصوصی با یکدیگر، مشکلات پیش روی





سید فرید موسوی نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی، یدالله صادقی رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران، قاسم نوده فراهانی رئیس اتاق اصناف تهران، ابراهیم درستی رئیس کارگروه و نایب رئیس اول اتاق اصناف تهران و نماینده وزیر صمت در اتاق اصناف ایران، افسانه محرابی مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک و جمعی از رؤسای اتحادیه‌های همگن پوشاک اهداء نمود.

رحمانی وزیر صنعت، معدن و تجارت در روز دوم وزارت خود در محل کارگروه حضور پیدا کرد و بر نحوه اولین توزیع معرفی‌نامه‌های مواد اولیه نظارت نمود. در این جلسه وزیر صمت از نتیجه بخشی این کارگروه اظهار خرسندی کرده و اظهار داشت اعتماد به اصناف و اتحادیه‌ها را در دستور کار خود قرار داده است که باتوجه به ممنوعیت واردات و ارزش‌افزوده‌ای که حوزه پوشاک می‌تواند برای اقتصاد کشور ایجاد نماید، خواستار همتی روزافزون از ناحیه اتاق‌های اصناف و رؤسای اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور برای رشد صنعت پوشاک شد. لازم به ذکر است در طول این مدت وزیر صمت با درایت، پشتیبانی و نظارت مستمر خود، سبب تداوم و

استمرار فعالیت کارگروه شد.

همچنین ابراهیم درستی ریاست کارگروه و نماینده وزیر صمت در اتاق اصناف ایران، نسبت به لزوم گسترش فعالیت کارگروه در راستای حمایت از تولید داخلی در صنعت پوشاک تاکید کرد. وی اذعان داشت حمایت تمام‌قد وزیر صمت و همکاری و همراهی اتحادیه‌های عضو کارگروه باعث شد تا امروز بتوانیم بسیاری از مشکلات تامین مواد اولیه حوزه پوشاک را برطرف نماییم.

از اهداف تاسیس این کارگروه، تأمین و تنظیم قیمت بازار مواد اولیه و حمایت از تولید داخلی است که اکنون این هدف مهم تقریباً محقق شده به‌گونه‌ای که تفاوت قیمت معرفی‌نامه‌های توزیعی با بازار حدود ۱۰ درصد است. در این رابطه محمد توکلی دبیر کارگروه پیگیری و بررسی تأمین مواد اولیه پوشاک اظهار کرد: از زمان تأسیس کارگروه ۲۰ تا ۳۰

## در این مدت عده‌ای با نفس تشکیل کارگروه مخالفت داشتند، اما ما بر این باوریم "علت مخالفت افراد با کارگروه، مخالفت با شفاف‌سازی است."

درصد قیمت مواد اولیه کاهش پیدا کرده که اگر این کارگروه تشکیل نمی‌شد، باید شاهد افزایش قیمت‌ها تا ۴۰ درصد می‌بودیم. در واقع کارگروه باعث شد تا ۶۰ درصد قیمت مواد اولیه پوشاک کاهش یابد و تأثیر شایانی بر قیمت نهایی محصولات پوشاک داشته باشد. یکی دیگر از دستاوردهای کارگروه کاهش ۲۰ تا ۳۰ درصدی قیمت انواع نخ اعم از پنبه، ویسکوز، پلی‌استر، اسپان در بازار است.

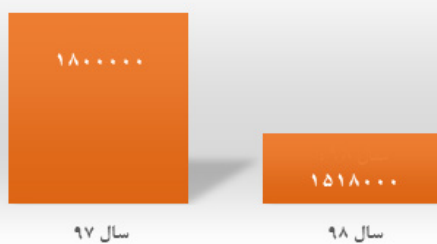
خوشبختانه جلوگیری از افزایش قیمت‌ها توسط کارگروه مذکور در سال ۹۸ نیز ادامه پیدا کرد. به عنوان مثال نخ پنبه در ابتدای سال در کف بازار کیلویی ۵۲ هزار تومان بود که کارگروه آن را کیلویی ۴۲/۲۰۰ هزار تومان توزیع کرد. قیمت توزیع پارچه با تفاوت ۱۸ درصدی در کارگروه متری ۴۰ هزار تومان بود که تولیدکننده در بازار مجبور بود آن را با قیمت ۴۸/۶۰۰ هزار تومان تهیه کند. از دیگر اقلام توزیع شده در کارگروه می‌توان به توزیع پارچه جین وارداتی با تفاوت متری ۲۰ هزار تومان با بازار، پارچه پیراهنی در دو نوع متری ۲۹ و ۲۲ هزار تومان اشاره کرد. از پارچه لایی چسب مناسب برای کت‌وشلوار به دلیل تفاوت قیمت ۳۵ درصدی آن با بازار، استقبال گسترده‌ای به عمل آمد، به‌طوری‌که در یک ساعت اول ۲۰۰ هزار متر از معرفی‌نامه مذکور میان متقاضیان توزیع گردید. توکلی در این رابطه افزود: صنف پوشاک تنها صنفی است که توانسته در سال ۹۸ قیمت محصولات خود در بازار را تنظیم و حتی کاهش دهد، این درحالیست که هیچ صنف دیگری نتوانسته با افزایش قیمت‌ها مقابله کند. امیدواریم این کارگروه الگویی مناسب برای دیگر صنوف باشد تا بتوانند قیمت محصولات خود در بازار را تنظیم کنند.

در ادامه وی اضافه کرد: این کارگروه از همکاری صمیمانه کارخانه‌های نساجی و نخ با کیفیت ایرانی بسیار استقبال می‌کند چرا که یکی از اهداف اصلی آن حمایت از تولید داخلی است. در همین راستا "کارخانه پر" به عنوان یکی از بزرگترین کارخانه‌های نساجی کشور با بیش از ۲۰۰۰ کارمند، همکاری مستمری با کارگروه آغاز نمود که با تداوم این همکاری تا امروز حدود ۳ میلیون متر پارچه جین زنانه و مردانه از این کارخانه با قیمت بسیار مناسب بین تولیدکنندگان پوشاک توزیع شد. البته یادآوری این نکته خالی از لطف نیست که کارخانه‌های بسیاری برای همکاری به دفتر کارگروه مراجعه کردند اما به دلیل نداشتن استانداردهای کافی متأسفانه امکان همکاری به‌وجود نیامد. لازم به ذکر است، تاجران که خواستار واردات مواد اولیه پوشاک به کشور هستند نیز می‌توانند با این کارگروه همکاری داشته باشند. نحوه همکاری کارگروه با تجار به این صورت است که در ابتدای امر آنان باید تعهد محضری با مضمون "جنس وارد شده را باید تنها تحت نظارت کارگروه توزیع نمایند"

امضاء کنند تا در مرحله بعد، بتوانند فرایند ثبت سفارش خود را طی نامه‌نگاری با وزارت صنعت، معدن و تجارت استان تهران ظرف مدت ۲۴ ساعت انجام دهند. البته باید این نکته را یادآور شویم فرایند تخصیص ارز از جانب بانک مرکزی کمی زمان‌بر است که امیدواریم با همکاری صمیمانه‌تر بانک مرکزی با این کارگروه زمان انجام این روند کاهش یابد. توکلی در خصوص کارخانه‌های نساجی و نخ در کشور تصریح کرد: بسیاری از این تولیدکنندگان به دلیل اینکه از افزایش قیمت غیرمنطقی کالاهایشان سود می‌برند با این کارگروه همکاری نمی‌کنند. امیدوارم در سال ۹۸ مابقی کارخانه‌های نساجی داخلی نیز با کارگروه همکاری داشته تا با کمک یکدیگر بتوانیم دست واسطه‌ها را از اقتصاد کشور حذف و محصول نهایی پوشاک را با قیمت مقرون‌به‌صرفه‌تر دست مصرف‌کننده برسانیم.

انواع مواد اولیه که تا امروز توسط کارگروه مذکور توزیع شده شامل: پارچه جین شلوازی زنانه و مردانه، کتان، لایی چسب و انواع نخ پلی‌استر، پنبه، ویسکوز می‌شود. لازم به ذکر است تاکنون بالای ۳۰۰۰ تولیدکننده صنفی از خدمات توزیع مواد اولیه این کارگروه بهره برده‌اند که براساس آمار، میزان توزیع مواد اولیه در چهار ماهه دوم سال ۹۷ و سه ماهه نخست سال ۹۸ به شرح ذیل است:

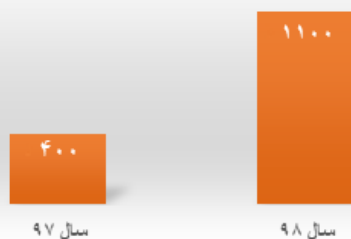
میزان توزیع انواع پارچه تولید داخلی (متر)



میزان توزیع انواع پارچه وارداتی (متر)



میزان توزیع انواع نخ (تن)



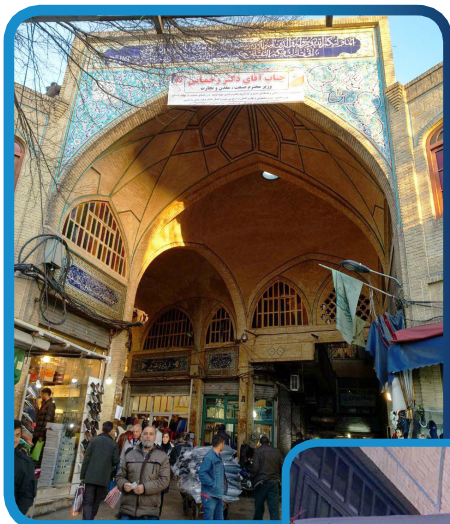
در ادامه توکلی افزود: روند فعالیت ما کاملاً شفاف است به طوری که در زمان توزیع معرفی‌نامه‌ها برای اطمینان از صحت نحوه توزیع، به صورت مستمر بازرسی وزارت صنعت، معدن و تجارت، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران، اتاق اصناف تهران، اعضاء هیئت مدیره اتحادیه‌های مربوطه و نماینده هیأت امناء بازار تهران حضور پیدا می‌کنند. باید یادآوری کنم که در انتهای هر جلسه میزان توزیع، صورتجلسه می‌شود و به امضای همه افراد حاضر در محل کارگروه می‌رسد.

وی در رابطه با امکان توزیع مواد اولیه برای اعضاء سایر شهرهای ایران خاطر نشان کرد: از آنجایی که عموم تولیدکنندگان در ایران، مواد اولیه مورد نیاز خود را از تهران تأمین می‌کنند؛ از همان روزهای نخستین، کارگروه به اعضاء اتحادیه‌های دیگر شهرها نیز خدمت‌رسانی کرده است. تاکنون خدمات کارگروه شامل حال تولیدکنندگان توابع تهران، زنجان، اصفهان، مشهد و همدان شده است. تمام هدف ما این است که مواد اولیه را یکنواخت بین تمامی تولیدکنندگان توزیع کنیم، از اینرو قبل از توزیع معرفی‌نامه‌ها، توسط اتحادیه‌های مربوطه پیامکی به تمامی اعضاءشان ارسال می‌شود تا زمان دقیق توزیع، مکان و نوع مواد اولیه توزیعی به آنها اطلاع‌رسانی شود. در نظر ما اقتدار اتحادیه‌ها بسیار مهم است، به همین دلیل تولیدکنندگان تنها با ارائه اصل پروانه کسب خود می‌توانند معرفی‌نامه را دریافت کنند. حتی پس از دریافت معرفی‌نامه نیز، تولیدکننده باید برای گرفتن تأیید و مهر روی معرفی‌نامه به اتحادیه خود مراجعه کند تا بتواند مواد اولیه درخواستی خود را تحویل بگیرد.

بر اساس گزارش‌های رسیده، بیشتر تولیدکنندگان پوشاک از نحوه فعالیت‌های کارگروه و تلاش آن برای کاهش قیمت مواد اولیه در بازار بسیار رضایت داشته تا آنجا که اقدام به نصب بنرهای تقدیر و تشکر در نقاط مختلف بازار تهران و جمع‌آوری استشهادهای محلی نموده‌اند.

از برنامه‌های آتی این کارگروه در سال ۹۸، توزیع پارچه زنانه، مانتویی، کت‌وشلوار مردانه، بیش از ۲ میلیون سوزن بافندگی و بیش از ۴ کانتینر انواع نخ دوخت است. در این راستا تا آخر تیرماه اولین توزیع نخ دوخت پنبه و پلی‌استر توسط کارگروه انجام می‌پذیرد. شایان ذکر است کمبود نخ دوخت با کیفیت از مشکلات شایع تولیدکنندگان پوشاک در این مدت بوده است. نخ مذکور امروز در کف بازار با قیمت ۳۲ هزار تومان به فروش می‌رسد که کارگروه قصد دارد آن را با قیمتی حدود ۱۷ هزار تومان میان تولیدکنندگان توزیع نماید. پیش‌بینی می‌شود استقبال چشم‌گیری از این توزیع صورت پذیرد.

در خاتمه دبیر کارگروه بررسی و پیگیری تأمین مواد اولیه پوشاک افزود: در طول فعالیت کارگروه مشکلات بسیاری وجود داشت که با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت و اتاق اصناف تهران این موانع به مرور هموار شد. در این مدت عده‌ای با نفس تشکیل کارگروه مخالفت داشتند، اما ما بر این باوریم **«علت مخالفت افراد با کارگروه، مخالفت با شفاف‌سازی است»**. در آخر از همکاری صمیمانه کلیه افرادی که در این راه همراه ما بودند من جمله وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران، استانداری تهران، اتاق اصناف تهران، اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران، اتحادیه پیراهن‌دوزان تهران، اتحادیه خیاطان تهران، اتحادیه کشیاف و جوراب تهران، اتحادیه چرم تهران، هیئت امناء بازار تهران و مرکز پژوهش‌های راهبردی اتحادیه پوشاک تهران کمال تشکر و قدرانی را داریم.



# رونق ملی پوشاک ایران با تدوین سند راهبردی توسعه صنعت پوشاک



از اینرو برای تنظیم "سند راهبردی توسعه صنعت پوشاک" وزارت صنعت، معدن و تجارت، اتاق اصناف ایران و اتحادیه صنعت پوشاک تهران با همکاری یکدیگر و با در نظر گرفتن مشکلات صنعت و پوشاک ایران در سال‌های اخیر و با هدف رشد و توسعه این صنعت درآمدزا و اشتغال‌زا، تصمیم به تدوین این سند گرفتند.

در باره لزوم تدوین سند مذکور هوشیار فقیهی معاون برنامه‌ریزی و اقتصاد اتاق اصناف ایران بیان داشت: طی سالیان گذشته برنامه‌های راهبردی متعددی برای حوزه پوشاک کشور تدوین شده بود که به علت عدم موفقیت و عدم تحقق کامل اهداف این برنامه‌ها طی یک بازنگری کارشناسانه به بررسی نقاط ضعف و قوت آنها پرداخته شد و این نتیجه حاصل گردید که در این برنامه‌ها به صورت کامل به "زنجیره ارزش" توجه نشده است؛ بدین صورت که در بحث تولید، فقط نظام کارخانه‌ای مورد توجه قرار گرفته بود. سیاست‌گذاری توسعه کل نظام کارخانه‌ای حاکم بر این برنامه‌ها تنها منوط به اختصاص وام‌های تولیدی می‌شد، در صورتیکه در سیاست‌گذاری‌های کلان باید به شکلی جامع کل فضای کسب‌وکار را مدنظر قرار داد. به عنوان مثال باید به سیستم حمل‌ونقل، تأمین مواد اولیه، انبارداری، فروش و توزیع در قالب یک زنجیره ارزش در کنار هم توجه شود.

فقیهی افزود: ظاهراً از سال ۹۳ در وزارت صنعت، معدن و تجارت برنامه‌ای تحت عنوان سند راهبردی صنعت پوشاک کشور تنظیم شده بود که به

کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته با توجه به ظرفیت بالای صنعت پوشاک در اشتغال‌زایی و کارآفرینی با سرمایه‌ای کمتر از دیگر صنایع، ارزآوری و ارزش‌افزوده حداکثری، توجه بسیاری به رونق و شکوفایی آن نشان می‌دهند چراکه این صنعت را از صنایع مهم خود قلمداد می‌کنند. در سال‌های اخیر، با وجود آنکه صنعت و پوشاک با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو بوده است، اما توانسته در مقایسه با رکود حاکم بر برخی از صنوف به تأمین بخشی از نیازهای خود و ایجاد اشتغال در کشور بپردازد. لازم به ذکر است که کاهش واردات پوشاک خارجی، فرصت مغتنمی را برای توسعه همه‌جانبه پوشاک داخلی و تمرکز بر برندسازی آن مهیا کرده است.

مزین شدن سال ۹۸ به نام "رونق تولید" توسط مقام معظم رهبری، امکانی را برای سیاست‌گذاران فراهم کرد تا به تدوین و تنظیم سندی راهبردی برای پیشرفت و توسعه حوزه مولد کشور بپردازند. به همین منظور در اتاق اصناف ایران "سند رونق تولید اصناف" جهت حرکت در مسیر رونق تولید، تهیه شد. در این سند برنامه‌هایی جهت توسعه خوشه‌های صنعتی بخش صنوف تولیدی کشور تدوین گردید و از آنجایی که بیش از ۸۵٪ تولیدات پوشاک کشور توسط واحدهای صنفی انجام می‌شود، تمرکز اصلی این سند، ایجاد راهکارهای رونق واحدهای تولیدی صنفی پوشاک است. باید یادآور شویم که از این سند در همایش روز ملی اصناف توسط وزیر محترم وزارت صنعت، معدن و تجارت رونمایی شد.

دلیل تغییرات مدیریتی در بخش‌های مختلف، به مرحله ابلاغ نرسید. سند تدوین شده در وزارت صمت، به همت اتاق اصناف ایران و همکاری اتحادیه صنف پوشاک تهران و مرکز پژوهش‌های راهبردی این اتحادیه مجدد بررسی گردید و از بررسی‌های واسله این نتیجه حاصل گردید که سند مذکور فاقد رویکرد زنجیره‌ای است و کل زنجیره ارزش پوشاک کشور را در کنار هم مورد توجه قرار نداده است. به واسطه این نیاز، قرار بر تشکیل تیمی متشکل از متخصصان حوزه فنی، تجربی و دانشگاهی، با تلفیق دانش فنی و آکادمیک موجود در دانشگاه تهران شد تا بتوان سندی برای پوشاک کشور تنظیم نمود که تمام زنجیره ارزش اعم از بخش صنفی (که بیش از ۸۵ درصد از سهم تولیدات پوشاک کشور را دارا است) و بخش صنعتی (که حدوداً ۱۵ درصد در سطح کارخانه‌ای و در مقیاس متوسط مشغول به فعالیت هستند) را در بر بگیرد.

بنابراین با همکاری تیم دانشگاهی مذکور پژوهش‌های بسیاری از زوایای مختلف از جمله مطالعات تطبیقی روش‌های رشد کشورهای پیشرو و در حال توسعه در صنعت پوشاک، تحلیل اسناد بالادستی پوشاک که تاکنون نوشته شده است، تحلیل کلیه عوامل و ذینفعان صنعت پوشاک، تحلیل نقاط قوت و ضعف پیشران‌های صنعت پوشاک، تحلیل محیط کلان پوشاک و ... انجام شد و این پژوهش‌ها مقدمه‌ای برای تدوین سند توسعه راهبردی پوشاک گردید. با توجه به اینکه حوزه اقتصاد ایران حدوداً ۸۰ درصد وابسته به دولت است و بخش خصوصی بدون ایفای نقش دولت به تنهایی قادر به حرکت نیست، به همین منظور سند مذکور در اختیار وزارت صمت قرار خواهد گرفت تا آن وزارت، سند را با سیاست‌های خویش تطبیق دهد و در صورت نیاز اتاق اصناف ایران، اتحادیه صنف پوشاک تهران و دیگر متخصصان، اصلاحات ساختاری مدنظر را بر روی سند اعمال کنند تا سند اجرایی شود.

معاون اقتصادی اتاق اصناف حضور برندهای پوشاک خارجی در ایران را نکته مثبتی دانسته و تصریح کرد: واردات پدیده‌ای طبیعی است که نیاز به حضور کنترل‌شده و محدود در کشور دارد چراکه قطع کامل واردات موجب ورود کالاهای غیررسمی و قاچاق به کشور می‌شود. از اینرو در این سند بر حضور کنترل‌شده برندها در بازار ایران توجه کامل شده است تا این برندها زمینه‌ساز رقابت تولیدات داخلی شوند. بسیاری از برندها به واسطه حضور در بازار ایران تمایل دارند بخشی از تولیدات خود را توسط تولیدکنندگان داخلی انجام دهند و سرمایه، ماشین‌آلات و نیروهای متخصص خود را در اختیار بخش داخلی قرار دهند که این امر منجر به توسعه تکنولوژی و انتقال دانش فنی در این حوزه می‌شود. زمانبندی و برنامه‌ریزی‌ها در سند راهبردی توسعه پوشاک، در سه سطح کوتاه مدت (حداکثر تا دو سال آینده)، میان مدت (۴ ساله نهایتاً پنج ساله) و بلند مدت (شش ساله) تنظیم گردیده است. در نتیجه، چشم‌انداز این طرح تا سال ۱۴۰۴ در نظر گرفته شده که بر اساس چشم‌انداز شاخص عملکرد کشور، با وجود کشورهای صاحب برندی همچون ترکیه،

پاکستان، بنگلادش، سوریه و هند ... ایران بتواند رتبه سوم پوشاک منطقه را به دست آورد.

در این سند، بر اساس نقاط ضعف و قوت شناسایی شده و اهداف مدنظر، کاربرگ‌های اجرایی متعددی تدوین شده و پروژه‌هایی در سه سطح کوتاه‌مدت شامل ۴۰ پروژه، میان‌مدت ۵۰ پروژه و بلندمدت ۷ پروژه در نظر گرفته شده است. هر کاربرگ شامل مواردی چون عنوان پروژه، مسئول اجرا، اهداف، مأموریت، زمانی اجرای دقیق هر پروژه می‌شود. مرحله بعد شامل اجرایی‌شدن پروژه است که پس از رونمایی سند مذکور، برنامه‌های عملیاتی برای هر پروژه به صورت دقیق نوشته خواهد شد. به این صورت که پس از رونمایی، برنامه‌های عملیاتی پروژه‌های کوتاه‌مدت نوشته خواهد شد و موازی با آن بعد از بررسی وزارت صمت و ایجاد اصلاحات و تغییرات، برنامه‌های اجرایی به ارگان‌های ذیربط جهت اجرا ابلاغ خواهد شد.

در خاتمه فقیهی یادآور شد: نکته مهم این است که هر سند در واقع برنامه‌ای بر روی کاغذ است و بزرگترین عامل جهت عملیاتی‌شدن آن، همگرایی تمام ذینفعان است. به همین دلیل باید در بخش تولید و لجستیک پوشاک کشور همکاری همه‌جانبه ایجاد کنیم که لازمه آن اعتماد به یکدیگر و ارجحیت منافع کشور بر منافع شخص است. این دو عامل از نکات مهمی است که در فرهنگ عمومی کشورمان در طول زمان کم‌رنگ شده و کشور ما به شدت از ناحیه این موضوع صدمه دیده است. امیدوارم آیندگان به این مفهوم توجه ویژه‌ای داشته باشند و گروه‌های مختلف فارغ از اختلافات فردی و فکری بتوانند دور یک میز گرد هم آمده و نقش خود را ایفاء نمایند. بدون این مهم نمی‌توان به اجرایی شدن این سند و تولید ارزش‌افزوده و رفاه جامعه امید داشت. پوشاک یکی از ملزومات حیاتی جامعه بشری است که حتی با وجود مشکلات معیشتی نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد؛ به همین دلیل لازمه توسعه کمی و کیفی پوشاک کشور، گرد هم آمدن و کنار گذاشتن مشکلات و اختلافات فردی است، چرا که این بخش می‌تواند نقش قابل توجهی در حفظ اشتغال پایدار، توسعه اشتغال در مقیاس کوچک و یا در مقیاس بزرگتر ایفاء نماید.

**باید در بخش تولید و لجستیک پوشاک کشور همکاری همه‌جانبه ایجاد کنیم که لازمه آن اعتماد به یکدیگر و ارجحیت منافع کشور بر منافع شخص است.**

# مراحل احداث اولین شهرک خوشه‌ای صنفی پوشاک ایران



کیفیت و تنوع اقلام صادراتی در این صنعت شود. از مزیت‌های دیگر تأسیس شهرک خوشه‌ای، توسعه منابع انسانی در هر دو زمینه کیفی و کمی جهت توسعه پایدار صنعت پوشاک با توجه به آموزش مدیران، تکنسین‌ها و کارگران به‌منظور به‌وجود آمدن تیم کسب‌وکار برجسته، کادرها و کارگران حرفه‌ای و کارآزموده است.

چند سالی است که اتحادیه صنف پوشاک تهران تمام تلاش خود را برای احداث شهرک خوشه‌ای صنفی پوشاک به کار بسته است تا تولیدکنندگان بتوانند از مزیت‌های چشم‌گیر آن بهره‌کافی را ببرند و همچنین اشتغال‌زایی مناسب در کشور ایجاد شود. شهرک مذکور اولین شهرک خوشه‌ای صنفی پوشاک در ایران خواهد شد و در توسعه تولید پوشاک ملی می‌تواند گام‌های موثری را بردارد. در همین راستا با یوسف کنعانی کارشناس شهرک‌های صنفی این اتحادیه، به گفتگو پرداختیم تا از روند دقیق کار مطلع شویم.

کنعانی در رابطه با مزیت احداث شهرک خوشه‌ای صنفی پوشاک اظهار داشت: تأسیس شهرک صنفی مزیت‌های مختلفی به همراه دارد. تجمع تولیدکنندگان در یک مکان باعث دسترسی راحت‌تر خریدار داخلی،

صنعت پوشاک به علت گستردگی وسیع و اشتغال‌زایی بالایی که دارد چنانکه بتواند موقعیت خود را در بازارهای صادراتی به دست آورد یکی از موفق‌ترین صنایع خواهد بود که در امر تولید و صادرات علاوه بر خودگردانی اقتصادی، می‌تواند در ارزآوری کشور، توانایی ایجاد اشتغال در ایران و به‌خصوص استان تهران نیز نقش بسیار مهمی را ایفا نماید.

امروزه توسعه خوشه‌های صنعتی نقش محوری و بارزی در سیاست‌های اقتصادی و صنعتی بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه ایفا می‌کند و بیش از یک دهه است که توسعه صنعتی مبتنی بر خوشه‌ها، به عنوان یک استراتژی نوین مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران قرار گرفته است. با توجه به اینکه بیش از ۸۵ درصد تولید پوشاک ایران در قالب صنفی انجام می‌شود، احداث شهرک‌های خوشه‌ای صنفی جزء نیازهای کنونی توسعه تلقی می‌شود و ساخت آن سبب ایجاد شبکه‌های ارتباطی تولید در میان بنگاه‌ها، شرکت‌های تولیدی پوشاک و توسعه زنجیره ارزش صنعت پوشاک می‌شود.

تأسیس شهرک خوشه‌ای صنفی می‌تواند باعث توسعه صنعت پوشاک به سمت مدرن‌تر شدن، کارآمدتر، پایدارتر شدن و همچنین تضمین بهبود



در ارتباط با موانع و مشکلاتی که در فرایند اجرایی این شهرک صنفی وجود داشت، وی افزود: پنج سال مراحل اخذ مجوز و کارهای دولتی آن طول کشید که فرایند بسیار زمان‌بری بود و پیشنهاد می‌شود روند فعالیت‌های دولتی تسهیل شود.

طرح احداث شهرک صنفی یک طرح ملی است که در اشتغال‌زایی، تهیه محصولات با ارزش افزوده بالا و همچنین توسعه صادرات کمک به‌سزایی به اقتصاد کشور خواهد کرد، از اینرو از دولت خواستاریم تا در روند اخذ مجوزها و ایجاد اشتغال تسهیلاتی را فراهم نماید.

**چند سالی است که اتحادیه صنف پوشاک تهران تمام تلاش خود را برای احداث شهرک خوشه‌ای صنفی پوشاک به کار بسته است تا تولیدکنندگان بتوانند از مزیت‌های چشم‌گیر آن بهره‌کافی را ببرند و همچنین اشتغال‌زایی مناسب در کشور ایجاد شود.**

بین‌المللی و تسهیل در ثبت سفارش می‌شود. از مزیت‌های دیگر این شهرک در کنار هم قرار گرفتن مهارت‌های مختلف و استفاده از پتانسیل‌های مشترک برای ارتقاء کار است که سبب کاهش هزینه‌های تولید، حمل‌ونقل، ماشین‌آلات، کارگر و ... می‌شود. از اینرو محصولات نهایی پوشاک با هزینه مقرون‌به‌صرفه، با کیفیت بالا و از همه مهم‌تر امکان عرضه مناسب به خریدار تولید می‌شود.

وی در رابطه با اقدامات اجرایی اتحادیه صنف پوشاک تهران افزود: بالغ بر پنج سال یعنی از سال ۱۳۹۳ است که اتحادیه اقدامات اولیه برای احداث شهرک‌ها را آغاز کرده و بنده به عنوان کارشناس در این زمینه، مسئولیت انتخاب مکان جغرافیایی مناسب و اخذ مجوزهای مربوطه را به عهده گرفته‌ام. پیش‌بینی می‌شود تا آخر تیرماه اخذ تمام مجوزهای مربوطه صورت پذیرد تا بتوانیم هر چه زودتر کار فراخوان را آغاز کنیم. برای احداث این شهرک، دو منطقه غرب و شرق را در نظر گرفتیم که تصمیم بر آن شد آغاز اجرای این طرح در مرحله نخست از منطقه شرق تهران یعنی شهرک خاوران باشد.

از مزیت‌های شهرک خاوران می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد: نزدیکی به شهر تهران و شهرهای اطراف مانند پاکدشت و ورامین، دسترسی‌های مناسب جاده‌ای از تهران به خاوران، کارگرنی بودن منطقه و ارزان بودن زمین که سبب می‌شود تولیدکننده با هزینه‌های کمتر، ارزش افزوده بالاتری را به دست آورد. همچنین تمام زیرساخت‌های مناسب برای یک شهرک صنفی از جمله مکان نمایش محصولات (شوروم)، مکانی جهت برپایی نمایشگاه فصلی و بین‌المللی، مکان استراحت و ... در این محل در نظر گرفته شده است. ۳۰۰۰ واحد تولیدی در قالب واحدهای آپارتمانی و سوله‌ای قابلیت استقرار در شهرک خاوران را دارند. مراحل احداث شهرک خاوران تا شروع به کار آن شامل اخذ مجوز از استانداری، انجام فراخوان و سپس کلنگ‌زنی برای ساخت و ساز می‌شود. پیش‌بینی شده است برای راه‌اندازی ابتدایی حداکثر ۳ سال نیاز به زمان دارد. پس از انجام این مراحل، احداث شهرک خوشه‌ای صنفی در منطقه غرب تهران در دستور کار است.

وی در ارتباط با تسهیلات و حمایت‌های دولتی شامل حال واحدهای صنفی فعال در شهرک‌های خوشه‌ای صنفی، صنعتی پوشاک یادآور شد: استانداری تهران تسهیلاتی را به عنوان وام‌های خود اشتغالی حدود ۴۰۰ میلیون تومان وعده داده است.

# معافیت از پرداخت مالیات بر ارزش افزوده

وزارت امور  
سازمان امور مالیاتی کشور



## اظهارنامه مالیات بر ارزش افزوده

(موضوع ماده ۲۱ قانون مالیات بر ارزش افزوده)

نمونه ۱: نسخه عمومی (ویژه کلیه بنگاه‌های فاقد عرضه سوخت و دخانیات)

اداره کل		مالیات بر ارزش افزوده		امور مالیاتی استان		
سال عملکرد:	۱	۳	طول دوره مالیاتی (ماه):	۳	شماره دوره مالیاتی: (بهار-۱، تابستان-۲، پاییز-۳، زمستان-۴)	
مدت دوره مالیاتی:	از	۱	۳	تا	۱	۳

### الف. مشخصات و محل فعالیت مؤدی

شماره اقتصادی:	شماره فرعی مالیات بر ارزش افزوده:	شماره شعبه/نماینده‌گی:
نام بنگاه/مؤسسه:	شماره ثبت:	

عمده اعتراضات قابل توجه در این رابطه، بیشتر ناشی از خوداظهاری ناآگاهانه اعضای محترم و ورود آنان به جرگه مؤدیان مالیات بر ارزش افزوده است.

هر چند با چالش حقوقی و قاعده مسلم اقرار، بدین مفهوم که بنابر اصل حقوقی، اقرار هر عاقلی به ضرر خود نافذ خواهد بود مواجه بودیم، اما خوشبختانه با انعکاس مستمر مسائل به مبادی ذریبط و باتوجه به همکاری و عنایت معاونت محترم مالیات بر ارزش افزوده و رؤسای محترم امور مالیاتی ذریبط، ضمن استفاده از مساعدت مشاوران مالیاتی اتاق اصناف تهران و همراهی کارشناسان و مشاوران حقوقی و مالیاتی اتحادیه صنف پوشاک تهران، به حل این امر ورود کرده و در جلسه‌ای که مورخ ۹۸/۰۴/۱۰ تشکیل گردید، پس از رایزنی‌های طولانی و طاقت‌فرسا نتایج بسیار ارزشمندی در راستای حل و فصل مالیات بر ارزش افزوده مورد مطالبه سال‌های ۹۰-۸۹-۸۸ اعضاء صنف پوشاک به دست آمد که به بیان آن می‌پردازیم:

**الف:** از آنجایی که بر اساس خوداظهاری ناشی از جهل به قانون (ناآگاهی نسبت به قانون)، تعداد کثیری از اعضاء، خود را مشمول پرداخت مالیات بر ارزش افزوده تلقی نموده بودند و روند رسیدگی و اداری و تشریفات قانونی رسیدگی به اعتراضات آنان در شرایط عادی، پروسه‌ای زمانبر و طولانی بود، مقرر شد تا لیست مؤدیان مشمول از طریق سازمان امور مالیاتی به اتحادیه ارسال شود تا سپس با انجام کار کارشناسی و ملاحظه

از آنجایی که قانون مالیات بر ارزش افزوده به علت نداشتن پیشینه و سابقه قانون‌گذاری داخلی دارای امکانات اجرایی نبوده و از آن برداشتها و تفاسیر متفاوتی شده است، در طول این چند سال سازمان امور مالیاتی کشور و مؤدیان در اجرای آن با چالش‌های گوناگونی مواجه بوده‌اند، که همگی ناشی از عدم آشنایی کامل آنان به این قانون و بندهای آن بوده است.

آزمایشی بودن این قانون و تمدید آن در دوره‌های بعدی و تلاش در انطباق کلیات و جزئیات آن با چرخه فعالیت اقتصادی بنگاه‌های تجاری و بومی کردن آن مشکلات و تنگنانهایی را برای فعالان اقتصادی و اعضای این صنف رقم زده که به نظر می‌رسد تا سر منزل مقصود راهی طولانی در پیش داشته باشیم.

اما به هر ترتیب موانع اشاره شده در بالا علت و توضیحی برای عدم اقدام به رفع چالش‌هایی که از عوامل بازدارنده فعالیت‌های تولیدی و توزیعی و مخل بهبود فضای کسب‌وکار شمرده می‌شوند نخواهد بود.

در این راستا مدیریت سازمان بر آن شد تا با توجه به مراجعات مکرر همکاران صنف پوشاک و نظر به مشکلات اعضاء این صنف، با در نظر گرفتن تعدد پرونده‌های مالیاتی ارزش افزوده مشابه و پیچیدگی امر شناسایی مشمولین این قانون نسبت به رسته‌هایی که اعضاء صنف پوشاک در آن فعالیت می‌کنند، برای گذار از این دوره با همراهی و همکاری اتحادیه صنف پوشاک تهران اقدامی موثر و راه‌کاری مفید را در پیش بگیرد.





به قوانین، دستورالعمل‌ها، مقررات جامع مالیاتی، تجارت، نظام صنفی و حسابرسی است. از اینرو اتحادیه با استقرار تیم و گروه مشاورین مالیاتی زبده، با دانش فنی و حقوقی کامل، همه روزه خدمات مشاوره‌ای را به اعضا به صورت رایگان ارائه می‌دهد. از اینرو فرصت استفاده از خدمات مذکور، در هر حال برای کلیه اعضای محترم و سایر تشکلهای همسو در تمامی ایام هفته برقرار و موجود است.

لذا چون می‌توان علاج واقعه را قبل از وقوع انجام داد تا از تحمیل هزینه‌های سربار و زاید و ورود خسارات غیر قابل جبران بر فعالیت اقتصادی جلوگیری نمود، اقدام برای برخورداری از این امکانات و فرصت یاد شده برای اعضا بسیار مفید و اثربخش خواهد بود.

**عمده اعتراضات قابل توجه در این رابطه، بیشتر ناشی از خوداظهاری ناآگاهانه اعضای محترم و ورود آنان به جرگه مؤدیان مالیات بر ارزش افزوده است.**

سوابق مالیاتی و نوع پروانه و رسته فعالیت شغلی آنان، شمول و یا عدم شمول آنها تعیین و مراتب به سازمان ارجاع گردد. بدین ترتیب آن دسته از اعضای که در حرفه خرده‌فروشی و تولید اشتغال دارند، معافیت خواهند داشت زیرا مشمولین بند "ج" قانون سابق مالیاتی خواهند بود که با راه‌کار اتخاذ شده از شمولیت قانون مالیات بر ارزش افزوده خارج خواهند شد.

ب: مقرر گردید، تا در هنگام رسیدگی و دعوت مؤدیان برای ارائه اسناد و مدارک، مراتب با هماهنگی و نظر نمایندگان اتحادیه انجام پذیرد تا روند رسیدگی با مطالعه و نظر کارشناس صنف همراه باشد.

ج: در صورت مکلف بودن افراد به پرداخت مالیات بر ارزش افزوده و مشروط به پرداخت نقدی، این افراد از ۱۰۰ درصد جرائم متعلقه معاف خواهند بود.

د: واحدهای تولیدکننده که صرفاً در رسته تولید فعالیت دارند از شمول قانون مالیات بر ارزش افزوده خارج خواهند بود.

در خاتمه متذکر می‌گردد: تنظیم اظهارنامه مالیاتی به دلیل پیچیدگی و فنی و تخصصی بودن آن، نیازمند استفاده از مشاورین خبره، مطلع و آشنا



## سرنوشت نهایی بازار ۱۶۰۰ میلیارد تومانی پوشاک مدارس

به دلیل وجاهت قانونی و دسترسی به تولیدکنندگان محترم پوشاک از این اتحادیه درخواست کرد تا در اجرای طرح فوق با این سازمان همکاری داشته باشد. طبق گفته سازمان دانش‌آموزی ۱۶ میلیون دانش‌آموز در مقاطع مختلف مشغول به تحصیل هستند که اگر میانگین لباس فرم آنها را ۱۰۰ هزار تومان در نظر بگیریم، مبلغ کل آن به ۱۶۰۰ میلیارد تومان می‌رسد که رقم بسیار چشم‌گیری است.

صیادیان به دنبال تشریح نحوه فعالیت و دوخت لباس مدارس در گذشته یادآور شد که در طول همه این سال‌ها مسئولیت تهیه پوشاک مدارس با سازمان اولیاء و مربیان بوده است. تولیدکنندگان طرف قرارداد این سازمان بعضاً خیاطانی ناکارآمد بودند که پارچه‌ها و دوخت آنها از کیفیت و استاندارد لازم برخوردار نبوده است. حتی می‌توان گفت که در گذشته پارچه‌های ضایعاتی ارزان از چین به کشور وارد و برای دوخت پوشاک

سالها لباس فرم مدارس بدون نظارت و کنترل استاندارد دوخت و کیفیت محصولات، آماده و در اختیار دانش‌آموزان قرار می‌گرفت. از همین‌رو نارضایتی‌های مختلفی هم از جانب مصرف‌کنندگان و هم تولیدکنندگان صنفی پوشاک وجود داشت که از امسال با دستور وزیر آموزش و پرورش، قرار بر آن شد که سازمان دانش‌آموزی با نظارت اتحادیه‌های صنفی پوشاک این مسئله ساماندهی کند.

در تاریخ ۹۸/۱/۲۸ وزیر آموزش و پرورش ابلاغیه‌ای را مبنی بر اهمیت و ضرورت اجرایی نمودن طرح مدیریت، ساماندهی و نظارت بر تهیه و توزیع لباس فرم دانش‌آموزی مدارس به سازمان دانش‌آموزی ارسال کرد. در این راستا برای ساماندهی لباس فرم دانش‌آموزان شهر تهران، اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران به نمایندگی از اتاق اصناف تهران تفاهم‌نامه‌ای را با سازمان دانش‌آموزی جمهوری اسلامی ایران در تاریخ ۹۸/۲/۲۲ مبنی بر تأمین لباس فرم دانش‌آموزان به امضاء رساند. این تفاهم‌نامه به منظور توسعه فرهنگ، عفاف و حجاب و صیانت از موازین شرعی و معرفی دانش‌آموزان، حمایت از کالای ایرانی، ارتقاء بهداشت روانی و ترویج سبک زندگی اسلامی ایرانی در زمینه پوشش امضاء شد و طرفین متعهد گردیدند حد اعلای تلاش خود را در جهت تأمین لباس فرم باکیفیت برای دانش‌آموزان به کار ببندند.

برای اطلاعات بیشتر از نحوه مشارکت و فعالیت اجرایی این اتحادیه در راستای طرح مذکور، مصاحبه‌ای با آقای مجتبی صیادیان، مدیر طرح و برنامه اقتصادی اتحادیه فوق‌الذکر انجام شد. وی در خصوص ضرورت حضور اتحادیه صنف پوشاک تهران در این طرح یادآور شد: به جهت عدم نظارت و شفاف‌سازی در تهیه پوشاک مدارس، سازمان دانش‌آموزی

طبق گفته سازمان دانش‌آموزی ۱۶ میلیون دانش‌آموز در مقاطع مختلف مشغول به تحصیل هستند که اگر میانگین لباس فرم آنها را ۱۰۰ هزار تومان در نظر بگیریم، مبلغ کل آن به ۱۶۰۰ میلیارد تومان می‌رسد که رقم بسیار چشم‌گیری است.

مدارس استفاده می‌شد که الیاف این پارچه‌ها برای پوست و سلامت دانش‌آموزان مضر بوده است.

وی در خصوص نحوه اجرای کار افزود: مدیران مدارس سطح شهر تهران اسامی تولیدکنندگانی که با آنها کار می‌کردند را به سازمان دانش‌آموزی ارسال و سازمان لیست اسامی تولیدکنندگان را به اتحادیه صنف پوشاک تهران ابلاغ کرد تا صلاحیت قانونی و ظرفیت تولید تولیدکنندگان احراز شود. بعضی اسامی مربوط به زنان سرپرست خانوار یا هنرستان‌ها یا کارگاه‌های تولید بدون جواز بود که در سال اول با هدف ایجاد تعامل بیشتر، منعی برای انجام کار این افراد قائل نشدیم و اتحادیه معرفی‌نامه‌ای را به این افراد که بیش از ۴۰۰ نفر بودند، جهت احراز هویت به سازمان دانش‌آموزان داد. در اجرای این طرح بلاشک دلال‌ها حذف و تولیدکنندگان مجاز با ظرفیت بالای تولید جایگزین آنها خواهند شد.

همچنین برای پیشبرد بهتر کار در شهرستان‌های اطراف تهران، اتحادیه صنف پوشاک تهران جلسه‌ای را برگزار و کل رؤسای سازمان‌های دانش‌آموزی شهرستان‌های اطراف شهر تهران را که شامل ۱۹ سازمان دانش‌آموزی و ۱۸ اتحادیه می‌شدند را دعوت تا مدل اجرایی کار و نوع تفاهم‌نامه امضاء شده را برای آنها توضیح دهد. قابل ذکر است که نوع کار اجرایی این اتحادیه در آینده الگوی موفق برای اتحادیه‌های سایر شهرهای ایران خواهد شد.

یکی از مزیت‌های اجرایی شدن این طرح، به جهت رقم بالای تولید در کل کشور مبحث اشتغال‌زایی آن است. از همین‌رو مناسب‌تر است که این کار توسط تولیدکنندگان صنفی انجام گیرد. در زمان‌هایی که صنعت و صنف با بحران یا رکود مواجه می‌شود، بهترین گزینه برای تولیدکنندگان عقد قرارداد با سازمان‌ها و ارگان‌ها است. از دیگر مزیت‌های قابل ذکر این طرح شفاف‌سازی میزان تولید در کشور و صدور جواز صنفی برای تولیدکنندگانی است که در گذشته بدون پروانه کسب فعالیت می‌کردند. البته قابل ذکر است که برای شفاف‌سازی هر چه بیشتر، سامانه‌ای راه‌اندازی و در اختیار مدیران مناطق مختلف سازمان قرار گرفته است. از آنجایی که در بیشتر شهرهای ایران، اتحادیه‌های صنفی پوشاک هنوز به مبحث لباس فرم مدارس ورود پیدا نکرده‌اند، اتحادیه صنف پوشاک تهران برای جذب حداکثری ظرفیت تولید تولیدکنندگان صنفی مجاز پیشنهاد می‌کند که اتحادیه‌های فوق‌الذکر با تمام قوا در اجرای این طرح اهتمام بورزند.

در بسیاری از شهرهای ایران مشکل قیمت‌گذاری برای دوخت پوشاک مدارس وجود دارد که در راستای حل این مشکل، صیادیان خاطر نشان کرد: به دلیل بهره‌مند بودن اتحادیه صنف پوشاک تهران از کارشناسان متخصص در کمیسیون حل اختلاف خود، قیمت‌گذاری پوشاک مدارس با تفکیک پایه تحصیلی و جنسیت، تدوین و به تولیدکنندگان پوشاک تهران و شهرستان‌های اطراف آن ابلاغ شد. لذا در نظر داریم تا با کمک سازمان دانش‌آموزی این ابلاغیه برای کلیه شهرهای ایران ارسال شود تا مشکل قیمت‌گذاری در سایر شهرها نیز حل گردد.

یکی از وظایف اتحادیه‌های صنفی در این طرح، نظارت بر کیفیت و نوع اجرای آن است که در این راستا صیادیان افزود: این اتحادیه کارگاه آموزشی برای بیش از ۴۰۰ تولیدکننده مجاز پوشاک مدارس تهران برگزار کرد تا اطلاعات کیفی، کمی و استانداردهای دوخت از جمله پارچه، دوخت، الگو، برش و استانداردهای عفاف و حجاب به این تولیدکنندگان آموزش داده شود.

صیادیان با اشاره به توافق اتحادیه پوشاک و سازمان دانش‌آموزی تهران مبنی بر برگزاری نمایشگاه پوشاک دانش‌آموزی در فصل تابستان گفت: قرار شد در فصل تابستان نمایشگاهی با حضور تولیدکننده‌های ایرانی تشکیل شود تا مدیران مناطق و مدارس با حضور در این نمایشگاه ضمن ارتباط مستقیم با تولیدکنندگان به صورت علمی و حرفه‌ای با موضوع پارچه و پوشاک آشنا شوند.

در آخر وی یادآور شد: با توجه به آنکه تولیدکنندگان موظف به واگذاری ۱۰ درصد قیمتی که از مصرف‌کننده دریافت می‌کنند به سازمان دانش‌آموزی هستند و این میزان از بازپرداخت به سازمان درصد بالایی ست، بهتر است سازمان با توجه به مشکلات اقتصادی میزان دریافتی خود از تولیدکنندگان را کمتر کند.

در انتها اتحادیه پوشاک تهران امیدوار است اجرای طرح ساماندهی پوشاک مدارس، برای تولیدکنندگان صنفی، کل اتحادیه‌ها و مصرف‌کنندگان منافع خوبی را رقم زند.

**قرار شد در فصل تابستان نمایشگاهی با حضور تولیدکننده‌های ایرانی تشکیل شود تا مدیران مناطق و مدارس با حضور در این نمایشگاه ضمن ارتباط مستقیم با تولیدکنندگان به صورت علمی و حرفه‌ای با موضوع پارچه و پوشاک آشنا شوند.**



مهناز امیرمزمز - عضو هیأت‌مدیره اتحادیه پوشاک تهران

روند پیشرفت جوامع بشری و کارآیی تکنولوژی‌های نوین، استفاده از فضای مجازی را برای تسهیل در امر مراودات اداری متقاضیان اتحادیه، امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر کرده است. از این‌رو اتحادیه با فراهم نمودن زیرساخت‌های لازم این امکان را برای اعضاء خود ایجاد کرده تا با فراغ بال و بدون نیاز به حضور فیزیکی، نسبت به انجام برخی از امور جاری خود در تمامی موارد مرتبط با صدور و تمدید پروانه کسب، اخذ مجوزهای حراج و فروش فوق‌العاده، ارائه پیشنهادات و انتقادات، پرداخت حق عضویت، اطلاع از ضوابط و مقررات و آئین نامه‌ها و دستورالعمل‌های جدید به صورت آنلاین با این سازمان تماس مستمر و پویا داشته باشند.



محمود رفیع‌پور - عضو هیأت‌مدیره اتحادیه پوشاک تهران

پوشش مناسب فی‌نفسه از پدیده‌هایی است که عقلانیت بشر به آن صحنه گذاشته و آداب و رسوم هر جامعه‌ای تنوع و چگونگی آن را معلوم می‌کند. در آموزه‌های دینی و فرادینی رعایت حجاب و عفاف در جامعه مسلمین از اهمیت به‌سزایی برخوردار است به گونه‌ای که اساس و بنیان خانواده و اصالت جامعه بدین مطلب بستگی دارد. تولیدکنندگان پوشاک نیز بر اساس همین اصول و ضوابط و دستورالعمل‌های ابلاغی مؤکداً در تولید البسه مناسب با شأن فرد مسلمان اقدام می‌نمایند.



کامبیز مروت جو - عضو هیأت‌مدیره اتحادیه پوشاک تهران

هدف از تأسیس اتحادیه‌ها محل تضارب آراء و ایجاد هماهنگی، هم‌فکری و هم‌اندیشی با استفاده از خرد جمعی است. اتحادیه‌ها کمک‌های قابل توجهی در پیشبرد امور و هدایت کارها به مجاری واقعی می‌نمایند. خوشبختانه به همت قانون و تلاش خادمان صنف پوشاک اتحادیه‌ها با هیأت‌مدیره منسجم و با ساختارهای قوی و پرسنلی کوشا و مشاوران مجرب در امر خدمات‌رسانی به جامعه و اعضاء همت می‌شمارند. فعالیت مستمر و بی‌وقفه کمیسیون‌های پنجگانه اتحادیه‌ها شامل کمیسیون حل اختلاف، کمیسیون رسیدگی به شکایات، کمیسیون بازرسی، کمیسیون فنی و کمیسیون آموزش راهی مثمر ثمر و راه‌گشا است.



محمد عرب‌کرمی - عضو هیأت‌مدیره اتحادیه پوشاک تهران

با زبان بدن در جامعه کسب‌وکار می‌توانیم موفقیت ایجاد کنیم. دانستن این زبان اعتماد به نفس‌مان را جهت شناخت دیگران بالا می‌برد و به ما کمک می‌کند درک بهتری از اطرافیان‌مان داشته باشیم تا پاسخ مناسبی به احساسات آنها بدهیم و در مقابل تصورات منفی ایمن باشیم و بتوانیم کنترل امور و شرایط را در تمام موارد به دست بگیریم. با دانش این زبان می‌توانیم در امور شغلی - خرید و فروش - مصاحبه - ارائه محصول به مشتری با موفقیت ظاهر شویم و در جامعه با حداکثر توان جهت انتقال دیدگاه به دیگران را داشته باشیم.



اکرم قاضی - بازرس هیأت‌مدیره اتحادیه پوشاک تهران

اهمیت و جایگاه بازرسی و نظارت در تمامی امور حاکم بر روابط اجتماعی به خوبی عیان است. در واقع با وضع مقررات و دستورالعمل که اعضاء محترم صنف مکلف به اجرای آن می‌گردند واحدی لازم است تا رعایت دقیق آنها را مدنظر داشته باشد تا از بروز تخلف و خروج از حد و حدود مقررات وضع شده جلوگیری نماید. این تکلیف قانونی بر عهده بازرس و ناظر گذاشته می‌شود. در قانون نظام صنفی بخش بازرسی و نظارت به دو فصل تقسیم‌بندی شده است که یک بخش در حوزه بازرسی از واحد صنفی متقاضیان پروانه کسب است. بخش دوم مربوط به اعلام شکایت مصرف‌کنندگان و همچنین مراعات تکالیف مقرر در ماده ۱۷ قانون نظام صنفی از لحاظ نصب اتیکت و صدور فاکتور است.



منصور تیرگر - رئیس مرکز پژوهش‌های اتحادیه پوشاک تهران

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. مأموریت اصلی این مرکز، تبدیل کردن پژوهش‌ها و دستاوردهای علمی به راه‌کارهای کاربردی و اجرایی منطقی برای توسعه همه‌جانبه صنف و صنعت پوشاک کشور به‌ویژه در مقاطع حساس و بحرانی است.



منصور الیاسی - عضو هیأت‌مدیره اتحادیه پوشاک تهران

اصناف در شرایط بحران اقتصادی وظیفه سنگینی به‌عهده دارند. وظایف اتحادیه‌ها ارائه خدمات تخصصی، علمی، فنی و اقتصادی به اعضاء خود می‌باشد. امروزه کسبه ما دچار رکود، بحران شدید و همچنین در سردرگمی گیج‌کننده‌ای به سر می‌برند. مشکلاتی مانند گران‌فروشی، تعزیرات، محدودیت در فروش کالاهای مختلف و... شرایط سختی را برایشان رقم زده است. آنها به‌دلیل ممنوعیت ورود پوشاک خارجی (قانونی یا قاچاق) به شدت دچار مشکل تأمین کالا هستند که اتحادیه‌ها می‌توانند با معرفی تولیدکنندگان خوب ایرانی در این زمینه کمک کنند. از طرفی تولیدکنندگان دچار بحران در تأمین مواداولیه و سرمایه در گردش هستند.



مجید افشاری - عضو هیأت‌مدیره اتحادیه پوشاک تهران

یکی از اهداف اصلی اتحادیه پوشاک تهران، ایجاد شبکه بزرگ فروش مجازی برای اعضاء عزیز می‌باشد که بتواند محصولات خود را در صفحه مربوط به خود قرار داده و ضمن درج قیمت و مشخصات محصول در یک محیطی که کارکرد آن برای هم اعضاء آسان و امکان‌پذیر باشد، هر روز محصولات خود را به‌روزرسانی نمایند و مصرف‌کننده بتواند کلیه کسبه هر منطقه را به تفکیک نام فروشگاه و یا تفکیک‌های دیگر نظیر نوع محصول، قیمت و ... محصولات را مشاهده کند. این شبکه فروش می‌تواند بسیاری از مشتریانی که ارتباط آنها با اصناف قطع شده را مجدداً مرتبط سازد.



### محمدباقر گرامی پور - اتحادیه صنف فروشندگان پوشاک قزوین

طرح جمع‌آوری و توقیف مانتهای جلو باز یکی از مشکلات اخیر فروشندگان پوشاک قزوین است. این اتحادیه از کارگروه تأمین مواد اولیه پوشاک خواستار تأمین مواد اولیه بیشتر و مناسب فعالیتهای واحدهای صنفی شهرستان‌های کوچک شدند. بهتر است تولیدات پوشاک کدبندی گردد و قیمت آن توسط ارگان مشخصی تعیین شود. اتحادیه فروشندگان پوشاک قزوین با ۱۰۰۰ عضو در اجرای طرح تسهیم وجوه با مشکلاتی اعم از: مغایرت شماره فاکتورهای بانک با فاکتورهای موجود در اسناد مالی اتحادیه، سختی مراحل انجام کار برای متقاضیان و در نهایت انصراف آنها، پایین بودن سرعت سایت ایرانیان و محدود بودن ارسال کد اقتصادی پرونده متقاضیان روبه‌رو شده‌اند.



### حجت‌ا... ناصری شاد - اتحادیه صنف فروشندگان پوشاک همدان

یکی از مشکلات عمده صنف پوشاک بحث قاچاق است که متأسفانه علیرغم ممنوعیت واردات و فروشگاه‌های عرضه‌کننده پوشاک برند، قاچاق روزبه‌روز در حال افزایش است. یکی از دلایل موفق نبودن صنعت پوشاک کشور برای نشان (برند) سازی است که پیشنهاد می‌شود دستگاه‌های نظارتی از جمله سازمان امور مالیاتی از تولید و صنعت پوشاک حمایت کنند. کمبود مواد اولیه، به‌روز نبودن ماشین‌آلات، کاهش سرمایه در گردش و نقدینگی را مشکل اصلی تولیدکنندگان است. بهتر است واردات ماشین‌آلات مناسب این حوزه، از عوارض گمرکی معاف و با یارانه خرید دولتی شاهد جهش چشمگیری در کیفیت تولید خواهیم بود.



### صادق بطحائی - اتحادیه صنف پوشاک فروشان کرج

کمبود مواد اولیه و عدم ثبات قیمت آن، عدم طراحی‌های مناسب در بحث مُد و لباس عامه‌پسند، نبود تجهیزات به‌روز، فراوانی و سهل‌الوصول بودن کالای قاچاق در بازارهای مرزی و تهران، عدم اعتماد تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در تولید پوشاک از موانع عمده صنف است. می‌توان از ظرفیت بالای استان البرز به عنوان قطب تولید و توزیع پوشاک و تولید داخلی استفاده نمود. این اتحادیه با بیش از ۴۰۰۰ عضو در سیستم تسهیم وجوه مشکل عدم امکان تقسیط و اعمال تخفیف بیشتر از مبلغ ۱۶۰۰ هزار ریال جهت واحدهای صنفی کم بضاعت و مناطق محروم را دارد که طرح فوق مانع حمایت از قشر ضعیف و کم درآمد می‌شود.



### علی عابدینی - اتحادیه صنف فروشندگان البسه و پوشاک تبریز

مالیات‌های بیش از حد، وام‌های تولید با سود ۱۸ درصد، نبودن مواد اولیه، وارد نمودن مواد اولیه با دلار سیزده هزار تومان خروج از گمرکات و پرداخت گمرکی، تعطیلی کارخانجات نساجی کوچک و جدید به دلیل مسائل و مشکلات مالی از موانع و مشکلات پیش‌رو است. این اتحادیه با ۴۰۴۶ عضو در اجرای طرح تسهیم وجوه با مشکلات متعددی روبرو شدند از جمله: در تسهیم وجه مبلغ مشخص نیست که به حساب چه کسی واریز می‌گردد و از نظر قانون نظام صنفی غیرقانونی است. همچنین طبق قانون نظام صنفی اتحادیه‌ها باید از نظر مالی مستقل بوده و همچنین تسویه با اتاق اصناف مربوطه می‌تواند هر سه ماه یکبار انجام پذیرد که در تسهیم وجوه این امکان وجود ندارد.



### جعفر آسوده - اتحادیه فروشندگان پوشاک و صنوف وابسته قم

تهیه مواد اولیه ارزان قیمت به تولیدکننده، بخشودگی مالیاتی به افراد تولیدکننده، همکاری بیمه تأمین اجتماعی با کارفرمایان و عرضه بیمه ارزان قیمت به کارگران، ارائه تسهیلات با بازپرداخت طولانی مدت و سود کم، قطع دست واسطه‌گران و دلال‌ها که توزیع کننده بتواند اجناس را از تولید کننده به طور مستقیم دریافت نماید و در پایان گمرک کشور نیز به یاری تولیدکنندگان شتافته تا ایشان هم تولیدات خود را در داخل کشور عرضه و هم به خارج از کشور صادر نمایند. بهتر است برای رفع معضل مواد اولیه سامانه‌ای در این خصوص در کل کشور راه اندازی شود.



### علی اسماعیل زاده - اتحادیه صنف فروشندگان پوشاک بیرجند

پیشنهادات و نظرات اعضای هیأت مدیره این اتحادیه در راستای رونق ملی مواردی از جمله: تهیه بسته‌های حمایتی حق بیمه سهم کارفرما توسط دولت، راه اندازی سایت جامع تولیدکنندگان پوشاک با درجه و رتبه بندی توسط آن اتحادیه صنف پوشاک تهران، تشکیل تعاونی‌های تولیدی و توزیعی صادرات پوشاک در سطح کشور، رایزنی در سطح کلان در خصوص فروش خانگی پوشاک و فروش در فضای مجازی، برخورد های قاطع با فروشندگان عرضه البسه قاچاق را بیان کردند. همچنین خاطرنشان کردند در سامانه ستاد بایستی مالیات قراردادهای این سامانه شفاف و در لحظه محاسبه و اخذ گردد.



### ابراهیم خطا بخش - اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک اصفهان

محدودیت واردات کالای خارجی (چینی) به دلیل عدم رقابت پذیری قیمت پوشاک داخلی با این اجناس، برگزاری نمایشگاه ها و فروش فوق العاده های سراسری، ایجاد ارتباط نزدیک تولیدکنندگان و فروشندگان، جلوگیری از فروش پوشاک قاچاق، به روزرسانی تجهیزات، مساعدت های لازم جهت تأمین مواد اولیه، مساعدت در برندسازی تولیدی ها همسو با فرهنگ و شئون اسلامی - ایرانی پیشنهادات این اتحادیه با ۴۰۰۰ عضو جهت رونق تولید ملی است.



### روح ا... منزلی - اتحادیه صنف پوشاک و خشکشویی کرمان

تعداد واحدهای صنفی فعال در هر رسته بیش از استاندارد جهانی، باعث از بین رفتن سرمایه، کاهش توان و درآمد اصناف می شود که یکی از راه کارها، اصلاح قانون نظام صنفی در خصوص مواردی همچون سقف صنفی، حریم و تعداد واحدهای صنفی مجاز به فعالیت است. در راستای رونق تولید، پیشنهادات این اتحادیه با ۲۰۰۰ واحد صنفی می توان به موارد ذیل اشاره نمود: حمایت از تولید با جلوگیری از ورود پوشاک از مبادی غیررسمی، برخورد قاطع با واردکنندگان پوشاک قاچاق نه خرده فروشان، تجمع سرمایه و ایجاد کارگاه های تولیدی بزرگتر با رویکرد علمی و افزایش بهره‌وری واحدهای تولیدی، حمایت بخش دولتی از تولیدکنندگان، حمایت از طراحان ایرانی و آموزش حرفه‌ای در این زمینه، استفاده از تجهیزات دوزندگی و بافندگی روز دنیا.



سید رضا حسینی - اتحادیه صنف خیاطان و تولیدکنندگان پوشاک همدان

چالش اصلی صنف پوشاک نوسانات قیمتی مواد اولیه و ماشین آلات است که حتی با این مشکل خریده‌ها هم باید به صورت نقدی و یا پیش‌پرداختی انجام شود که این امر سبب شده تولیدکنندگان و فعالان تا روز تحویل مواد اولیه مورد نیاز خود از قیمت قطعی کالای خریداری شده بی‌خبر باشند. طرح تسهیم وجوه هم مشکلاتی برای اتحادیه از جمله زمان طولانی واریز حساب به اتحادیه و ایجاد فرایندهای زمان‌بر مالی در اتحادیه و عدم امکان تخفیف به واحدهای صنفی را رقم زده است. همچنین این اتحادیه با ۹۸۹ نفر برای حمایت از اعضای خود وام بانکی یکصد تا پانصد میلیون ریال را فراهم می‌کند.



علیرضا حقیقت‌شعار - اتحادیه پوشاک، خرازان شهرستان پردیس

عدم توجه به برندسازی و عدم انجام حمایت لازم در این زمینه، عدم حمایت صحیح از تولیدکنندگان، عرضه کالا در بازارهای موازی و بی‌ضابطه (دست‌فروشان و روز بازارها)، عدم برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در حوزه مد با رویکرد معرفی تولیدکنندگان و نیازسنجی بازار، عدم نوآوری و بومی‌سازی در صنعت پوشاک، عدم همکاری و حمایت نهادهای دولتی جهت بومی‌سازی و فرهنگ‌سازی در مقوله مد، وجود قوانین دست و پاگیر، بالا رفتن هزینه‌های تولید و ... باعث عدم رغبت سرمایه‌گذاری در این صنعت شده است.



سعید جنیدی جعفری - اتحادیه پوشاک، فرش و موکت، لوازم خانگی پیشوا

دستیابی به اهداف کلان حوزه پوشاک دو نوع است. الف) کوتاه‌مدت: شامل تهیه و توزیع مواد اولیه و تغذیه واحدهای تولیدی که خود موجب رونق بخشی تولید پوشاک می‌گردد. ب) بلندمدت: تقویت و به‌روزرسانی و مدرن‌سازی کارخانجات منسوجات و پارچه‌بافی که منجر به تأمین نیاز داخلی صنعت پوشاک می‌شود و وابستگی صنعت پوشاک را در درازمدت از واردات مواد اولیه و پارچه به مقدار چشمگیری کاهش می‌دهد.



سهراب خطیب - اتحادیه صنف پوشاک فروشان بجنورد

متأسفانه بالا بودن هزینه حمل در شهرستان، هزینه‌های جانبی، کم‌شدن درآمد و قدرت خرید شهروندان، تقسیم ناعادلانه مواد اولیه تولید از مسائل موجود در صنف پوشاک است. طرح تسهیم وجوه برای این اتحادیه با ۶۳۶ عضو مشکلات مختلفی ایجاد کرده است.





محمد سهرابزادی - اتحادیه صنف خیاطان ساری

مشکل تأمین مواد اولیه و عدم مشخص بودن قیمت آن، جذب نیروی انسانی و عدم بیمه پرسنل دوزنده، عدم دسترسی به دستگاه‌های مدرن دنیا، عدم کیفیت یا غیرمطلوب بودن پارچه‌های ایرانی جهت رقابت با بازار دنیا از موانع موجود در صنف پوشاک است. پیشنهاد می‌شود مجمع طراحان داخلی تشکیل شود و توریست تفریحی با حمایت میدانی از صنایع پوشاک جذب شوند. همچنین اتحادیه خیاطان ساری شامل ۷۶۰ عضو فعال است.



سید محمود سیدی - اتحادیه صنف تولیدکنندگان پوشاک قزوین

پیشنهادات این اتحادیه شامل تبلیغات به موقع و حمایت از تولید داخلی، ممنوعیت قانون واردات انواع پوشاک و جلوگیری از تهاجم فرهنگی، ایجاد تعصب فرهنگی و اصیل اقلیمی نسبت به پوشاک اصیل و ایرانی، حمایت از تولیدات داخلی مواد اولیه ایرانی و به‌کارگیری و کمک از خبرگان پیشکسوت در امر تولید و لوازم جانبی آن است.



منصور رضائی - اتحادیه تولیدکنندگان پوشاک بوشهر

انتخاب یک مشاور اقتصادی و حقوقی جهت جلوگیری از صدور بخشنامه‌هایی که به تولیدات داخلی ضربه می‌زند، جلوگیری از ورود پوشاک قاچاق، ایجاد معافیت‌های مالیاتی چندین ساله تولیدکنندگان پوشاک و اعطاء تسهیلات ارزان قیمت و بلندمدت جهت رونق تولید از اهداف کلان و سیاست‌گذاری‌های حوزه پوشاک است.



محمد رضا رضائی - اتحادیه صنف فروشندگان پوشاک زاهدان

مشکلات و موانع عوامل داخلی شامل: ضعف علمی و تخصصی دانش‌آموختگان و مراکز علمی، عدم یادگیری و الگوبرداری از تجربه سایر کشورها در چگونگی حمایت از صنعت داخلی، به‌روز نبودن محصول (مدنظر قرار نگرفتن نیاز مشتری)، ضعف یا به‌روز نبودن دانش و تخصص و عدم بهره‌گیری از علوم است. راه‌کارهایی چون گذراندن دوره کارآموزی برای دانش‌آموختگان صنعت پوشاک، طراحی لباس‌های محلی متناسب با فرهنگ ایرانی اسلامی، بستن تفاهم‌نامه با کارخانه‌ها برای توزیع مواد اولیه زیر قیمت بازار، تقویت خوشه‌ها و تشکیل شبکه‌های پیمانکاری تولید پوشاک، تقویت و تکمیل زنجیره عرضه نساجی و پوشاک، پشتیبانی از خلق مد ملی و تربیت طراحان و خلاقان عرصه مد، سرمایه‌گذاری روی بازاریابی، پژوهش بازار داخلی، برندسازی جهت هویت بخشیدن به محصول و شناخته شدن در بازار جهانی پیشنهاد می‌شود.



حسین فروغی - اتحادیه پوشاک و پارچه‌فروشان نظرآباد کرج

به سازمان تامین اجتماعی پیشنهاد می‌شود تا سازوکار لازم جهت تحت پوشش قراردادن بیمه‌ای فعالین در حوزه تولید به ویژه تولیدکنندگان پوشاک جهت بهره‌مندی از مزایای بیمه تامین اجتماعی در ایام فعالیت و بازنشستگی تبادل نظر به عمل آید.



جواد محقق - اتحادیه خیاطان بهارستان

برگزاری جلسات و هم‌فکری مستمر و دوره‌ای در شهرستان‌ها راه‌کار مناسبی است. طرح تسهیم وجوه این اتحادیه را با ۱۷۰۰ عضو به کل نابود کرد که بهتر است حذف و طرح تقسیم نیز حل شود.



محمد عسگری - اتحادیه صنف پوشاک و قماش شهریار

عف در برندسازی (نداشتن برند) مهم‌ترین چالش‌های صنف و صنعت پوشاک است که از مشتری پس از خرید به دلیل نبود خدمات پس از فروش حمایت نمی‌کند. کارخانه‌های نساجی خوب کشور تعطیل شدند به عنوان مثال ایران پولین، پوشش ایران برکت و فومنت در استان گیلان تعطیل و از چرخه تولید خارج شدند. بنابراین دولت باید ضمن تقویت صنعت نساجی به‌عنوان صنعت بالا دستی، زیرساخت‌های مناسب را جهت ایجاد ادغام‌های عمودی برای بخش خصوصی مهیا کند. عدم حضور رسانه مُد کارساز، نبود مجلات مناسب مد، عدم اجازه برگزاری شوهای رسمی لباس، ضعف در طراحی لباس، مُد و نیازسنجی و ذائقه سنجی بازار هم به این صنعت در ایران ضربه زده است.



شمسی سخائی - اتحادیه صنف پوشاک و قماش فروشان فردیس

رکود در بازار پوشاک به دلیل قیمت بالای مواد اولیه و کاهش قدرت خرید مردم ایجاد شده که صنف پوشاک حمایت شدید دولت را نیاز دارد تا چرخ آن بچرخد. این اتحادیه با ۱۰۰۰ عضو از اعضای برتر خود با نصب بنرهای قدردانی در محل واحد صنفی و اهدای لوح‌های تقدیر تجلیل می‌کند. این اتحادیه بزرگترین چالش تسهیم وجوه را عدم توانایی در کمک به اعضاء دارای مشکلات مالی جهت اعمال تخفیف لازم و پیش از مبلغ تعیین شده جهت دریافت پروانه کسب می‌داند.



رضا ملکی - اتحادیه پوشاک و قماش فروشان رباط کریم

راه‌حل‌های توسعه حوزه پوشاک ایجاد انسجام فعالیت گروه‌های مختلف در کل کشور است. همچنین تمرکز بر طراحی و استفاده از فرهنگ ناب ایرانی راهی برای رقابت با برندهای خارجی است. طرح تقسیم وجوه باعث شده قدرت توانایی اتحادیه‌ها در انجام وظیفه خود که همانا حمایت از واحدهای تحت پوشش، ساماندهی و نظارت بر آنان و صدور پروانه کسب کاهش یابد. اتحادیه جهت تشویق و ترغیب واحدهای صنفی تابعه فعالیت‌های مختلفی از جمله برگزاری مراسم سالانه تحت عنوان "معرفی کاسب برتر"، تقدیر و تشکر از ارگان‌های مرتبط با دریافت پروانه کسب، برگزاری کارگاه‌های آموزشی در راستای مشتری مداری و اجرای آداب و فرهنگ ایرانی، قدمی در این امر برداشته است.



محمدهادی نصیری - اتحادیه صنف فروشندگان پوشاک و خرازان گرگان

به علت عدم کیفیت اجناس داخلی و نداشتن شناسه کالا مشکلاتی برای مصرف‌کننده و فروشنده به وجود آمده است. تأمین اعتبار مالی از طرف بانک‌ها به تولیدکنندگان، تأمین مواد اولیه مناسب، عدم حمایت از تولیدکننده دارای شناسه صنفی، عدم همکاری تولیدکنندگان با توزیع‌کنندگان، ایجاد مشکلات طرح تسهیم به خصوص برای کسبه ضعیف شهرستان‌ها از مشکلات مهم تولیدکنندگان پوشاک است.



جعفر مددی - اتحادیه پوشاک اراک

از چالش‌ها و مسائل پیش‌روی حوزه پوشاک کشور می‌توان موارد ذیل را اشاره کرد: کمبود مواد اولیه و قیمت بالای مواد، تسویه نقدی و عدم تعامل بین بازار و تولیدکننده، بی‌رغبتی تولیدکنندگان و کارگران صنفی در ادامه فعالیت و خالی شدن بخش عمده‌ای از ظرفیت‌های تولیدی، کم شدن حجم خرید و فروش و عدم تناسب عرضه و تقاضا، کمبود نقدینگی، فرسودگی ماشین‌آلات و تکنولوژی، عدم حمایت دولت از تولید، معوقات بانکی تولیدکنندگان، نوسانات نرخ ارز، افزایش بی‌رویه قاچاق، بالا بودن هزینه‌های تولید اعم از مالیات، برق مصرفی، هزینه بیمه و ... همه در روند تولید اختلال ایجاد می‌کنند.



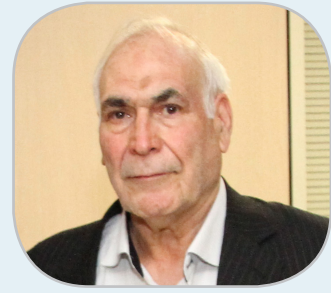
حسن ملکی - اتحادیه پوشاک فروشان ایلام

واردات بی‌رویه اجناس بی‌کیفیت چینی، اشباع شدن صنف پوشاک به علت عدم موجودیت سقف صنفی، تراکم دست‌فروشان، افزایش فروشگاه‌های تاناکورا و بحث بهداشت و بیماری‌های پوستی، عدم تدارک تورهای آموزشی و نمایشگاهی با قیمت مناسب خارج و داخل از مسائل موجود است. این اتحادیه با ۶۶۵ عضو صنفی پیشنهاد می‌کند تا با تدوین برنامه آموزشی توسط اتحادیه پوشاک تهران، جلسات ماهیانه آموزشی برای اتحادیه‌های سراسر کشور برگزار شود.



**غلامحسین جودکی - اتحادیه صنف خرازی و پوشاک بروجرد**

کارگاه‌ها و کارخانجات تولید پوشاک باید به خارج از تهران و مراکز استان‌ها و شهرستان‌ها و حتی روستاها انتقال داده شود تا هزینه تولید کاهش یابد. بایستی نمایندگی پخش پوشاک در شهرستان‌ها و مراکز استانها جهت تسهیل در این امر ایجاد شود و واردات و صادرات مواد اولیه و فراورده‌های جانبی آزاد گردد و از انحصار عده‌ای خاص خارج گردد.



**عبدالله فرجی - اتحادیه پوشاک، پارچه و سیسمونی فروشان ورامین**

جلوگیری از واردات کالای قاچاق و افزایش نظارت اتحادیه‌ها در این خصوص، افزایش برندسازی و تمرکز اتحادیه‌ها در این مرحله و شناساندن هر چه بیشتر کالاهای داخلی و حمایت قاطع از کالای ایرانی به هر طریق ممکن علی‌الخصوص رسانه‌های عمومی و غیره از راه‌کارهای رونق تولید ملی است. این اتحادیه با حدود ۵۰۰ عضو، طرح تسهیم وجوه را دارای مشکلات متعددی از جمله عدم تأمین بودجه و دریافت وجه از متقاضیان، در صورت انصراف متقاضیان می‌بایست مبلغ ۷۰۰ هزار ریال از حساب اتحادیه پرداخت گردد.



**محمدعلی ضیائی - اتحادیه تولیدکنندگان پوشاک قم**

کمیود مواد اولیه با قیمت مناسب، مشکلات بیمه تأمین اجتماعی، پرداخت مالیات توسط تولیدکنندگان، ورود قاچاق بی‌رویه، ایجاد مشکل در درآمدزایی اتحادیه با اجرای طرح تسهیم وجوه و نبود نظارت کافی از سوی نیروی انتظامی در برخورد با کسبه بدون پروانه از مشکلات عمده تولیدکنندگان پوشاک قم با ۲۰۰۰ عضو است.

## محمد رضائی نوکنده - اتحادیه صنف پوشاک قدس

بزرگترین مشکلات حال حاضر عدم وجود ثبات قیمت در تأمین مواد اولیه است. علاوه بر آن کمبود نقدینگی و کاهش قدرت خرید مردم که با مشکلات سنتی واحدهای تولیدی مانند تأمین اجتماعی و اداره کار و... سدی محکم در مقابل تولیدکنندگان قرار گرفته است. با حمایت از تولیدکنندگان آنها را تشویق به رقابت در امر صادرات نموده تا بتوان در این حوزه همچون کشورهای همجوار به دلیل وجود پتانسیل مشابه در بازارهای جهانی برندهای ایرانی را ثبت و احیاء نمود. همچنین در پروژه طرح تسهیم مغایرت‌های اساسی وجوه با قانون نظام صنفی باعث کاهش آمار صدور پروانه کسب گردیده است.

## حمید دهقانی - اتحادیه فروشندگان پوشاک و کیف و کفش اشکذر

حمایت از واحدهای تولیدی در خصوص تأمین مواد اولیه، حمایت از واحدهای ریسندگی بزرگ و کوچک از لحاظ اخذ مجوز و تسهیلات و تهیه مواد اولیه، مبارزه با ورود پوشاک قاچاق، برگزاری دوره‌های آموزشی مؤثر در امر فروش و راه کارهای مشتری‌مداری جهت رونق کسب و کار، هماهنگی ارگان‌های نظامی و انتظامی و ادارات آموزش و پرورش جهت تهیه لباس‌های فرم توسط واحدهای صنفی شهرستان اشکذر پیشنهادات و راه کارهایی در راستای رونق تولید است.

## بهرام حیدری - اتحادیه تولیدکنندگان پوشاک و فرش دستباف رباط کریم

اهم مشکلات پوشاک شامل: کمبود نیروی کار در شهرک‌های صنعتی علی‌الخصوص نصیرشهر، تأمین مواد اولیه، عدم ارائه فاکتور از طرف کارخانه‌های فروشنده مواد اولیه و مالیات بر ارزش افزوده است.

## عشرت کاظمی - اتحادیه صنف خیاطان قدس

عدم همکاری صمیمانه سازمان تأمین اجتماعی، اداره کار و اداره بهداشت با کارفرمایان شهرستان قدس باعث مشکل در ادامه فعالیت تولیدکنندگان شهرستان قدس شده است. همچنین احتساب حق بیمه کامل برای پرسنل بیش از ۵ نفر که رقم قابل توجهی برای اغلب کارفرمایان است را از دیگر مسائل پیش‌رو است. این اتحادیه پیشنهاد می‌کند دولت از طریق تسهیلات، تأمین مواد اولیه تولید پوشاک، مشوق‌های مالیاتی، مشوق‌های بیمه‌ای و کاهش تعرفه‌های حق بیمه به تولیدکنندگان پوشاک در جهت اشتغال‌زایی بیشتر کمک کند.

## مجتبی درویش متولی - اتحادیه پارچه و پوشاک فیروزکوه

مشکلات تولید شامل کمبود مواد اولیه، رکود حاکم بر بازار، تورم و کمبود نقدینگی است. همچنین درحوزه توزیع به دلیل تورم و کمبود نقدینگی و کاهش قدرت خرید مردم، مشکلات بزرگی به بدنه واحدها وارد شده و بازار مجازی خرید و فروش در شهرهای کوچک واحدها را با مشکل عدیده‌ای مواجه خواهد کرد. پیشنهاد می‌شود از طریق دولت یا اتاق اصناف ایران واردات دستگاه‌های پیشرفته و به‌روز در حوزه پوشاک در خدمت متولیان این امر قرار گیرد.

### سید رسول گرمودی - اتحادیه لباس فروشان اردبیل

اتحادیه لباس فروشان اردبیل با ۶۰۰ عضو، رونق تولید را در راستای حمایت دولت محترم از تولیدکنندگان عنوان کرد. به عنوان مثال تولیدکنندگان عوارضات گمرکی برای منسوجات و دستگاه‌های پیشرفته خیاطی و غیره معاف شوند. همچنین با کمک اتحادیه‌ها و کارگروه‌های قوی در مراکز استانها جهت نظارت بر کیفیت، قیمت و مدل با برند ملی سراسری با قیمت واحد تولید نموده خریدار را سراغ تولیدات ایرانی سوق دهیم.

### حسن هاشمی - اتحادیه پوشاک، قماش و دوزندگان دماوند

در شرایط فعلی پیشنهاد می‌گردد واردات مواد اولیه ای مورد نیاز از طریق نهادهای مرتبط با ارز دولتی تأمین و از طریق اتحادیه‌های مرتبط توزیع شود. در حال حاضر شرایط طلایی تولید داخل پیش آمده که لازم است حاکمیت با عزم رونق تولید داخلی شرایط لازم را فراهم و از کالای خارجی به خصوص بخش قاجاق جلوگیری نموده و به لحاظ قانونی نیز واردات پوشاک هیچ توجیه اقتصادی نداشته باشد. از نظر این اتحادیه با ۷۰۰ عضو، طرح تسهیم وجوه به دلایل مختلف طرح اجرایی و عملیاتی نیست.

### حسین بیات - اتحادیه صنف تریکو و پوشاک کرمانشاه

پیشنهاد می‌شود که سازوکار مناسب و رفع موانع تولید جهت رونق کارخانه‌های نساجی و تولید پارچه ایجاد شود که مواد اولیه متنوع و باکیفیت داخلی برای تولید پوشاک وجود داشته باشد. در ضمن باید یادآور شد با توجه به اینکه گردش مالی واحدهای توزیع کننده از واحدهای تولیدکننده بیشتر است اما هیچ گونه تسهیلات بانکی از قبیل وام‌های مشارکتی یا مضاربه به توزیع کننده تعلق نمی‌گیرد.

### ولی یار فرامرزی - اتحادیه صنف خیاطان و تولیدکنندگان پوشاک شهریار

کمبود مواد اولیه و در نتیجه گران شدن مواد اولیه در تأمین این مواد نقش مخربی ایجاد کرده است که سبب گرانی محصول تولیدی شده است. ایجاد شهرک‌های صنفی صنعتی و مستقر شدن واحدهای تولیدی و حمایت واقعی دولت از واحدهای تولیدی می‌تواند در رسیدن به اهداف کلان ثمربخش باشد. این اتحادیه با حدود ۱۰۰۰ عضو، طرح تسهیم وجوه را موجب نا موفق ماندن اتحادیه‌ها در جذب اعضای جدید می‌داند.

### اکرم اکبر زاده - اتحادیه پوشاک، خیاطان و قالبیافان قرچک

کلیه کارشناسان هیأت مدیره این اتحادیه با ۱۵۰۰ واحد صنفی راه کارهای رونق تولید ملی در شرایط حاضر را مواردی از جمله: کاهش قیمت مواد اولیه، حذف واسطه‌گران و دلال‌ها، جلوگیری از ورود کالای قاچاق را عنوان کردند.

## عباس رحیم‌زادگان - اتحادیه خیاطان و تولیدکنندگان ایلام

گرانی مواد اولیه، گرانی عمومی بازار و عدم توانایی مردم در خرید پوشاک و قرار دادن آن در اولویت‌های غیرضروری، دلایلی، ضعف‌های قانون کار، مشکلات تولیدکننده‌ها با کارگران، تولیدی‌های بدون مجوز، کالاهای قاچاقی وارداتی موجود در بازار و غیره، از عمده‌ترین مشکلات تولیدکننده‌های پوشاک است. این مشکلات در کنار وضع بازار و فضای رقابتی تولید بر میزان سود نهایی تولیدکننده اثرگذار هستند. راه‌کارهای این اتحادیه شامل ارائه تسهیلات جهت بازسازی و نوسازی تولیدی‌ها، بازدیدهای دوره‌ای جهت رفع موانع لازم جهت تولیدات بیشتر، فراهم نمودن هرچه بیشتر همایش‌ها برای تولیدکنندگان، تدوین تعرفه گمرکی جهت رقابتی نمودن تولیدات داخلی و حمایت همه‌جانبه از تولیدی‌ها پیشنهاد می‌شود.

## غیاثعلی بابازاده - اتحادیه پوشاک، قماش و خرازان بهارستان

تأمین و توزیع مواد اولیه توسط اتحادیه‌ها با نظارت اتاق اصناف، اعمال جریمه سنگین در خصوص قاچاق پوشاک، رفع موانع تولید، اعطاء وام بانکی با سود کم، رفع مشکلات تأمین اجتماعی و اداره دارایی، محاسبه پایین نرخ حامل‌های انرژی - آب، برق، تلفن، گاز تولیدکنندگان و معرفی نیروی انسانی متخصص در حوزه پوشاک توسط مراکز فنی و حرفه‌ای، راه‌کارهایی جهت حمایت از تولید ملی است. اتحادیه مذکور با حدود ۸۵۰ عضو، تخفیف سنوات برای واحدهای صنفی عرضه‌کننده تولید داخلی قائل می‌شود.

## منصور کیانی - اتحادیه پوشاک شهرکرد

یکی از اساسی‌ترین مشکلات مسئله ارزش‌افزوده است که طی چند مرحله شامل مواد اولیه (پنبه، الیاف، نخ، پارچه، تولیدکننده و بنکدار) دریافت می‌شود که این مسأله باعث افزایش قیمت در عرضه کالا و در نتیجه گرانی و ضعف خرید مردم می‌گردد و اثر مستقیم در کاهش تولید داشته و در نتیجه منجر به تعطیلی واحدهای تولیدکننده می‌گردد و عاملی می‌شود تا واحدهای تولیدکننده زیرزمینی که اکثراً تولیدکنندگان کشورهای خارجی می‌باشند بازار را به دست بگیرند و با توجه به عدم پرداخت هرگونه عوارضی با قیمتی مناسب‌تر جنس را عرضه و تولیدکنندگان کشور را به زانو درآورد لذا جای تأمل دارد که با همکاری شما و کلیه ارگان‌های مربوطه نسبت به سازمان‌دهی هرچه بیشتر عرضه مواد اولیه، تولیدکنندگان داخلی و بنکداران و عرضه‌کنندگان معتبر در جهت کاهش هزینه‌ها و حذف دلال‌ها و واسطه‌های نامرغوب در اتحادیه اقدام مقتضی به عمل آید.

## علی لطفی - اتحادیه خیاطان و تولیدکنندگان پوشاک کرج

از مشکلات تولید پوشاک می‌توان به گران بودن مواد اولیه که باعث بالا رفتن قیمت تمام‌شده می‌گردد، بالا رفتن کرایه‌ها، سنتی بودن کارگاه‌ها، برداشتن ماده ۸۰ (تخفیف کارگران بالای ۵ نفر) و همچنین نبود بیمه تخفیف‌دار کارفرمایی مانند کارگران خیاطی اشاره نمود. از مواردی که باعث کمک به تولید و فروش پوشاک می‌گردد، ایجاد شهرک‌های تخصصی پوشاک است که این شهرک‌ها با تجمیع تولیدکنندگان در یک محل امکان دسترسی فروشندگان و همچنین خریداران را راحت‌تر می‌کند و باعث افزایش فروش و رونق تولید می‌گردد. طرح تسهیم وجوه برای این اتحادیه با حدود ۱۷۰۰ عضو، مشکلات متعددی را به وجود آورده است.

# نشست هم‌اندیشی رؤسای اتحادیه‌های پوشاک سراسر کشور

اقدام مشترک در ایجاد وحدت و هم‌گرایی، سازوکارهای خود را می‌طلبد. هم‌اندیشی و تقویت روحیه موّدت با رایزنی و استمرار گفتگوها در مباحث مشترک‌المنافع و گفتمان‌های دوسویه و مطلوب و سازنده شکل می‌گیرد. اهمیت این امر در نهاد زندگی و جامعه بشر از آنچنان مقامی برخوردار است که خداوند متعال در قرآن کریم به شورا و مشورت تکلیف نموده و امرهم شورا بینهم را از مبانی اداره جامعه مقرر فرموده است. سلسله نشست‌های هدفمند رؤسای محترم و معزز اتحادیه‌های صنفی تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک سراسر کشور مطلع آغازین پیروی از دستور الهی در راستای هم‌افزایی و به اشتراک‌گذاری تجارب، دانش‌ها، یافته‌ها و به هنگام نمودن اطلاعات و آمار سازمانی و تشکیلاتی شخصیت‌هایی است که هر یک مدیریت و تمشیت امور تعداد کثیری از بنگاه‌های کوچک و بزرگ اقتصادی را بر عهده دارند. اطلاع از کم و کیف شرایط و مقتضیات اقلیمی و اقتصادی هر حوزه جغرافیایی کشور پهناور ایران و روزرسانی آمارها و داده‌ها، در جمع عقلایی تشکل‌های صنفی، پایه و مبنای راهبرد، استراتژی و طرح و برنامه توسعه و پیشرفت صنعت نساجی و پوشاک تلقی می‌گردد. این باور و طرز تلقی، قدر مسلم مجموعه را به سوی تدوین و اجرای برنامه‌های توسعه‌ای و راهبردی موثر و کارا رهنمون خواهد ساخت. زمان در گذر است و فرصت‌ها ناپایدار، انگیزه استفاده و بهره‌وری تام و به غایت مفید و تاثیرگذار از گعده‌ها این چنین مغتنم است تا با تبیین مشکلات و موانع پیش‌رو، باور به توانمندی‌ها و داشته‌های خود، از سد تحریم‌های ظالمانه استکباری گذر کنیم و در دام تحریم‌های داخلی گرفتار نشویم. از این رو با اغتنام فرصت‌بخشی از چالش‌هایی را که می‌تواند به جمع حاضر ارائه نمود و در ایجاد راه‌کار و تعیین‌ساز و کار مرتفع‌نمودن آنها چاره‌اندیشی کرد را مطرح می‌نمائیم تا با استعانت از اندیشه پویا و ذهن فعال و تجارب مدیریتی - اقتصادی یکایک رؤسای ارجمند اتحادیه‌های صنفی حاضر به جمع‌بندی و خروجی قابل قبولی دست یابیم

ابوالقاسم آقاحسین شیرازی

رئیس اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران