



ویروس برند در بازار پوشاک

حضور برندهای خارجی پوشاک در بازار ایران شتاب بیشتری گرفته است، آن هم در حالی که تا پیش از این 60 درصد بازار پوشاک ایران در تسخیر اجناس خارجی وارداتی و قاچاق بود و با روند فعلی بیم آن می‌رود سهم خارجی‌ها از این بازار گسترده‌تر شود.

جامجم گزارش می‌دهد ویروس برند در بازار پوشاک

حضور برندهای خارجی پوشاک در بازار ایران شتاب بیشتری گرفته است، آن هم در حالی که تا پیش از این 60 درصد بازار پوشاک ایران در تسخیر اجناس خارجی وارداتی و قاچاق بود و با روند فعلی بیم آن می‌رود سهم خارجی‌ها از این بازار گسترده‌تر شود.

بر اساس آمارهای رسمی، گردش مالی بازار پوشاک کشور سالانه رقمی معادل 9 میلیارد دلار است که فقط نزدیک به 40 درصد از این بازار بزرگ توسط تولیدکنندگان داخلی تامین می‌شود. این در حالی است که طی ماه‌های اخیر روند واردات قانونی و قاچاق پوشاک در بازار به شکل قابل توجهی افزایش یافته و در گوشه و کنار شهرها تابلوها و برندهای تبلیغاتی زیادی درباره ورود برندهای خارجی نصب شده است. آن‌طور که یدالله صادقی رئیس مرکز امور اصناف بازرگانان وزارت صنعت گفته، پس از برجام 29 برند پوشاک خارجی درخواست مجوز برای ورود به ایران کرده‌اند. اگر از ابعاد فرهنگی و تاثیرگذار حضور برندهای خارجی در صنعت مد و لباس کشورمان بگذریم، نکته قابل توجه این است که برندهای خارجی با امکانات مالی بالایشان می‌توانند سهم قابل توجهی از بازار پوشاک را در آینده به خود اختصاص دهد و سهم تولیدکنندگان داخلی را از بازار کشورمان کمتر کنند.

نگران برندهای لوکس نباشیم

مجید نامی، عضو هیات مدیره اتحادیه تولید و صادرات پوشاک ایران و مدرس دانشگاه امیرکبیر درباره حضور برندهای پوشاک خارجی در کشور به خبرنگار ما گفت: به‌طور کلی می‌توانیم پوشاک خارجی را به دو بخش عمده لوکس و متوسط تقسیم‌بندی کنیم که در واقع نباید زیاد نگران برندهای پوشاک لوکس باشیم چون این بخش از پوشاک زیاد بر تولیدات داخلی تاثیرگذار نیست بلکه نگرانی بیشتر مربوط به آن دسته از محصولاتی است که قشر متوسط جامعه را نشانه رفته است.

نامی با تاکید بر این‌که به‌طور کلی هیچ حمایتی از تولیدکنندگان داخلی بخصوص در صنعت نساجی نشده است، خاطرنشان کرد: همواره جلسات، بخشنامه‌ها و نشست‌هایی تخصصی در این زمینه از سوی مسئولان دولتی با عنوان حمایت از تولیدات داخلی برگزار شده اما اگر به خروجی آن توجه کنیم همگی بر مبنای واردات بوده‌اند و در واقع به نام بخش خصوصی به کام دولت بوده چون در این جلسات مصوب شده قاچاق به سمت واردات رسمی هدایت شود.

برنامه وزارت صنعت

گلناز نصراللهی، مدیرکل سابق دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت با اشاره به قوانین موجود در زمینه ورود برندهای پوشاک به خبرنگار ما گفت: با بررسی‌های صورت گرفته از روند ورود پوشاک به صورت قانونی یا غیرقانونی دریافتیم که اکنون فاصله قابل توجهی میان واردات رسمی و عرضه کالاهای خارجی در بازار وجود دارد، به صورتی که مثلاً در سال 2015 بر اساس آمارهای بین‌المللی ارزش پوشاک صادراتی کشورهای جهان به ایران بین 600 تا 700 میلیون دلار بوده، در حالی که آمار گمرک جمهوری اسلامی میزان رسمی واردات پوشاک را فقط 14 میلیون دلار نشان می‌دهد. یعنی پوشاک قاچاق حداقل 50 برابر واردات قانونی آن است، گرچه بازهم در این میان اختلاف نظرهایی وجود دارد.

این مقام مسئول تاکید کرد: کارگروه تشکیل شده برای جلوگیری از قاچاق پوشاک به این نتیجه رسید که لازم است برای ساماندهی بازار واردات پوشاک ابتدا بحث واردات و قاچاق ساماندهی شود تا پس از آن بتوانیم برای حمایت از تولیدات داخلی سیاستگذاری دقیق داشته باشیم. به عنوان مثال در بررسی‌های اولیه متوجه شدیم از حدود 200 برندی که ادعا می‌کردند نماینده رسمی تولیدکنندگان خارجی در بازار ایران هستند فقط 55 برند دارای مدارک قانونی و رسمی بودند.

مدیرکل سابق دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت درباره حضور قانونی برندهای خارجی در بازار ایران خاطرنشان کرد: تمام تلاش برای کنترل حضور قانونی برندهای خارجی و واردات محصولاتشان صورت گرفته است تا میزان

واردات غیررسمی را کنترل کنیم و با استفاده از قوانین، واردات را به سمت کانال‌های رسمی سوق دهیم تا امکان کنترل و اعمال نظر در آنها بیشتر باشد. این در حالی است که برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی تکلیف شده برندهایی که قصد حضور در بازار ایران را دارند باید بخشی از نیازهایشان را از داخل کشور تأمین کنند به طوری که برای دو سال اول تأمین 20 درصد از نیازهایشان در خاک ایران و استفاده از منابع موجود داخلی باید انجام گیرد.

نصرت‌اللهی درباره قراردادهای همکاری منعقد شده در صنعت پوشاک افزود: با توجه به اجرایی شدن برجام و رفع تحریم‌ها طی ماه‌های گذشته رفت و آمدهای گسترده‌ای در بخش‌های مختلف صنعتی صورت گرفته که صنعت نساجی هم یکی از آنها بوده است. فعالان صنفی و البته شرکت‌های خارجی در این زمینه مذاکرات سازنده‌ای داشته‌اند و به عنوان مثال یک واحد تولید کفش در کشور تحت لیسانس یک برند اروپایی فعالیت می‌کند و اتحادیه‌ها و تشکلهای ما سه قرارداد با ایتالیا در زمینه استفاده از مواد آموزشی درباره طراحی و مد نیز منعقد کرده‌اند.

وی گفت: تصمیم داریم به گونه‌ای سیاستگذاری کنیم تا تولیدکنندگان داخلی با قرار گرفتن کنار تولیدکنندگان خارجی بتوانند زمینه تولید محصولات کیفی و تجهیز کارگاه‌ها به دستگاه‌های جدید و نرم‌افزارهای روز را فراهم کنند تا سرانجام خریداران ایرانی دریابند محصولات داخلی دست‌کمی از تولیدات خارجی ندارد. در حالی که برخی تولیدکنندگان ایرانی اکنون با نام برندهای خارجی محصولاتشان را روانه بازار می‌کنند.

مخالف ورود بی‌ضابطه هستیم

محمدکاظم عمید، معاون فنی انجمن نساجی ایران نیز درباره سیاست جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت برای ثبت برندهای پوشاک خارجی به خبرنگار ما گفت: به‌طور کلی با توجه به امکانات و توانمندی‌هایی که در صنعت نساجی و پوشاک کشور وجود دارد، نگران ورود برندها با رعایت اصولی خاص نیستیم، بلکه در بخش‌هایی استقبال هم می‌کنیم.

وی افزود: امروز مشکل اینجاست که اغلب برندهای موجود یا برندهای شناسنامه‌دار نیستند یا این‌که بدون هیچ مجوزی وارد می‌شوند که این نکته نگران‌کننده و باعث بروز مشکل برای تولیدکنندگان شده است. از این رو مخالف واردات با این روش هستیم و هیچ مشکلی با واردات هدفمند یا کنترل شده برندهای معتبر نداریم. عمید تأکید کرد: امروز اغلب برندهای موجود فقط یک نشان هستند که پیشینه تجاری یا اقتصادی آنها مشخص نیست در صورتی که اگر براساس قانون و سیاست جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت این برندهای شناسنامه‌دار وارد بازار شوند و با استفاده از ظرفیت‌های موجود اقدام به تولید کنند، بسیار مفید است.

این کارشناس صنعت نساجی تصریح کرد: توانمندی‌های تولیدی پوشاک ایران اکنون به گونه‌ای است که اگر مسئولان بتوانند برندهای خارجی را ملزم به استفاده از توانمندی‌های داخلی کنند، بدون تردید تا چند سال آینده حتی از ترکیه نیز جلوتر خواهیم بود چون اکنون هم بسیاری از برندهای خارجی موجود بازار محصولاتشان را داخل ایران تأمین کرده و به فروشگاه‌ها روانه می‌کنند. پس توانمندی تولیدی بالایی در کشور وجود دارد که می‌توانیم با سیاست همکاری برندهای معتبر با تولیدکنندگان باکیفیت داخلی زمینه ارتقای جایگاه تولید را برای اقتصاد ایران به ارمغان آوریم.

تذکر مقام معظم رهبری درباره حضور برندهای خارجی

رهبر معظم انقلاب در دیدار اردیبهشت با کارگران نسبت به حضور برندهای خارجی در کشور هشدار دادند و فرمودند: جنس‌های دارای نشان خارجی را [می‌آورند]، یک عده پولدار هم - پولدارهای نوکیسه تازه به‌دوران رسیده که متأسفانه در کشور کم نداریم - دنبال نشان‌های خارجی‌اند؛ به قول خودشان برندهای خارجی. بنده از این کلمه «برند» هم خیلی بدم می‌آید. فروش کالای خارجی و مصرف کالای خارجی باید در جامعه به‌عنوان یک ضدارزش شناخته بشود، مگر آنجایی که مشابه داخلی‌اش نیست....

آنجایی که ما تولید داخلی داریم و می‌خواهیم داشته باشیم و کارگر ما مشغول آن کار است و ارزش افزوده ایجاد می‌کند، آنجا ما برویم این تولید داخلی را کنار بگذاریم، شبیه این را از خارج بیاوریم با قیمت گاهی چندبرابر و به‌خاطر این‌که این نشان خارجی دارد، نشان فلان کارخانه معروف فلان کشور اروپایی را دارد، این را مصرف نکنیم، این باید ضدارزش شمرده بشود.

عماد عزتی

اقتصاد