



فاز زرنگار زرنگار زرنگار

ماهنامه علمی، فنی و اقتصادی
ویژه نامه اسفند ۱۴۰۱ - فروردین ۱۴۰۲
۴۵۰۰۰ تومان



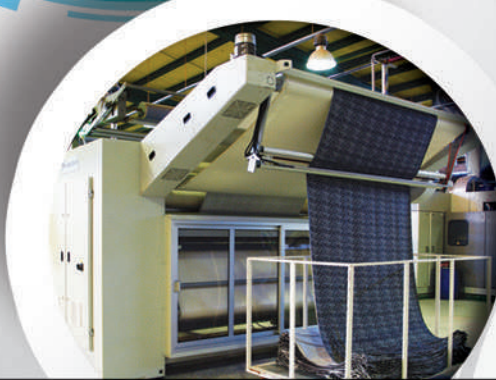
کارخانچاق نساجی Gohar

گوهر چاپ کویر یزد

Gohar Chap Kavir Yazd

جدیدترین کارخانه رنگرزی، چاپ و تکمیل
پارچه های لباسی بچه گانه، زنانه و مردانه اعم از
تریکو و تار - پودی درایران با مدرنترین و
مجهزترین ماشین آلات روز اروپا

www.goharchap.com / info@goharchap.com



تأبوی پوشاک ایرانی در بین مردم شکسته است

جهان به سوی هوشمند شدن می رود

تأثیر زلزله بر صنایع نساجی و پوشاک ترکیه

درسها و پندهای سال ۱۴۰۱

سال نو و زخمهای کهنه

برندسازی پوشاک برای دهکهای درآمدی

ایران نوبافت

کارخانجات تولید **الیاف، نخ، پارچه** ایران نوبافت با بیش از ۳۵ سال فعالیت، همچنان در خدمت توسعه صنعت نساجی در کشور بوده و محصولات خود را بطور مستمر در کلیه زمینه های تولید الیاف پلی استر سیستم پنبه ای، ریسندگی انواع نخ، بافندگی گردباف، رنگرزی و تکمیل و چاپ پارچه ارائه می نماید. گروه تولیدی ایران نوبافت یکی از واحدهای بزرگ تولید کننده صنعت نساجی در ایران است که از سال ۱۳۶۰ فعالیت رسمی خود را با هدف عرضه تولیدات مرغوب به منظور جایگزینی کالاهای خارجی آغاز نمود. اندیشه نوآوری، ارتقاء مستمر کیفیت، توجه به نیاز مصرف کنندگان و سعی در کسب آخرین تکنولوژی روز دنیا باعث شده تا گروه تولیدی ایران نوبافت با رعایت معیارهای کیفی و استانداردهای بین المللی بتواند تولید سالیانه خود را بالا ببرد.

باور همیشگی ما در گروه تولیدی ایران نوبافت
مشتری نوازی است نه مشتری مداری

گروه تولیدی ایران نوبافت

در راستای کیفیت و سرویس دهی برتر خود
محصولات ذیل را اعم از انواع الیاف، نخ و پارچه های
گردد بافی با متنوع ترین رنگ بندی عرضه می کند.

الیاف:

پلی استر کتان قایپ (با استحکام بالا و در دنیرو و طولهای متفاوت)
پلی استر هالو (در دنیرو و مدل های متفاوت)

انواع نخ:

نخ دوخت سفید و رنگی در نمرات مختلف
نخ ملانژ در انواع رنگبندی
نخ ملانژ پنبه ای شانه شده
نخ اسپان رنگی
نخ آریو، آنتیک، آنتا، پرشیا، فلور، سپتا و آسان
نخ دولاسه لا، مولینه، افکت (اسلب) و ...
نخ ملانژ افکت (نپ یارن)
نخ پنبه ای و پلی استر پنبه رنگی
نخ پنبه ای شانه شده رنگی
نخ آنتی باکتریال در رنگ های مختلف

انواع پارچه:

پارچه های یکرو، دورو
پارچه های ریب، مخمل
پارچه های دورس، جودون
پارچه های ژاکارد و رینگل
پارچه های لمه دار و گلکسی
انواع پارچه های آنتی باکتریال در طرح های مختلف
انواع پارچه های ترکیبی در طرح های مختلف



دفتر: تهران - خیابان ولیعصر، جنوب میدان ولیعصر، ساختمان ۶۳۷، طبقه هفتم، واحد ۷۰۳
کدپستی: ۱۳۴۶۸-۱۵۹۳۸ تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۴۲۲۱۹ فکس: ۰۲۱-۸۸۹۴۳۳۹۹

کارخانه: اصفهان، جاده تهران، مقابل پالایشگاه، خیابان بیستم، کدپستی: ۸۱۶۱۱۹۴۶۵۸
تلفن: ۰۳۱-۳۳۸۰۲۳۹۱-۲ فکس: ۰۳۱-۳۳۸۰۲۲۲۹



شرکت خوشرنگ

بافت ، رنگریزی و تکمیل پارچه

دوزدوزانی



تهران . بازار بزرگ . بازار خیاطها . پلاک ۳

تلفن: ۵۵۶۲۸۸۸۷ فکس: ۵۵۶۱۶۶۹۵

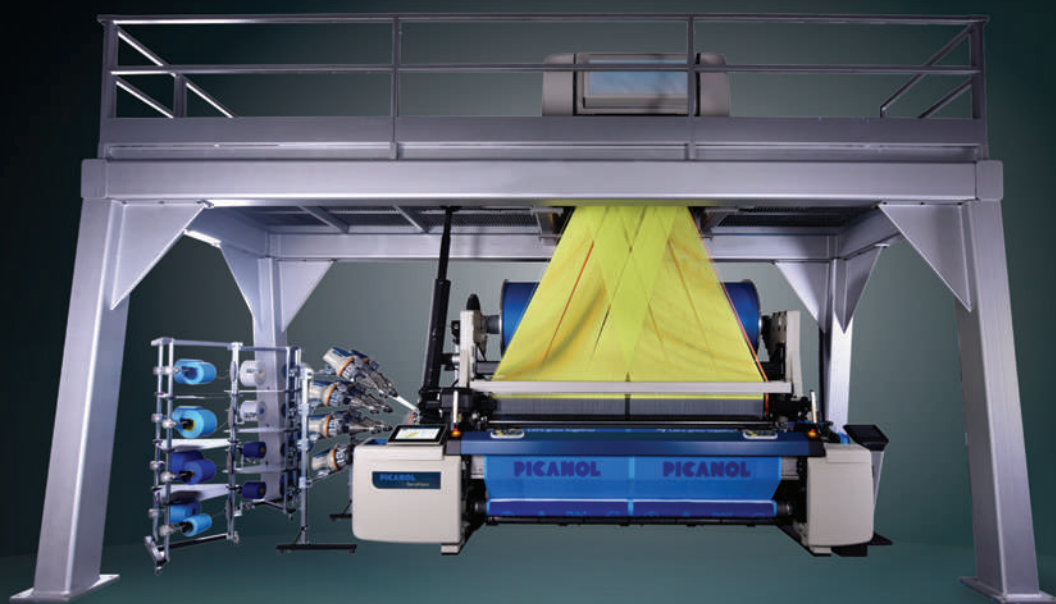
WWW.KHOSHRANG-CO.COM

INFO@KHOSHRANG-CO.COM



PICANOL

پیکانول: پر فروش ترین ماشین بافندگی دنیا
با نزدیک به یک قرن تجربه



JOULA

www.joula.org

شرکت شیمیایی سلیس (سهامی خاص)

(دانش بنیان)

با بیش از سی سال تجربه در تولید انواع مواد شیمیایی جهت صنایع مختلف



SALIS CHEMICALS Co.

www.salischemicals.com

info@salischemicals.com



محصولات صنعت نساجی

اسپین فینیش و روغن‌های ریسندگی و بافتندگی

SALISAN SP25

روغن اسپین فینیش دارای ۱۰۰ درصد ماده فعال با کاربرد ویژه در تولید موکت و گونی

SALINOL OF1070

آنتی استاتیک و نرم کننده مناسب برای تولید پتوی اکریلیک و تولید الیاف پلی پروپیلن

SALISAN H185

روغن حل شونده نانوینیک

SALITEX ZPS

روغن اسپین فینیش بر پایه اسیدهای چرب پلی کندانسه و ترکیبات آنتی استاتیک

SALISAN Z1

روغن اسپین فینیش بر پایه ترکیبات آنتی استاتیک با ماهیت نانوینیک

SALINOL OF1880

آنتی استاتیک

SALISAN ST

روغن استرچ

SALITEX K1

روغن فر آیند بافتندگی حلقوی با خاصیت لوبریکیشن سوزن و قطعات دستگاه

SALISAN Z8

روغن اسپین فینیش مخصوص نخ پلی استر نیمه آرایش یافته (POY)

SALINOL OF1080

آنتی استاتیک

SALISAN 111

روغن ریسندگی بر پایه روان کننده و ترکیبات آنتی استاتیک با ماهیت یونی نانوینیک-آنیونیک

SALITEX BCF

اسپین فینیش مور استفاده در خطهای تولید BCF

مقدمات و آماده سازی:

SALISOFT CAT HDN

صابون جهت شستشوی کالای رنگریزی شده نرم کن کاتیونیک با رنگ راکتیو

SALIPOTAN N135

SALIPON HL

شوینده نساجی بر پایه مخلوطی از صابون‌های نانوینیک، آنیونیک، حلال‌های آلی جهت شستشوی احیایی پس از رنگریزی پلی استر با رنگریزی دیسپرس

SALIPON S155

ماده کمکی پخت با پایداری بالا در آب سخت، محیط‌های قلیایی و اسیدی و قابل استفاده در سنگشویی جین

SALIPON 128A

صابون لکه بر قوی جهت کلیه الیاف با خاصیت براق‌کنندگی و مناسب برای قالی شویی

SALIPON 127

درجنت آنیونیک مناسب برای شستشوی کالای رنگریزی یا چاپ شده

SALIPON 128

درجنت آنیونیک و پایدار در آب سخت، محیط‌های قلیایی و اسیدی

رنگریزی و چاپ:

SALIWET W300

نفوذدهنده و آبخورکننده بسیار قوی جهت نفوذ بیشتر و سریع‌تر مواد

SALINOL TRO (روغن قرمز ترکی)

روغن کرچک سولفونه به عنوان روان کننده خمیر چاپ و موثر در نفوذ و یکنواختی بهتر رنگ

SALIPOTAN NLH-N

دیسپرس کننده و یکنواخت کننده پودری جهت رنگریزی انواع الیاف طبیعی و مصنوعی با مواد رنگریزی دیسپرس

SALITHICK MZ 100

غلظت دهنده مصنوعی بر پایه پلی اکریلات

SALIPOTAN NLH

دیسپرس کننده پودری جهت رنگریزی الیاف طبیعی و مصنوعی با انواع رنگریزی دیسپرس

SALITHICK MZ102P

غلظت دهنده مصنوعی برای چاپ منسوجات

ضد کف:

SALIFOAM DF 400: ضد کف سیلیکونی

SALIFOAM DF100: ضد کف با ماهیت آنیونیک



SALIS CHEMICALS Co.

تهران، خیابان دکتر بهشتی، نرسیده به چهارراه سهروردی، پلاک ۱۱۲، طبقه ۲ واحد ۴ و ۵

۰۲۱۸۸۴۰۷۲۸۸ | ۰۲۱۸۸۴۱۰۱۰۰ و ۰۲۱۸۸۴۰۸۱۵۳۰۴



OYAZ
TEXTILE

ایاز کیفیتى به بزرگى یک راز
تولیدکننده پارچه پرده ای و مبلى



✉ INFO@OYAZTEXTILE.COM

www. WWW.OYAZ.IR

📷 OYAZ.TEXTILE

☎ ۰۲۱-۸۸۵۵۶۲۵۰

☎ ۰۲۱-۳۴۲۶۱۰۰۰

دفتر مرکزی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان احمد قصیر، کوچه نهم، پلاک ۷

کارخانه: تهران، قرچک، کمربندی جنوبی، شهرک صنعتی قرچک، بلوار صنعت، خیابان پیشرفت ۲



شرکت رنگین نخ تبریز

خدمات تخصصی رنگرزی نخ

رنگرزی نخ های اکریلیک، نایلون، اکریلیک پشم و انواع نخ های پنبه ای : رینگ ، اپن اند ، کاور پنبه ، ویسکوز ، پنبه پلی استر و مودال در نمرات ۶ الی ۶۰ به صورت تک و چند لا ، با ثبات های شستشویی ، نوری و سایشی بالا جهت مصارف : پیراهنی ، شلوااری ، تریکو زنانه ، جوراب بافی و ...

دفتر مرکزی: ایران - تهران ، خیابان فلسطین جنوبی، ساختمان البرز، واحد ۸

۰۹۹۱ ۲۹۳ ۵۷۱۱



۱۰۷ / داخلی ۰۲۱ ۶۶ ۴۹ ۸۸ ۴۳



www.rangestan.com



Yarn.marketing@rangestan.com





الیاف کاسپین

انواع الیاف پلی استر

از ۳ تا ۲۰ دنییر

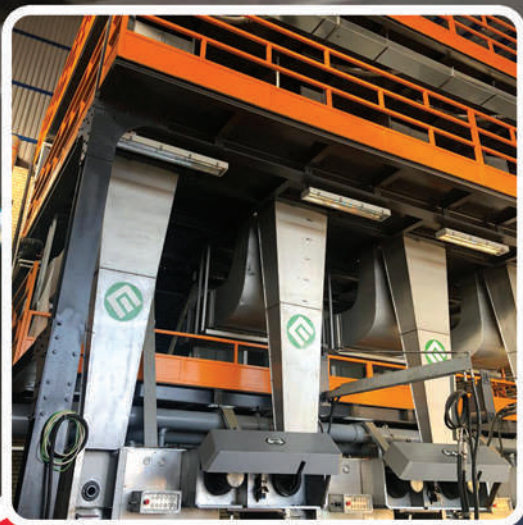


☎ 09122705938
☎ 013 42474656
☎ 013 42474657

گیلان، سیاهکل، شهرک صنعتی
caspianfiber.com



پردیس تجارت اسپادان



تولید کننده انواع نخ های BCF از
دنییر ۸۰۰ تا ۳۰۰۰ در رنگ بندی مختلف

تهران - خیابان مطهری - بعد از ترکمنستان - بن بست آرمان - پلاک ۵ - طبقه دوم - واحد ۸
تلفن: ۰۲۱-۸۸۴۴۲۳۸۴ موبایل: ۰۹۱۲-۶۲۲۶۰۰۰



شرکت تولیدی تن پوش حقدوست با شماره ثبت: ۷۷۰۷۸

گروه تولیدی حقدوست با بیش از ۲۰ سال سابقه درخشان در زمینه تولید و عرضه لباس کودک و نوجوان با ضمانت محصول و کیفیت و نازلترین قیمت در خدمت شما عزیزان هستیم.

حذف کنید واسطه ها را

قابل توجه فروشگاه ها و بوتیک های
فروش لباس کودک:



[https://eitaa.com/joinchat/
3717202186Cdb83ecd133](https://eitaa.com/joinchat/3717202186Cdb83ecd133)



[haghdost.t.p.h](https://www.instagram.com/haghdost.t.p.h)



[@haghdost1](https://www.instagram.com/haghdost1)

آدرس: مشهد- میدان ۱۷ شهریور- درب پشت پاساژ کیمیا - داخل شهید خنایی ۱۶

تلفن ثابت: ۰۵۱-۳۳۴۳۹۰۰۰ - ۰۵۱-۳۳۴۳۰۰۶۰

همراه: ۰۹۱۵۶۰۱۰۶۰۰ - ۰۹۳۰۱۶۰۰۶۰۴ - ۰۹۱۵۳۰۱۰۶۰۰

RIFA DYESTUFFS

Disperse Dye / Reactive Dye / Optical Brightening Agent



RIFA

SINCE 1950



www.nikorang.com

شرکت نیکورنگ سپهر

تلفن: ۰۳۱-۳۶۲۷۱۶۳۳

DISPERSE DYE REACTIVE DYE

OBA FOR COTTON AND POLYESTER



RIFA
SINCE 1950



صنایع نساجی
فلاحتی
Falahati Textile



صنایع نساجی

(رنگین نما)
فلاحتی

Textile Industries

Falahati

www.nasajifalahati.com

شرکت نساجی رنگین نمای سپاهان

شماره ثبت ۵۰۹۶۸

صنایع نساجی فلاحتی (رنگین نما)

- بافت، رنگ و تکمیل انواع پارچه
- اعم از ترگال ساده، ترگال کجراه
- تترون (پیراهنی، بیمارستانی)
- فاستونی جات و ساتن کش
- کتان کش
- کتان ۷۰٪ پنبه ۳۰٪ پلی استر
- کتان ۳۰٪ پنبه ۷۰٪ پلی استر
- پلی استر ویسکوزو...

عیب کار ما را
به خودمان بگوئید و
حُسن آن را
به دیگران



مدیریت آقایان فلاحتی

۰۹۱۳۱۱۹۷۱۵۷

۰۹۱۳۱۱۸۲۶۵۹

مدیریت فروش
آقای ابراهیم رستمی

۰۹۱۳۳۶۶۲۸۲۲

@nassajifalahati

دفتر مرکزی

اصفهان، خیابان جی، خیابان مالک اشتر، جاده PVC، پلاک ۵۸۹

www.nasajifalahati.com

دفتر تهران

تهران، بازار بزرگ، بازار عباس آباد، بعدازکوچه علی آبادی،

نبش سرای عاج، پلاک ۲۶۹



کارخانجات دسترچ رضابافت

اولین و تنها تولید کننده نخ های پلی استر میکروفیلامنت رنگی در ایران

تولید انواع محصولات میکروفیلامنت و رنگی

POY-FDY-DTY-TFO-ITY

و پارچه های گرد بافت



اتوبان تهران - قزوین، ۳۵ کیلومتر مانده به قزوین، شهرک ناصرآباد، جنب پمپ بنزین پارسین

۰۲۸-۳۲۹۳۸۴۹۱ / ۳۲۹۳۸۴۹۵ ۰۲۸-۳۲۹۳۸۴۸۵-۹۰

REZABAFT

www.DastranjRezabaft.ir



تهران، میرداماد، خیابان بهروز، کوچه احمد شریفی، پلاک ۱۰ کد پستی ۱۹۱۱۹۱۳۵۳۴



۲۲۲۲۵۳۳۰-۲۲۲۲۵۱۹۶



۲۲۲۵۵۵۳۴-۶ / ۲۲۲۲۲۹۵۰ / ۲۲۲۲۲۱۷۰ / ۲۲۲۲۲۳۷۰



بافتینه جدیدترین تکنولوژی خط تولید منسوج نافته بافتسان مجتمع صنعتی بافتینه و بافتسان (RF5)

در راستای تأمین نیازهای منسوجات نافته صنایع کشور و ادامه توسعه مستمر، این مجتمع صنعتی اقدام به اجرای طرح توسعه منسوج نافته BICO و تولید محصولی متشکل از الیاف دو جزئی نموده است. همچنین همگام با پیشرفت جهانی تکنولوژی، مجتمع صنعتی بافتینه و بافتسان نسبت به خرید جدیدترین فناوری روز دنیا، رایکفیل RF5 اقدام نموده است. خط تولید جدید شرکت بافتینه نیز با هدف افزایش ظرفیت و افزایش کیفیت تولید منسوجات چند لایه اسپان باند/ ملت بلون در حال اجرایی شدن می باشد. بدین ترتیب با بهره برداری از طرح های توسعه مذکور مجموع ظرفیت تولیدی مجتمع صنعتی بافتینه و بافتسان به ۹۹۰۰۰ تن در سال خواهد رسید.

بهره برداری از طرح توسعه منسوج نافته با ظرفیت ۱۹۰۰۰ تن در سال بهره برداری از طرح توسعه منسوج نافته Bico

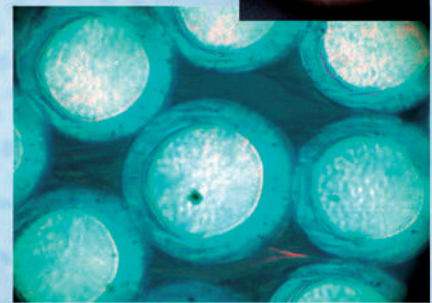
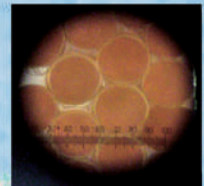


Side by Side
50 : 50



Sheath/Core **Sheath/Core**
20 : 80 **20 : 80**

Sheath/Core
10 : 90



افتخارات:

- گواهینامه ملی رعایت حقوق مصرف کنندگان ۱۳۹۵، ۱۳۹۴، ۱۳۹۳
- واحد نمونه کشوری ۱۳۹۲، ۱۳۸۶
- کارآفرین برتر کشوری ۱۳۹۲
- واحد نمونه کیفی ۱۳۹۱
- واحد نمونه تحقیق و توسعه کشوری ۱۳۸۴
- تلاشگر برتر عرصه کیفیت ۱۳۷۸ ، ۱۳۷۹





بافتینه



بافتسان

نسل جدید منسوج نبافته پنج لایه SSMMS

مجتمع صنعتی بافتینه و بافتسان بزرگترین تولیدکننده منسوجات نبافته چند لایه با بهره‌گیری از مدرنترین تکنولوژی روز دنیا (اروپا)، با اجرایی شدن طرح‌های توسعه‌ای خود با ظرفیت ۹۹۰۰۰ تن در سال محصولاتی مطابق با استانداردهای جهانی با حداقل وزن ۷ گرم در متر مربع را به صنایع مختلف کشور ارائه می‌نماید.

همچنین لایه‌های ۱۰۰٪ ملت بلون متشکل از نانوالیاف از جمله تولیدات این مجتمع می‌باشد.

www.baftineh.com | www.baftsan.com

info@baftineh.com | info@baftsan.com

تهران، خیابان دکتر شریعتی، پایین‌تر از حسینیه ارشاد، خیابان دشتستان دوم، پلاک ۱۰

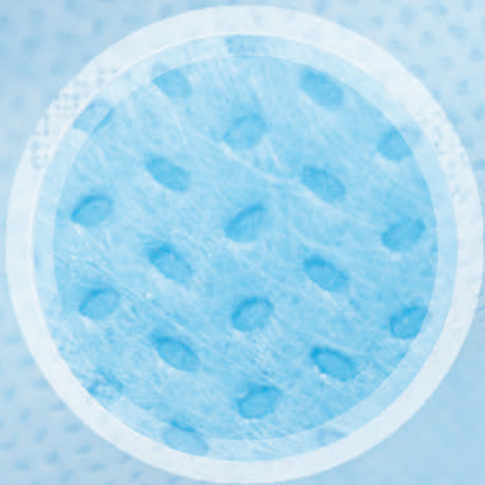
تلفن: ۰۲۱-۲۲۸۸۵۵۹۹ | فکس: ۰۲۱-۲۲۸۸۵۶۰۰



سازمان غذا و دارو



محصولات شرکت بافتینه و بافتسان
دارای نشان استاندارد ملی ایران



گواهینامه‌ها:

- ISO10002:2015 ●
- ISO10004:2012 ●
- ISO14001:2015 ●
- HSE-MS ●
- OHSAS18001:2007 ●



قابل توجه تولید کنندگان محترم پوشاک

تولید به روش سنتی محکوم به شکست و نابودی مجموعه های تولیدی است

تولید پوشاک به روش پریمیوم تنها راه نجات و بقاء مجموعه های تولیدی می باشد

اگر تمایل دارید هزینه های تولید و دوخت خود را به صورت تضمینی به نصف کاهش دهید روش **تولید پریمیوم**، قطعاً تنها راه رسیدن به آن و باقی ماندن در بازار رقابتی کنونی خواهد بود.

با بهره گیری از سیستم تولید پریمیوم که برای اولین بار در ایران توسط کارگروه مهندسی و مشاور سپاکو و بر اساس اصول علمی و مهندسی طرحریزی و ابداع گردیده است می توانید از مزایای ذیل بهره مند گردید:

- افزایش راندمان، سرعت و تیراژ تولید با ثابت نگه داشتن تجهیزات و نیروی انسانی
- افزایش کیفیت و ثبات محصولات تولیدی
- کاهش حداقل ۵۰ درصدی هزینه های تولید و دوخت محصولات

ایجاد و راه اندازی صرفاً صد خطوط تولید با بهره گیری از سیستم تولید پریمیوم بصورت **صد در صد تضمینی** و در کوتاهترین زمان ممکن اجرایی می گردد و منجر به توقف خط تولید نخواهد شد.

کارگروه مهندسی و مشاور سپاکو با ۱۹ سال رزومه اجرایی موفق، آماده ارائه خدمات مشاوره به شما صنعتگران عرصه پوشاک در ایران می باشد.

کارگروه مهندسی و مشاور سپاکو (حامی کسب و کار پوشاک)
راههای ارتباطی با ما: www.sepacoo.ir  [sepacoogroup](https://www.instagram.com/sepacoogroup) 

دفتر کارگروه مهندسی و مشاور سپاکو ۰۲۱ ۲۸۴۲ ۷۵۶۲

مشاوره رایگان دکتر رادمهر ۰۹۱۲۰۸۹۵۶۸۲



عرضه و خدمات رنگرزی انواع نخ

پنبه

مودال

اسپان

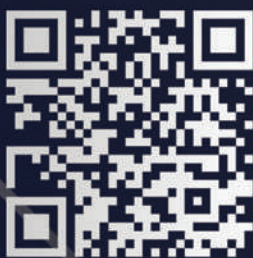
ویسکوز

پنبه پلی استر

پلی استر ویسکوز

های فیلامنت (میکرو)

پلی استر فیلامنت (ATY و DTY)



www.liapood.com

021-88786551

پر غاز سفید

تمیز، بی بو، استحکام خوب، عمدتاً برای کوسن، کوسن میل و غیره استفاده می شود.

مشخصات: ۲-۴ سانتی متر ۴-۶ سانتی متر و ۵-۸ سانتی متر



کرک غاز سفید

کرک غاز سفید (پر سینه غاز)، بدون بو، پف شدگی زیاد، حفظ خوب گرما، مناسب جهت تولید کاپشن های بادی آستین دار، لحاف، با مواد پرکننده مرغوب.



پر اردک سفید

شامل دو نوع پر سفید است: پر سفید معمولی / پر سفید خالص تمیز، بدون بو، عمدتاً برای بالش، کوسن کوسن میل و موارد مشابه استفاده می شود.

مشخصات: ۲-۴ سانتی متر ۴-۶ سانتی متر و ۵-۸ سانتی متر



کرک اردک سفید

کرک اردک سفید (پر سینه اردک)، بدون بو، تخلخل خوب، مناسب جهت تولید کاپشن های بادی آستین دار، لحاف، کیسه خواب، حاوی مواد پرکننده مرغوب.



پر اردک خاکستری

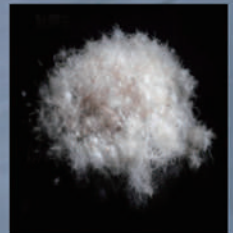
تمیز، بی بو، استحکام خوب، عمدتاً برای بالش، کوسن، کوسن میل و غیره استفاده می شود.

مشخصات: (طول پر) ۲-۴ سانتی متر ۴-۶ سانتی متر و ۵-۸ سانتی متر



کرک اردک خاکستری

کرک اردک خاکستری (پر سینه اردک)، بدون بو، تخلخل خوب، مناسب جهت تولید کاپشن های بادی آستین دار، لحاف، کیسه خواب، حاوی مواد پرکننده مرغوب.



فرایند فناوری

شستن و آبکشی کردن

کرک ها داخل ماشین لباسشویی قرار داده می شوند، سپس به آن آب و مواد شوینده اضافه شده، پس از ۲۰ دقیقه شستن، مجدد آب به آن افزوده و سپس آبکشی ۱۵-۲۰ بار، هر بار حدود ۵ دقیقه انجام می شود، که در این فرآیند بیش از ۸۰۰ میلی متر آن در هر نوبت تمیز خواهد شد.

استریزه کردن و خشک کردن

در پایان مرحله آبکشی، ضدبو و ضد باکتری اضافه میشود، آب به ماشین لباسشویی افزوده، ۲۰ دقیقه همزده و سپس آبگیری انجام می شود. سپس پرهای کنده شده را داخل خشک کن قرار می دهند تا در دمای ۱۱۰-۱۳۰ درجه سانتیگراد به مدت ۲۰-۴۰ دقیقه خشک شوند.

مرحله ۱

خنک سازی و بسته بندی

پس از خشک شدن، به مدت ۳۰ دقیقه خنک می شود. پس از خنک شدن، در انبار بسته بندی می شود.

مرحله ۲

طبقه بندی

پس از نصب اولیه، پرها را در دستگاه جداکننده پنج محفظه ای قرار داده، سطح طبقه بندی را مطابق با مشخصات پرهای مختلف تنظیم می کنند. پرها و کرکها را طبقه بندی کرده و سپس در کیسه بسته بندی می نمایند.

مرحله ۳

بازرسی

بر اساس روش بازرسی کیفیت پر و کرک کشور چین "GB/T 176852016"، اتاق بازرسی شرکت، بازرسی نمونه برداری از محصولات نهایی را پس از قراردادن آن در انبار انجام می دهد، روش بازرسی به شرح زیر است:

مرحله ۴

د. استفاده از یک نوسانگر برای تشخیص شفافیت و مصرف اکسیژن
ر. استفاده از میکروآنالایزر ۳۰۰۰ برای تقسیم نسبت پرهای غاز و اردک
ز. تجزیه و تحلیل و محاسبه شاخص هایی از قبیل میزان مخملی شدن، میزان چربی باقیمانده و رطوبت

الف. نمونه گیری تصادفی دستی
ب. مرتب سازی دستی اولیه
ج. استفاده از یک کرک سنچ برای تست خاصیت و میزان کرکی

Shanghai Head Office :

Tel:86-21-34668961 Fax:86-21-34668962

Tehran Office :

+98 21 26722725 +98 21 26722868 دفتر تهران

✉ info@shjdgroup.com ✉ stella_gan@shjdgroup.com ✉ R.yasaman@shjdgroup.com

📍 No.9, Lane3599, Qi Xin Road, Shanghai, China

واردات و پخش انواع نخ های فنسی جهت پرده و منسوجات خانگی از قبیل
نخ اسلب - انواع نخ مونو از قبیل 60/4 تاییده و غیره - لوملت - فولد و ...

ارائه دهنده نخ ها

جهت تولید پرده، رو مبلی و نساجی خانگی،
چیپس جهت تولید انواع نخ ها و الیاف،
چیپس جهت بطری های یک بار مصرف
و نوشابه

فروش چیپس

از کشورهای هند، تایوان، کره و چین



تلفن ۵۵ ۱۵ ۶۰ ۹۹
۵۵-۱۵ ۶۰ ۸۵
۵۵ ۱۵ ۶۷ ۴۰
۵۵ ۱۵ ۶۷ ۴۱
۵۵ ۱۵ ۶۷ ۴۲
۵۵ ۱۵ ۶۷ ۴۳ فکس

INFO@VIRATEX-CO.COM



MINDERS

شرکت بازرگانی ماینדרز
وارد کننده مواد اولیه نساجی

WWW.MINDERS-CO.COM

INFO@MINDERS-CO.COM

www.yektaalyaf.com



Manufacturer of Polyester
- Cotton Type V - RV
- Hollow Fiber
- Micro

یکتا الیاف
Yekta Fiber

تولید انواع الیاف پلی استر
- کتان تایپ RV - V
- پرسان (میکرو)
- هالو

مشهد : جاده میامی ، شهرک صنعتی چرم شهر ، خیابان صنعت ۴ تلفن : ۵۵ ۳۲ ۵۵ - ۵۱ فکس : ۵۴ ۳۲ ۵۵ - ۵۱
Add: 4 Sanat St., Charmshahr industrial town, Road Miami, Mashhad, Iran. Tel :+9851-3255 3255 Fax :+9851-3255 3254

۳۰	- تکنولوژی تولید پلی استر بر پایه دی اکسید کربن	۲	* سرمقاله
۳۱	- نوآوری در حوزه الیاف برای تولید منسوجات خواب	۴	- درس‌ها و پندهای سال ۱۴۰۱
۳۲	- تولید برجسب‌های بافته شده از الیاف فوتونیک	۴	* خبرنامه
	* پوشاک و خرده فروشی	۵	- هیئت تجاری ایران از نمایشگاه دموتکس آلمان بازدید کرد
۳۳	- برنڈسازی پوشاک برای دهک‌های درآمدی	۵	- نرخ تورم نقطه‌ای بهمن ماه: ۵۳ درصد
۳۵	- برندهای جهانی، در کنار زلزله زدگان	۵	- عوامل رشد صنعت نساجی
۳۶	- چشم‌انداز صادرات پوشاک بنگلادش تا ۲۰۲۶	۶	- مرکز مبادله ارز و طلا آغاز به کار کرد
۳۷	- پیش‌بینی افت فروش آدیداس در سال ۲۰۲۳	۷	- نرخ بیکاری در پاییز امسال به ۸٫۲ درصد رسید
۳۸	- بازار پوشاک بارداری؛ بازاری مستعد و در حال توسعه	۷	- برگزاری دومین تور بهره‌وری با بازدید از کارخانه ایاز
۴۰	- بازار پوشاک در آستانه شب عید کوچک‌تر شد	۷	- کتاب رنگ‌سنجی در صنعت نساجی منتشر شد
	* نمایشگاه‌ها	۸	* دیدگاه
۴۲	- گزارشی از نمایشگاه هایم‌تکستیل ۲۰۲۳	۱۳	- گفتگوی ماهنامه با با آقای مهدی رهبری نایب رئیس سابق انجمن صنایع پوشاک ایران
۴۴	- بازگشت دموتکس هانوفر بعد از وقفه‌های کرونایی	۱۳	- سال نو و زخم‌های کهنه/ نیما بصیری عضو هیئت نمایندگان اتاق ایران
	* تولید و تجارت پنبه	۱۴	* گفتگوی ویژه
۴۶	- گزارش دیارتمان کشاورزی آمریکا از بازار پنبه (فوریه ۲۰۲۳)	۱۴	- مصاحبه ماهنامه با مهندس «امیررضا افشاری» مدیرعامل شرکت «ندتکس»
۴۸	- اعطای تسهیلات ارزان خرید کمپین پنبه از ۱۴۰۲		* گزارش
۵۰	- کاهش سطح آلودگی‌های پنبه در مقیاس جهانی	۱۷	- شکست برنامه ششم در حمایت از صنایع و توسعه صادرات
۵۱	- کاهش ۶۰ درصدی مصرف آب با اجرای الگوی کشت پنبه	۲۰	- نقشه عملیاتی نوسازی کارخانه‌های نساجی
	* محیط کسب و کار	۲۲	- راهبردهای توسعه صنعت نساجی و پوشاک
۵۲	- آسیب‌شناسی درآمدهای مالیاتی در لایحه بودجه ۱۴۰۲		* دنیای نساجی
۵۴	- دهه ۹۰، دهه شوک‌های ارزی، توقف رشد و تورم‌های پایدار	۲۴	- تاثیر زلزله بر صنایع نساجی و پوشاک ترکیه
۵۶	- بررسی رشد اقتصادی و مصرف خصوصی در ۱۵ سال گذشته	۲۶	- چشم انداز مثبت صنعت نساجی جهان در شش ماه آینده
۵۸	- ۴ مرحله دریافت ارز خدماتی از مرکز مبادله طلا و ارز	۲۷	- تداوم رشد شتابان بازار منسوجات فنی
	* بخش انگلیسی	۲۸	- پتانسیل فراوان نانوون‌ها در محصولات بهداشتی
۶۱		۲۹	- مزایای کیتوسان در منسوجات بی‌باخت نانولیفی

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: جمشید بصیری

مسئول اجرایی تحریریه: علیرضا هاشمی

مشاوران علمی نشریه: محمد نیک پنجه، احسان سلطانی

طراح: مسعود ایمانی

صفحه آرا: طرح ساز گوهر

مسئول روابط عمومی: سعیده شکوری

هماهنگی و اجرا: حسین کیانی

همکاران این شماره: نیما بصیری، افسانه شفیع، شهریار صادقی، خدیجه نوروزی، مریم قمریان

امور چاپ: چاپ ایده آل، تهران، سی متری نیروی هوایی، نرسیده به خیابان دماوند، بعد از کوچه آقاجانی شرقی، پلاک ۱۹

تلفن: ۷۷۱۶۷۳۱۰-۷۷۱۶۴۹۹۰

آدرس دفتر مجله: تهران، خیابان سهروردی شمالی، خیابان توپچی، پلاک ۳۰، کدپستی: ۱۵۵۸۸۴۴۳۱۳، تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (خط ۱۰) - فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲

جذب آگهی: گروه یاران

مدیریت هنری و نظارت برچاپ: طرح سازگوهر / www.tsgir.com

www.sanatnassaji.com



درس‌ها و پندهای سال ۱۴۰۱

جمشید بصیری طهرانی

عبور کرد و نخستین روزهای اسفندماه نیز برای اولین بار به بالای ۵۰ هزار تومان رسید تا اینگونه یکی از شدیدترین شوک‌های ارزی تاریخ اقتصاد کشور، در سالی که گذشت رقم بخورد و موجی از افزایش قیمت‌ها در بازار ارز، سکه، خودرو، مسکن و سایر اقلام مصرفی، در کشور به راه بیافتد. این شوک ارزی اگرچه تا همین جای کار نیز تاثیرات قابل توجهی بر بازارهای مختلف و زندگی مردم گذاشته، اما در صورتی که نرخ دلار در محدوده بالای ۵۰ هزار تومان تثبیت شده و کاهش پیدا نکند، آنگاه تاثیرات تورمی آن در سال آینده بیش از پیش آشکار خواهد شد و می‌تواند تبعات جدی برای فعالان اقتصادی از نظر افزایش هزینه‌ها و برای مردم عادی از نظر تامین مخارج و مایحتاج روزانه خود داشته باشد.

البته بر خلاف آنچه فعالان اقتصادی و مردم اصطلاحاً در کف بازار مشاهده می‌کنند، ظاهراً مسئولان محترم در عالم دیگری به سر می‌برند و بعضاً تصویری از شرایط اقتصادی و سیاسی کشور ترسیم می‌کنند که چندان با واقعیت‌های موجود سازگار نیست. در اوج دورانی که نرخ دلار به صورت لحظه‌ای و ساعتی تغییر می‌کند، برخی از مسئولان بارها تاکید می‌کنند که صادرات نفت جریان دارد و پول آن هم به کشور باز می‌گردد یا از رشد صادرات غیرنفتی صحبت می‌کنند اما توضیح نمی‌دهند که چرا با وجود افزایش صادرات و گل و بلبل بودن همه شرایط، نرخ ارز کاهش پیدا نمی‌کند؟ در جدیدترین اظهارات از این دست نیز وزیر

مبنای واقعیت‌های موجود، بهترین معیار برای ارزیابی موفقیت یا شکست نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری کشور بوده و می‌تواند چراغی روشن پیش روی مسئولان کشور برای سال جدید قرار دهد.

خوانندگان گرامی احتمالاً خاطرشان هست که اواخر سال گذشته و همزمان با شدت گرفتن مذاکرات هسته‌ای و افزایش رفت‌وآمدهای سیاسی، تقریباً همه شواهد از قطعی شدن توافق بر سر احیای برجام و رفع تحریم‌ها حکایت می‌کرد و دقیقاً در همان مقطع نیز نرخ دلار آمریکا در بازار آزاد به حدود ۲۶ هزار تومان کاهش پیدا کرده بود. اما از ابتدای سال ۱۴۰۱ و هرچه که زمان گذشت، مجموعه تحولات و مناسبات سیاسی داخلی و بین‌المللی، شرایط را به سمت تشدید تنش‌ها و اختلافات و کم‌رنگ شدن احتمال رفع تحریم‌ها سوق داد؛ به طوری که در شهریورماه عملاً شاهد توقف و بن‌بست در مذاکرات بودیم.

متأسفانه از نخستین روزهای پاییز نیز اعتراضات و ناآرامی‌های داخلی به وقوع پیوست و به درازا کشیدن این ناآرامی‌ها سبب گردید که ضمن خارج شدن موضوع برجام و رفع تحریم‌ها از دستور کار، نوعی اجماع جهانی برای افزایش فشارهای سیاسی و اقتصادی و اعمال تحریم‌های جدید علیه کشورمان شکل بگیرد و هر روز هیزمی بر آتش بی‌ثباتی اقتصادی و افزایش نرخ ارز ریخته شود. در پی همین فشارهای بین‌المللی و برخی بی‌تدبیری‌های داخلی، نرخ دلار در آغاز زمستان از ۴۰ هزار تومان

پیش از آغاز سخن، به اطلاع خوانندگان گرامی می‌رسانم سالی که گذشت مقارن با سی‌و‌امین سال انتشار نشریه «صنعت نساجی و پوشاک» در دوره جدید بوده و بر همین اساس، لازم است از تمامی مخاطبان و همراهان همیشگی نشریه در طی بیش از سه دهه گذشته - چه در دوران نبود اینترنت و رسانه‌های اجتماعی و چه امروز که انقلاب دیجیتال و نفوذ فضای مجازی بر رسانه‌های مکتوب سایه افکنده - صمیمانه تشکر و قدردانی نموده و ابراز امیدواری نمایم که با همراهی بیش از پیش شما گرامیان در این دوران سخت، این نشریه همچون سنوات گذشته بتواند خدمتگزار جامعه بزرگ متخصصان، مدیران، فارغ‌التحصیلان، دانشجویان و کلیه ذینفعان و فعالان صنایع نساجی و پوشاک کشور باشد. با ذکر این مقدمه اجمالی و ضروری، به بحث اصلی سرمقاله این شماره می‌پردازم.

حدود یک سال قبل و در آخرین سرمقاله سال ۱۴۰۰، به چند مورد از ابهامات سیاسی و اقتصادی سال ۱۴۰۱ از جمله سرنوشت مذاکرات هسته‌ای، مسئله حذف ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی، افزایش ۶۰ درصدی حداقل دستمزد، چندبرابر شدن نرخ حامل‌های انرژی برای صنایع و ... اشاره کردیم و با توجه به این ابهامات، سال ۱۴۰۱ را «اولین سنگ محک دولت سیزدهم» نام نهادیم. اکنون که حدود یک سال از آن نوشتار گذشته و به روزهای پایانی سال ۱۴۰۱ نزدیک می‌شویم، مروری بر تحولات اقتصادی و سیاسی یک سال گذشته بر

محترم صنعت در یک گفتگوی تلویزیونی گفته: «به هر طریق، انتقال پول با تهاوتر و روش‌های دیگر انجام می‌شود و تقریباً تحریم‌ها را شکست داده‌ایم البته تحریم‌ها کار را سخت کرده اما در میان مدت به نفع ما خواهد بود.» وی همچنین از رشد ۱۷,۷ درصدی صادرات غیرنفتی، افزایش اشتغال صنعتی به ۸ میلیون و ۳۰۰ هزار نفر، رشد ۴,۸ درصدی بخش صنعت، رشد ۱۵ درصدی سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات و چندین و چند دستاورد و پیشرفت دیگر سخن گفته که آمار و ارقام مثبت ذکر شده، ناخودآگاه این سوال را در ذهن هر خواننده‌ای متبادر می‌کند که اگر اوضاع اینقدر خوب است، پس چرا دلار ۵۰ هزار تومان می‌شود و قیمت کالاهای مصرفی مردم روزانه افزایش پیدا می‌کند؟!

مسئولان محترم باید یک‌بار برای همیشه این واقعیت را بپذیرند که اقتصاد کشور نه با دستور و اعمال محدودیت قابل اداره است و نه با گفتاردرمانی و آماردرمانی، شرایط اقتصادی بهبود پیدا می‌کند؛ کما اینکه تاکنون هم این اتفاق نیفتاده است. شرایط اقتصادی یعنی این که فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان در کل فرآیند تولید تا فروش خود با چه مشکلاتی مواجه هستند؛ شرایط اقتصادی بدان معناست که صادرکنندگان در پروسه انجام صادرات تا بازگرداندن ارز حاصل از آن چه مشکلاتی را تجربه می‌کنند و در نهایت، اوضاع اقتصادی یعنی اینکه عموم مردم در کف خیابان، مترو و تاکسی و خلاصه هربار که برای کار یا خرید از منزل بیرون می‌روند، با چه مسائلی روبه‌رو می‌شوند و مثلاً برای خرید یک پراید یا اجاره یک واحد ۵۰ متری، دو سال قبل چقدر باید هزینه می‌کردند و امروز چقدر باید هزینه کنند؟ مطمئناً اگر مسئولان محترم از این

زاویه به شرایط اقتصادی کشور نگاه کنند، آنگاه دیگر جایی برای صحبت از قطار پیشرفت، شکست تحریم‌ها و فتح قله‌ها باقی نمی‌ماند و آنگاه است که تلاش برای مثبت جلوه دادن اوضاع اقتصادی و عملکردها از طریق ارائه آمارهای گزینشی و غیرملموس، جای خود را به تلاش برای حل مسائل و مشکلات اقتصادی از طریق شایسته‌سالاری و خردجمعی و همچنین افزایش تعاملات سیاسی و اقتصادی با اقصانقاط دنیا در راستای منافع ملی می‌دهد. در واقع، حتی اگر حرف وزیر صنعت مبنی بر این که «تحریم‌ها را شکست داده‌ایم»، منطبق بر واقعیت باشد که البته جای بحث فراوان دارد، مسئولان محترم باید بپذیرند روش آنها برای شکستن تحریم‌ها صرفاً امکان اداره حداقلی کشور را آنهم با پرداخت هزینه‌های مضاعف بابت دور زدن تحریم‌ها نظیر اعطای تخفیف به مشتریان خارجی، پرداخت پول به واسطه‌ها و دلالان و ... فراهم کرده و دیگر مجال چندان برای ارتقای تکنولوژی، نوسازی و به‌روزرسانی ماشین‌آلات تولید، توسعه بازارهای صادراتی، افزایش شرکای تجاری و افزایش سهم کشورمان در تجارت جهانی باقی نگذاشته است. از طرف دیگر، با توجه به اینکه پیگیری سیاست دور زدن تحریم‌ها به جای تلاش برای رفع آنها، عملاً به شوک‌های ارزی در یک دهه گذشته و آثار شدید تورمی ناشی از آن منجر شده، بازنده این وضعیت فعالان بخش خصوصی و عامه مردم بوده‌اند که ناخواسته با توجه به افزایش شدید قیمت‌ها، سفره‌شان کوچک‌تر شده است و بنابراین اگر از این منظر به قضیه نگاه کنیم، شکستن تحریم‌ها به بهای کوچک شدن سفره مردم و افزایش نارضایتی آنها، دیگر نمی‌تواند افتخاری داشته باشد.

بر همین اساس، با توجه به اینکه در روزهای پایانی سال ۱۴۰۱ و در آستانه ورود به سال جدید قرار داریم، چه بهتر است که مسئولان و دست‌اندرکاران کشور از دلار ۵۰ هزار تومانی و کاهش چشمگیر ارزش پول ملی آنهم در طول یک سال گذشته درس بگیرند و اجازه ندهند آمل و آرزوهای یک نسل از کارآفرینان، متخصصان و جوانان کشور که از نظر تحصیلات، شرایط سنی و ظرفیت‌های فکری و انسانی در بهترین دوران خود به سر می‌برند، بر باد برود و آنها آینده کاری، زندگی و رفاه خود را در کشور دیگری جستجو نمایند.

در این مسیر، اگر افراد ناکارآمدی در برخی مناصب حضور دارند، باید فوراً جای خود را به افراد باتجربه و کارآمد بدهند و اگر سیاست‌ها و قوانین ناکارآمد و اشتباهی وجود دارند، باید از اجرای آنها خودداری شود. علی‌الخصوص در ارتباط با شوک ارزی و تورم مزمن که امروز کشورمان با آنها دست به گریبان است، تجربیات موفق بسیاری در جهان برای کنترل شوک ارزی و حتی تکریمی کردن تورم‌های بیش از ۱۰۰ درصد وجود دارد به طوری که امروز مسئله تورم یک مسئله تقریباً حل شده در اکثر کشورهای جهان است. بر همین اساس، لازم است مسئولان کشور برای جلوگیری از وخامت بیشتر اوضاع تورمی و ارزی، از این تجربیات استفاده کنند تا سال ۱۴۰۲ برای مردم و فعالان اقتصادی، سالی به دور از افزایش قیمت‌ها و شوک‌های قیمتی جدید باشد.

در پایان، فرا رسیدن نوروز باستانی ۱۴۰۲ و بهار طبیعت را نیز خدمت همه فعالان و دست‌اندرکاران صنایع نساجی و پوشاک کشور و مخاطبان گرانقدر نشریه صمیمانه تبریک عرض کرده و سالی توأم با سلامتی، موفقیت و سربلندی را هم برای شما گرامیان از درگاه ایزد منان مسئلت می‌نمایم.

هیئت تجاری ایران از نمایشگاه دموتکس آلمان بازدید کرد

حضور فعال هیئت تجاری تلاش کرد تا خلاء به وجود آمده را جبران کرده و سطح تعاملات صنعت فرش ماشینی کشور را در سطح جهانی ارتقا دهد. وی تصریح کرد: با پیگیری امور بین‌الملل اتاق کاشان ۳۵ نفر از تجار و تولیدکنندگان صنعت فرش ماشینی و صنایع وابسته در این رویداد تجاری و اقتصادی شرکت کرده و ضمن ارائه ظرفیت‌های فرش ماشینی ایران با آخرین دستاورد فنی و تکنولوژی دنیا در این عرصه آشنا شدند. تولایی برگزاری جلسه هم‌اندیشی اعضای هیئت تجاری با فعالین حوزه نساجی بارسلونا اسپانیا را نیز حائز اهمیت ذکر کرد و یادآور شد: در این جلسه پیشینه صنعت نساجی در ایران و ظرفیت فعلی کشور در حوزه فرش ماشینی مطرح شد و علاقه‌مندی شرکت‌های ایرانی برای فعالیت در کشور اسپانیا مطرح شد.

هیئت تجاری ۴۵ نفر از تجار و تولیدکنندگان فرش ماشینی و صنایع وابسته که توسط اتاق کاشان به آلمان اعزام شده بود، ضمن بازدید از نمایشگاه دموتکس، دستاوردهای دیگری در برداشت که در راستای تبادل دانش و تجربیات مشترک در حوزه صنعت فرش ماشینی محقق شد. رئیس اتاق کاشان گفت: «آشنایی شرکت‌های ریسندگی با جدیدترین تجهیزات و ماشین‌آلات روز دنیا»، «مذاکره با طرف‌های تجاری» و «برگزاری جلسات B2B با تجار و صنعتگران کشورهای آلمان، اسپانیا و فرانسه» را می‌توان به‌عنوان دیگر اقدامات این هیئت تجاری ذکر کرد.

محمود تولایی، اعزام هیئت تجاری به نمایشگاه دموتکس آلمان ۲۰۲۳ را ضروری و با اهمیت دانست و گفت: اگرچه آلمان محدودیت‌هایی برای حضور صاحبان صنایع در نمایشگاه ۲۰۲۳ دموتکس آلمان ایجاد کرد؛ اما

نرخ تورم نقطه‌ای بهمن ماه؛ ۵۳ درصد

رسیده که در مقایسه با همین اطلاع در ماه قبل، ۰٫۸ واحد درصد کاهش داشته است. تورم ماهانه برای گروه‌های عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» ۴٫۷ درصد و برای گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» ۲٫۷ درصد بوده است.

این در حالی است که نرخ تورم ماهانه برای خانوارهای شهری و روستایی به ترتیب ۳٫۴ درصد و ۴٫۰ درصد می‌باشد که نسبت به ماه قبل برای خانوارهای شهری ۰٫۹ واحد درصد کاهش و برای خانوارهای روستایی ۰٫۳ واحد درصد کاهش داشته است.

منظور از نرخ تورم سالانه، درصد تغییر میانگین اعداد شاخص قیمت در یک سال منتهی به ماه جاری، نسبت به دوره مشابه قبل از آن می‌باشد. نرخ تورم سالانه بهمن‌ماه ۱۴۰۱ برای خانوارهای کشور به ۴۷٫۷ درصد رسیده که نسبت به همین اطلاع در ماه قبل، ۱٫۴ واحد درصد افزایش نشان می‌دهد. همچنین نرخ تورم سالانه برای خانوارهای شهری و روستایی به ترتیب ۴۶٫۹ درصد و ۵۱٫۷ درصد می‌باشد که برای خانوارهای شهری ۱٫۴ واحد درصد افزایش و برای خانوارهای روستایی ۱٫۷ واحد درصد افزایش داشته است.

گفتنی است دامنه تغییرات نرخ تورم سالانه در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ برای دهک‌های مختلف هزینه‌ای از ۴۵٫۱ درصد برای دهک دهم تا ۵۴٫۹ درصد برای دهک اول است.

بر اساس جدیدترین گزارش منتشر شده مرکز آمار ایران، نرخ تورم نقطه‌ای در بهمن‌ماه امسال افزایشی شده است. بر اساس آخرین آمارهای منتشر شده مرکز آمار ایران، نرخ تورم نقطه‌ای در بهمن‌ماه امسال به ۵۳٫۴ درصد رسیده که در مقایسه با ماه قبل ۲٫۱ واحد درصد افزایش یافته است. منظور از نرخ تورم نقطه‌ای، درصد تغییر عدد شاخص قیمت، نسبت به ماه مشابه سال قبل است. نرخ تورم نقطه‌ای در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ به عدد ۵۳٫۴ درصد رسیده است؛ یعنی خانوارهای کشور به طور میانگین ۵۳٫۴ درصد بیشتر از بهمن ۱۴۰۰ برای خرید یک «مجموعه کالاها و خدمات یکسان» هزینه کرده‌اند.

نرخ تورم نقطه‌ای بهمن‌ماه ۱۴۰۱ در مقایسه با ماه قبل ۲٫۱ واحد درصد افزایش یافته است. نرخ تورم نقطه‌ای گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» با افزایش ۱٫۳ واحد درصدی به ۷۰٫۵ درصد رسیده و گروه «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» با افزایش ۲٫۳ واحد درصدی به ۴۳٫۵ درصد رسیده است. این در حالی است که نرخ تورم نقطه‌ای برای خانوارهای شهری ۵۲٫۷ درصد می‌باشد که نسبت به ماه قبل ۲٫۱ واحد درصد افزایش داشته است. همچنین این نرخ برای خانوارهای روستایی ۵۶٫۷ درصد بوده که نسبت به ماه قبل ۱٫۸ واحد درصد افزایش داشته است.

از سوی دیگر، منظور از نرخ تورم ماهانه، درصد تغییر عدد شاخص قیمت، نسبت به ماه قبل می‌باشد. نرخ تورم ماهانه بهمن ۱۴۰۱ به ۳٫۵ درصد

عوامل رشد صنعت نساجی

اقدامات باید تسریع شود. جدی با بیان اینکه صنعت نساجی ظرفیت صادراتی بسیار خوبی دارد و باید با تامین نقدینگی از صادرات بیشتر آن حمایت کرد، ادامه داد: یکی از مشکلات اصلی این حوزه تامین نقدینگی است؛ با وجود اینکه با تامین منابع محدود می‌توان بستر رونق این صنعت را فراهم کرد اما اعتبارات لازم تامین نمی‌شود.

نایب‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس افزود: در حال حاضر صادرات صنعت نساجی حدود ۲۰۰ میلیون دلار است در حالی که با تامین سرمایه در گردش، می‌توان صادرات این بخش را به یک میلیارد دلار رساند اما از آنجا که حمایت‌های لازم از این صنعت انجام نمی‌شود، ظرفیت‌های آن مغفول مانده است. وی به اهمیت موضوع ماشین‌آلات در صنعت نساجی اشاره کرد و ادامه داد: در داخل نمی‌توان ماشین‌آلات مورد نیاز ابتدای زنجیره صنعت نساجی یعنی ریسندگی و بافندگی را تامین کرد، بنابراین تعرفه واردات ماشین‌آلات که پیش از این بالا بود و یکی از موانع این صنعت بود را مجلس اصلاح کرد و با اصلاح تعرفه واردات ماشین‌آلات، ایجاد خطوط تولید جدید یا نوسازی ماشین‌آلات توجیه اقتصادی خواهد داشت.

جدی در پایان گفت: بخشی از مواد اولیه مورد نیاز تولید صنعت نساجی از داخل تامین می‌شود که متأسفانه انحصاری است و صادر می‌شود و به تولیدکنندگان داخلی داده نمی‌شود؛ البته وزارت صمت اقداماتی برای رفع این مشکل انجام داده است، از سوی دیگر نیاز داخل به پنبه بیش از تولید داخل است که باید برای این موضوع نیز تدبیر ویژه‌ای در نظر گرفت.

نایب‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت: در حال حاضر صادرات صنعت نساجی حدود ۲۰۰ میلیون دلار است در حالی که با تامین سرمایه در گردش این حوزه می‌توان صادرات صنعت نساجی را به یک میلیارد دلار رساند. علی جدی در گفتگو با خبرگزاری خانه ملت درباره مشکلات صنعت نساجی گفت: با وجود اینکه صنعت نساجی، چرم، پوشاک، کیف و کفش بیشترین اشتغال را در کشور ایجاد می‌کنند، به گونه‌ای که حدود ۱۶ درصد اشتغال کشور مربوط به این صنایع است و بیشتر سرمایه‌گذاری انجام گرفته در این حوزه از سوی بخش خصوصی انجام گرفته اما متأسفانه به این صنایع بی‌توجهی می‌شود. نماینده مردم شیروان در مجلس افزود: در وزارت صمت ساختار مناسبی برای حمایت از صنعت نساجی تعریف نشده است و فقط یک مدیرکل برای این حوزه در نظر گرفته شده. باید به این نکته نیز توجه کرد که مدیرعامل نیز قدرت چندانی برای پیگیری امور ندارد.

وی جلوگیری از قاچاق پوشاک را یکی از راهکارهای حمایت از صنعت نساجی دانست و اضافه کرد: قاچاق پوشاک استوک از کشورهای اروپایی یا پوشاکی که در دوران شیوع کرونا خریداری نشده و اکنون به صورت کیلویی وارد کشور می‌شود، موجب آسیب به بخش صنعت نساجی شده. از سوی دیگر از آنجا که این کالاها به صورت قاچاق وارد کشور می‌شود، تعرفه واردات پرداخت نمی‌کنند بنابراین ارزان‌تر از اجناس داخلی می‌شوند، بنابراین رقابت با این کالاها برای تولیدکنندگان داخلی با مشکلاتی روبه‌رو است. این نماینده مردم در مجلس یازدهم ادامه داد: هرچند تلاش شده با موضوع شناسه کالا مشکل قاچاق پوشاک رفع شود، اما پیگیری این

مرکز مبادله ارز و طلا آغاز به کار کرد

ارز خود را دریافت کنند. طبق تصمیم جدید بانک مرکزی؛ برای مسافرت‌های زمینی ۳۰۰ یورو و مسافرت‌های هوایی ۵۰۰ یورو اختصاص داده شده است؛ همچنین ارز مسافرتی در پشت گیت فرودگاه‌ها به مسافران تحویل داده خواهد شد.

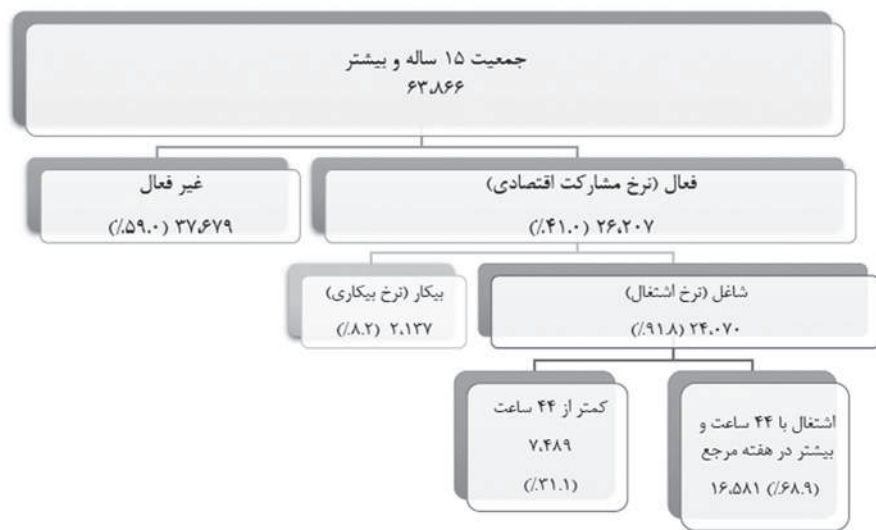
نکته مهم در سیاست‌های جدید ارزی بانک مرکزی این است که از این پس دیگر این بانک، ارز برای فروش با کارت ملی در اختیار صرافی‌ها قرار نمی‌دهد. البته صرافی‌ها می‌توانند از منابع داخلی خودشان در همان سرفصل ارز از مردم بخرند و به مردم بفروشند. (توضیحات تکمیلی، ص ۵۸)

با اعلام بانک مرکزی، از روز سه شنبه دوم اسفندماه مرکز مبادله طلا و ارز ایران رسماً آغاز به کار کرد. این مهم بعد از آن به مرحله اجرا درآمده که در هفته‌های اخیر نرخ ارز نوسان شدید را ثبت کرده و به رکوردهای تاریخی و حتی بالای ۵۰ هزار تومان رسیده است. ایجاد مرجعیت قیمت، افزایش حجم معاملات رسمی و سهولت دسترسی متقاضیان بازار ارز و طلا از مهم‌ترین اهداف کلان مرکز مبادله ارز و طلای ایران اعلام شده است.

بر اساس این گزارش، مردم برای دریافت ارز باید به کارگزاری‌هایی که بانک مرکزی معرفی می‌کند مراجعه کنند و در زمان مشخصی

نرخ بیکاری در پاییز امسال به ۸,۲ درصد رسید

نمودار ۱- شاخص‌های عمده بازار کار در پاییز ۱۴۰۱ (ارقام به هزارنفر)



بررسی مرکز آمار ایران از نرخ بیکاری افراد ۱۵ ساله و بیشتر نشان می‌دهد که ۸,۲ درصد از جمعیت فعال (شاغل و بیکار)، در پاییز امسال بیکار بوده‌اند. بررسی روند تغییرات نرخ بیکاری حاکی از آن است که این شاخص، نسبت به پاییز سال قبل، ۰,۷ درصد کاهش یافته است. در پاییز ۱۴۰۱، به میزان ۴۱ درصد جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر از نظر اقتصادی فعال بوده‌اند، یعنی در گروه شاغلان یا بیکاران قرار گرفته‌اند. بررسی تغییرات نرخ مشارکت اقتصادی حاکی از آن است که این نرخ نسبت به پاییز قبل ۰,۱ درصد افزایش یافته است.

همچنین بر اساس این گزارش جمعیت شاغلین ۱۵ ساله و بیشتر در این فصل ۲۴ میلیون و ۷۰ هزار نفر بوده که نسبت به فصل مشابه سال قبل ۵۳۵ هزار نفر افزایش داشته است. جمعیت غیرفعال از نظر اقتصادی (اعم از افراد محصل، خانه‌دار، دارای درآمد بدون کار مانند بازنشستگان و...) ۳۷ میلیون و ۶۷۹ هزار نفر بوده که نسبت به فصل مشابه سال قبل ۳۶۲ هزار نفر افزایش داشته است. از دیگر نکات بازار کار پاییزی، استمرار ریزش اشتغال در بخش کشاورزی است که باعث شده با کاهش ۱۸۳,۵ هزارنفری شاغلان این بخش، سهم بخش کشاورزی از بازار کار به ۱۴,۳ درصد برسد. در مقابل همچنان بخش خدمات در حال جذب شاغلان جدید است و سهم آن از بازار کار به ۵۱,۱ درصد رسیده است. سهم بخش

را فارغ‌التحصیلان دانشگاهی تشکیل داده‌اند. بررسی نرخ بیکاری گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ ساله نیز نشان می‌دهد که در پاییز ۱۴۰۱، ۱۴,۸ درصد از جمعیت فعال این گروه سنی بیکار بوده‌اند. این در حالی است که تغییرات فصلی نرخ بیکاری این افراد نشان می‌دهد این نرخ نسبت به پاییز ۱۴۰۰، به میزان ۱,۳ درصد کاهش یافته است. بررسی سهم جمعیت دارای اشتغال ناقص جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر نشان می‌دهد که در پاییز ۱۴۰۱، ۹,۵ درصد جمعیت شاغل، به دلایل اقتصادی (فصل غیرکاری، رکود کاری، پیدا نکردن کار با ساعت بیشتر و...) کمتر از ۴۴ ساعت در هفته کار کرده و آماده برای انجام کار اضافی بوده‌اند. این در حالی است که ۳۶,۷ درصد از شاغلین ۱۵ ساله و بیشتر، بیش از ۴۹ ساعت در هفته کار کرده‌اند.

صنعت هم ۳۴,۶ درصد بوده است. خروج زنان از بازار کار هم در پاییز امسال متوقف شده است به‌گونه‌ای که نرخ مشارکت اقتصادی آنها ۰,۵ درصد بهبود پیدا کرده، جمعیت شاغلان زنان ۰,۶ درصد افزایش داشته و نرخ بیکاری آنها نیز ۱,۵ درصد کاهش یافته است. بر اساس این گزارش نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله حاکی از آن است که ۱۹,۲ درصد از فعالان این گروه سنی در پاییز ۱۴۰۱ بیکار بوده‌اند. بررسی تغییرات فصلی نرخ بیکاری این افراد نشان می‌دهد، این نرخ نسبت به فصل مشابه در سال قبل (پاییز ۱۴۰۰) ۴,۴ درصد کاهش یافته است. نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی نیز با افت ۱,۳ درصدی، ۱۲,۵ درصد ثبت شده است. طبق آمار رسمی، در پاییز امسال ۴۲,۴ درصد از بیکاران و ۲۶,۴ درصد از شاغلان کشور

برگزاری دومین تور بهره‌وری با بازدید از کارخانه «ایاز»

دست یافتن به اقتصاد پایدار و توانمندسازی صنعت در گرو ارتباط با دانشگاه و بهره‌مندی از دانش‌آموختگان رشته‌های مرتبط است که این واحد تولیدی طی قراردادهای همکاری با چندین دانشگاه معتبر نسبت به این امر مهم اقدام کرده است. علی‌همتی، از رهبران جوان این مجموعه و مدیر کارخانه جهان اروم ایاز، راهکار تقویت صنعت نساجی ایران را در وهله اول «تقویت مهارت‌های نیروی جوان، آگاهی و رشد اقتصاد پایدار» می‌داند. این واحد تولیدی به واسطه ارتباط دانشگاه و صنعت، همکاری ویژه‌ای با دانشگاه امیرکبیر و دانشگاه انقلاب اسلامی داشته و توانسته است با آموزش هرچه بهتر نیروی متخصص، افزایش اثربخشی و بهبود کارایی و در نهایت با به‌کارگیری اصول استانداردهای بین‌المللی، محصولات را با کیفیت تراز جهانی به بازار داخلی و خارجی ارائه نماید.

سازمان ملی بهره‌وری ایران، دومین تور بهره‌وری خود در راستای ترویج بهره‌وری و آشنایی با فعالیت‌ها و تجارب موفق شرکت‌ها و سازمان‌ها را برگزار کرد. این تور با برنامه «بازدید از خط تولید کارخانه نساجی جهان اروم ایاز»، با هدف آشنایی با فعالیت‌ها و تجارب موفق شرکت‌ها روز یکشنبه مورخ ۲ بهمن‌ماه در محل شهرک صنعتی قرچک برگزار شد.

بر اساس این گزارش، برند تجاری ایاز با اشتغال مستقیم بیش از هزار نفر در آن، بزرگترین واحد تولید پارچه رومبلی و پرده‌ای خاورمیانه در مساحتی به متراژ ۶۷ هزار مترمربع است و به عنوان یکی از نامداران حوزه نساجی در منطقه خاورمیانه شناخته شده است. شرکت جهان اروم ایاز متمرکز بر افزایش بهره‌وری صنعت نساجی است و تمرکز ویژه‌ای نیز بر جنبه ارتقا علم و فناوری صنعت نساجی کشور دارد.

کتاب رنگ‌سنجی در صنعت نساجی منتشر شد

چشمگیری افزایش یافته است. بدین ترتیب کمک گرفتن از علم و دانش اندازه‌گیری رنگ منجر به افزایش کیفیت محصول، کاهش ضایعات تولید و کاهش برگشتی کالا شده که در پی آن، توسعه بازار و افزایش سود را به دنبال خواهد داشت.

مترجمین انتظار دارند که مباحث کاربردی کتاب رنگ‌سنجی در صنعت نساجی برای مدیران و مهندسين بخش‌های مختلف تحقیق و توسعه، کنترل کیفیت و مهندسی فروش همان‌قدر مفید و قابل پیاده‌سازی در کارخانه باشد که مباحث علمی آن برای دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های مهندسی نساجی، شیمی و علوم الیاف و رنگ و یا سایر علاقمندان جذاب می‌نماید.

نویسنده کتاب دکتر مایکل و یک مدیر گروه تحقیقاتی نساجی و رنگ و مدیر آزمایشگاه رنگ‌سنجی و عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی مواد دانشگاه لیبرک جمهوری چک هستند. ایشان نویسنده ۶ کتاب، حدود ۱۷۰ مقاله علمی و کنفرانسی و صاحب ۵ اختراع هستند. حوزه علاقمندی تحقیقاتی وی اندازه‌گیری ظاهر رنگ، اختلاف رنگ، فرمولاسیون رنگ، کنترل کیفیت رنگ، توسعه و طراحی ابزارهای اندازه‌گیری رنگ، علم مواد نساجی (مواد هوشمند، روش‌های پیشرفته میکروسکوپی) و تکمیل پارچه (اصلاح سطح: پلازما، فوتوپلیمریزاسیون) است.

روابط عمومی پژوهشگاه رنگ با همت اعضای هیئت علمی پژوهشگاه با کمال افتخار به اطلاع می‌رساند کتاب «رنگ‌سنجی در صنعت نساجی» توسط انتشارات پژوهشگاه رنگ، منتشر گردید. گردآورندگان این اثر آقایان دکتر کیوان انصاری و مهدی صفی در پیشگفتار این اثر ذکر کرده اند که:

موفقیت بیشتر در صادرات محصولات نساجی و برخورداری از سهم بزرگتری از بازار رقابتی میان برندهای لباس و پوشاک، نیازمند آن است که تولیدکنندگان این حوزه صنعت به درک عمیق‌تری از دانش بیان و سنجش و کنترل مهم‌ترین بُعد از ظاهر منسوجات یعنی رنگ دست یابند. زیرا عاملی کلیدی هنگام قضاوت و تصمیم خریداران یک محصول رنگ آن است.

این توانایی که بتوان رنگ‌ها را به صورت اعدادی قابل‌فهم که به ادراک انسانی نزدیک است اندازه‌گیری نمود، هر تولیدکننده محصولات رنگی را قادر می‌سازد که از محدودیت‌ها و خطاهای ارزیابی بصری فراتر رفته و بتواند نسبت به تعیین عددی مقدار اختلاف رنگ نمونه با هدف اقدام نموده و در توافق با حدود قابل قبول استاندارد، موجب افزایش رضایتمندی مشتری و کاهش اختلاف‌های احتمالی با خریدار شود. زیرا کیفیت پایدار رنگ و دقت و صحت بازتولید آن به نحو

تابوی پوشاک ایرانی در بین مردم شکسته است

گفتگوی ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» با آقای «مهدی رهبری»
فعال صنعت پوشاک و نایب رئیس سابق انجمن صنایع پوشاک ایران



نتوانستند جلوی پوشاک قاچاق را بگیرند؟ چون راهکار برخورد با قاچاق این نیست و در دنیا هم از روش‌های کارآمدتری برای جلوگیری از عرضه کالای قاچاق استفاده می‌شود.

فرض کنید فردی فروشنده‌ای دارد و یک قاچاقچی بخواهد برای او جنسی را به صورت قاچاق بیاورد. بدیهی است به فرد قاچاقچی بابت این کار، پولی از طرف فروشنده‌دار پرداخت می‌شود که این پرداخت به فرد قاچاقچی، از طریق سیستم بانکی و بر اساس یک تراکنش بانکی انجام می‌گیرد. همچنین مبلغی به شرکت صرافی برای حواله پول به کشور مبدأ فروشنده کالای قاچاق پرداخت می‌شود که همگی در سیستم بانکی ثبت می‌گردد. بنابراین اگر متولیان مربوطه دنبال رصد همین تراکنش‌ها باشند و بررسی کنند که وجوه مذکور در دفاتر آن فروشگاه به‌عنوان خرید ثبت شده یا خیر؟ و

* با وجود ممنوعیت رسمی واردات پوشاک، شاهد وفور پوشاک خارجی و قاچاق در بازار هستیم. به نظر جنابعالی مبادی اصلی این حجم از قاچاق کجاست و چرا اقداماتی که تاکنون صورت گرفته، نتوانسته جلوی این پدیده را بگیرد؟

قاچاق پوشاک تقریباً از تمامی مبادی زمینی، هوایی، دریایی و ... انجام می‌شود و متأسفانه در سال‌های گذشته متولیان مربوطه نتوانسته‌اند جلوی آن را بگیرند. در سطح عرضه هم با وجود وضع قوانین و مقررات مختلف و همچنین برخوردهای مقطعی، باز هم عرضه پوشاک قاچاق با قدرت در حال انجام است. حال سوال این است که چرا در تمامی این مدت با وجود همه برخوردهای قهری، پلمپ کردن مغازه‌ها، گذاشتن ایست بازرسی و غیره،

آقای مهدی رهبری از فعالان باسابقه صنعت پوشاک کشور، در گفتگو با نشریه، تنها راه برخورد موثر و ریشه‌ای با قاچاق پوشاک را رصد تراکنش‌های بانکی و مطالبه مستندات مربوطه از فروشگاه عرضه‌کننده در ارتباط با کالاهای مشکوک به قاچاق عنوان کرده است. وی همچنین به موفقیت برندهای پوشاک ایرانی در دوران ممنوعیت واردات اشاره کرده و معضل کمبود مواد اولیه باکیفیت و متنوع را از مهم‌ترین مشکلات پیش روی تولیدکنندگان داخلی برای رقابت با کالای قاچاق دانسته است. آقای رهبری تأکید کرده که امروز تابوی پوشاک ایرانی شکسته و کسانی که زمانی سمت جنس ایرانی هم نمی‌رفتند، امروزه با افتخار پوشاک ایرانی خریداری می‌کنند.

وی در بخش پایانی مصاحبه نیز به تشریح فعالیت‌های خود در عرصه تولید و صادرات پوشاک پرداخته و نکات تامل‌برانگیزی را درباره چرایی تعطیلی فعالیت‌های صادراتی خود اشاره نموده است. مشروح این گفتگوی خواندنی پیش روی خوانندگان گرامی است:

تا زمانی که مبادلات بانکی با کشورهای خریدار به صورت رسمی و قانونی راه نیافتد، صادرات پوشاک هم راه نمی‌افتد و هر کس هم قولی در این زمینه بدهد، حرف او فاقد ضمانت اجرایی است. طرف‌های خارجی هم دنبال در دسر نیستند که از کشوری که تمامی مبادی پولی قانونی آن مسدود است، کالا خریداری کرده و پول آن را به کشور ثالث بدهند چراکه این کار مصداق بارز پولشویی خواهد بود

به طور کلی، این مبالغ که قاعدتاً رقم‌های درشت می‌باشند، به چه عنوان از حساب آن فروشگاه به حساب‌های اشخاص دیگر منتقل شده که اگر بابت خرید کالا است مستندات مربوطه را از فروشگاه عرضه‌کننده مطالبه کنند، آنگاه مبادی و ریشه‌های قاچاق به راحتی قابل شناسایی است؛ چراکه اگر مشخص شود فروشگاه‌دار در فروشگاه خود پوشاک خارجی عرضه می‌کند، از آنجایی که واردات رسمی ممنوع است، قاچاق بودن آن کالا محرز می‌شود.

دنیا هم بر اساس رصد تراکنش‌های بانکی افراد، فعالیت‌های غیرقانونی را تشخیص می‌دهد و هرگونه تراکنش یا درآمد اضافه خارج از منابع درآمدی رسمی و ثبت‌شده افراد، بلافاصله مورد سوال قرار بگیرد تا منشأ آن مشخص شود. اما این سوال ساده «کالای مشکوک به قاچاق را از کجا آورده و وجوه آن را چگونه به فروشنده پرداخت نموده‌ای؟» هیچ موقع از فروشگاه‌دارها، صاحبان برندها، بازاریبان و تجار کشورمان پرسیده نمی‌شود. ما این موضوع را در جلسه‌ای که با حضور آقای هاکوپیان و تعداد دیگری از همکاران انجمن صنایع پوشاک، با نمایندگان آقای دژپسند وزیر وقت اقتصاد داشتیم، از طریق یک نامه منعکس کردیم و به آقای وزیر تاکید نمودیم که اگر شما تراکنش‌های بانکی افراد را رصد و بدون هرگونه استثنا و تبعیض پیگیری کنید، قاچاق بعد از مدتی ریشه‌کن می‌شود. به غیر از این، هیچ راهکار دیگری وجود ندارد و اگر قاچاق را از در بیرون کنیم، از پنجره وارد می‌شود.

*** چند سال قبل دستورالعملی برای ساماندهی فعالیت برندهای پوشاک خارجی و شروطی برای فعالیت آنها در داخل کشور تعیین گردید. با توجه به اینکه این دستورالعمل عملاً منقضی شده و اجرا نمی‌شود، آیا فعالیت مارک‌های خارجی موجود در بازار ایران**

قانونی است و اگر قانونی نیست، چرا برخورداری با آنها صورت نمی‌گیرد؟

اولاً اعتقاد داریم که آن دستورالعمل در صورت انجام برخی اصلاحات و اضافه شدن برخی تبصره‌ها به آن، می‌توانست مثمرتر واقع شود. مثلاً در مورد برندی مثل ورساچه، ما در کشور امکانات لازم برای ارائه کیفیتی در حد نام این برند نداریم ولی در عین حال برخی از مصرف‌کنندگان تمایل دارند پوشاک با برند ورساچه را خریداری کنند لذا باید تبصره‌هایی در مورد برندهای بسیار رده بالا به دستورالعمل اضافه می‌شد. با این حال اکنون که آن دستورالعمل از اساس وجود خارجی ندارد، دیگر راجع به آن صحبت نمی‌کنیم.

حال اینکه چرا با وجود ممنوعیت واردات و انقضای آن دستورالعمل، برخی از برندهای خارجی همچنان در حال فعالیت هستند را باید مسئولان وزارت صنعت و ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز پاسخگو باشند. اما آنطور که من حدس می‌زنم، این برندها یک نامه نمایندگی غیرمعتبر را ارائه کرده‌اند تا به فعالیت‌های خود ادامه دهند. به اعتقاد من، این برندها اگر ایرانی هستند باید رسماً اعلام کنند تا فاکتورها و مستندات آنها هم به عنوان یک برند ایرانی توسط تیم متخصص کنترل شود.

اما اگر واقعا خارجی هستند، باید نامه رسمی و معتبر از دفتر مرکزی آن برند خارجی ارائه دهند که در آن نامه، شعبات برند خارجی در کشورمان و همچنین اجازه‌نامه رسمی استفاده از نام برند خارجی برای محصول تولید داخلی و فروش آن در بازار ایران، قید شده باشد و نامه را هم سفارت ایران در کشور مبدأ تایید کرده باشد. به عقیده من، غیرممکن است که دفتر مرکزی برند خارجی با اعتبار جهانی چنین نامه‌ای را به شرکت‌های ایرانی بدهد و بنابراین تمام پوشاک‌هایی که امروز با برند خارجی در بازار کشورمان عرضه می‌شود، غیرقانونی است و تا جایی که اطلاع داریم این پوشاک عمدتاً تولید داخلی، اجناس استوک پنج سال قبل و بعضاً کالای قاچاقی است که به شکل غیرقانونی تحت نام برند خارجی عرضه می‌گردد. ما این موضوع را بارها و بارها به متولیان مربوطه گفته‌ایم اما متأسفانه گوش شنوایی برای برخورد با این فعالیت‌ها وجود ندارد.

*** به نظر جنابعالی، آیا برندهای پوشاک ایرانی توانستند از ممنوعیت واردات قانونی پوشاک به نحو احسن استفاده کنند؟**

به اعتقاد من برندهای ایرانی موجود

بسیار موفق عمل کرده‌اند و مطمئناً اگر جلوی قاچاق نیز با روشی که خدمتتان عرض کردم گرفته شود، عملکرد به مراتب بهتری هم خواهند داشت. به ویژه که بازار هشتاد و چند میلیونی ایران یک بازار تشنه و بسیار پرمیانسبیل در حوزه پوشاک است که برندهای خارجی برای ورود مجدد به این بازار، به هر دری می‌زنند. بنابراین در صورت جلوگیری از قاچاق، نیاز بازار به راحتی توسط برندهای ایرانی قابل تامین است. در همین چند سال گذشته که برندهای خارجی از پاساژها و مراکز خرید بزرگ رفتند، جای آنها را به راحتی برندهای ایرانی پر کرده‌اند و در حال توسعه هستند که نشان می‌دهد تولیدکنندگان پوشاک ایرانی به خوبی دارند کار می‌کنند و حتی با وجودی که اجاره‌ها روزبه‌روز بالا می‌رود، اما باز هم به فعالیتشان ادامه می‌دهند. به جرأت می‌توانم عرض کنم نسبت به پنج سال قبل که ممنوعیت واردات اعمال گردید، امروز بیش از ۵۰ درصد و حتی تا ۷۰ درصد پوشاک مورد استفاده مردم ایرانی است در حالی که پیش از آن، کشورهای چین، ترکیه، اروپایی و ... بازار پوشاک کشورمان را اشباع کرده بودند. همچنین رشد چشمگیر تعداد برندهای ایرانی و افزایش شعبات آنها در سال‌های اخیر، مؤید موفقیت برندهای ایرانی است؛ حتی اگر خودشان از شرایط موجود اظهار نارضایتی بکنند.

لذا در پاسخ به سوال شما، به ضرس قاطع می‌گویم که امروز تابوی پوشاک ایرانی شکسته و کسانی که زمانی سمت جنس ایرانی هم نمی‌رفتند، امروزه با افتخار پوشاک ایرانی خریداری می‌کنند. البته باید به قیمت گزاف پوشاک خارجی اصل در بازار نیز اشاره کرد که باعث شده مصرف‌کنندگان با صرف هزینه یکسان، اقلام بیشتری را از برندهای ایرانی تهیه کنند.

* با این اوصاف و اگر برندهای ایرانی موفق هستند، چرا همچنان قاچاق پوشاک توجیه اقتصادی دارد و در حال انجام است؟

ایراد در جای دیگری است که ارتباطی به تولیدکنندگان و برندهای پوشاک ایرانی ندارد. یکی از این ایرادات قاچاق است که در سوالات قبلی بدان اشاره کردم. ایراد دیگر، کمبود مواد اولیه متنوع برای تولیدکنندگان است. البته این بدان معنا نیست که مثلاً نخ و پارچه به میزان کافی در کشور تولید نمی‌شود، بلکه منظور این است که مواد اولیه متناسب با الزامات صنعت مد و فشن که هر روز یک گرایش، طرح و رنگ جدیدی را می‌طلبد، در کشور وجود ندارد. نمی‌توان به تولیدکننده پوشاک به صورت دستوری ابلاغ کرد چون واردات مواد اولیه ممنوع است پس شما باید فقط رنگ طوسی یا مشکی تولید کنید و مطمئناً مصرف‌کنندگان هم چنین محدودیت‌های را بر نمی‌تابند و خواستار کالای متنوع و مد روز هستند.

علاوه بر این، یک سری تعارض منافع هم بین صنعت نساجی و صنعت پوشاک وجود دارد. از یک طرف صنعت نساجی، اجازه واردات مواد اولیه مثل پارچه و نخ و دکمه و لایی و ... را نمی‌دهد چون معتقد است که تولید داخلی وجود دارد. از طرف دیگر، صنعت پوشاک از تنوع و کیفیت تولیدات نساجی رضایت لازم را ندارد، در حالی که بازار مصرف‌کننده محصول متنوع و باکیفیت است. باید در نظر داشت که لوکوموتیو صنعت نساجی، صنعت پوشاک است و اگر صنعت پوشاک در کشور راه بیافتد، صنعت نساجی را با خود به پیش می‌برد. این لوکوموتیو برای حرکت به پارچه خوب، دکمه، زیپ، لایی و خرج کار و سایر ملزومات نیاز دارد که اگر این ملزومات متنوع از آن گرفته شود، قادر به حرکت نخواهد بود. بنابراین به اعتقاد من، از آنجایی که اشتغال صنعت پوشاک

بیشتر از نساجی است و بازار مصرفی آن هم وجود دارد، باید برای مدتی، واردات مواد اولیه از طریق وضع قوانین مشخصی آسان شده و حتی به اعتقاد من تعرفه آن صفر شود (یا تعرفه مشخصی داشته باشد)، تا تولیدکنندگان پوشاک از نظر مواد اولیه تامین شوند و بتوانند با ایجاد کلکسیون‌ها و محصولات متنوع، بازار را اشباع نمایند. متعاقباً تولیدکنندگان نساجی و دیگر خرج کار پوشاک نیز با بررسی نیاز تولیدکنندگان پوشاک و دلیل ارجحیت مواد اولیه وارداتی برای آنها، نسبت به ارتقای کمی و کیفی محصولات خود اقدام خواهند نمود. به اعتقاد من، تا زمانی که تولیدکنندگان نساجی و مواد اولیه پوشاک تحت فشار قرار نگیرند، توسعه پیدا نمی‌کنند و کیفیت خود را بالا نمی‌برند؛ تا زمانی هم که کیفیت تولیدات نساجی بالاتر از این نرود و واردات ممنوع باشد، صنعت پوشاک هم زمین می‌خورد و قاچاق یا واردات مسافری پوشاک رونق خواهد داشت. البته باید تاکید کنم که این صحبت‌ها به معنای نفی توانمندی‌ها و ظرفیت‌های صنعت نساجی کشور نیست و مطمئناً اگر تولیدکنندگان نساجی بتوانند نیازهای صنعت پوشاک به مواد اولیه باکیفیت و متنوع را به شکل حداکثری تامین نمایند، اولویت اصلی تولیدکنندگان پوشاک نیز خرید مواد اولیه داخلی خواهد بود.

* در ارتباط با واردات مواد اولیه، ظاهراً تولیدکنندگان رسمی مجاز هستند مواد اولیه مورد نیاز خود را از طریق واردات رسمی تامین نمایند. نظر جنابعالی در این باره چیست؟

بله. حتی برخی از شرکت‌های بزرگ پوشاک هستند که کل مواد اولیه مورد نیازشان را به صورت قانونی و رسمی از طریق واردات تامین می‌کنند. اما مطمئناً همه شرکت‌ها و تولیدکنندگان پوشاک شرایط لازم برای انجام واردات را ندارند و ممکن است کارت بازرگانی،



در همین چند سال گذشته که برندهای خارجی از پاساژها و مراکز خرید بزرگ رفتند، جای آنها را به راحتی برندهای ایرانی پر کرده‌اند و در حال توسعه هستند که نشان می‌دهد تولیدکنندگان پوشاک ایرانی به خوبی دارند کار می‌کنند و حتی با وجودی که اجاره‌ها روز به روز بالا می‌رود، اما باز هم به فعالیتشان ادامه می‌دهند

اطلاعات، منابع مالی، ارتباطات بانکی و سایر الزامات این کار را نداشته باشند. بنابراین حرف من این است که حتی برای شرکت‌هایی که امکان واردات را ندارند، راهکار قانونی استفاده از مواد اولیه وارداتی در نظر گرفته شود یا به برخی از تجار همگن اجازه واردات رسمی مواد اولیه پوشاک و عرضه آن به طور رسمی به تولید کنندگان داخلی صادر گردد تا تولیدکنندگان داخلی بتوانند محصول باکیفیت و متنوع تولید نمایند.

*** موضع جناب عالی در ارتباط با تداوم ممنوعیت واردات پوشاک چیست و این ممنوعیت تا چه زمانی باید ادامه داشته باشد؟**

به اعتقاد من، از آنجایی که برندهای ایرانی به تدریج در حال جان گرفتن و توسعه ظرفیت‌ها و فروشگاه‌های خود هستند، بهتر است دو سه سالی این ممنوعیت تداوم داشته باشد تا جایگاه برندهای ایرانی در بازار تثبیت شود. بعد از آن و زمانی که اوضاع سیاسی و اقتصادی کشور ثبات پیدا کرد، واردات هم آزاد شود؛ البته مشروط بر اینکه کلیه قوانین و مقررات مربوطه از جمله دستورالعمل ساماندهی برندهای خارجی، توسط واردکنندگان رعایت شود و پوشاک با قیمت واقعی و اظهار گمرکی واقعی وارد کشور گردد. اگر این اتفاق بیفتد، برندهای پوشاک ایرانی قطعاً می‌توانند رقابت کنند و حتی اگر تمامی برندهای دنیا وارد کشور شوند باز هم مشکلی نخواهند داشت چراکه واردکنندگان باید با قیمت واقعی، پوشاک وارداتی را اظهار کرده و عوارض گمرکی، مالیات و سایر هزینه‌های مربوطه را پرداخته و در خصوص گزارش فروش به وزارت دارایی شفاف باشند.

بنابراین من موافق واردات برندهای واقعی رجیسترشده و شناخته‌شده هستم. حتی در این زمینه، زمانی پیشنهاد دادم که برندهای خارجی از نظر سطح کیفی و قیمتی به چهار تراز تقسیم

شوند و اجازه واردات برندهای تراز چهارم مثل ال‌سی‌وایکی که مشابه محصولات آنها و حتی بهتر از آن در بازار داخلی وجود دارد، داده نشود. با این کار، هم برندهای خارجی که محصولاتشان با قیمت واقعی در بازار کشور عرضه می‌شود، مخاطب خاص خود را خواهند داشت و هم برندهای پوشاک ایرانی می‌توانند حتی بیشتر و بهتر از برندهای خارجی در بازار بفروشند.

*** در حوزه صادرات پوشاک، با توجه به پتانسیلهایی که می‌تواند در حوزه ارزآوری و درآمدزایی برای کشورمان داشته باشد، چه الزاماتی وجود دارد و آیا توسعه صادرات پوشاک در مقطع فعلی امکان‌پذیر است؟**

به اعتقاد من، تا زمانی که سیستم بانکی کشور به درستی و بدون تحریم‌ها کار نکند، امکان صادرات حرفه‌ای پوشاک وجود ندارد. البته می‌توان به کشورهای همسایه به شکل فله‌ای و غیرسیستماتیک پوشاک عرضه کرد اما اسم آن دیگر صادرات نیست. صادرات واقعی کاری است که بنده و شرکت‌های مشابه به کمک همکاران خود زمانی انجام می‌دادیم و به برندهای مشهور اروپایی پوشاک

صادر می‌کردیم. این صادرات زمانی قطع شد که در سال ۱۳۸۸ طرف ایتالیایی به ما اعلام کرد که دیگر نمی‌تواند سفارش بدهد. از آنها درباره دلیل این تصمیم پرسیدیم و گفتند به دلیل تحریم بانکی [که رئیس‌جمهور وقت می‌گفت کاغذپاره است] نمی‌تواند پولی برای ما ارسال کنند. ما پیشنهاد دادیم که از طریق دیگر یا کشور واسطه پول منتقل شود، اما آنها گفتند نمی‌توانند این کار را انجام دهند چراکه گواهی مبدأ محصول برای ایران است و پول باید مستقیماً به حساب ما در ایران واریز شود. ما حتی پیشنهاد کردیم پول را به صورت نقدی دریافت کنیم، اما آنها اعلام کردند چون یک برند بین‌المللی هستند، باید به صورت کاملاً شفاف عمل کنند، در غیر این صورت فعالیت آنها مصداق پولشویی خواهد بود.

بنابراین تا زمانی که مبادلات بانکی با کشورهای خریدار به صورت رسمی و قانونی راه نیافتد، صادرات پوشاک هم راه نمی‌افتد و هرکس هم قوی در این زمینه بدهد، حرف او فاقد ضمانت اجرایی است. طرف‌های خارجی هم دنبال دردرس نیستند که از کشوری که تمامی مبادی پولی قانونی آن مسدود است، کالا خریداری کرده و پول آن را به کشور ثالث بدهند چراکه این کار مصداق بارز پولشویی

خواهد بود و جرائم سنگینی برای آنها به دنبال خواهد داشت.

*** با این تفاسیر، اگر تحریم سیستم بانکی برداشته شود، به نظر شما صنعت پوشاک کشور از قابلیت صادرات و رقابت در بازار جهانی برخوردار است؟**

بله این ظرفیت به خوبی وجود دارد. البته در این چند سالی که صادرات کشور به دلیل تحریم‌ها محدود شده و شرکت‌های حرفه‌ای که استانداردهای جهانی را رعایت می‌کردند مانند شرکت ما تعطیل شدند، کل صنایع کشور از جمله پوشاک از نظر کیفیت محصولات برای صادرات افت کرده‌اند. با این حال، این مشکل خیلی زود قابل‌رفع است و با توجه به استعداد بالای نیروی کار ایرانی و همچنین کمکی که خود شرکت‌های خریدار در زمان رفع تحریم‌ها می‌توانند انجام دهند، مسئله تطابق کیفیت تولیدات پوشاک با استانداردهای جهانی و صادراتی به راحتی برطرف خواهد شد. کما اینکه من زمانی که صادرات انجام می‌دادم، از شرکت‌های ایتالیایی یا آلمانی نمایندگانی آمدند و همه موارد لازم را به ما آموزش دادند.

البته علاوه بر مقوله کیفیت، مسئله بسیار مهم دیگر در حوزه صادرات، برقراری ثبات سیاسی و اقتصادی در کشور است به نحوی که بعد از رفع تحریم‌ها و حل مشکلات پولی و بانکی، شرکت‌های خارجی هراسی از تغییر ناگهانی شرایط و سیاست‌ها در کشورمان نداشته باشند. در واقع، طرف‌های خارجی باید مطمئن باشند زمانی که قراردادی با ما منعقد می‌کنند، حتما کالا در زمان مقرر به دست آنها می‌رسد و با یک بخشنامه یا تغییر ناگهانی قوانین، این فرآیند مختل نمی‌شود چراکه اگر این اتفاق بیافتد، شرکت خارجی هم که سرمایه‌گذاری کرده، نمی‌تواند به تعهداتی که به مشتریان خود داده عمل کند.

*** با توجه به اینکه بحث صادرات مطرح شد، خوشحال می‌شویم در مورد فعالیت‌های خود در صنعت پوشاک مخصوصا در حوزه صادرات و دلیل توقف این فعالیت‌ها صحبت بفرمایید.**

من در سال ۱۳۶۲ به آمریکا رفتم و در زمینه تجارت فرش فعالیت کردم. بعد از تحریم صنعت فرش، سال ۱۳۶۸ به ایران بازگشتم و به فعالیت پدری و خانوادگی‌مان که در حوزه پوشاک بود، پرداختم. در آن زمان، مشاهده کردم که پوشاک چین در داخل مطلقا وجود ندارد و به همین دلیل، یکی از اولین کارگاه‌های تولید چین و اولین کارگاه شستشو و سنگشویی را در داخل کشور با کمک دوستان خود ایجاد کردیم. از سال ۱۳۶۹ کارخانه صنعتی آری‌جین را پایه‌گذاری کردیم و تا سال ۱۳۸۰ فعالیت این کارخانه و فروشگاه‌های آن را توسعه دادیم به نحوی که تعداد فروشگاه‌های آری‌جین به عدد ۱۸ رسید. از سال ۱۳۸۰ صادرات به فرانسه را آغاز کردیم و تا سال ۱۳۸۴ علاوه بر فرانسه، صادرات خود را به ایتالیا و سوئد نیز توسعه دادیم. در ادامه این فعالیت‌ها، در سال ۱۳۸۴ کارخانه بزرگ دوم را راه‌اندازی کردیم که ۱۰۰ درصد محصولات آن به صادرات اختصاص پیدا می‌کرد و صادرات آن حتی به ۳ میلیون یورو در سال می‌رسید. تا اینکه در سال ۱۳۸۸ همانطور که خدمتتان عرض کردم، مجبور شدیم آن کارخانه بزرگ با سرمایه‌گذاری چندمیلیون یورویی را تعطیل نماییم.

*** آیا امکان اینکه فعالیت آن کارخانه با هدف تامین نیاز بازار داخلی تداوم پیدا کند وجود نداشت؟**

آن کارخانه به دلیل حجم بالای تولید و کیفیت بالای محصولات، برای تامین بازار

داخلی برنامه‌ریزی نشده بود، ولی در عین حال می‌توانست تامین‌کننده نیاز بخشی از جامعه باشد. اما در همان مقطع، بازار کشور را به روی چین و ترکیه باز کرده بودند و به صورت فله‌ای و بدون ثبت سفارش و کنترل، پوشاک وارد کشور می‌شد و تعدادی از فروشندگان داخلی نیز ترجیح می‌دادند به جای اینکه از من خرید کنند، به ترکیه و چین سفر کرده و اجناس ارزان و متنوع را از آنجا وارد کنند. البته این نکته را هم باید اشاره کنم که در آن زمان (سال‌های ۱۳۸۴ الی ۱۳۸۸)، به مدت چندین سال نرخ ارز به صورت دستوری ثابت نگه داشته شد، اما هزینه‌های تولیدکنندگان از جمله قیمت انرژی، هزینه کارگر و ... را سالانه بالا بردند. در نتیجه، با وجودی که قیمت تمام‌شده کالای وارداتی به دلیل ثبات دستوری نرخ ارز ثابت بود، اما قیمت تمام‌شده تولید داخلی هرساله بالا می‌رفت و ما عملا نمی‌توانستیم با کالای وارداتی رقابت کنیم.

*** در آن زمان، آیا هیچ نهاد یا ارگانی مسئولیتی در قبال ضرر و زیان شما پذیرفت؟**

در آن مقطع، مدیرکل وقت صنایع نساجی و پوشاک حتی ما را در اتاق خود راه نمی‌داد و حاضر نشد حتی بازدیدی از کارخانه داشته باشد یا با یک تلفن، جوایب احوال ما که میلیون‌ها دلار ارزآوری برای کشور داشتیم شود. اما در همان زمان، راه را برای ال‌سی‌وایکی و شرکت‌های مشابه هموار کردند و نماینده آن برندها را در صدر جلسه‌ای در وزارت صنعت نشانند تا بتواند واردات انجام دهند. اینگونه شد که آن کارخانه با آن عظمت و کیفیت که زبازند دست‌اندرکاران پوشاک بود و امروز می‌بایست با دو برابر ظرفیت فعالیت می‌کرد، عملا از بین رفت و بعد از تعطیلی آن هم هیچ‌کدام از مسئولان مربوطه حتی جوایب دلیل تعطیلی ما نشدند.



سال نو و زخم‌های کهنه

نیما بصیری عضو هیئت نمایندگان اتاق ایران



در شرایطی روزهای پایانی سال ۱۴۰۱ را سپری می‌کنیم که متأسفانه امسال نیز مانند سال گذشته و البته سال‌های قبل‌تر از آن، سرشار از نامالایمات، بی‌ثباتی‌ها و بحران‌های اقتصادی برای فعالان اقتصادی کشور بود و ظاهراً قرار نیست در آینده نزدیک، ثبات و آرامش بر فضای اقتصادی کشور حاکم گردد. اینطور می‌توان گفت که همانطور که بر اساس اصلی در علم فیزیک «انرژی از بین نمی‌رود بلکه از شکلی به شکل دیگر تبدیل می‌شود»، در اقتصاد کشورمان هم ظاهراً «مشکلات اقتصادی از بین نمی‌روند، بلکه از مشکلی به مشکل دیگر تبدیل می‌شوند!»

اندر احوال سالی که گذشت ذکر همین نکته کافی است که نرخ دلار آمریکا از حدود ۲۶ هزار تومان در اواخر اسفند سال ۱۴۰۰ به بیش از ۴۵ هزار تومان در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ رسید و در اوایل اسفند نیز برای نخستین بار از ۵۰ هزار تومان عبور کرد که در صورت تثبیت در همین محدوده، به معنای کاهش حدود ۹۰ درصدی ارزش پول ملی و افزایش سرسام‌آور قیمت انواع کالاها و خدمات، از مواد اولیه و نهاده‌های تولید گرفته تا عموم کالاهای مصرفی است که اعلام نرخ تورم ۵۳٫۴ درصدی برای بهمن‌ماه از سوی مرکز آمار ایران، مهر تاییدی بر این موضوع است. زمانی گفته می‌شد که کاهش ارزش پول ملی از این منظر که توجیه اقتصادی و رقابت‌پذیری صادرات را بالا می‌برد، پدیده مثبتی است اما بر اساس آنچه که در عمل شاهد آن هستیم، نه تنها خبری از رشد صادرات نشده بلکه برخی از مهم‌ترین بازارهای صادراتی کشور در منطقه همچون عراق نیز در حال از دست رفتن است و با افزایش سختگیری بانک مرکزی آمریکا بر بانک‌های عراقی، محدودیت‌های صادرات به این کشور و بازگشت دلار به ایران نیز در حال افزایش است. به موازات، هیمنه کشورمان در بازارهای جهانی نفت و گاز رو به کاهش است

و شاهد تصاحب سهم بازار کشورمان از سوی قطر، روسیه، آذربایجان و ... هستیم. مجموعه این شرایط در کنار سایر محدودیت‌ها و تحریم‌هایی که اخیراً از جانب اتحادیه اروپا و آمریکا در ارتباط با مرادوات تجاری ایران با همسایگان اعمال شده، متأسفانه به تشدید کسری بودجه دولت منجر شده و همین امر، خواه ناخواه زمینه افزایش فشار به نرخ ارز و افزایش آن در بازار آزاد را فراهم کرده است؛ ولو اینکه رئیس کل محترم بانک مرکزی نرخ دلار را ۲۸۵۰۰ تومان اعلام کند!

در چنین بستر پرآلتهایی که اقتصاد کشورمان در آن قرار دارد، لایحه بودجه ۱۴۰۲ نیز در حال بررسی و تصویب نهایی است؛ آنهم در شرایطی که لایحه برنامه هفتم توسعه به عنوان سند بالادستی بودجه تا لحظه نگارش این مطلب تحویل مجلس نشده و با وجودی که سال ۱۴۰۰ سال پایانی برنامه ششم توسعه بوده، بعد از گذشت دو سال تاخیر، هنوز برنامه هفتم توسعه بالاتکلیف است که نشان‌دهنده به‌اغما رفتن هرگونه برنامه‌ریزی بلندمدت در شرایط فعلی اقتصادی و سیاسی کشور می‌باشد. از طرف دیگر، همچون سنوات گذشته، در بودجه سال آینده نیز رشد چشمگیری در درآمدهای مالیاتی دولت به میزان ۵۹ درصد در نظر گرفته شده که در این میان، افزایش ۱۲۲ درصدی سهم مالیات اشخاص حقوقی در سال آینده از نکات قابل توجه و نشان‌دهنده افزایش فشار مالیاتی بر فعالان اقتصادی برای سال آینده است. اینطور می‌توان گفت در شرایطی که به

دلیل تشدید تحریم‌ها، دست دولت از بسیاری از منابع درآمدی خود مخصوصاً ارز حاصل از صادرات نفت، گاز و مشتقات کوتاه شده، افزایش فشار مالیاتی به بنگاه‌های اقتصادی به عنوان یک راهکار اصلی دولت جهت جبران کسری بودجه و پرداخت هزینه‌های جاری، دنبال شده که بی‌تردید نتیجه این سیاست، تضعیف بیش از پیش واحدهای کوچک و متوسط بخش خصوصی، کاهش ظرفیت تولید و تعطیل احتمالی بنگاه‌ها در اثر افزایش هزینه‌های تولید خواهد بود.

این در حالی است که اخیراً رهبر انقلاب در جمع کارآفرینان، تولیدکنندگان و شرکت‌های دانش‌بنیان به صراحت تأکید کردند: «دستگاه‌های اجرایی باید از توسعه‌ی بنگاه‌های خصوصی حمایت کنند؛ کشور بدون فعالیت بنگاه‌های خصوصی اداره نخواهد شد.» و با توجه به این بیان صریح، لازم است مجموعه سیاست‌ها و قوانین اجرایی کشور نیز در راستای حمایت از بخش خصوصی، کاهش فشارها، حذف موانع کسب‌وکار و تسهیل فعالیت فعالان اقتصادی تدوین گردد که متأسفانه، نه تنها در عمل شاهد چنین حمایت‌هایی نیستیم بلکه بنگاه‌های اقتصادی عملاً گاو شیرده‌ای برای دوران بی‌پولی دولت شده‌اند و در مواقع بحرانی مانند بحران برق و گاز نیز باید زودتر از همه تن به تعطیلی بدهند.

در پایان لازم است به این نکته بسیار مهم نیز اشاره شود که به‌ویژه طی یک سال گذشته، شاهد تغییرات در مناسبات سیاسی و اقتصادی در منطقه هستیم؛ به طوری که بر اساس شواهد موجود، شرکای تجاری مهم ایران در حال یافتن منابع جایگزین مخصوصاً در حوزه نفت، گاز و سایر اقلام صادراتی مهم کشورمان هستند و همانطور که مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در قالب یک طرح تحقیقاتی بدان اشاره کرده: «ایران از زنجیره‌های ارزش آفرینی جهانی در حال حذف شدن است.» در چنین شرایطی، به زعم نگارنده مهم‌ترین و اصلی‌ترین اولویت مسئولان کشور باید حفظ و تقویت بازارهای صادراتی موجود از طریق افزایش ریزنی‌ها و مرادوات اقتصادی و سیاسی با شرکای تجاری باشد تا جایگاه کشورمان در بازارهای جهانی بیش از این تضعیف نگردد.

جهان به سوی هوشمند شدن می رود

مصاحبه ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» با مهندس «امیررضا افشاری»
مدیرعامل شرکت «ندتکس»

برقرار می‌گردید؟

سال جاری یعنی ۲۰۲۳ تقویم نمایشگاهی بسیاری از شرکت‌های و کارخانجاتی که من در ایران خدمات آنها را ارائه می‌دهم، بسیار شلوغ است که بعداً به آن خواهیم پرداخت. در فرانکفورت به علاوه دو غرفه نام‌برده شده، می‌باید به حضور قوی و خلاقانه شرکت outlast که NedTex نمایندگی جمهوری اسلامی را برعهده دارد، اشاره کنم که پارچه‌ها و تکنولوژی‌های هوشمند را جهت تکمیل کالای خواب ارائه می‌دهد. امیدوارم در فرصتی بتوانم توضیحات و اطلاعات تکمیلی این تکنولوژی مخصوص‌مان را توضیح دهم.



تعویق افتاد. امسال مسه فرانکفورت در حالی میزبان این نمایشگاه در محل برگزاری دائمی آن بود که استقبال و حضور پرشور بازدیدکنندگان از سراسر دنیا غیرقابل پیش‌بینی و برای خود من هم بسیار هیجان‌انگیز و جالب‌توجه بود.

* کدام یک از شرکت‌هایی که نمایندگی آنها را عهده‌دار هستید، در این نمایشگاه غرفه‌گذار بودند و پل ارتباطی بین این شرکت‌ها با مشتریان و بازدیدکنندگان ایرانی، به چه طریقی توسط جنابعالی و شرکت ندتکس در طول برگزاری نمایشگاه

* به عنوان اولین سوال در مورد کم و کیف حضور خودتان در نمایشگاه منسوجات خانگی هایم‌تکستیل صحبت بفرمایید. نمایشگاه بعد از وقفه سه‌ساله برگزار گردید و این نمایشگاه همانطور که از نامش پیداست، نمایشگاهی است از محصولات، منسوجات و کلیه کالاهایی که در دکوراسیون خانه استفاده می‌گردد و شرکت‌کنندگان آن از بزرگترین تولیدکننده‌های این محصول در جهان هستند. در منسوجات خانگی و زیرشاخه کالای خواب بنام‌ترین آنها در این نمایشگاه حاضر و غرفه دارند و بالطبع، کارخانه‌های سازنده دستگاه، همواره نمایندگانی را برای دید و بازدید با مصرف‌کنندگانشان

که همان غرفه‌داران اینجا هستند، به این نمایشگاه اعزام می‌نمایند.

ما به عنوان سازنده برترین ماشین دوخت کالای خواب همان ماموت آلمان و با خط اتوماسیون نوو-کینا سوئد-فنلاند در نمایشگاه به‌عنوان غرفه‌دار حاضر بودیم. لازم به ذکر است که قریب به اتفاق همه شرکت‌کنندگان این نمایشگاه که منسوجات خواب تولید می‌نمایند، از دستگاه کارخانه mammut و اتوماسیون ساخت کارخانه ACG Kinna-Nowo بهره می‌برند.

برای ما این نمایشگاه بسیار مهم است. این نمایشگاه سه سال به علت کرونا به

بازگشت به قسمت دوم سوال جنابعالی، بالطبع اولین پل ارتباطی ما با دوستان‌مان و تولیدکنندگان عزیزمان در ایران نشریه «صنعت نساجی و پوشاک» است که همواره آخرین اطلاعات نمایشگاهی را ارائه و اینجانب نیز نسبت به حضور بعدی از بانوان و آقایان دعوت می‌نمایم. از طریق پیامک نیز پیام‌های اطلاع‌رسانی ارسال شدند.

نمایشگاه نیز تمهیداتی برای بازدیدکنندگان و شرکت‌کنندگان در نظر می‌گیرد. از لحظه ورود به Fairground یا همان محل نمایشگاه، سرویس اینترنت مجانی پرسرعت را در تمام مدتی که در حوزه نمایشگاهی

نکته آزاردهنده این دوره نمایشگاه آن بود که امسال برخلاف تمام ادوار گذشته، غرفه ایرانی در این نمایشگاه حضور نداشت. مورد قابل توجه دیگر حذف نام ایران از لیست کشورهای بازدیدکننده بود که اصلاً قابل قبول نبود و به شخصه مراتب اعتراض خود را به برگزارکنندگان نمایشگاه به صورت کتبی اعلام نمودم

فرانکفورت حضور داشته باشید، می‌توانید استفاده نمایید که خود پل ارتباطی بنده با مشتریان و بازدیدکنندگان عزیزمان بود که برای ما ایرانیانی که از خدمات رومینگ ضعیف‌تر در کشور ثالث و همینطور بسیار گران برخورداریم، راه ارتباطی خوبی بود. همین طور باید این نکته را ذکر کنم که دارندگان بلیط ورودی نمایشگاه فرانکفورت می‌توانند از تمام وسایل نقلیه عمومی شهر فرانکفورت برای رسیدن به هر نقطه‌ای در تمام روز مجازاً استفاده کنند که محشر است.

بعدی در سال ۲۰۲۴ نیز اعلام شد. به صورت واقع‌بینانه می‌خواهم ذکر کنم به علی نمایشگاه کمی ضعیف‌تر از دوره‌های قبل بود. از علل آن، برگزاری پس از ۳ سال وقفه و همینطور تقویم نمایشگاهی جهانی در سال ۲۰۲۳ است. سال جاری ZSK آلمان با دستگاه‌های گلدوزی‌اش ترجیح داد تا در ایتما میلان حضور قوی به اجرا گذارد. شرکت Spuhl سوییس با دستگاه‌های تولید فتر، بونل و پاکت و شرکت Beckmann آلمان با خط اتوماسیون خود در نمایشگاه

به بقیه می‌گردد که این نکته کاملاً تاکنون نیز مشهود بوده است.

* از نظر فضای کلی نمایشگاه شامل تعداد غرفه‌گذار، بازدیدکنندگان، مذاکرات تجاری و ... نمایشگاه در چه سطحی برگزار گردید و جنابعالی نسبت به نمایشگاه سال گذشته، چه تفاوت‌ها و تمایزهایی را مشاهده نمودید؟

در نمایشگاه امسال فرانکفورت که برگزار می‌شد طبق سنت قبلی تاریخ‌های دوره

* به طور کلی، در نمایشگاه امسال چه نوآوری‌ها، تکنولوژی‌ها و پیشرفت‌هایی در حوزه دانش فنی، ماشین‌آلات، گرایش‌های بازار و ... در حوزه منسوجات خانگی جلب نظر می‌کرد؟

جهان به سوی هوشمند شدن می‌رود. استفاده از آر تی فیشیال اینتلیجنس (A.I) یا همان هوش مصنوعی در کمال تعجب نه تنها در فرآیند تولید و بلکه در مصرف منسوجات خانگی نیز توسط پارچه‌های هوشمند، الیاف هوشمند و... صورت گرفته است.

در آتلست outlast اتم‌های مولکولی به نام ترموکول دستکاری شده و همینطور در PCM یا همان Phase Changing Material نوآوری شده است.

عملیات فیزیکی و مکانیکی در این سال‌ها به پایین آوردن استهلاک دستگاه، بالا بردن بهره‌وری دستگاه، بیشتر نمودن ظرفیت تولید محصول و پیشرفت در سرعت با راندمان بالا است زیرا که اصول فرآیند مکانیکی و فیزیکی بر محصول قابل تغییر نیست و پس از این، در واقع فرایندهایی که در هوشمندسازی محصولات تولیدشده صورت گرفته باشد، موجب وجه تمایز و برتری کالاها نسبت به هم و برتری سازندگان دستگاه‌های ما نسبت



مورد قابل توجه دیگر حذف نام ایران از لیست کشورهای بازدیدکننده بود که اصلا قابل قبول نبود و به شخصه مراتب اعتراض خود را به برگزارکنندگان نمایشگاه به صورت کتبی اعلام نمودم. حذف نام کشورمان از لیست کشورهای بازدیدکننده و همین طور نبود پرچم سه رنگ ایران که بر میدان ورودی Messe Frankfurt قیلا به اهتزاز بود، از نکات مکتوب و اعتراضات اینجانب به ستاد نمایشگاه بود که البته پاسخ‌هایی نیز دریافت نمودم که مورد قبولم نبود.

در نهایت، سال میلادی ۲۰۲۳ و برای ما در سال ۱۴۰۲ نمایشگاه‌های مهمی در جهان برای نساجی اتفاق می‌افتد که امیدوارم دست‌اندرکاران و همین‌طور فعالان صنعت نساجی، به‌موقع تمهیدات ورود و بازدید از نمایشگاه‌های آتی در کشورهای آلمان، ایتالیا و چین را ببانندیشند تا آمار ایرانیان بمانند قبل و مثل همیشه در صدر مشتاقان و بازدیدکنندگان نمایشگاهی درج گردد.

مورد نظر داشته که صنعت نساجی مستثنی نیست. البته موافقم که کسری‌های زیادی وجود دارد اما اعتقاد دارم که رکودی که شما از آن نام بردید کاملا وابستگی مستقیم به انتخاب درست راه تولید، خط تولید، استفاده صحیح از منابع و چند پارامتر دیگر دارد.

*** علاوه بر این موارد، هر نکته یا موضوعی که مایل هستید، در ارتباط با نمایشگاه هایم تکستیل، بازار منسوجات خانگی و ... مطرح بفرمایید.**

نکته آزردهنده این دوره نمایشگاه آن بود که امسال برخلاف تمامی ادوار گذشته غرفه ایرانی در این نمایشگاه حضور نداشت. در حالی که به خاطر دارم در یکی از دوره‌های گذشته به اتفاق آقای مهندس زینی کارخانه لایکو از یک غرفه طراحی پارچه که با یک تیم مجرب طراح و با پرچم جمهوری اسلامی ایران شرکت کرده بود، بازدید نمودیم.

اینترزوم شرکت خواهند کرد. همچنین ACG Nowo-Kinna که در هایم تکستیل حضور داشتند، دوباره در ITMA میلان با خط کامل تکمیل لحاف و تشک حضور خواهند داشت.

*** با توجه به صحبت‌هایی که مبنی بر شرایط رکودی در صنایع نساجی جهان مطرح می‌شود، نظر جنابعالی در این زمینه چیست و چشم‌انداز بازار منسوجات خانگی را حداقل در یکی دو سال آینده چطور می‌بینید؟**

رویکرد من در بازار و روش کاری و شغلی‌ام به این صورت بوده که همواره مثبت به جریان‌ات نگاه کنم. تا حدود زیادی با این اخبار رکود موافق نیستم. تکاپوی که در این صنعت وجود دارد و یکی از دو صنعت مادر در دنیا است، غیر قابل چشم‌پوشی است. اطمینان دارم که موافقید جمهوری اسلامی ایران همیشه پشتیبانی و حمایت از تولید را

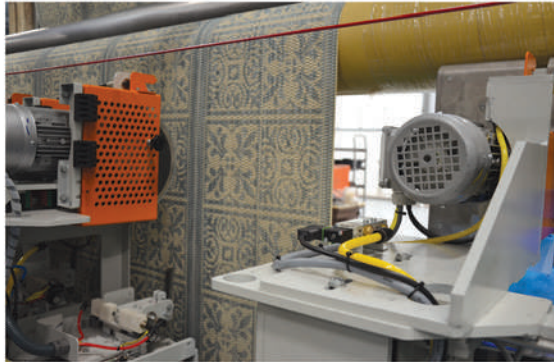




هندسامه

هر چقدر هم غیر ممکن به نظر برسد، راه حل آن را داریم

بسته بندی اتوماتیک و نیمه اتوماتیک صنایع فرش ماشینی و موکت



لول کردن، برش، حاشیه دوزی، ریشه دوزی، لبه چسبان و بسته بندی

تماس با آقای روزبه مروج: ۰۹۱۲ ۳۰۲۵۲۸۷





MADE IN ITALY



BLENDO **ADROIT**
TECHNOLOGY
CONTINUOUS GRAVIMETRIC LOSS-IN-WEIGHT BLENDER
WITH INTEGRATED GRAVIMETRIC EXTRUSION CONTROL



ساخت ایتالیا
دوتکو

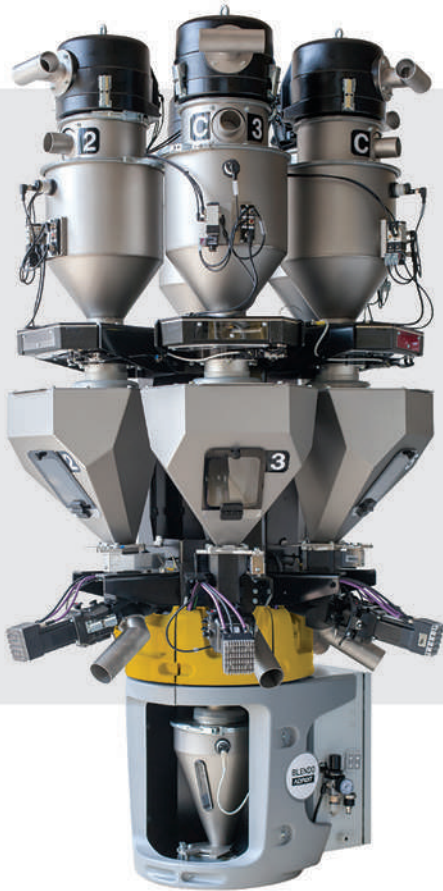
DOTECO
ART OF CONTROL



محصول جدید

مخلوط کننده مواد برای دستگاه های اکستروژن

- دستگاه بلندو (Blendo) جدید در ۲۰ مدل ساخته میشود
- مخلوط کننده ۲، ۳، ۴، ۵ یا ۶ مواد مختلف
- ظرفیتهای ۱۵۰، ۳۰۰، ۶۰۰ تا حداکثر ۱۲۰۰ کیلوگرم در ساعت
- استفاده بسیار آسان: فقط کالیبراسیون (در صد) ترکیبات (دوزینگ) مشخص شود



* سیستم واحدی به
شکل گل

* قابل افزایش

* قابل نصب توسط
خود مشتری

Contact Roozbeh Moravej

+98 912 302 52 87

Email: roozbeh.moravej@gmail.com

* دقت تا ۱۰۰ گرم
در ساعت

www.doteco.com

مرکز پژوهش‌های مجلس گزارش داد:

شکست برنامه ششم در حمایت از صنایع و توسعه صادرات



بخشی از این گزارش به نتایج ارزیابی عملکرد احکام مرتبط با بخش صنعت اختصاص یافته است. بر این اساس از بین احکام برنامه ششم که مرتبط با بخش صنعت است، در طول برنامه ششم توسعه، هفت درصد احکام فاقد عملکرد، بیش از ۵۰ درصد از احکام دارای عملکرد فاقد اثربخشی، حدود ۳۶ درصد دارای عملکرد نسبتاً اثربخش و هفت درصد دارای عملکرد کاملاً اثربخش بوده است. بخشی از احکامی که فاقد عملکرد یا دارای عملکرد فاقد اثربخشی بوده مربوط به خودروهای فرسوده و کیفیت خودروها است که در گزارش جداگانه به آن‌ها می‌پردازیم. اما این گزارش مربوط به احکام با دارای عملکرد فاقد اثربخشی یا فاقد عملکرد در حوزه نوسازی صنایع، اختصاص منابع به زیرساخت شهرک‌های صنعتی و صادرات است. گفتنی است پوشش خطرات افزایش سالانه بیش از ۱۰ درصد نرخ ارز در بودجه سنواتی و حضور موثر نظام آموزش عالی کشور در تولید، توسعه و نشر علم و فناوری نیز از دیگر احکامی است که نتایج حاصل فاقد اثر بخشی ارزیابی شده است.

مرکز پژوهش‌های مجلس با هدف آسیب‌شناسی و ارائه رویکردهای کلان جهت تدوین برنامه هفتم توسعه، عملکرد برنامه پنج‌ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در بخش‌های مختلف را ارزیابی کرده که در ادامه بخش‌هایی از آن آمده است. نتایج کلی بررسی‌ها نشان می‌دهد رویکردهای کلان سیاست‌های صنعتی، فناوری، تجاری، مالی و پولی برنامه ششم توسعه در بخش صنعت بر اساس تعیین اولویت‌های صنعتی به عنوان برشی از استراتژی توسعه صنعتی، استفاده از دانش و نوآوری کشورهای صاحب فناوری و حمایت از شرکت‌های دانش بنیان با استفاده از ظرفیت‌های داخلی، توسعه بازارهای صادراتی و جذب شرکت‌های معتبر جهانی و منطقه‌ای در زنجیره‌های تولید داخلی از طریق تقویت دیپلماسی اقتصادی و تلاش برای الحاق به سازمان تجارت جهانی، اختصاص سهم حداقل ۴۰ درصد از تسهیلات بانکی و برنامه ریزی برای افزایش سرمایه صندوق‌های مرتبط با بخش صنعت، ممنوعیت معافیت مالیاتی جدید و تخصیص منابع از محل عوارض مالیات بر ارزش افزوده برای تأمین منابع تکمیل زیرساخت شهرک‌های صنعتی، بوده است.

انتخاب منابع نامناسب برای شهرک‌های صنعتی

این بخش از آن جهت اهمیت دارد که به نظر می‌رسد احکامی که دارای عملکرد مناسبی نبودند باید در برنامه بعدی مورد توجه قرار گیرند. برای مثال جزء ۲ بند ب ماده ۶ برنامه ششم توسعه ناظر بر اختصاص ۳۰ درصد عوارض بندهای ب، ج و د ماده ۳۸ قانون مالیات بر ارزش افزوده دریافتی از واحدهای تولیدی مستقر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی شهرستان‌ها برای تامین زیرساخت‌ها و ارائه خدمات در آن‌ها بوده است. اما به دلیل مشکلات قانونی اجرا نشده است. چراکه به دلیل بی‌توجهی به نوع فعالیت عمده بنگاه‌های تولیدی مستقر در شهرک‌های صنعتی، عملاً این بند قابلیت اجرایی نداشته است. در اصل کالاهایی نظیر سیگار، بنزین، نفت گاز که موضوع بندهای ب، ج و د ماده ۳۸ قانون مالیات بر ارزش افزوده هستند، عمدتاً در شهرک‌های صنعتی مستقر نیستند.

حمایت از صنایع اولویت‌دار هم موفق نبود

مورد دیگری که دارای عملکرد غیر اثربخش معرفی شده، بند الف ماده ۴۶ است که بر اساس آن باید فهرست اولویت‌های صنعتی حداکثر ظرف شش ماه از زمان لازم‌الاجرا شدن قانون برنامه تعیین می‌شد. اما در عمل هیئت وزیران تصویب‌نامه تعیین فهرست اولویت‌های صنعتی با اولویت صنایع معدنی را تیر ۱۴۰۰ به تصویب رساند. براساس این مصوبه فهرست اولویت‌های صنعتی در ۹ گروه محصولات در صنایع پایین دستی از نفت و گاز؛ محصولات فلزات اساسی؛ محصولات غذایی و آشامیدنی؛ وسایل نقلیه موتوری؛ ماشین آلات و تجهیزات صنعتی و معدنی؛ محصولات لاستیکی پلاستیکی، ماشین آلات و دستگاه‌های برقی، لوازم خانگی و تجهیزات پزشکی؛ محصولات صنایع سبک با اولویت منسوجات، پوشاک، چرم و خمیر کاغذ؛ محصولات دانش بنیان با فناوری‌های پیشرفته طبقه بندی شده است.

بنابراین در عمل با تأخیر ۴ ساله تکلیف این ماده مبنی بر تعیین اولویت‌های صنعتی انجام شده است. همچنین این نحوه اولویت‌بندی و تجمع اکثر صنایع کشور در آن، تأثیرگذاری لازم در تحقق هدف قانونگذار مبنی بر هدایت هدفمند حمایت‌ها را ندارد. و به عبارت دیگر ابتدا باید حوزه‌های مختلف مبتنی بر شاخص‌های معین اولویت‌بندی شوند و حمایت‌ها از جمله تخصیص منابع اعطای تسهیلات در سال‌های مختلف طبق این اولویت‌بندی انجام شود. اما اقدام صورت گرفته و تعدد اولویت‌های تعیین شده از یک سو و نبود برنامه مشخص برای حمایت از صنایع اولویت‌دار از

سوی دیگر اثر بخشی این سیاست را مخدوش کرده است. در نتیجه هدف حکم محقق شده اما اقدام انجام شده به دلیل تأخیر در اجرای قانون و عدم ارائه برنامه مشخص برای حمایت از صنایع اولویت‌دار فاقد اثر بخشی ارزیابی شده است.

چرا هدف‌گذاری برنامه ششم برای نوسازی صنایع محقق نشد؟

بند ح ماده ۴۶ برنامه ششم درباره تهیه طرح نوسازی و بازسازی صنایع با هدف کاهش شدت انرژی و افزایش بازدهی و ارتقای کیفیت تولیدات داخلی حداکثر تا پایان سال اول اجرای برنامه بوده که دارای عملکرد فاقد اثربخشی ارزیابی شده است. در اصل طرح نوسازی و بازسازی صنایع در دی ماه سال ۱۴۰۰ توسط هیئت وزیران تصویب شد. سایر اقدامات برای بازسازی و نوسازی نیز شامل بازسازی و نوسازی تعداد ۱۳ واحد نساجی با جمع مبلغ بیش از ۵۱ میلیون تومان در سال ۱۳۹۸، تأیید و معرفی به بانک‌های عامل برای بازسازی و نوسازی تعداد ۲۱ واحد نساجی با جمع مبلغ ۲۰۷ میلیارد تومان در سال ۱۳۹۹، معرفی دو واحد چرمی به بانک‌های عامل برای دریافت ۱۱ میلیارد تومان، ارسال نامه از سوی مرکز برنامه ریزی و نظارت بر دخانیات درباره موضوع تبصره ماده (۱۸) قانون بودجه سال ۱۳۹۷ و تخصیص ۲۰ درصد منابع به بازسازی و نوسازی صنایع و تجهیزات فرسوده و لزوم بازسازی خطوط تولید و ماشین آلات به شرکت دخانیات ایران و تعیین اولویت‌های صنایع تحت پوشش جهت بازسازی و نوسازی با همکاری انجمن‌ها و تشکل‌های تخصصی ذیربط بوده است.

بنابراین با وجود اینکه طبق قانون طرح نوسازی و بازسازی صنایع حداکثر باید تا پایان سال اول اجرای قانون، برنامه تدوین و تصویب می‌شد و همچنین دولت باید اقدامات حمایتی و تشویقی و تأمین تسهیلات اعتباری مورد نیاز را در قالب بودجه سنواتی پیش بینی می‌کرد، اما نتیجه اجرای این حکم در بخش بازسازی صنایع به بازسازی و نوسازی ۳۴ واحد نساجی و ۲ واحد چرمی و بازسازی و نوسازی خطوط تولید و ماشین‌آلات شرکت دخانیات خلاصه شده است.

همچنین اولویت‌های صنایع تحت پوشش جهت بازسازی و نوسازی با همکاری انجمن‌ها و تشکل‌های تخصصی ذیربط انجام شده که رویه صحیحی در گزینش اولویت‌ها برای برخورداری از حمایت‌های دولتی محسوب نمی‌شود. طبق مصوبه هیئت وزیران در سال ۱۴۰۰، اولویت‌ها باید توسط کارگروهی متشکل از اعضای نامبرده در مصوبه تعیین شود. از سویی به دلیل تأخیر در اجرای



به سرمایه‌گذاری‌های عظیم و دسترسی به فنآوری‌های روز برای بهبود وضعیت اقتصادی مردم و رفع مشکلات کشور است که برای تحقق این امر باید مواردی اجرایی شود.

۱. دولت از مداخله در سازوکار بازار به ویژه قیمت‌گذاری محصولات نهایی (به غیر از کالاهای اساسی و بازارهای انحصاری) منع شود و مبنای حمایت‌ها، اولویت‌های تعیین شده در سند استراتژی توسعه صنعتی قرار گیرد.

۲. نهادها و موسسات عمومی غیردولتی (شبه دولت) که از رانت اطلاعات، رانت دسترسی به منابع تولید از جمله سرمایه و نهادهای تولید و غیره برخوردارند و در محافل تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری نفوذ دارند از رقابت با بخش خصوصی منع شوند.

۳. تعامل سازنده با جهان و عضویت در معاهدات بین‌المللی (معاهداتی مانند گروه ویژه اقدام مالی (FATF)، کنوانسیون پالرمو و غیره) که لازمه آن برقراری ثبات اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، دسترسی به فنآوری‌های روز و توسعه صادرات است.

۴. دولت درباره ارزهای حاصل از صادرات بخش خصوصی نباید قیمت‌گذاری دستوری انجام دهد.

علاوه بر این موارد، بر اساس آنچه در این بسته پیشنهادی آمده است، بهبود بهره‌وری مصرف انرژی و آب در اقتصاد کشور یکی از اولویت‌های مهم است که نیازمند سرمایه‌گذاری و دسترسی به فناوری بوده و با کمک منابع دولتی، صندوق توسعه ملی، نظام بانکی و بورس و منابع خانوار و بنگاه‌ها قابل تحقق است. از طرفی ضرورت دارد به همان اندازه که به رشد اقتصادی توجه می‌شود، موضوع توزیع مواهب رشد و همچنین ایجاد نظام تامین اجتماعی چند لایه هم مورد تاکید قرار گیرد.

تهیه‌کنندگان این گزارش معتقدند چنان‌چه بهترین برنامه دنیا هم نوشته شود، ساختار حکمرانی فعلی در کشور به دلیل پخش بودن مسئولیت‌ها و منابع، تعدد مسائل و مشکلات روزمره و غیره چندان در اجرای موفق نخواهد بود. از این رو شرط کافی برای موفقیت برنامه، اصلاحات نهادی است. بنابراین مهم‌ترین نقش برنامه باید ایجاد هماهنگی بین اجزا برای دستیابی به اهداف تعیین شده و فراهم کردن فرصت برای تغییرات سازمانی و نهادی باشد.

حکم منابع لازم برای اجرای آن در طول سال‌های برنامه پیش بینی نشد و تنها منابع حمایت از صنایع در این حوزه به بخشی از صنایع بند «الف» تبصره ۱۸ محدود شد. در نتیجه در مجموع عملکرد این حکم به دلیل تاخیر تقریباً چهار ساله در اجرای آن دارای عملکرد فاقد اثربخشی ارزیابی شده است.

فاصله با اهداف صادراتی

از جمله مواردی که عملکرد غیراثربخش داشته‌اند نیز شامل توسعه بازارهای صادراتی، جذب دانش و نوآوری از کشورهای صاحب فناوری و تلاش برای الحاق به سازمان تجارت جهانی بوده که گزینه آخر با مخالفت عربستان، کویت، قطر، امارات، یمن و بحرین مواجه شده است. درمورد توسعه بازارهای صادراتی نیز با وجود اقدامات انجام شده، اهداف مورد نظر برنامه ششم محقق نشده است.

بر اساس آمار موجود میزان صادرات کالا و خدمات غیر نفتی کشور (بدون) میعانات گازی در سال ۱۳۹۵ معادل ۳۸,۲ میلیارد دلار بوده است که این میزان در سالهای ۱۳۹۶ الی ۱۳۹۹ به ترتیب معادل ۴۲,۷، ۴۲,۵، ۴۱,۳ و ۳۳ میلیارد دلار بوده است. براساس اهداف قانون برنامه ششم توسعه مقرر شده بود صادرات کالا و خدمات غیر نفتی کشور سالیانه به طور متوسط ۲۳,۶ درصد رشد کند، اما طی اجرای سال‌های برنامه ششم این شاخص با رشد نزولی به طور متوسط دو درصد مواجه شد.

** اصلاحات نهادی شرط کافی برای موفقیت

برنامه هفتم توسعه است

اما در همین ارتباط، مرکز پژوهش‌های اتاق ایران نیز در راستای تحقق اهداف و تدوین برنامه‌ای دقیق و جامع برای رسیدن به توسعه، بسته احکام پیشنهادی برای برنامه هفتم توسعه در حوزه فرابخشی ارائه داد. بر اساس مطالعات انجام شده در مسیر تدوین این بسته پیشنهادی آنچه برای بهبود وضعیت اقتصادی مردم و رفع مشکلات کشور باید اتفاق بیافتد، سرمایه‌گذاری‌های عظیم و دسترسی به فنآوری‌های به‌روز است.

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در روند تهیه بسته احکام پیشنهادی برای برنامه هفتم توسعه در حوزه فرابخشی از مطالعات کمیسیون‌های تخصصی، اتاق‌های استانی، تشکل‌ها، صاحب‌نظران و مشاوران اتاق از یک طرف و گزارش‌های کارشناسی قبلی مرکز بهره برده است. مهم‌ترین پیام این بسته پیشنهادی، نیاز

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران مطرح کرد: نقشه عملیاتی نوسازی کارخانه‌های نساجی



این فعال صنعت نساجی با توضیح در مورد وضعیت بخش خصوصی در این حوزه گفت: «بخش خصوصی در این صنعت حضور چشمگیری دارد و تقریباً ۹۷ درصد تولیدات متعلق به این بخش است. البته چند کارخانه تولیدی متعلق به بنیاد مستضعفان نیز در کشور هستند که فعال بوده اما همان طور که اشاره شد بخش زیادی از تولید در اختیار بخش خصوصی قرار دارد. البته تعدادی واحد صنعتی بزرگ و متوسط در کشور وجود دارد اما در مقابل بخش بیشتر تولید متعلق به کارگاه‌های صنفی است. به عنوان مثال در استان یزد حدود ۴۰۰ واحد صنعتی وجود دارد اما چیزی در حدود ۱۵۰۰ کارگاه تولید منسوجات نیز مشغول به فعالیت هستند. به این ترتیب مجموع واحدهای صنعتی و کارگاهی کشور عدد بزرگی خواهد بود.»

مشکلات بزرگ صنعت نساجی

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در ادامه برخی مشکلات موجود را برشمرد و ادامه داد: «به دو موضوع واردات بی‌رویه و قاچاق که از مشکلات صنعت نساجی هستند قبلاً اشاره شد که مانع بزرگی برای رشد تولید محسوب می‌شوند. اما در کنار

بسیاری از صنایع و از جمله نساجی در ایران با اینکه مولد محسوب می‌شوند اما درگیر مشکلات و معضله‌های مختلفی هستند که به تیراژ تولید آسیب می‌رسانند. برای نساجی که در ایران صنعتی بومی تلقی شده و می‌تواند ارزش افزوده زیادی به همراه داشته باشد مشکلاتی مانند قاچاق، نوسان‌های ارزی، برخی مشکلات در سیستم بانکی و... مانع از دستیابی به توسعه شده‌اند. این صنعت سهم زیادی در اشتغال‌زایی ایفا کرده و بنا به آمار اعلام شده، این نرخ در کشور بین ۸ تا ۱۰ درصد است.

سهم صنعت نساجی نیز از ارزش افزوده کشور ۸ درصد است. بنابراین این صنعت می‌تواند گزینه مناسبی برای خروج از اقتصاد تک محصولی نفتی باشد. این درحالی است که واحدهای نساجی و مصرف‌کنندگان اصلی مواد پلیمری مانند بسیاری دیگر از صنایع مولد کشور با مشکلات زیادی خصوصاً در زمینه تهیه و تامین مواد اولیه دست به گریبان هستند و همین اتفاق در ماه‌های اخیر باعث اختلال در روند تولید شده است. رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در گفتگو با روزنامه «دنیای اقتصاد» برخی از مشکلات این صنعت را اعلام و شرایط فعلی را تشریح کرده است. محبتی دستمالچیان ابتدا با معرفی ریشه صنعت نساجی در کشور گفت: «این صنعتی قدیمی و ریشه‌دار در کشور تلقی می‌شود و از سال‌های بسیار دور در این خصوص فعالیت‌های اثرگذاری حتی در جهان داشتیم. ولی متأسفانه امروز کشور به یک واردکننده محصولات نساجی تبدیل شده و برند بزرگی که در سطح بین‌المللی مطرح باشد نداریم.» وی با اشاره به این موضوع که به این صنعت بی‌توجهی می‌شود افزود: «نساجی در میان صنایعی قرار دارد که پاک بوده و آلاینده‌ی ایجاد نمی‌کند و همچنین میزان اشتغال‌زایی بالایی نسبت به سرمایه‌گذاری انجام شده دارد. اینها تنها بخش کوچکی از مزیت‌های صنعت نساجی است. متأسفانه در ایران و در چند سال اخیر نگاه مناسبی به این صنعت وجود نداشته است. موضوع قاچاق و واردات بی‌رویه با حجم بسیار بالای کالای نساجی به کشور، باعث شده رشد این صنعت تقریباً متوقف شود. قاچاق بیشتر در حوزه پوشاک اتفاق افتاده و به این دلیل است که ممنوعیت واردات دارد.»

صادرات با فروش ریالی!

با ادامه شرایط تحریم کشور، وضعیت صادرات نیز با مخاطرات زیادی روبه‌رو شده است. رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در همین خصوص گفت: «موضوع بازگشت ارز در بحث صادرات مشکلاتی را برای صادرکننده ایجاد کرده است. عملاً اتفاقی که رخ می‌دهد اینکه نرخ ارز آزاد با دولتی اختلاف زیادی دارد و همین بازگشت نرخ ارز را پیچیده کرده و مانعی برای صادرات محسوب می‌شود. در حال حاضر شرایط تولید ما با نرخ آزاد ارز و صادرات با نرخ نیمایی انجام می‌شود. طبیعتاً این تصمیم برای تولیدکننده چالش‌هایی را ایجاد می‌کند. صادرات ما اغلب به کشورهای همسایه مانند عراق، افغانستان، پاکستان و برخی کشورهای منطقه قفقاز انجام می‌شود. متأسفانه در این بخش مشکل دیگری که وجود دارد این است که تاجران این کشورها به دلیل تحریم‌ها و مشکلات متعدد برای تبادلات با ارزهای معتبر دنیا، از تولیدکنندگان ایرانی خرید ریالی انجام می‌دهند.

بنابراین همین که صادرکننده بخواهد با این شرایط، تعهد بازگشت ارز خود به کشور را انجام دهد کار بسیار دشواری خواهد بود. البته وقتی خود دولت در مورد تبادل ارز با خارج از کشور مشکل دارد پس دست بخش خصوصی هم در این خصوص بسته خواهد بود.» وی ادامه داد: «کشورهای دیگر مانند ترکیه برای افزایش صادرات حتی بخشی از هزینه‌های حضور شرکت‌های خصوصی در نمایشگاه‌های بین‌المللی را پرداخت می‌کنند و معافیت‌های مختلفی برای افزایش تولید و صادرات دارند. حتی مشوق‌ها و جوایز متعدد صادراتی برای تولیدکنندگان خود در نظر می‌گیرند. اما در ایران عملاً هیچ‌گونه حمایتی از تولیدکننده و صنعتگر انجام نمی‌شود و حتی برخی آیت‌هایی هم وجود دارد که باعث دلسردی تولیدکننده می‌شود.»

مجتبی دستمالچیپان در پایان در مورد وضعیت ماشین‌آلات نساجی نیز گفت: «در حال حاضر ماشین‌ساز و تولیدکننده ایرانی در حوزه نساجی و به‌خصوص بافندگی و خط ریسندگی نداریم. وقتی ماشین‌آلات ما در داخل تولید نمی‌شود مجبور هستیم اقدام به واردات کنیم بنابراین یک هزینه اضافی از تولیدکننده دریافت می‌شود که بار مضاعفی محسوب می‌شود. دولت باید نگاه متفاوتی به ماجرای بازسازی و نوسازی ماشین‌آلات تولید در کشور داشته باشد تا مسیر تولید بیشتر از قبل وارد سنگلاخ نشود. در سال ۵۰۰ میلیون دلار هزینه واردات پارچه خارجی می‌شود. دولت می‌تواند بخشی از این هزینه را صرف واردات ماشین‌آلات کند تا وضعیت تولید و همچنین صادرات کمی بهبود داشته باشد.»

اینها فرسودگی ماشین‌آلات هم ادامه کار را سخت کرده است که باید در این خصوص با همکاری و کمک‌های دولت، بازسازی و نوسازی عمیقی در کل صنایع کشور و به‌خصوص صنعت نساجی انجام شود. منظور از کمک دولت نیز پرداخت تسهیلات مناسب به صنعتگران و ایجاد مسیر مناسب برای واردات ماشین‌آلات مدرن و به‌روز خواهد بود. البته تهیه مواد اولیه نیز در سال‌های اخیر به مشکل بزرگ صنایع تبدیل شده اما مزیتی که صنعت نساجی در این خصوص دارد این است که بیشتر این مواد (حدود ۷۰ درصد) در داخل تولید می‌شوند. مابقی مواد اولیه مانند رنگ و برخی از نخ‌های خاص وارداتی هستند که صنعت نساجی عمدتاً برای دسترسی به آنها با مشکلاتی مواجه می‌شود.»

مجتبی دستمالچیپان در همین خصوص ادامه داد: «البته موضوع افزایش نرخ ارز قطعاً روی ادامه تولید و قیمت نهایی کالا تاثیرگذار است اما مشکل دیگری که برخی صنایع و از جمله نساجی را گرفتار کرده به سیستم بانکی کشور بر می‌گردد. بانک‌ها یک سیستم انقباضی ایجاد کردند و بنابراین برای دریافت تسهیلات، موانع متعددی برای صنعتگران کشور ایجاد می‌شود. از سوی دیگر رکود بازار نیز خود مشکل بزرگی برای تولیدکنندگان است چرا که خرید و فروش کاهش چشمگیری داشته و به این ترتیب بیشتر حجم تولید انبار می‌شود. به دلیل همین رکود و البته کاهش قدرت خرید مصرف‌کننده بازار به سمت فروش اقساطی رفته است. به همین دلیل عدم گردش سرمایه صحیح نیز تبدیل به یکی دیگر از مشکلات تولیدکننده و واحدهای تولید نساجی شده است.»

وی دیگر مشکلات صنعت نساجی را این‌گونه عنوان کرد: «البته ایجاد تحریم‌ها که مانع بزرگی برای اقتصاد کشور محسوب می‌شود موضوعی است که از اختیار ما خارج است اما در موضوع قوانین داخلی موضوعی که آزاردهنده است، تعدد و کثرت بخشنامه‌هایی است که گاهی اثر و کارایی لازم را نیز ندارند. به محض اینکه تولیدکننده می‌خواهد خود را با شرایط وقف دهد بخشنامه جدیدی صادر شده و فضای پیرامون آن صنعت را تغییر می‌دهد. بنابراین تولیدکننده از این وضعیت خسته و کلافه می‌شود. از سوی دیگر برخی تعرفه‌های گمرکی نیز اغلب برای موضوع صادرات و واردات کالا دست و پا گیر شده و کارشناسی شده نیست و نیاز است دولت و وزارت صمت در مورد آنها بازنگری انجام دهند. همیشه نظام تعرفه برای حمایت از تولید است و برای اینکه به مواد اولیه بیشتری دسترسی داشته باشیم باید تعرفه کمتری داشته باشیم اما در صنعت نساجی شاهد چنین اتفاقی نیستیم و بعضاً تعرفه محصولات ما کمتر از مواد اولیه است!»

راهبردهای توسعه صنعت نساجی و پوشاک

افسانه شیعی استادیار موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

موجود، شتاب تورم هزینه‌های سرمایه‌گذاری در صنایع نساجی و پوشاک و کاهش انگیزه فعالیت در این صنعت و بدتر شدن مولفه‌های کسب‌وکاری و افزایش هزینه‌های مبادلاتی در تجارت خارجی؛

- عوامل تشدیدکننده اثر تکانه‌های بیرونی (شامل زمینه‌های محدود بهره‌مندی از صرفه‌های مقیاس، ضعف جایگاه برند ملی، نقایص جایگاه خدماتی‌سازی، انگیزه کم برای ارتقای بهره‌وری، ضعف ساختاری حوزه صنف و صنعت و همچنین ضریب بالای وابستگی).

نکات کلیدی:

۱- زیست‌بوم صنایع نساجی و پوشاک شامل تعامل «شرکت‌های نساجی و پوشاک»، «شرکت‌های معدنی»، «صنایع متقاضی»، «شرکت‌های دانش‌بنیان» و «مراجع متولی زیرساخت‌های شبکه‌ای» است. مهم‌ترین نهادهای فعال در این زیست‌بوم عبارت از: بازار کالاهای نهایی و قطعات، بازار بورس کالایی (مواد اولیه و واسطه‌ای)، بازارهای جهانی، بازار مالی و دولت (به‌عنوان نابازار) می‌باشند.

۲- سیاست‌های اصلاحی با بهره‌مندی از ظرفیت نهادهای برشمرده و مبتنی بر چهار گروه ابزار اصلی شامل ابزارهای اطلاعاتی (ارتقای شفافیت در بازار با رصدپذیر کردن زنجیره و بازنگری در نظام تعیین و اعلان قیمت‌ها)، ابزارهای تجاری (استفاده هوشمند از ابزارهای تجاری مانند عوارض صادراتی و تعرفه وارداتی)، ابزارهای پولی (توسعه نظام تامین مالی زنجیره‌ای) و ابزارهای مالی (تنظیم حدود سودجویی با ابزار مالیاتی) قابل پیگیری است.

۳- بر این اساس، راهبردها و اهم سازوکارهای پیش‌بینی‌شده جهت تحقق آن به شرح جدول پیوست ارائه شده است.

در پایان خاطرنشان می‌سازد که توسعه صنایع نساجی و پوشاک نیازمند برخی الزامات از جمله مبارزه جدی با قاچاق در حوزه اقتصادی، ترویج هم‌رقابتی (همکاری میان رقبا) در حوزه فرهنگی و گسترش روابط دوجانبه و چندجانبه با طیف وسیعی از کشورها به‌ویژه کشورهای همسایه و همسایه در حوزه دیپلماسی است.

نساجی و پوشاک از مهم‌ترین صنایعی است که در زندگی روزمره و در تمام سطوح جامعه مورد استفاده قرار می‌گیرد و عمده کشورهای صنعتی در سطح جهان این صنعت را به‌عنوان یکی از راهبردهای صنعتی‌شدن مورد حمایت و پشتیبانی قرار داده‌اند. تقاضای بالای محصولات، توان قابل توجه در اشتغال‌زایی و نیاز محدود به سرمایه، این صنعت را به یکی از صنایع جذاب و ممتاز برای رشد و توسعه در جوامع مختلف تبدیل کرده است. با توجه به تاکید رهبر انقلاب در تدوین برنامه راهبردی توسعه صنعتی و ارتقای توان تولید داخلی، ضرورت تدوین برنامه‌های راهبردی صنعت نساجی و پوشاک با توجه به پتانسیل‌های داخلی آن از اهمیت بالایی برخوردار است.

الف- وضعیت موجود

بررسی‌ها نشان می‌دهد که برخی از مهم‌ترین مولفه‌های این صنعت در شرایط فعلی عبارتند از:

«سه‌م ۷ درصدی از بنگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن به بالا (تعداد ۵ هزار و ۷۳۹ واحد تولیدی؛ ۲ هزار و ۲۷ واحد بالای ۱۰ نفر کارکن)»، «سه‌م ۶،۵ درصد از اشتغال صنعتی کشور»، «سه‌م ۷ درصدی از ارزش‌افزوده صنعتی و سه‌م ۳ درصدی از مواد اولیه مصرفی بخش صنعت»، «توان بالای ارزآوری (عملکرد صادراتی ۶ هزار دلار در هر تن در بخش محصولات پوشاک و ۲ هزار دلار در هر تن در بخش پوشاک)»، «سه‌م ۰،۶ درصدی زنجیره نساجی و پوشاک ایران از بازار جهانی» و «سه‌م ۰،۱ درصدی صادرات زنجیره نساجی و پوشاک ایران در سطح جهانی».

ب- اهم مسائل

- مسائل استراتژیک (شامل ضعف انطباق محصولات تولیدی با نیازها و سلايق مشتریان، هزینه تمام‌شده بالای محصولات برای مشتریان و توان محدود موقعیت‌یابی در بازارهای جهانی)؛

- عوامل انتشاردهنده اثر تکانه‌های بیرونی ناشی از تشدید تحریم‌های بین‌المللی (شامل اثر تشدید تحریم‌های بین‌المللی با تاکید بر افزایش هزینه سرمایه‌گذاری و افزایش نیاز به تامین مالی، بدتر شدن مولفه‌های کسب‌وکاری و افزایش هزینه‌های مبادلاتی تجارت خارجی) و نوسانات محیط کلان اقتصادی (شامل رکود اقتصادی و کاهش اندازه تقاضای



راهبردها و اهم سازوکارهای پیش‌بینی‌شده جهت توسعه صنایع نساجی و پوشاک

راهبرد	اهم سازوکارهای اجرایی
<ul style="list-style-type: none"> ساماندهی، تکمیل و توسعه زنجیره تامین صنایع نساجی و پوشاک با حداکثر بهره‌مندی از محتوای داخلی 	<ul style="list-style-type: none"> ایجاد گمرکات تخصصی به منظور تسهیل رویه‌های گمرکی با هدف تسریع در تامین مواد اولیه و واسطه‌های مورد نیاز تولید افزایش رصدپذیری زنجیره تامین (قانون برچسب‌گذاری/اکدگذاری) اعمال محدودیت برای واردات کالاهای مرتبط با زنجیره تامین که در زمان تحریم برای اولین بار در کشور تولید شده اعطای مجوز واردات منسوجات و پوشاک مشروط به صادرات منسوجات و پوشاک ایجاد بسترهای مورد نیاز جهت بهره‌گیری بنگاه‌های فعال در صنعت نساجی از ابزارهای تامین مالی زنجیره‌ای و بازار سرمایه
<ul style="list-style-type: none"> تعمیق و توسعه زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک بر حسب مولفه‌های کیفی و فرایندی 	<ul style="list-style-type: none"> توسعه فروش آنلاین تحت برند و حمایت از توسعه و فعالیت نام‌های تجاری در زنجیره ارزش نساجی و پوشاک بروزرسانی و ارتقای سیستم‌های طراحی پوشاک و نساجی و استانداردسازی تحقیقات اندامی و سایزبندی بهره‌گیری از شرکتهای دانش‌بنیان و نوآور برای داخلی‌سازی نرم‌افزارهای تخصصی تامین، طراحی و مد ایجاد پنجره واحد طراحی و تولید نساجی و پوشاک با مشارکت ذی نفعان با هدف تسریع فرایند مجوزدهی تقویت زنجیره ارزش بنگاه‌ها با استفاده از مواد پیشرفته و ارگانیک در تولید مکانیزاسیون فرایند تولید با بکارگیری ERP با چاپ سه بعدی و پرو مجازی حمایت از تقویت و راه‌اندازی تحقیق و توسعه در راستای تقویت توان طراحی و توسعه محصول در واحدهای کوچک و متوسط مشارکت با شرکتهای خارجی طراحی و توسعه محصول و استفاده از ظرفیت این شرکتهای برای طراحی و تولید محصولات جدید
<ul style="list-style-type: none"> بازمهندسی ساختار صنایع نساجی و پوشاک برحسب ملاحظات مقیاس 	<ul style="list-style-type: none"> ساماندهی و ایجاد رویه‌های نظارت بر توزیع و فروش کالاهای ذیربط توسط سازمانهای مربوطه حمایت از توسعه بازار کسب‌وکار مدرن (از طریق فروشگاه‌های تخصصی بزرگ، شبکه‌های فروش زنجیره‌ای و بورس فروش) ساماندهی، طراحی و توسعه خوشه‌های صنفی و صنعتی تخصصی در زنجیره نساجی و پوشاک ساماندهی و شبکه‌سازی کارگاه‌های خانگی، جزء و کوچک با تولیدکنندگان بزرگ و برندهای معتبر فعال در زنجیره ارزش حمایت از افزایش دسترسی واحدها به پلتفرم‌های نوین مدیریت زنجیره تامین تجمع جغرافیایی شرکتهای فعال در زنجیره ارزش صنعت با هدف تقویت مقیاس و همکاریهای افقی و عمودی در قالب شهرک حمایت از توسعه مدل‌های کسب و کار مبتنی بر تولید جمعی (تولید تحت برند صنف برای صنعت) و بنگاههای صنفی بازطراحی نهاد تنظیم‌گری و مدیریتی صنایع نساجی و پوشاک توانمندسازی و احیای واحدهای نیمه‌فعال با هدایت آنها به سمت تولید محصولات دارای کمبود، با فناوری بالا و دارای توجیه توسعه پایین دست زنجیره ارزش صنعت نساجی از طریق ایجاد پارکهای تخصصی، خوشه‌های صنعتی و کارخانجات نوآوری
<ul style="list-style-type: none"> تحریک و توسعه تقاضا برای تولیدات داخلی صنایع نساجی و پوشاک 	<ul style="list-style-type: none"> حمایت و تسهیل برگزاری جشنواره‌های ملی نساجی و پوشاک بومی در هر فصل ممنوعیت خرید هرگونه منسوجات و پوشاک خارجی توسط دولت فرهنگ‌سازی و بازاریابی هویت ایرانی اسلامی در طراحی و تولید پوشاک با تاکید بر پوشاک محلی و قومیتی توسعه روش‌های تامین مالی صنایع نساجی و پوشاک با تاکید بر نظام زنجیره‌ای و کارت خرید اعتباری
<ul style="list-style-type: none"> افزایش تنوع در ترکیب سبد صادراتی و مقاصد صادراتی 	<ul style="list-style-type: none"> حمایت از برگزاری رویدادها (هفته‌های مد) و نمایشگاه‌های تخصصی داخلی و بین‌المللی ایجاد کنسرسیوم صادراتی و حمایت از توسعه شرکتهای خدمات مدیریت صادرات و بازاریابی حمایت از ایجاد و توسعه سکویهای دائمی فروش در کشورهای همسایه (مرکز تجارت بین‌الملل) افزایش دسترسی به بازارهای صادراتی از طریق بهره‌مندی از ظرفیت موافقت‌نامه‌های منطقه‌ای دو و چندجانبه جاری تشویق حضور بنگاهها در رویدادهای منطقه‌ای و بین‌المللی توسعه نشان‌های تجاری قوی در سطوح بین‌المللی و حرکت به سمت کاهش تولید با برندهای خارجی
<ul style="list-style-type: none"> ارتقای توانمندی‌های فناورانه و نیروی انسانی در واحدها 	<ul style="list-style-type: none"> حمایت از ایجاد مراکز تحقیقاتی در حوزه مدیریت تحقیق و توسعه، طراحی و توسعه، R&D، نوآوری و خدمات فنی مهندسی تقویت نقش دانشگاه‌های جهت خلق ایده‌های نوآورانه و انتقال دانش و فناوری به حوزه صنعت نساجی و پوشاک توسعه سیاست‌های صنعتی مبتنی بر توسعه پایدار سبز به منظور حفاظت از محیط زیست حمایت از بروزرسانی تجهیزات و خطوط تولیدی و تحقیقاتی در جهت احیاء و ارتقای ظرفیت‌های موجود حمایت از فراگیری، بکارگیری و پیاده‌سازی هوش مصنوعی و اینترنت اشیا در فرآیندهای تولیدی حمایت از افزایش و ارتقای ظرفیتهای فناورانه و تولیدی بنگاه‌ها در طول زنجیره ارزش توسعه و ساماندهی نظام جامع مالکیت فکری (در صنعتی) در انتقال فناوری برنامه‌ریزی برای توسعه همکاری با تولیدکنندگان بزرگ جهانی دارای شبکه گسترده مراکز طراحی، تولید و فروش جهانی

تأثیر زلزله بر صنایع نساجی و پوشاک ترکیه

انتظار می‌رود زلزله اخیر، صادرات نساجی و پوشاک ترکیه را در ماه‌های آینده تحت تأثیر قرار دهد چراکه تولید در برخی از مناطق به شدت آسیب دیده است

سهم ۳,۷ درصد از بازار جهانی، ششمین تامین‌کننده بزرگ پوشاک در جهان است. انتظار می‌رود زلزله اخیر صادرات نساجی و پوشاک ترکیه را در ماه‌های آینده تحت تأثیر قرار دهد چراکه تولید در برخی از مناطق به شدت آسیب دیده است. زلزله همچنین زنجیره تامین را تحت تأثیر قرار داده چراکه بندر اسکندرون در جنوب ترکیه در معرض آسیب‌های ساختاری شدیدی قرار گرفته و بلافاصله پس از زلزله، کلیه فعالیت‌ها در این منطقه متوقف شده است. جاده‌ها نیز به شدت آسیب دیده‌اند که همین موضوع حرکت کامیون‌ها در داخل و اطراف منطقه را مختل کرده است. علاوه بر این، زلزله بدون شک تأثیراتی بر مصرف داخلی منسوجات و پوشاک در ترکیه خواهد داشت.

باید توجه داشت ترکیه همچنان یک تامین‌کننده حیاتی برای برندها و خرده‌فروشانی است که کل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک جهان را با محصولات باکیفیت و دانش فنی عالی نمایندگی می‌کنند. از آنجایی که زمین‌لرزه، تولید و لجستیک در کشور را به طرق مختلف لرزانده است، تولیدکنندگان ممکن است برای واردات به کشورهای دیگر نگاه کنند. بر همین اساس، سهم ترکیه در بازار اتحادیه اروپا، انگلستان و آمریکا ممکن است توسط تامین‌کنندگان نساجی و پوشاک از چین، هند، ویتنام و بنگلادش مورد دست‌اندازی قرار



بخش نساجی و پوشاک ترکیه نیز با تأثیر این فاجعه مواجه خواهد شد چراکه این بخش یکی از بزرگترین بخش‌های درآمدزا در اقتصاد ترکیه است و به طور متوسط ۷ درصد از تولید ناخالص داخلی را در طول سال‌های اخیر به خود اختصاص داده و همچنین سهم ۱۶ درصدی از کل حجم صادرات این کشور دارد. علاوه بر این، ترکیه یکی از مقاصد اصلی تولید و تامین منسوجات و پوشاک در جهان و دومین منبع بزرگ صادرات منسوجات و پوشاک به کشورهای اتحادیه اروپا است. مجموع صادرات نساجی و پوشاک ترکیه در سال ۲۰۲۲ رقم ۳۵,۲۵ میلیارد دلار بوده است. این کشور در بخش پوشاک و منسوجات خانگی، رقابت‌پذیری خوبی در بازار جهانی دارد. همچنین صنعت پوشاک ترکیه با

ترکیه اوایل ماه فوریه شدیدترین زمین‌لرزه در بیش از ۱۰۰ سال اخیر را تجربه کرد؛ با قدرت ۷,۸ در مقیاس ریشتر. تعداد قربانیان در ترکیه از ۳۰ هزار نفر فراتر رفته است و رجب طیب اردوغان رئیس‌جمهور در ۱۰ استانی که به شدت آسیب دیده‌اند، به مدت سه ماه وضعیت فوق‌العاده اعلام کرده است. به گفته مقامات این کشور، بیش از ۱۳,۵ میلیون شهروند در منطقه‌ای که حدود ۲۸۰ مایل از آدانا در غرب تا دیاربکر در شرق و همچنین ۱۸۰ مایل از مالاتیا در شمال تا هاتای در جنوب را پوشش می‌دهد، تحت تأثیر قرار گرفته‌اند. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، این زمین‌لرزه تأثیری شدیدی بر اقتصاد ترکیه و معیشت مردم دارد.

منابع صنعتی اعلام کردند که منطقه غازیانتپ در ترکیه که به کارخانجات ریسندگی مستقر در آن معروف است، به شدت تحت تاثیر این فاجعه قرار گرفته است. مدت زیادی طول می کشد که کارخانجات ریسندگی ترکیه به شرایط عادی تولید بازگردند. بنابراین، صنعت پوشاک این کشور به دنبال تامین نخ از بازارهای دیگر است. در همین ارتباط، مدیرعامل شرکت Vivek Verma تولیدکننده و صادرکننده نخ مستقر در پنجاب گفته: «ریسندگی های هندی درخواست های بیشتری را از خریداران ترکیه ای دریافت می کنند. آنها باید نخ مورد نیازشان را از منابع جایگزین تامین کنند و هند در موقعیت بهتری برای تامین نیاز آنها قرار دارد.»

بر اساس این گزارش، نخ بزرگترین محصول نساجی وارداتی ترکیه از هند است. این کشور در فاصله ژانویه تا نوامبر ۲۰۲۲ مجموعاً ۷۶۵،۵ میلیون دلار نخ از هند وارد کرده است. همچنین واردات الیاف ترکیه از هند نیز در مدت یادشده مجموعاً ۱۰۶،۶ میلیون دلار بوده است.

تحت فشار قرار داده است و در نتیجه، ارزش لیر در برابر دلار به پایین ترین سطح خود رسیده است. لیر در سال ۲۰۲۲ تقریباً ۳۰ درصد از ارزش خود را در برابر دلار از دست داد و همین موضوع آسیب شدیدی به قدرت خرید مردم وارد کرد. ذخایر ارزی ترکیه نیز در سال های اخیر به شدت کاهش یافته است. بنابراین زلزله اخیر این بحران های اقتصادی ادامه دار را عمیق تر خواهد کرد.

شرکت های ریسندگی هندی می توانند منتفع شوند

زمین لرزه ترکیه، قطب کارخانجات ریسندگی این کشور را هم تحت تاثیر قرار داده است و به همین دلیل، کارخانجات و صادرکنندگان هندی اکنون با درخواست تجاری بالاتری از جانب ترکیه و همچنین سایر کشورهای اروپایی که از این کشور نخ وارد می کنند، مواجه شده اند. اگرچه افزایش درخواست ها ممکن است به نفع صادرکنندگان هندی باشد، اما صنعت نساجی هند ممکن است با تاثیر منفی فاجعه زلزله نیز مواجه شود.

گیرد. همچنین کشورهای چین، ویتنام و بنگلادش از تجارت معاف از عوارض گمرکی با اتحادیه اروپا برخوردار هستند. بنابراین، وضعیت فعلی ترکیه ممکن است الگوی تجارت را تغییر داده و سهم بازار کشورهای ذکر شده را در اتحادیه اروپا افزایش دهد.

ترکیه بیش از ۵۰ درصد از کل صادرات نساجی و پوشاک خود را به کشورهای اتحادیه اروپا انجام می دهد. در سال ۲۰۲۲ این کشور رقم ۲۰،۶۴ میلیارد دلار منسوجات و پوشاک به اتحادیه اروپا صادر کرده که نسبت به سال ۲۰۲۰ افزایش ۲۶ درصدی نشان می دهد. در مقابل، سهم صادرات منسوجات و پوشاک چین به اتحادیه اروپا بیش از ۱۴ درصد کاهش داشته است. این کاهش عمدتاً به دلیل سیاست کووید صفر چین بوده اما اکنون با بازگشایی بازار چین و شرایط فعلی ترکیه، چین احتمالاً سهم بازار خود را در کشورهای اتحادیه اروپا بازپس خواهد گرفت.

این اولین بار نیست که ترکیه دچار زلزله می شود. به عنوان مثال، پس از زلزله سال ۱۹۹۹ صادرات نساجی و پوشاک این کشور برای اولین بار در تقریباً سی سال گذشته، کاهش یافت. بر همین اساس، اثرات پس از زلزله فوریه ۲۰۲۳ بر صنعت نساجی و پوشاک ترکیه هنوز تقریباً ناشناخته است و گذر زمان آن را مشخص خواهد کرد. این نکته را هم باید در نظر داشت که ترکیه پیش از زلزله نیز با کاهش رشد اقتصادی ناشی از ترکیب قیمت های بالای انرژی در جهان، پاندمی کووید ۱۹ و درگیری روسیه-اوکراین مواجه بوده است و از همه مهم تر، سیاست های اقتصادی دولت که با وجود نرخ تورم سرسام آور، نرخ بهره را کاهش داده، اقتصاد ترکیه را



چشم انداز مثبت صنعت نساجی جهان در شش ماه آینده

پیش بینی می شود اقتصاد جهانی در ماه های آینده رشدی فراتر از انتظار داشته باشد که این موضوع، به نفع صنعت نساجی جهان تمام خواهد شد



گروه مترجمین مجله: نسبت به زمانی که فدراسیون بین المللی تولیدکنندگان نساجی (ITMF) نظرسنجی جهانی صنعت نساجی را در سال ۲۰۲۱ آغاز کرد، وضعیت کسب و کارها اکنون در پایین ترین سطح خود قرار دارد. اگرچه نرخ تورم بالا و افزایش مداوم نرخ های بهره، محرک های اصلی اقتصاد جهانی در مقطع فعلی هستند، اما مشکل اصلی زنجیره تامین نساجی در سال ۲۰۲۳ موجودی بالای انبارها در سطح برند و خرده فروشی است.

بر اساس هجدهمین نظرسنجی صنعت نساجی جهان که توسط ITMF منتشر شده، با باز شدن اقتصادها در سرتاسر جهان بعد از بحران کووید، مصرف کنندگان این فرصت را داشتند که پولی را که نمی توانستند در طول سال ۲۰۲۰ و نیمه اول ۲۰۲۱ خرج کنند، مجدداً وارد بازار کنند. در نتیجه، تقاضا جهش پیدا کرد و برندها و خرده فروشان سفارشات خود را برای پاسخگویی به این تقاضای فزاینده، افزایش دادند. اما با افزایش نرخ تورم، مخصوصاً بعد از حمله روسیه به اوکراین در فوریه ۲۰۲۲، تقاضا برای کالاهای مصرفی مجدداً کاهش یافت و در عین حال، موجودی انبارها در سطح بسیار بالایی باقی ماند.

پاسخ دهندگان به این نظرسنجی تایید کرده اند که سفارشات دریافتی آنها از نوامبر ۲۰۲۱ به طور مستمر کاهش یافته است. در ژانویه ۲۰۲۳ این شاخص در تمامی مناطق و بخش ها به جز آمریکای شمالی و مرکزی

پیدا کرده و پاسخ دهندگان در سطح جهانی، نسبت به شرایط کسب و کارها در ژوئن ۲۰۲۳ خوشبین هستند. تولیدکنندگان نساجی به دلیل دو عامل مهم، وضعیت بهتری را در آینده انتظار می کنند. اول آنکه با توجه به زمستان نسبتاً معتدل اروپا و کاهش قیمت انرژی در اروپا و آسیا (به ویژه گاز) به سطوح قبل از حمله روسیه به اوکراین، جهان اکنون در وضعیت بسیار بهتری از لحاظ منابع انرژی قرار دارد. دوم آنکه، پایان ناگهانی سیاست کووید صفر در چین همراه با باز شدن سریع مرزها، نویدبخش تقویت تقاضا در چین و همچنین خارج از این کشور است (افزایش گردشگران و افزایش واردات کالاها). بنابراین در صورتی که سایر متغیرها نیز ثابت باقی بماند، اقتصاد جهانی رشدی بالاتر از حد انتظار خواهد داشت و این موضوع، به نفع صنعت نساجی جهان تمام خواهد شد.

و همچنین تولیدکنندگان الیاف، منفی بوده است و صرفاً تولیدکنندگان الیاف برای اولین بار بعد از تابستان گذشته، شاهد افزایش سفارشات بوده اند. میزان عقب افتادگی سفارشات جهانی که قبلاً در سطح بالایی قرار داشت نیز به طور مستمر کاهش داشته و از ۳،۱ ماه در مارس ۲۰۲۲ به ۲،۴ ماه در ژانویه ۲۰۲۳ رسیده است که این موضوع عمدتاً ناشی از محدودیت برندها و خرده فروشان برای ثبت سفارشات جدید است. همچنین کاهش اختلالات گذشته در زنجیره تامین، با ایجاد بهبود در جریان تجارت جهانی، افزایش نسبی نرخ بهره برداری از کارخانجات در سراسر جهان مخصوصاً در تولیدکنندگان الیاف و ریسندگی ها را به دنبال داشته و همین موضوع، به کاهش عقب افتادگی سفارشات جهانی کمک کرده است. بر اساس این گزارش، انتظارات فعالان صنعت نساجی در شش ماهه آینده افزایش

تداوم رشد شتابان بازار منسوجات فنی

طی ۱۰ سال گذشته، این بخش شاهد پیشرفت‌های متعددی در حوزه طراحی، الیاف و تکنولوژی و همچنین توسعه فعالیت‌های تحقیق و توسعه بوده است

در صنعت کشاورزی استفاده می‌شوند. این اقلام علاوه بر حفاظت استثنایی از محصول، بهره‌وری کلی را افزایش داده و کیفیت محصول را ارتقا می‌دهند.

از سوی دیگر، منسوجات فنی ساختمانی برای کمک به توسعه زیرساخت‌ها و همچنین ساختمان‌های موقت یا دائمی استفاده می‌شوند. همچنین این منسوجات طیف وسیعی از کاربردها را در عایق‌بندی مواد، تقویت بتن، ساخت سازه‌های داخلی، عایق‌بندی حرارتی و صوتی و فونداسیون ساختمان دارا هستند.

پیش‌بینی می‌شود استفاده از تکنولوژی تولید بر مبنای بافت سه‌بعدی در طیف گسترده‌ای از کاربردها و بخش‌ها، منجر به گسترش استفاده از منسوجات فنی شود. بهره‌گیری از تکنولوژی بافت سه‌بعدی با هدف کمک به کنترل ابعاد ساختارهای بافتنی و کنترل شکل سه‌بعدی در بافندگی حلقوی پودی، انجام می‌شود. این تکنولوژی همچنین امکان ایجاد تغییرات و پیشرفت را در رابط کاربری فراهم می‌کند که در نهایت، به طرح‌هایی در محصول بافتنی منجر می‌شود که موثرتر و با کارایی بالاتر هستند.

از طرف دیگر، برای تولید منسوجات فنی، استفاده از نانومواد مانند نانوذرات و نانوالیاف به تولید کالاهایی با مقاومت مکانیکی، ویژگی‌های ضد میکروبی، مقاومت شیمیایی و آب‌گریزی بیشتر، کمک می‌کند. نانوتکنولوژی همچنین برای ارتقای ویژگی‌هایی نظیر رنگ، بافت و دوام، در فرآیند تولید محصولات استفاده می‌شود.

طول کم با استحکام شکست بالا، انقباض حرارتی کم، مدول بالا، مقاومت بالا در برابر خوردگی، پایداری حرارتی بالاتر و ... اشاره کرد و این ویژگی‌ها باعث سرمایه‌گذاری قابل توجه در بخش تحقیق و توسعه از سوی فعالان صنایع مختلف می‌شود.

در مجموع، ۵۱ کالا با پتانسیل رشد بالا که بیش از ۲۵ درصد از این بخش را تشکیل می‌دهند، در ذیل منسوجات فنی گنجانده شده‌اند. از جمله این کالاها می‌توان به حصیرهای کشاورزی، تورهای سایه‌بان، کاورهای گیاهی، پوشش ضد تگرگ، نوار بهداشتی، دریچه‌های قلب مصنوعی، ژاکت‌های ضد گلوله، روتختی‌های یکبار مصرف، ابزار صنعتی، پوشک بی‌اختیاری، پوشک بچه، لوازم جراحی یکبار مصرف و ... اشاره کرد.

این کالاها، انواع مختلفی از بخش‌های کاربردی و همچنین کاربردهای بین‌رشته‌ای را نشان می‌دهند. منسوجات فنی خانگی بیشترین سهم بازار را دارند. این گروه محصولات شامل کالاهایی هستند که در ملزومات خانگی نظیر مبلمان، ضربه‌گیر، ضد حریق، پوشش‌های کف و دیوار و سازه‌های تقویت‌شده با منسوجات که زیبایی ظاهری، راحتی و امنیت را به ارمغان می‌آورند، استفاده می‌شوند. حوزه پرکاربرد دیگر، منسوجات فنی کشاورزی است که به دلیل مزیت‌های کاربردی آن نظیر مقاومت بیشتر در برابر آب‌وهوا، حفاظت میکروبی، محافظت در برابر تابش خورشید و امواج ماوراء بنفش و نیز صرفه‌جویی در آب، به صورت گسترده

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، بازار جهانی منسوجات فنی با نرخ سالانه ۴ درصد در حال رشد است. انتظار می‌رود بازار منسوجات فنی در انواع صنایع مصرفی از جمله کشاورزی، ساخت‌وساز، هوافضا، پزشکی و بسته‌بندی، گسترش پیدا کند چراکه با گذشت زمان، افراد بیشتری از مزایای این نوع منسوجات آگاه می‌شوند. علم بیوتکنولوژی مدرن، پیشرفت شیوه‌های کشاورزی سنتی را به سوی روش‌های علمی‌تر، تسریع کرده است. پیش‌بینی می‌شود پذیرش و استفاده از تکنولوژی‌هایی با کارایی بالا در بخش کشاورزی، تولید محصول نهایی را افزایش دهد که این موضوع نیز بر راندمان کلی تولید و افزایش تقاضا برای منسوجات فنی تاثیر خواهد داشت. بازار منسوجات فنی عمدتاً توسط عواملی همچون تقویت اقتصادهای ملی، پیشرفت‌های فناوری و گسترش صنایع مصرفی به پیش می‌رود.

محبوبیت و نفوذ منسوجات فنی در سراسر جهان، با توجه به مقرون‌به‌صرفه بودن، دوام، استحکام بالا، سبک‌وزنی، انطباق‌پذیری، سفارشی‌سازی، کاربرپسند بودن و سازگاری با محیط زیست، روز به روز در حال افزایش است. طی ۱۰ سال گذشته، این بخش شاهد پیشرفت‌های متعددی در حوزه طراحی، الیاف و تکنولوژی و همچنین توسعه فعالیت‌های تحقیق و توسعه بوده است. افزایش کاربردهای منسوجات فنی در صنایع مختلف به دلیل بهبود عملکرد الیاف و نخ‌های فنی بوده است که از آنجمله می‌توان به ازدیاد

پتانسیل فراوان نانوون‌ها در محصولات بهداشتی

پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۳ مجموعاً ۶۳۱,۲ میلیارد محصول بهداشتی جاذب از جنس منسوجات بی‌بافت در سراسر جهان فروخته شود

فوقانی بیشترین اهمیت را دارند به طوری که ۴۶,۳ درصد از کل بازار را از نظر ارزش تشکیل می‌دهند. بعد از آن، بک‌شیت‌ها یا لایه‌های پشتی با سهم ۲۲,۳ درصد و انواع فیلم با سهم ۱۶,۸ درصد قرار دارند. چشم‌انداز رشد مصرف بک‌شیت‌ها تا سال ۲۰۲۷ به ویژه مثبت است و رشد فروش تاپ‌شیت‌ها نیز از میانگین بازار فراتر خواهد رفت. همچنین سریع‌ترین رشد در بازار اجزای بهداشتی، مربوط به اجزای ثانویه خاص برای کالاهای بهداشتی نظیر گوش‌های مصنوعی کشسان، کمربندهای طبی و ساق‌بند طبی خواهد بود.

بر اساس این گزارش، در سال ۲۰۲۲ فروش اجزای نانوون، فیلم و تیشو مورد استفاده برای کالاهای بهداشتی مجموعاً ۶,۱ میلیون تن به ارزش ۱۸ میلیارد دلار بوده است. این رقم نشان‌دهنده یک اوج در بازه کوتاه‌مدت است به طوری که ارزش فروش این اقلام نسبت به سال ۲۰۲۰ تقریباً دو برابر شده است. این روند، هم به جهش تقاضا پس از همه‌گیری و هم به تاثیر افزایش قیمت نفت در اثر تهاجم روسیه به اوکراین مربوط می‌شود. با وجودی که تورم جهانی در سطح بالایی قرار دارد، اما کالاهای بهداشتی در اقتصادهای توسعه‌یافته جهان، نسبت به هرگونه کاهش قدرت خرید مصرف‌کننده بسیار مقاوم هستند و همواره با تقاضای بالایی مواجه‌اند. این بدان معناست که تقاضای جهانی برای کالاهای بهداشتی



خواهند بود.

بر اساس آخرین گزارش شرکت Smithers با عنوان «آینده محصولات بهداشتی تا ۲۰۲۷»، پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۳ مجموعاً ۶۳۱,۲ میلیارد قلم محصول بهداشتی فروخته شود که ارزش کل آن ۱۰۷,۶ میلیارد دلار خواهد بود. گزارش مذکور پیش‌بینی می‌کند که این ارقام در سال ۲۰۲۷ به ۷۸۳,۴ میلیارد محصول به ارزش ۱۲۶,۳ میلیارد دلار بالغ گردد که معادل نرخ رشد سالانه ۶,۴+ درصد در یک دوره پنج ساله است.

در بین ۱۰ نوع جزء مختلف در محصولات بهداشتی که Smithers تحلیل کرده است، تاپ‌شیت‌ها یا لایه‌های

گروه مترجمین مجله: برای تامین‌کنندگان و تولیدکنندگان منسوجات بی‌بافت یا نانوون‌ها، فرصت‌های قابل‌توجهی جهت متنوع‌سازی محصولات خود در حوزه لایه‌های فوقانی (topsheets)، لایه‌های پشتی (backsheets)، هسته‌های جاذب (absorbent cores) و سایر اجزای مورد استفاده در پوشک، کالاهای بهداشتی زنانه و پوشینه بزرگسالان به وجود آمده است. در عین حال، انتظارات و توقعات مصرف‌کنندگان از عملکرد و کارایی این مواد، به طور فزاینده‌ای سخت‌گیرانه‌تر می‌شوند به طوری که اجزا و مواد جدیدی که راحتی، کارایی و پایداری محصول نهایی را پهنه‌سازی می‌کنند، در اولویت

چندمنظوره است که می‌تواند طیفی از مایعات را کنترل کنند.

افزایش تعداد افراد کهنسال در بازارهای توسعه‌یافته و افزایش آگاهی در مورد اینکه چطور پوشینه بی‌اختیاری بزرگسالان می‌تواند آنها را برای حفظ سبک زندگی همیشگی خود کمک کند، گزینه‌ها و فرصت‌های بهتری را هم برای تولیدکنندگان و هم مصرف‌کنندگان در آینده به دنبال خواهد داشت.

گفتنی است داده‌های این گزارش با ردیابی مهم‌ترین تغییرات در بازار این نوع منسوجات بی‌بافت در پنج سال آینده گردآوری شده و با ارائه بیش از ۱۵۰ جدول و نمودار آماری، بازار کالاهای و محصولات بهداشتی بر حسب نوع جزء، مواد اولیه، محصول بهداشتی، منطقه جغرافیایی و بازارهای پیشرو را مورد بررسی قرار داده است.

تولیدکنندگان، برای استفاده از اجزای زیست‌تخریب‌پذیر یا با قابلیت بازیافت آسان در تولید پوشک ایجاد می‌کنند. محصولات نهایی نیز به عنوان طیفی از پوشک‌های پایدار با کیفیت عالی از طریق کانال آنلاین قابل فروش هستند.

کالاهای بهداشتی زنانه در برخی از بازارهای در حال توسعه، هنوز استفاده محدودی دارند و در بسیاری از کشورهای آسیایی محدود به پدها و نوارهای بهداشتی می‌شود. با جافتادن بیشتر کالاهای مذکور در این بازارها، تقاضای مصرف‌کنندگان به سمت محصولات نازک‌تر با طراحی گسسته‌تر خواهد بود. از سوی دیگر، در بازارهای توسعه‌یافته، نوار بهداشتی روزانه (پنتی‌لاینر) بیش از گذشته به عنوان یک راه‌حل عادی برای بی‌اختیاری خفیف، از سوی زنان میانسال استفاده می‌شود که نشان‌دهنده یک تکامل به سمت پدهای

سال به سال افزایش خواهد یافت و به ۸,۲۸ میلیون تن در سال ۲۰۲۷ خواهد رسید.

آنطور که در گزارش Smithers آمده، مصرف کالاهای بهداشتی همچنان در سیطره اجزا و مواد مصنوعی خواهد بود، اما نگرش جدید در بین تولیدکنندگان محصولات درجه یک و رده بالا برای استفاده از اجزای پایدارتر، بخش‌های تحقیق و توسعه شرکت‌ها را تحت فشار قرار خواهد داد تا مواد اولیه بیشتری بر پایه خمیر و همچنین پلاستیک بازیافتی را به بازار عرضه کنند.

یکی از گرایش‌های اصلی در اجزای محصولات بهداشتی، استفاده از هسته‌های نازک‌تر با درصد بالاتری از پلیمرهای فوق جاذب (SAPS) است. این مواد از منظر زیست‌محیطی نیز حایز اهمیت هستند به طوری که تمایل بیشتری را در بین

مزایای کیتوسان در منسوجات بی‌بافت نانولیفی

می‌کند و یک ساختار طبیعی برای بهبود زخم ناحیه‌ای ایجاد می‌کند. اصول درمان زخم به روش مرطوب (damp healing) بر اساس ایجاد ژل در تماس با مایعات و ایجاد یک محیط مرطوب در اطراف زخم است که سلول‌های اپیدرمی (روپوستی) جدید را قادر می‌سازد راحت‌تر به سطح زخم مهاجرت کنند. مزیت‌های این روش برای بیمار، شامل بهبود سریع‌تر زخم، فاصله زمانی بیشتر بین تعویض بانداژ، جلوگیری از ایجاد دلمه و محدود شدن درد می‌باشد.

ساختار نانوالیاف بسیار ظریف در محصول ChitoFib Patch NW به عنوان یک فیلتر محافظ در برابر آلودگی میکروبی احتمالی زخم از محیط بیرونی عمل می‌کند. اثر ضد میکروبی طبیعی کیتوسان همچنین به جلوگیری از عفونت میکروبی احتمالی از محیط کمک کرده و این ماده به دلیل تاثیر مایعات بدن، به صورت طبیعی تخریب می‌شود.

شرکت Nano Medical متخصص در زمینه نانوالیاف و مستقر در جمهوری چک، دو محصول اولیه پزشکی جدید را توسعه داده که تحت برند ChitoFib این شرکت و بر پایه الیاف کیتوسان تولید و به بازار عرضه می‌شوند. این محصولات برای محافظت از زخم‌ها در برابر آلودگی و تسریع فرآیند بهبود زخم تولید شده‌اند.

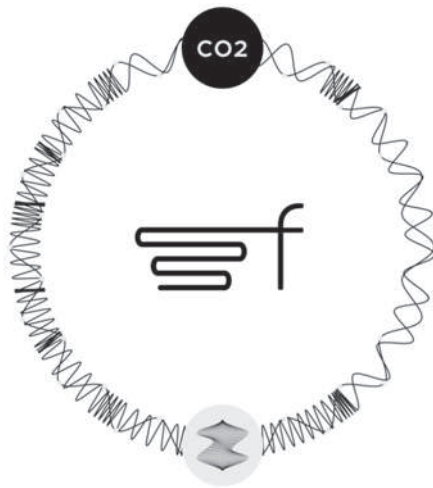
به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، این شرکت در نمایشگاه Filtech که روزهای ۱۴ تا ۱۶ فوریه در شهر کلن آلمان برگزار شده، محصول hitoFib Patch NW که یک منسوج نیافته با لایه‌های مجزا از نانوالیاف کیتوسان است و همچنین محصول ChitoFib Patch که گچ‌های پزشکی تکمیل شده و پوشش‌های زخم بر پایه کامپوزیت بی‌بافت است را معرفی کرده است.

نانوساختار ترکیب شده با بیوپلیمرها از تکثیر سلولزی پشتیبانی



تکنولوژی تولید پلی‌استر بر پایه دی‌اکسید کربن

با جایگزینی منابع سوخت فسیلی با منابع مبتنی بر دی‌اکسید کربن، شرکت Fairbrics یک راهکار پایدار و مقیاس پذیر را به صنایع انرژی بر ارائه می‌دهد



در همین ارتباط، هم‌بنیانگذار و مدیرعامل شرکت Fairbrics می‌گوید: «با استفاده از انتشارات دی‌اکسید کربن به جای منابع فسیلی برای تولید پلی‌استر، این شرکت یکی از بزرگترین چالش‌های جهانی یعنی تغییرات اقلیمی ناشی از انتشار گازهای گلخانه‌ای را مورد توجه قرار می‌دهد. سرمایه‌گذاری صورت گرفته در این پروژه به دلیل شناخت قوی از کاری که شرکت ما تاکنون انجام داده است، کیفیت کنسرسیونمی که گرد هم آورده‌ایم، و پتانسیل فوق‌العاده تکنولوژی ما برای ارائه راهکار جایگزین زیست‌سازگار و مقرون‌به‌صرفه به صنایع بسیار آلاینده مانند نساجی، تخصیص پیدا کرده است.»

گفتنی است امروزه پلی‌استر ۶۰ درصد از کل منسوجات تولید شده در سراسر جهان را تشکیل داده و یک سوم از انتشار گازهای گلخانه‌ای صنعت مد و پوشاک نیز به این ماده مربوط است. با جایگزینی منابع سوخت فسیلی با منابع مبتنی بر دی‌اکسید کربن، شرکت Fairbrics یک راهکار پایدار و مقیاس‌پذیر را به صنایع انرژی بر ارائه می‌دهد. این شرکت ابتدا به صنعت مد و پوشاک می‌پردازد و تاکنون با برندهای بزرگی مانند H&M، OnRunning و Aigle همکاری استراتژیک انجام داده است. این شرکت قصد دارد به تدریج سبد تکنولوژی خود را با راهکارهایی که به دیگر بخش‌ها نظیر تجهیزات ورزشی، بسته‌بندی و خودروسازی می‌پردازند، متنوع‌تر نماید.

گروه مترجمین مجله: شرکت Fairbrics فعال در حوزه مواد شیمیایی پایدار، اخیراً در حال توسعه یک تکنولوژی است که از طریق رویکرد تولید چرخه‌ای، انتشارات دی‌اکسید کربن را به پلی‌استر با ارزش بالا تبدیل می‌کند. این شرکت ۱۷ میلیون یورو از «برنامه تحقیقات و نوآوری اتحادیه اروپا» و رقم ۵ میلیون یورو از شرکای خود برای به مقیاس رساندن این تکنولوژی جذب کرده که مجموعاً ۲۲ میلیون یورو سرمایه‌گذاری برای ارائه این راهکار نوآورانه به بازار را شامل می‌شود.

کمک مالی اتحادیه اروپا با هماهنگی شرکت Fairbrics به یک کنسرسیون اعطا شده که قرار است ۱۳ مشارکت‌کننده از ۷ کشور در سراسر اروپا را گرد هم آورد. این مشارکت‌کنندگان، از متخصصان صنایع بالادستی و توسعه فرآیند (مانند طراحی مهندسی، جذب دی‌اکسید کربن، استفاده مجدد از مواد شیمیایی، الکترولیز) گرفته تا متخصصان محصول نهایی (به عنوان مثال شرکت Faurecia برای خودرو، شرکت Les Tissages de Charlieu برای منسوجات) را در بر می‌گیرد. به منظور اثرگذاری سریع اجتماعی، این پروژه همچنین شامل یک پیوست آموزشی قدرتمند است و همراه با شرکای دانشگاهی، منابع یادگیری و آموزشی در مورد ارزش‌گذاری دی‌اکسید کربن را برای متخصصان جوان، دانشجویان دانشگاه‌ها و علاقمندان آزاد ارائه خواهد داد.

منابع مالی ترکیبی این پروژه برای ارتقای تکنولوژی شرکت Fairbrics استفاده خواهد شد به این صورت که در گام اول، یک خط پایلوت به ظرفیت ۱۰۰ کیلوگرم در روز تا سال ۲۰۲۴ راه‌اندازی شده و سپس تا سال ۲۰۲۶، به یک کارخانه آزمایشی به ظرفیت یک تن در روز گسترش پیدا خواهد کرد. هدف اصلی از پروژه، مقابله با تغییرات آب‌وهوایی و تسریع کربن‌زدایی از صنایع انرژی‌بر، از طریق جایگزینی پلی‌استر مبتنی بر فسیل با پلی‌استر مبتنی بر دی‌اکسید کربن است. این اقدام با استفاده از رویکرد چرخه‌ای انجام خواهد شد که ضایعات دی‌اکسید کربن از کارخانه‌های شیمیایی را به محصولات نساجی با ارزش، بازیافت می‌کند. شرکت Fairbrics بخش‌هایی را هدف قرار می‌دهد که از پلی‌استر به عنوان ماده اولیه اصلی استفاده می‌کنند که عبارتند از: صنایع پوشاک و همچنین تجهیزات ورزشی، خودروسازی و بسته‌بندی.

نوآوری در حوزه الیاف برای تولید منسوجات خواب

شرکت Advansa محصول جدیدی تحت عنوان Dacron Re-Comfort را تولید کرده که یک الیاف ۱۰۰ درصد بازیافتی برای استفاده در لحاف و بالش می‌باشد

حاوی مواد معدنی، با الیاف هالو سیلیکونی شده ترکیب می‌شود تا راحتی بیشتر و گرمایش عمیق را برای فرد مصرف کننده ایجاد کرده و خصوصیات عایق بودن محصول را از طریق انعکاس تشعشع امواج مادون قرمز بدن، بهینه‌سازی نماید. این محصولات قابل شستشو با ماشین لباسشویی بوده و برای خشکشویی هم مناسب هستند.

همچنین شرکت Advansa در راستای برنامه پایدار خود، محصول جدید دیگری تحت عنوان Dacron Re-Comfort را تولید کرده که یک الیاف ۱۰۰ درصد بازیافتی برای استفاده در لحاف و بالش می‌باشد. این محصول با ۸۰ درصد پرک حاصل از بطری‌های PET بازیافتی و ۲۰ درصد ضایعات نساجی پیش از مصرف، تولید می‌شود.

بر اساس مطالعه‌ای که اخیراً انجام گرفته، ۹۹ درصد از پلی‌استر بازیافتی در حال حاضر از پرک‌های بطری ساخته می‌شود. در عین حال، صنعت نساجی برای افزایش سهم پلی‌استر بازیافتی از ۱۴ درصد به ۴۵ درصد تا سال ۲۰۲۵ با چالش مواجه است. بازیافت پلی‌استر از منسوجات، الزامات فنی مضاعفی را می‌طلبد و شرکت Advansa قصد دارد این هدف را با افزایش استفاده از ضایعات نساجی بازیافتی به عنوان ماده اولیه برای تولید الیاف پلی‌استر، دنبال نماید.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، شرکت Advansa یکی از تامین کنندگان پیشرو الیاف پلی‌استر برای انواع لحاف و بالش، رویکردها و محصولات جدیدی را در نمایشگاه هایم تکستیل ماه ژانویه ارائه کرد که از آنجمله می‌توان به الیاف Dacron حاوی زغال فعال اشاره کرد که یک فیلینگ (پُرکننده) جدید جاذب رطوبت و کاهنده بو می‌باشد.

در جریان تولید این الیاف، زغال فعال که از کربنیزه کردن مواد آلی با منشأ ۱۰۰ درصد گیاهی به دست می‌آید، به طور همگن و یکنواخت در داخل پلیمر گنجانده می‌شود. این فیلینگ بر اساس یک الیاف هالو آبدوست، حجیم و نرم ساخته شده که راحتی قابل توجهی را در بالش و عایق حرارتی خوبی را برای لحاف فراهم می‌کند. این الیاف جدید، راحتی کامل، خصوصیات ضدبو و مدیریت رطوبت را در محصول نهایی ایجاد کرده و همچنین می‌تواند بارهای الکتریکی ساکن را برای تضمین یک خواب راحت، کاهش دهد.

در عین حال، الیاف Dacron حاوی مواد معدنی طبیعی است که گرمای بدن را به انرژی مادون قرمز تبدیل کرده و برای ایجاد تاثیر گرمایش عمیق، این انرژی را به بدن منعکس می‌کند. این الیاف کاربردی



تولید برچسب‌های بافته‌شده از الیاف فوتونیک

این تکنولوژی نسبت به برچسب‌های سنتی و متداول که معمولاً بعد از مدتی بریده شده یا غیرقابل خواندن می‌شوند، راندمان و اثرگذاری بالاتری دارد

آزمایشگاه لینکلن MIT به این دستاورد دست یافته‌اند که در نهایت به فرآیندی منجر می‌شود که با تولید در مقیاس بزرگ سازگار است.

الیاف فوتونیک از یک پریفرم ساخته می‌شوند که این پریفرم یک ماده اولیه پلاستیکی است که از لایه‌های متناوب اکریلیک و پلی‌کربنات تشکیل شده است. پریفرم گرم می‌شود و به صورت مکانیکی به صورت یک رشته نازک لیفی کشیده می‌شود. محققان ترکیب مواد و سرعت کشیده شدن پریفرم را برای ایجاد خواص نوری مطلوب و اطمینان از بازیافت‌پذیری آن، تنظیم کرده‌اند. اگرچه الیاف فوتونیک نسبت به منسوجات سنتی گران‌تر هستند، اما محققان تخمین می‌زنند که این الیاف تنها به افزایش جزئی در قیمت تمام‌شده کالای نهایی (تقریباً ۲۵ سنت) منجر می‌شوند.

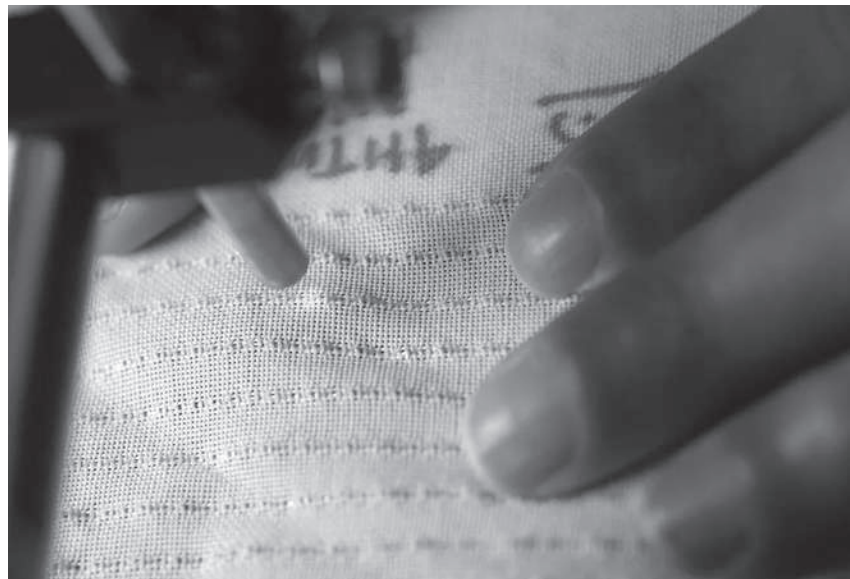
علاوه بر آسان‌تر کردن فرآیند بازیافت، برچسب فوتونیک می‌تواند برای آگاه کردن مصرف‌کنندگان درباره منشأ و فرآیند تولید کالاها و همچنین تایید صحت محصولات دارای نام تجاری، مورد استفاده قرار گیرد. محققان دانشگاه میشیگان برای ثبت اختراع این محصول درخواست داده‌اند و در حال ارزیابی گزینه‌هایی برای تجاری‌سازی آن هستند. این تحقیق توسط بنیاد ملی علوم آمریکا و معاونت تحقیقات و مهندسی وزارت دفاع این کشور حمایت شده است.

اعلام کرده، این تکنولوژی نسبت به برچسب‌های سنتی و متداول که معمولاً بعد از مدتی بریده شده یا غیرقابل خواندن می‌شوند، راندمان و اثرگذاری بالاتری دارد و تا زمانی که نیازی به خواندن آن نباشد، می‌تواند نامرئی باشد.

بازیافت‌کنندگان از سیستم طبقه‌بندی نزدیک به مادون قرمز برای شناسایی مواد بر اساس علائم نوری آنها استفاده می‌کنند. با این حال، این روش کارایی محدودی دارد چراکه پارچه‌های ترکیبی دارای علائم نوری مشابهی هستند. این در حالی است که الیاف فوتونیک می‌توانند سطح بالاتری از دقت را ارائه کرده و می‌توانند ترکیب پارچه را شناسایی و در نتیجه، فرآیند بازیافت را کارآمدتر نمایند. محققان با ترکیب دانش فوتونیک با قابلیت‌های پیشرفته نساجی در

گروه مترجمین مجله: تیمی از محققان به رهبری دانشگاه میشیگان آمریکا، برچسب‌های بافتنی تاری پودی از الیاف فوتونیک ساخته‌اند که می‌تواند نرخ بازیافت پوشاک و منسوجات را افزایش دهد. در حال حاضر به دلیل مشکلات ناشی از طبقه‌بندی ضایعات نساجی، تنها ۱۵ درصد از ۹۲ میلیون تن منسوجات دورریخته شده در سال، بازیافت می‌شوند.

الیاف جدید در واقع به عنوان بارکدهایی هستند که مستقیماً در داخل پارچه بافته می‌شوند، می‌توان آنها را سفارشی‌سازی کرد و با چشم غیرمسلح نیز قابل مشاهده هستند. همچنین نوشته‌های روی آنها تنها زیر نور نزدیک به مادون قرمز یا خود مادون قرمز قابل خواندن هستند. انطور که دانشگاه میشیگان در بیانیه‌ای مطبوعاتی





سپیده راه ابریشم

تصفیه و صادرات پنبه تاجیکستان

“SAPEDAI ROHI ABRESHIM”
REPUBLIC OF TAJIKISTAN

تلفن ایران: ۰۰۹۸۹۱۲۲۲۴۵۵۴۹۲

تاجیکستان: ۰۰۹۹۲۹۰۰۸۲۲۸۲۹

Email: s.abreshim@gmail.com

 S.ABRESHIM





**این شرکت بخش کننده کلیه رنگ و مواد نساجی از اروپا و هندوستان می باشد،
رنگ و مواد شیمیایی برای چاپ و رنگریزی را به شرح زیر معرفی می نماید:**

تاسیس سال ۱۳۶۱

کشور	شرح	نام رنگ	
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای دیسپرس جهت رنگریزی پلی استر – رنگهای دیسپرس مخصوص روکش صندلی ماشین و هواپیما با ثبات نوری بالا – رنگهای دیسپرس برای رنگریزی سریع	Fantagen Fantagen-A Fantagen-SD	۱
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای مخلوط دیسپرس و متال کمپلکس ۱:۲ برای رنگریزی پلی استر پشم (۴۵/۵۵ درصد) در یک حمام جهت پارچه و بوبین – رنگهای مخلوط جهت رنگریزی پلی استر/ پشم (۲۰ درصد–۸۰ درصد) در یک حمام جهت پارچه و بوبین – رنگهای مخصوص پلی استر نایلون در یک حمام	Polylan %55-%45 Polylan %80-%20 Polylan	۲
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگ های مخلوط دیسپرس خمی برای رنگریزی پلی استر/ ویسکوز (۳۳درصد–۶۷درصد) در سیستم ترمازول	Polycoton Fantacel	۳
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای مخلوط دیسپرس دایرکت جهت رنگریزی پلی استر سلولز (۳۵ درصد–۶۵ درصد) در سیستم جت	Fantacol-CE	۴
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای خمی مخصوص رنگریزی پنبه و ویسکوز	Farbanthren	۵
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای راکتیو (وینیل سولفات) چاپ و رنگریزی – رنگهای راکتیو جهت چاپ – رنگهای راکتیو مخصوص رنگریزی	Somazin Somazin H Somazin HE	۶
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای مستقیم مخصوص رنگریزی پنبه ویسکوز	Celasol	۷
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای مخصوص پشم و پلی آمید و ابریشم	Sellan	۸
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای متال کمپلکس ۱:۲ برای پشم و پلی آمید	Selmalan	۹
SHRIHARI INDIA	– راکتیو چاپ و رنگریزی	Ecofix	۱۰
AKIK INDIA	– دیسپرس چاپ و رنگریزی	Disperse	۱۱

مواد کمکی:

شامل راگمها، آلژیناتها، امولگاتور، نرم کنندهها (سیلیکونی، کاتیونیک نانیونیک)، آهارگیرها، نفوذ دهندهها و دیسپرس کنندهها، یکنواخت کنندهها، فیکسه کنندهها، کریرها، ضدکف، سفیدکنندهها، آنتی میگریشن ها و غیره (RANIECHEMIE , GERMANY)



کارخانجات نساجی **Gohar**

گوهر چاپ کویر یزد

Gohar Chap Kavir Yazd

جدیدترین کارخانه رنگرزی، چاپ و تکمیل
پارچه های لباسی بچه گانه، زنانه و مردانه اعم از
تریکو و تار - پودی درایران با مدرنترین و
مجهزترین ماشین آلات روز اروپا

www.goharchap.com / info@goharchap.com

کارخانه: یزد - شهرک صنعتی خضرآباد - منطقه ویژه اقتصادی
تلفن: ۰۶-۰۳۵-۳۷۲۷۵۰۶۰ - فکس: ۰۳۵-۳۷۲۷۵۰۶۷
Factory: Special Economic Zone, Industrial Town, YAZD-IRAN.
Tel: +98 35-37275060-6 - Fax: +98 35-37275067

شرکت تولیدی و صنعتی هینزا شیمی

تولید کننده انواع مواد تعاونی نساجی و رزین



Hinza Chemical

تنها تولیدکننده روغن های اسپین فینیش با تکنولوژی روز دنیا

تولیدکننده انواع روغن های اسپین فینیش

- روغن اسپین فینیش مخصوص نخ BCF پلی پروپیلن
- روغن اسپین فینیش مخصوص نخ BCF پلی استر
- روغن اسپین فینیش مخصوص نخ CF برای مصرف گونی
- روغن اسپین فینیش مخصوص موکت و لایه های پلی پروپیلن
- روغن اسپین فینیش مخصوص موکت و لایه های پلی استر
- روغن اسپین فینیش مخصوص نخ POY

تهران، سهروردی شمالی، کوچه سراب، پلاک ۴، واحد ۸



۰۲۱-۸۸۷۴۸۶۳۸-۳۹

@hinza-chemical

@hinzachemical



برای کیفیت عالی هم
کمتر هزینه کنید

شرکت تولیدی صنایع رنگری طیف تبار

قابل توجه کلیه فعالین نساجی، تولیدکننده های نخ های فرش ظریف، پتویی، الیاف
و تولید کنندگان پارچه های Non-Woven از جنس پلی استر

شرکت رنگری طیف تبار با ۳۵ سال سابقه درخشان

انجام رنگری کارمزدی انواع الیاف پلی استر، اکریلیک و ویسکوز

را با بهترین کیفیت با ماشین آلات تمام اتوماتیک اروپایی و با استفاده از

بهترین رنگ های نساجی به همراه آزمایشگاه مدرن در کوتاهترین زمان و با کمترین هزینه انجام می شود.

در راستای سرویس دهی برتر خود = هزینه حمل الیاف به کارخانه رایگان می باشد.



• آزمایشگاه این واحد با دارا بودن دستگاه پیشرفته فام سنج بدون خطا، نسخه های رنگری را به خط تولید ارسال می کند.



دفتر مرکزی: تهران، خیابان شهید بهشتی (روبروی مصلی)، پلاک ۱۲، طبقه ۳، واحد ۱۵
کارخانه: تهران، کیلومتر ۴۷ جاده خاوران، شهرک صنعتی پایتخت، خیابان یاسمن ۲
تلفن: ۰۲۳-۳۴۵۷۲۱۳۲-۳
تلفکس: ۰۲۱-۸۸۷۴۰۷۷۳
مدیریت: رحیمی تبار ۰۹۱۲۱۱۱۲۳۹۹
Website: teiftabar.com Email: Saeedrahimitabar@gmail.com

HIRADKARA

شرکت هیراد کارا



هیراد کارا



CALL NOW

09123932419-09120453500

WWW.HIRADKARACO.COM

**ارائه خدمتی جدید برای شابلون های روتاری از شرکت هیراد کارا ماشین
پاک کردن شابلون های عکاسی شده**



SKY

**خدمات پاک کردن (از بین بردن لاک شابلون های استفاده شده)
جهت عکاسی و طراحی جدید با استفاده از دستگاه لیزر**

KOSAR CERAMICS

With over 35 years experience

KOSAR CERAMICS



 0912 311 82 45
 WWW.KOSARCERAMICS.COM
 021 - 22 90 51 38
 INFO@KOSARCERAMICS.COM

PRODUCTION OF CERAMIC COMPONENTS FOR THE TEXTILE, HEATING AND CABLE INDUSTRIES AND FOR ALL MANUFACTURING APPLICATIONS.

KOSAR
CERAMICS



سرامیک کوثر

با بیش از ۳۵ سال سابقه

www.kosarceramics.com

تولید کننده قطعات سرامیکی در صنایع
نساجی، بافندگی، حرارتی، کابل سازی
فرش ماشینی، گونی بافی و
کلیه سرامیکهای صنعتی



0912 311 82 45



WWW.KOSARCERAMICS.COM



021 - 22 90 51 38



INFO@KOSARCERAMICS.COM

PRODUCTION OF CERAMIC COMPONENTS FOR THE TEXTILE, HEATING
AND CABLE INDUSTRIES AND FOR ALL MANUFACTURING APPLICATIONS.





WF2011



NF2004



NF2010

روغن استرچ

روغن استرچ یکی از روغن‌های پرکاربرد در صنعت نساجی که در فرایند تکسچرایزینگ مورد استفاده قرار می‌گیرد
این روغن بر پایه مخلوطی از روغن‌های فوق تصفیه است که تمامی عوامل اکتیو کننده آن به صورت سنتزی و با فناوری به روز دنیا تهیه و فرموله شده و برای سیستم‌های غلطکی و پاششی مناسب می‌باشد



گروه صنعتی موکت همدان

تولیدات واحد شیمیایی گروه صنعتی موکت همدان

دارای استانداردهای

- ISO 14001 2015
- ISO 9001 2015
- ISO 45001 2018

روغن اسپین فینیش SF2008 & SFP2009



روغن اسپین فینیش نوعی روان کننده است که برای روان سازی سطحی، نرم کردن و کاهش بار ساکن به طور همزمان و تک جزئی، در طول فرایند تولید الیاف مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگرچه اسپین فینیش تنها یک لایه مولکولی است که بر سطح الیاف قرار می‌گیرد.

رزین کوپلیمر وینیل-اکریلات COPA20018



رزین پلی (وینیل استات-اکریلات) در صنعت نساجی شامل: تکمیل پارچه و همچنین چسب پشت موکت، نصب کفپوش و پنل‌های کف، جهت اتصال سطوح با انرژی بالا از جمله کاغذ، کارتن، پنبه، چوب نیز کاربرد دارد.

رزین پلی وینیل استات PVAs20024



رزین پلی وینیل استات از پلیمریزاسیون امولسیون به دست می‌آید. در صنعت نساجی از این رزین در تکمیل پارچه و همچنین آهار پشت موکت، نصب کفپوش و پنل‌های کف، جهت اتصال سطوح با انرژی بالا از جمله کاغذ، کارتن، پنبه، چوب نیز کاربرد دارد.

روغن آنتی استاتیک ATP2003 & ATS2001



روغن آنتی استاتیک مخلوطی از استر اسیدهای چرب مقاوم در برابر حرارت، روان کننده‌ها، امولسیفایرها و سایر مواد افزودنی ویژه است که به صورت سنتز درجا در حین فرایند تولید روغن سنتز و روغن بر پایه آن فرموله می‌گردد
این روغن در فرایند تولید الیاف پلی استر و پلی آمید استفاده می‌شود



نرم کن LHS2002

نرم کن‌ها دارای مولکول‌هایی با دو بخش آب دوست و آبگریز و به عنوان مواد فعال در سطح لیف قرار گیرند. چون بسیاری از نرم کننده‌ها در آب حلالیت کمی دارند، به صورت امولسیون از روغن در آب برای فرایند تولید، استفاده می‌گردند از نرم کن برای افزایش نرمی و انعطاف پذیری استفاده می‌شود.



رزین پلی اکریلیک خالص

رزین پلی اکریلیک خالص از جمله کوپلیمرهای پر کاربرد در صنعت رنگ سازی و سایر محصولاتی که نیازمند خواص الاستومری وسیع در صنایع مختلف می‌باشند.



رزین پلی (استایرن-اکریلات)

رزین پلی از جمله کوپلیمرهای پر کاربرد در صنایع نساجی در صنعت ساختمان و در صنعت رنگ سازی به صورت فراوان مورد استفاده قرار می‌گیرد.



فومر FA2005

از این محصول در کارخانجات نساجی جهت فوم کنندگی و یکنواخت سازی آهار پشت موکت، فرش و... و یا هر صنعتی که به یکنواخت سازی رزین نیاز دارند، استفاده می‌شود.



روغن POY HM02020

این ماده جهت خنثی کردن الکتریسیته ساکن و دادن زیر دست مطلوب به نخ در سیستم‌های تولید نخ در دستگاه‌های ذوب ریزی به کار می‌رود.

کارخانه: همدان، جاده تهران، شهرک صنعتی بوعلی، بلوار یکم، خیابان ۱۶

تلفن: ۰۸۱ - ۳۴۳۸۱۳۵۰۲، ۳۴۳۸۱۳۲۳۸ - ۴۰

پست الکترونیک: ۶۵۱۸۱۱۴۸۷



دفتر مرکزی: تهران، بلوار میرداماد غربی، کوچه دلفین، پلاک ۴، طبقه ۳، واحد ۶

تلفن: ۰۲۱ - ۸۸۷۷۳۱۱۶ - ۱۹

تلفن: ۰۲۱ - ۸۸۷۹۴۳۱۷

تلفن: ۱۹۶۹۷۶۴۷۶۳



info@hamedanmoquette.com

گروه صنعتی موکت همدان



- ❖ تولید کننده انواع موکت های خانگی (نمدی - تافتینگ) لایه های صنعتی و خودروی، ژئوتکستایل، الیاف پلی پروپیلن و رزین های صنعتی
- ❖ دارنده: تندیس طلایی ابتکار و کیفیت برتر بین المللی سا ۲۰۰۱ ژنو
- ❖ دارنده: لوح تقدیر صادر کننده معتبر کشور از موسسه استاندارد
- ❖ دارنده: گواهینامه رتبه زرین اتاق بازرگانی و صنایع معادن ایران
- ❖ دارنده: تندیس رعایت حقوق مصرف کنندگان
- ❖ دارنده: نشان بین المللی TQM CC100
- ❖ دارنده: گواهینامه سیستم یکپارچه IMS مبنی بر استانداردهای

ISO 9001:2008 و ISO 14001:2004 و OHSAS 18001:2007

- ❖ عضو انجمن صنایع نساجی ایران
- ❖ عضو انجمن تخصصی مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن
- ❖ عضو انجمن صنفی مهندسی ژئوسینتتیک ایران
- ❖ عضو انجمن صنفی تولید کنندگان رزین ایران

❖ واحد نمونه صنعتی سالهای ۱۳۸۰-۱۳۸۱-۱۳۸۳-۱۳۸۷-۱۳۹۰-۱۳۹۲-۱۳۹۴-۱۳۹۶-۱۳۹۹-۱۴۰۱



ISO 9001:2008
ISO 14001:2004
OHSAS 18001:2007



کارخانه: همدان، شهرک صنعتی بوعلی، بلوار یکم، خیابان شانزدهم، تلفن: ۰۴۰-۳۳۸۳۲۳۸-۰۸۱۳، تلفکس: ۰۲-۳۳۸۳۵۰۸۱۳
دفتر مرکزی: تهران، بلوار میرداماد، کوچه دفینه، پلاک ۴، طبقه ۳، واحد ۶ تلفن: ۱۹-۸۸۷۷۳۱۱۶-۸۸۷۹۴۳۱۷، فاکس: ۸۸۷۹۴۳۱۷
www.hamedanmoquette.com Email: info@hamedanmoquette.com



جایگزین کربنات سدیم

با بافرهای قلیایی (مایع و پودری) دانا نساج
با اطمینان و مقرون بصرفه رنگریزی کنید

Illustrations



Dye Reactive 3% shade	Fastness Properties					
	Soda ash			Green buffer dnt Powder		
	Washing	Dry Rubbing	Wet Rubbing	Washing	Dry Rubbing	Wet Rubbing
R.T.Blue 21	3-4	4	3-4	3-4	4	3-4
R.Red 195	4	4	4	4-5	4-5	4-5
R.Navy Blue 222	4	4	4	4-5	4-5	4

Dana Nasaj Tavana.co

phone number: +98 - 86 423 42 271

Email: info@dananasaj.com

unit1, ground floor, kaveh servic office building, kaveh industrial Town, saveh

postal cod: 3914318385

مهندس محرابی +98 912 256 44 82



GREEN BAFFER DNT

Green buffer dnt Powder is a concentrated alkali buffer to replace Soda ash in reactive dyeing for cost effectiveness, superior dyeing characteristics and reduced effluent load

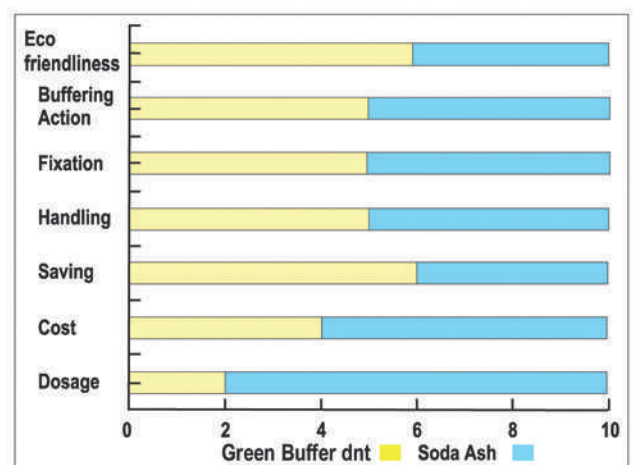
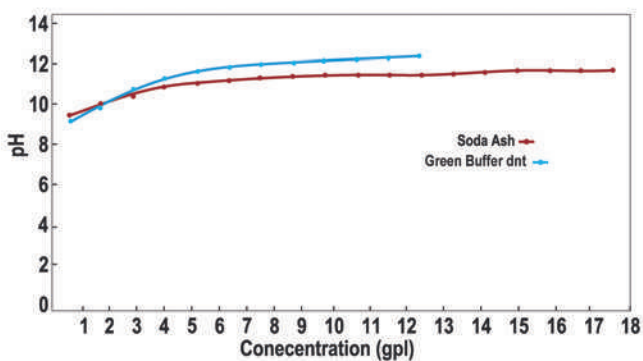
KEY FEATURES

- Required in 1/4th to 1/5th quantity as compared to soda ash
- Cost effective
- Produces stable alkalinity over the entire fixation period
- Reduces TDS substantially compared to conventional soda ash fixation
- Produces brighter and cleaner shades
- Better reproducibility of shades
- Produces better yields

pH SHIFT IN REACTIVE DYEING

Dye (3% shade)	pH							
	Initial		20mins		40mins		60mins	
Process	Soda Ash (20g/l)	Green buffer dnt Pdr. (5g/l)	Soda Ash (20g/l)	Green buffer dnt Pdr. (5g/l)	Soda Ash (20g/l)	Green buffer dnt Pdr. (5g/l)	Soda Ash (20g/l)	Green buffer dnt Pdr. (5g/l)
R.T.Blue 21	11/30	11/80	11	11/45	10/80	11/25	10/65	11/20
R.Red 195	11/15	11/55	10/95	11/25	10/75	11/15	10/60	11/15
R.Navy Blue 222	11/25	11/85	11	11/60	10/80	11/58	10/65	11/55

pH VARIATION WITH CONCENTRATION



فروش دستگاه التراسونیک با عرض ۳ متر

مدل ۲۰۱۹ بسیار کم کار و تمیز



09158064600
09398064600

قابلیت دوخت اسپاند استری کاپشان و ضخیم دوز با لایه ۲۵۰ گرم جهت روختی بهاره و تشک مسافرتی



TE ۰۲۱-۸۸۰۳۲۴۷۱

ارائه کلیه وسایل آزمایشگاهی در فرایند تولید الیاف، نخ، پارچه، فرش، رنگریزی و تکمیل، از شرکتهای: کایزوکي ژاپن، کاتو ژاپن، وایرا انگلستان، اشمیت آلمان، اشتوبر آلمان، سدو تری پوینت آلمان، پارامونت هند و چند شرکت معتبر چینی با گارانتی

سنسورهای توقف در اثر پارگی نخ در ماشینهای ریسندگی غیر اتوماتیک از شرکت اشتوبر آلمان

انواع روکش غلتک (کاتز)، نوار کشش (رینن)، رینگ و سایر یدکیهای ماشین رینگ

پیوندن دستی و نیز قابل نصب روی ریل برای انواع ماشینهای ریسندگی، تکسچرایزینگ، هایبالک (و یدکیهای آنها)

ارائه سیستم PLC برای ماشینهای رنگریزی از شرکت سدو تری پوینت آلمان





شرکت کارخانجات نساجی خوی

- تولید کننده مرغوبترین جین در ایران با مدرنترین ماشین Indigo
- تولید کننده انواع نخهای صد درصد پنبه و پلی استر-پنبه
- تولید کننده انواع متقال خام سبک و سنگین
- ظرفیت ۵ تن دولاتی در روز
- ظرفیت ۵ تن در روز رنگرزی نخ با مدرنترین ماشین آلات بوبین رنگ کنی



تهران - خیابان بهشتی - بین وزرا و بخارست - پلاک ۲۸۳ - ساختمان نگین آزادی - طبقه ۸ - واحد غربی

تلفن: (۰۱۰خط) ۸۸۱۰۱۴۱۶ - ۸۸۱۰۴۲۱۱ - ۸۸۱۰۴۶۶۲ - ۰۲۱ - فکس: ۰۲۱ - ۸۸۱۰۴۸۶۰



ما با هم  به پیش خواهیم رفت

ADDING PASSION
TO TEXTILES.



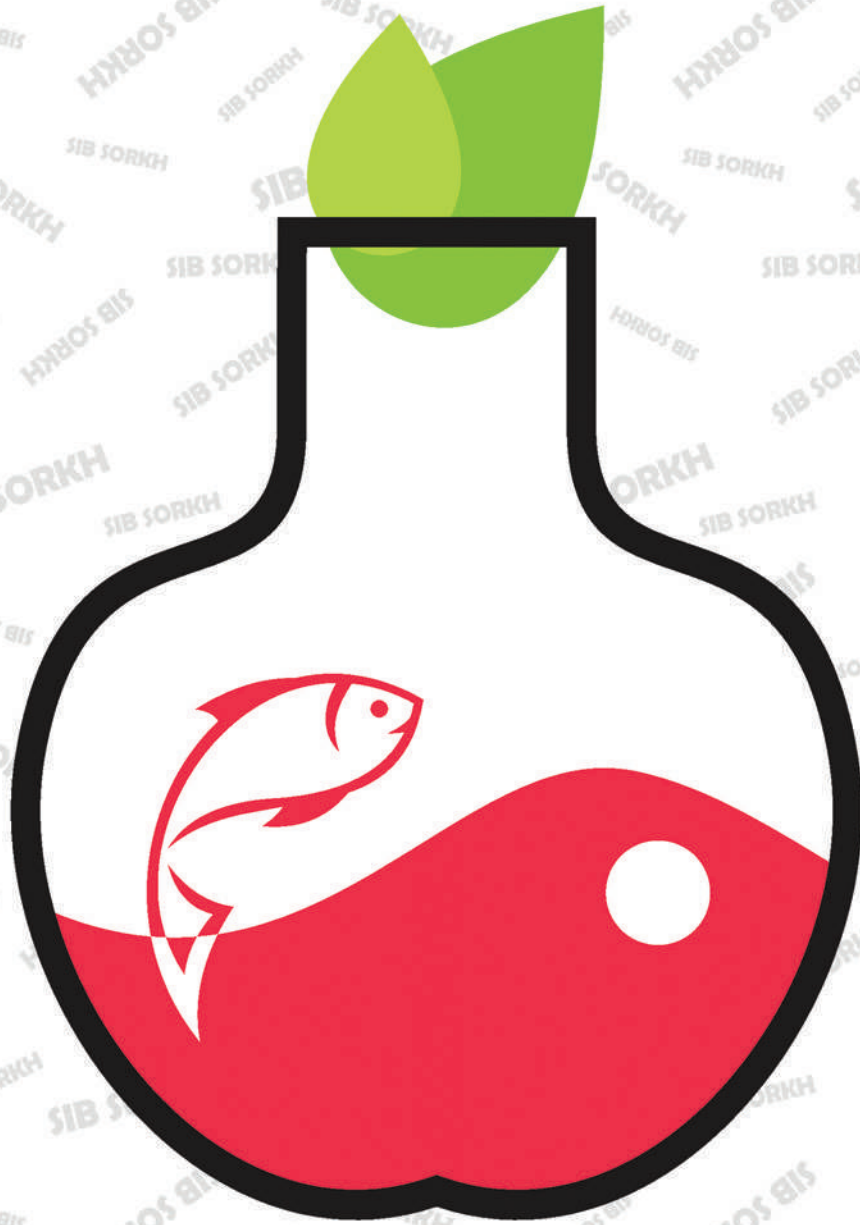
SIB SORKH

شرکت سیب سرخ سمنان

نماینده انحصاری شرکت تاناتکس هلند، تامین کننده
انواع رنگ و مواد تعاونی صنعت نساجی

تلفن: ۸۸۵۱۴۱۹۸ - ۸۸۵۱۴۲۶۵ (۰۲۱)

فکس: ۸۸۷۴۳۴۹۵ (۰۲۱)



SIB SORKH

سال نو مبارک

Coming Soon...

Dyed Yarn From Kabir Ris



سرخ قرن

www.kabirristextile.com
info@kabirristextile.com

**Largest Ring Spun Yarn Manufacturer
in the Middle East With the most
advanced machinery from Rieter**

You Have Tried The Rest

Now Try The Best

Century Yarn

تهران، بزرگراه آیت الله صدر
خیابان قیطریه، پلاک ۲۶ و ۲۸
تلفن‌ها: ۱۷-۱۲-۲۲۳۹۰۰۲۱ ۹۸+
فکس: ۲۲۶۹۰۷۹۷



گروه صنعتی کبیر

کبیر ریس

بزرگترین تولیدکننده انواع نخهای ظریف
با سیستم رینگ و شانته در خاورمیانه
با مدرنترین ماشین آلات ریتر سوئیس



مطراحی و اجرا: نساجی امروز



www.kabirristextile.com

Kabirris Co.

وبزودی ... تولید انواع نخ های رنگی

انواع تولیدات

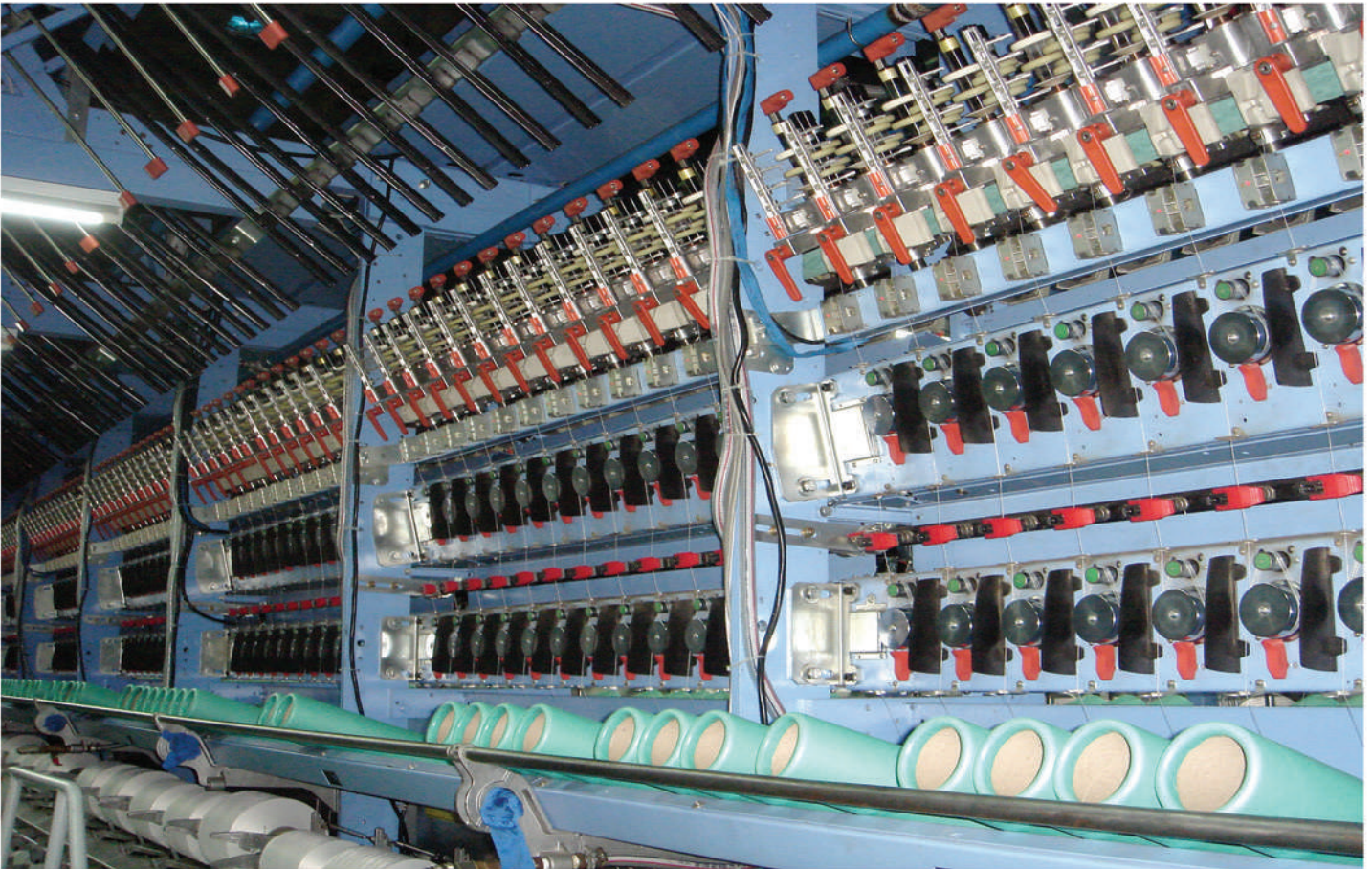
- نخهای ۱۰۰٪ پنبه‌ای شانته نمرات ۲۰Ne الی ۴۰Ne
- نخهای ۱۰۰٪ پنبه‌ای شانته شده Com (کامپکت) نمرات ۴۰Ne الی ۷۰Ne
- نخهای ۱۰۰٪ پنبه‌ای کارد نمرات ۱۰Ne الی ۳۰Ne برای Weaving و Knithing
- نخهای مخلوط پنبه (شانته شده و کارد) با الیاف مصنوعی (پلی استر، ویسکوز، مودال و ...)
- نمرات ۲۰Ne الی ۴۵Ne برای Weaving و Knithing
- نخهای ۱۰۰٪ الیاف مصنوعی (پلی استر، ویسکوز، مودال و ...) نمرات ۲۰Ne الی ۴۰Ne
- برای Weaving و Knithing
- نخهای پنبه‌ای شانته شده لایکرا، اسلب و مولتی کانت نمرات ۲۰Ne الی ۴۰Ne

تولید نخ چله با بالاترین کیفیت جهت دستگاه‌های مدرن فرش ماشینی

HONGYUAN

هویمان

سازنده ماشین آلات تکسچرایزینگ گودت HY- 6T



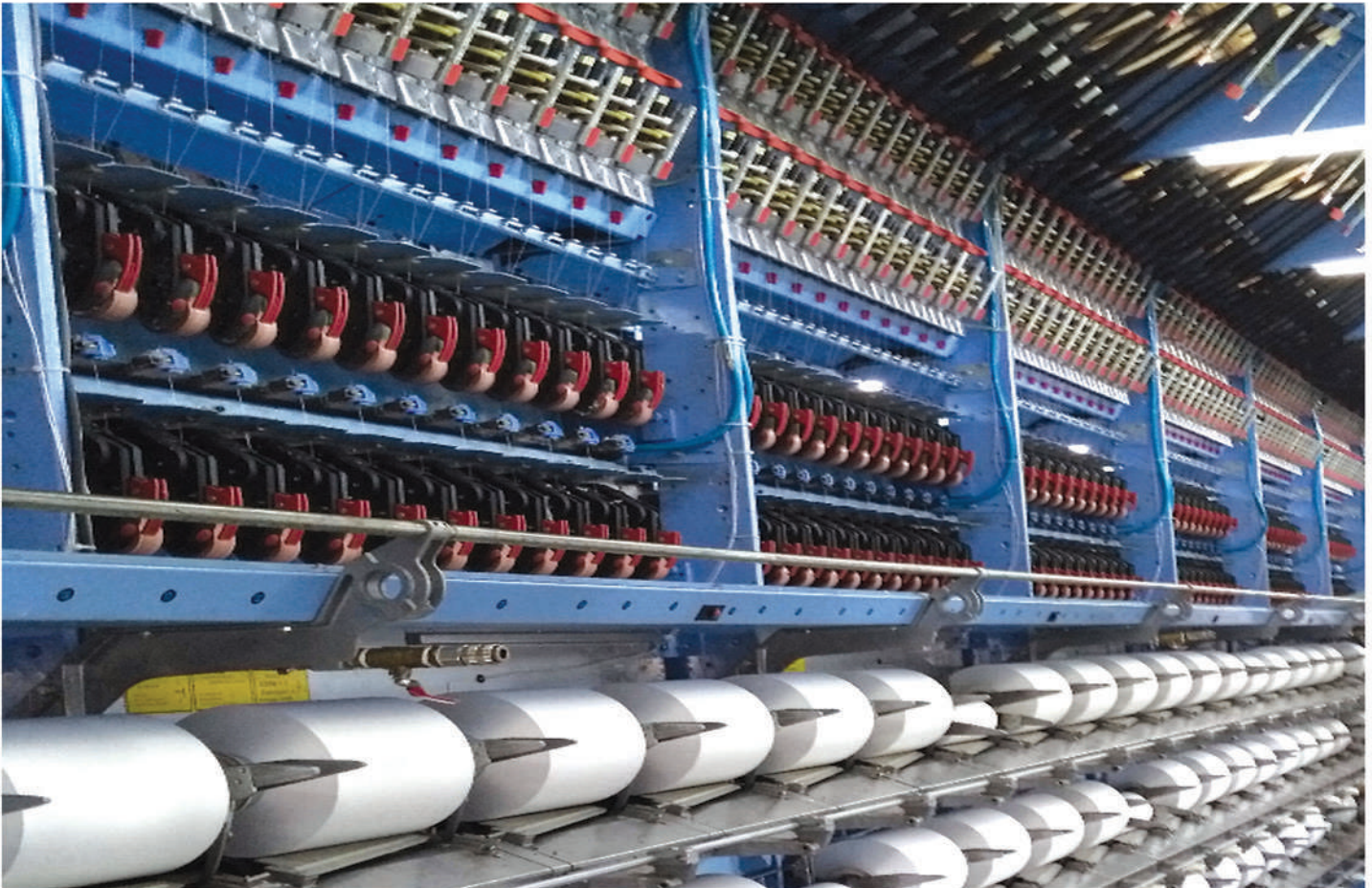
شرکت هویمان با بیش از ربع قرن تجربه در ساخت ماشین آلات تکسچرایزینگ

- | | |
|--|------------------------|
| گودت سرد - بهترین گزینه برای تکسچره میکرو و ظریف | مدل HY- 6T |
| دابل فریکشن گودتی - نسخه ای برای تمام تولیدات | مدل HY-6T Multispindle |
| فریکشن دابل - تولید انبوه و با کیفیت نخهای فیلامنت بالا و بسیار ضخیم | مدل HY-7HLV |
| یک فرمول اقتصادی برای تمام گزینه ها | مدل HY-7M/V |
| اتوماتیک داف | مدل HY-9 |
| ۴۸۰ دوک از نمبر ۵۰ تا ۱۵۰۰ دنیر - صرف جویی در سالن تولید و اپراتور | مدل HY-10 |

HONGYUAN

هویمان

سازنده ماشین آلات تکسچرایزینگ دابل HY-7HLV



شرکت هویمان با بیش از ربع قرن تجربه در ساخت ماشین آلات تکسچرایزینگ

- | | |
|--|------------------------|
| گودت سرد - بهترین گزینه برای تکسچره میکرو و ظریف | مدل HY-6T |
| دابل فریکشن گودتی - نسخه ای برای تمام تولیدات | مدل HY-6T Multispindle |
| فریکشن دابل - تولید انبوه و با کیفیت نخهای فیلامنت بالا و بسیار ضخیم | مدل HY-7HLV |
| یک فرمول اقتصادی برای تمام گزینه ها | مدل HY-7M/V |
| اتوماتیک داف | مدل HY-9 |
| ۴۸۰ دوک از نمرة ۵۰ تا ۱۵۰۰ دنیر - صرف جویی در سالن تولید و اپراتور | مدل HY-10 |

تلفن : ۸ - ۸۸۵۱۵۳۱۷ فکس : ۸۸۷۶۱۶۵۲
موبایل : ۰۹۱۲۱۱۵۹۵۳۶
mananikpart@ymail.com
fghazi@mananik.com

شرکت مانانیک

نماینده انحصاری Hongyuan در ایران
نشانی : تهران - خیابان آپادانا - خیابان نوبخت
کوچه یکم - پلاک ۱۰ - واحد ۱

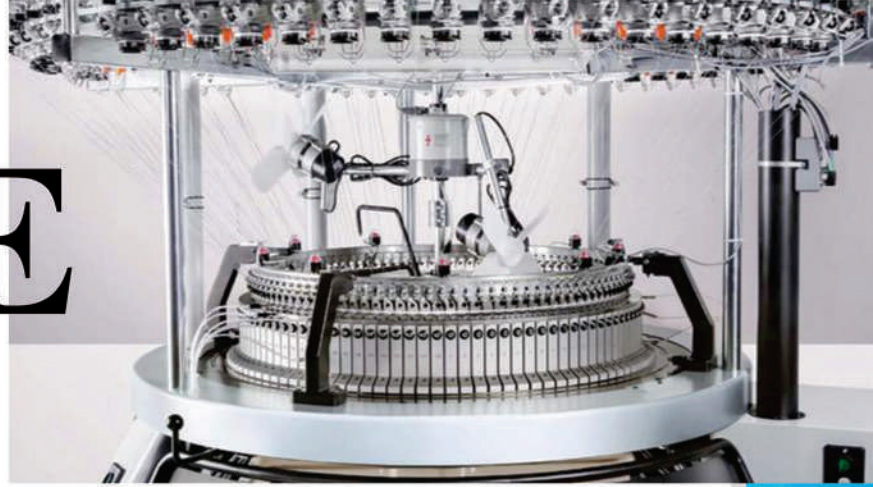
فروش ماشین های گردباف دست دوم اروپایی بصورت (روکنت) بازسازی شده! صفر مجدد با تمامی قطعات نو به روز شده به مدت گارانتی دو سال و فروش ، تامین کلیه قطعات اصلی برای مونارچ ، مایر ، ترووت ، پیلوتلی ، اوریزیو، ونگارد ، بک تحویل درب کارخانه روی پالت فقط با نصب استارت برای بافندگان محترم عرضه میداریم!

شرکت آزاد ماشین گردبافت با ۳۵ سال تجربه در واردات فروش ماشین های گردبافت برای شما بافندگان محترم تسهیلات ویژه ای را ارائه میدهد هم در انتخاب بهترین برندها و هم نحوه پرداخت ،،،،(نقد،اقساط) هم در امور مشاوره دانش بازارهای خارجی برای فروش و آگاهی از محصولات تولیدات جدید با ما در تماس باشید تا در عرصه نساجی دنیا به روز باشیم.

ARAD MACHINE.D

import to iran

SALE



Second hand circular Knitting machine
Monarch Fukuhara Mayer Terrot Pilotelli
Orizio Vignoni Vilike



Vilike

Circular Knitting Machine Sales Manager In Iran

Office -Tekstil Kent Ticaret Merkezi
B13 Blok no:99 (10-y/316) Oruc Reis Mah.

Tekstil Kent Cad.Esenler +98912-198 73 50
Istanbul/Turkiye +90542-298 73 50



ولادت و تولید مولد تعاونی نساجی



فیدار تکس

کیفیت بالا و یکسان

دسترسی آسان

دلیل حضور ماست

Fidasil	انواع نرم کن های سیلیکونی (میکرو و ماکرو)
Fidasoft	انواع نرم کن کاتیونیک (پرک و خمیری)
Fidestat	انواع آنتی استاتیک
Fidspin	انواع روغن های ریسندگی
Fidapol	انواع صابون (بخت ، پشور و حلال دار)
Fidafix	انواع فیکسه کننده (چاپ و رنگریزی)
Fidazol	انواع اسپین فینیش
Fida defoamer	ضد کف سیلیکونی
Fidapers	دیسپرس کننده مایع
Fidalevel	یکنواخت کننده
Fidawet	نفوذ دهنده
Fida crease	ضد شکست
Fidretarder	ریتارد



مدیرکل دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت پیشنهاد کرد:

برندسازی پوشاک برای دهک‌های درآمندی

بازه زمانی کوتاه باشد که موجب می‌شود مشتری نداند که به عنوان مثال قیمت پالتوی یک برند خاص در شروع فصل سرد چقدر بوده تا بتواند قیمت آن را با زمان حراج مقایسه کند و همین سرگردانی و ندانستن قیمت واقعی با حراج زمستانه، او را ترغیب به خرید کند.

گاهی برخی از فروشگاه‌ها با سوءاستفاده از فصل حراج و زدن بنرهای تبلیغاتی جلوی درب فروشگاه با عنوان حراج، کالاهای کم‌فروش خود را با قیمت قبل به مشتریان می‌فروشند و افراد با تصور اینکه ارزان خرید کرده‌اند خوشحال از فروشگاه بیرون می‌روند اما زمانی که متوجه می‌شوند مورد سوءاستفاده قرار گرفته‌اند، خشگمین می‌شوند و اعتمادش را به حراج از دست می‌دهند. گرجی در این خصوص می‌گوید: معمولاً اتیکت‌های برندهای معتبر و خاص در طول فصل تغییر نمی‌کند و آنها نیز این کار را نمی‌کنند چرا که مشتریان ثابتی دارند که اعداد و ارقام قبل و بعد از حراج را با هم مقایسه می‌کنند. چرا که اگر قیمت حراج‌ها واقعی نباشد، مشتریان به مرور اعتمادشان را به آن برند خاص از دست می‌دهند. لذا کسانی که کار برندینگ می‌کنند و اطمینان مشتری برایشان مهم است در طول فصل اعداد و ارقامشان را ثابت نگه می‌دارند. گرچه ممکن است حراج یک برند خاص در زمان آف هم برای خیلی از مردم به عنوان مشتری مقرون‌به‌صرفه نباشد. اما مغازه‌ها و فروشگاه‌هایی که از حراج سوءاستفاده می‌کنند در جهت تخریب خود گام بر می‌دارند.



در حراج اتفاق می‌افتد اما لزوم برگزاری یک حراج با کیفیت و رضایتمند این است که ما برندهای بزرگی را داشته باشیم، بزرگ از این بابت که هم خیلی شناخته شده و هم مورد اطمینان عموم مخاطب‌ها باشند و گستره وسیعی از مخاطبان وفادار داشته باشند که کالای این برند خاص را استفاده کنند. نه اینکه ما برندهای خوب و با کیفیت نداشته باشیم؛ هست اما جامعه مصرف‌کنندگان‌شان مانند بسیاری از برندهای جهانی گسترده نیست که بخواهد در فصل حراج، گردشگران خاص از سراسر دنیا را به ایران بکشاند تا خرید کنند. ضعف برندینگ تا جایی است که ما حتی در داخل هم می‌بینیم که تعداد مصرف‌کنندگان یک برند خاص آنقدرها گستردگی ندارد.

حراج‌های داخلی واقعی نیست؟

به نظر می‌رسد یکی از ضعف‌های جان‌نگرفتن حراجی برندها در کشور در مناسبت‌ها یا فصول خاص قیمت‌های غیرواقعی و تغییر چندباره اتیکت‌های قیمتی یک کالا در یک فصل یا در یک

تصور کنید می‌شود با حقوق یک ماه به اندازه مصرف یک سال یا حتی چندسال از برندهای معروف لباس و کیف و کفش و خیلی چیزهای دیگر بخرید، یا یک گوشی موبایل را به نصف قیمت پیدا کنید. حراج پایان سال میلادی، میعادگاه عاشقان خرید در سراسر دنیا است، چهار مقصد توریستی استانبول، دبی، تایلند و مالزی نیز همگام با سراسر جهان در ماه‌های دسامبر و ژانویه (آذر و دی)، به بهشت خرید مردم بومی و گردشگران تبدیل می‌شوند. مغازه‌ها در تمام محلات و مراکز خرید با اعلان‌ها و برچسب‌های حراج پُر می‌شوند و اجناسی که در سراسر سال قدرت خریدشان برای همه مقدور نیست، با تخفیف‌های نجومی به سید خرید مردم اضافه می‌شوند. به غیر از حراج‌ها و تخفیف‌های حسابی، با چراغانی‌ها و اجراهای موسیقی و جنب‌وجوش جمعیت، حال‌وهوای شهر و مراکز خرید، در ایام کریسمس و سال نو میلادی بسیار تماشایی است. در واقع حراج‌های واقعی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته تبدیل به یک نوع جاذبه گردشگری شده است اما در کشور ما استفاده از ظرفیت حراج و گردش مالی خوبی که برای تولیدکنندگان و برندینگ به همراه دارد آنچنان که باید و شاید مورد توجه قرار نگرفته است.

دکتر محسن گرجی، مدیرکل دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت در گفتگو با همشهری آنلاین در توضیح ضعف حراج در کشور می‌گوید: در همه جای دنیا بخش قابل توجهی از فروش

وی می‌گوید: در تمام دنیا برندها معمولا قیمت مشخصی دارند. در کشورهای توسعه‌یافته معمولا برندهایی برای دهک‌های بالا و برندهایی هم برای دهک متوسط جامعه وجود دارد که این برندها از نظر کیفیت و نوع و قیمت شناخته‌شده هستند. اما در کشور ما حراج برای تمام دهک‌های درآمدی وجود ندارد که این خود یک ضعف است. همچنین اگر در کشور ما گفته می‌شود که قیمت‌ها مشخص نیست یا حتی غیرواقعی است به این معناست که برندها جایگاه‌شان را بین مخاطب پیدا نکرده‌اند یا اگر پیدا کرده‌اند محدود است و گستردگی ندارد.

مدیرکل دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت ادامه می‌دهد: برای یک حراج موفق باید چنین پیش‌نیازهایی تقویت شود و ما باید برندهایی داشته باشیم که خوب جایابی کرده‌اند. البته الان هم برندهای خوبی داریم اما جامعه مصرف‌کنندگان‌شان گسترده نیست. چون بخش اول در کشور ما اتفاق نیفتاده لذا بخش دوم حراج و استقبال گسترده مردم با وجود اجرا، خیلی به چشم نمی‌آید.

این مسئول ادامه داد: یکی از مواردی که ما به دنبالش هستیم این است که در صنعت پوشاک حتما به سمت برندسازی حرکت کنیم. ما باید به سمت متنوع کردن برندهایمان از نظر دهک‌های درآمدی و مخاطب حرکت کنیم. چرا که عمده برندهایی که داریم در دهک‌های بالای درآمدی قرار دارند لذا دهک‌های متوسط جامعه حتی در آف (تخفیف) برندها هم نمی‌توانند خریدی انجام دهند. یکی از دلایل این است که ما برندهای اقتصادی و اکونومی نداریم.

ایجاد ارتباط عاطفی با مشتریان

مدیرکل دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت می‌گوید: یک بخش این است که برندها باید رشد و توسعه یابند تا جایی که کالاهای برندهای خاص بتوانند با تعدادی زیادی از خریداران و مشتریان ارتباط عاطفی و احساسی برقرار کنند و آنها را راغب به خرید آن کالای خاص کنند. چنین اتفاق مبارکی می‌تواند به جلوگیری از قاچاق کالا هم کمک کند. چرا که تعداد مشتریان وفادار که از یک کالا یا

برند خاص خرید کنند افزایش می‌یابد. وی می‌افزاید: ما نیز در وزارتخانه در خصوص این موارد بارها جلسات متعددی برگزار کردیم و زیرسازی‌ها از نظر قانون‌گذاری و ضابطه‌گذاری در حال انجام است؛ بخشی از ضابطه‌ها در راستای کمک به برندهایی است که وجود دارند و موانعی در راه توسعه دارند که در تلاشیم به آنها کمک کنیم.

گرچی می‌گوید: البته حراجی‌های مناسبی در ایران زیاد داریم مانند شب یلدا، روز مادر، روز پدر، ولنتاین و کریسمس و فروش ویژه عید نوروز. جالب است بدانید ما نیز بلک‌فرایدی داریم. من خودم چند وقت پیش که به یکی از مجتمع‌های تجاری به صورت سرزده رفتم، دیدم که حراجی در قالب بلک‌فرایدی برقرار بود. اگر اطلاع‌رسانی کم است به این خاطر است که درگیری این برندها از لحاظ جامعه مخاطب با عموم مردم خیلی زیاد نیست. الان هم با نزدیک شدن به اسفندماه حراج‌های زیادی برگزار می‌شود چرا که کالکشن‌های جدید بهار در راه است و فروشندگها برای فروش اجناس فصل قبل حراج برگزار می‌کنند.

مدیرکل دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت در توضیح اینکه چرا معمولا کالای بی‌کیفیت به حراج گذاشته می‌شود، اظهار کرد: لزوما اینطور نیست. معمولا صاحب برند یا فروشگاه قبل از حراج، کالای کم‌فروش و پرفروش خود را بررسی می‌کند و تخفیف‌های متفاوت‌تری را برای هر کدام می‌گذارد. در برندها اما معمولا اینطور نیست که کالای بی‌کیفیت به حراج گذاشته شود و بیشتر به طراحی‌ها توجه می‌شود. بعضی از طرح‌ها برای مخاطب جذابیت ندارد و ممکن است تخفیف ۵۰ درصدی بگذارد اما برای کالای پرفروش‌تر ۱۰ تا ۲۰ درصد تخفیف گذاشته می‌شود.



برندهای جهانی، در کنار زلزله زدگان

چندین برند مطرح مد و پوشاک جهان و همچنین شرکت های بزرگ خرده فروشی، کمک های قابل ملاحظه ای را برای تسریع کمک رسانی به زلزله زدگان ترکیه و سوریه انجام دادند



چندین برند مطرح جهان در حوزه مد و پوشاک از جمله ایندیتکس، گروه H&M، بنیاد غیرانتفاعی H&M، آمازون و کرینگ، برای ارائه کمک و یاری به مناطق آسیب‌دیده پس از زلزله‌های ویرانگر در ترکیه و سوریه، پیشقدم شده‌اند. آنها کمک قابل توجهی برای اقدامات امدادی در نظر گرفته‌اند. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، گروه ایندیتکس رقم ۳ میلیون یورو به هلال احمر برای حمایت از اقدامات امدادی پس از زلزله در دو کشور، اختصاص داده است. علاوه بر حمایت مالی، ایندیتکس ۵۰۰ هزار قلم پوشاک را در اختیار آژانس‌های امداد رسان قرار داده و واحد اضطراری پزشکان بدون مرز را برای کمک به شناسایی و رفع نیازهای پزشکی قربانیان تامین مالی کرده است.

همچنین گروه H&M با گروه‌های محلی برای ارزیابی نیازهای مناطق آسیب‌دیده همکاری می‌کند و رقم ۱۰۰ هزار دلار را به سازمان ترکیه‌ای AFAD (کمپین کمک‌های بشردوستانه زلزله) اختصاص داده است. بنیاد H&M نیز رقم ۲۵۰ هزار دلار به هرکدام از نهادهای صلیب سرخ/ هلال احمر و سازمان نجات کودکان برای تلاش‌های امدادی آنها اهدا کرده است. برند H&M به عنوان یک اولویت، البسه زمستانی را به زلزله‌زدگان اهدا می‌کند و خود را متعهد به حمایت از جامعه محلی در ترکیه و سوریه می‌داند.

گروه kering نیز برای حمایت از تلاش‌های امدادی پس از زلزله، به

کمیته بین‌المللی صلیب سرخ کمک مالی می‌کند. این گروه شامل Gucci، Saint Laurent، Bottega Veneta و دیگر برندها می‌باشد. انطور که این گروه در یک بیانیه رسانه‌ای اعلام کرده: «در واکنش به وضعیت اضطراری پس از زلزله در جنوب ترکیه و شمال سوریه، خانواده برندهای گروه کرینگ گردهم می‌آیند تا از هزاران نفر از مردم آسیب‌دیده از زلزله حمایت کنند. گروه کرینگ و تمامی زیرمجموعه‌های آن در همبستگی با قربانیان و خانواده‌هایشان ایستاده‌اند.»

از سوی دیگر، شرکت آمازون غول تجارت الکترونیک جهان در حال ارائه کمک به سازمان‌هایی است که برای کمک به دو کشور

آسیب‌دیده از زلزله تلاش می‌کنند. آمازون پرداخت مبلغ ۵۰۰ هزار دلار کمک نقدی به هلال احمر، برنامه جهانی غذا، سازمان نجات کودکان و یونیسف را تقبل کرده است که همه این سازمان‌ها کمک‌های حیاتی به مناطق آسیب‌دیده ارائه می‌کنند.

شرکت آمازون همچنین در حال ارائه کمک‌های مالی و پشتیبانی لجستیکی در مناطق زلزله‌زده است. این شرکت تاکنون کالاهای اهدایی از جمله پتو، چادر، بخاری، غذا، پوشاک، غذای کودک، دارو و سایر اقلام ضروری را ارسال کرده است و همچنان به درخواست‌ها برای تجهیزات حیاتی زمستانی، پوشاک، محصولات بهداشتی و سایر اقلام پاسخ می‌دهد.

چشم‌انداز صادرات پوشاک بنگلادش تا ۲۰۲۶

پیش‌بینی می‌شود صادرات پوشاک بنگلادش با نرخ رشد سالانه ۵,۳ درصدی، به ۵۶ میلیارد دلار تا سال ۲۰۲۶ برسد

موجودی انبار بالا هستند، با توجه به کاهش شدید قیمت پنبه، در سال ۲۰۲۳ با مشکل مواجه خواهند شد.

از سوی دیگر، تغییر مسیر سفارشات توسط خرده‌فروشان جهانی از چین به سایر مقاصد، سهم بازار صادراتی را برای صنعت پوشاک بنگلادش افزایش خواهد داد. شرکت CAL پیش‌بینی می‌کند سهم بازار صادرات بنگلادش در بازارهای غیرسنستی از ۸ درصد در مقطع فعلی، به ۱۰ درصد در سال ۲۰۲۶ افزایش پیدا کند که نشان‌دهنده ایجاد بازارهای جدید برای صنعت پوشاک این کشور می‌باشد.

ارتقای زنجیره ارزش از طریق تغییر تدریجی به سمت محصولات با حاشیه سود بالاتر نیز به افزایش درآمد ناخالص شرکت‌های پوشاک بنگلادشی کمک خواهد کرد. بر اساس این گزارش، شرکت‌هایی که در بخش الیاف مصنوعی سرمایه‌گذاری می‌کنند، احتمالاً رشد سریع‌تری را تجربه خواهند کرد. همچنین شرکت‌هایی که سبد محصولات خود را با محصولاتی با حاشیه سود بالاتر گسترش می‌دهند، در میان‌مدت عملکرد بهتری خواهند داشت.

گفتنی است صنعت پوشاک آماده یکی از مهم‌ترین بخش‌ها در اقتصاد بنگلادش است و بیش از ۸۰ درصد از کل صادرات این کشور را تشکیل می‌دهد. ایالات متحد آمریکا و اتحادیه اروپا بزرگترین بازارها برای پوشاک بنگلادش هستند و کشورهای کانادا، ژاپن و استرالیا از دیگر بازارهای عمده این کشور محسوب می‌شوند.



البته کاهش قیمت‌های جهانی پنبه ناشی از افت مصرف جهانی، به کاهش فشارهای هزینه‌ای کمک خواهد کرد و در عین حال، ارزش افزوده بالای تولید داخلی و کاهش ارزش پولی ملی، به نفع صادرکنندگان پوشاک تمام خواهد شد.

بر اساس این گزارش، آن دسته از صادرکنندگان پوشاک که بیشتر به بازارهای اروپایی صادر می‌کنند، کاهش قابل‌توجهی را در درآمدهای خود در قیاس با صادرکنندگان عمده پوشاک به بازار آمریکا مشاهده خواهند کرد چراکه اروپا به دلیل مواجهه با شوک‌های ناشی از جنگ اوکراین، ضعیف‌تر شده است. همچنین شرکت‌هایی که به دلیل ساختارهایشان، هزینه ثابت بالایی دارند، با کاهش قابل‌توجه سود خالص مواجه خواهند شد و شرکت‌هایی که در معرض بدهی بالا و

گروه مترجمین مجله: اگرچه صنعت پوشاک بنگلادش در کوتاه‌مدت احتمالاً با یک افت موقت مواجه خواهد شد، اما انتظار می‌رود این صنعت در سال‌های آینده با جهش چشمگیری مواجه شده که منجر به رسیدن رقم صادرات به ۵۶ میلیارد دلار تا سال ۲۰۲۶ خواهد شد. تحقق این رقم به معنای نرخ رشد سالانه ۵,۳ درصدی صادرات تا سال ۲۰۲۶ می‌باشد.

بر اساس گزارش شرکت خدمات مالی CAL Bangladesh، حاکم بودن رکود نسبی در بازارهای اصلی پوشاک جهان، صادرات پوشاک بنگلادش را در سال ۲۰۲۳ تحت تاثیر قرار خواهد داد. تورم نیز نرخ دستمزدها را بالاتر خواهد بود و کمبود گاز، هزینه‌های تولید را افزایش و حاشیه سود شرکت‌های پوشاک را کاهش خواهد داد.

پیش‌بینی افت فروش آدیداس در سال ۲۰۲۳

سال ۲۰۲۳ برای آدیداس سال گذار خواهد بود تا پایه‌هایی را برای تبدیل شدن مجدد به یک شرکت در حال رشد و سودآور بنا نماید

عملکرد سال ۲۰۲۲

گفتنی است در سال ۲۰۲۲ و بر اساس آمار حسابرسی‌نشده، درآمدهای آدیداس بر پایه ارزش ثابت، یک درصد افزایش یافته است. بر اساس آمار گزارش شده، میزان فروش شرکت با ۶ درصد افزایش به ۲۲ میلیارد و ۵۱۱ میلیون یورو در دوره ۱۲ ماهه رسیده است (۲۰۲۱: ۲۱ میلیارد و ۲۳۴ میلیون یورو). همچنین حاشیه سود آدیداس در سال ۲۰۲۲ معادل ۴۷,۳ درصد بوده است (۲۰۲۱: ۵۰,۷ درصد). این شرکت در سال گذشته میلادی سود عملیاتی به میزان ۶۶۹ میلیون یورو را محقق کرده است که نشان‌دهنده حاشیه سود عملیاتی ۳ درصد در سال ۲۰۲۲ است (۲۰۲۱: ۱۹۸۶ میلیون یورو سود عملیاتی و حاشیه سود عملیاتی ۹,۴ درصد). از سوی دیگر، درآمد خالص شرکت از فعالیت‌های مستمر خود رقم ۲۵۴ میلیون یورو در سال ۲۰۲۲ بوده است (۲۰۲۱: ۱۴۹۲ میلیون یورو).

در همین ارتباط مدیرعامل آدیداس می‌گوید: «عدد‌ها خودشان گویا هستند. ما در حال حاضر آنطور که باید، عمل نمی‌کنیم. سال ۲۰۲۳ برای ما سال گذار خواهد بود تا پایه‌هایی برای تبدیل شدن مجدد آدیداس به یک شرکت در حال رشد و سودآور بنا کنیم. ما تمرکز کامل خود را روی مصرف‌کنندگان، ورزشکاران، شرکای خرده‌فروشی و کارمندان آدیداس خواهیم گذاشت. ما با همکاری یکدیگر برای رونق برند، تقویت طیف محصولات، خدمات‌دهی بهتر در بخش توزیع و بهبود محیط کاری در شرکت تلاش خواهیم کرد. آدیداس همه عناصر لازم برای موفقیت را دارد: یک برند بزرگ، مشتریان عالی، شرکای فوق‌العاده و یک زیرساخت جهانی که نظیر ندارد. ما باید قطعات پازل را دوباره کنار هم قرار دهیم و من معتقدم که با گذشت زمان، درخشش دوباره آدیداس را رقم خواهیم زد.»

شرکت آلمانی آدیداس برند جهانی پیشرو در عرصه پوشاک ورزشی انتظار دارد که میزان فروش آن بر مبنای نرخ ارز ثابت، با نرخ تک‌رقمی بالایی (نزدیک به ۱۰ درصد) کاهش پیدا کند. این پیش‌بینی، عمدتاً به دلیل تاثیر منفی قابل‌توجه ناشی از عدم فروش موجودی کتانی‌های Yeezy شرکت آدیداس است و این شرکت انتظار دارد در سال جاری میلادی با کاهش ۱,۲ میلیارد یورویی درآمدها و افت حدود ۵۰۰ میلیون یورویی سود عملیاتی مواجه شود.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، آنطور که آدیداس در یک بیانیه مطبوعاتی ذکر کرده، اگر شرکت به طور غیرقابل بازگشت تصمیم بگیرد که هیچ‌یک از محصولات موجود Yeezy را در آینده مورد استفاده قرار ندهد، این امر منجر به حذف کامل موجودی این نوع کفش‌ها می‌شود و سود عملیاتی شرکت را تا ۵۰۰ میلیون یورویی دیگر در سال جاری کاهش می‌دهد. علاوه بر این، آدیداس انتظار دارد هزینه‌های غیرمترقبه (فقط مختص یک مقطع خاص) در سال ۲۰۲۳ به ۲۰۰ میلیون یورو افزایش پیدا کند. این هزینه‌ها بخشی از یک ارزیابی استراتژیک است که شرکت آدیداس با هدف احیای مجدد رشد سودآوری خود از سال ۲۰۲۴، انجام می‌دهد. اگر همه این تاثیرات و هزینه‌ها اتفاق بیافتد، این شرکت انتظار دارد در سال ۲۰۲۳ زیان عملیاتی ۷۰۰ میلیون یورویی را گزارش کند.



بازار پوشاک بارداری؛ بازاری مستعد و در حال توسعه

مد بارداری به یک شاخه رسمی از صنعت پوشاک تبدیل شده و زنان امروزی نمی‌خواهند به روز بودن و آراستگی ظاهرشان را به دلیل بارداری نادیده بگیرند



رقم ۴۴,۰۸ میلیارد دلار برسد؛ بازاری که ارزش آن در پایان سال ۲۰۲۲ رقم ۲۳,۱ میلیارد دلار اعلام شده است. این ارقام به معنای نرخ رشد سالانه ۶,۷ درصدی این بازار در دوره مورد بررسی تا سال ۲۰۳۰ می‌باشد.

محرک‌های رشد

محرک‌های بسیاری وجود دارد که رشد این بازار را به ارمغان می‌آورد. مد بارداری به یک شاخه رسمی از صنعت پوشاک تبدیل شده چراکه جمعیت زیادی از زنان باردار در کشورهای در حال توسعه و نوظهور، حتی در دوران بارداری نیز به حضور در محل کار ادامه می‌دهند و می‌خواهند مطابق با محیط کار خود لباس بپوشند. ساینز لباس بارداری که برای اشکال مختلف بدنی جواب می‌دهد نیز در افزایش تقاضا برای پوشاک بارداری نقش آفرینی می‌کند. به لطف وجود انواع مختلف رسانه‌ها، آگاهی بالایی درباره لباس‌های بارداری راحت که در عین حال مد روز هستند، ایجاد شده است و زنان امروزی نمی‌خواهند مد روز بودن و آراستگی ظاهرشان را به دلیل بارداری نادیده بگیرند.

گروه مترجمین مجله: امروزه پوشاک دوران بارداری صرفاً یک لباس بی‌قواره نیست که صرفاً برای راحتی زنان باردار طراحی شده باشد و کاربرد دیگری نداشته باشد. در واقع، مادران دوران معاصر هیچ دلیلی نمی‌بینند که پوشاک بارداری شیک و مد روز نباشد چراکه آنها حتی در طول دوران بارداری نیز زندگی کاری و اجتماعی معمولی را انجام می‌دهند. تعداد زیادی از اینفلوئنسرهای شبکه‌های اجتماعی، مجلات مد و سلبریتی‌ها نوع نگاه به لباس‌های بارداری را تغییر داده‌اند و زنان باردار، در حال توسعه بخشیدن به این حوزه منحصربه‌فرد صنعت پوشاک در سراسر جهان هستند.

شعار این است: «ظاهر خوب و احساس خوبی داشته باش.» امروزه در بخش پوشاک بارداری، راحتی با استایل مطابقت دارد چراکه بسیاری از برندهای پوشاک با تنوع‌بخشی به سید محصولات خود، البسه بارداری مبتنی بر مد روز را نیز عرضه می‌کنند که شامل اقلام مختلف برای موقعیت‌ها و مکان‌های مختلف می‌شود. دقیقاً به همین دلیل است که بر اساس گزارش موسسه تحقیقاتی Future Market Insights پیش‌بینی می‌شود ارزش بازار پوشاک بارداری در جهان تا سال ۲۰۳۰ به

جین، دامن، پیراهن، سرهمی و تونیک اشاره کرد. بر اساس این گزارش، بخش لباس رو ۷۶,۲ درصد از کل فروش پوشاک بارداری را در سال ۲۰۲۱ تشکیل داده است. بر حسب کانال‌های فروش، پیش‌بینی می‌شود خرده‌فروشی فروشگاه‌های مولتی‌برند (یعنی عرضه چندین برند مختلف در یک فروشگاه)، بیشترین سهم درآمدی را در این بخش داشته باشد. سهم این نوع فروش در بخش پوشاک بارداری در سال ۲۰۲۱ رقم ۲۹,۳ درصد بوده است.

پیش‌بینی می‌شود ایالات متحد آمریکا بر بازار آمریکای شمالی سیطره داشته باشد کما اینکه بیش از ۷۹,۲ درصد از کل فروش پوشاک بارداری در این منطقه تا پایان سال ۲۰۲۱ مربوط به ایالات متحد بوده است. در منطقه شرق آسیا نیز سهم کره جنوبی و ژاپن از فروش پوشاک بارداری به ترتیب ۲۳,۶ و ۳۳,۷ درصد در سال ۲۰۲۱ برآورد شده است. همچنین در منطقه جنوب آسیا، پیش‌بینی می‌شود که هند به یکی از پردرآمدترین بازارها در این منطقه تبدیل شود و در سال ۲۰۲۱ سهم این کشور از فروش پوشاک بارداری در منطقه جنوب آسیا رقم ۳۱,۷ درصد بوده است.



بازیگران پیشرو در جهان

برندهای Gap، Seraphine، Isabella Oliver، H&M، Brunelli، Mothercare، Boob Design، SHAICO و Organic و Fashion، Pink blush Maternity تعدادی از فعالان کلیدی بازار پوشاک بارداری هستند. این شرکت‌ها طیف وسیعی از محصولات را برای بازار پوشاک بارداری ارائه می‌دهند و در مناطق در حال توسعه جهان حضور دارند که همین موضوع، فرصت سودآوری را برای آنها فراهم می‌کند. برندهای ذکر شده شهرت خود در البسه بارداری را از طریق محصولات باکیفیت و نوآورانه‌ای بنا کرده‌اند که حس راحتی و به‌روز بودن را در زنان مدرن امروزی در دوران بارداری آنها فراهم می‌کنند.

برند محبوب Zara، اولین خط پوشاک بارداری خود را در سال ۲۰۱۸ و با ارائه یک ست لباس ۲۵ تکه معرفی کرد که نمایانگر استایل شیک و راحتی محصولات این برند بود. برند اسپانیایی رقیب یعنی Mango نیز اولین کالکشن بارداری خود را دو سال قبل از Zara روانه بازار کرده بود. بر اساس این گزارش، برندهای H&M، Seraphine و Gap سه بازیگر برتر این بازار هستند. این سه برند در مجموع نزدیک به ۵ تا ۶ درصد از کل فروش این نوع پوشاک در سال ۲۰۲۱ را به خود اختصاص دادند.

همچنین یک مجله پیشرو و معتبر بین‌المللی اخیراً برندهای برتر جهانی را بر حسب ارقام محصولات آنها معرفی کرده است که در بخش پوشاک بارداری، برندهای زیر از نظر عرضه لباس مقرون‌به‌صرفه بودن، لباس راحتی، لباس رسمی، لباس مناسبتی، لباس شنا، لباس خانگی و لباس فضای بسته برای خانم‌های باردار، به عنوان برندهای برتر نام برده شده‌اند:

Lululemon، A Pea in the Pod، Blanqi، Joe's Jeans، Madewell، GapMaternity، Lively، Cosabella، Kindred Bravely، Pink Blush، Ingrid + Isabel، Hatch، H&M، ASOS، Old Navy، Hill House Home، Storq، Angel Maternity، Modern Eternity، BB Dakota، Seraphine، Nordstrom، Kimi and Kai، Summersalt، Kindred Bravely and Motherhood Maternity.

ظهور هند به عنوان یک بازار قوی

گزارش Future Market Insight تاکید می‌کند که بخش لباس‌های بارداری رو، نویدبخش بالاترین رشد در بخش پوشاک بارداری است که از جمله این لباس‌ها می‌توان به لگ زنانه، شلوار

رئیس اتحادیه صنف پیراهن‌دوزان و پیراهن‌فروشان تهران عنوان کرد: بازار پوشاک در آستانه شب عید کوچک‌تر شد

خریدها محدود است.

آقا کوچکی تصریح کرد: باتوجه به اینکه لباس‌ها براساس مد روز یا رنگ‌هایی که همان سال مد هستند دوخته می‌شوند تولیدکنندگان و فروشندگان هم برای فروش آنها فرصت زیادی ندارند و باید تلاش کنند تا این لباس‌ها را به هر طریقی شده و حتی زیر قیمت هم که شده به بازار و مردم عرضه کنند. اما این وضعیت را در بخش‌های دیگر و سایر صنف‌ها نمی‌بینیم. به عنوان مثال فردی که صفحه کلاچ یا قطعات خودرو تولید می‌کند ممکن است ۴ سال بعد هم بتواند آن را بفروشد، اما در صنف پوشاک این‌گونه نیست.



به قیمت‌های بالای کاپشن، پالتو و پلیور و... اکثر خانواده‌ها سعی می‌کنند خریدهای زمستان سال آینده خود را از بازار شب عید تهیه کنند تا با قیمت‌های مناسب‌تری خرید داشته باشند.

اولویت مردم تهیه خوراک است تا پوشاک

حسین آقا کوچکی رئیس اتحادیه صنف پیراهن‌دوزان و پیراهن‌فروشان تهران درخصوص وضعیت بازار پوشاک و صنف خود به «اعتماد» گفت: معمولاً از ابتدای اسفندماه جنب‌وجوش‌ها در بازار پوشاک بیشتر از ماه‌های دیگر سال می‌شود البته باتوجه به وضعیت اقتصادی کنونی و کاهش توان خرید افراد جامعه، مردم اغلب سعی می‌کنند اقلام خوراکی (مرغ، گوشت و برنج و...) را برای شب عید تهیه کنند تا البسه و پیراهن و... هر چند لباس نسبت به سایر اقلام چندان هم گران نشده، اما باز هم

با افزایش نرخ ارز و ادامه‌دار شدن تحریم‌ها و گرانی سرسام‌آور اقلام خوراکی و ضرورت تهیه آن برای خانواده‌ها، خرید لباس و پوشاک مانند گذشته چندان در اولویت مردم قرار ندارد حتی این روزها هم که به ایام پایانی سال و اسفند ماه نزدیک می‌شویم و انتظار رونق در بازار پوشاک می‌رود، باز هم بازار پوشاک در رکود به سر می‌برد.

به گفته رئیس اتحادیه پیراهن‌فروشان به دلیل گرانی‌ها خرید لباس به خانواده‌هایی محدود شده که فرزندان در سن رشد دارند و برای بچه‌هایشان خرید شب عید می‌کنند. البته فروشگاه‌های پوشاکی هم هستند که در این ایام، لباس‌های زمستانی خود را با تخفیف‌های ۳۰ تا ۵۰ درصدی و گاهی بیشتر عرضه می‌کنند تا مشتریان بیشتری را جذب کنند. حراج لباس‌های زمستانی در ایران معمولاً از اوایل بهمن‌ماه آغاز و تا آخر اسفندماه ادامه دارد و باتوجه

دستفروشان هیچ مالیاتی نمی‌دهند

رئیس اتحادیه صنف پیراهن‌دوزان، در مورد فروش پوشاک از سوی دستفروشان نیز افزود: یکی از انتقاداتی که به دستفروشان وارد است این است که هیچ مالیاتی پرداخت نمی‌کنند هرچند یکی از مواردی که اخیراً مطرح‌شده ساماندهی این قشر از جامعه است، اما به اعتقاد بنده اگر قرار است این ساماندهی صورت پذیرد، باید همه اصناف با هم در پرداخت مالیات برابر باشند. این موضوع اصلاً عادلانه نیست که کارمندی امروز ۸ یا ۱۰ میلیون تومان حقوق بگیرد و مالیات آن را بپردازد، اما دستفروشان هم باشند که ۸۰ یا ۹۰ میلیون تومان از دستفروشی درآمد داشته باشند و هیچ مالیاتی ندهند.

او ادامه داد: البته نحوه کار این دستفروشان با یکدیگر متفاوت است. برخی با مراجعه به

مغازه‌ها پوشاک را به صورت امانی گرفته و براساس فروش‌شان پورسانت می‌گیرند و برخی دیگر از دستفروشان هم هستند که کالاهای خودشان را کنار مغازه‌شان می‌فروشند یا تولیدکنندگانی هستند که در ایام شلوغ سال اجناس خود را کنار خیابان بساط می‌کنند و می‌فروشند.

آقا کوچکی گفت: امروز قیمت یک شلوار معمولی در تولیدی ۴۰۰ هزار تومان است، اما همین شلوار را ممکن است مغازه‌دار تا ۷۰۰ هزار تومان هم قیمت‌گذاری کند، اما معمولاً دستفروش قیمت شلوار را به قیمت همان تولیدی می‌دهد.

به بنکدار بفروشند، بنکدار با ۱۰ درصد سود ۸۸۰ هزار تومان این پیراهن را می‌فروشد و برخی مغازه‌داران هم همین پیراهن را بین یک تا یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان می‌فروشند، اما در صورتی که این پیراهن نیمه‌صنعتی دوخته شده باشد ۲۰۰ هزار تومان قیمت‌ها کمتر می‌شود.

آقا کوچکی در مورد قاچاق پوشاک به کشور نیز گفت: با ممنوعیت واردات پوشاک به کشور قاچاق هم رونق گرفت، هر چند بسیاری از کالاها هم در کشور وجود دارند که به نام خارجی به مردم می‌فروشند، اما در اصل ایرانی هستند. به عنوان نمونه کت و شلوازی که برند خارجی دارد قیمت آن این روزها زیر ۲۰ میلیون تومان نیست، اما کت و شلوار دوخت ایران را با قیمت ۳ میلیون تومان هم می‌توان پیدا کرد.

سود یک پیراهن چقدر است؟
این فعال حوزه پوشاک خاطرنشان کرد: قیمت پیراهن هم با توجه به نوع پارچه با هم متفاوت است و تولیدکننده پیراهن دوخت صنعتی را از ۴۰۰ تا ۷۰۰ و ۸۰۰ هزار تومان هم می‌فروشد که البته این قیمت‌ها به ظرافت دوخت و نوع پارچه وابسته است و در صورتی که تولیدکننده همین پیراهن را

برخی فروشگاه‌ها سفارش‌های خارجی هم می‌گیرند

او افزود: البته فروشگاه‌هایی هم هستند که سفارش‌هایی با برندهای خارجی و به



گزارشی از نمایشگاه هایم تکستیل ۲۰۲۳

تعداد ۲۴۰۰ غرفه‌گذار از ۱۲۹ کشور جهان در این رویداد حضور داشتند و ۹۴ درصد غرفه‌گذاران و ۸۲ درصد بازدیدکنندگان از خارج مرزهای آلمان آمده بودند



درصد غرفه‌گذاران و ۸۲ درصد بازدیدکنندگان از خارج مرزهای آلمان آمده بودند. همچنین در مقایسه با آخرین نسخه نمایشگاه قبل از همه‌گیری، تعداد غرفه‌گذاران از ترکیه و پاکستان با افزایش مواجه بود. در سال ۲۰۲۳ همچنین خریداران بیشتری از ایتالیا، ترکیه، اسپانیا و مخصوصاً یونان در نمایشگاه حضور داشتند.

طبق اعلام مسه‌فرانکفورت، «سطح بالای بین‌المللی بودن نمایشگاه ثابت می‌کند که در زمان چالش‌های ژئوپلیتیکی، نمایشگاه هایم تکستیل مهم‌ترین مکان برای صنعت منسوجات خانگی جهان است؛ هم برای ارتباطات تجاری و فرصت‌های بازار جدید و هم برای بازتعریف زنجیره‌های تامین و همکاری مهم برای غلبه برای گلوگاه‌های تولید.»

نمایشگاه سال ۲۰۲۳ همچنین نشان‌دهنده بازگشت ارتباطات تجاری، شبکه‌سازی و سفارشات جدید به صنعت منسوجات خانگی است. تعاملات فردی در قلب هایم تکستیل ۲۰۲۳ بود و در تمامی سالن‌های نمایشگاهی به چشم می‌خورد. همچنین این موضوع در ثبت سفارشات از جانب بازدیدکنندگان منعکس شد. بر اساس نظرسنجی از مشارکت‌کنندگان، ۸۰ درصد از غرفه‌گذاران تا پایان روز سوم به اهداف خود از حضور در نمایشگاه دست یافتند. رضایت از کیفیت بازدیدکنندگان نیز بسیار بالا بود، به طوری که ۷۲ درصد از بازدیدکنندگان را تصمیم‌گیرندگان مهم صنعت منسوجات خانگی تشکیل می‌دادند.

علاوه بر ارائه طیف متنوعی از کسب‌وکارهای با کیفیت بالا از جانب

گروه مترجمین مجله: نمایشگاه منسوجات خانگی Heimtextil 2023 در شهر فرانکفورت آلمان با موفقیت به کار خود پایان داد. در این دوره، حدود ۴۴ هزار نفر خریدار از فرصت نمایشگاه برای مشارکت در بازار جهانی منسوجات خانگی و اداری استفاده کرده و یک مرور کلی از نوآوری‌های جهانی نساجی - از الیاف، نخ، پارچه‌های دکوری و میلمان، منسوجات عملکردی، پارچه‌های فضای باز، چرم مصنوعی و کاغذ دیواری گرفته تا منسوجات خواب و حمام، تشک، سیستم‌های خواب، پرده و کوسن‌های تزئینی - به دست آوردند.

بر اس بیانیه مطبوعاتی شرکت مسه‌فرانکفورت برگزارکننده نمایشگاه، ۱۰ کشور برتر این دوره از نظر تعداد غرفه‌گذار، به ترتیب کشورهای چین، هند، ترکیه، پاکستان، ایتالیا، آلمان، اسپانیا، پرتغال، فرانسه و انگلستان بودند و در مجموع، تعداد ۲۴۰۰ غرفه‌گذار از ۱۲۹ کشور جهان در این رویداد حضور داشتند. از نظر تعداد بازدیدکنندگان نیز کشورهای برتر شامل آلمان، ایتالیا، ترکیه، آمریکا، انگلستان، فرانسه، هلند، اسپانیا، پاکستان، هند و یونان بودند. آنطور که دتلف براون عضو هیئت اجرایی مسه‌فرانکفورت گفته: «نمایشگاه هایم تکستیل بازگشت قدرتمندی به ماه ژانویه داشته و با نمایش سطح بالایی از بین‌المللی بودن (حضور ۱۲۹ کشور جهان)، نوید یک سال موفق را برای نمایشگاه‌های تجاری پیش رو می‌دهد.»

در مقایسه با سال ۲۰۲۰، این نمایشگاه تجاری پیشرو در حوزه منسوجات خانگی و اداری، سطح بین‌المللی بالاتری را نشان داد به طوری که ۹۴





کردند. متصدیان این بخش در قالب تورهای راهنما، استحکام نوآورانه، طراحی چشمگیر و ویژگی‌های عملکردی منسوجات مانند ضدشعله، جاذب صدا، مقاوم در برابر نو، ضد میکروب و ضد آب را برای کارشناسان صنعت هتلداری بین‌المللی توضیح دادند. یک پرده فیلیگری (آب‌نما) و در عین حال مقاوم در برابر شعله، پارچه‌هایی با اثر ضدباکتری که تماما از نخ‌های پلی‌استر بازیافتی ساخته شده‌اند، یا پارچه‌های سبک و روان برای عایق صوت، پتانسیل فوق‌العاده و طیف وسیع عملکردی منسوجات جدید را نشان می‌دهند.

موضوعات آینده‌نگرانه مانند گرایش‌های منساجی در طراحی هتل با استفاده پایدار از مواد اولیه باکیفیت، توسط کارشناسان و شرکت‌کنندگان در نمایشگاه هایم‌تکستیل به شکل‌های مختلفی نظیر برگزاری تور بازدید یا سخنرانی مورد بحث قرار گرفت. در بخش جدید الیاف و نخ، نمایشگاه توانست تقاضای فزاینده برای مواد اولیه منساجی برای مراحل مقدماتی تولید را برآورده نماید. برای اولین بار، بازدیدکنندگان یک طیف جهانی از الیاف و نخ‌ها برای تولید پارچه‌های دکوری و تودوزی شده را مشاهده کردند که به صورت فشرده در سالن ۴ چیده شده بودند. این سالن توسط غرفه‌دارانی در حوزه پارچه‌های فضای باز و همچنین چرم مصنوعی تکمیل شده بود.

همچنین برای تجار و خرده‌فروشان منسوجات خواب، نمایشگاه هایم‌تکستیل ۲۰۲۳ یک برنامه حمایتی گسترده ارائه کرد. علاوه بر کنفرانس همیشگی «خواب و بیشتر»، تورهای ویژه خواب برای اولین بار ارائه شد و بسیار مورد استقبال قرار گرفت. همچنین این تور، بازدیدکنندگان را به مشاهده یک تشک پایدار ساخته‌شده از زباله‌های دریایی یا یک الیاف کربن خنثی که در کالاهای خوب استفاده می‌شود، هدایت کرد. در کنفرانس «خواب و بیشتر»، کارشناسانی از بخش تحقیقات، صنعت و طراحی، درباره علم خواب، گرایش‌های پایدار و چالش‌های پیش روی تجارت خرده‌فروشی صحبت کردند.

در مجموع، غرفه‌گذاران نمایشگاه هایم‌تکستیل ۲۰۲۳ توانستند از سهم بالای بازدیدکنندگان بین‌المللی این رویداد، برای گشودن بازارهای جدید و تقویت بازارهای صادراتی خود استفاده نمایند. دوره بعدی نمایشگاه نیز روزهای ۹ تا ۱۲ ژانویه ۲۰۲۴ برگزار خواهد شد.

غرفه‌داران آسیایی، تمرکز نمایشگاه همچنین بر طراحی اروپایی و حجم بالای خرده‌فروشی بود - ترکیبی که مخصوصا منجر به رضایت بالای بازدیدکنندگان گردید و ۹۲ درصد خریداران نیز به اهداف تجاری خود از حضور در نمایشگاه دست یافتند.

پیشرفت‌ها در حوزه مواد نوآورانه از مواد خام طبیعی نظیر قارچ، الیاف گیاهی یا محصولات تولیدشده از ضایعات بازیافتی، انگیزه‌های جدیدی را برای آینده صنعت منسوجات خانگی ایجاد می‌کند. این موضوع به وضوح در بخش «کتابخانه مواد آینده» در هایم‌تکستیل نشان داده شد. بخش قابل توجهی از صنعت نساجی جهان، از مدتی قبل در مسیر طراحی مجدد فرآیندهای تولید به شیوه پایدار و انجام مشارکت و اقدامات قوی برای شفافیت زنجیره تامین قرار گرفته است. در همین راستا، غرفه‌گذاران هایم‌تکستیل محصولات، راهکارها یا پیشنهادات خود را در بسیاری از غرفه‌ها ارائه کردند.

فرصت تبادلات فردی، الهام گرفتن و کسب دانش فنی بیشتر، از طریق یک برنامه حمایتی گسترده و چندوجهی در نمایشگاه ارائه گردید. این برنامه شامل تورهای راهنما در نمایشگاه، سخنرانی‌های برجسته، رویدادهای جانبی و مناطق موضوعی خاص بود. علاوه بر «بخش ترند» در سالن ۹، بخش‌های یکپارچه «کتابخانه مواد آینده» و مواد نوآورانه‌ای که در آن نشان داده شده بود، چشمگیر بود.

همچنین با افزایش چشمگیر تقاضای بازدیدکنندگان نمایشگاه برای محصولات و راهکارهای پایدار، نیاز به شفافیت بیشتر فرآیندهای تولید و زنجیره تامین در حال افزایش است. برای مثال، در بخش «دهکده سبز» در سالن ۱۲ بازدیدکنندگان علاقمند با ارائه‌دهندگان برچسب، مراجع صدور گواهی‌نامه و شرکت‌هایی که متعهد به پایداری هستند، ملاقات کردند. در این بخش همچنین تعدادی از کارشناسان صنعت، گواهی‌دهندگان و سازمان‌های غیردولتی در مورد راه‌حل‌ها، تجربیات موفق و چالش‌های پیرامون پایداری بخش منسوجات خانگی و اداری صحبت کردند.

از سوی دیگر، طراحان و معماران داخلی، مواد نوآورانه غرفه‌داران را از نزدیک در بخش «کتابخانه طراحی داخلی، معماری، هتلداری» مشاهده



بازگشت دموتکس هانوفر بعد از وقفه‌های کرونایی

در این نمایشگاه، بازدیدکنندگان تجاری که حدود ۶۹ درصد آنها برون‌مرزی بودند، توانستند با بیش از ۷۳۰ غرفه‌گذار در ۸ سالن نمایشگاه ارتباطات تجاری جدیدی برقرار کنند

کیفیت بازدیدکنندگان از ویژگی‌های رویداد امسال بود. عموم غرفه‌داران، بازدیدکنندگان و برگزارکنندگان همگی موافقت کردند که دموتکس ۲۰۲۳ یک موفقیت چشمگیر بوده است.

در همین ارتباط، مدیر جهانی دموتکس می‌گوید: «ما از بازخورد مثبت و همچنین فضای پرانرژی حاکم بر دموتکس امسال شگفت‌زده شدیم. جو سالن‌ها بسیار فوق‌العاده بود و غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان خرسند بودند که سرانجام دوباره در نمایشگاه تجاری صنعت خود گرد هم می‌آیند تا رودررو با یکدیگر ملاقات کرده، به تبادل نظر بپردازند و ارتباطات و قراردادهای تجاری جدید را منعقد کنند. چیزی که ما را خوشحال می‌کند آن است که کیفیت بازدیدکنندگان در نمایشگاه فوق‌العاده بوده است به طوری که سهم تصمیم‌گیرندگان صنعتی از کل بازدیدکنندگان ۸۰ درصد بوده است و آنها که به دموتکس آمده بودند، همگی اهداف بسیار مشخصی داشتند.»

پایداری، موضوع مشترک در تمام سالن‌های نمایشگاه

در دموتکس ۲۰۲۳، بخش ویژه «کالکشن سبز» و برنامه کنفرانس با عنوان «دموتکس روی استیج» با تم اصلی «کفپوشی از جنس طبیعت (FLOORED BY NATURE)» قلب نمایشگاه امسال را تشکیل می‌دادند. در این دو بخش بود که مگاترند یا ابرروند پایداری به نمایش گذاشته شد و مورد بحث قرار گرفت. موضوع اصلی نمایشگاه بر مفاهیم سبز و



ایرانی در نمایشگاه غازی‌انتپ رقم بزنند و باید منتظر ماند و دید که با توجه به این مذاکرات و همچنین زلزله اخیر ترکیه، دموتکس غازی‌انتپ که طبق تقویم قرار است روزهای ۱۰ تا ۱۳ جولای برگزار شود، در چه سطحی برگزار خواهد شد و شرایط شرکت‌های ایرانی در آن به چه ترتیب خواهد بود. با ذکر این مقدمه، چکیده‌ای از گزارش رسمی برگزارکننده دموتکس درباره نمایشگاه سال ۲۰۲۳ به اطلاع خوانندگان گرامی می‌رسد:

دموتکس ۲۰۲۳ بار دیگر ثابت کرد که مهم‌ترین پلتفرم در زمینه تجارت، نوآوری و گرایشات صنعت فرش و کفپوش است. در طول ۴ روز برگزاری این نمایشگاه، بازدیدکنندگان تجاری که حدود ۶۹ درصد آنها برون‌مرزی بودند، توانستند نوآوری‌ها و روندهای جدید را پیدا کرده و با بیش از ۷۳۰ غرفه‌گذار در ۸ سالن نمایشگاه ارتباطات تجاری جدیدی برقرار کنند. توجه به پایداری، بُعد بین‌المللی بالا و

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، بعد از دو سالی متوالی لغو نمایشگاه دموتکس به دلیل پاندمی کرونا، دموتکس ۲۰۲۳ روزهای ۱۲ تا ۱۵ ژانویه در شهر هانوفر برگزار گردید. یکی از تفاوت‌های اصلی این دوره از نمایشگاه با ادوار گذشته، انصراف اکثر شرکت‌های فرش ماشینی ایران از حضور در نمایشگاه به دلیل عدم صدور ویزا برای تعدادی از نمایندگان آنها بود و تنها شرکت فرش افشار زرینه به نمایندگی از ایران در نمایشگاه حضور داشت. همچنین آنطور که بازدیدکنندگان ایرانی مطرح می‌کردند، بخش فرش ماشینی در این دوره از دموتکس هانوفر، کم‌رنگ‌تر از گذشته شده بود و میزان استقبال و شلوغی نمایشگاه نیز نسبت به ادوار گذشته کمتر شده بود. تعدادی از متولیان فرش ماشینی کشور و نمایندگان تشکلهای این عرصه نیز تلاش کردند از طریق ملاقات با مسئولان برگزاری نمایشگاه، شرایط بهتری را برای شرکت‌های



پایدار مانند استفاده پایدار از منابع طبیعی، مدیریت بازیافت، مواد اولیه طبیعی و بازیافتی و همچنین محیط سالم در محل زندگی و کار تمرکز داشت. موضوع اصلی، به حوزه‌های مجزایی با نام‌های: «بازارهای متصل»، «زندگی آگاهانه» و «طبیعت رنگارنگ» تقسیم شده بود. همچنین بخش ویژه‌ای از نمایشگاه، مراسم اهدای «جایزه کالکشن سبز» بود که برای اولین در دموتکس برگزار گردید و محصولات و فرآیندهای تولید پایدار و همچنین شرکت‌های متعهد به پایداری، مورد تقدیر قرار گرفتند.

این منطقه ویژه، به خصوص در میان معماران، طراحان داخلی و خریداران محبوب بود. بازدیدکنندگان این بخش، مخصوصاً تحت تاثیر تنوع مواد به‌نمایش‌درآمده و امکانات مرتبط برای طراحی پایدار قرار گرفتند. همچنین تمرکز بر پایداری در محصولات پیشنهادی گرفته‌گذاران مشهود بود.

گرایشات پایدار در بخش فرش

گرفته‌گذاران در بخش «فرش و قالیچه» نمایشگاه که ترکیبی از فرش‌های ماشینی و دستباف در آن ارائه شده بود، همچنین به موضوع محوری نمایشگاه توجه ویژه‌ای

ها در اتاق کمک کنند. در همین راستا، روند افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان نسبت به مسائل زیست‌محیطی، با افزایش تقاضا برای کیفیت، دوام و تولید فرش‌های ماشینی و دستباف پایدار همراه است که در نمایشگاه امسال نیز این روند در محصولات ارائه‌شده از جانب غرفه‌گذاران به چشم می‌خورد.

دموتکس ۲۰۲۴-سبزتر،

قوی‌تر و یکپارچه

گفتنی است آنطور که مدیر جهانی دموتکس گفته: موضوع کلیدی نمایشگاه امسال و بخش‌های ویژه مرتبط با آن، به شکل مطلوبی اجرا گردید و با بازخورد مناسبی هم مواجه شد. بر همین اساس، در نمایشگاه دموتکس ۲۰۲۴ که برای روزهای ۱۱ تا ۱۴ ژانویه سال آینده برنامه‌ریزی شده، بخش ویژه «کالکشن سبز» گسترش پیدا خواهد کرد. همچنین رویکرد کلی برگزارکنندگان ضامن این موضوع است که دموتکس ۲۰۲۴ همچنان قطب اصلی برای فعالان صنعت فرش و کفپوش باقی خواهد ماند که هیچ راهی برای دور زدن آن وجود ندارد. بسیاری از شرکت‌های پیشرو این صنعت نیز از هم‌اکنون حضورشان در نمایشگاه سال آینده را تایید کرده‌اند.

داشتند. فرش‌های ماشینی از جنس پشم و ابریشم و همچنین صنایع دستی مانند فرش‌هایی که در دموتکس به نمایش گذاشته شدند، نگین‌های منحصربه‌فردی هستند که اتمسفر خاصی را در یک اتاق ایجاد می‌کنند. فرش‌های دستباف نیز به لطف استفاده از مواد اولیه طبیعی و طول عمر بالای آنها، یک جزء پایدار در مبلمان منازل و محیط‌های دیگر محسوب می‌شوند. این نوع فرش‌ها که از پشم گوسفند یا ابریشم ظریف بافته می‌شوند، دارای اثر عایق حرارتی هستند، حس نرمی دلپذیری ارائه می‌دهند و حتی می‌توانند گرد و غبار هوا را جذب کرده و به ایجاد شرایط مطلوب



گزارش دپارتمان کشاورزی آمریکا از بازار پنبه (فوریه ۲۰۲۳)

افول چشمگیر تولید و مصرف پنبه در پاکستان

کشورهای عمده تولیدکننده پنبه در جهان، قیمت‌های الیاف پنبه بیش از ۲۰ درصد نسبت به سال گذشته کاهش یافته است. با این حال، سطح قیمت‌ها در پاکستان بیش از ۱۰ درصد نسبت به سال قبل افزایش داشته است. دسترسی محدود به پنبه وارداتی و قیمت‌های بالا و پرنوسان پنبه داخلی، قدرت تصمیم‌گیری کارخانجات برای خرید را مختل کرده و نرخ عملیاتی کارخانجات را کاهش می‌دهد. در گزارش اخیر دولت پاکستان، شاخص تولید ماه نوامبر برای تولید نخ، نزدیک به ۳۰ درصد نسبت به سال گذشته کاهش داشته است.

از سوی دیگر، علیرغم نیاز به دلار آمریکا برای تامین مالی واردات پنبه، صادرات محصولات پنبه‌ای پایین‌دستی پاکستان، یکی از بزرگترین منابع دلاری برای پر کردن ذخایر بانک دولتی این کشور است. طبق گزارش سازمان ذینفعان نساجی پاکستان، صادرات انواع منسوجات و محصولات نساجی تقریباً ۶۰ درصد از کل صادرات سالانه کشور را تشکیل می‌دهد و بر اساس اعلام وزارت بازرگانی پاکستان، صنعت نساجی بزرگترین بخش تولیدی این کشور محسوب می‌شود. با این حال و علیرغم اینکه بخش نساجی یک منبع قابل توجه برای ذخایر ارزی و تولید ناخالص داخلی است، اما انتظار می‌رود عرضه محدود پنبه، صادرات نساجی و رشد اقتصادی پاکستان را تضعیف نماید.

رقم ۹۷۹ هزار تن بالغ گردد که بخشی از آن، به دلیل کاهش ارزش روپیه پاکستان است. در مقایسه با سال قبل، ارزش پول ملی پاکستان نزدیک به ۴۰ درصد نسبت به دلار آمریکا کاهش یافته و ذخایر ارزی بانک دولتی این کشور نیز کمتر از یک‌پنجم سال گذشته است. تقویت دلار آمریکا قیمت‌های پنبه وارداتی را افزایش می‌دهد و کاهش ذخایر ارزی، بانک دولتی پاکستان را به سمت جیره‌بندی منابع دلاری خود سوق می‌دهد. در نتیجه، واردکنندگان برای باز کردن اعتبارنامه جهت تضمین منابع پنبه وارداتی، با مشکل مواجه هستند.

علاوه بر کاهش عرضه پنبه در سال ۲۰۲۲-۲۳، قیمت‌های بالاتر نهاده‌ها برای تولید الیاف پنبه و افزایش قیمت برق، باعث کاهش مصرف و سرکوب حاشیه سود شرکت‌ها می‌شود. برای

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، پیش‌بینی می‌شود مصرف پنبه پاکستان در سال زراعی ۲۰۲۲-۲۳ با کاهش ۴۴ هزار تنی نسبت به برآورد ماه قبل، به ۱،۹۲ میلیون تن (۸،۸ میلیون عدل) برسد که این رقم، پایین‌ترین سطح در بیش از ۲۰ سال گذشته است. تولید و عرضه محدود پنبه در داخل، بخش مصرف را به شدت تحت فشار قرار داده است. انتظار می‌رود تولید داخلی پاکستان با ثبت پایین‌ترین رقم طی حدود ۴۰ سال گذشته، به ۸۴۹ هزار تن رسیده و واردات این کشور نیز نسبت به سال قبل تقریباً بدون تغییر باشد. مشکلات شدید در زمینه تامین مالی واردات، توانایی کارخانجات را برای جبران کاهش تولید داخلی پنبه با واردات، محدود کرده است. پیش‌بینی می‌شود واردات پنبه پاکستان با افت ۱۰۹ هزار تنی در ماه جاری به



Table 01 Cotton World Supply, Use, and Trade (Season Beginning August 1)
(1000 MT)

	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	Jan 2022/23	Feb 2022/23
Production						
China	6,096	5,977	6,445	5,835	6,096	6,205
India	5,661	6,205	6,009	5,313	5,770	5,552
United States	3,999	4,336	3,181	3,815	3,196	3,196
Brazil	2,830	3,000	2,356	2,552	2,896	2,896
Australia	479	136	610	1,252	1,089	1,089
Turkey	816	751	631	827	1,067	1,067
Pakistan	1,655	1,350	980	1,306	806	849
Other	4,262	4,408	4,064	4,293	4,206	4,048
Total	25,798	26,163	24,275	25,193	25,125	24,902
USE Dom. Consumption						
China	8,600	7,403	8,927	7,620	7,729	7,838
India	5,291	4,463	5,661	5,443	4,899	4,899
Pakistan	2,330	2,068	2,351	2,330	1,960	1,916
Bangladesh	1,568	1,502	1,851	1,851	1,785	1,785
Turkey	1,502	1,437	1,676	1,894	1,742	1,742
Vietnam	1,524	1,437	1,589	1,459	1,393	1,372
Brazil	740	588	675	718	697	697
Other	4,525	3,764	4,088	4,233	3,931	3,846
Total	26,080	22,663	26,819	25,548	24,136	24,094
Imports						
Bangladesh	1,524	1,633	1,807	1,785	1,742	1,720
China	2,096	1,554	2,800	1,707	1,687	1,687
Vietnam	1,509	1,411	1,587	1,444	1,393	1,372
Pakistan	621	871	1,176	980	1,089	980
Turkey	785	1,017	1,160	1,203	936	936
Indonesia	664	547	502	561	479	414
India	392	496	184	218	370	370
Other	1,657	1,333	1,386	1,392	1,366	1,326
Total	9,248	8,862	10,602	9,289	9,063	8,805
Exports						
United States	3,230	3,377	3,560	3,184	2,613	2,613
Brazil	1,310	1,946	2,398	1,682	1,807	1,742
Australia	791	296	344	779	1,285	1,328
India	767	697	1,348	815	675	544
Benin	303	211	342	305	305	283
Greece	295	319	355	311	278	278
Mali	294	256	131	283	218	207
Other	2,043	1,837	2,142	1,974	1,890	1,798
Total	9,032	8,939	10,620	9,332	9,070	8,792
Ending Stocks						
China	7,819	7,913	8,229	8,124	8,151	8,151
Brazil	2,668	3,136	2,421	2,577	2,972	3,038
India	1,873	3,415	2,599	1,872	2,438	2,351
United States	1,056	1,579	686	816	914	936
Australia	418	261	546	1,058	901	858
Turkey	369	602	590	602	711	711
Bangladesh	388	548	534	499	487	465
Other	3,392	3,972	3,272	3,009	3,005	2,886
Total	17,984	21,426	18,876	18,558	19,581	19,396

مجری طرح پنبه اعلام کرد:

اعطای تسهیلات ارزان خرید کمباین پنبه از ۱۴۰۲

و برآوردها نشان می‌دهد ۳۰۰ هزار تن «وش» تهیه شود و حداقل ۹۰ هزار تن پنبه در کارخانجات پنبه‌پاک‌کنی برای صنایع ریسندگی تهیه می‌شود. گفتنی است نیاز کشور سالانه حدود ۱۵۰ هزار تن پنبه است که بخشی از آن در داخل تولید و مابقی نیاز از طریق واردات توسط وزارت صمت تامین می‌شود. بر اساس این گزارش در حالی در سال جاری تولید ۹۰ هزار تنی رقم خورده است که به گفته مجری طرح پنبه میزان تولید سال قبل ۷۰ هزار تن بوده و سطح زیر کشت نیز حدود ۹۷ هزار هکتار بوده است. به این ترتیب نسبت به سال قبل از نظر سطح زیر کشت حدود ۱۷ درصد افزایش داشته‌ایم و مقداری هم عملکرد در واحد سطح اضافه شده است.

پنبه کشور، در بحث آمار تولیدهای جهانی جزو کشورهای پر تولید دنیا نیستیم و قصد ما هم حضور در بازارهای جهانی نیست. چون پنبه ماده اولیه است و برای تامین صنایع داخل اصولاً تولید می‌شود لذا برنامه بین‌المللی برای خود قائل نیستیم و هدف اولیه ما این است که این ماده اولیه را در داخل تولید کنیم و خودکفا شویم.

افزایش ۱۷ درصدی سطح زیر کشت پنبه در سال جاری

بر اساس این گزارش در حالی که برداشت پنبه در اوایل اسفند به اتمام می‌رسد هزارجریبی با تایید اتمام برداشت در خصوص وضعیت تولید این محصول در سال جاری به «بازار» می‌گوید: امسال حدود ۱۱۴ هزار هکتار کشت پنبه داشتیم

پنبه جزو محصولات اساسی و راهبردی است که مورد حمایت وزارت جهاد کشاورزی است و سال به سال تولید این محصول در کشور روند افزایشی دارد. با این وجود بر اساس آمار منتشرشده از سوی سازمان فائو، ایران جزو تولیدکننده‌های نامی در این حوزه نیست. به طوری که داده‌های آماری سازمان فائو نشان می‌دهد که در سال زراعی ۲۰۲۱-۲۰۲۲ کشورهای چین، هند، ایالات متحده، برزیل، پاکستان، ازبکستان، ترکیه، استرالیا، ترکمنستان، آرژانتین، مکزیک، بنین، بورکینافاسو، مالی، تاجیکستان، ساحل عاج، کامرون، سودان، قزاقستان و آذربایجان ۲۰ تولید کننده برتر این محصول هستند. به گفته ابراهیم هزارجریبی مجری طرح



پاسخ به این سوال که علیرغم کاهش سطح زیرکشت چقدر این میزان افزایش تولید از نگاه شما شدنی است گفت: اگر بتوانیم آموزش‌ها را بیشتر کنیم و همچنین اگر برنامه حمایتی که در حوزه الگوی کشت تدوین شده صورت بگیرد، این امر امکان‌پذیر است.

محصولات اساسی باید همیشه از حمایت یارانه‌ای نهاده‌ها برخوردار باشد

یکی از جدیدترین اخبار مربوط به حوزه کشاورزی طی روزهای اخیر بحث احتمال حذف ارز تخصیصی واردات نهاده‌های تولید و الزام واردکننده‌ها به تامین ارز از بازار آزاد است که این امر مخالفان بسیاری را به همراه داشته است چون معتقدند در این صورت قیمت محصولات نهایی به شدت بالا می‌رود. هزارجریبی در این خصوص می‌گوید: در خصوص نهاده‌هایی مثل کود و سم قطعاً به صورت عمومی است و ربطی به زراعت خاصی ندارد و اختصاصی نیست. اما در خصوص بذر چیزی هنوز به ما ابلاغ نشده و کماکان به صورت ارز نیمایی در برنامه است مگر اینکه محدودیت ارزی وجود داشته باشد. وی می‌افزاید: با این وجود اگر این تصمیم عملیاتی شود قیمت‌ها و همچنین هزینه‌های کشاورزان بالا می‌رود و از سوی دیگر احتمال دارد به خاطر محدودیت نقدینگی، کشاورزان از نهاده‌های با کیفیت استفاده نکنند و این خطری برای تولید است. بنابراین پیشنهاد ما این است که همیشه محصولات اساسی و راهبردی از جمله پنبه از حمایت یارانه‌ای نهاده‌ها برخوردار باشند.

برداشت پنبه است که طی سال‌های اخیر فعالان این بخش را با چالش‌هایی مواجه کرده است. مجری طرح پنبه کشور با تاکید بر اینکه کماکان در این حوزه مشکل داریم می‌گوید: در حوزه کاشت و داشت، ادوات به اندازه کافی موجود هست و کشاورزان هم اگر نیاز داشته باشند تسهیلات مکانیزاسیونی در اختیار آنها قرار داده می‌شود. اما در خصوص ماشین برداشت کمبوهایی وجود دارد و چون ماشین برداشت اختصاصی است و همچنین محدودیت‌های ارزی برای واردات داشته‌ایم لذا به صورت بسیار محدود توانسته‌ایم این ادوات را اضافه کنیم، اما برای سال آینده تسهیلات کم‌بهره ۴ درصد را تصویب کردیم که در اختیار متقاضیان خرید کمباین پنبه قرار دهیم. لذا امیدواریم سال آینده استقبال کشاورزان از برداشت مکانیزه بیشتر شود. هزار جریبی می‌افزاید: در حقیقت ۹۰ میلیارد تومان یارانه تسهیلات تصویب کرده‌ایم که از این طریق می‌شود ۱۸۰ میلیارد تومان تسهیلات ۴ درصدی را به متقاضیان خرید کمباین پرداخت کرد. این مقام مسئول همچنین در خصوص چشم‌انداز صنعت پنبه در سال ۱۴۰۲ گفت: برای سال ۱۴۰۲ الگوی کشت ابلاغ شده است و در این الگوی کشت برای پنبه خواسته شده که سطح زیر کشت کم شود اما با افزایش عملکرد در واحد سطح تولید را افزایش دهیم. به عبارت ساده‌تر ۱۰۸ هزار هکتار سطح زیر کشت ابلاغ شده که بتوانیم حدود ۳۳۵ هزار تن و ش برداشت کنیم و حداقل ۱۰۰ هزار تن هم بتوانیم پنبه مورد نیاز نساجی را تامین کنیم. وی در

هزار جریبی می‌گوید: در حقیقت سال قبل عملکرد حدود ۲۵۰۰ کیلو در هکتار بوده و امسال به حدود ۲۶۰۰ کیلوگرم در هکتار رسیده است.

این مقام مسئول همچنین در پاسخ به این سوال که عملکرد در واحد سطح از چه روش‌هایی بالا رفته است، گفت: اولین اقدام در راستای افزایش عملکرد این بود که امسال نسبت به سال قبل دو و نیم برابر بذر اصلاح‌شده در اختیار کشاورزان قرار دادیم. یعنی با راه‌اندازی دو کارخانه کرک‌زدایی از بذر پنبه و ضدعفونی بذور نسبت به سال گذشته دو نیم برابر بیشتر بذر داخلی تامین کردیم. در حالی که تا پیش از این کشاورزان از پنبه‌دانه‌های غیر استاندارد ممکن بود استفاده کنند. وی افزود: از سوی دیگر امسال در کل از طریق موسسه آموزش و ترویج و برگزاری برنامه‌های ترویجی به بهره‌راران کشور آموزش‌های لازم را ارائه دادیم و این امر باعث افزایش دانش کشاورزان شده است. هزار جریبی خاطر نشان کرد: از دیگر اقدامات مهم برای افزایش عملکرد در واحد سطح این بود که ۸ آفت پنبه را در سامانه پایش عوامل خسارت‌زای گیاهی با همکاری سازمان حفظ نباتات ایران از قبل کشت، پایش کردیم و اطلاعات لازم را برای مبارزه و کنترل آفات از طریق سازمان حفظ نباتات در اختیار پنبه‌کاران قرار دادیم.

تخصیص ۱۸۰ میلیارد تومان تسهیلات ۴ درصدی برای خرید کمباین پنبه

یکی از مشکلاتی که در حوزه پنبه اصولاً وجود دارد بحث کمبود ماشین‌آلات

فدراسیون بین المللی تولیدکنندگان نساجی گزارش کرد:

کاهش سطح آلودگی‌های پنبه در مقیاس جهانی

از سال ۱۹۸۹ رسیده است. بر اساس این گزارش، ۱۰ نوع پنبه‌ای که بیشترین چسبندگی در مورد آنها اعلام شده از مبدأ افغانستان، ایالات متحد آمریکا (مناطق پیم، آریزونا)، تاجیکستان، کامرون، برزیل، آرژانتین، هند، سودان و زیمبابوه بوده‌اند، در مقابل، پنبه‌های بررسی شده از مبدأ پاکستان، چین، یونان، آفریقای جنوبی، موزامبیک، سودان، ایالات متحد آمریکا (منطقه ممفیس) و اوگاندا، فاقد چسبندگی بوده‌اند یا به طور جزئی از این عامل تاثیر پذیرفته‌اند.

تکه‌های پوشش بذر

وجود تکه‌های پوشش بذر در پنبه کشت شده همچنان یک مشکل مهم برای ریسندگی‌ها در سراسر جهان است. بر اساس این نظرسنجی، ۳۳ درصد از تمام پنبه مصرف شده توسط ریسندگی‌ها در سال ۲۰۲۲، حاوی مقادیر متوسط یا قابل توجهی از تکه‌های پوشش بذر بوده‌اند (همانند سال ۲۰۱۹). همچنین ۱۰ نوع پنبه که بیشتر تحت تاثیر تکه‌های پوشش بذر بوده‌اند، متعلق به کشورهای افغانستان، پاکستان، هند، تانزانیا، مصر، ترکیه و توگو هستند. در مقابل، ۱۰ نوع پنبه با کمترین مقادیر تکه‌های پوشش بذر، در کشورهای سودان، کامرون، استرالیا، یونان، اسپانیا، چین و مکزیک تولید شده‌اند.

مشخص شده است. بر این اساس، ۵ درصد از تمام پنبه‌های فرآوری شده در حد متوسط یا شدید، به «قیر» آلوده شده‌اند و ۴۳ درصد از کل پنبه‌های فرآوری شده در حد متوسط یا شدید، حاوی «مواد آلی» شامل برگ، پر، کاغذ، چرم و ... بوده‌اند. سایر آلاینده‌های جدی پنبه عبارتند از: رشته‌های ساخته شده از فیلم پلاستیکی (۳۱ درصد)، پارچه‌های ساخته شده از فیلم پلاستیکی (۳۹ درصد)، رشته‌های ساخته شده از پلاستیک بافته شده (۳۰ درصد) و همچنین مواد غیرآلی-گرد و خاک (۲۹ درصد).

بر اساس این گزارش، ۱۰ مورد از آلوده‌ترین پنبه‌های بررسی شده در این نظرسنجی از مبدأ هند، پاکستان، افغانستان، توگو و تانزانیا بوده‌اند. در مقابل، ۱۰ نوع پنبه خام با کمترین آلودگی شناسایی شده، در کشورهای اسپانیا، چین، استرالیا، ایالات متحد آمریکا و مکزیک تولید شده‌اند.

چسبندگی پنبه

از سوی دیگر، وجود پنبه چسبنده همانطور که بسیاری از کارخانجات ریسندگی جهان عنوان کرده‌اند، تقریباً در ۱۰ سال گذشته روند کاهشی داشته است به طوری که از ۲۳ درصد در سال ۲۰۱۳ به ۱۲ درصد در سال ۲۰۲۲ کاهش یافته و در حال حاضر به پایین‌ترین سطح

گروه مترجمین مجله: نظرسنجی مربوط به «میزان آلودگی موجود در پنبه-سال ۲۰۲۲» توسط فدراسیون بین‌المللی تولیدکنندگان نساجی (ITMF) منتشر شده است. این نسخه، ۱۰۴ کارخانه ریسندگی واقع در ۲۱ کشور جهان را در بر می‌گیرد که ۷۸ گونه مختلف پنبه را ارزیابی کرده‌اند. نظرسنجی سال ۲۰۲۲ نشان می‌دهد که سطح آلودگی پنبه خام ناشی از مواد خارجی و همچنین چسبندگی پنبه، در قیاس با سال ۲۰۱۹ کاهش یافته است. در عین حال، وجود تکه‌های مربوط به پوشش بذر پنبه، تغییری نسبت به گذشته نداشته است. این نظرسنجی همچنین تفاوت‌های قابل توجهی را بین گونه‌های مختلف پنبه نشان می‌دهد.

آلودگی به مواد خارجی

طبق ارزیابی کارخانجات ریسندگی از سراسر جهان، درصد پنبه‌هایی که در حد متوسط یا شدید به مواد خارجی آلوده بوده‌اند، از ۲۵ درصد در سال ۲۰۱۹ به ۲۲ درصد در سال ۲۰۲۲ کاهش یافته است. نگاه دقیق‌تر نشان می‌دهد که ۶ درصد از کل پنبه‌های ارزیابی شده، به طور جدی توسط نوع یا انواعی از مواد خارجی آلوده شده‌اند، در حالی که ۱۶ درصد تنها به طور متوسط حاوی آلودگی خارجی بوده‌اند. میزان و گستره آلودگی، به طور کامل بر اساس نتایج مربوط به هر آلاینده



عضو هیئت مدیره سازمان مرکزی تعاون روستایی:

کاهش ۶۰ درصدی مصرف آب با اجرای الگوی کشت پنبه



عضو هیئت مدیره سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران اقدامات و ظرفیت‌های برخی شرکت تعاونی‌ها مانند پنبه‌کاران داراب را مهم و اثرگذار دانست و افزود: جای خالی چنین تعاونی‌های موفق در سطح شبکه تعاون روستایی کشور احساس می‌شود و مشابه این تعاونی‌ها در سطح کشور به ندرت دیده می‌شود. به گزارش سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران، منوچهر توسلی اظهار داشت: تغییر الگوی کشت که مورد نظر وزارت جهاد کشاورزی است به خوبی در شهرستان داراب توسط شرکت پنبه‌کاران اجرا شده و همین امر سبب افزایش ۴ برابری راندمان تولید محصولات کشاورزی و کاهش ۶۰ درصدی مصرف آب شده است. وی همچنین به اهمیت مکانیزاسیون اشاره و خرید یک دستگاه کمباین وش چین پنبه را اقدام هوشمندانه شرکت پنبه‌کاران قلمداد کرد و افزود: کاشت، داشت و برداشت مکانیزه پنبه، یکی از خدمات اثرگذار این شرکت به تولیدکنندگان بوده چرا که انجام این مراحل با سرعت و دقت لازم سبب افزایش ۴ برابری تولید و کاهش حدود ۶۰ درصدی مصرف آب و افزایش کیفیت پنبه و پنبه‌دانه می‌شود و با برداشت مکانیزه پنبه، طلای سفید ارزش واقعی خود را به دست می‌آورد.

می‌تواند در بهبود معیشت خانوار کشاورز در مناطق دچار تنش مثمر و اثرگذار باشد. او با بیان اینکه سازمان جهاد کشاورزی استان فارس سیاست ایجاد زنجیره‌های ارزش و تولید را دنبال و حمایت می‌کند، عنوان کرد: در محصول پنبه این آمادگی وجود دارد که در کنار کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی، کارخانه‌های روغن کشتی نیز ایجاد شود، همچنین قابلیت استفاده از پنبه‌دانه در صنعت تولید خوراک دام نیز وجود دارد که با بسترسازی مناسب و اعطای تسهیلات از سرمایه‌گذاری در این بخش حمایت می‌کنیم. دهقان‌پور با اشاره به اینکه استان فارس از قطب‌های تولید پنبه در کشور به شمار می‌آید، بیان کرد: محصول پنبه تولیدی این استان از کیفیت مطلوبی برخوردار است و عمدتاً در شهرستان‌های داراب، فسا، زرین دشت، لارستان، استهبان، سروستان، اوز، خنج، گراش، جهرم، مهر، فراشبند و لامرد تولید می‌شود.

محصول در مزارع این استان، به طور میانگین افزایش حدود ۲۰ درصدی نسبت به سال‌های گذشته داشته است. مجتبی دهقان پور در حاشیه بازدید از یک کارخانه پنبه‌پاک‌کنی در شهرستان فسا تصریح کرد: میانگین تولید وش پنبه در هر هکتار از مزارع این استان به حدود ۳۷۰۰ کیلوگرم رسیده است که میزان تولید کل استان قریب به ۸۰ هزار تن پیش‌بینی می‌شود. این مقام مسئول با اشاره به سطح بیش از ۲۲ هزار هکتاری مزارع پنبه استان فارس در سال جاری اظهار کرد: اجرای برنامه‌های آموزشی و ترویجی، تهیه و توزیع بذور مرغوب و رصد و پایش آفات و بیماری‌ها در مزارع به منظور کسب پیش‌آگاهی برای مبارزه و مدیریت آفات از جمله اقدامات انجام‌شده در برنامه افزایش بهره‌وری تولید پنبه بوده است. وی با اذعان به اینکه توسعه کشت پنبه در مناطقی که با محدودیت منابع آب و خاک مواجه‌ایم می‌تواند صورت پذیرد، ابراز کرد: توسعه کشت پنبه

افزایش تولید وش پنبه

در فارس محقق شد

در همین ارتباط، رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان فارس نیز گفت: در سال جاری، با اجرای برنامه‌های افزایش بهره‌وری تولید پنبه در واحد سطح، میزان عملکرد این

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران گزارش داد:

آسیب‌شناسی درآمدهای مالیاتی در لایحه بودجه ۱۴۰۲

۱۲۸ درصدی مالیات بر درآمد شرکت‌های غیردولتی در لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ نسبت به قانون بودجه سال ۱۴۰۱ که قرار است نسبت به سایر انواع مالیات‌ها، بیشترین میزان از کل درآمد مالیاتی لایحه بودجه را تامین کند (سهمی در حدود ۳۰٫۹ درصد)، به تنهایی گواه این مدعا است.

بخشی از رشد ۱۲۸ درصدی مورد اشاره، ناشی از نرخ تورم بالای اقتصاد در سال جاری است. باید توجه داشت اخذ «مالیات تورمی»، توان تجهیز واقعی بنگاه‌های اقتصادی را کاهش خواهد داد و این مورد در کنار افزایش قیمت نهاده‌های وارداتی (به دلیل افزایش قیمت ارز) و افزایش قیمت نهاده‌های داخلی (به دلیل تورم)، کاهش توان تولیدی بنگاه‌ها را رقم خواهد زد. به این ترتیب با تخلیه این منابع به دلیل مالیات‌ستانی، نیاز به تامین منابع با استقراض از بانک‌ها (که وضعیت مطلوبی ندارند) افزایش خواهد یافت.

مشکل دیگری که از ناحیه رشد ۱۲۸ درصدی مالیات بر درآمد شرکت‌های غیردولتی و در یک کلام بیش‌برآوردی مالیاتی برای بنگاه‌های تولیدی ایجاد خواهد شد، اعمال فشار مضاعف از سوی مأموران وصول مالیات بر بخش خصوصی و نامناسب‌تر شدن محیط کسب‌وکار است. با توجه به عدم گسترش پایه‌های مالیاتی و کاهش معافیت‌های مالیاتی در قوانین مرتبط در سال‌های اخیر و عدم توان جلوگیری از فرار مالیاتی به دلیل عدم ایجاد زیرساخت مناسب اطلاعاتی از

و ث (محدود کردن برخورداری واحدهای صنعتی و معدنی از معافیت سرمایه‌گذاری در مناطق کمتر توسعه‌یافته) تبصره ۶، افزایش میزان مالیات بر درآمدهای اشخاص حقوقی به صورت مستقیم و یا از طریق محدود کردن معافیت‌های موجود دنبال شده و بنابراین اثر منفی بر تولید و اعمال فشار مضاعف بر بخش خصوصی ایجاد خواهد کرد.

اهداف متناقض مورد اشاره در حالی قرار است بر اساس لایحه حاضر محقق شود که در شرایط فعلی اقتصاد ایران، فعالیت‌های تولیدی رسمی که در چمبره‌ای از کژکارکردی‌های نظام مالیاتی، کمبود تقاضای مؤثر، بی‌ثباتی متغیرهای قیمتی کلیدی به ویژه افزایش قیمت انرژی (خصوصاً قیمت گاز طبیعی در صنایع انرژی‌بر)، نرخ ارز و نرخ بهره، کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش، قطعی مکرر گاز طبیعی در زمستان و برق در تابستان و ... گرفتار شده‌اند، باید فشار اصلی تامین مالی منابع عمومی دولت را بر دوش بکشند و بیش از پیش در خط مقدم مالیات‌ستانی قرار گیرند. افزایش

بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۲، حاکی از آن است که این لایحه شامل ملغمه‌ای از بندهای مالیاتی با اهداف متناقض و دارای پیامی جدی برای تولید و بخش خصوصی مبنی بر فشار بیش از پیش از ناحیه سیاست‌های مالیاتی است.

در حالی که بر اساس برخی از بندهای مالیاتی لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ از جمله بند (ت) تبصره ۶ مبنی بر کاهش نرخ مالیات موضوع ماده (۱۰۵) قانون مالیات‌های مستقیم اشخاص حقوقی دارای پروانه بهره‌برداری در فعالیت‌های تولیدی حداکثر تا معادل هفت واحد درصد (۷ درصد) و بند (ه) تبصره ۲ مبنی بر مشمول مالیات شدن با نرخ صفر سودهای تقسیم‌نشده شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس و فرابورس، قرار است با هدف حمایت از تولید و تشویق سرمایه‌گذاری در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس و فرابورس، میزان مالیات بر درآمد اشخاص حقوقی کاهش یابد، در برخی دیگر از بندها از جمله بندهای ل (توقف کاهش نرخ‌های مالیاتی)، ن (حذف معافیت مالیاتی صادرکنندگان مواد خام و نیمه‌خام)

جدول ۱. درآمدها در لایحه بودجه ۱۴۰۲ (ارقام به هزار میلیارد تومان)

شرح	قانون ۱۴۰۱		لایحه ۱۴۰۲		رشد
	رقم	سهم	رقم	سهم	
درآمدها	۶۹۹٫۶۰	-	۹۷۸٫۱۹	-	۳۹٫۸
▪ درآمدهای مالیاتی	۵۶۱٫۷۰	۸۰٫۳	۸۲۶٫۲۹	۸۴٫۵	۴۷٫۱
▪ درآمدهای حاصل از مالکیت دولت	۸۷٫۴۷	۱۲٫۵	۹۶٫۰۲	۹٫۸	۹٫۸
▪ سایر (فروش کالا، جرایم و خسارت، متفرقه)	۵۰٫۴۳	۷	۵۵٫۸۸	۵٫۷	۱۰٫۷۹



حاضر چنین استدلال می‌شود که افزایش درآمدهای مالیاتی به منظور تغییر ترکیب منابع دولت به سمت منابع پایدار به یک ضرورت تبدیل شده است. اما باید توجه داشت این موضوع زمانی به نتیجه خواهد رسید که اراده کافی برای کنترل سمت هزینه‌های دولت و کوچک‌سازی آن وجود داشته باشد. در غیر این صورت در مسابقه بین افزایش مالیات‌ها و افزایش هزینه‌های دولت همواره کسری تراز عملیاتی (بیشتر بودن هزینه‌های جاری دولت از درآمدهای دولت) تداوم خواهد داشت. البته این اتفاق در لایحه بودجه ۱۴۰۲ نیز روی داده است.

به رغم افزایش شدید مالیات‌ها، رشد در حدود ۴۸ درصدی هزینه‌های دولت موجب افزایش کسری تراز عملیاتی شده است. لذا شرط کافی برای اثربخشی افزایش مالیات‌ها، کنترل هزینه‌های دولت است که در لایحه پیشنهادی به آن توجه نشده است.

بر این اساس، مرکز پژوهش‌های اتاق ایران پیشنهاد کرده مجلس درباره قابلیت وصول منابع مالیاتی پیش‌بینی شده در لایحه و آثار تصمیمات اتخاذ شده در این حوزه، بررسی‌ها و تعدیل‌های لازم را انجام دهد.

فعالیت‌های اقتصادی؛ رشد ۱۲۸ درصدی مورد اشاره و افزایش درآمدهای مالیاتی موردنظر در لایحه بودجه، صرفاً می‌تواند از طریق اعمال فشار بیشتر مودیان شناسنامه‌دار و شفاف فعلی به انواع و اقسام روش‌ها، توسط ماموران وصول مالیاتی، محقق گردد و این به مفهوم تنگنای اقتصادی بیشتر برای فعالان اقتصادی بخش خصوصی آن هم در شرایط رکود اقتصادی است. نکته مهمی که باید درباره افزایش درآمدهای مالیاتی در لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ مد نظر قرار داد این است که در حال

جدول ۲. درآمدهای مالیاتی در لایحه بودجه ۱۴۰۲ (ارقام به هزار میلیارد تومان)

شرح	قانون ۱۴۰۱		لایحه بودجه ۱۴۰۲		رشد نسبت به عملکرد	رشد نسبت به قانون
	رقم	سهم	پیش‌بینی عملکرد	درصد تحقق		
درآمدهای مالیاتی	۵۶۱.۷۰	-	۵۰۴	۸۹.۷	۸۲۶.۲۹	۴۷.۱۱
مالیات‌های مستقیم	مالیات اشخاص حقوقی	۱۳۳.۶	۲۳.۸	۱۶۹	۱۲۶.۵	۱۱۹.۸
	مالیات شرکت‌های غیردولتی	۱۱۲.۱	۲۰.۰			۱۲۸.۰
	مالیات عملکرد شرکت‌های دولتی	۱۱.۶	۲.۱			۷۶.۳
	مالیات بر درآمدها	۸۴.۲	۱۵.۰	۸۷	۱۰۳.۳	۴۳.۵
	مالیات بر ثروت	۲۷.۵	۴.۹	۱۶	۵۸.۲	۳۵.۵
	جمع	۲۴۵.۳۵	۴۳.۶۸	۲۷۱	۱۱۰.۵	۸۴.۱۴
	مالیات‌های غیرمستقیم	مالیات بر واردات	۱۰۷.۲	۱۹.۱	۴۶	۴۲.۹
مالیات بر کالاها و خدمات		۲۰۹.۱	۳۷.۲	۱۸۶	۸۹.۰	۱۸.۷
مالیات بر ارزش افزوده		۱۴۹.۴	۲۶.۶			۶.۳
جمع		۳۱۶.۳۴	۵۶.۳۲	۲۳۳	۷۳.۷	۱۸.۳۹

رئیس اتاق ایران در بیست و هفتمین نشست هیئت نمایندگان مطرح کرد:

دهه ۹۰، دهه شوک‌های ارزی، توقف رشد و تورم‌های پایدار

منابع دولت به سمت منابع پایدار است که موضوع درستی است؛ اما تا زمانی که اراده کافی برای کنترل سمت هزینه‌های دولت وجود نداشته باشد، فشارهای مالیاتی کفاف هزینه‌های دولت را نخواهد دارد و صرفاً عرصه را به بخش خصوصی تنگ خواهد کرد. بیش‌آورد مالیات‌ها به معنای فشار مضاعف مأموران وصول مالیات به بخش خصوصی شفاف و شناسنامه‌دار است.



- موضوع سوم، سیاست‌های مالیاتی متناقض در لایحه بودجه است. دولت از یک‌سو نرخ مالیات اشخاص حقوقی را ۷ درصد کاهش داده اما از طرف دیگر احکام قوانین دائمی مالیاتی کشور را حذف کرده است. در مجموع، برآوردها این است که فشارهای مالیاتی بنگاه‌های تولیدی در سال ۱۴۰۲ افزایش خواهد یافت.

- نکته چهارم، نرخ حقوق گمرکی ورودی نهاده‌های تولید است. در لایحه سال آتی، کاهش ۳ واحد درصدی حقوق گمرکی تنها برای کالاهای اساسی و دارو در نظر گرفته شده است و متأسفانه نهاده‌های تولید از جمله مواد اولیه، ماشین‌آلات و تجهیزات وارداتی را شامل نمی‌شود. در حال حاضر، با جهش‌های شدید نرخ ارز، واردات مواد اولیه، ماشین‌آلات و تجهیزات بسیار پرهزینه شده و نقدینگی فعالان اقتصادی به شدت متأثر شده است. خوشبختانه در کمیسیون تلفیق، کاهش ۳ واحد درصدی در نرخ حقوق ورودی برای

تبصره‌های بودجه است. بررسی‌های مرکز پژوهش‌های اتاق ایران نشان می‌دهد رویکردها و سیاست‌های اتخاذ شده در لایحه بودجه، تقویت‌کننده فعالیت‌های تولیدی بخش خصوصی نیست و می‌تواند تنگناهای جدیدی را برای فعالیت آنها در سال آینده به وجود آورد.

- مسئله اول، اضافه برآوردهایی است که در منابع عمومی دولت صورت گرفته و کم برآوردی در هزینه‌های دولت. می‌توان گفت لایحه بودجه ۱۴۰۲ با کسری پنهان تنظیم شده است که همچون سال‌های گذشته، نرخ ارز را به‌عنوان متغیر ترازکننده بودجه در مرحله اول اجرا تبدیل کند و می‌تواند تبعات تورمی و رکودی به همراه داشته باشد.

- مسئله دوم، رویکرد دولت به اخذ مالیات است. یکی از استدلال‌های مهم درباره افزایش مالیات‌ها، تغییر ترکیب

سخنرانی غلامحسین شافعی، رئیس اتاق ایران در آخرین نشست از دوره نهم هیئت نمایندگان، شامل دو بخش بود. بخش اول آن به لایحه بودجه ۱۴۰۲ و نگرانی‌های بخش خصوصی از برخی مفاد این لایحه اختصاص داشت که در جریان نشست هیئت نمایندگان به دلیل مدیریت وقت ایراد نشد. بخش دوم این سخنرانی به موضوع روز اتاق، یعنی انتخابات دهمین دوره هیئت نمایندگان اختصاص داشت که در آن ضمن شفاف‌سازی در مورد چرایی عدم حضور شافعی در انتخابات دوره جدید، به عملکرد اتاق ایران در دهه ۹۰ نیز پرداخته شد. متن کامل سخنرانی رئیس اتاق ایران بدین شرح است:

با عرض سلام و خیرمقدم خدمت اعضای محترم هیئت نمایندگان اتاق ایران مستحضرید که کلیات بودجه ۱۴۰۲ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده و کمیسیون تلفیق بودجه در حال بررسی

شرکت در مجامع و شوراهای تصمیم‌گیری و انجام وظایف قانونی خود، (اتاق ایران از سال ۹۸ تا ۱۴۰۰ در ۳۲۰۴ نشست مهم حضور داشته است) تا حد امکان حاکمیت را از اتخاذ تصمیمات غیرکارشناسی و مخرب بر حذر دارد تا جریان تولید و تجارت بیش از این آسیب نبیند اما به این واقعیت باید توجه کرد که در ظاهر از اتاق ایران به‌عنوان نماینده بخش خصوصی یاد می‌شود و مرتباً از مشارکت بخش خصوصی در سیاست‌گذاری‌ها و حتی متأسفانه برخی اوقات از اعمال نفوذ اتاق سخن گفته می‌شود اما در عمل این‌گونه نیست و در بسیاری مجامع، تنها رأی بخش خصوصی در مجامع و شوراهای مملو از بوروکرات‌های دولتی، ره به‌جایی نمی‌برد و عملاً تأثیرگذاری بخش خصوصی در تصمیمات را به حداقل می‌رساند یا حتی بلااثر می‌کند.

هدف بنده، ارائه گزارش عملکرد اتاق در این جلسه نیست؛ زیرا این موضوع نیاز به وقت کافی دارد و گزارش عملکرد به‌صورت مستند تهیه شده که به‌موقع برای همه اعضای محترم ارسال خواهد شد و در آینده نکات دیگر و مفصلی خدمت هیئت نمایندگان تقدیم خواهیم کرد و بسیاری از ناگفته‌هایی که وجود دارد و امیدوارم بتوانم به عرض شما بزرگواران برسانم.

درنهایت، ضمن سپاس از شما سروران ارجمند در اتاق ایران، اتاق‌های سراسر کشور و تشکل‌های محترم بابت همه کاستی‌هایی که داشته‌ام و به آن معترفم که علی‌رغم تلاش‌های صادقانه نتوانسته‌ام پاسخ مناسبی به شما بدهم، از همه شما پوزش می‌طلبم و توفیقات بخش خصوصی و سربلندی همه شما را از درگاه خداوند متعال آرزومندم.

مشکلات این بخش آگاه ساخته و آنان را برای کاهش پیچیدگی‌ها، دشواری‌ها، ابهام‌ها، ریسک‌ها و هزینه‌های بیهوده و اضافه که بر فعالان اقتصادی وارد می‌شود، ترغیب کنیم؛ اما بازهم دریغ که هرچه من و همکارانم کوشیدیم به نتیجه مطلوب نرسیدیم. آن‌گونه که متخصصین دانش مدیریت بیان می‌کنند، عملکرد هر سیستم را باید در چارچوب اکوسیستم یا محیط پیرامونی آن ارزیابی کرد. یک دهه اخیر در تاریخ اقتصاد ایران توأم با شوک‌های بیرونی و درونی فراوانی بوده است. شوک تحریم‌ها، شوک ارزی سال‌های ۹۱ و ۹۲، شوک کاهش شدید قیمت نفت در سال ۹۳، توافق برجام و سپس خروج آمریکا از برجام و در پی آن شوک ارزی سال ۹۷، شوک تثبیت نرخ ارز، شوک حذف ایران از بازار جهانی نفت، شوک شیوع کرونا که اقتصاد را دو سال درگیر کرد و در دو سال اخیر مجدداً شوک افزایش نرخ ارز اقتصاد ایران را به شدت متاثر ساخت.

در یک جمله، دهه ۹۰ را می‌توان دهه شوک‌های ارزی، دهه توقف رشد و در نیمه دوم، دهه تورم‌های پایدار بیش از ۳۰ درصد، دهه خروج بی‌سابقه نیروی انسانی توانمند از کشور و دهه توقف سرمایه‌گذاری دانست. مجموعه این پدیده‌ها موجب شده است که متأسفانه اقتصاد ایران از عرصه اقتصاد بین‌الملل تقریباً حذف شود. یک توجه جدی به سخنان مقام معظم رهبری در دیدار با فعالان اقتصادی، واقعیت‌ها را به‌درستی مشخص می‌کند.

واقعیت آن است که انتظارات از اتاق در این دوره را باید با این چارچوب محیطی سازگار کرد. اتاق ایران در این شرایط سخت و توأم با نااطمینانی‌های گسترده، تلاش کرد با ارائه نظرات کارشناسی و

ماشین‌آلات و تجهیزات تصویب شد. از مجلس محترم انتظار می‌رود کاهش نرخ برای تأمین مواد اولیه و واسطه‌ای تولید را نیز مدنظر قرار دهند.

- نکته پنجم و یکی دیگر از تبصره‌های لایحه بودجه سال آینده که نگرانی بخش خصوصی را به همراه دارد، افزایش قیمت انرژی بخش تولید است. همان‌گونه که امسال شاهد بودیم، تأمین برق و گاز واحدهای صنعتی به‌شدت دشوار شد و شرکت‌های صنعتی و کارگاه‌های تولیدی اولین گزینه برای قطع برق و گاز بودند. نکته جالب‌توجه آن است که به‌رغم این افزایش‌ها در قیمت انرژی، صنایع هیچ اطمینان خاطر برای تأمین پایدار سوخت و انرژی ندارند.

افزایش قیمت انرژی در کنار تعطیلی‌ها و خاموشی‌های اجباری که به صنایع تحمیل می‌شود، زنجیره تولید را متاثر کرده است. بخش خصوصی از دولت و مجلس انتظار اجرای قانون را دارد و با توجه به زیان‌های غیرقابل جبرانی که در سال جاری به صنایع کشور تحمیل شده، انتظار می‌رود مطابق با ماده ۵ آیین‌نامه اجرایی ماده ۲۵ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار در لایحه بودجه ۱۴۰۲ ردیف بودجه‌ای مشخصی برای جبران خسارت قطع برق و گاز صنایع در نظر گرفته شود.

همکاران ارجمند

این آخرین جلسه هیئت نمایندگان دوره نهم اتاق ایران است. این سال‌ها با هم کوشیدیم تا بلکه برای انسجام درونی و همکاری گروهی برای موفقیت بخش خصوصی و توسعه فعالیت‌های اقتصادی تلاش کنیم و نهادهای حاکمیتی را از

بررسی رشد اقتصادی و مصرف خصوصی در ۱۵ سال گذشته

وقتی از جیب می خوریم

به شکل قابل توجهی بیشتر از سرعت رشد اقتصاد بوده است؛ در حالی که انباشت سرمایه در همین بازه زمانی به شدت کاهش یافته است. از همین رو سهم مصرف از حجم اقتصاد ایران در طول سالیان گذشته بالاتر رفته و سهم سرمایه‌گذاری یا انباشت سرمایه از حجم اقتصاد پایین آمده است.

بر این اساس می‌توان گفت که مردم فشار این رکود اقتصادی را با کاهش پس‌انداز و سرمایه‌گذاری جبران کرده و تا جای ممکن، مصرف را در یک سطح مشخص حفظ کرده‌اند. به عبارت دیگر، ضربه اصلی این رکود به انباشت سرمایه بوده و مردم بیشتر از جیب خود و جیب آینده اقتصاد خورده‌اند. البته این امر به معنی عدم فشار بر مصرف و کاهش آن نیست، بلکه بدین معنا است که فشار و ضربه به سرمایه‌گذاری و پس‌انداز به نسبت فشار به مصرف بیشتر بوده است. در ادامه این گزارش به بررسی رابطه مصرف متوسط و رشد اقتصادی در ۱۵ سال گذشته اقتصاد ایران پرداخته شده است.

مصرف و رشد در اقتصاد کلان

از تقسیم مصرف به تولید ناخالص داخلی (سهم مصرف از حجم اقتصاد)، مصرف متوسط به دست می‌آید. از منظر اقتصاد کلان، مصرف متوسط رفتار ضدچرخه‌ای دارد. به بیان ساده‌تر، هر زمان که اقتصاد وارد رکود می‌شود و رشد منفی را تجربه می‌کند، سهم مصرف از حجم اقتصاد افزایش می‌یابد و هر زمان که وارد دوره رونق و رشد مثبت می‌شویم، سهم مصرف از حجم اقتصاد کاهش خواهد یافت.

بر اساس این نظریه مصرف دارای یک چسبندگی بوده و تغییر مصرف سریع و راحت رخ نمی‌دهد. از همین رو زمانی که رشد اقتصادی منفی به ثبت می‌رسد و حجم اقتصاد کوچک می‌شود، مردم در وهله اول فشار این رشد منفی را با کاهش پس‌انداز پاسخ می‌دهند و مصرفشان به اندازه کاهش حجم اقتصاد، کم نمی‌شود. به بیان ساده‌تر، زمانی که اوضاع اقتصاد بد می‌شود و درآمد کاهش می‌یابد، مردم ابتدا پس‌انداز و سرمایه‌گذاری خود را کاهش می‌دهند و تا جای ممکن سعی می‌کنند میزان مصرف خود را کاهش کمتری بدهند و تغییرات سبب مصرفی‌شان را به حداقل



بررسی‌ها نشان می‌دهد در طول ۱۵ سال گذشته سهم انباشت سرمایه از حجم اقتصاد ایران نوسانی بوده، اما موردی که می‌توان به طور حتم بیان کرد این است که این شاخص روندی نزولی داشته است. سوال این است که آیا ایرانیان فشار رکود اقتصادی را با کاهش پس‌انداز پاسخ داده‌اند؟

۱۰ سال گذشته اقتصاد ایران را می‌توان در یک جمله خلاصه کرد: «دهه از دست رفته». میانگین رشد اقتصادی ایران در یک دهه گذشته حدود یک درصد برآورد شده است. همچنین حجم حقیقی اقتصاد ایران در پایان سال گذشته نسبت به سال ۸۹ تنها ۹,۷ درصد رشد داشته و به بیان ساده‌تر تولید ناخالص داخلی ایران طی بیش از ۱۰ سال تنها حدود ۱۰ درصد بزرگ‌تر شده است.

علت کاهش شدید قدرت اقتصادی

برخی از کشورهای در حال توسعه سالانه چنین نرخ‌های رشدی را به ثبت می‌رسانند، در حالی که اقتصاد ایران این نرخ رشد را برای یک بازه زمانی بیش از یک‌دهه‌ای تجربه کرده است. در عین حال که اقتصاد ایران عملاً در سالیان گذشته درجا زده، جمعیت کشور افزایش چشمگیری داشته که این امر منجر به کاهش شدید درآمد سرانه و کاهش قدرت اقتصادی جامعه شده است.

سرعت رشد مصرف از سرعت رشد اقتصاد جلو زد

بررسی‌ها نشان می‌دهد سرعت رشد مصرف در یک دهه گذشته



است که این شاخص روندی نزولی داشته است.

رشد مصرف، سه برابر رشد کیک اقتصاد

همانگونه که گفته شد، اقتصاد ایران در طول ۱۰ سال گذشته تنها ۱۰ درصد بزرگتر شده؛ در حالی که مصرف خصوصی ۲۸٫۶ درصد رشد داشته است. به بیانی، رشد مصرف حدود سه برابر رشد کیک اقتصاد بوده است. زمانی که رشد مصرف سریعتر بوده، به طبع از سایر بخشها کاسته شده است. بر همین اساس، حجم انباشت سرمایه از حدود ۱۷۰ هزار میلیارد تومان در سال ۹۰ به زیر ۱۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده است. به عبارت دیگر، انباشت سرمایه در ایران طی ۱۰ سال گذشته بالغ بر ۴۱ درصد کاهش یافته است.

بررسیها و محاسبات نشان می‌دهد در ۱۵ سال گذشته رابطه مصرف متوسط و سرمایه متوسط در اقتصاد ایران منفی بوده و ضریب همبستگی منفی نسبتا قابل قبولی بین این دو متغیر برقرار است. به عبارتی، هر زمان که سهم مصرف از حجم اقتصاد بالا رفته، در آن سو سهم سرمایه‌گذاری از حجم اقتصاد پایین آمده است.

انباشت سرمایه یا به عبارتی همان سرمایه‌گذاری، اصلی‌ترین عامل رشد اقتصادی و بزرگتر شدن کیک اقتصاد است. چنانچه بنا باشد روند فعلی اقتصاد ایران در چند سال گذشته، در آینده نیز تکرار شود و حجم انباشت سرمایه از مقدار کنونی هم کمتر شود، یقینا رشد مثبتی در انتظار کشور نخواهد بود.

از نقطه‌ای به بعد، انباشت سرمایه دیگر کشش کم شدن نخواهد داشت و تمام فشار رشد منفی به مصرف خصوصی منجر خواهد شد. البته اکنون نیز در برخی از دهکها شاهد این هستیم که رکود اقتصادی به شدت مصرف را تحت تاثیر قرار داده و در صورت تداوم این روند، این موضوع به دهکها بالایی نیز سرایت خواهد کرد.

هرچه درآورده‌ایم، خورده‌ایم؟

یقینا در چند سال گذشته نسبت به دهه ۸۰ مردم ایران به طور متوسط نسبت بیشتری از درآمد خود را مصرف کرده‌اند. به عنوان مثال اگر ایرانیان در دهه پیشین ۷۰ درصد درآمد خود را مصرف می‌کردند، با توجه رکود اقتصادی چند سال اخیر و کاهش درآمد مجبور شده‌اند درصد بیشتری از درآمدها را مصرف کنند. به طور کلی از منظر اقتصاد کلان، میل نهایی به مصرف در دوران رکود بالا می‌رود.

منبع: اکو ایران

برسانند. بر این اساس، سرعت کاهش مصرف در زمان رکود کمتر از سرعت کاهش حجم اقتصاد است که این امر موجب افزایش مصرف متوسط می‌شود. همچنین در زمان رونق سرعت رشد مصرف کمتر از سرعت رشد اقتصاد است که منجر به کاهش متوسط مصرف می‌شود. البته بالا و پایین شدن مصرف متوسط برای دوره‌های کوتاه‌مدت و سالانه است و در بلندمدت، مردم مصرف خود را با حجم اقتصاد تطابق می‌دهند و به یک نرخ مصرف متوسط تعادلی می‌رسیم.

مصرف متوسط و رشد اقتصادی در ایران

سهم مصرف خصوصی از حجم حقیقی اقتصاد ایران در سال ۸۵ حدود ۴۴ درصد بوده است؛ در حالی که این سهم در بهار سال جاری به ۵۴ درصد رسیده است. همانگونه که گفته شد اقتصاد ایران در چندین سال گذشته در رکود نسبی بوده و همین امر نیز موجب شده تا سهم مصرف از تولید ناخالص داخلی ایران افزایش یابد. بررسیها نشان می‌دهد رابطه رشد اقتصادی و مصرف متوسط در ایران تا حدی منفی و عکس هم بوده و هر زمان که شاهد رشد اقتصادی منفی بوده‌ایم، مصرف به دلیل چسبندگی‌ای که دارد، به اندازه کاهش حجم اقتصاد کم نشده و مصرف متوسط بالا رفته است.

البته برای برهه‌هایی چنین نبوده و مصرف متوسط و رشد اقتصادی هم‌راستا عمل کرده‌اند. به عنوان مثال، در دوران کرونا به دلیل محدودیت‌های کرونایی مصرف خصوصی در کشور منفی شد و پس از پایان نسبی کرونا رشد اقتصادی مثبت به ثبت رسید و همزمان با کاهش محدودیتها، مصرف هم رشد قابل توجهی را تجربه کرد؛ اما به طور کلی می‌توان گفت که در زمانهایی که اقتصاد ایران وارد رکود شده، مردم میزان مصرف خود را به اندازه رکود کاهش نداده‌اند و فشار اصلی رشد اقتصادی منفی را به بخش‌های دیگر منتقل کرده‌اند که در قسمت بعدی گزارش به همین مساله پرداخته شده است.

وقتی از جیب می‌خوریم

سهم انباشت سرمایه از حجم اقتصاد ایران در سال ۹۰ نزدیک ۲۵ درصد بوده است. به بیان ساده‌تر، یک‌چهارم تولید ناخالص داخلی کشور را سرمایه‌گذاری تشکیل می‌داد. این رقم در بهار سال جاری به حدود ۱۳ درصد رسیده است. بررسیها نشان می‌دهد در طول ۱۵ سال گذشته سهم انباشت سرمایه از حجم اقتصاد ایران نوسانی بوده، اما موردی که می‌توان به طور حتم بیان کرد این

بانک مرکزی اعلام کرد:

۴ مرحله دریافت ارز خدماتی از مرکز مبادله طلا و ارز

به جای نظارت پیشینی از سوی دیگر، سرفصل‌های مربوطه با رویکرد تسهیل مقررات توسعه یافتند. از مهم‌ترین سرفصل‌های بازنگری شده ارز خدماتی در مقررات می‌توان به سرفصل‌های ارز درمانی، ارز دانشجویی، ارز ماموریت، ارز مسافرتی، ارز شرکت‌های هواپیمایی داخلی، ارز شرکت‌های ترانزیت زمینی و دریایی و سایر موارد اشاره داشت.

روش کشف نرخ

نرخ معاملات ارزی در مرکز مبادله ارز و طلای ایران در دو تالار نقد و حواله ارز بر مبنای منابع و مصارف ارزی کشور و بر اساس متغیرهای بنیادی اقتصادی کشف و مبنای معاملات فی‌مابین قرار می‌گیرد.

مراحل دریافت ارز خدماتی به طور خلاصه

برای دریافت ارز خدماتی از مرکز مبادله ارزی باید اقدامات زیر انجام شود:

* **گام اول:** ابتدا به یک بانک یا صرافی عضو مرکز مبادله ایران مراجعه کنید و مدارک خود را تحویل دهید. لیست بانک‌ها یا صرافی‌های عضو روی سایت مرکز مبادله ایران به نشانی WWW.ICE.IR قابل مشاهده است.

* **گام دوم:** بانک یا صراف، مدارک را پس از بررسی و اطمینان از تکمیل بودن به نماینده مقیم دستگاه ذی‌ربط در مرکز مبادله ایران تحویل می‌دهد. در صورتی که مدارک نقص داشته باشد یا مورد تأیید نباشد به شما اطلاع‌رسانی می‌شود.

* **گام سوم:** پس از تأیید مدارک توسط نماینده مقیم دستگاه در مرکز مبادله ایران صدور تأییدیه در سامانه ثبت می‌شود و پیشرفت کار به شما اطلاع‌رسانی می‌شود. در صورتی که در بررسی، ایرادی متوجه مدارک بود مراتب به شما اطلاع‌رسانی می‌شود.

* **گام چهارم:** یک روز پس از صدور تأییدیه در سامانه بانک مرکزی و اطلاع‌رسانی به شما، برای دریافت ارز به بانک یا صرافی خود مراجعه کنید. بانک یا صرافی موظف است که پس از صدور تأییدیه نسبت به تأمین ارز درخواستی شما با خرید از مرکز مبادله ایران اقدام کند.

در تمامی مراحل که نیاز به مراجعه متقاضی است، در صورت عدم مراجعه بیشتر از یک هفته پرونده مختومه می‌شود و در صورت تقاضای ارز خدماتی متقاضی باید مجدداً درخواست خود را ثبت کند.

مرکز مبادله ارز و طلا که ابتدا قرار بود چند هفته قبل راه‌اندازی شود، روز سه‌شنبه دوم اسفندماه رسماً افتتاح شد تا در گام نخست، کانال جدید بانک مرکزی برای معاملات ارز، سکه و طلا باشد. پیش‌تر اعلام شده بود که مرکز مبادله ارز و طلای ایران در بهمن‌ماه افتتاح می‌شود اما به گفته رئیس کل بانک مرکزی، مشکلات زیرساختی فنی باعث بروز تاخیر در تحقق این وعده شد.

شورای پول و اعتبار در جلسه ۱۱ بهمن امسال، مصوبه پیشین خود در خصوص بازار متشکل معاملات ارزی را اصلاح و آن بازار را در سطح توسعه‌یافته‌ای به عنوان «مرکز مبادله ارز و طلای ایران» ارتقا داد تا در نهایت دوم اسفند این مرکز جدید راه‌اندازی شود؛ مرکزی که قرار است قیمت دلار، قیمت یورو و همچنین قیمت سکه و برخی نرخ‌های دیگر نظیر قیمت طلا در آن درج شود اما این‌ها برای فاز اول است و در آینده قرار است به مرکزی بزرگتر و کامل‌تر برای معاملات تبدیل شود.

اهداف کلان مرکز مبادله ارز و طلای ایران

ایجاد مرجعیت قیمت، افزایش حجم معاملات رسمی و سهولت دسترسی متقاضیان بازار ارز و طلا از مهم‌ترین اهداف کلان مرکز مبادله ارز و طلای ایران است. این مرکز، همچنین در راستای فعالیت خویش، ابزارسازی و نهادسازی در بازارهای ارز و طلا و تقویت و بهینه‌سازی حداکثری زیرساخت‌های فناوری اطلاعات را دنبال خواهد کرد.

تالار حواله ارزی

منابع لازم ارزی از محل صادرات شرکت‌های صنایع پتروشیمی، مس، معادن، فولاد، پالایش نفت، قیر و سایر صادرکنندگان در تالار حواله ارزی مرکز مبادله ارز و طلای ایران تامین و جهت فروش به واردکنندگان عرضه می‌شود. همچنین تامین ارز بابت واردات دارو، لوازم و تجهیزات پزشکی و کالاهای اساسی همچنان با نرخ ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان بر بستر سامانه نیما کماکان با قوت ادامه خواهد یافت.

تالار ارز خدماتی

با راه‌اندازی مرکز مبادله ارز و طلای ایران ضمن بازنگری صورت‌گرفته در سرفصل‌های تخصیص ارز خدماتی، به منظور پاسخگویی به همه نیازهای واقعی ارزی از یک سو و جایگزینی روش‌های نظارت پسینی



تازه ترین اخبار و اطلاعات مرتبط با نساجی و پوشاک ایران و جهان
را در وبسایت مجله صنعت نساجی و پوشاک دنبال نمایید.

[HTTPS://SANATNASSAJI.COM](https://sanatnassaji.com)

فرم اشتراک مجله صنعت نساجی و پوشاک

نام خانوادگی:	نام:
آخرین مدرک تحصیلی:	محل تولد:
زمینه فعالیت:	نام شرکت:

شهرستان:	شهر:	استان:
تلفن ثابت:		آدرس:
موبایل:		فکس:
ایمیل:		کد پستی:

اشتراک یکساله با پست سفارشی (تهران): ۵۵۰,۰۰۰ تومان
 اشتراک یکساله با پست سفارشی (شهرستان): ۷۰۰,۰۰۰ تومان
 اشتراک یکساله نسخه الکترونیکی (فایل PDF): ۲۰۰,۰۰۰ تومان

خواهشمند است جهت دریافت اشتراک نشریه یا تمدید اشتراک قبلی، ابتدا فرم ذیل را تکمیل نموده و به شماره فکس مجله ارسال نمایید. سپس جهت پیگیری اشتراک با روابط عمومی نشریه «خانم شکوری» تماس حاصل فرمایید.

آدرس دفتر مجله: تهران، خیابان سهروردی شمالی، خیابان شهید توپچی، پلاک ۳۰
 تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (۱۰ خط) فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲ کد پستی: ۱۵۵۸۸۴۳۱۳

HEIMTEXTIL 2023 IN GERMANY GATHERS OVER 44K BUYERS FROM 129 NATIONS

Heimtextil 2023 in Frankfurt am Main, Germany ended on a high note with 44,000 buyers that took advantage of the opportunity to participate in the global market for home and contract textiles and gain a bundled overview of global textile innovations—from fibres, yarns, upholstery and decorative fabrics, functional textiles, outdoor fabrics, artificial leather, and wallpapers to bed and bathroom textiles, mattresses, sleep systems, curtains, and decorative cushions.

The top ten exhibiting countries were China, India, Turkiye, Pakistan, Italy, Germany, Spain, Portugal, France, and Great Britain. The event featured 2,400 exhibitors from 129 nations. The top visitor countries included Germany, Italy, Turkiye, the United States, Great Britain, France, the Netherlands, Spain, Paki-

stan, India, and Greece, according to a press release by the fair's organiser Messe Frankfurt.

"Heimtextil made a powerful return to January and set all the signs for success as a barometer for the trade fair business year—with an outstanding degree of internationalisation of 129 participating nations," said Detlef Braun, member of the executive board of Messe Frankfurt.

Compared to 2020, the leading trade fair for home and contract textiles achieved an increase in the degree of internationalisation—in terms of exhibitors to 94 per cent and in terms of visitors to 82 per cent. There was growth on the exhibitor side compared to the pre-pandemic edition from Turkiye and Pakistan. In 2023, there were also more buyers from Italy, Turkiye, Spain, and especially Greece.

DOMOTEX CELEBRATES SUCCESSFUL COMEBACK

After four eventful days, DOMOTEX 2023 closed its doors on Sunday. Sustainability, internationality and visitor quality were the hallmarks of this year's event. Exhibitors, visitors and organizers all agree: DOMOTEX 2023 was a resounding success.

"We are overwhelmed by the positive response as well as the energetic spirit of this year's DOMOTEX. The atmosphere in the halls is so super – exhibitors and visitors alike are delighted to finally come together again at their industry trade show to meet face-to-face, exchange ideas, make new contacts and close deals," says Sonia Wedell-Castellano, Global Director DOMOTEX. "What also pleases me is that the quality of visitors at the show is outstanding. Af-

ter all, the decision-maker share is 80%. Those who come to DOMOTEX come with very specific intentions."

As a "must-attend" event, Michael Roithner, central buyer for floor coverings and carpets at POCO Einrichtungsmärkte GmbH, uses DOMOTEX to meet existing and potential suppliers in the shortest possible time – this time especially those he has not been able to visit in the last two years. As determined by a visitor survey audited by FKM, around half of the decision-makers place orders with exhibiting companies during their stay at DOMOTEX. Even during the current show, two-thirds of trade visitors said they would visit the next DOMOTEX in Hannover in January 2024 again.



US RESEARCHERS DEVELOP WOVEN-IN LABELS MADE OF PHOTONIC FIBRES

A team of researchers led by the University of Michigan has developed woven-in labels made from photonic fibres which could increase the recycling rate of clothing and textiles. Currently, only 15 per cent of the 92 million tons of textiles discarded annually are recycled due to difficulties in sorting. The new fibres, referred to as barcodes woven directly into the fabric, are customisable and can be made visible to the naked eye, only readable under near-infrared light, or a combination of both. This technology is more effective than traditional tags which are often cut away or become unreadable, and it can be invisible until it needs to be read, the University of Michigan said in a press release. Recyclers use near-infrared sorting systems to identify materials based on their optical signatures, however, this method is limited as blended fabrics have similar optical signatures. The

photonic fibres, however, can provide a higher level of precision and can identify the composition of the fabric, making recycling more effective. The researchers achieved this by combining photonic expertise with advanced textile capabilities at MIT's Lincoln Lab, resulting in a process that is compatible with large-scale production. The photonic fibres are made from a preform which is a plastic feedstock that consists of alternating layers of acrylic and polycarbonate. The preform is heated and mechanically pulled into a thin strand of fibre. The researchers adjusted the mix of materials and the speed at which the preform was pulled to create the desired optical properties and ensure recyclability. Although the photonic fibres are more expensive than traditional textiles, the researchers estimate that they would only result in a small increase in the cost of finished goods, approximately 25 cents.

FAIRBRICS RAISES €22 M TO BRING TO MARKET ITS CO₂-BASED POLYESTER FIBER

Faibrics, a sustainable chemical company developing a technology that converts CO₂ emissions into high value polyester through a circular manufacturing approach, announced today it has raised €17 M from the European Union's Horizon 2020 Research & Innovation Program and 5 M€ from Partners to the Technology Upscaling Project, representing a total amount of €22 M to bring its innovative solution to market.

The EU's grant was awarded to a consortium coordinated by Fairbrics that brings together

13 partners from 7 countries throughout Europe, ranging from upstream and process development experts (i.e. engineering design, CO₂ capture, chemical reuse, electrolyzer) to final product specialists (i.e. Faurecia for automotive, Les Tissages de Charlieu for textile). To prompt societal impact, the Project also includes a strong educational component and, together with academic partners, it will develop learning and training resources on CO₂ valorization for young professionals, university students and lifelong learners.

HIGH INVENTORIES CORE PROBLEM OF GLOBAL TEXTILE SUPPLY CHAIN: ITMF

High inflation and rising interest rates are the main current drivers of the global economy, but the core problem of the textile supply chain in 2023 are high inventories at the brand and retail levels, according to a survey by the International Textile Manufacturers Federation (ITMF).

With the opening of economies around the world after the COVID crisis, consumers had the opportunity to spend the money they could not during 2020 and in the first half of 2021. Consequently, demand soared, and brands and retailers increased orders to meet this pent-up demand. With inflation rising, especially after the Russian invasion of Ukraine in February 2022, demand for consumer goods slowed while inventories remained very high, as per ITMF's Global Textile Industry Survey (GTIS) in 2021.

Survey respondents confirmed that order intake has continuously decreased since November 2021. In January 2023, the indicator was negative in all regions

and segments except for North and Central America, and fibre producers. The latter saw orders rise for the first time since last summer. The previously high global order backlogs also steadily decreased from 3.1 months in March 2022 to 2.4 months in January 2023, mainly due to brands and retailers' restraint to place orders. The dampening effects of the earlier supply chain disruption further helped reducing order backlogs by improving global trade flows which led to a slight rise of the capacity utilisation rate worldwide (mostly driven by fibre producers and spinners).

Expectations in six months' time have soared and respondents are globally positive about business in June 2023. Textile manufacturers expect a better situation due to two important factors. First, the world is now in a much better energy situation with a relative mild winter in Europe and energy prices in Europe and Asia (especially for gas) dropping back to levels seen before Russia's invasion of Ukraine.

BANGLADESH'S APPAREL EXPORTS TO REACH \$56 BN

Bangladesh's apparel industry is likely to face a contraction in the short term, while a strong rebound is expected next year, leading to exports hitting \$56 billion by 2026, growing at a compounded annual rate of 5.3 per cent, predicts CAL Bangladesh, a Sri Lankan capital market financial services company. A slowdown in major apparel markets will weigh down on the country's apparel exports in 2023, it noted.

Inflation will also push wage rates higher and gas shortage will increase production costs squeez-

ing margins, the company noted in a report.

A fall in cotton prices stemming from waning global cotton consumption will, however, likely help ease price pressures, while the high local value addition and currency depreciation will benefit apparel exporters, said the report titled 'Rags First But Riches to Follow'. Apparel exporters with higher exposure to the European markets will see a significant dip in revenue than those with higher exposure to the US markets as Europe proved weaker in averting the Ukraine war shocks.



TURKIYE EARTHQUAKE TO IMPACT DOMESTIC TEXTILE & APPAREL INDUSTRY

Turkiye experienced the strongest earthquake in more than 100 years this week; of magnitude 7.8 on the Richter scale. The death toll has already surpassed 20,000 in Turkiye (including neighbouring Syria), and Turkish President Recep Tayyip Erdogan has declared a three-month state of emergency in the 10 provinces that are most severely affected. Moreover, the freezing weather conditions in the region have made the condition worse. As per Turkish authorities, over 13.5 million citizens have been affected in an area covering about 280 miles from Adana in the west to Diyarbakir in the east, and 180 miles from Malatya in the north to Hatay in the south.

The earthquake has a shattering impact on Turkiye's economy and the livelihood of people. Turkiye's textile and apparel sector will also face the impact of this calamity as it is among the largest revenue-generating sectors of the Turkish economy, accounting for an average of 7 per cent of GDP over the years and had a 16 per cent share in total export volume in 2021. Besides, Turkiye is one of the world's major

textile and apparel production and sourcing destinations, and the second largest source of textile and apparel exports to European Union countries. Turkiye's textile and apparel exports in 2022 were valued at \$35.25 billion. Turkiye has strong competitiveness in the global market in the apparel and home textiles segment. The Turkish clothing industry, with a share of 3.7 per cent, is the sixth largest supplier in the world.

It is expected that the earthquake will affect Turkiye's textile and apparel exports in the coming months as manufacturing has been severely affected in some areas. It has also affected the supply chain as the port of Iskenderun in southern Turkiye has been subject to severe structural damage and operations have been temporarily stopped after the earthquakes. Roads have also been heavily affected, disrupting the movement of any trucks in and around the area. Furthermore, the earthquake will undoubtedly have some impact on Turkiye's domestic consumption of textiles and apparel.

ADIDAS EXPECTS SALES TO DECLINE

Adidas expects a high single-digit decline in sales in 2023. The sporting goods maker's revenue grew by one per cent in currency-neutral terms in 2022.

Writing off the inventory altogether would lead to an additional 500 million euro drop in operating profit along with one-off costs in 2023 of up to 200 million euros as part of a review to return to profitable growth in 2024.

In 2022, Adidas revenues increased one per cent

in currency-neutral terms. In reported terms, sales were up six per cent. The company's gross margin reached a level of 47.3 per cent. In 2021 it was 50.7 per cent. In 2022 operating margin was three per cent. The company expects 2023 to be a year of transition to set the base to again be a growing and profitable company. Full focus will be put on the consumer, retail partners and employees. The company's underlying operating profit is projected to be around the break-even level.



* TURKIYE EARTHQUAKE TO IMPACT DOMESTIC TEXTILE & APPAREL INDUSTRY

- The earthquake has a shattering impact on Turkiye's economy and the livelihood of people. Turkiye's textile and apparel sector will also face the impact of this calamity as it is among the largest revenue-generating sectors of the Turkish economy, accounting for an average of 7 per cent of GDP over the years and had a 16 per cent share in total export volume in 2021...[page63](#)

* ADIDAS EXPECTS SALES TO DECLINE

- Adidas expects a high single-digit decline in sales in 2023. The sporting goods maker's revenue grew by one per cent in currency-neutral terms in 2022. Writing off the inventory altogether would lead to an additional 500 million euro drop in operating profit along with one-off costs in 2023 of up to 200 million euros as part of a review to return to profitable growth in 2024...[page63](#)

* HIGH INVENTORIES CORE PROBLEM OF GLOBAL TEXTILE SUPPLY CHAIN: ITMF

- High inflation and rising interest rates are the main current drivers of the global economy, but the core problem of the textile supply chain in 2023 are high inventories at the brand and retail levels, according to a survey by the International Textile Manufacturers Federation (ITMF)...[page62](#)

* BANGLADESH'S APPAREL EXPORTS TO REACH \$56 BN BY 2026

- Bangladesh's apparel industry is likely to face a contraction in the short term, while a strong rebound is expected next year, leading

to exports hitting \$56 billion by 2026, growing at a compounded annual rate of 5.3 per cent, predicts CAL Bangladesh, a Sri Lankan capital market financial services company...[Page 62](#)

* US RESEARCHERS DEVELOP WOVEN-IN LABELS MADE OF PHOTONIC FIBRES

- A team of researchers led by the University of Michigan has developed woven-in labels made from photonic fibres which could increase the recycling rate of clothing and textiles. Currently, only 15 per cent of the 92 million tons of textiles discarded annually are recycled due to difficulties in sorting...[page61](#)

* FAIRBRICS RAISES €22 M TO BRING TO MARKET ITS CO2-BASED POLYESTER FIBER

- Fairbrics, a sustainable chemical company developing a technology that converts CO2 emissions into high value polyester through a circular manufacturing approach...[page61](#)

* HEIMTEXTIL 2023 AFTERSHOW REPROT

- Heimtextil 2023 in Frankfurt am Main, Germany ended on a high note with 44,000 buyers that took advantage of the opportunity to participate in the global market for home and contract textiles and gain a bundled overview of global textile innovations...[page60](#)

* DOMOTEX CELEBRATES SUCCESSFUL COMEBACK

- During the four-day world's leading trade fair for carpets and floor coverings, trade visitors, around 69% of them from abroad, were able to discover new innovations and trends and make new business contacts with more than 730 exhibitors in eight halls...[page60](#)

Holder of License & Chairman: Jamshid Bassiri

Executive Director: Alireza Hashemi

Scientific Advisors: Mohammad Nikpanje, Ehsan Soltani

Design: Masoud Imani

Layout: Tarh Saz Gohar

Public Relations Officer: Saeedeh Shakoori

Coordination: Hossein Kiani

Colleagues of this Issue: Nima Bassiri, Afsaneh Shafiee, Shahriyar Sadeghi, Khadijeh Norouzi, Maryam Ghamariyan

Printing Affairs: No.519, Si Metri-ye- Niroom Havayi, Damavand St., IDEAI Printing office, Tel: 77167310

Address: 1st Floor, No.30, Toupchi St., North Sohrevardi Ave., Tehran Tel: +98(021) 88516799, Postal code: 1558844313

Layout, Design & Printing Supervision: Tarh Saz Gohar www.tsgir.com



Sponsored By:





سازگار با انواع جوهر
← پیگمنت، دیسپرس و ...
نرم افزار کنترل رنگ
← متناسب با نیاز مشتری
سهولت استفاده نرم افزار
← مدیریت ماشین
قابلیت چاپ بر روی انواع پارچه

Let printers think!



AIKI RIOTECH
www.aiki-japan.com

آی کی (ژاپن)

پیشتاز در هنر صرفه جویی اقتصادی

- سازنده دستگاه تولید نخ ATY
- دستگاه مونو فیلامنت و اپرکاور
- با هزاران پوزیشن فعال در تولید فرش ماشینی
- پتو مسافرتی ، پارچه و پرده
- تولید نخ ایر تکسچر از ۳۵۰ دنیر تا ۳۰۰۰ دنیر
- قابلیت تولید نخ اسلاب ، نخ ایر کاور با لایکرا
- کلیه قطعات ساخت ژاپن
- خدمات و پشتیبانی پس از فروش در ایران



ارزش افزوده برای تولید کنندگان
مورد توجه تولید کنندگان فرش ماشینی
و بافندگان پارچه فاستونیو رومبلی



رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co, Ltd

نماینده گی و پشتیبانی در ایران

تهران ، سعادت آباد، خیابان علامه طباطبایی جنوبی، ساختمان ۹۱، واحد ۳

ویژه: ۰۲۱)۹۱۰۳ ۵۵۶۰

WINNERS@NedTex.biz



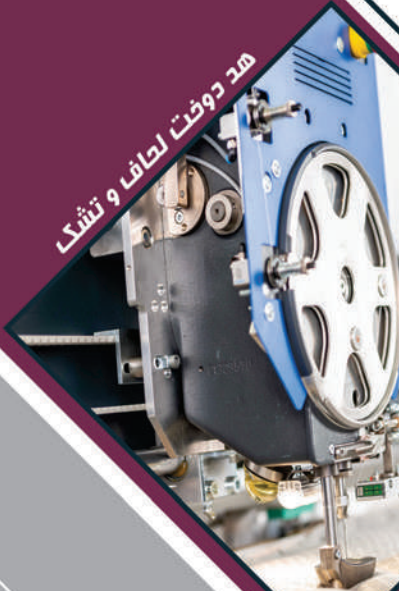
دستگاه پنبه دوزی لحاف و تشک



دستگاه تکمیل روبه تشک



هدر دوخت لحاف و تشک



کنترل پلن دستگاه



مصرف برق و هزینه نگهداری بسیار پایین
تغذیه نخ از ماسوره تا ظرفیت ۸۰۰ متر
تغییر مکان سوزن و اجرای طرح جدید در ربع
زمان صرف شده جهت دستگاه های متفرقه
اپراتوری ساده و آموزش در آلمان
ارانه نرم افزار ملایم به خریدار
کلیه قطعات ساخت آلمان با گارانتی
خدمات و پشتیبانی پس از فروش
در ایران

رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co, Ltd

نمایندگی و پشتیبانی در ایران

تهران، سعادت آباد، خیابان علامه طباطبائی جنوبی، ساختمان ۹۱، واحد ۳

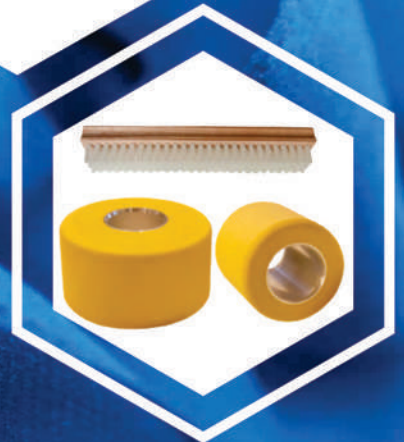
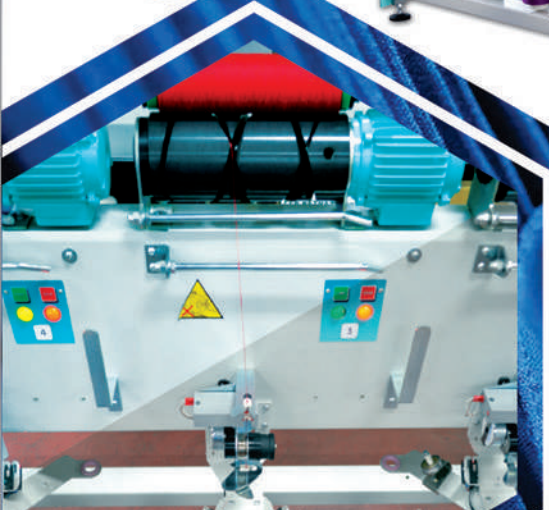
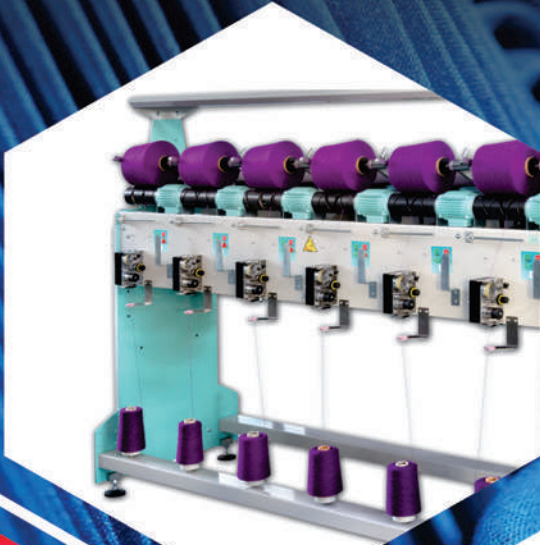
ویژه: ۵۵۶۰ ۹۱۰۳ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz





MANA POOYESH ATI



شرکت مانا پویش آتی فعال در زمینه تامین ماشین الات (نو و دست دوم) و
قطعات اصلی اروپایی با امکان تامین در کوتاهترین زمان
و قیمتی رقابتی در خدمت فعالین صنایع نساجی میباشد.

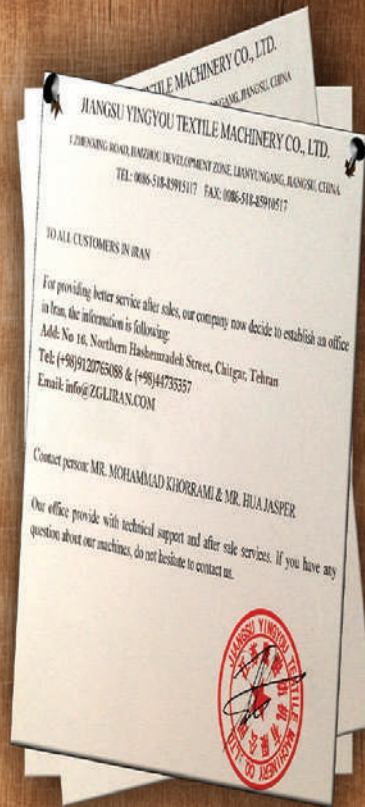
با ما در تماس باشید :

پست الکترونیکی: Manapooyesh@gmail.com

تلفن: ۰۰۹۸۹۱۲۷۳۱۷۳۱۲ - ۰۰۹۸۹۱۲۹۶۸۶۹۰۳

ماشین آلات خطوط تولید پتو، انواع محمل، حوله، پولیش، خز و چرم مصنوعی

ZGLIRAN



❖ ماشین آلات و قطعات بدکی نساجی

❖ انواع ماشین های چله پیچی و بافت

❖ ماشین های خار، پولیش، تیغ، امباس و ...

❖ انواع چاپ تخت و روتاری، استتر، استیمر، شست شو، خشک کن و ...

❖ انواع رنگ و جوهر چاپ، دیسشارژ، روغن

❖ مواد شیمیایی نساجی

❖ انواع چسب و مواد لمینت، برزینگ، کوتینگ و ...

❖ انواع فیلم، فویل، پیگمنت و کاغذ چاپ ترنسفر

ZGLIRAN

ZGLIRAN

www.ZGLIRAN.com

www.ZGLIRAN.ir

دفتر ایران: تهران - چیتگر - هاشم زاده شمالی پلاک ۱۶ - تلفن: ۴۴۷۳۵۳۵۷ - ۰۹۱۲۰۷۶۵۰۸۸ ایمیل: info@ZGLIRAN.com

مهندس محمد خرمی

ایران کتن (مهدی)

وارد کننده ماشین آلات

کتن و راشل با بیش از

سه دهه تجربه



  09122111805

 +905459794903



شرکت نساجی آسیا دلیجان

تولید کننده الیاف پلی استر کتان تایپ و سالیید
ساخته شده از مواد نو، بازیافتی، و ترکیبی از هر دو

مورد مصرف صنایع ریسندگی، فرش، موکت
پتو، انواع کفپوش، ایزوگام، پرکننده ها،
لایه پلی استر، منسوجات بی بافت و فیلتراسیون

دفتر مرکزی و کارخانه : دلیجان، کیلومتر ۵ جاده اصفهان، شهرک صنعتی دلیجان، خیابان صنعتگران شمالی، شرکت نساجی آسیا
کد پستی : ۳۷۹۹۱۵۴۷۱۸ تلفن : ۰۸۶۴۴۴۳۳۶۹۰-۸

دفتر تهران : خیابان بخارست، خیابان پنجم، پلاک ۱۵، ساختمان پارس، طبقه ی ۲، واحد ۹
کد پستی : ۱۵۱۳۷۱۸۶۳۳ تلفن : ۰۲۱۸۸۱۰۸۰۶۱-۳

www.Asiatex.ir

Info@Asiatex.ir





شرکت هیراد کارا

خدمات عکاسی، شابلون سازی و طراحی برای چاپ روتاری
پارچه، موکت، کاغذ دیواری، فلوک و ... تا عرض ۳.۵ متر



www.hiradkaraco.com

instagram: [hiradkara.textile](https://www.instagram.com/hiradkara.textile)

آدرس: تهران، احمد آباد مستوفی، خیابان ولیعصر شمالی، کوچه لاله های انقلاب ششم، پلاک ۳

تلفن: ۰۲۱-۵۶۷۱۵۱۰۱-۸ ۰۲۱-۵۶۷۱۲۷۹۷ فکس: ۰۲۱-۵۶۷۱۲۷۹۸

فروش: ۰۹۱۲-۰۴۵۳۵۰۰ ارسال طرح: ۰۹۹۰-۵۳۳۵۳۴۲