

روزنامه صنعت نساجی

ماهنامه علمی، فنی و اقتصادی
دی ۱۴۰۴ / ۸۰۰۰۰ تومان

ISSN 2008-3939

**San'at Nassaji
va Pooshak**

Scientific, Technical
and Economical
magazine

JANUARY 2026

شماره مسلسل: ۴۸۹

دوره جدید ۳۷۳



www.goharchap.com / info@goharchap.com

- ◀ سامانه‌هایی که مانع تسهیل شدند
- ◀ التهاب بازار مواد پلیمری از کجا نشأت می‌گیرد؟
- ◀ سهم ۰,۳۷ درصدی ایران از بازار جهانی

- ◀ صنعت نساجی در عصر ماشه و دلار پر قدرت
- ◀ اختصاص ۱۰ همت برای نوسازی صنعت نساجی
- ◀ نوسان رشد اقتصادی در محدوده صفر



Contact Roozbeh Moravej
+98 912 302 52 87
Email: Roozbeh.moravej@gmail.com

www.dotecco.com

دوتِکو

BLENDO ADROIT
GRAVIMETRIC LOSS IN WEIGHT BLENDERS



DOTECO
ART OF CONTROL

واحد های دوزینگ (مخلوط کننده) برای دستگاه های اکستروژن

— مخلوط کننده ۲، ۳، ۴، ۵ یا ۶ مواد مختلف

— ظرفیت های ۲۰۰، ۴۰۰، ۸۰۰ تا حداکثر ۱۳۰۰ کیلو گرم در ساعت

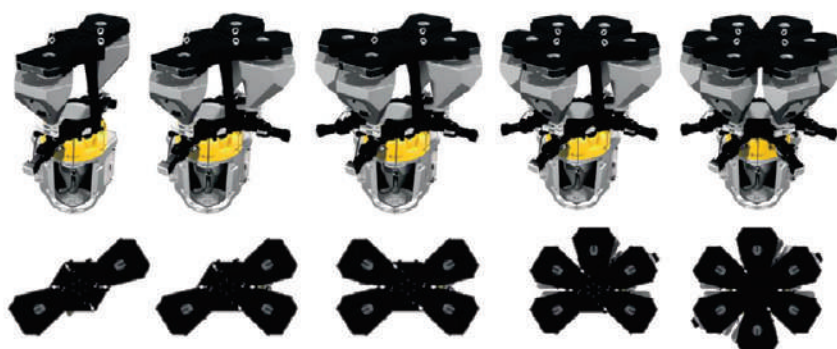


* سیستم واحدی به شکل گُل

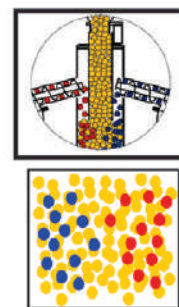
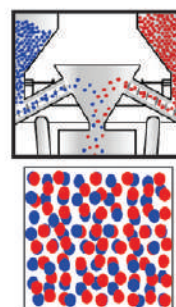
* قابل افزایش

* قابل نصب توسط خود مشتری

* دقت تا ۱۰۰ گرم در ساعت



سیستم دوزینگ سایر شرکت ها سیستم دوزینگ شرکت دوتِکو





شرکت خوشرنگ

بافت، رنگرزی و تکمیل پارچه
دوزدوزانی



تهران، بازار بزرگ، بازار خیاطها، پلاک ۳
تلفن: ۵۵۶۱۶۶۹۵ - ۵۵۶۲۸۸۸۷ (۰۲۱)

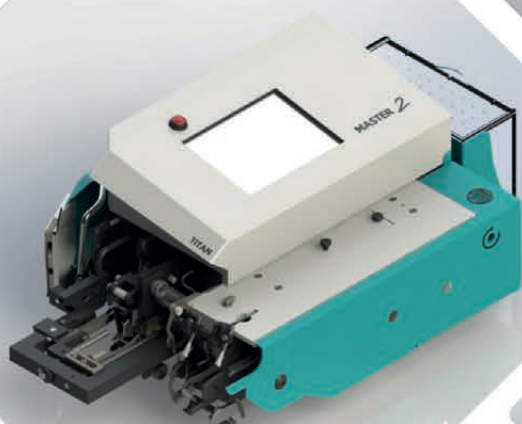
 Khoshrang-co.com

 [khoshrang.co.ltd](https://www.instagram.com/khoshrang.co.ltd)



TITAN
TEXTILE
MACHINES

شرکت تیتان تولیدکننده انواع ماشین آلات گره زنی
و طراحی شانه با بیش از ۱۲۰ سال سابقه



JOULA
www.joula.org



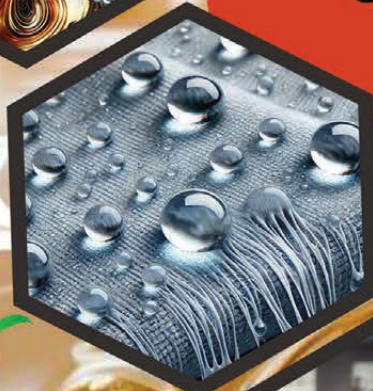
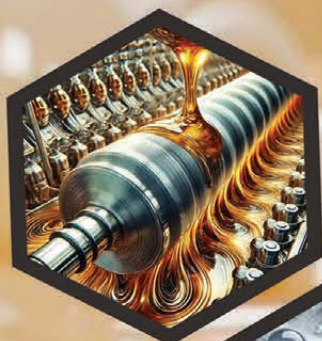
شرکت شیمیایی سلیس

SALIS CHEMICALS COMPANY

تولید کننده انواع

روغن ریسندگی
فرمکن کاتیونی
دیسپرسی کننده
نفوذ دهنده
صابون

روغن بافندگی
اسپین فینیش
آنتی استاتیک
غلظت دهنده
ضد کف



بیش از سی سال تجربه در زمینه تولید انواع مواد تعاونی



WWW.SALISCHEMICALS.COM ۰۲۱-۸۸۴۱۰۱۰۰

INFO@SALISCHEMICALS.COM ۰۹۲۰۹۵۱۲۸۱۰



الیاف کاسپین

انواع الیاف پلی استر

از ۳ تا ۲۰ دنیر



09122705938



013 42474656



013 42474657

گیلان، سیاهکل، شهرک صنعتی

caspianfiber.com

گروه تولیدی صنعتی استیل سازان

با ۲۲ سال سابقه تخصصی
در ساخت انواع آبگیر
فروش آبگیر سانترفیوژ



کیفیت ما اعتبار ماست...

STEEL SAZAN INDUSTRIAL
MANUFACTURING GROUP

- ▶ گروه تولیدی صنعتی استیل سازان تولید کننده انواع آبگیر (سانترفیوژ):
- ▶ رنگرزی، قالیشویی، سنگشویی، شیمیایی، داروسازی و مواد غذایی دارای اینورتر،
- ▶ یک سال گارانتی کامل، ده سال خدمات پس از فروش
- ▶ PRODUCING ALL KINDS OF CHEMICAL
- ▶ DYEING MACHINES-LEACHING MEDICAL-CENTRIFUGE SLUICE
- ▶ ALL SORT OF REPAIRS ARE ACCEPTED MANAGEMENT : AMIR AGHAKHANI

بامدیریت امیر آقاخانی

☎ ۰۹۱۲ ۱۹۹ ۸۹۶۷

☎ ۰۹۱۹ ۷۰۰ ۶۰۰۴

TEHRAN-BAGHERSHAHR
ENERGY STREET-BAHAR
ALLEY- NO2
0919 0700 600
0912 199 89 67



شیمه فرآیند مهر آریا

تولید و واردات مواد تعاونی (شیمیایی) نساجی
انواع اسپین فینیش، نرم کننده، آنتی استاتیک، ضد کف و ...
مشاوره و راه اندازی خطوط تولید کارخانجات نساجی

✓ اسپین فینیش مخصوص صنایع ذوب ریسی

انواع روغن های اسپین فینیش مخصوص ذوب ریسی در تولید نخهای: BCF - CF- POY -FDY - DTY

✓ آنتی استاتیک و مواد کمکی جهت تولید الیاف و موکت

انواع آنتی استاتیک، روغن کاردینگ، نرم کن مخصوص تولید الیاف پلی استر، ریسایکل (سالید، هالو) لایی و موکت
اسپین فینیش (هایزنیک - هیدروفیل) مخصوص الیاف بایکو

✓ روغنهای ویژه صنایع تولید گونی

انواع روغنهای گیاهی، پارافینی، آب صابونی جهت تولید گونیهای PP

✓ آنتی فوم

انواع ضد کف (آنتی فوم)، سیلیکونی، نفتی، الکلی و غیره
مخصوص صنایع نساجی، کاغذ سازی، تایر خودرو، چسب، رزین و غیره

✓ مواد کمکی مورد نیاز صنایع رنگرزی، چاپ و تکمیل

شامل انواع آنتی استاتیک، نرم کن های سیلیکونی (میکرو - ماکرو)، نرم کن های کاتیونی (مایع، خمیری، پرک)، دیس پرس
کننده پودری و مایع، انواع یکنواخت کننده، نفوذ دهنده، سختی گیر، انواع صابون (پس شور، شستشو، پخت ریداکشن و....)،
ریتاردر، پایدار کننده آب اکسیژنه و

✓ محصولات پتروشیمیایی

اسید استیک، سود پرک، کربنات سدیم سبک و ...

✓ آهار

✓ افزودنی های بتن

✓ اسپری سیلیکونی کسری مخصوص صنایع ذوب ریسی

✓ روغن های حرارتی (دائو ترم)

✓ تجهیزات آزمایشگاهی کنترل کیفیت نساجی و کفپوش و قطعات ماشین آلات

✓ رفرکتومتر

✓ PH متر

تهران، سعادت آباد، بالاتراز میدان

کاج، کوچه علی اکبر ۱۲، بهزاد

جنوبی، پلاک ۱، واحد ۸

☎ ۰۲۱ - ۲۲ ۱۴ ۷۸ ۷۰

☎ ۰۹۱۲۰۳۸۳۲۰۰

☎ ۰۹۹۱۴۶۴۵۸۴۶

👤 شاه بابایی / علا الدینی

ایران کتن (مهدی)

وارد کننده ماشین آلات

کتن و راشل با بیش از

سه دهه تجربه

KARL MAYER

  09122111805

 +905459794903



IRAN KETEN
(MEHDI)



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...



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، بعد از کوچه علی آبادی،

نبش سرای عاج، پلاک ۲۶۹



福盈科技化學

شرکت مهندسی بازرگانی الماس شیمی

جینتکس

تولید کننده انواع مواد کمک نساجی

www.almaschemie.com

E-mail : info@almaschemie.com

Tehran - Iran

تلفکس: ۰۲۱۸۸۰۱۵۸۷۶ - ۰۲۱۸۸۰۱۵۸۷۷

صندوق پستی: تهران ۱۴۱۵۵-۵۴۷۳



ALMAS ASIA
CHEMIE
TRADING CO., LTD



遠東精密化學股份有限公司
Solar Fine Chemical Co., Ltd.

شرکت مهندسی بازرگانی الماس شیمی

سولار تولید کننده

انواع رنگهای راکتیو، مستقیم، دیسپرس
اسیدی، کاتیونیک و سفید کننده های نوری

Tehran - Iran
E-mail : info@almaschemie.com
www.almaschemie.com

تلفکس: ۰۲۱۸۸۰۱۵۸۷۶ - ۰۲۱۸۸۰۱۵۸۷۷
صندوق پستی: تهران ۵۴۷۳-۱۴۱۵۵





RIFA
SINCE 1950

شرکت نیکورنگ سپهر

تلفن: ۰۳۱-۳۶۲۷۱۶۳۳



www.nikorang.com

RIFA DYES STUFFS



Reactive . Disperse . Acid . Cationic . Fluorescent
Direct . Leather . Mordant . Vat . Sulphur





محصول جدید از شرکت دانا نساج

آسپرین راکتیو دی ان :
یک ماده همه کاره در رنگری
کالای سلولزی با رنگ راکتیو

Aspirin Reactive DN

چهار خاصیت در یک ماده

ارسال نمونه رایگان

سختی گیر قوی

دیسپرس کننده و یکنواخت کننده
(کاهش هیدرولیز رنگ)

صابون مخصوص شستشوی چاپ
جلوگیری از نشستن رنگ هیدرولیز روی
زمینه سفید

صابون پخشور قوی با قابلیت جلوگیری
از نشستن رنگ های هیدرولیز شده بر روی
کالای رنگ شده و کاهش تعداد مراحل شستشو



Saves Time & Water

با صابون ریداکشن اسیدی (مخصوص پلی استر) دانا نساج
در مصرف آب، زمان و انرژی صرفه جویی کنید.



ما با هم  به پیش خواهیم رفت

ADDING PASSION
TO TEXTILES.



شرکت سیب سرخ سمنان

محل نمایشگاه بین المللی تهران - سالن ۳۵

زمان: ۱۲ الی ۱۵ دی ماه ۱۴۰۴

تلفن: ۸۸۵۱۴۲۶۵ - ۸۸۵۱۴۱۹۸ (۰۲۱)

ایمیل: info@sibsorkhsemnan.ir



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

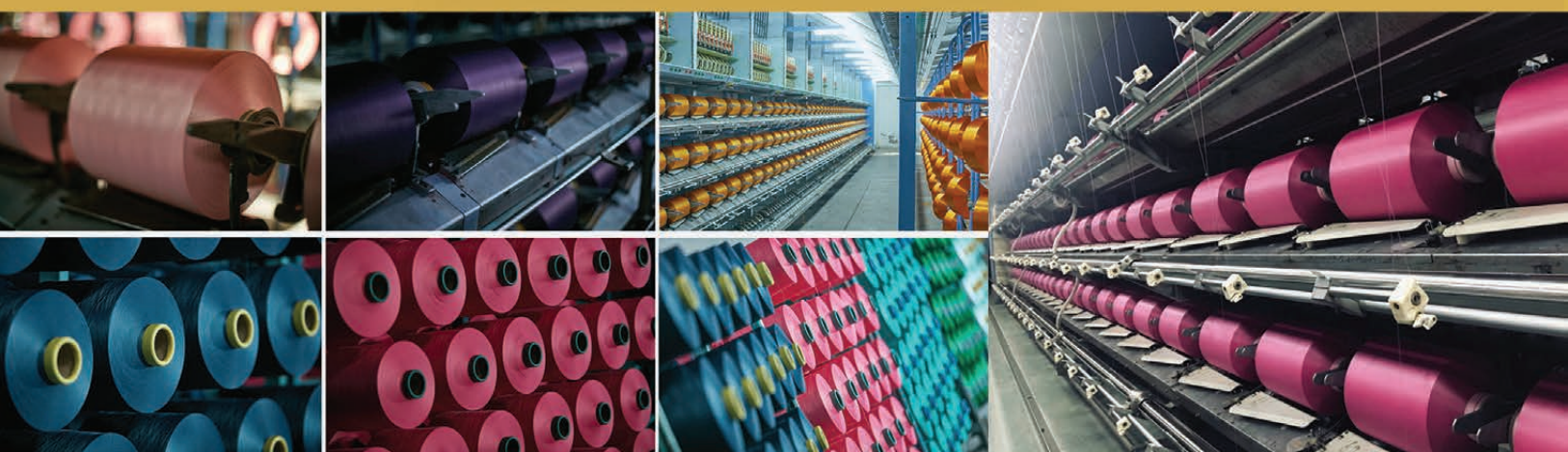
يکتا الیاف
Yekta Fiber

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



يکتانخ
Yekta Yarn

POY & DTY



مشهد : جاده میامی ، شهرک صنعتی چرم شهر، خیابان صنعت ۴
تلفن : ۵۱ - ۳۲ ۵۵ ۳۲ ۵۵ فکس : ۵۱ - ۳۲ ۵۵ ۳۲ ۵۴
همراه : ۹۸ ۹۱۰ ۵۱۰ ۳۲ ۵۵ +

Add: 4 Sanat St., Charmshahr industrial town, Road Miami,
Mashhad, Iran. Tel :+9851-3255 3255 Fax :+9851-3255 3254
Cellphone : +98 910 510 32 55
www.yektanakh.com / email:yektanakh@gmail.com



يکتا ریس
Yekta Ris

Carpet Yarn

ریسندگے انواع نخ های خریف
اکریلیک جهت مصرف در صنایع
بافندگے تریکو و فرش



مشهد : جاده میامی ، شهرک صنعتی چرم شهر، خیابان صنعت ۴
تلفن : ۵۵ ۳۲ ۵۵ ۵۱ - ۵۱
فکس : ۵۴ ۳۲ ۵۵ ۵۱ - ۵۱
همراه : ۵۵ ۳۲ ۵۱۰ ۹۱۰ +۹۸

Add: 4 Sanat St., Charmshahr industrial town, Road Miami,
Mashhad, Iran. Tel :+9851-3255 3255 Fax :+9851-3255 3254
Cellphone : +98 910 510 32 55

www.yektaris.com / [email:yektariss@gmail.com](mailto:yektariss@gmail.com)

شرکت مهندسی آرمان شیمی افروز



■ نزدیک به نیم قرن تجربه درخشانی در تولید مواد تعاونی مورد مصرف در صنایع نساجی،
الیاف، چرم، کاغذسازی، رنگ و رزین

از شما دعوت می‌شود از غرفه شرکت **آرمان شیمی افروز** در سی و یکمین
نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی دیدن فرمایید.

سالن ۸۳۱ - غرفه ۳۰

۱۲-۱۵ دی ماه ۱۴۰۴

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

تولید کننده:

- انواع نرمکن‌های سیلیکونی (ماکرو و میکرو) و غیرسیلیکونی (خمیری و پرک)
- انواع نفوذدهنده‌ها (مقاوم در برابر قلیا، مرسریزه و ...)
- انواع عمق‌دهنده (سیلیکونی و غیرسیلیکونی)
- انواع ضدکف‌های سیلیکونی (مناسب برای شرایط تنش و pH مختلف) و غیرسیلیکونی
- انواع صابون‌ها (مقدمات، ریداکشن، حلال‌دار و ...)
- انواع آنزیم (آمیلاز، سلولاز و ...)
- گریدهای مختلف آهار به همراه مواد مکمل مربوطه (روغن آهار، واکس چله، پلی وینیل الکل، ...)
- دیسپرس کننده (بودری و مایع)
- یکنواخت کننده (دیسپرس، آکریلیک و ...)
- غلظت‌دهنده مصنوعی
- سختی گیر بودری
- آنتی میگریشن
- ضدشکنندگی
- پایدار کننده آب اکسیژنه
- آنتی استاتیک
- ریتارد
- فیکسه کننده



۰۲۱-۴۱۹۹۴

۰۲۱-۸۸۰۰۶۰۰۱

 armanchemie

دفتر مرکزی: تهران، شهرک غرب، بلوار دریا، خیابان گلها، توحید یکم، پلاک ۱۳۷

- ۲۵ - معرفی استاندارد جهانی نساجی مسئولانه
۲۶ - معرفی فناوری پیشرفته برای بازیافت الیاف کربن
۲۷ - نقش مرتب‌سازی هوشمند در بازیافت منسوجات

* یادداشت

- ۲۸ - هوش مصنوعی و استانداردسازی داده‌های بصری در طراحی پارچه/نسرین معصومی
۳۰ - طراحی مد در برزخ هنر و صنعت: چرا پوشاک ایران برند نمی‌شود؟/مهدی عرفانیان

* پوشاک

- ۳۳ - خرید مبتنی بر هوش مصنوعی چگونه خرده‌فروشی پوشاک را متحول می‌کند؟
۳۶ - چشم‌انداز بازار جهانی پوشاک عملکردی
۳۷ - معرفی ابزار خرید هوش مصنوعی از اوپن ای آی
۳۸ - گسترش امپراطوری پرادا با خرید ورساچه
۳۹ - ایندیتکس ۱۳۲ فروشگاه خود را تعطیل کرد

* نمایشگاه‌ها

- ۴۰ - نگاهی به نمایشگاه فناوری پوشاک هند
۴۱ - راه‌اندازی رویداد چاپ منسوجات توسط FESPA
۴۲ - گزارشی از نمایشگاه منبع‌یابی جهانی ملبورن

* تولید و تجارت پنبه

- ۴۴ - گزارش دپارتمان کشاورزی آمریکا از بازار پنبه (دسامبر ۲۰۲۵)
۴۸ - تامین ۳۵ درصد پنبه صنعت نساجی در داخل
۴۹ - راهکارهای تسهیل واردات پنبه از افغانستان

* محیط کسب و کار

- ۵۰ - سهم ۰.۳۷ درصدی ایران از بازار جهانی
۵۳ - تعلیق کنترل‌های مرتبط با تخصیص ارز در ارسال اطلاعات
ثبت سفارش به گمرک
۵۴ - ۴ خسارت فقر مهارتی برای اقتصاد کشور
۵۶ - چرا نرخ تورم سنگاپور یک درصد است؟

* سرمقاله

- ۲ - صنعت نساجی در عصر ماشه و دلار پر قدرت

* خبرنامه

- ۴ - ۱۰ همت برای نوسازی صنعت نساجی اختصاص یافت
۴ - بانک مرکزی پس از ۳ سال آمار تورم را اعلام کرد
۵ - پیمان‌سپاری ارزی به مالیات پنهان بر صادرات رسمی تبدیل شده
۵ - دبیرکل جدید اتاق ایران منصوب شد
۶ - التهاب بازار مواد اولیه پلیمری از کجا نشأت می‌گیرد؟
۶ - هزینه صدور و تمدید کارت بازرگانی اعلام شد
۷ - امسال درآمد‌های مالیاتی ۵.۵ برابر درآمد‌های نفتی بوده است
۷ - رواج زیرمیزی در تالار دوم مبادلات ارزی

* گزارش

- ۸ - ششمین نمایشگاه صنعت نساجی، پوشاک و منسوجات خانگی مشهد برگزار شد
۱۰ - ۱۵ پیشنهاد برای بهبود شرایط اقتصادی کشور
۱۱ - سامانه‌هایی که مانع تسهیل شده‌اند
۱۲ - نوسان رشد اقتصادی در محدوده صفر
۱۴ - رکود اقتصادی وارد بیستمین ماه متوالی شد

* گفتگوی ویژه

- ۱۷ - مصاحبه با مهندس معتمدی، مدیرعامل گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس و معرفی اولین دستیار هوشمند نساجی

* دنیای نساجی

- ۲۰ - بخش نساجی هند، در نقطه تحول حیاتی
۲۱ - شرکت‌های آمریکایی تعرفه‌ها را دور می‌زنند
۲۲ - چشم‌انداز صنعت نساجی و پوشاک ویتنام تا ۲۰۳۰
۲۳ - زنگ خطر برای بخش نساجی اتحادیه اروپا
۲۴ - بازیافت پلی‌استر در مقیاس صنعتی توسط Kipas
۲۵ - Aunde کارخانه بازیافت پلی‌استر تاسیس می‌کند

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: جمشید بصیری

مسئول اجرایی تحریریه: علیرضا هاشمی

مشاوران علمی نشریه: محمد نیک‌پنجه

طراح: حمیدرضا قائمی

صفحه آرا: طرح ساز گوهر

مسئول روابط عمومی: سعیده شکوری

هماهنگی و اجرا: حسین کیانی

همکاران این شماره: نیما بصیری، نسرین معصومی، مهدی عرفانیان، احمد میرخدايي، راحله هاشمی، سارا ترابی، آزاده محبی

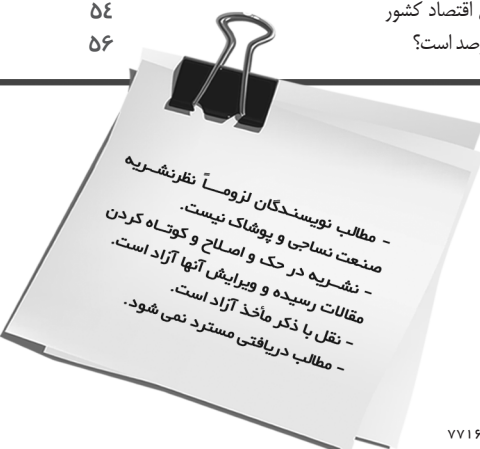
امور چاپ: چاپ ایده آل، تهران، سی‌متری نیروی هوایی، رسیده به خیابان دماوند، بعد از کوچه آقاجانی شرقی، پلاک ۵۱۹

تلفن: ۷۷۱۶۷۳۱۰-۷۷۱۶۴۹۹۰

آدرس دفتر مجله: تهران، خیابان سه‌روزی 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



صنعت نساجی در عصر ماشه و دلار پر قدرت

جمشید بصیری طهرانی

باید از طریق واردات تامین شود، در حوزه مواد پلیمری و پتروشیمی نیز به‌رغم ظرفیت‌های قابل توجه داخلی، باز هم واردات برای تامین بخشی از نیاز صنایع و تنظیم بازار اجتناب‌ناپذیر است و حتی در بخش‌هایی که تولیدات پتروشیمی به‌میزان کافی انجام می‌شود، بازهم به‌دلیل افزایش نرخ ارز و متعاقبا فاصله قابل توجه نرخ آزاد با نرخ توافقی، واحدهای پتروشیمی قطعا صادرات را در اولویت قرار خواهند داد و با کاهش عرضه تولیدات داخلی به صنایع نساجی، رقابت در بورس کالا شکل گرفته و مشابه روندی که در یکی دو ماه گذشته شاهد آن هستیم، مواد اولیه پتروشیمی با رقابت بسیار بالا و قیمت گران‌تر - حتی بالاتر از قیمت مشابه وارداتی - به دست واحدهای نساجی مصرف‌کننده خواهد رسید. در چنین شرایطی، حتی گروهی از واحدها که ممکن است تولید هم نداشته باشند، نسبت به استفاده از سهمیه و فروش آن در بازار آزاد با نرخ بالاتر اقدام خواهند کرد که نتیجه این شرایط، باز هم افزایش قیمت مواد اولیه صنایع نساجی خواهد بود. به همین ترتیب، در مورد سایر مواد مصرفی مانند رنگ، مواد شیمیایی و تعاونی و سایر ملزومات تولید که به واردات متکی هستند، افزایش شدید قیمت اجتناب‌ناپذیر بوده و مخصوصا در حوزه ماشین‌آلات و قطعات یدکی، مسئله نوسازی، به‌روزرسانی و تجهیز کارخانجات و پیگیری طرح‌های توسعه‌ای، به‌دلیل افزایش نرخ دلار، کاهش چشمگیر تخصیص ارز برای واردات و سایر محدودیت‌های تحریمی، عملا به محاق خواهد رفت. بدیهی است با افزایش قیمت مواد اولیه و نهادهای تولید از یک طرف و ناتوانی کارخانجات در تجهیز و به‌روزرسانی ماشین‌آلات و دستگاه‌های کارخانجات، افزایش هزینه تولید و قیمت تمام‌شده محصولات خواه‌ناخواه اتفاق خواهد افتاد و در عین حال، افزایش مصرف مواد و انرژی، کاهش راندمان تولید و حتی توقف ماشین‌آلات به‌دلیل نبود مواد اولیه، کمبود قطعات یدکی و خرابی ماشین‌آلات، می‌تواند اتفاق بیفتد که همگی خود را در کاهش سودآوری و افزایش هزینه‌های سربار واحدهای تولیدی نشان خواهند داد. در چنین شرایطی، هرگونه اختلال در تامین مواد اولیه و قطعات، به ایجاد تأخیرها، کمبودها و نوسان در سطح عرضه منجر می‌شود و شرکت‌ها ممکن است برای تامین نیاز خود به تامین‌کنندگان داخلی روی بیاورند؛ هرچند ظرفیت و کیفیت تولیدات داخلی ممکن است ناکافی باشد و همین امر نیز به کاهش بیشتر تولید و افت کیفی محصولات داخلی منجر خواهد شد.

در سرمقاله شماره گذشته، با اشاره به فعال شدن مکانیسم ماشه و نیز حاکم شدن فضای «نه‌جنگ و نه‌صلح» بر اقتصاد کشور، به تبعاتی که این وضعیت می‌تواند برای اقتصاد کشورمان به‌دنبال داشته باشد اشاره و تاکید کردیم که لازم است هرچه سریع‌تر از طریق ابتکاراتی که در سطح حاکمیت و دستگاه دیپلماسی صورت می‌گیرد، فضای فعلی شکسته شده و سایه نااطمینانی از محیط اقتصاد کلان و بازارها برداشته شود. متأسفانه طی یک ماه گذشته نه‌تنها هیچ گشایشی در عرصه دیپلماسی اتفاق نیفتاده، بلکه شاهد پافشاری طرفین بر مواضع خود بوده‌ایم و در پی تشدید همین نااطمینانی‌ها و ناامیدی فعالان اقتصادی از حل‌وفصل مسائل سیاسی در کوتاه‌مدت، از یک طرف انتظارات تورمی در سطح بنگاه‌ها تشدید شده و از طرف دیگر، احتیاط زیادی بر رفتار فعالان اقتصادی و نیز مصرف‌کنندگان حاکم شده است. نتیجه آنکه نرخ دلار که در زمان نگاشتن سرمقاله شماره آذرماه حدود ۱۱۵ هزار تومان بود، تقریبا ۱۵ درصد دیگر جهش پیدا کرده و به حدود ۱۳۲ هزار تومان در لحظه نگارش این مطلب رسیده است و به‌تبع آن، قیمت انواع کالاها از مواد اولیه و نهادهای تولید گرفته تا بسیاری از اقلام مصرفی مردم و خانوارها سربه‌فلک کشیده است.

به این موارد باید افزایش نرخ بنزین آزاد جایگاه‌ها و گروهی از خودروها به لیتری ۵ هزار تومان از تاریخ ۲۲ آذرماه ۱۴۰۴ را نیز اشاره کنیم که تأثیرات تورمی خود را خیلی زود برجای گذاشته و با توجه به اینکه احتمالا این نرخ به‌صورت فصلی قرار است تغییر کند و در آینده گروه‌های بیشتری با حذف سهمیه یارانه‌ای خود مواجه خواهند شد، قطعا در ماه‌های پایانی سال و مخصوصا سال آینده، اثرات تورمی افزایش قیمت بنزین بر بخش‌های مختلف اقتصادی بیشتر خود را نشان خواهد داد و افزایش نرخ تورم به بالای ۵۰ و حتی ۶۰ درصد در سال آینده، کاملا نزدیک و مبتنی بر واقعیت خواهد بود.

اگر بخواهیم به‌طورخاص در مورد تأثیرات فعال شدن مکانیسم ماشه و نیز افزایش نرخ دلار و تورم بر صنایع نساجی کشور صحبت کنیم، این تأثیرات از چند جنبه قابل‌بررسی خواهد بود که قطعا فعالان صنعتی نیز این موارد را طی هفته‌های اخیر با گوشت و پوست و استخوان خود لمس کرده‌اند. بی‌تردید، مهم‌ترین تأثیر شرایط فعلی، افزایش قیمت مواد خام و تجهیزات تولید است که بخش زیادی از آنها دلارمحور هستند. در کنار محصول پنبه که بیش از ۵۰ درصد نیاز صنایع نساجی

مسئله افزایش صادرات است که لااقل در ارتباط با کشورهای همسایه، هم از نظر قیمتی و هم از نظر لجستیکی، امکان پذیر و مقرون به صرفه می باشد؛ منتهی در این زمینه نیز به دلیل مسئله تحریم و محدودیت نقل و انتقال پول و اخیراً مکانیسم ماشه که کشورها را در مورد هرگونه مراودات تجاری با ایران دست به عصا می کند، لذا کم و کیف صادرات و نحوه دریافت ارز حاصل از صادرات از یک طرف و همچنین رفع تعهد ارزی در داخل و موانع مربوط به آن از طرف دیگر، چالش اصلی پیش روی رشد صادرات صنایع نساجی خواهد بود.

راهکار دوم نیز که قطعاً دیر یا زود فعالان نساجی باید به سمت آن حرکت کنند، سرمایه گذاری در نوآوری، نوسازی ماشین آلات با امکانات داخلی، بهینه سازی مصرف انرژی تجهیزات و کارخانه، بازطراحی فرآیندها برای کاهش ضایعات و مصرف انرژی، حرکت به سمت اتوماسیون و کاهش وابستگی به نیروی انسانی تا جای ممکن، توجه به بازیافت منابع انرژی و آب، ایجاد سیستم تصفیه خانه پساب جهت بازچرخانی آب، مدیریت نقدینگی محدود و تخصیص آن به بخش های حیاتی مانند خرید مواد اولیه و تجهیزات، توسعه کانال های فروش مستقیم و بازارهای دیجیتال برای کاهش هزینه توزیع، تحقیق و توسعه برای استفاده از مواد جایگزین ارزان تر، و مواردی از این دست خواهد بود تا بتوانند ضمن کاهش هزینه های تولید و استمرار فعالیت در مقطع فعلی، برای آینده نیز برنامه ریزی کنند.

در نهایت، دولت و حاکمیت نیز باید از طریق تسهیل در فرآیند تخصیص ارز به واحدهای تولیدی برای تامین مواد اولیه و تجهیزات تولید؛ ایجاد کانال های ارزی ویژه برای صادرکنندگان/واردکنندگان مواد حیاتی با نرخ ترجیحی؛ تسریع در فرایندهای گمرکی و کاهش بوروکراسی برای ترخیص مواد اولیه و قطعات؛ اعطای مشوق های مالی و تسهیلات ارزان قیمت برای سرمایه در گردش و واردات مواد اولیه؛ سیاست های حمایتی مالیاتی و بیمه ای؛ معافیت مالیاتی یا تعویق پرداخت مالیات و عوارض برای دوره بحران؛ حمایت از تولید داخلی مواد اولیه و ماشین آلات از طریق یارانه، خطوط اعتباری و سرمایه گذاری در فناوری؛ تسهیل صادرات ارزی و بازگرداندن ارز؛ دیپلماسی اقتصادی و تقویت روابط با بازارهای منطقه ای و شرکای تجاری جایگزین برای دورزدن موانع بانکی/لجستیکی؛ و موارد متعدد دیگر، نسبت به هموار کردن بستر فعالیت برای واحدهای تولیدی-صنعتی اقدام نماید. هرچند پرواضح است که با توجه به انواع مشکلات اقتصادی و سیاسی پیش روی حاکمیت و یک سر و هزار سودایی که تصمیم گیرندگان کشور با آن مواجه هستند، پیگیری و اجرای چنین حمایت هایی از واحدهای تولیدی، بسیار بعید به نظر می رسد و بهتر است مدیران واحدهای تولیدی، خودشان برای مشکلاتی که بدانها اشاره گردید، چاره ای بیابند.

طبیعی است با شرایطی که ذکر آن رفت، سرمایه گذاری در واحدهای تولیدی جدید یا نوسازی ماشین آلات موجود، به دلیل هزینه بالا و عدم قطعیت های حاکم بر فضای کسب و کار کشور، به شدت کاهش خواهد یافت. البته ممکن است شرکت های بزرگ تر با منابع ارزی بیشتر یا احیاناً دسترسی به رانت ارزی، همچنان به خرید تجهیزات و مواد اولیه ادامه داده و بازار را در دست بگیرند، اما قطعاً شرکت های کوچک و متوسط با سرمایه در گردش و مقیاس تولید کمتر که به منابع ارزی دسترسی ندارند، عملاً با مشکلات جدی مواجه شده و ناگزیر از کاهش ظرفیت تولید و حتی تعطیلی کامل واحد تولیدی خود خواهند بود.

به این موارد، باید نرخ های بهره بالای بانکی (سود بدون ریسک) که اخیراً به حدود ۴۰ درصد رسیده را هم اضافه کرد که عملاً باعث می شود صاحبان سرمایه، به جای سرمایه گذاری در تولید و خرید تجهیزات، عملاً منابع مالی خود را به سپرده بانکی یا اوراق دولتی تبدیل و از جریان تولید خارج نمایند که قطعاً نتیجه این شرایط، کاهش جریان سرمایه گذاری و افت بیشتر تولید در صنعت نساجی - مخصوصاً در بخش هایی که جزو ضروریات زندگی مردم نیست - خواهد بود.

با توجه به مواردی که بدانها اشاره گردید و مخصوصاً افزایش چشمگیر تورم در اقلام مصرفی ضروری خانوار که به کاهش شدید قدرت خرید مصرف کنندگان انجامیده و رکود سنگین نیز در بازارهای مختلف به وضوح قابل مشاهده است، لذا بسیار بعید است واحدهای نساجی بتوانند افزایش نرخ ارز و تورم و متعاقباً افزایش قیمت مواد اولیه و هزینه های تولید خود را به صورت افزایش قیمت کالای نهایی، به حلقه بعدی زنجیره یا مصرف کننده نهایی منتقل کنند و هر حلقه از زنجیره چنانچه کالای مورد نیاز خود را از حلقه قبلی گران تر خریداری کند، معلوم نیست که آیا برای محصول او در حلقه بعدی زنجیره که در نهایت به بازار مصرفی ختم می شود، مشتری وجود خواهد داشت یا خیر؟ و اگر هم خرید مواد اولیه مانند مواد پتروشیمی و الیاف یا تولید کالای واسطه ای مانند نخ و پارچه با هدف انبار کردن و فروش در آینده با قیمت بالاتر انجام شود، از آنجایی که مشخص نیست شرایط اقتصادی و سیاسی کشور در آینده کوتاه مدت و میان مدت به کدام سمت می رود و ریسک آغاز مذاکرات (یا توافق احتمالی) که قطعاً سقوط قیمتی را به دنبال خواهد داشت هنوز قابل تصور است، لذا خرید یا تولید با هدف انبار کردن نیز با ریسک و مخاطرات فراوان همراه بوده و نمی تواند اقدامی عقلانی باشد.

به زعم نگارنده، در شرایط فعلی که هم هزینه ها و موانع تولید پیوسته بالا می رود و هم رکود در سطح تقاضا و بازار نیز پیوسته تشدید می گردد، دو راهکار برای فعالان صنعت نساجی قابل تصور است: راهکار اول که مخصوصاً با توجه به کاهش ارزش پول ملی حایز اهمیت بوده و کشورهای دیگر صاحب صنعت نساجی نیز حداقل در مقاطعی به آن روی آورده اند،

۱۰ همت برای نوسازی صنعت نساجی اختصاص یافت

اعتبار ویژه برای صنعت نساجی کشور اختصاص یافت که این اعتبار به بانکها ابلاغ شده و واحدهای نساجی میتوانند برای نوسازی ماشینآلات خود استفاده کنند. به گزارش خبرگزاری فارس، سید محمد اتابک افزود: ارز وارداتی امسال عمدتاً برای ماشینآلات اختصاص یافته و واردات نخ و پارچه در اولویت قرار ندارد.

اتابک اعلام کرد: ۳,۸ میلیارد لیتر سوخت برای بخش معدن و صنعت در کشور اختصاص یافته است و مصرف مازاد باید با نرخ ۲۳ هزار و ۷۰۰ ریال خریداری شود. وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: اصفهان صنعتیترین استان کشور است و با فعالسازی ظرفیتهای معدنی و نوسازی صنایع نساجی و فرش، میتواند سهم بیشتری در ارزشافزوده ملی ایفا کند. وی تأکید کرد: استان اصفهان با دارابودن بیش از ۱۰ هزار واحد صنعتی و اجرای ۴ هزار پروژه، صنعتیترین استان کشور محسوب میشود و ۵,۶ درصد ارزشافزوده ملی را تولید میکند.



وزیر صنعت، معدن و تجارت عصر پنجشنبه ۲۰ آذرماه ۱۴۰۴ در نشست با صاحبان صنایع شهرستانهای کاشان و آران و بیدگل در اتاق بازرگانی کاشان اظهار داشت: با پیگیری معاون اول رئیسجمهور و استناد به گزارشهای وزارت صمت، رقم ۱۰ هزار میلیارد تومان

بانک مرکزی پس از ۳ سال آمار تورم را اعلام کرد

افزایشی بوده و در مهرماه سال جاری تورم ماهانه به ۴,۸ درصد رسیده است. بررسی جزئیات تورم نقطه به نقطه نیز نشاندهنده شتابگیری قیمتها است. نرخ تورم نقطه به نقطه در اردیبهشتماه سال جاری برابر با ۴۰,۳ درصد بوده است. در بازه ۶ ماهه اردیبهشت تا مهرماه، روند افزایش تورم نقطه به نقطه ادامه داشته است. بر این اساس در مهرماه، سطح عمومی قیمتها ۴۷,۱ درصد افزایش قیمت نسبت به ماه مشابه سال قبل داشته است.

نرخ تورم منتهی به ماه	
سال: ۱۴۰۴	▼
نرخ تورم	ماه
۴۱,۰	آبان
۴۰,۰	مهر
۳۸,۹	شهریور
۳۸,۱	مرداد
۳۷,۶	تیر
۳۷,۲	خرداد
۳۶,۸	اردیبهشت
۳۶,۴	فروردین

بانک مرکزی به تازگی آمارهای تورمی را بهروزرسانی کرده است. آمارهای تورمی بانک مرکزی آخرین بار در سال ۱۴۰۱ منتشر شده بود. با این حال به تازگی پس از سه سال آمارهای تورم کالاها و خدمات مصرفی مناطق شهری منتشر شده است. به عقیده کارشناسان این مسئله نشاندهنده تغییر رویه بانک مرکزی در مسیر انتشار آمارها و افزایش شفافیت است. بر اساس آمارهای اعلام شده، نرخ تورم سالانه در آبانماه به ۴۱ درصد رسیده است. همچنین جزئیات شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی مناطق شهری نیز تا مهرماه بهروزرسانی شده است. در مهرماه سال جاری ۴۷,۱ درصد افزایش قیمت نسبت به ماه مشابه سال گذشته اتفاق افتاده است. همچنین در مهرماه سطح عمومی قیمتها ۴,۸ درصد نسبت به ماه قبل افزایش داشته است.

بر اساس آخرین آمارهای بانک مرکزی، نرخ تورم منتهی به آبانماه سال جاری به ۴۱ درصد رسیده است. این در حالی است که تورم سالانه ۱۴۰۳ برابر با ۳۵,۸ درصد بوده است. علاوه بر این، جزئیات شاخص کل بهای کالاها و خدمات مصرفی در مناطق شهری بر اساس سال پایه ۱۴۰۰ نیز تا مهرماه سال جاری بهروزرسانی شده است. بر این اساس، تورم ماهانه از تیرماه سال جاری همواره

پیمان سپاری ارزی به مالیات پنهان بر صادرات رسمی تبدیل شده



شفافیت اقتصادی. او خاطرنشان کرد: پیمان سپاری ارزی در وضعیت فعلی به جای بازگشت ارز، به کاهش عمق صادرات مولد منجر شده است. بنابراین در شرایطی که رویکرد مثبت کشورهای مختلف برای استفاده از ظرفیت‌های بخش خصوصی ایران را مشاهده می‌کنیم، انتظار داریم که دولت هم با تجدیدنظر اساسی در سیاست‌ها و سازوکارها، به تسهیل تجارت برای فعالان اقتصادی بپردازد.

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران روز یکشنبه ۲۳ آذرماه در نشست هیئت نمایندگان اتاق ایران گفت: سیاستگذاران اگر به دنبال نسخه و راهکاری برای خروج از شرایط سخت اقتصادی هستند، لازم است در سازوکارهایی که منجر به انسداد در تجارت شده است، تجدیدنظر اساسی صورت دهند. صمد حسن‌زاده، با بیان اینکه پیمان سپاری ارزی در عمل به یکی از چالش‌برانگیزترین سیاست‌ها برای صادرکنندگان تبدیل شده است، بیان داشت: این موضوع به کاهش انگیزه صادرات رسمی، افزایش ریسک و ناطمینانی، فشار بر بنگاه‌های کوچک صادرات‌محور، گسترش استفاده از کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای و انتقال بخشی از تجارت به مسیرهای غیررسمی یا کاهش اظهار واقعی منجر شده است.

حسن‌زاده افزود: در بخش خصوصی معتقدیم که بازگشت ارز یک ضرورت ملی است. اما باید صادقانه بگوییم در شرایط فعلی اقتصاد ایران، پیمان سپاری ارزی عملاً به یک مالیات پنهان بر صادرات رسمی تبدیل شده است. این نه به نفع دولت است، نه به نفع تولید، و نه به نفع

دبیر کل جدید اتاق ایران منصوب شد

کاغذ پارس و شرکت دیبای شوشتر و عضویت در هیئت مدیره چندین واحد صنعتی دیگر شده است.

روغنی از دوره ششم به عضویت هیئت نمایندگان اتاق ایران درآمد. همچنین ریاست کمیسیون صنعت، نایب‌رئیس کمیسیون صنعت، نمایندگی اتاق ایران و بخش خصوصی در ستاد تسهیل کشور، نمایندگی اتاق ایران در مجامع، شوراهای حاکمیتی و کمیسیون‌های مجلس شورای اسلامی، مشاور رئیس اتاق ایران و ۳۰ سال فعالیت در تشکلهای اقتصادی از مهم‌ترین سوابق دبیرکل جدید اتاق ایران است. روغنی گلپایگانی از رزمندگان هشت سال دفاع مقدس است که در عملیات فتح‌المبین به افتخار جانبازی نائل آمد و در عملیات‌های بیت‌المقدس، والفجر مقدماتی، فاو، فکه و خیبر حضور داشته است. او در دوره دوم فعالیت کمیسیون‌های دوره دهم هیئت نمایندگان اتاق ایران، ریاست کمیسیون صنعت اتاق را نیز به عهده گرفت و همچنین ریاست هیئت‌مدیره سندیکای تولیدکنندگان کاغذ و مقوای ایران را بر عهده دارد.



طی حکمی از سوی صمد حسن‌زاده رئیس اتاق ایران، ابوالفضل روغنی گلپایگانی که پیش از این مسئولیت مشاور رئیس اتاق ایران در امور تشکلی را به عهده داشت، به عنوان دبیرکل اتاق ایران منصوب شد. وی از سال ۱۳۷۰ وارد عرصه مدیریت واحدهای تولیدی و صنعتی بزرگ کشور از جمله مدیرعاملی شرکت کمپرسورسازی ایران، بسته‌بندی پارس، کارتن پارس، ارج، چوب و کاغذ مازندران، شرکت

التهاب بازار مواد اولیه پلیمری از کجا نشأت می گیرد؟

گروه‌ها با ورود مجدد به بازار، موجی از تقاضای کاذب ایجاد کرده‌اند. در حالی که در نیمه نخست سال چنین رفتاری مشاهده نمی‌شد، این اتفاق اکنون به یکی از عوامل اصلی فشار بر بازار تبدیل شده است.

از نظر عضو هیئت مدیره انجمن ملی صنایع پلیمر ایران، «اجرای دقیق طرح افق، نظارت بر پروانه‌ها و راستی‌آزمایی فعالیت واقعی واحدهای پایین‌دستی باید با جدیت بیشتری دنبال شود تا مواد اولیه در نهایت به دست تولیدکنندگانی برسد که واقعا در خط تولید فعال‌اند و با وجود مشکلات انرژی، نیروی انسانی و هزینه‌های سنگین، همچنان بار تولید کشور را بر دوش می‌کشند».

صحاف امین در جمع‌بندی صحبت‌های خود تاکید کرد: «کنترل التهاب بازار مواد اولیه پلیمری، نیازمند اصلاح نرخ ارز مبنای افزایش عرضه واقعی، و پایش دقیق تقاضا است. تنها در این صورت می‌توان از صنایع تکمیلی که نقش اساسی در اشتغال و ارزش‌افزوده کشور دارند، حمایت کرد و مواد اولیه را با قیمت مناسب و حجم کافی به دست مصرف‌کنندگان واقعی رساند».

صحاف‌امین محور دوم را مشکل مزمن کمبود عرضه در برخی گریدهای پلیمری به‌ویژه پلی‌پروپیلن ذکر کرد و گفت: «این چالش مربوط به امروز یا ماه‌های اخیر نیست و سال‌هاست که عرضه این ماده با نیاز صنایع پایین‌دستی تطابق ندارد. اجرای طرح‌های در دست توسعه می‌تواند بخشی از این کمبود را جبران کند. همچنین بهره‌گیری از خوراک‌های مایع در کنار خوراک گازی و الزام پتروشیمی‌ها به افزایش تولید از این مسیر، از جمله راهکارهای کوتاه‌مدت قابل اجراست. جلوگیری از عرضه محصولات تکمیلی که مصرف‌کننده واقعی آن‌ها صنایع تکمیلی نیست نیز می‌تواند به تعادل بازار کمک کند. در افق میان‌مدت، پروژه‌هایی مانند طرح سلمان فارسی قادر خواهند بود فشار کمبود عرضه را به شکل اساسی کاهش دهند، مشروط بر اینکه اجرای آن‌ها با سرعت بیشتری دنبال شود».

وی در ادامه گفت: «سومین محور، پایش تقاضا و سامان‌دهی خریداران واقعی است. تجربه ماه‌های اخیر نشان می‌دهد که افزایش نرخ ارز موجب بازگشت برخی واحدهایی شده که مدت‌ها غیرفعال بوده‌اند اما از مجوز خرید برخوردارند؛ این

عضو هیئت مدیره انجمن ملی صنایع پلیمر ایران در یادداشتی، عوامل اصلی بروز التهاب در بازار مواد اولیه پلیمری را تشریح کرد. علیرضا صحاف امین گفت: «در شرایطی که بازار مواد اولیه پلیمری با رقابت‌های کم‌سابقه و نوسانات شدید مواجه است، بررسی دقیق عوامل ایجادکننده این التهاب بیش از هر زمان دیگری ضرورت دارد. به نظر می‌رسد مجموعه عوامل مؤثر را بتوان در سه محور اصلی دسته‌بندی کرد».

به گفته وی، «نخستین و شاید مهم‌ترین عامل، نرخ ارز مبنای قیمت‌گذاری مواد اولیه است. بسیاری از فعالان زنجیره ارزش پلیمر - از صنایع بالادستی تا واحدهای تکمیلی - معتقدند که نرخ فعلی مورد استفاده در محاسبات، واقعی و منطبق با شرایط بازار نیست. فاصله قابل‌توجه میان نرخ رسمی و نرخ بازار دوم، نه تنها انگیزه سوداگری را افزایش داده بلکه باعث شکل‌گیری تقاضای کاذب و ایجاد تنش در بازار شده است. رشد اخیر نرخ ارز نیز این فاصله را تشدید کرده و موج جدیدی از تقاضای غیرواقعی را به وجود آورده است».

هزینه صدور و تمدید کارت بازرگانی اعلام شد

فعالیت‌های تجاری، کارت‌های بازرگانی بدون دریافت کارمزد، صادر یا تمدید شد.

در این ابلاغیه تاکید شده است: با عنایت به فراهم‌شدن بستر پرداخت کارمزد مربوطه، ضروری است تا پایان آذرماه نسبت به پرداخت کارمزد مربوطه از طریق سامانه جامع تجارت اقدام شود. امکان پرداخت در آخرین درخواست منجر به صدور یا تمدید فراهم شده و در صورت عدم پرداخت، امکان استفاده از کارت بازرگانی پس از موعد اعلامی تا زمان تسویه، وجود نخواهد داشت.

بر اساس اعلام معاونت امور استان‌ها و تشکلهای اتاق ایران، وزارت صنعت، معدن و تجارت طبق ردیف ۱۴۰۱۲۰ جدول ۱۶ قانون بودجه سال ۱۴۰۴ کل کشور، هزینه صدور و تمدید کارت بازرگانی را به ترتیب ۸۰،۰۰۰،۰۰۰ و ۶۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال اعلام کرد.

در ابلاغیه‌ای که از سوی این وزارتخانه خطاب به فعالان اقتصادی ارسال شده، آمده است:

از آنجایی که در شش‌ماهه ابتدایی سال، امکان دریافت سیستمی این تعرفه فراهم نبود به‌منظور تسهیل امور و جلوگیری از اختلال در

امسال درآمدهای مالیاتی ۵,۵ برابر درآمدهای نفتی بوده است

نشان‌دهنده نقش فزاینده مالیات در تأمین منابع پایدار بودجه و کاهش وابستگی به درآمدهای نوسان‌پذیر نفتی و غیرمالیاتی است.

معاون وزیر امور اقتصادی و دارایی در ادامه صحبت‌های خود، دومین هدف سازمان را رفع تبعیض و ارتقای عدالت مالیاتی دانست و گفت: اصلاح ساختارها و رویه‌های مالیاتی در دستور کار قرار گرفته تا بار مالیاتی به‌طور منصفانه میان مؤدیان توزیع شود و اعتماد عمومی نسبت به نظام مالیاتی افزایش یابد. سبانیان سومین هدف سازمان را تسهیل امور مؤدیان و کاهش اصطکاک و هزینه‌های مالیات‌ستانی در کشور دانست و افزود: توسعه سامانه‌های هوشمند و ارائه خدمات الکترونیک موجب شده است تعامل مؤدیان با سازمان ساده‌تر، سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر شود و اصطکاک میان مردم و نظام مالیاتی کاهش یابد. وی ارتقای سلامت اداری و کاهش فساد در نظام مالیاتی را هدف چهارم و استفاده از سیاست‌های مالیاتی در جهت رشد اقتصادی کشور را هدف پنجم سازمان برای نظام مالیاتی نوین دانست.

بر اساس آمار مرکز آمار ایران به ۶,۴ درصد افزایش یافته است؛ رشدی قابل توجه که نشان‌دهنده تقویت جایگاه مالیات در ساختار اقتصادی کشور است. وی در تشریح این دستاورد گفت: افزایش نسبت مالیات به تولید ناخالص داخلی، نشانه‌ای روشن از پایداری منابع بودجه، کاهش وابستگی به نفت و ارتقای عدالت مالیاتی است. این شاخص یکی از اهداف کلیدی برنامه هفتم توسعه بوده و تحقق آن نشان‌دهنده موفقیت راهبردهای سازمان در اصلاح ساختار مالیاتی کشور است.

سبانیان افزود: نسبت مالیات به هزینه‌های جاری دولت در سال ۱۴۰۳ به رقم بی‌سابقه ۶۵,۵ درصد رسیده است. این شاخص نشان می‌دهد که بخش عمده‌ای از هزینه‌های جاری دولت اکنون از محل درآمدهای مالیاتی تأمین می‌شود؛ تحولی مهم در مسیر پایداری مالی و کاهش وابستگی به منابع ناپایدار. رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور ادامه داد: نسبت مالیات به منابع بودجه عمومی نیز در سال ۱۴۰۳ به رقم ۴۸ درصد رسیده است؛ بالاترین سطح در هفت سال گذشته. این شاخص

رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور در تشریح راهبردهای کلان این سازمان به اهداف پنج‌گانه نظام مالیاتی نوین اشاره کرد و گفت: نخستین هدف سازمان، تأمین پایداری بودجه جاری دولت از محل مالیات است که بر اساس برنامه هفتم توسعه، نسبت مالیات به تولید ناخالص داخلی هر سال یک واحد درصد افزایش خواهد یافت تا وابستگی بودجه به منابع ناپایدار کاهش یابد و بنیان‌های مالی کشور تقویت شود. به گزارش خبرگزاری مهر، سید محمدهادی سبانیان افزود: در هفت‌ماه ابتدایی سال ۱۴۰۴ نسبت درآمدهای مالیاتی به درآمدهای نفتی در تأمین منابع عمومی بودجه به رقم بی‌سابقه ۵,۵ برابر رسیده است. این نسبت نشان‌دهنده جایگاه برجسته مالیات در ساختار مالی کشور و کاهش وابستگی بودجه به درآمدهای نفتی است.

سبانیان گفت: نسبت مالیات به تولید ناخالص داخلی (T/GDP) در سال ۱۴۰۳ به بالاترین سطح خود در هفت سال گذشته رسیده است. این نسبت بر مبنای آمار بانک مرکزی به ۸,۳ درصد و

رواج زیرمیزی در تالار دوم مبادلات ارزی

به جریان افتاده است. به ازای هر دلار، ۴ هزار تومان مطالبه می‌شود تا دو طرف را به هم وصل کنند. فرشچیان این را هم گفت که قرار بود صف تخصیص گروه کالایی تالار یک و دو جدا از هم باشند اما این اتفاق نیفتاده است.

محمد آرام رئیس هیئت‌مدیره مرکز مبادله ارز و طلای ایران نیز گفت: تالار دوم دو بخش دارد. یک بخش با محوریت نقل و انتقال ارز با عاملیت بانک‌ها است و روش غیرمستقیم است ولی در بخش دوم، دو مجموعه صادراتی و وارداتی با هم تعامل کرده و خودشان ارز را جابه‌جا می‌کنند که با عنوان معاملات مستقیم یا تهاتری است. تلاش کردیم بانک مرکزی دخالتی در حجم و مقدار تبادلات نداشته باشد و نرخ براساس عرضه و تقاضا نوسان دارد.

رئیس کمیسیون مدیریت واردات اتاق ایران، گفت: متأسفانه عدم شفافیت نرخ ارز موجب به راه افتادن پدیده زیرمیزی در تالار دوم شده و هزینه مضاعفی به واردات کشور تحمیل می‌کند. احمدرضا فرشچیان در نشست این کمیسیون که با حضور رئیس هیئت‌مدیره مرکز مبادله ارز و طلای ایران برگزار شد، افزود: زیرمیزی در تالار دوم درصد بالایی از هزینه مبادله را به خود اختصاص می‌دهد و در هیچ سندی هم قید نمی‌شود. این به دلیل عدم شفافیت نرخ ارز و عدم شناخت طرفین عرضه‌کننده و خریدار از یکدیگر است. او ادامه داد: اگرچه صف انتظار ۱۴ روزه توافق شده بود اما نه در تالار یک و نه در تالار دوم اجرا نمی‌شود و به همین دلیل تجار بیشتر سراغ روش مبادله مستقیم می‌روند. اما به دلیل اینکه طرفین یکدیگر را نمی‌شناسند، زیرمیزی‌ها

ششمین نمایشگاه تخصصی صنعت نساجی، پوشاک و منسوجات خانگی مشهد برگزار شد

ایسنا، اظهار کرد: مشکل اصلی نساجی، واردات تهلنجی است. این واردات غیررسمی و غیرقانونی است که به وسیله مرز نشین‌ها وارد کشور می‌شود و کاملاً تولید داخلی و اشتغال موجود صنعت نساجی را به خطر انداخته است. وی ادامه داد: در حالی که تعرفه قانونی برای نخ، پارچه و پوشاک از ۱۵ تا ۷۰ درصد است، کالاهایی که از چین، مالزی و اندونزی می‌آید، با تعرفه ۵ درصد وارد و در بندر بوشهر تخلیه می‌شود و به راحتی وارد بازار ایران می‌شود. این وضعیت باعث شده که کالاهای تولید داخل قدرت رقابت نداشته باشند و مردم به سراغ کالاهای ارزان‌تر خارجی بروند، اشتغال کشور به خطر بیفتد و تولید ملی دچار مشکل شود.

رخصت افزود: با توجه به اینکه روند برگرداندن ارزش طولانی و پیچیده است، در وضعیت کنونی ادامه‌دادن مسیر تأمین ارزش تقریباً بی‌فایده شده است. انجمن نساجی مشهد، علاقه‌ای به این مسیر ندارد، اما همچنان امیدواریم دولت صادقانه اعلام کند که ارزش ندارد و اگر می‌خواهد ارزش آزاد یا تالار دوم بدهد، نرخ‌ها مشخص باشد. ما توانایی خودکفایی داریم و می‌توانیم بدون ارزش دولتی فعالیت کنیم، اما واردات تهلنجی و غیرقانونی به صنعت ما آسیب می‌زند.

وی درباره وضعیت واحدهای نساجی خراسان رضوی، اظهار کرد: کارخانجات مختلفی در حوزه نساجی داریم. تقریباً ۵۰ درصد واحدهایی که در ۱۰ سال گذشته فعالیت می‌کردند، الان خاموش هستند. دلیل این تعطیلی‌ها نبود نقدینگی، ضعف مدیریت،



مشارکت‌کننده برگزار شد که از این تعداد، ۲۶ غرفه‌دار از خراسان رضوی و ۱۷ غرفه‌دار از استان‌های تهران، اردبیل، تبریز و اصفهان در این رویداد شرکت کردند.

صنعت نساجی زیر فشار واردات غیر قانونی و عدم تخصیص ارزش

در حاشیه برگزاری این رویداد، رئیس انجمن صنعت نساجی خراسان رضوی، با بیان اینکه یکی از بزرگترین مشکلات صنعت نساجی تأمین مواد اولیه است، گفت: بهترین واحدهای نساجی کشور در سال گذشته نهایتاً ۴۰۰ تا ۵۰۰ هزار دلار برای تأمین مواد اولیه خود دریافت کردند اما از بهمن‌ماه سال گذشته تاکنون، برای سفارش‌های جدید ارزش تخصیص داده نشده است. مهندس غلامعلی رخصت، در گفتگو با

ششمین نمایشگاه تخصصی صنعت نساجی، پوشاک و منسوجات خانگی در حالی روزهای ۱۲ لغایت ۱۵ آذرماه ۱۴۰۴ در سالن فردوسی مرکز نمایشگاهی مشهد برگزار شد که این نمایشگاه نیز مشابه سایر نمایشگاه‌های نساجی امسال با کاهش استقبال از سوی شرکت‌ها و بازدیدکنندگان مواجه شد، به‌طوری‌که تقریباً تنها نیمی از سالن اختصاص یافته به این رویداد توسط غرفه‌داران پر شده بود. در این دوره از نمایشگاه، در مجموع ۳ هزار مترمربع فضا به ۳۰ شرکت فعال در صنعت نساجی اختصاص یافته بود که از این تعداد، ۱۴ شرکت از خراسان رضوی و ۱۶ شرکت از استان‌های تهران و اصفهان حضور داشتند. همزمان با نمایشگاه نساجی، شانزدهمین نمایشگاه تخصصی کیف و کفش، محصولات پوست و چرم، ماشین‌آلات و مواد اولیه نیز در فضایی بالغ بر ۱۵۵۰ مترمربع و با حضور ۴۳

سرمایه‌شان گرفتار بوروکراسی و تصمیمات غیرکارشناسی شود. اگر فضای تولید و صنعت روان، راحت و درآمدزا باشد، مردم به جای خرید طلا و دلار، در صنعت و تولید ملی سرمایه‌گذاری می‌کنند.

رئیس انجمن نساجی خراسان رضوی، درخصوص تولید بدون کارخانه بیان کرد: این موضوع چیز جدیدی نیست. تولید بدون کارخانه در دنیا بیش از ۱۰۰ سال است که وجود دارد و در ایران هم بیش از ۵۰ سال سابقه دارد. بسیاری از واحدها ظرفیت خالی دارند و می‌توانند بدون داشتن کارخانه اضافی تولید کنند. امروز این مفهوم تبدیل به یک مجوز بی‌فایده شده است تا عده‌ای از آن برای گرفتن وام استفاده کنند. اصل مسئله این است که ظرفیت‌های موجود واحدهای صنعتی باید مورد استفاده قرار گیرد، نه اینکه با چاپ یک کاغذ به اسم مجوز، مسیر تولید را پیچیده کنیم.

وی تاکید کرد: کشور با کار اجرایی ساخته می‌شود نه حرف و جلسه. باید فضای کسب‌وکار را آرام کنیم، صنعتگران را حمایت کنیم و اجازه دهیم سرمایه‌ها وارد چرخه تولید شوند. امروز مشکلات اصلی همان بی‌اعتمادی، واردات غیرقانونی و هزینه‌های اضافی است که ریشه اشتغال و تولید را تهدید می‌کند.

وی همچنین درباره تعرفه‌های گمرکی، اظهار کرد: تعرفه‌های گمرکی برای الیاف، نخ و پارچه به‌صورت کارشناسی شده است، اما وقتی مرزنشین‌ها الیاف و پوشاک را با تعرفه ۵ درصد وارد می‌کنند، یعنی تصمیمی غیرکارشناسی در بدنه دولت گرفته شده و اشتغال و تولید کشور را تهدید می‌کند. امروز اگر دولت بخواهد با تحریم‌های شدیدتری هم روبه‌رو شود، راهش این نیست که مرزها را باز بگذارد و اجازه دهد هر کالایی وارد شود، چون این کار اشتغال داخلی را از بین می‌برد.

رخصت درباره افزایش قیمت تمام‌شده تولید، گفت: چالش اصلی ما افزایش قیمت‌ها ناشی از مشکلات داخلی کشور است، نه کمبود ارز. دستگاه‌های دولتی باید فضا را برای صنعتگر نرم‌تر و آرام‌تر کنند. وقتی شهرداری، دارایی و بانک‌ها فشار می‌آورند و هزینه‌ها و مالیات‌های بی‌مورد تحمیل می‌کنند، قیمت تمام‌شده کالا بالا می‌رود و کالاهای قاچاق وارد بازار می‌شوند. باید فضایی ایجاد شود که صنعتگر بدون دغدغه بتواند تولید کند و قیمت‌ها متعادل بماند.

وی درباره ظرفیت سرمایه‌گذاری در خراسان رضوی، توضیح داد: خراسان رضوی ظرفیت بسیار بالایی برای سرمایه‌گذاری دارد، اما هیچ‌کس جرأت ورود ندارد. سرمایه زیادی در استان وجود دارد، اما مردم می‌ترسند

کهنه‌بودن ماشین‌آلات و هزاران مشکل دیگر است. صنعت نساجی، صنعتی بسیار سخت است، حاشیه سود کمی دارد و زحمت زیادی می‌طلبد، اما چون یکی از صنایع قدیمی کشور است، هنوز عده‌ای در آن فعال هستند. برخی واحدها با ۴۰۰ نفر نیرو، ۴۷ سال فعالیت دارند و امکان تعطیلی ندارند، اما همچنان با مشکلات زیادی روبه‌رو هستند.

رخصت درباره سهم نساجی در اقتصاد استان، گفت: واقعاً نمی‌شود دقیق گفت سهم نساجی و منسوجات چقدر است. خراسان رضوی استانی است که سالانه حدود ۳۰ میلیون زائر دارد. زائران لباس می‌خرند، اما نمی‌دانیم آیا این لباس در داخل استان مصرف می‌شود یا خیر، مصرف پوشاک در استان همیشه بالا بوده، ولی وضعیت اقتصادی مردم به‌شدت خراب شده و خریدهای زائران کاهش یافته است.

رئیس انجمن نساجی خراسان رضوی در ادامه به معضل پوشاک دست‌دوم اشاره و خاطرنشان کرد: پوشاک دست‌دوم بسیار خطرناک است و باعث انتقال بیماری می‌شود. گرانی پوشاک، مردم را به سمت لباس‌های دست‌دوم آورده و این موضوع پیامدهای جدی برای سلامت جامعه دارد. تا زمانی که نخ و پارچه با قیمت مناسب در اختیار بخش دوخت و پوشاک قرار نگیرد، نمی‌توانیم پوشاک ارزان تولید کنیم و جلوی قاچاق را بگیریم.



رئیس اتاق تهران مطرح کرد:

۱۵ پیشنهاد برای بهبود شرایط اقتصادی کشور

درصد برآورد کرده بود، اما اکنون به سمت رکود حرکت می‌کند.

پیش‌بینی تورم ۵۶ درصدی در سال ۱۴۰۵

رئیس اتاق تهران در بخش دیگری از صحبت‌های خود به پیش‌بینی شرایط تورم در ماه‌ها و سال‌های آینده پرداخت و گفت: وضعیت تورم در ایران، یکی از نگران‌کننده‌ترین بخش‌های گزارش بانک جهانی است: درحالی‌که برابر اعلام مرکز آمار ایران تورم سال ۱۴۰۳ معادل ۳۲,۵ درصد بوده است، بانک جهانی، تورم سال‌های ۱۴۰۴ را معادل ۴۹ درصد و سال ۱۴۰۵ را بیش از ۵۶ درصد پیش‌بینی کرده است. این افزایش تورم، عمدتاً ناشی از کاهش درآمدهای نفتی، افزایش کسری تراز حساب جاری (از مثبت ۲,۸ درصد تولید ناخالص داخلی در سال ۱۴۰۳ به منفی ۰,۳ درصد)، افزایش کسری بودجه دولت (از منفی ۳,۴ درصد تولید ناخالص داخلی در سال ۱۴۰۳ به منفی ۴,۱ درصد)، رشد نقدینگی، محدودیت‌های تجاری و شوک‌های سیاسی ذکر شده است. تورم بالا و کاهش قدرت خرید خانوارها به افزایش فقر، نابرابری و فشارهای اجتماعی منجر خواهد شد، به‌نحوی که بیش از ۳۵ درصد جمعیت ایران در زیرخط فقر قرار گرفته‌اند.

نصفی‌عرب در بخش دیگری از صحبت‌های خود به پیش‌بینی بانک جهانی از وضعیت دیگر کشورهای منطقه پرداخت و گفت: بانک جهانی در همین گزارش، رشد اقتصادی خاورمیانه، شمال آفریقا، افغانستان و پاکستان (MENA) را برای سال ۲۰۲۵، معادل ۲,۸ درصد پیش‌بینی کرده است که نسبت به پیش‌بینی قبلی که معادل ۲,۶ درصد در فروردین‌ماه سال جاری بود، کمی بهبود یافته است که این بهبود به دلایل زیر است:

۱- رشد کشورهای خلیج فارس، به دلایل کاهش سریع‌تر محدودیت‌های تولید نفت و رشد بخش‌های غیرنفتی در کشورهایمانند عربستان، امارات و قطر.

۲- بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای واردکننده نفت، افزایش مصرف، سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و احیای بخش‌های کشاورزی و گردشگری. با این حال، کشورهای ایران و لیبی به‌دلیل تحریم‌ها، کاهش تولید نفت و درگیری‌های ژئوپلیتیکی، با کاهش رشد اقتصادی مواجه شده‌اند. رئیس اتاق تهران همچنین گفت: اگرچه گزارش بانک جهانی، تحریم‌ها، درگیری‌های منطقه‌ای، کاهش تولید نفت و تحولات اقتصادی را باعث



سی‌وسومین جلسه هیئت نمایندگان اتاق تهران صبح سه‌شنبه ۲۷ آبان‌ماه ۱۴۰۴ با حضور اعضا برگزار شد. محمود نجفی‌عرب رئیس اتاق تهران در ابتدای صحبت‌های خود به رشد ناگهانی قیمت پلی‌پروپیلن (PP) که ماده اولیه مورد نیاز در بسیاری از صنایع محسوب می‌شود اشاره کرد و از مسئولان وزارت صمت خواست تا موضوع را پیگیری کنند. رئیس اتاق تهران در ادامه به تازه‌ترین گزارش بانک جهانی درباره شرایط اقتصادی ایران و کشورهای منطقه منا اشاره کرد و گفت: بانک جهانی در این گزارش وضعیت اقتصاد ایران و منطقه خاورمیانه، شمال آفریقا و افغانستان و پاکستان (منطقه MENA) را مورد بررسی قرار داده است که می‌بایست مورد توجه کارآفرینان کشور قرار بگیرد. در این گزارش پیش‌بینی‌های جدیدی با تمرکز بر عوامل موثر در اقتصاد ایران شامل: ۱- تحریم‌ها، ۲- درگیری‌های منطقه‌ای، ۳- کاهش تولید نفت و ۴- تحولات اقتصادی ارائه شده است.

براساس این گزارش، بانک جهانی پیش‌بینی کرده است که اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۴ رشد منفی ۱,۷ درصدی و در سال ۱۴۰۵ رشد منفی ۲,۸ درصدی را تجربه خواهد کرد. به عبارت دیگر میزان GDP ایران در سال ۲۰۲۴ که براساس برابری قدرت خرید سرانه (PPP) معادل ۴۳۶ میلیارد دلار برآورد شده است؛ تا آخر سال ۱۴۰۴ معادل ۷,۴ میلیارد دلار و تا آخر سال ۱۴۰۵ نیز حدود ۲۰ میلیارد دلار کاهش یافته و به حدود ۴۱۶ میلیارد دلار کاهش خواهد یافت. درحالی‌که پیش‌بینی‌های قبلی که در فروردین‌ماه سال جاری توسط همین مؤسسه به‌عمل آمده بود، رشد اقتصادی سال ۱۴۰۴ را معادل ۱,۶ درصد و سال ۱۴۰۵ را معادل ۰,۶

- ۸- تشویق سرمایه‌گذاری در بخش‌های با ارزش افزوده بالاتر.
- ۹- استحکام بخشیدن به سیاست‌های کلان اقتصاد.
- ۱۰- کنترل تورم از طریق سیاست‌های پولی دقیق، مدیریت بهینه نقدینگی و ثبات ارزی.
- ۱۱- مدیریت کسری بودجه، اولویت‌بندی هزینه‌ها، افزایش کارایی مالی.
- ۱۲- تقویت ذخایر ارزی کشور و کاهش وابستگی به نوسان قیمت نفت.
- ۱۳- جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و ایجاد ثبات سیاستی.
- ۱۴- ایجاد پیش‌بینی‌پذیری بیشتر در سیاست‌های اقتصادی و پرهیز از اعمال سیاست‌های غیراقتصادی.
- ۱۵- تعامل سازنده با نهادهای بین‌المللی، به‌ویژه در زمینه مقررات بین‌المللی.

او در پایان گفت: امید است با تعامل بین دولت و بخش خصوصی، اتخاذ سیاست‌های سازنده و تلاش بهینه‌آحاد کارآفرینان، اقتصاد کشور از ناهنجاری‌های موجود، رهایی یافته و شرایط اقتصادی کشور با قرارگرفتن در مسیر تعالی و پیشرفت، به راه خود ادامه دهد.

به‌وجودآمدن شرایط رکود تورمی موجود در اقتصاد کشور معرفی کرده است، لیکن بایستی توجه شود عوامل مهم‌تری از دید فعالان اقتصادی موجب این شرایط اقتصادی شده‌اند که عدم‌توجه به آنها شرایط را برای عاملین اقتصادی اعم از تولیدکننده و مصرف‌کننده، سخت‌تر نموده و بحران اقتصادی را عمیق‌تر خواهد کرد. نجفی عرب در پایان ۱۵ پیشنهاد هم برای بهبود شرایط اقتصادی کشور ارائه داد:

- ۱- تسریع در اصلاحات ساختاری.
- ۲- اصلاح قوانین سرمایه‌گذاری، تسهیل ورود سرمایه خارجی، تضمین حقوق سرمایه‌گذاران.
- ۳- بهبود فضای کسب‌وکار، کاهش موانع بوروکراتیک.
- ۴- ارتقای کارایی بخش دولتی، حذف تصدی‌گری‌های غیرضروری.
- ۵- تنوع‌بخشی صادراتی و کاهش اتکال به صادرات نفت.
- ۶- توسعه صادرات غیرنفتی (صنایع تبدیلی، کشاورزی با ارزش افزوده، فناوری).
- ۷- بهره‌برداری از فرصت‌های منطقه‌ای (همسایگان، بازارهای مشترک).



سامانه‌هایی که مانع تسهیل شده‌اند

مهدی جعفری نایب رئیس اتاق سمنان و مدیرعامل شرکت الگانت

تعرفه و تأمین اجتماعی، بلکه با یک نظام اداری چندلایه و متناقض روبه‌روست. هر لایه از آن به‌جای کمک، موانع جدیدی می‌سازد. وقتی از جنگ خاموش علیه تولید و تحریم داخلی سخن می‌گوییم، بخشی از آن همین است: جنگی بی‌صدا که در قالب ضوابط و مقررات خلق‌الساعه و غیرمنطبق با واقعیات روز و سامانه‌های پراکنده رخ می‌دهد و نیروی تولید را فرسوده می‌کند. درحالی‌که دنیا در مسیر هوشمندسازی جامع و پیوسته پیش می‌رود، ما گرفتار کاریکاتوری معیوب از هوشمندسازی شده‌ایم؛ شبکه‌ای از سامانه‌های بی‌ارتباط که تولیدکننده را خسته و فرسوده و توانمندی‌اش را مضمحل می‌کند.

دارند: «افزایش هزینه مالی و روانی تولید». یک بنگاه متوسط ناچار است اطلاعات مشابه را بارها و در سامانه‌های مختلف ثبت کند؛ بدون آن‌که این سامانه‌ها با هم ارتباط داشته باشند. کوچک‌ترین خطا یا تأخیر در یکی از آن‌ها می‌تواند به انسداد کد اقتصادی، تعلیق کارت بازرگانی، یا حتی جریمه سنگین منجر شود. و نتیجه آن اینکه تولیدکننده به‌جای فکر کردن به بازار، صادرات و نوآوری، وقت خود را صرف مدیریت سامانه‌ها می‌کند؛ سامانه‌هایی که هر روز یک نام جدید و یک الزام و دستور تازه دارند. واقعیت تلخ این است که امروز در ایران، تولیدکننده نه فقط با مشکلات انرژی، ارز،

در سال‌هایی که تولیدکننده ایرانی باید همه توان خود را صرف حفظ اشتغال، تأمین مواد اولیه و توسعه بازار کند، بخش قابل‌توجهی از انرژی او صرف عبور از دالان‌هایی می‌شود که نام سامانه بر روی آنها گذاشته‌اند اما در عمل، دیوارهای دیجیتال بوروکراسی برای رونق‌زدایی تولید هستند. قرار بود تکنولوژی، نظارت را هوشمند کند و فرآیندها را ساده‌تر، اما امروز تولیدکننده برای ادامه حیات طبیعی و قانونی خود باید با ده‌ها سامانه موازی و پریچ‌وخم سر و کله بزند. از سامانه جامع تجارت و مالیات گرفته تا انبار، بیمه، استاندارد، محیط‌زیست و صدها فرم تکراری دیگر که همگی فقط یک مسئولیت

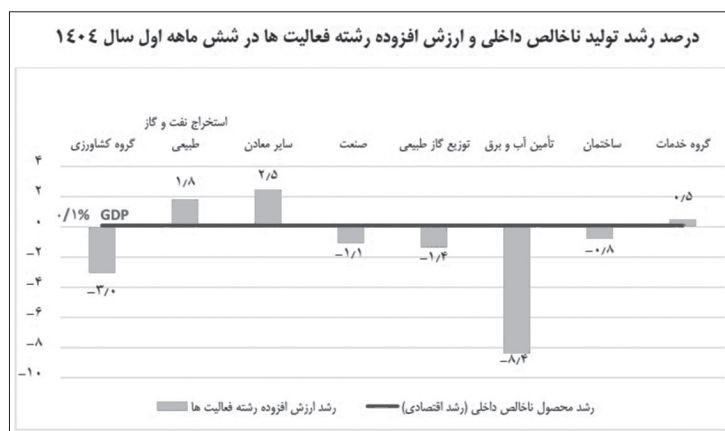
مرکز آمار گزارش رشد اقتصادی نیمه اول ۱۴۰۴ را منتشر کرد

نوسان رشد اقتصادی در محدوده صفر

دارد. در رابطه با محصول ناخالص داخلی بدون احتساب نفت اما وضعیت ناخوشایندتر است. محصول ناخالص داخلی در ۶ ماه ابتدایی سال جاری به ۳ هزار و ۸۱۹ هزار میلیارد تومان رسید که بدون احتساب نفت است. این رقم برای ۶ ماه ابتدایی سال ۱۴۰۳ برابر با ۳ هزار و ۸۳۶ هزار میلیارد تومان بوده است که حاکی از افت منفی ۰٫۵ درصدی محصول ناخالص داخلی در ۶ ماه ابتدایی سال ۱۴۰۴ دارد. در بازه زمانی ۶ ماهه و در میان گروه‌های اصلی، گروه کشاورزی با افت منفی ۳ درصدی در رشد اقتصادی، بیشترین افت را تجربه کرده است. در مقابل گروه خدمات با رشد ۰٫۵ درصدی بیشترین رشد را داشته است. گروه صنایع و معادن نیز رشد ۰٫۳ درصدی را ثبت کرده است، در حالی که بدون احتساب نفت، رشد این گروه به منفی ۰٫۹ درصد می‌رسد.

رشد منفی تشکیل سرمایه ثابت ناخالص

براساس بخش دیگری از گزارش نتایج حساب‌های ملی فصلی مرکز آمار ایران، رشد محصول ناخالص داخلی به تفکیک اجزای هزینه نهایی آمده است. پس از ثبت رشد منفی ۱٫۱ درصدی در هزینه مصرف نهایی خصوصی فصل بهار، این شاخص در ۶ ماه ابتدایی سال ۱۴۰۴ نیز رشد منفی ۱٫۲ درصدی را ثبت کرد. هرچند میزان کاهش در فصل تابستان ۱۴۰۴ نسبت به فصل بهار کمتر بوده است اما همچنان هزینه مصرف نهایی خانوار روندی نزولی را طی می‌کند که می‌تواند هشدار از کاهش مصرف در اقتصاد باشد. این موضوع عمدتاً از نااطمینانی به شرایط اقتصادی و افزایش تقاضای احتیاطی و در نتیجه کاهش مصرف خانوار ناشی می‌شود. در قسمت تشکیل سرمایه ثابت ناخالص نیز در فصل بهار افت منفی ۱٫۹ درصدی را ثبت کرد که نسبت به رشد کم‌رنگ ۰٫۷ درصدی سال ۱۴۰۳، افت قابل توجهی را نشان می‌دهد. تشکیل سرمایه ثابت ناخالص به‌عنوان موتور رشد اقتصادی برای فصل‌های آتی شمرده می‌شود. این جزء در ۶ ماه نخست سال جاری افت بیشتری را نیز نشان می‌دهد و رقم منفی ۳٫۴ درصدی را ثبت کرده است که می‌تواند هشداردهنده باشد. این نشان می‌دهد که تشکیل سرمایه ثابت ناخالص در فصل تابستان همچنان کاهشی بوده است و تغییر محسوسی در بهبود روند آن مشاهده نمی‌شود. تشکیل سرمایه



مرکز آمار ایران آخرین نتایج حساب‌های ملی فصلی را منتشر کرد که بر اساس آن رشد ۶ ماهه اقتصاد ایران ۰٫۱ درصد ثبت شده و این میزان بدون احتساب نفت، منفی ۰٫۵ درصد بوده است. فصل بهار سال ۱۴۰۴ رشد منفی ۰٫۲ درصدی را ثبت کرده بود که هشدار برای وضعیتی رکودی اقتصاد ایران به حساب می‌آمد اما فصل تابستان با رشد مثبت کم‌رنگ ۰٫۳ درصدی مواجه شد که نسبت به فصل پیش از آن ۰٫۵ واحد درصد افزایش را ثبت کرده است. این میزان هرچند بهبودی را نسبت به فصل بهار نشان می‌دهد اما همچنان از سطوح برنامه‌ریزی‌شده در اسناد بالادستی فاصله دارد. در میان اجزای تولید ناخالص داخلی، گروه کشاورزی کمترین میزان رشد را با منفی ۳٫۲ درصد و گروه صنایع و معادن با رشد ۰٫۹ درصدی ثبت کردند. بخش خدمات نیز در فصل تابستان ۱۴۰۴ رشد ۰٫۵ درصدی را تجربه کرد. با توجه به پایداری چالش‌های پیش روی رشد اقتصادی در فصل پاییز به نظر نمی‌رسد رشد اقتصادی تا پایان سال از بازه یک تا ۲ درصد فراتر رود. پیش‌بینی رشد اقتصادی تا پایان سال، فاصله معناداری با رشد ۸ درصدی در برنامه هفتم پیشرفت دارد.

براساس نتایج این گزارش، محصول ناخالص داخلی (یا GDP) به قیمت ثابت سال ۱۴۰۰ در ۶ ماه نخست سال ۱۴۰۴ رقم ۵ هزار و ۶۶ هزار میلیارد تومان را ثبت کرده است. این در حالی است که در مدت مشابه سال قبل، محصول ناخالص داخلی به ۵ هزار و ۶۱ هزار میلیارد تومان رسیده بود. این موضوع نشان از رشد ۰٫۱ درصدی محصول ناخالص داخلی

در ماشین‌آلات و ساختمان در ۶ ماه ابتدایی سال جاری نیز به ترتیب منفی ۵,۲ و منفی ۰,۸ درصد بوده است.

تابستان کم‌حاصل اقتصاد ایران

تولید ناخالص داخلی فصلی از پاییز سال ۱۴۰۲ روندی نزولی را طی کرده است و از رشد ۵,۵ درصدی در این فصل، به منفی ۰,۲ درصد در بهار سال جاری رسیده است. این کاهش در انتهای بازه زمانی عمدتاً ناشی از افزایش ریسک‌های سیاسی که بر فروش نفت اثرگذار بودند رخ داده است. همچنین پس از تحمیل جنگ بر اقتصاد ایران از سوی اسرائیل و ایالات متحده آمریکا در پایان فصل بهار و ابتدای فصل تابستان، فضای نه جنگ و نه صلح اقتصاد را تحت‌تاثیر قرار داده که در نهایت به افزایش نااطمینانی‌ها و کاهش تولید منجر شده است. هرچند که در فصل تابستان رشد اقتصادی به ۰,۳ درصد رسیده و اندکی مثبت شده است اما همچنان پایین و نزدیک به صفر است. این نرخ رشد در مقایسه با نرخ رشد فصل تابستان سال ۱۴۰۳ که رقم ۳,۱ درصد را ثبت کرده بود، به طور قابل‌توجهی پایین است.

در میان اجزای رشد فعالیت‌های عمده اقتصادی، گروه کشاورزی رشد منفی ۳,۲ درصدی را در فصل تابستان تجربه کرد. رشد این بخش در فصل بهار نیز منفی ۲,۷ درصد بوده است. این در حالی است که در تمام فصول سال ۱۴۰۳ بخش کشاورزی رشدهای بالای ۲ درصد را تجربه کرده بود. از عوامل تاثیرگذار بر رشد پایین این بخش می‌توان به بروز خشکسالی، کمبود آب و سیاست‌گذاری ناصحیح دولت در قیمت‌گذاری و تخصیص نهاده‌های اولیه این بخش اشاره کرد.

گروه صنایع و معادن بیشترین رشد اقتصادی را در تابستان ۱۴۰۴ در میان گروه‌های اصلی ثبت کرده است. رشد این گروه ۰,۹ درصد بوده است، درحالی‌که در فصل بهار رشد منفی ۰,۳ درصدی را به ثبت رسانده بود. در میان زیرگروه‌های این بخش، بیشترین رشد مربوط به گروه معادن و استخراج نفت و گاز طبیعی بوده است که رشد ۲,۸ درصدی را ثبت کرده است و در مقابل، تأمین آب و برق و ساختمان به ترتیب با رشدهای منفی ۵,۴ درصد و منفی ۱,۷ درصد کمترین رشدها را ثبت کردند. این

رشد محصول ناخالص داخلی و ارزش افزوده رشته فعالیت‌های عمده اقتصادی به قیمت‌های ثابت سال ۱۴۰۰ (درصد)

شرح	۳ ماهه اول ۱۴۰۳	۶ ماهه اول ۱۴۰۳	۹ ماهه ۱۴۰۳	سال ۱۴۰۳	۳ ماهه اول ۱۴۰۴	۶ ماهه اول ۱۴۰۴
گروه کشاورزی	۲/۳	۲/۹	۳/۳	۳/۲	-۲/۷	-۳/۰
گروه صنایع و معادن	۵/۹	۵/۰	۳/۶	۳/۴	-۰/۳	۰/۳
استخراج نفت و گاز طبیعی	۱۰/۳	۸/۲	۶/۱	۶/۲	۰/۸	۱/۸
سایر معادن	۲/۳	۱/۵	۰/۹	۰/۵	۲/۳	۲/۵
صنعت	۱/۸	۱/۳	۱/۴	۱/۶	-۱/۷	-۱/۱
توزیع گاز طبیعی	۸/۷	۱۵/۳	۵/۷	۰/۵	-۱/۶	-۱/۴
تأمین آب و برق	۴/۵	۲/۳	۲/۵	۲/۴	-۱/۸	-۸/۴
ساختمان	۲/۲	۰/۳	-۰/۱	۰/۵	۰/۴	-۰/۸
گروه صنایع و معادن بدون نفت	۲/۷	۲/۶	۱/۷	۱/۳	-۱/۲	-۰/۹
گروه خدمات	۳/۱	۲/۵	۲/۴	۲/۶	۰/۴	۰/۵
عمده و خرده فروشی، هتل و رستوران	۰/۷	۰/۳	۰/۶	۱/۱	-۰/۹	-۱/۹
حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات	۳/۱	۲/۲	۳/۰	۳/۳	-۲/۵	-۰/۴
واسطه‌گری مالی	۴/۷	۴/۱	۹/۰	۱۰/۲	۱۰/۹	۱۰/۲
مستغلات، کرایه و خدمات کسب و کار	۳/۰	۲/۹	۲/۳	۲/۰	-۰/۹	۱/۱
امور عمومی، آموزشی، بهداشت و مددکاری	۵/۵	۴/۳	۲/۶	۲/۲	۱/۱	۰/۵
سایر خدمات عمومی، اجتماعی و شخصی	۱۱/۷	۱۱/۰	-۰/۹	-۱/۵	۳/۵	-۱/۲
محصول ناخالص داخلی (به قیمت پایه)	۴/۷	۳/۹	۳/۱	۳/۱	-۰/۲	۰/۱
محصول ناخالص داخلی بدون نفت (به قیمت پایه)	۲/۹	۲/۶	۲/۲	۲/۱	-۰/۵	-۰/۵

نشان می‌دهد نیروی محرکه رشد مثبت اما ناچیز تابستان امسال، بخش استخراج نفت و گاز بوده است. این موضوع در رشد گروه صنایع و معادن بدون احتساب نفت نیز مشخص است که منفی ۰,۷ درصد بوده است. گروه خدمات در تابستان امسال رشد ۰,۵ درصدی را تجربه کرد که اندکی بیشتر از رشد ۰,۴ درصدی فصل پیشین بوده است. در میان زیربخش‌های این گروه، واسطه‌گری‌های مالی با ۹,۴ درصد بیشترین رشد را داشته و عمده و خرده‌فروشی، هتل و رستوران با منفی ۲,۸ درصد کمترین رشد را داشته است. بروز جنگ و کاهش تقاضای سفر و از سوی دیگر افزایش قیمت جهانی دارایی‌هایی چون طلا و دارایی‌های داخلی به دلیل افزایش تورم و رسیدن به سطوح ۴۰ درصدی، دلیل رشد واسطه‌گری‌های مالی بوده است.

به‌طور کلی رشد اقتصادی در فصل تابستان، هرچند اندکی مثبت بوده است اما فاصله‌چندانی از صفر ندارد و با توجه به فضای اقتصاد کلان به نظر نمی‌رسد تا پایان سال و در فصول آینده رشد تغییر چندانی کند که به اهداف برنامه‌ریزی‌شده در قانون برنامه هفتم توسعه که رشد ۸ درصدی را هدف‌گذاری کرده، برسد. از سوی دیگر، نیروی پیشران رشد اندک این فصل عمدتاً توسط بخش استخراج نفت و گاز صورت گرفته و بخش‌های دیگر چون خدمات و صنعت رشد کمی را تجربه کرده‌اند. با توجه به روند فزاینده تورم و اینکه بخش عمده‌ای از اشتغال در بخش‌هایی است که رشد پایینی را تجربه کرده‌اند، نیروی کار سهم کمتری از رشد اقتصادی دارد. در حال حاضر، رشد اقتصادی به صورت کلی نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش‌هایی است که موتور حرکت اقتصاد هستند و تا زمانی که محدودیت‌ها در این حوزه برطرف نشوند، برگشت اقتصاد به رشدهای بالا دور از ذهن خواهد بود.

مراجعه: گزارش مرکز آمار، دنیای اقتصاد

رشد محصول ناخالص داخلی به تفکیک اجزای هزینه نهانی به قیمت‌های ثابت سال ۱۴۰۰ (درصد)

شرح	۳ ماهه اول ۱۴۰۳	۶ ماهه اول ۱۴۰۳	۹ ماهه ۱۴۰۳	سال ۱۴۰۳	۳ ماهه اول ۱۴۰۴	۶ ماهه اول ۱۴۰۴
هزینه مصرف نهایی خصوصی	۲/۳	۰/۸	۰/۰	-۰/۱	-۱/۱	-۱/۲
هزینه مصرف نهایی دولت	۳/۸	۳/۸	۳/۸	۳/۸	۲/۱	۲/۱
تشکیل سرمایه ثابت ناخالص	۳/۴	۲/۱	۱/۱	۰/۷	-۱/۹	-۳/۴
تشکیل سرمایه در ماشین‌آلات	۴/۲	۳/۳	۱/۸	۰/۹	-۲/۳	-۵/۲
تشکیل سرمایه در ساختمان	۲/۲	۰/۳	۰/۰	-۰/۵	۰/۴	-۰/۸
صادرات کالا و خدمات	۱۳/۱	۱۰/۴	۱۰/۶	۷/۲	-۸/۲	-۰/۵
واردات کالا و خدمات	۲/۵	۴/۵	۴/۷	۲/۴	-۲/۴	-۳۰/۶
تغییرات موجودی انبار و اشتباهات آماری	-	-	-	-	-	-
محصول ناخالص داخلی (به قیمت بازار)	۴/۹	۴/۳	۳/۴	۳/۲	-۰/۵	-۰/۳

شامخ کل اقتصاد در آبان ماه به ۴۶,۶ رسید

رکود اقتصادی وارد بیستمین ماه متوالی شد

به عبارت دیگر، ارتباط نزدیکی بین نگرش و انتظارات فعالان اقتصادی و تجاری کشور با داده‌های رسمی و واقعی کشور برقرار است.

ضمن این که کاهش این شاخص در آبان ماه بازتابی از افت همزمان چهار مؤلفه از پنج مؤلفه اصلی تشکیل‌دهنده شامخ کل اقتصاد (شامل میزان سفارشات جدید، میزان تولید محصول یا ارائه خدمت، موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده و میزان استخدام و به کارگیری نیروی انسانی) است و روندی نزولی همانند ماه گذشته نشان می‌دهد.

شاخص مدیران خرید بخش صنعت

شاخص مدیران خرید بخش صنایع کارخانه‌ای و تولیدی کشور، نمایی بهتر و بارزتر برای سنجش وضعیت کسب و کار و روند تغییرات تولید و فروش است. براساس داده‌های حاصل از نظرسنجی میدانی به دست آمده از بنگاه‌های بخش صنعت، شاخص مدیران خرید صنعت ایران (تعدیل شده) در آبان ماه پس از دو ماه ثبات نسبی، مجدداً به روند کاهشی خود بازگشته و کمترین مقدار سه ماهه خود (۴۹,۹) را به ثبت رسانده است؛ از این رو نگرانی از تداوم رکود در صنعت کارخانه‌ای را افزایش داده است.

در این ماه کاهش در اکثر صنایع (به غیر از نساجی، شیمیایی، فلزی و وسایل نقلیه و قطعات وابسته) رخ داده است. قابل ذکر

جدول ۱: شاخص مدیران خرید (شامخ) کل اقتصاد در دو ماه منتهی به آبان ۱۴۰۴

شاخص	تعدیل فصلی نشده		تعدیل فصلی شده	
	آبان ۱۴۰۴	مهر ۱۴۰۴	آبان ۱۴۰۴	مهر ۱۴۰۴
شامخ کل اقتصاد	۵۱,۴	۴۹,۰	۴۷,۰	۴۶,۶
میزان تولید محصول یا ارائه خدمت	۵۶,۲	۵۱,۷	۴۷,۷	۴۸,۴
میزان سفارشات جدید مشتریان	۵۱,۵	۴۶,۱	۴۵,۲	۴۳,۵
سرعت انجام و تحویل سفارش	۵۶,۳	۵۳,۰	۵۳,۱	۵۰,۴
موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده	۴۵,۲	۴۲,۳	۴۵,۸	۴۱,۳
میزان استخدام و به کارگیری نیروی انسانی	۴۴,۷	۵۰,۲	۴۴,۹	۴۹,۰
قیمت مواد اولیه یا لوازم خریداری شده	۸۵,۶	۸۰,۹	۸۵,۶	۸۰,۹
موجودی محصول نهایی در انبار یا کارهای در حال تکمیل	۵۰,۹	۴۷,۹	۵۰,۹	۴۷,۹
میزان صادرات کالا یا خدمات	۴۶,۲	۴۳,۶	۴۳,۴	۴۳,۵
قیمت محصولات تولید شده و خدمات ارائه شده	۶۸,۰	۷۰,۰	۶۵,۰	۶۹,۷
مصرف حامل‌های انرژی	۵۰,۰	۵۶,۴	۵۰,۰	۵۲,۳
میزان فروش کالاها یا خدمات	۵۱,۶	۴۶,۴	۴۸,۰	۴۷,۶
انتظارات در مورد میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده	۵۸,۲	۶۱,۸	۵۵,۷	۶۲,۸

ماخذ: مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران، مهر و آبان ۱۴۰۴

نخست سال ۱۴۰۴ است که تصویری روشن از وضعیت رکودی بخش‌های مولد ارائه می‌شود. تصویری که نشان می‌دهد اقتصاد همچنان با ضعف در خلق ارزش افزوده پایدار مواجه است. به طوری که براساس این داده‌ها، تولید ناخالص داخلی به قیمت ثابت با احتساب نفت حدود یک‌دهم درصد بیش از رقم آن در دوره مشابه سال گذشته است. در نقطه مقابل، تولید ناخالص داخلی بدون نفت کاهش یافته و رشد منفی نیم درصدی را ثبت کرده که نشانه‌ای از افت فعالیت در بخش‌هایی است که موتور اصلی اشتغال و ارزش افزوده غیرنفتی کشور محسوب می‌شوند. این روند نشان می‌دهد که ساختار انگیزشی اقتصاد ایران همچنان به نفع فعالیت‌های غیرمولد عمل می‌کند.

تازه‌ترین گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران از شاخص مدیران خرید (شامخ) کل اقتصاد (PMI) در آبان ماه ۱۴۰۴، از رسیدن رقم تعدیل شده فصلی این شاخص به ۴۶,۶ حکایت دارد که نشان می‌دهد وضعیت کل کسب و کارها در این ماه برای بیستمین ماه متوالی، روندی کاهشی داشته است. در این ماه، شاخص مقدار تولید محصول یا ارائه خدمات، شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان، شاخص میزان فروش کالاها و خدمات، شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده و شاخص میزان استخدام و به کارگیری نیروی انسانی در روند کاهشی قرار داشته است. این روند همزمان با انتشار تازه مرکز آمار درباره عملکرد اقتصاد ایران در شش ماهه

میزان فروش محصولات که طی دو ماه گذشته اندکی بهبود یافته بود، در آبان ماه مجدداً با کاهش روبه‌رو بوده است و کمترین مقدار چهارماهه را به ثبت رسانده است. در بخش فروش خارجی نیز میزان صادرات کالا با شدت بیشتری نسبت به ماه قبل کاهش داشته است. ریسک‌های تحریمی و مشکلات رفع تعهد ارزی از دلایل اصلی آن بوده است.

شاخص انتظارات تولید در ماه آینده در آبان ماه انتظارات خوش‌بینانه را برای اکثر صنایع در ماه آینده نشان می‌دهد. هرچند صنایع تأکید کرده‌اند که نوسانات نرخ ارز، نااطمینانی و عدم ثبات سیاسی و رکود تقاضا، از مهم‌ترین تهدیدهای ماه‌های آتی برای تداوم این امیدواری است.

درمجموع وضعیت شامخ صنعت به‌مراتب بهتر از شامخ کل اقتصاد است. بدین معنی که نگرش فعالان اقتصادی از عمق رکود در کل اقتصاد بیش از صنایع کارخانه‌ای است و این موضوع در کلان اقتصاد چندان خوشایند نیست، چراکه رکود در تقاضای کل اقتصاد را بیان می‌کند.

هزینه زندگی) به تداوم کمبود شدید نیروی کار ماهر در برخی صنایع دامن زده است. موجودی مواد اولیه خریداری‌شده در آبان ماه برای بیست‌ویکمین ماه متوالی همچنان کاهشی است. افزایش نرخ ارز و قیمت مواد اولیه، باعث محدودیت در دسترسی به مواد اولیه شده است، از سوی دیگر تخصیص ارز با وقفه طولانی و عملکرد نادرست در سامانه‌های مرتبط با تأمین مواد اولیه (سامانه بهینه‌سازی ارزی وزارت صمت و بورس کالا) به چالش زنجیره تأمین مواد اولیه دامن زده است. در همین حال نتایج در آبان ماه نشان می‌دهد، افزایش نرخ ارز و به تبع آن قیمت خرید مواد اولیه باعث شده تا تولیدکنندگان برای جبران فشار هزینه‌های تولید ناچار به افزایش قیمت محصولات تولیدشده شوند، به‌طوری که قیمت فروش بیشترین نرخ افزایش را طی ۴۳ ماهه اخیر از اردیبهشت ۱۴۰۱ را به ثبت رسانده است. آمارهای رسمی نیز این یافته را تأیید می‌کند چراکه شاخص قیمت مصرف‌کننده در آبان ماه نسبت به ماه قبل ۳،۴ درصد افزایش داشته است.

است در این ماه کاهش مقدار این شاخص بیشتر تحت تأثیر کاهش در دو مؤلفه اصلی خود (موجودی مواد اولیه خریداری‌شده و میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی) قرار گرفته است.

شاخص مقدار تولید محصولات بخش صنعت در آبان ماه، در محدوده مرزی خنثی (۵۰) قرار گرفته است و کمترین مقدار سه‌ماهه خود را به ثبت رسانده است. تقریباً اکثر صنایع به‌دلیل کمبود مواد اولیه، جهش نرخ ارز و محدودیت مالی و تقاضای محدود مشتریان، با کاهش در میزان تولید در آبان ماه روبه‌رو بوده‌اند و فقط چند صنعت (نساجی، شیمیایی و فلزی) رشد داشته‌اند. میزان سفارشات جدید مشتریان در آبان ماه، در محدوده مرزی خنثی (۵۰) قرار گرفته است و کمترین میزان سه‌ماهه خود را ثبت کرده است. عمده صنایع تقاضای ضعیف مشتریان را گزارش کرده‌اند و فقط چند صنعت با افزایش در سفارشات روبه‌رو بوده‌اند. در بخش تقاضای خارجی نیز میزان صادرات کالا کمترین مقدار چهارماهه خود را به ثبت رسانده است. رفع تعهد ارزی و ریسک‌های سیاسی و اقتصاد بی‌ثبات بر تداوم رکود در صادرات نیز تأثیر گذاشته است.

در آبان ماه، میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی همچنان در روند نزولی طولانی‌مدت قرار دارد و برای چهاردهمین ماه متوالی کاهشی است و شدت کاهش شاخص در این ماه نسبت به ماه قبل اندکی بیشتر است. سطوح پایین تقاضا و افزایش نرخ ارز و هزینه‌ها که محدودیت منابع مالی برای شرکت‌ها ایجاد کرده است، باعث شده تا شرکت‌ها در تأمین مالی نیروی انسانی دچار مشکل باشند، این در حالی است که در سمت عرضه نیروی کار، کاهش انگیزه نیروی کار (به‌دلیل دستمزدهای کمتر از

جدول ۲: شاخص مدیران خرید (شامخ) بخش صنعت در دو ماه منتهی به آبان ۱۴۰۴

شاخص	تعدیل فصلی نشده		تعدیل فصلی شده	
	مهر ۱۴۰۴	آبان ۱۴۰۴	مهر ۱۴۰۴	آبان ۱۴۰۴
شامخ کل صنعت	۵۸/۴	۵۱/۹	۵۳/۴	۴۹/۹
مقدار تولید محصولات	۶۲/۴	۵۳/۷	۵۴/۰	۵۰/۱
میزان سفارشات جدید مشتریان	۶۲/۶	۵۱/۳	۵۷/۷	۵۰/۳
سرعت انجام و تحویل سفارش	۶۰/۲	۵۵/۲	۵۵/۸	۵۳/۵
موجودی مواد اولیه خریداری‌شده	۴۴/۸	۴۶/۴	۴۴/۱	۴۵/۴
میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی	۵۲/۷	۵۰/۷	۴۸/۸	۴۸/۴
قیمت خرید مواد اولیه	۸۷/۴	۸۵/۹	۷۷/۱	۷۷/۳
موجودی محصول نهایی در انبار	۵۰/۵	۵۱/۵	۴۷/۸	۵۰/۳
میزان صادرات کالا	۴۷/۷	۴۶/۰	۴۷/۶	۴۵/۹
قیمت محصولات تولیدشده	۶۷/۳	۷۰/۰	۶۷/۳	۷۰/۰
مصرف حامل‌های انرژی	۵۲/۵	۵۷/۴	۵۱/۸	۵۱/۸
میزان فروش محصولات	۶۲/۰	۴۷/۵	۵۵/۱	۴۶/۲
انتظارات تولید در ماه آینده	۶۲/۲	۵۷/۶	۶۰/۴	۵۸/۱

مأخذ: مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران مهر و آبان ۱۴۰۴

چالش‌ها و رهیافت‌ها از دید برخی از فعالان اقتصادی در آبان ۱۴۰۴

* عدم تخصیص به‌موقع یا تأخیر در تخصیص ارز: درخواست‌های تخصیص ارز به‌موقع تصویب نمی‌شود، مقررات و رویه‌ها به‌صورت مکرر و ناگهانی تغییر می‌کنند، صف‌های طولانی و انتظار یک‌ساله برای دریافت ارز گزارش شده است، این شرایط ترخیص واردات و تأمین مواد اولیه و برنامه‌ریزی تولید را یا غیرممکن و یا با تأخیر مواجه می‌سازد.

* کمبود مواد اولیه و افزایش شدید قیمت: افزایش نرخ ارز، عرضه ناکافی، انحصار عرضه در برخی کالاها، سهمیه‌بندی ناکارآمد در سامانه‌ها (وزارت صمت و بورس کالا) موجب کمبود و گرانی شده است. بسیاری از شرکت‌ها به‌ناچار از بازار آزاد تهیه می‌کنند.

* نوسانات و بی‌ثباتی نرخ ارز: نوسانات نرخ ارز هزینه تمام‌شده تولید را بالا برده و باعث بی‌ثباتی قیمتی شده است که رکود به همراه داشته و ریسک قراردادهای بالا می‌برد.

* رکود بازار و کاهش تقاضا/ فروش ضعیف: تقاضای داخلی پایین است، مشتریان محتاطانه خرید می‌کنند و افزایش قیمت‌ها تقاضا را سرکوب کرده است.

* مشکلات فرآیندها و بوروکراسی اداری/ تغییرات مکرر مقررات (شامل مسائل گمرک، ثبت سفارش، بورس کالا): رویه‌های طولانی، تغییرات روزانه در تعرفه‌ها و دستورالعمل‌ها باعث عدم برنامه‌ریزی برای تولید شده است.

* مشکلات وصول مطالبات و تأخیر پرداخت: تأخیر در پرداخت‌ها فشار بر نقدینگی

تولیدکنندگان وارد می‌کند و چک‌های برگشتی و تأخیرهای طولانی در بازپرداخت بدهی وجود دارد. با توجه به سخت‌گیری بانک مرکزی در تأمین اعتبار اضافی به سیستم بانکی، تأمین نقدینگی واحدهای تولیدی در ماه‌های اخیر با چالش‌هایی مواجه شده است.

* کیفیت و کمبود نیروی انسانی ماهر/ کاهش انگیزه نیروی کار: از یک طرف کمبود نیروی ماهر در برخی صنایع و کاهش انگیزه نیروی کار به دلیل دستمزدهای واقعی پایین گزارش شده است. از جانب دیگر، تعدیل نیروی انسانی در طی ۵ ماهه اخیر شرایط را برای افزایش تدریجی بیکاری بالا برده است.

* سازوکارهای بورس کالا و سازوکارهای توزیع (ابهام در قیمت‌گذاری و عرضه): قیمت‌های اعلام‌شده در بورس برای برخی مواد بسیار بالا یا دارای دو نرخ متضاد است، این موضوع ریسک و بی‌اعتمادی ایجاد می‌کند. سیاست‌های ضداحتکار و نظارت بر عرضه و تسهیل دسترسی تولیدکنندگان به عرضه‌های داخلی می‌تواند مؤثر باشد.

* موانع صادرات و انطباق سامانه‌ها با واقعیت بازار (اختلاف نرخ سامانه و بازار آزاد/ رفع تعهد ارزی دشوار): تفاوت نرخ‌ها و مشکلات سامانه‌ای باعث شده صادرات دچار اختلال شود و بازگشت ارز برای صادرکنندگان مشکل‌آفرین باشد.

* کمبود نقدینگی/ دسترسی محدود به تسهیلات بانکی: بنگاه‌ها از تأمین سرمایه در گردش ناتوان‌اند، بانک‌ها با تأخیر یا با شروط سخت تأمین اعتبار می‌کنند، تقاضا ضعیف است، نقدینگی محدود و وصول مطالبات با تأخیر صورت می‌گیرد.

جدول ۳: شاخص مدیران خرید (شامخ) زیربخش‌های صنعت، تعدیل فصلی نشده، آبان ۱۴۰۴

شاخص	صنایع غذایی	صنایع نساجی	پوشاک و جرم	چوب، کاغذ و مبلمان	صنایع فلزات و فلزات	صنایع شیمیایی	صنایع لاستیک و پلاستیک	صنایع کانی غیر فلزی	صنایع فلزی	ماشین‌سازی و لوازم خانگی	وسایل نقلیه و قطعات وابسته	سایر صنایع
شامخ کل فعالیت	۵۰/۳	۶۷/۹	۴۶/۷	۴۷/۵	۴۳/۸	۵۲/۶	۵۲/۱	۴۴/۵	۵۷/۹	۴۷/۰	۵۳/۹	۴۷/۹
مقدار تولید محصولات	۴۶/۶	۸۳/۳	۴۶/۷	۴۶/۷	۴۰/۰	۴۴/۱	۵۷/۰	۵۳/۶	۴۰/۰	۶۸/۲	۴۷/۹	۵۰/۰
میزان سفارشات جدید	۵۰/۰	۸۳/۳	۴۶/۷	۴۶/۷	۴۰/۰	۴۱/۲	۵۳/۵	۴۲/۹	۴۵/۰	۳۷/۵	۵۹/۳	۵۰/۰
سرعت انجام و تحویل سفارش	۵۶/۹	۵۸/۳	۵۰/۰	۵۰/۰	۶۰/۰	۵۵/۹	۵۱/۲	۶۰/۷	۵۰/۰	۵۴/۲	۵۵/۶	۶۴/۳
موجودی مواد اولیه	۴۴/۸	۵۰/۰	۳۶/۷	۳۶/۴	۳۲/۴	۴۱/۹	۴۶/۴	۵۵/۰	۴۶/۶	۵۲/۱	۴۰/۷	۳۵/۷
میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی	۵۳/۴	۴۱/۷	۵۳/۳	۴۴/۱	۵۲/۳	۶۰/۷	۶۰/۰	۵۲/۳	۵۲/۱	۵۲/۱	۵۳/۷	۳۵/۷
قیمت خرید مواد اولیه	۹۱/۴	۱۰۰/۰	۹۳/۳	۸۳/۳	۷۳/۵	۸۶/۰	۸۹/۳	۷۵/۰	۸۴/۱	۹۱/۷	۸۵/۲	۷۱/۴
موجودی محصول (انبار)	۶۰/۳	۴۱/۷	۴۳/۳	۴۳/۳	۳۸/۲	۴۴/۲	۷۱/۴	۶۵/۰	۴۴/۳	۶۴/۶	۵۰/۰	۳۵/۷
میزان صادرات کالا	۴۱/۴	۴۱/۷	۴۳/۳	۴۳/۳	۵۰/۰	۵۲/۹	۵۳/۵	۳۹/۳	۴۴/۳	۴۵/۸	۴۵/۸	۵۰/۰
قیمت محصولات تولیدشده	۷۵/۹	۷۵/۰	۸۳/۳	۷۶/۷	۶۱/۸	۶۵/۱	۶۴/۳	۷۵/۰	۶۷/۰	۷۰/۸	۶۳/۰	۵۰/۰
مصرف حامل‌های انرژی	۵۵/۲	۷۵/۰	۵۳/۳	۵۰/۰	۳۸/۲	۴۰/۵	۶۴/۳	۴۰/۰	۶۴/۸	۶۲/۵	۵۳/۷	۶۴/۳
میزان فروش محصولات	۳۷/۹	۸۳/۳	۵۰/۰	۴۳/۳	۲۹/۴	۴۶/۵	۴۶/۴	۴۰/۰	۵۸/۰	۳۵/۴	۵۱/۹	۶۴/۳
انتظارات تولید در ماه آینده	۵۱/۷	۱۰۰/۰	۴۳/۳	۶۰/۰	۵۲/۹	۵۸/۱	۵۷/۱	۵۵/۰	۵۴/۵	۵۶/۳	۶۱/۱	۶۴/۳

ماخذ: مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران آبان ۱۴۰۴



بزرگترین ارائه کننده چیپس های تایوانی و چینی در ایران

واردات و پخش انواع نخ های فنسی جهت پرده و منسوجات خانگی
تهیه و توزیع نخ های پلی استر فیلامنت و اسپان جهت گردبافی و تخت بافی

تلفن: ۰۲۰ ۶۷۴۰ ۱۵۵۵ ۲۱۹۸+
info@viratex-co.com



تکسورا

دستیار هوشمند
تخصصی نساجی
آنلاین ۲۴ ساعته



تکسورا، دستیار هوشمند و تخصصی نساجی

همین حالا اسکن کن و شروع کن

www.aitexora.ir



کلیه حقوق این پلتفرم متعلق به گروه مهندسی و بازرگانی **معمدتکس** می باشد

تکسورا: اولین دستیار هوشمند نساجی

مصاحبه با مهندس رضا معتمدی، مدیرعامل گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس و معرفی اولین دستیار هوشمند نساجی

در این مصاحبه، با مهندس رضا معتمدی، مدیرعامل گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس، درباره تکسورا، اولین دستیار هوشمند نساجی، گفت‌وگو کرده‌ایم. تکسورا ابزاری نوآورانه است که با بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته، به‌ویژه هوش مصنوعی، به کسب‌وکارهای فعال در صنعت نساجی کمک می‌کند تا چالش‌های خود را برطرف کرده و به موفقیت‌های بزرگ‌تری دست یابند. در ادامه، داستان شکل‌گیری تکسورا، ویژگی‌های متمایز آن و چشم‌انداز آینده این پلتفرم را از زبان مدیرعامل معتمدتکس می‌خوانیم.

۱ داستان شکل‌گیری تکسورا چیست؟ چه نیازی در

صنعت نساجی شما را به خلق این پلتفرم سوق داد؟

ایده تکسورا از سال‌ها تجربه گروه معتمدتکس در صنعت نساجی نشأت گرفت. ما در طول فعالیت خود مشاهده کردیم که بسیاری از کسب‌وکارهای نساجی، به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک یا تازه‌تأسیس، به دلیل نبود دسترسی به مشاوره تخصصی، هزینه‌های بالای خدمات مشاوره و اطلاعات قدیمی با مشکلات متعددی روبه‌رو هستند. این چالش‌ها ما را به فکر ایجاد راه‌حلی مدرن و کارآمد انداخت. با پیشرفت فناوری هوش مصنوعی، تصمیم گرفتیم از این ظرفیت برای ارائه مشاوره‌ای هوشمند و در دسترس استفاده کنیم. تکسورا به‌عنوان پلتفرمی طراحی شد که با ترکیب دانش تخصصی نساجی و فناوری پیشرفته، به کسب‌وکارها پاسخ‌های دقیق ارائه دهد، راه‌حل‌های کاربردی پیشنهاد کند و در صورت نیاز، مشاوره صوتی و یا تحلیل‌های فنی تولید و آزمایشگاهی در اختیار آن‌ها قرار دهد. این پلتفرم مانند راهنمایی است که کسب‌وکارهای نساجی را در مسیر موفقیت هدایت می‌کند.

۲ گروه معتمدتکس سال‌هاست که در صنعت نساجی

نامی شناخته‌شده است. چه عاملی شما را به سمت توسعه

یک پلتفرم دیجیتال مانند تکسورا سوق داد؟

گروه معتمدتکس همواره با ارائه خدماتی نظیر مشاوره و آموزش‌های عملی، به فعالان صنعت نساجی خدمات‌رسانی کرده است. اما با تحولات سریع دنیای فناوری و نیاز روزافزون به دسترسی گسترده‌تر به دانش



تخصصی، تصمیم گرفتیم گامی نوآورانه برداریم. در یکی از جلسات داخلی، این پرسش مطرح شد که چرا دانش و تجربه معتمدتکس را به شکلی گسترده‌تر و با استفاده از فناوری روز در اختیار همگان قرار ندهیم؟ دنیای امروز نیازمند راه‌حل‌هایی است که با سرعت تغییرات هماهنگ باشد.

به یاد دارم که یکی از مشتریان قدیمی با ما تماس گرفت و گفت که به دلیل دوری مسافت، امکان مراجعه حضوری به دفتر ما را ندارد، اما به مشاوره‌های ما نیاز مبرم دارد. این موضوع جرقه‌ای

بود که محدودیت‌های روش‌های سنتی را به ما نشان داد. از این رو، تیمی متشکل از متخصصان نساجی، برنامه‌نویسان و طراحان تجربه کاربری تشکیل دادیم تا تکسورا را خلق کنیم؛ پلتفرمی دیجیتال که دانش معتمدتکس را با فناوری روز درهم آمیزد و به کسب‌وکارها امکان دسترسی آسان به خدمات تخصصی را در هر زمان و مکان فراهم کند. این حرکت نه تنها ما را به آینده صنعت نزدیک‌تر کرد، بلکه راهی نو برای توسعه صنعت نساجی گشود.

۳ تکسورا چه مشکلاتی را برای کسب‌وکارهای نساجی حل می‌کند و چه ویژگی‌هایی آن را از مشاوره‌های سنتی متمایز می‌کند؟

تکسورا برای رفع چالش‌های کلیدی صنعت نساجی، از جمله دسترسی دشوار به مشاوره تخصصی، هزینه‌های بالا و کمبود اطلاعات به‌روز طراحی شده است. این پلتفرم به‌عنوان یک دستیار هوشمند ۲۴ ساعته عمل می‌کند که پاسخگوی نیازهای کسب‌وکارها، به‌ویژه آن‌هایی است که منابع محدودی دارند.

ویژگی متمایز تکسورا، دسترسی سریع و مقرون‌به‌صرفه به مشاوره است. برخلاف روش‌های سنتی که نیازمند تعیین وقت یا هزینه‌های بالا هستند، تکسورا با هوش مصنوعی خود و تحلیل‌های کارشناسانه تیم معتمدتکس پاسخ‌های فوری و دقیق ارائه می‌دهد. همچنین، منابع آموزشی آنلاین و مقالات تخصصی تهیه شده در گروه معتمدتکس در کنار این پلتفرم، مانند گنجینه‌ای از دانش، همیشه در دسترس کاربران است.

۴ تکسورا چگونه از فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی برای کمک به کسب‌وکارهای نساجی استفاده می‌کند؟

هوش مصنوعی، هسته اصلی تکسورا را تشکیل می‌دهد. این سیستم با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین و اطلاعات مشاوره‌ای که ما در اختیارش قرار داده‌ایم، داده‌های گسترده صنعت نساجی را تحلیل می‌کند. پاسخ‌ها به زبان ساده و به‌ویژه به فارسی ارائه می‌شوند تا برای کاربران ایرانی کاملاً قابل‌فهم باشند. البته این پلتفرم به زبان‌های انگلیسی و ترکی هم گسترش داده شده و در حال حاضر برای صنعتگران در کشورهای همسایه هم قابل استفاده است.

علاوه بر این، تکسورا می‌تواند با کمک به تحلیل داده‌ها، بهینه‌سازی فرآیندهای تولید، کاهش ضایعات و آگاهی از روندهای جدید صنعت را تسهیل کند. شما می‌توانید سوالات خود را به صورت متن و یا صوت از دستیار هوش مصنوعی تکسورا بپرسید و در کمترین زمان ممکن پاسخ

سوالات خود را دریافت کنید و همچنین می‌توانید با استفاده از قابلیت پردازش تصویر این دستیار، راه‌حل‌هایتان را تنها با آپلود تصویر نمونه و یا محصول خود دریافت کنید.

۵ تجربه یک کسب‌وکار کوچک نساجی از لحظه ورود به وب‌سایت تکسورا تا دریافت مشاوره چگونه است؟

کاربری که وارد پلتفرم تکسورا می‌شود، با رابط کاربری مدرن، ساده و جذابی مواجه می‌شود که برای همه، حتی افرادی با دانش محدود فناوری، قابل استفاده است. در گام نخست، کاربر می‌تواند سؤال مربوطه را در بخش چت هوش مصنوعی به صورت متن، صوت و یا تصویر مطرح کند. برای مثال، اگر بپرسد: «چگونه پارچه‌هایم را نرم‌تر کنم؟» هوش مصنوعی با زبانی ساده پیشنهادهایی مانند استفاده از نرم‌کننده‌های خاص یا تنظیم دمای شست‌وشو ارائه می‌دهد. کاربران این پلتفرم می‌توانند به صورت نامحدود با دستیار هوش مصنوعی تکسورا صحبت کرده تا به پاسخ نهایی و دلخواه خود برسند.

آن‌ها همچنین می‌توانند با مراجعه به بخش‌های دیگر وب‌سایت گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس به بسته‌های آموزشی یا مقالات تخصصی دسترسی پیدا کنند. این تجربه، مانند همراهی تیمی متخصص است که بدون نیاز به جابه‌جایی، در دسترس کاربر قرار دارد.

۶ بزرگ‌ترین چالش در توسعه تکسورا چه بود و چگونه آن را برطرف کردید؟

توسعه تکسورا با چالش‌های متعددی همراه بود. مهم‌ترین مانع، ایجاد هوش مصنوعی‌ای بود که بتواند به سوالات پیچیده کاربران پاسخ‌های دقیق و کاربردی ارائه دهد. در مراحل اولیه، سیستم تنها قادر به ارائه پاسخ‌های ساده بود و در برابر سوالات پیچیده، کاربران را سردرگم می‌کرد. برای رفع این مشکل، تیمی از متخصصان هوش مصنوعی را به کار گرفتیم و سیستم را با داده‌های گسترده صنعت نساجی آموزش دادیم. با بهره‌گیری از تکنیک‌های پردازش زبان طبیعی، هوش مصنوعی را به گونه‌ای تنظیم کردیم که پاسخ‌هایی طبیعی و دقیق به سه زبان ارائه دهد.

۷ تکسورا چگونه مقاومت صنعت نساجی در برابر فناوری‌های جدید را کاهش می‌دهد؟

مقاومت در برابر فناوری‌های جدید، چالشی رایج در صنعت نساجی است. تکسورا با ارائه مشاوره رایگان، انتشار محتوای آموزشی در شبکه‌های اجتماعی و طراحی رابط کاربری ساده و کاربرپسند، این مقاومت را کاهش داده است. این پلتفرم به گونه‌ای طراحی شده که حتی کاربران با دانش فنی محدود نیز بتوانند به راحتی از آن استفاده

کنند. این اقدامات به فعالان صنعت نشان داده که فناوری می‌تواند ابزاری کارآمد و در دسترس برای بهبود کسب‌وکارشان باشد.

۸ تکسورا چه تأثیری بر بهره‌وری و سودآوری کارخانجات نساجی دارد؟

تکسورا به عنوان یک دستیار هوش مصنوعی پیشرفته، نقش کلیدی در تحول صنعت نساجی ایفا می‌کند و مستقیماً بر بهره‌وری و سودآوری کارخانه‌ها تأثیر مثبت می‌گذارد. این پلتفرم با بهره‌گیری از الگوریتم‌های یادگیری ماشین و تحلیل داده‌های بزرگ، مشاوره‌های دقیق و به‌روز ارائه می‌دهد که به کسب‌وکارها کمک می‌کند فرآیندهای تولید را بهینه‌سازی کنند، کیفیت محصولات را ارتقا دهند و هزینه‌های عملیاتی را به طور قابل توجهی کاهش دهند. برای مثال، تکسورا می‌تواند آمار تولید ماشین‌آلات را تحلیل کند و الگوهای ناکارآمد مانند توقف‌های غیرمنتظره یا کاهش سرعت را شناسایی کند، که این امر منجر به کاهش زمان توقف (downtime) و افزایش خروجی روزانه می‌شود. یکی از قابلیت‌های برجسته تکسورا، تحلیل آزمایشات اوستر (Uster) است که استاندارد جهانی برای ارزیابی کیفیت نخ و پارچه محسوب می‌شود. این پلتفرم داده‌های مربوط به ناهمواری نخ، تعداد گره‌ها، ضخامت و سایر پارامترها را بررسی می‌کند و پیشنهادهایی برای تنظیم ماشین‌های ریسندگی ارائه می‌دهد تا کیفیت نخ بهبود یابد و ضایعات کاهش پیدا کند. همچنین، در زمینه استحکام نخ، تکسورا گزارش‌های آزمایشگاهی را تحلیل می‌کند و عواملی مانند کشش، شکست و مقاومت در برابر سایش را ارزیابی می‌کند، که این تحلیل‌ها به تولیدکنندگان کمک می‌کند تا فرمولاسیون مواد اولیه را بهینه کنند و محصولاتی مقاوم‌تر و با دوام بیشتر تولید نمایند.

در حوزه بافت پارچه، تکسورا ساختار بافت را بررسی می‌کند و مشکلات احتمالی مانند نقص در تراکم تار و پود یا الگوهای نامنظم را تشخیص می‌دهد، که این امر کیفیت نهایی پارچه را افزایش می‌دهد و نرخ بازگشت کالا را کاهش می‌دهد. علاوه بر این، تحلیل استحکام و ساییدگی پارچه بر اساس گزارش‌های تولید از ماشین‌ها انجام می‌شود؛ برای نمونه، تکسورا می‌تواند داده‌های تست Martindale (برای ساییدگی) یا تست کشش را پردازش کند و پیشنهادهایی برای تغییر در فرآیندهای بافندگی یا رنگرزی ارائه دهد تا پارچه‌ها در برابر استفاده روزمره مقاوم‌تر شوند.

تکسورا در حیطه‌های ریسندگی، بافندگی و رنگرزی نیز تحلیل‌های تخصصی ارائه می‌دهد: در ریسندگی، بر روی بهینه‌سازی سرعت ریسندگی و کنترل رطوبت تمرکز دارد تا بازدهی افزایش یابد؛ در بافندگی، الگوهای بافت را برای کاهش مصرف انرژی تحلیل می‌کند

و در رنگرزی، ثبات رنگ و مصرف مواد شیمیایی را ارزیابی می‌کند تا هزینه‌ها کاهش یابد و محصولات سازگار با محیط زیست تولید شوند. کاربران می‌توانند گزارش‌های تولید، نتایج آزمایشات نمونه، داده‌های نگهداری و تعمیرات ماشین‌ها (مانند logs تعمیراتی یا برنامه‌های پیشگیرانه) و سایر عوامل مؤثر بر افزایش تولید را به صورت عکس (مانند اسکرین‌شات از پنل ماشین‌ها یا گزارش‌های کاغذی اسکن‌شده) به تکسورا آپلود کنند. سپس، این پلتفرم با استفاده از فناوری‌های تشخیص تصویر و پردازش زبان طبیعی، تحلیل جامع و کلی انجام می‌دهد.

در کل، این قابلیت‌ها نه تنها تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه‌تری را امکان‌پذیر می‌کنند، بلکه کارخانه‌ها را قادر می‌سازند تا در بازار رقابتی نساجی، با محصولات باکیفیت‌تر و هزینه‌های پایین‌تر، موقعیت بهتری کسب کنند و سودآوری بلندمدت خود را تضمین نمایند.

۹ چشم‌انداز تکسورا برای پنج سال آینده چیست؟

چشم‌انداز ما، تبدیل تکسورا به مرجع اصلی مشاوره نساجی در ایران و سپس در جهان است. هدف ما ایجاد اکوسیستمی جامع است که شامل دستیار هوشمند، آموزش‌های آنلاین، شبکه‌سازی بین فعالان صنعت و فرصت‌های تجاری مانند دسترسی به بازارهای بین‌المللی باشد. با تقویت هوش مصنوعی، تکسورا قادر خواهد بود روندهای بازار را پیش‌بینی کرده و تحلیل‌های پیشرفته ارائه دهد. همچنین، با همکاری دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، محتوای آموزشی غنی‌تری ارائه خواهیم داد تا تکسورا به دانشگاهی آنلاین برای صنعت نساجی تبدیل شود.

۱۰ اگر تکسورا یک شخصیت بود، چه ویژگی‌هایی داشت و شما خود را در کدام بخش آن می‌بینید؟

تکسورا مانند مشاور باهوش، دلسوز و نوآور است که با صبر به نیازهای کاربران گوش می‌دهد و راه‌حل‌هایی کاربردی ارائه می‌دهد. این پلتفرم هم‌زمان جسور و پیشرو است و از امتحان کردن راه‌های جدید نمی‌هراسد. من خود را راهبر این شخصیت می‌دانم. کسی که با تجربه و خلاقیت، مسیر رشد تکسورا را هدایت می‌کند و با افتخار شاهد تأثیر آن بر موفقیت کسب‌وکارهای نساجی است.

جمع‌بندی

تکسورا نه تنها یک دستیار هوشمند، بلکه گامی بزرگ در جهت تحول صنعت نساجی است. برای اطلاعات بیشتر، به وبسایت www.aitexora.ir یا بخش دستیار هوشمند گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس مراجعه کنید و تجربه‌ای نوین در بهبود کسب‌وکار خود داشته باشید.

بخش نساجی هند، در نقطه تحول حیاتی

موفقیت آینده بخش نساجی و پوشاک هند، در نوآوری در طراحی، حرکت جدی به سمت پایداری و اتخاذ مدل‌های تولید یکپارچه عمودی نهفته است

هند، رو به افزایش است. ابتکارات کلیدی دولت، از جمله پارک‌های نساجی PM MITRA، طرح‌های تشویقی مرتبط با تولید (PLI) برای الیاف مصنوعی و پشتیبانی دیجیتال از خوشه‌های بافندگان، تلاش‌های نوسازی را تسریع کرده و رقابت‌پذیری صادراتی این کشور را بهبود می‌بخشند. همچنین سرمایه‌گذاری در پیشرفت‌های تکنولوژیکی در زمینه‌های ریسندگی، تکمیل، رنگرزی و چاپ دیجیتال، هم کیفیت محصول و هم راندمان کلی تولید را افزایش می‌دهد.

البته درحالی‌که نقاط قوت سنتی هند، مانند نیروی کار ماهر و دسترسی فراوان به الیاف طبیعی همچنان ضروری است، اما گزارش IMARC تأکید می‌کند که موفقیت آینده بخش نساجی و پوشاک هند، در نوآوری در طراحی، حرکت جدی به سمت پایداری و اتخاذ مدل‌های تولید یکپارچه عمودی نهفته است. برای اینکه برندها بتوانند فرصت‌های با حاشیه سود بالاتر را به دست آورند، باید سرمایه‌گذاری زیادی در شفافیت زنجیره تأمین، خرده‌فروشی دیجیتال و رعایت استانداردهای سختگیرانه بازارهای صادراتی انجام دهند. در همین حال، حمایت از جوامع صنعتگر و بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط (MSMEها) برای حفظ هویت منحصر به فرد صنایع دستی هند در بازار جهانی، حیاتی خواهد بود.



می‌کند. رشد این بخش با تلاقی محرک‌های قوی بازار از جمله افزایش درآمدهای خالص مردم، مصرف‌کنندگانی که به طور فزاینده‌ای به برند اهمیت می‌دهند و نیز گسترش کانال‌های خرده‌فروشی داخلی و بین‌المللی که تقاضا برای پوشاک آماده، لباس ورزشی و پوشاک لوکس را افزایش می‌دهند، تقویت می‌شود. همچنین تغییر گرایش قابل توجهی به سمت مد سطح بالا و منسوجات هوشمند در این کشور وجود دارد.

آگاهی زیست‌محیطی، محرک تغییرات بازار است و تقاضا برای مواد اخلاقی و پایدار از نظر زیست‌محیطی، الیاف بازیافتی، پارچه‌های گیاهی و مدل‌های نساجی چرخه‌ای در کل زنجیره ارزش مد و پوشاک

گروه مترجمین مجله: بازار نساجی و پوشاک هند که درحال حاضر یک موتور اقتصادی بزرگ برای این کشور است، آماده گسترش قابل توجه در یک دهه آینده است. براساس گزارش جدیدی که از گروه IMARC منتشر شده، ارزش این بازار در سال ۲۰۲۴، رقم ۲۲۲,۰۸ میلیارد دلار برآورد شده است و پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۳۳ به ۶۴۶,۹۶ میلیارد دلار برسد که نشان‌دهنده نرخ رشد سالانه قوی ۱۱,۹۸ درصدی از سال ۲۰۲۵ تا ۲۰۳۳ است.

بخش نساجی هند، درحال حاضر در یک نقطه تحول حیاتی قرار دارد و میراث عمیق خود در پنبه، ابریشم و صنایع دستی را با کارخانه‌های نساجی مدرن و پیشرفته و اکوسیستم‌های مد مبتنی بر برند ترکیب

شرکت های آمریکایی تعرفه ها را دور می زنند

خریداران آمریکایی منسوجات و پوشاک، با تغییر مسیر سفارشات به سمت کریدورهای آسیایی کم هزینه تر، از تعرفه های ۳۰ تا ۴۰ درصدی عبور کردند

را بهینه کرده و نرخ تعرفه مؤثر ۱۶.۸ درصدی تعرفه ها را که بالاترین میزان از سال ۱۹۳۵ است، جبران کنند. با ورود صنعت به سال ۲۰۲۶، چالش شرکت های آمریکایی از یافتن تأمین کنندگان جدید، به جذب افزایش دائمی ۴ تا ۷ درصدی هزینه های گمرکی واردات پوشاک تغییر می کند.

گفتنی است دفتر منسوجات و پوشاک آمریکا، یک نهاد مرجع فدرال است که سلامت صنعت الیاف و پوشاک ایالات متحده را رصد می کند. این دفتر در ردیابی و انتشار داده های جامع در مورد واردات و صادرات منسوجات، پوشاک و کفش ایالات متحده و نیز اجرای برنامه های ترجیحی تجاری، مشارکت دارد. این سازمان، بر عملکرد قطب های اصلی منسوجات و پوشاک در جهان از جمله چین، ویتنام، هند و منطقه USMCA (مکزیک/کانادا) نظارت می کند.

به تعرفه پایه ۱۰ درصدی جهانی است، زیرا خرده فروشان آمریکایی اکنون کشورهای با حجم خرید بالا را که کمترین فرسایش در حاشیه سود را به دنبال دارند، در اولویت قرار می دهند.

هزینه تاب آوری

در حالی که زنجیره های تأمین منسوجات و پوشاک برای شرکت های آمریکایی دست نخورده باقی مانده اند، اما خسارت مالی این شرکت ها در حال افزایش است. خرده فروشان مشهوری مانند ویکتوریا سیکرت و تاپستری در گزارش های خود پیش بینی می کنند که هزینه های مربوط به تعرفه ها برای سال مالی جدید از ۲۶۰ میلیون دلار فراتر رود. برای جلوگیری از افزایش قیمت های سراسری، برندها در حال شتاب بخشیدن به استفاده از فناوری های فروش چندکاناله و همه جانبه هستند تا موجودی خود

علیرغم شوک های تعرفه ای «روز آزادی» که در آوریل ۲۰۲۵ آغاز شد، واردات منسوجات و پوشاک ایالات متحده انعطاف پذیری قابل توجهی از خود نشان داده و در سه فصل اول سال ۲۰۲۵ روی رقم ۸۰.۵ میلیارد دلار تثبیت شده است. در حالی که عوارض متقابل تهاجمی دولت ترامپ با موفقیت محموله های صادراتی چین را ۲۷ درصد کاهش داد، این استراتژی نتوانست هجوم کلی کالاهای نساجی و پوشاک خارجی را مهار کند. در عوض، بازار شاهد یک تغییر جهت عظیم منطقه ای بود، زیرا خریداران آمریکایی با تغییر مسیر سفارشات به سمت کریدورهای آسیایی کم هزینه تر، از تعرفه های ۳۰ تا ۴۰ درصدی عبور کردند.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، خلاء ناشی از کاهش ۱۱.۷ میلیارد دلاری واردات از چین، به سرعت با افزایش ۱۵.۹ درصدی واردات منسوجات و پوشاک از جنوب شرقی آسیا که رقم آن به ۲۴.۳ میلیارد دلار رسید، پر شده است. ویتنام و بنگلادش به عنوان ذینفعان اصلی این تغییر ساختاری در تأمین منابع ظاهر شدند. ویتنام، که اکنون دومین تأمین کننده بزرگ منسوجات و پوشاک برای ایالات متحده است، افزایش ۱۴.۶ درصدی صادرات به این کشور را ثبت کرد، درحالی که بنگلادش جهش شدیدتر ۱۸.۲ درصدی را در این زمینه تجربه کرد. تحلیلگران صنعت در دفتر منسوجات و پوشاک (OTEXA) وابسته به وزارت بازرگانی آمریکا، معتقدند که این مدل «منبع یابی خوشه ای» واکنش مستقیمی



چشم انداز صنعت نساجی و پوشاک ویتنام تا ۲۰۳۰

گردش مالی ۶۴,۵ میلیارد دلاری صادرات و همچنین درآمد بازار داخلی به میزان ۸ تا ۹ میلیارد دلار تا سال ۲۰۳۰، برای بخش نساجی و پوشاک ویتنام هدف گذاری شده است.

استرالیا، روسیه و کانادا شرکت کنند. این تلاش‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای در حفظ و گسترش سهم بازار ویتنام در بازارهای کلیدی جهانی داشته‌اند.

بین سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵، بخش نساجی و پوشاک ویتنام با چالش‌های بی‌سابقه‌ای روبه‌رو شد - از همه‌گیری کووید ۱۹ گرفته تا افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی، مقررات سختگیرانه‌تر زیست‌محیطی و اقدامات حمایتی فزاینده کشورها مانند تعرفه‌های متقابل ایالات متحده. با وجود این فشارها، ویتنام رتبه خود را در بین ۳ صادرکننده برتر نساجی و پوشاک در سطح جهان حفظ کرد.

جیانگ این انعطاف‌پذیری را به پویایی شرکت‌ها و نقش VITAS در پشتیبانی و حمایت از ذینفعان صنعت نسبت داد. در پنج سال گذشته، انجمن نساجی و پوشاک ویتنام با ۲۹۳ عضو جدید، توسعه پیدا کرده است که این توسعه اعضا، به طور قابل توجهی ارتباط بین شرکت‌های داخلی و شرکت‌های سرمایه‌گذاری خارجی را برای بهینه‌سازی کارایی زنجیره تأمین تقویت می‌کند. VITAS به طور فعال با سازمان‌های بین‌المللی بزرگ - از جمله ILO، WWF، IDH، GIZ، IFC، KITECH - و همچنین انجمن‌های جهانی نساجی مانند AAFA، ITMF، KOFOTI، CNTAC و CCI همکاری داشته است. این همکاری‌ها، نزدیک به ۳۰۰ سمینار و برنامه آموزشی تخصصی در زمینه نوآوری فنی، طراحی، پایداری و کاهش گازهای گلخانه‌ای را پشتیبانی کرده‌اند.

یکی از نقاط قوت اصلی VITAS در حمایت آن از سیاست‌گذاری‌های دولتی نهفته است. این انجمن پیوسته به مجلس ملی، دولت و وزارتخانه‌های مربوطه در زمینه ساده‌سازی رویه‌های اداری، اصلاح قوانین مربوط به بیمه‌های اجتماعی و صندوق‌های اتحادیه‌های کارگری و بهبود سیاست‌های مالیاتی و اعتباری مشاوره داده



گروه مترجمین مجله: پیش‌بینی می‌شود صنعت نساجی و پوشاک ویتنام در سال ۲۰۲۵ به درآمد صادراتی ۴۶ میلیارد دلار آمریکا دست یابد که نشان‌دهنده افزایش ۵۶ درصدی نسبت به سال ۲۰۲۴ است. انجمن نساجی و پوشاک ویتنام (VITAS) این عملکردهای مثبت را در یک کنفرانس مطبوعاتی که در ۲۵ نوامبر در هانوی برگزار شد، اعلام کرد.

به گفته وو دوک جیانگ رئیس VITAS، عملکرد امسال نوید یک نقطه عطف برای بخش نساجی و پوشاک را می‌دهد، زیرا این بخش پس از چندین سال اختلالات جهانی، به روند بهبود قوی خود ادامه می‌دهد. مازاد تجاری این صنعت ۲۱ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود که جایگاه این بخش را به‌عنوان ستون اصلی تجارت خارجی ویتنام، مجدداً تأیید می‌کند.

او خاطرنشان کرد که نرخ بومی‌سازی داخلی صنعت نساجی به حدود ۵۲ درصد افزایش یافته که نشان‌دهنده پیشرفت قابل توجه در بومی‌سازی منابع مواد اولیه نساجی است. جیانگ بر تلاش‌های مداوم VITAS برای ارتقای تجارت، از جمله ۱۰ برنامه ملی و ۲۰ طرح ابتکاری تأکید کرد که به کسب‌وکارهای ویتنامی کمک کرده‌اند تا در نمایشگاه‌های بین‌المللی بزرگ در ایالات متحده، فرانسه، آلمان،

این انجمن همچنین بر سبزی‌سازی و دیجیتالی‌کردن صنعت نساجی، افزایش نرخ بومی‌سازی این صنعت به بیش از ۶۰ درصد؛ و ایجاد یک برند مد ویتنامی قوی و شناخته‌شده در سطح بین‌المللی تمرکز خواهند کرد.

لازم به ذکر است هفتمین کنگره این انجمن و کنفرانس بررسی عملکرد VITAS روزهای ۱۶ و ۱۷ دسامبر ۲۰۲۵ در هانوی برگزار گردید. در این رویداد، حدود ۵۰۰ شرکت‌کننده از جمله رهبران دولتی، کارشناسان بین‌المللی، مشاوران سیاست‌گذاری، مدیران تجاری و برندهای جهانی شرکت کردند. شرکت‌کنندگان در این نشست، مسیرهای استراتژیک بخش نساجی و پوشاک ویتنام را در بحبوحه نوسانات جهانی مورد بحث قرار دادند و راه‌حل‌های تطبیقی را برای تضمین توسعه پایدار و گذار صنعت نساجی و پوشاک ویتنام به سمت اقتصاد چرخه‌ای را بررسی کردند.

است. هدف از این تلاش‌ها، بهبود کلی فضای کسب‌وکار و ایجاد انگیزه برای بهبود و رشد صنعت است. این انجمن همچنین با سایر انجمن‌های ملی برای پیشنهاد اصلاحات در قوانین و مقررات مؤثر بر تولید، عملیات تجاری و فعالیت‌های واردات و صادرات در بخش‌های اقتصادی ویتنام همکاری کرده است.

چشم‌انداز استراتژیک

گفتنی است انجمن نساجی و پوشاک ویتنام، با ورود به هفتمین دوره فعالیت خود از سال ۲۰۲۵ تا ۲۰۳۰، اهداف بلندپروازانه‌ای را در راستای توسعه پایدار و اقتصاد چرخه‌ای تعیین کرده است. اهداف کلیدی شامل گردش مالی صادرات معادل ۶۴.۵ میلیارد دلار تا سال ۲۰۳۰، با نرخ رشد متوسط سالانه ۶.۵ تا ۷ درصد و همچنین درآمد بازار داخلی به میزان ۸ تا ۹ میلیارد دلار، تعیین شده است.

زنگ خطر برای بخش نساجی اتحادیه اروپا



صنعت نساجی و پوشاک اروپا، یک اکوسیستم حیاتی متشکل از تقریباً ۲۰۰ هزار شرکت و ۱.۳ میلیون کارگر با گردش مالی سالانه ۱۷۰ میلیارد یورو، با تهدید ساختاری شدیدی ناشی از رقابت جهانی نابرابر مواجه است. داده‌های نیمه اول سال ۲۰۲۵ نشان‌دهنده یک بحران است: تولید نساجی ۱.۹ درصد و تولید پوشاک ۵ درصد کاهش داشته، درحالی‌که اشتغال در سراسر این بخش تا ۵ درصد کاهش یافته است. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، این رکود ناشی از افزایش شدید واردات خارجی غیرمنطبق با مقررات است که در همین دوره برای منسوجات ۷.۷ درصد و برای پوشاک ۱۲.۳ درصد افزایش نشان می‌دهد.

کنفدراسیون نساجی و پوشاک اروپا (EURATEX)

به‌عنوان نماینده این صنعت، هشدار می‌دهد که این عدم‌تعادل رقابتی تا حد زیادی از معافیت موسوم به *de minimis* ناشی می‌شود. این خلاء قانونی به میلیون‌ها بسته کم‌ارزش (زیر ۱۵۰ یورو) اجازه می‌دهد روزانه بدون طی مراحل گمرکی، مالیات بر ارزش افزوده یا بررسی‌های ایمنی استاندارد، وارد اتحادیه اروپا شوند. این مشکل توسط برخی از اپراتورهای پستی ملی در کشورهایی مانند لهستان و ایتالیا تشدید می‌شود، که طبق گزارش‌ها، تحویل‌ها را

برای پلتفرم‌های مد فوق‌سریع مانند Temu تسریع می‌کنند و به طور فعال، شکاف نظارتی را گسترش می‌دهند. در همین ارتباط، ماریو خورخه ماچادو رئیس EURATEX، تأیید کرد که اگرچه قطعنامه اخیر پارلمان اروپا برای نظارت قوی‌تر بر بازار مورد استقبال قرار گرفته است، اما «آزمون واقعی از امروز آغاز می‌شود». این صنعت خواستار اقدامات قاطع قانونی، به‌ویژه لغو معافیت *de minimis*، برای بازگرداندن شرایط برابر و جلوگیری از فرسایش بیشتر استانداردهای صنعتی اروپا است.

بازیافت پلی استر در مقیاس صنعتی توسط Kipas

تولید پلی استر کاملاً از ضایعات نساجی، از طریق fibR-e در مقایسه با تولید پلی استر ویرجین، انتشار گازهای گلخانه‌ای را تقریباً ۷۴ درصد کاهش می‌دهد

این پلتفرم به‌جای مرتب‌سازی دستی، اکسورهای لباس را در حین پردازش حذف می‌کند که همین امر، باعث کاهش نیاز به نیروی کار و کاهش گلوگاه‌ها در فرآیند بازیافت می‌شود. پلتفرم fibR-e همچنین پارچه‌های ترکیبی را رنگ‌زدایی می‌کند تا خروجی‌های تمیزتری تولید کند. در هسته آن، یک فناوری بازیافت مولکولی ثبت‌شده توسط Meltem Kimya وجود دارد که پلی استر را به بلوک‌های سازنده‌اش تجزیه کرده و بدون ایجاد میکروپلاستیک، آن را بازسازی می‌کند و امکان بازیافت مکرر بدون افت کیفیت را فراهم می‌نماید.



تجزیه و تحلیل اولیه نشان می‌دهد که تولید پلی استر کاملاً از ضایعات نساجی، از طریق fibR-e در مقایسه با تولید پلی استر ویرجین، انتشار گازهای گلخانه‌ای را تقریباً ۷۴ درصد کاهش می‌دهد. در همین ارتباط، هالیت گوموسر مدیرعامل کیپاس می‌گوید: «بازیافت، هنوز بخش کوچکی از مشکل پلی استر در ضایعات پوشاک را حل نکرده است. اما با پلتفرم fibR-e، می‌توانیم زباله‌های پس از مصرف را با تمام پیچیدگی‌هایش جمع‌آوری کنیم و آن را به‌عنوان نخ‌های فیلامنتی و الیاف استیپل با کیفیت بالا و گواهی‌شده به بازار برگردانیم. اینگونه است که صنعت نساجی از حالت خطی به حالت چرخه‌ای حرکت می‌کند، البته نه از طریق آزمایش‌های پایلوت، بلکه از طریق بازیافت در مقیاس تجاری.»

تکنولوژی FibR-e براساس یک همکاری چندساله بین Kipas و شرکت‌های متخصص ساخته شده است و شرکت Meltem Kimya تخصص بازیافت مولکولی را که زیربنای این پلتفرم است، ارائه می‌دهد. شرکت Kipas به‌عنوان یک تولیدکننده جهانی نخ و پارچه، مواد تولیدشده از طریق تکنولوژی fibR-e را مستقیماً به زنجیره تأمین خود هدایت می‌کند و امکان تولید انبوه با قیمت رقابتی را فراهم می‌نماید. خروجی‌های حاصل از این تکنولوژی، همگی قابل‌ردیابی، آزمایش‌شده از نظر عملکرد و طراحی‌شده برای مطابقت با استانداردهای کیفیت تجاری هستند و در عین حال به برندها کمک می‌کنند تا استفاده از مواد اولیه را کاهش داده و برای مقررات سختگیرانه‌تر در حوزه پایداری صنعت نساجی و پوشاک آماده شوند.

شرکت نساجی کیپاس (Kipas Textiles)، بزرگترین تولیدکننده کاملاً یکپارچه منسوجات در اروپا که دفتر مرکزی آن در استانبول است، در حال راه‌اندازی fibR-e است - یک پلتفرم بازیافت جدید که برای مقابله با موانعی که مانع از بازیافت پلی استر در مقیاس تجاری می‌شوند، طراحی شده است. صنعت مد و پوشاک، هر ساله میلیون‌ها تن لباس مبتنی بر پلی استر تولید می‌کند که در حال حاضر بخش کمی از آنها بازیافت می‌شود و آنطور که این شرکت می‌گوید، صنعت مد اکنون با یک حساسیتی در این زمینه مواجه است.

مقررات در سراسر اروپا و سایر مناطق، برندها را ملزم به پذیرش مسئولیت چرخه عمر کامل محصولات خود می‌کند و مصرف‌کنندگان سوالات سخت‌تری در مورد پایداری می‌پرسند. در این زمینه، تکنولوژی FibR-e می‌تواند راهی مطمئن برای پیشرفت برندها فراهم کند. شرکت ملتم‌کیمیا (Meltem Kimya) در کارخانه خود در آدانای ترکیه، اکنون لباس‌های پس از مصرف حاوی ۷۰ درصد یا بیشتر پلی استر، از جمله ترکیبات پلی استر-الاستین و همچنین هر ترکیب الیاف مخلوط مبتنی بر پلی استر را به مواد یا محصولات جدید تبدیل می‌کند. اقلامی که هنوز تزئینات به آنها متصل است و مواد اولیه با رنگ‌های مخلوط دارند، به تراشه‌های rTEX با کیفیت بالا و دارای گواهی‌نامه GRS تبدیل می‌شوند. شرکت نساجی کیپاس همچنین در حال تبدیل این الیاف به نخ‌های فیلامنتی و الیاف استیپل باکیفیت و دارای گواهی است که برای استفاده در کالکشن‌های جدید آماده هستند.

Aunde کارخانه بازیافت پلی استر تاسیس می کند

در ۱۲۰ شعبه دارد. آنطور که شرکت Aunde اعلام کرده: تولید الیاف پلی استر در سراسر جهان به طور مستمر در حال افزایش است، اما حدود ۹۹ درصد از الیاف پلی استر بازیافتی در حال حاضر بر پایه پرکهای بطری PET هستند. از آنجایی که بطریهای PET در حال حاضر به شکل گستردهای توسط صنعت بسته بندی در یک چرخه بسته استفاده می شوند، این امر منجر به افزایش رقابت برای مواد اولیه PET بازیافتی موجود می شود. در همین ارتباط، پیتر بولتن مدیرعامل Aunde می گوید: «به عنوان یک تولیدکننده بین المللی منسوجات برای صنعت خودرو، ما مسئولیت خود را در مشارکت فعال برای شکل دهی به راه حل های پایدار در این صنعت می دانیم. همکاری با PreZero گامی مهم در جهت حفظ مواد نساجی در گردش و در عین حال کاهش وابستگی ما به بطری های PET خواهد بود و هدف ما تعیین استاندارد جدیدی در بازیافت منسوجات با این کارخانه است.»

گفتنی است این کارخانه جدید قرار است در سال ۲۰۲۶ عملیاتی شود.

گروه مترجمین مجله: شرکت Aunde پیشرو در زمینه منسوجات خودرو، مستقر در مونشن گلا دباخ آلمان، با شرکت PreZero وارد همکاری استراتژیک شده است تا کارخانه ای برای بازیافت ضایعات نساجی حاوی پلی استر به گرانول های پلی استر جدید با کیفیت بالا تأسیس کند. قرارداد همکاری بین دو شرکت روز ششم اکتبر ۲۰۲۵ امضا گردید.

شرکت Aunde با بیش از ۱۲۷ سایت تولیدی در ۲۹ کشور و بیش از ۲۲۰۰۰ کارمند در سراسر جهان، انواع منسوجات و چرم، صندلی های خودرو، فنرهای فنی، قطعات قالب گیری شده فومی و اجزای داخلی و کامپوزیتی را برای صنعت خودرو تأمین می کند. این گروه علاوه بر محصولات Aunde، تحت برندهای Isringhausen، Fehrer و Reinert نیز محصولات خود را عرضه می کند. خدمات شرکت PreZero نیز از راهکارهای مدیریت پسماند و بازیافت گرفته تا مشاوره مؤثر در زمینه پایداری را شامل می شود. این شرکت که دفتر مرکزی آن در نکارسولم آلمان واقع شده است، حدود ۴۸۰۰ کارمند

معرفی استاندارد جهانی نساجی مسئولانه

تا به انتظارات روبه افزایش بازار پاسخ دهند و بدون افزودن پیچیدگی یا هزینه غیرضروری، الزامات نظارتی نوظهور را رعایت کنند. بسیاری از نهادهای دارای گواهینامه GOTS در حال حاضر الیافی را پردازش می کنند که خارج از محدوده ارگانیک قرار می گیرند. با GRTS، این شرکت ها اکنون می توانند بدون تلاش مضاعف یا معرفی سیستم های اضافی، گواهینامه های سختگیرانه ای را برای آن مواد و محصولات اعمال کنند. GRTS که براساس زیرساخت GOTS ایجاد شده، پیاده سازی را ساده می کند و از تخصص فنی Global Standard بهره می برد. آنطور که مدیران عامل گلوبال استاندارد می گویند، این گسترش سید محصولات آنها را قادر می سازد تا در سازمان غیرانتفاعی خود حداقل هزینه ها را حفظ کنند، زیرا آنها متعهدند که از ایجاد بار هزینه ای اضافی بر دوش اقدامات پایداری در صنعت نساجی پرهیز نمایند. آنها توضیح می دهند: «از یک سو، چارچوب GOTS اکنون به عنوان پایه ای برای کاربردهای گسترده تر عمل خواهد کرد و از سوی دیگر، همچنان به عنوان استاندارد پیشرو داوطلبانه پایداری در بخش نساجی ارگانیک باقی می ماند.»

موسسه استاندارد جهانی (Global Standard)، از راه اندازی استاندارد داوطلبانه جدید خود در حوزه پایداری خبر داده است: استاندارد جهانی نساجی مسئولانه (GRTS). این موسسه غیرانتفاعی، طراح و پشتیبان استاندارد جهانی نساجی ارگانیک (GOTS) است که به عنوان یکی از استانداردهای با سابقه بین المللی در حوزه نساجی شناخته می شود. موسسه Global Standard با همین پشتوانه، GRTS را با شاکله اصلی و همان فرآیند مورد اعتماد در GOTS طراحی کرده است.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، GRTS قصد دارد همان اصول سلامت، اکولوژی، انصاف و مراقبت را به طیف وسیع تری از الیاف گسترش دهد. در حالی که GOTS همچنان معیار جهانی برای منسوجات ارگانیک است، GRTS شرکت هایی را که از سایر الیاف مسئولانه استفاده می کنند، قادر می سازد تا عملکرد زیست محیطی و اجتماعی خود را تحت همان سیستم مورد اعتماد، به شکل معتبری نشان دهند. استاندارد جدید به گونه ای طراحی شده که به صنعت نساجی کمک کند تا تغییرات مثبتی را در کل زنجیره ارزش ایجاد نماید. این امر شرکت ها را قادر می سازد

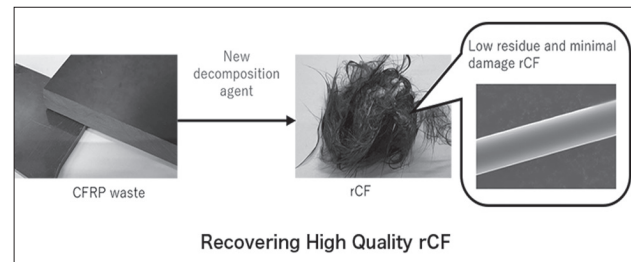
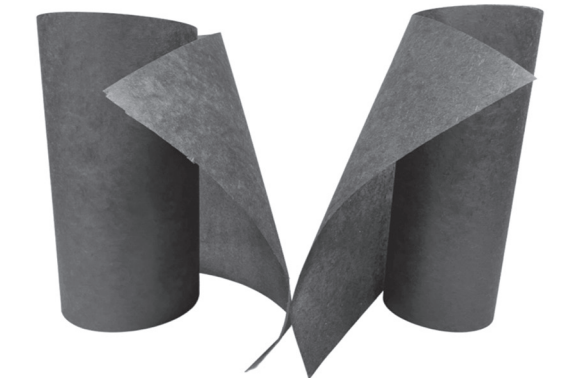
معرفی فناوری پیشرفته برای بازیافت الیاف کربن

الیاف کربن بازیافتی حاصل از این فناوری از نمونه‌های مشابه معمولی قوی‌تر است که همین موضوع، شکستگی الیاف را در مرحله پس از پردازش به حداقل می‌رساند

استفاده کرده است. الیاف کربن بازیافتی حاصل از این فرآیند، بیش از ۹۵ درصد از استحکام کششی الیاف کربن بکر که از منابع نفتی مشتق شده را حفظ می‌کند. شرکت Toray انتظار دارد میزان انتشار دی‌اکسید کربن حاصل از این فناوری کمتر از نصف میزان انتشار حاصل از تولید الیاف کربن بکر باشد.

الیاف کربن بازیافتی حاصل از این فناوری از نمونه‌های مشابه معمولی قوی‌تر است که همین موضوع، شکستگی الیاف را در مرحله پس از پردازش به حداقل می‌رساند. باقیمانده رزین کم و کیفیت سطحی عالی آن، امکان پردازش برای کاربردهای متنوع‌تر را فراهم می‌کند. به طور خاص، تلاش‌ها برای پراکنده کردن الیاف کوتاه و پردازش آنها به پارچه‌های نبافته به شکل ورق منجر به موفقیت شده است. الیاف کربن بازیافتی تولیدشده با استفاده از این فناوری، قابلیت قابل‌کنترلی را جهت پخش در آب نشان می‌دهد که همین امر، امکان ساخت سازه‌های نبافته یکنواخت و همچنین سازه‌هایی با بافت متمایز مشابه «واشی (کاغذ سنتی ژاپنی)» را فراهم می‌کند. این پارچه، قابلیت‌های الیاف کربن از جمله محافظت در برابر فرکانس رادیویی و رسانایی حرارتی را با جذابیت زیبایی‌شناختی «واشی» ترکیب می‌کند. شرکت Toray قصد دارد کاربردهای این ماده جدید را در بسیاری از صنایع گسترش دهد.

گفتنی است این پارچه نوآورانه، در اجزای داخلی و خارجی خودروی مفهومی شرکت مزدا موتور (مدل ویژن) که از ۳۰ اکتبر تا ۹ نوامبر در نمایشگاه حرکت ژاپن در توکیو بیگ‌سایت به نمایش درآمد، خودنمایی نمود.



گروه مترجمین مجله: شرکت Toray Industries به تازگی فناوری بازیافتی را توسعه داده است که می‌تواند انواع پلاستیک‌های تقویت‌شده با الیاف کربن (CFRP) که از رزین‌های ترموست ساخته شده را تجزیه کند و در عین حال استحکام و کیفیت سطحی این الیاف را حفظ کند. این شرکت با استفاده از این فناوری، پارچه‌ای نبافته با استفاده از الیاف کربن بازیافتی تولید کرده است.

شرکت Toray با هدف توسعه مواد عملکردی و تزئینی برای کاربردهای متنوع، مانند خودرو، ساخت‌وساز، لوازم الکتریکی و الکترونیکی و مایحتاج روزانه، شروع به ارائه نمونه‌های اولیه به مشتریان کرده است. این شرکت با ارزیابی‌های فنی مطابق با نیازهای مشتری، به کار خود ادامه خواهد داد. کاربردهای CFRP شامل هواپیما و توربین‌های بادی است. بازیافت شیمیایی به‌عنوان یک عامل کاهنده در کوره‌های فولاد، برای بازیافت CFRP مورد توجه قرار گرفته است. فناوری‌هایی در حال ظهور هستند که CFRP ضایعاتی را در دماهای بالا تجزیه حرارتی می‌کنند تا الیاف را بازیابی و دوباره استفاده کنند و بازار این الیاف، به‌ویژه برای کاربردهای قالب‌گیری تزریقی در حال گسترش است. برای توسعه بیشتر کاربردها، به فناوری‌ای نیاز است که بتواند آسیب حرارتی به الیاف کربن بازیافتی را سرکوب کرده و باقیمانده رزین را کنترل کند و در عین حال، بتوان آن را برای انواع مختلف CFRP ضایعاتی به کار برد.

شرکت Toray با استفاده از تخصص دیرینه خود در سنتز آلی و پلیمریزاسیون، یک عامل تجزیه ابداع کرده است که رزین‌های ترموست مقاوم در برابر تخریب و دارای اتصالات سه‌بعدی را در دماهای پایین‌تر از روش‌های مرسوم، تجزیه می‌کند. این شرکت از این عامل برای تجزیه ضایعات CFRP از هواپیماها، توربین‌های بادی، خودروها و سایر منابع

نقش مرتب‌سازی هوشمند در بازیافت منسوجات

مرتب‌سازی زباله‌های نساجی با کمک هوش مصنوعی یکی از محرک‌های اصلی افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها در صنعت بازیافت منسوجات است



گروه مترجمین مجله: صنعت نساجی به دلیل پیشرفت هوش مصنوعی (AI) و فناوری‌های مرتب‌سازی هوشمند، دستخوش تغییرات چشمگیری شده است. این نوآوری‌ها نه تنها کسب‌وکار بازیافت را کارآمدتر می‌کنند، بلکه نحوه مدیریت ضایعات در خطوط تولید پوشاک را نیز متحول می‌نمایند. طبق گزارش Grand View Research، بازار جهانی بازیافت منسوجات در سال ۲۰۲۴ حدود ۴.۸۵ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شده و پیش‌بینی می‌شود با نرخ رشد سالانه ۴,۲ درصد از سال ۲۰۲۵ تا ۲۰۳۳، به حدود ۶,۹۴ میلیارد دلار تا سال ۲۰۳۳ گسترش پیدا کند. از نظر جغرافیایی، اروپا بیشترین سهم بازار را در سال ۲۰۲۴ حفظ کرده و آسیا و اقیانوسیه، به‌ویژه هند، رشد پیش‌بینی‌شده قوی را نشان دادند.

هوش مصنوعی در بازیافت

مرتب‌سازی زباله‌های نساجی با کمک هوش مصنوعی نیز یکی از محرک‌های اصلی بهره‌وری در این صنعت است. در اروپا، مراکز پیشرفته بازیافت، از یادگیری ماشینی در کنار حسگرهای مادون قرمز نزدیک (NIR) و رباتیک برای تشخیص خودکار محتوای الیاف، رنگ و کیفیت آنها استفاده می‌کنند. به عنوان مثال، شرکت NewRetex در دانمارک یک مرکز مرتب‌سازی مبتنی بر هوش مصنوعی را اداره می‌کند که هر ماه ۲۰۰ تن زباله نساجی را جمع‌آوری می‌کند و قصد دارد تا پایان سال ۲۰۲۵، سالانه ۴۰ هزار تن ضایعات نساجی را جمع‌آوری کند.

هوش مصنوعی رونمایی کرده است که بینایی رایانه‌ای و تصویربرداری فراطیفی را برای تشخیص الیافی مانند پنبه، پلی‌استر و پشم و دسته‌بندی آنها، ادغام می‌کنند. این نوآوری می‌تواند ضایعات لباس را به مواد اولیه مفید برای تولید منسوجات جدید تبدیل کند.

اینطور می‌توان گفت که مرتب‌سازی هوشمند مبتنی بر هوش مصنوعی، اقتصاد بازیافت منسوجات را از نو تعریف می‌کند. به عنوان مثال، دستگاه مرتب‌سازی ضایعات نساجی از شرکت چینی DataBeyond Technology که به دقت ۹۹ درصد دست یافته، ۵ تن در ساعت را پردازش کرده و هزینه‌های بازیافت را ۱۸ کاهش می‌دهد. همچنین تجهیزات شرکت Ecosystems ۸-Circle بریتانیایی اکنون سالانه ۲۵۰۰۰ تن ضایعات نساجی را مرتب می‌کند که راندمان بازیافت الیاف به الیاف را ۴۰ درصد افزایش داده و ۱۲ میلیون دلار درآمد جدید ایجاد می‌کند.

پروژه CRTX.ai در آلمان نیز ترکیبی از هوش مصنوعی، طیف‌سنجی و رباتیک است تا جداسازی الیاف با دقت بالا از جریان‌های بازیافت پاک‌تر را انجام دهد. همچنین پروژه FAIR سوئد یکی از بزرگترین مجموعه داده‌های ضایعات نساجی حاشیه‌نویسی‌شده را برای آموزش مدل‌های هوش مصنوعی جهت استفاده مجدد و بازیافت ایجاد می‌کند.

به همین ترتیب، سازمان‌هایی مانند Refiberd وجود دارند که در حال پیاده‌سازی هوش مصنوعی و تصویربرداری فراطیفی برای اسکن و مرتب‌سازی مؤثر پارچه‌ها به روشی هستند که قابل بازیافت باشند. محققان موسسه فناوری روچستر (RIT) نیز دستگاهی را توسعه داده‌اند که با استفاده از هوش مصنوعی همراه با فناوری لیزر، مواد غیرقابل بازیافت را از لباس‌ها اسکن و برش می‌دهد و فرآیند بازیافت را ساده می‌کند.

همچنین شرکت فناوری نروژی TOMRA از روش‌های مرتب‌سازی منسوجات مبتنی بر



هوش مصنوعی و استانداردسازی داده‌های بصری در طراحی پارچه ایران

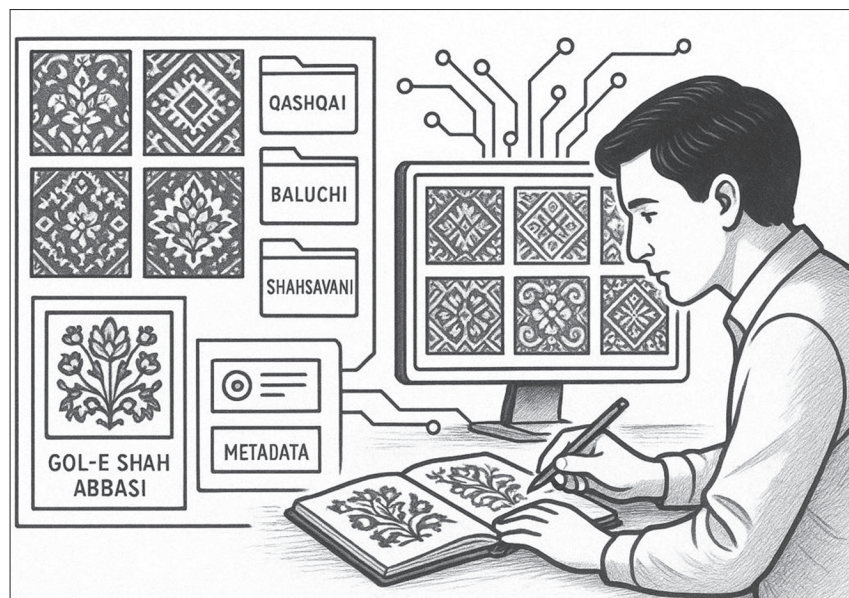
نسرین معصومی بدخش، مدرس گروه هنر دانشگاه ملی مهارت ولیعصر (عج)

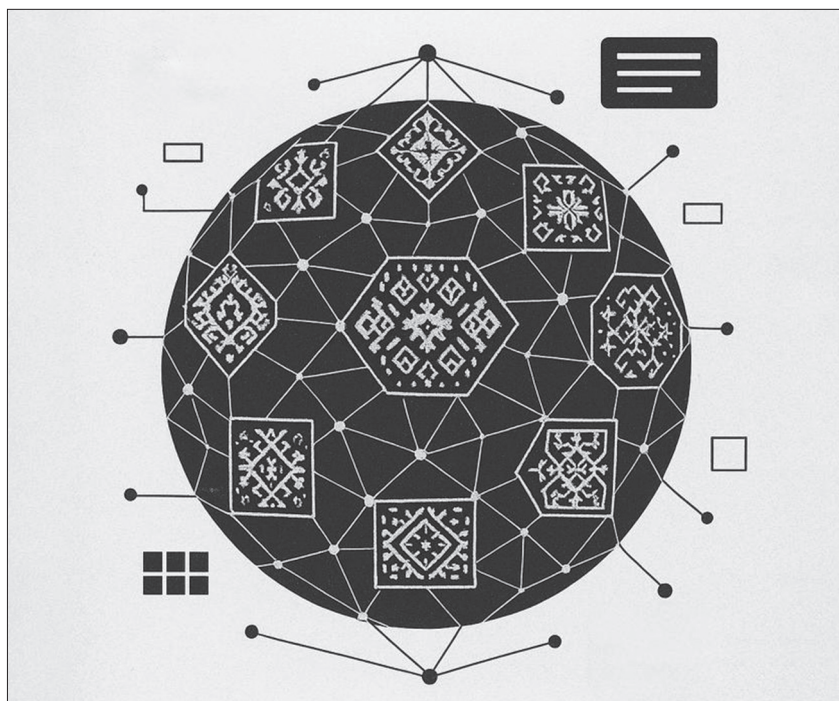
ثبت نشده، یا تنها به صورت پراکنده در آرشیوهای شخصی و پایان‌نامه‌ها وجود دارد. این فقدان آرشیو، امروز مانعی جدی در مسیر تولید صنعتی و به‌ویژه توسعه طراحی مبتنی بر هوش مصنوعی است. برای اینکه الگوریتم‌ها به خلق طرح‌های بومی و معنادار دست پیدا کنند، باید از داده‌های صحیح و استاندارد تغذیه شوند. هوش مصنوعی، همانند یک کودک بدون تجربه فرهنگی، تنها می‌تواند آنچه را دیده بازسازی یا ترکیب کند. اگر آنچه دیده داده‌های جهانی یا ناقص باشد، خروجی آن نیز هویتی جعلی یا وارداتی خواهد داشت. بنابراین، ایجاد بانک داده منسجم از نقوش بومی، نه فقط یک کار پژوهشی یا فرهنگی، بلکه مسئله‌ای صنعتی و حتی اقتصادی است. این بانک داده، مانند خوراک یا زبان مشترکی است که بدون آن، آموزش هر الگوریتمی به نتیجه مطلوب نمی‌رسد.

استانداردسازی داده‌ها به معنای گردآوری ساده تصاویر نیست. داده بصری برای تاثیرگذاری در طراحی و آموزش ماشین باید دارای ویژگی‌های مشترک، دسته‌بندی دقیق و قابل تحلیل باشد.

طراحی در نساجی، فراتر از تولید یک نقش زیباست؛ طراحی حامل هویت است. پارچه در ایران نه تنها پوشش، بلکه رسانه‌ای تاریخی بوده که نشانه‌های فرهنگی، باورهای محلی، موقعیت جغرافیایی و حتی مناسبات اقتصادی را بازتاب داده است. نقش‌های قشقایی، بلوچ، شاهسون، گیلکی یا نقوش گل شاه‌عباسی نمونه‌هایی از این هویت‌اند که هر کدام در دل خود روایت دارند. با این وجود، بخش عمده‌ای از این میراث بصری، یا

در سال‌های اخیر، یکی از چالش‌های اصلی طراحی پارچه در ایران، نبود داده‌های بصری استاندارد و قابل اتکا بوده است؛ چالشی که با ورود هوش مصنوعی به عرصه طراحی اهمیت بیشتری پیدا کرده و مسئله «آرشیو و استانداردسازی نقوش» را به ضرورتی فوری تبدیل کرده است. همین مسئله نقطه آغاز بحثی است که از ثبت نقوش محلی آغاز می‌شود و در نهایت به آموزش الگوریتم‌های هوش مصنوعی برای خلق طرح‌های ایرانی ختم می‌گردد.





این ویژگی‌ها می‌تواند شامل سیستم رنگ، نوع کاربرد (پوشاک، مبلمان، فرش، تزئینات)، شیوه بافت یا چاپ، ابعاد تکرار، نسبت هندسی، منطقه جغرافیایی و حتی طبقه‌بندی زمانی باشد. چنین ساختاری به پژوهشگر، طراح و الگوریتم‌یادگیرنده امکان می‌دهد تا میان نقش‌ها ارتباط برقرار کنند و از آن‌ها الگو استخراج کنند. تجربه برخی کشورها در زمینه استانداردسازی داده‌های بصری نشان می‌دهد که این کار می‌تواند علاوه بر حفاظت از هویت فرهنگی، به اقتصاد نساجی کمک کند. در هند، آرشیو نقوش محلی به آموزش الگوریتم‌هایی انجامید که امروز در صنعت چاپ دیجیتال به‌طور گسترده استفاده می‌شوند و بازار جهانی پارچه‌های مبتنی بر هنر بومی هند را رونق بخشیده‌اند. نمونه‌هایی مشابه در مراکش و ژاپن نیز نشان می‌دهد که وقتی هنر بومی به داده استاندارد تبدیل می‌شود، می‌تواند به محصولی رقابتی در اقتصاد جهانی تبدیل شود. این تجربه‌ها برای ایران قابل استفاده‌اند؛ زیرا کشور ما به لحاظ تنوع فرهنگی، از کشورهای یادشده غنی‌تر است.

در ایران نیز تلاش‌هایی محدود و بیشتر شخصی آغاز شده است. برخی برندهای کوچک یا پژوهشگران مستقل به‌صورت پروژه‌ای به گردآوری نقوش محلی پرداخته‌اند، اما نبود ساختار واحد باعث شده خروجی این تلاش‌ها پراکنده و اغلب غیرقابل‌استفاده برای صنعت و هوش مصنوعی باشد. اگر قرار است این منابع به بخشی از آینده طراحی تبدیل شوند، باید همکاری میان دانشگاه، صنعت، پژوهشگران فرهنگ و دولت ایجاد شود. ساخت بانک

داده، پروژه‌ای است میان‌رشته‌ای که مشارکت طراحان، نساجان، پژوهشگران صنایع فرهنگی، برنامه‌نویسان و کارشناسان داده را می‌طلبد. همچنین باید به مسئله حقوق و مالکیت فکری توجه کرد. استانداردسازی بدون تعیین مالکیت، می‌تواند آسیب‌زا باشد، چون داده می‌تواند زمینه سوءاستفاده، صادرات بدون مجوز یا از دست رفتن منبع نقوش محلی و بومی به منبع الهام هوش مصنوعی تبدیل شود، باید قوانین مشخصی برای استفاده عادلانه، درآمدزایی و حفاظت حقوقی از آن تدوین شود. طراحی مبتنی بر داده، اگر بدون قانون باشد، می‌تواند به نابودی منبعی تبدیل شود که قرار است از آن حفاظت کند.

در نهایت، حرکت به سمت طراحی مبتنی بر داده، به معنای کنار گذاشتن هنر یا اصالت نیست؛ بلکه روشی برای ثبت هویت ایرانی در عصر دیجیتال است. آرشیو نقوش محلی و استانداردسازی آن‌ها، فرصتی برای بازتعریف طراحی پارچه در ایران است؛ مسیری که می‌تواند هم میراث فرهنگی را حفظ کند و هم زمینه خلق محصولات رقابتی در بازار جهانی را فراهم آورد. اگر این داده‌ها به‌درستی جمع‌آوری، دسته‌بندی و قانونی شوند، هوش مصنوعی نه تهدیدی برای هویت، بلکه ابزاری برای گسترش آن خواهد بود؛ ابزاری که به طراح ایرانی امکان می‌دهد میراث بصری خود را با زبان تولید جهانی پیوند دهد.

این آینده، تنها زمانی قابل تحقق است که ایران استانداردهای بصری را جدی بگیرد. طراحی در قرن جدید، نه فقط خلق نقش، بلکه خلق «داده‌ای است که هویت می‌سازد»؛ داده‌ای که اگر امروز ثبت نشود، فردا دیگر فرصتی برای ثبت‌کردن آن نخواهیم داشت.



طراحی مد در برزخ هنر و صنعت؛ چرا پوشاک ایران برند نمی‌شود؟

مهدی عرفانیان، دکترای مدیریت حرفه‌ای کسب و کار و مدیرعامل و بنیانگذار کوک باما

با بازار کار ندارد. عدم ارتباط بین‌المللی دانشگاه‌ها و قطع بودن رابطه آن‌ها با بدنه صنعت، باعث شده فارغ‌التحصیلان ما پس از ورود به بازار، دچار شوک شوند.

۲. جزیره هنر (ترس از تهاجم یا فرصت فرهنگی؟)

طراحی مد ذاتا ریشه در هنر دارد. اما از آنجایی که سرچشمه فشن مدرن از غرب (فرانسه، ایتالیا و آمریکا) است، همواره در بدنه سیاست‌گذاری فرهنگی ما یک گارد و نگرانی نسبت به آن وجود داشته است. این نگاه محتاطانه باعث شده نتوانیم پتانسیل‌های هنری خودمان را به درستی «تجاری‌سازی» کنیم. ما می‌خواهیم فرهنگ ایرانی را حفظ کنیم، اما فراموش کرده‌ایم که برای حفظ فرهنگ در دنیای امروز، باید آن را «صنعتی» و «به‌روز» کرد، نه اینکه آن را در موزه‌ها حبس کنیم.

۳. جزیره شغل (هویت گمشده طراح)

در بازار کار ایران، شغل طراحی لباس بد تعبیر شده است. همه فکر می‌کنند طراح لباس یعنی کسی که مزون دارد یا لباس عروس و مانتو می‌دوزد. این «درهم‌تنیدگی نقش‌ها» آسیب‌زاست. خیاط فکر می‌کند طراح است؛ طراح فکر می‌کند تولیدکننده است؛ و مزون‌دار فکر می‌کند کارآفرین

واقعیت است. وقتی صحبت از «طراحی لباس» می‌شود، ذهنیت عمومی و حتی ذهنیت بسیاری از تولیدکنندگان سنتی ما به سمت فردی می‌رود که در گوشه‌ای نشسته، روی کاغذ نقاشی می‌کشد (اسکچ می‌زند) و طرح‌هایی خلق می‌کند که احتمالا روی مانکن زیباست، اما در خط تولید کارخانه «غیرقابل اجرا» است.

این شکاف عمیق بین ذهنیت هنری و واقعیت صنعتی، پاشنه آشیل ماست. در جهان مدرن، طراحی لباس دیگر یک فعالیت صرفا ذوقی نیست؛ بلکه حلقه‌ای از یک زنجیره ارزش (Value Chain) پیچیده است. اما در ایران، ما با چهار چالش یا بهتر بگوییم چهار «جزیره جدا از هم» روبه‌رو هستیم که باید به هم متصل شوند:

۱. جزیره آموزش (دانشگاه‌های ناکارآمد)

رشته طراحی لباس در دانشگاه‌های ما تدریس می‌شود، اما آیا خروجی آن با نیاز صنعت همخوانی دارد؟ متأسفانه خیر. ما گرایش‌های تخصصی بسیار کمی داریم. در دنیا رشته‌هایی مثل پیش‌بینی مد (Fashion Forecasting)، خبرنگاری مد و مدیریت برندهای لوکس تدریس می‌شود، اما در ایران دانشجو صرفا درگیر مباحث تئوری یا هنری می‌شود که ارتباطی

آیا تا به حال از خود پرسیده‌اید چرا با وجود پیشینه چند هزار ساله در نساجی و تنوع بی‌نظیر پوشش اقوام ایرانی، هنوز در خیابان‌های تهران، اصفهان یا مشهد اثری از هویت ایرانی در پوشش مردم نمی‌بینیم؟ چرا صنعت مد ما برخلاف همسایگانی مانند ترکیه یا رقبای آسیایی مثل کره جنوبی، نتوانسته است به یک «زبان جهانی» تبدیل شود؟

به عنوان کسی که سال‌ها در بطن صنعت نساجی و اکوسیستم مد و پوشاک فعالیت کرده‌ام، معتقدم ما در یک سرگردانی تاریخی گیر افتاده‌ایم؛ سرگردانی میان «هنر طراحی» و «صنعت تولید». بسیاری از فعالان این حوزه هنوز نمی‌دانند که آیا در حال خلق یک اثر هنری هستند یا در حال مدیریت یک خط تولید صنعتی؟

در این مقاله قصد دارم به صورت موشکافانه و بدون تعارف، لایه‌های پنهان این صنعت را بررسی کنم. از چالش‌های آموزشی و استانداردسازی سازه‌ها گرفته تا الگوی موفقیت کره جنوبی و در نهایت، تنها راه نجات این صنعت یعنی «گذار به عصر برندینگ». اگر دغدغه کسب‌وکارهای حوزه مد را دارید یا طراح لباسی هستید که به دنبال جایگاه واقعی خود می‌گردد، این مقاله نقشه راه شماست.

توهم طراحی؛ واقعیت صنعت
اولین گام برای حل هر مسئله‌ای، پذیرش

متوجه شدند که نمی‌توانند در «حجم تولید» با چین یا بنگلادش رقابت کنند. پس زمین بازی را عوض کردند. آن‌ها روی «تصویرسازی» و «فرهنگ» سرمایه‌گذاری کردند.

زنجیره ارزش مد در کره جنوبی این‌گونه شکل گرفت:

۱. سرمایه هوشمند: شرکت‌های بزرگ (مثل سامسونگ و ال‌جی) سرمایه‌هایشان را وارد بخش فرهنگ کردند.

۲. قدرت رسانه: آن‌ها استایل و لباس را از طریق سریال‌های کره‌ای (K-Drama) و گروه‌های موسیقی (K-Pop) صادر کردند. امروز جوان ایرانی قبل از اینکه لباس را در وترین ببیند، آن را در تی‌وی‌زیر سریال کره‌ای دیده و عاشقش شده است.

ما بدون تحقیق در مورد روحیات جسورانه و هیجانی این نسل، لباس‌هایی تولید می‌کنیم که هیچ جذابیتی برایشان ندارد. نتیجه چه می‌شود؟ آن‌ها به سمت برندهای خارجی یا لباس‌های قاچاق که استایل‌های کره‌ای و غربی را کپی کرده‌اند، هجوم می‌برند. این نه تقصیر جوان است و نه تهاجم فرهنگی؛ این «کم‌کاری صنعتی» ماست.

درس‌هایی از شرق؛ معمای موفقیت کی-فشن

شاید بگویید مقایسه ایران با غول‌های مد مثل فرانسه و ایتالیا که قرن‌ها سابقه دارند اشتباه است. من هم موافقم. اما بیایید به کره جنوبی نگاه کنیم. کشوری که تا ۲۰ سال پیش حرفی در دنیای مد نداشت، اما امروز با پدیده K-Fashion دنیا را تسخیر کرده است. راز موفقیت کره چه بود؟ آن‌ها

صنعتی است. تفکیک نشدن این نقش‌ها باعث شده طراحان ما هویت حرفه‌ای نداشته باشند و در نهایت سرخورده شوند.

۴. بیابان صنعت (حلقه مفقوده اصلی)

و اما مهم‌ترین بخش: صنعت طراحی لباس. در این بخش، ما عملاً با یک بیابان مواجهیم. ما «تولید پوشاک» داریم، اما «صنعت طراحی» نداریم. صنعت طراحی یعنی فرآیندی که در آن تحقیق و توسعه (R&D) صورت می‌گیرد، ترندها شناسایی می‌شوند، سلیقه مخاطب آنالیز می‌شود و بر اساس آن، تولید انبوه صورت می‌گیرد. به جز تعداد انگشت‌شماری از برندها، اکثر تولیدی‌های ما کپی‌کار هستند، نه طراح.

نسل Z و بحران سبک؛ چرا جوانان ایرانی لباس ایرانی نمی‌خرند؟

یکی از موضوعاتی که در مشاوره‌هایم بسیار با آن مواجه می‌شوم، گلایه برندها از عدم استقبال نسل جدید (دهه هشتادی‌ها و نودی‌ها) است. اما بیایید صادق باشیم: آیا ما اصلاً برای این نسل محصولی تولید کرده‌ایم؟

ماکت و آناتومی بدن نسل جدید تغییر کرده است. سبک زندگی، تغذیه و فعالیت بدنی باعث شده اندام نوجوانان امروزی با جداول سبزی استاندارد که سی سال پیش تدوین شده (یا از ژورنال‌های ترک و اروپایی کپی شده) تفاوت داشته باشد. ما با نوجوانانی روبه‌رو هستیم که سبک واقعی‌شان ۳۶ یا ۳۸ است، اما وقتی لباس‌های موجود در بازار ایران را می‌پوشند، به دلیل الگوی نامناسب، مجبورند سایز ۴۲ بخرند تا لباس نشان برود! این یعنی «لباس زار می‌زند». علاوه بر بحث فنی سبک، بحث «روانشناسی رنگ و فرم» هم مطرح است.



۳. هفته‌های مد (Fashion Weeks):

برگزاری منظم رویدادهای مد باعث شد طراحان آن‌ها دیده شوند و اکوسیستم زنده بماند.

کره جنوبی به ما یاد می‌دهد که صنعت مد فقط دوخت و دوز نیست؛ بلکه مدیا و رسانه است. ما در ایران بازار بکری در کشورهای همسایه داریم (افغانستان، عراق، تاجیکستان و...) که از نظر فرهنگی به ما نزدیک‌اند، اما چون رسانه و تصویرسازی نداریم، بازار را به ترکیه و چین واگذار کرده‌ایم.

گذار از عصر تولید به عصر برندینگ؛ تنها راه نجات

حال سوال اصلی اینجاست: در این شرایط بد اقتصادی، تحریم، مشکلات مواد اولیه و موانع دولتی، یک کسب‌وکارهای پوشاک یا یک طراح مستقل چه باید بکند؟ آیا باید بنشینیم تا زیرساخت‌ها درست شود؟ قطعاً خیر. راهکار من، تغییر نگاه از «تولیدمحوری» به «برندمحوری» است. تاریخ تجارت سه دوره را طی کرده است:

– عصر تولید: هر کس بیشتر تولید می‌کرد برنده بود.

– عصر مارکتینگ و فروش: هر کس بهتر می‌فروخت برنده بود.

– عصر برندینگ (دوره کنونی): امروز مشتری «کالا» نمی‌خرد، «هویت» می‌خرد.

مشتری وقتی عطر شل می‌زند، شاید نداند ترکیبات عطر کدام است؛ او دارد حس اعتماد، پرستیژ و کلاسی که برند به او می‌دهد را می‌خرد.

اگر برندهای ایرانی می‌خواهند زنده بمانند، باید روی چهار رکن اصلی برندینگ (Brand Equity) کار کنند.

۱- تمایز (Differentiation):

شما چه فرقی با بقیه دارید؟ اگر لوگوی شما را از روی لباس برداریم، آیا مشتری می‌فهمد این کار شماست؟ متأسفانه اکثر برندهای ایرانی در این بخش صفر هستند و هیچ تمایزی ندارند.

۲- ارتباط (Relevance):

محصول شما نیاز واقعی مشتری را برطرف می‌کند؟ (همان بحث سایزبندی و سلیقه که اشاره کردم).

۳- احترام و علاقه (Esteem):

مشتری به برند شما احترام می‌گذارد؟ آیا حس خوبی به آن دارد؟

۴- آگاهی (Knowledge):

چقدر شما را می‌شناسند؟ (در ایران معمولاً برندها فقط روی این بخش کار می‌کنند و بیلپورد می‌زنند، بدون اینکه سه مرحله قبل را ساخته باشند).

نقشه راه عملیاتی برای طراحان و صاحبان برند

به عنوان جمع‌بندی و یک دستورالعمل اجرایی، اگر می‌خواهید از این سرگردانی میان هنر و صنعت خارج شوید، باید این گام‌ها را بردارید:

۱. انتخاب لاین و تمرکز

(Niche Market)

دوران اینکه «همه چیز برای همه کس» تولید کنیم تمام شده است. طراح موفق کسی است که لاین کاری‌اش مشخص باشد. آیا شما طراح لباس مینیمال برای زنان شاغل هستید؟ یا طراح لباس‌های کژوال برای نوجوانان گیمر؟ هویت خود را پیدا کنید و فقط در همان مسیر حرکت کنید.

۲. داستان‌پردازی (Storytelling)

پشت هر کالکشن باید یک داستان باشد. استفاده از موتیف‌های ایرانی و سنتی عالی است، اما نه به شکل کپی‌برداری ناشیانه. باید این المان‌ها را مدرن کنید و برای قصه بسازید. مشتری امروزی تشنه شنیدن داستان پشت لباس است.

۳. همکاری استراتژیک

(Co-Branding)

طراحان لباس نباید سعی کنند تولیدکننده شوند. این بزرگترین اشتباه است. طراح باید با برندهای صنعتی لینک شود. برندهای صنعتی هم باید بفهمند که برای بقا نیاز به «واحد طراحی خلاق» دارند، نه فقط کپی‌کار. این سینرژی تنها راهی است که می‌تواند صنعت مد ما را نجات دهد.

۴. تحقیق و پژوهش (R&D)

بدون تحقیق بازار، قیچی به پارچه نزنید. سلیقه مخاطب ایرانی به شدت سیال است و تحت تأثیر فضای مجازی تغییر می‌کند. شما به عنوان مدیر کسب‌وکار باید دائماً در حال رصد ترندها و تطبیق آن با فرهنگ بومی باشید.

به عنوان سخن پایانی، صنعت پوشاک ایران پتانسیل این را دارد که نه تنها بازار ۸۰ میلیونی داخلی را پس بگیرد، بلکه به هاب منطقه تبدیل شود. اما این امر محقق نمی‌شود مگر اینکه نگاه سنتی «دوخت‌ودوز» را کنار بگذاریم و با ابزارهای مدرن «مدیریت مد»، «برندینگ» و «رسانه» آشتی کنیم. ما نیاز به تولیدکنندگانی داریم که تفکر استراتژیک دارند و طراحانی که زبان صنعت را می‌فهمند. آینده متعلق به کسانی است که در این بازار آشفته، «هویت» خود را شفاف تعریف کنند.



شرکت شیمی پلاست شمال
Shimi Plast Co

شیمی
پلاست
شمال

- تولید تخصصی انواع پرک دابل هات واش شده با ناخالصی کمتر از ۳۰ ppm جهت صنایع تولید ورق و ...
- تولید انواع پرک دابل هات واش شده سفید و رنگی جهت تولید محصولات الیاف پلی استر
- تولید پرک هات واش شده سفید و رنگی مختص مصرف کارخانه های تولید تسمه ، انواع جارو و ...



SHIMI PLAST CO

راه های ارتباطی

شماره تلفن ثابت : ۰۱۱۴۲۵۶۱۱۰۰ - ۰۱۱۴۲۵۶۱۰۰۰
۰۱۱۴۲۵۶۱۲۰۰ - ۰۱۱۴۲۵۶۱۳۰۰

WWW.SHIMIPLAST.CO

INFO@SHIMIPLAST.CO

آدرس وبسایت :

ایمیل

آدرس کارخانه : مازندران ، شهرک صنعتی جویبار



از شما دعوت می‌شود از غرفه شرکت **آرمان شیمی افروز** در سی و یکمین

نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی دیدن فرمایید.

سالن ۸۳۱ - غرفه ۳۰

۱۲-۱۵ دی ماه ۱۴۰۴

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

۰۲۱-۴۱۹۹۴

۰۲۱-۸۸۰۰۶۰۰۱



armanchemie



آहार و مواد آহারی

آهارهای عرضه‌شده توسط شرکت آرمان شیمی افروز از نشاسته‌های اصلاح‌شده و مواد پلیمری با کیفیت تولید شده که به راحتی داخل نخ نفوذ کرده و چسبندگی خوبی را در سطح نخ به وجود می‌آورند و با ایجاد فیلم قوی و غیرشکننده راندمان بافندگی را افزایش می‌دهند.

شرکت آرمان شیمی افروز کدهای آহারی مختلفی متناسب با انواع نخ همراه با تمامی محصولات جانبی مورد استفاده در فرایند آهارزنی از جمله انواع روغن آهار، واکس چله، ضد کف و... را با بهترین کیفیت عرضه می‌کند. از این رو شما می‌توانید جهت آماده‌سازی بسته آহারی مخصوص خود و کسب اطلاعات بیشتر درباره آهارها و محصولات جانبی آهار از طریق راه‌های ارتباطی با مهندسان شرکت آرمان شیمی افروز در ارتباط باشید.

کارخانجات نساجی کوهر چاپ کویر یزد

کارخانجات نساجی
گوهر چاپ کویر یزد
Gohar Chap Kavir Yazd Textile Co.



گوهر چاپ کویر یزد
Gohar Chap Kavir Yazd Textile Co.



کارخانجات نساجی
گوهر چاپ کویر یزد
Gohar Chap Kavir Yazd Textile Co.



رنگری-چاپ-تکمیل
انواع پارچه

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





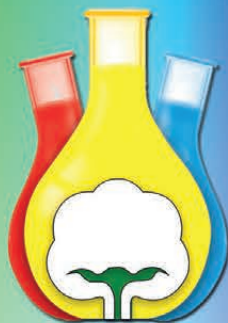
شرکت کارخانجات نساجی خوی

- 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 دولاتابی 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: (۰۲۱) ۸۸۱۰۱۴۱۶ - ۸۸۱۰۴۲۱۱ - ۸۸۱۰۴۶۶۲ - ۰۲۱ - ۸۸۱۰۴۸۶۰ فکس: ۰۲۱ - ۸۸۱۰۴۸۶۰



برای کیفیت عالی هم
کمتر هزینه کنید

شرکت تولیدی صنایع رنگری

طیف تبار

قابل توجه کلیه فعالین نساجی، تولید کننده 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.



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

توجه



توجه

این شرکت با داشتن دو خط ریسندگی الیاف بلند و این اند توانایی

۱- قبول سفارش نخ متریک از نمره ۲/۵ به بالا

۲- قبول سفارش مشابه نخ جوت از نمره ۶ به بالا

۳- قبول تولید تاپس از الیاف استیل

۴- قبول سفارش های خاص





**این شرکت پخش 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 (۳۳ درصد—۶۷ درصد) 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 و 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 راگم ها، آلژینات ها، امولگاتور، نرم کننده ها (سیلیکونی، کاتیونیک نانیونیک)، آهارگیرها، نفوذ دهنده ها و دیسپرس کننده ها،
یکنواخت کننده ها، فیکسه کننده ها، گریرها، ضدکف، سفیدکننده ها، آنتی میگریشن ها و غیره (RANIECHEMIE , GERMANY)

Masterbatch, Compound, Additive PBAT, PBS, PBT, PET PE80, PE100, PP Pipe High strength Yarn & Fiber



تولیدکننده انواع الیاف نساجی برپایه PET ، PP و PA6

- نخ های POY و FDY
- فیلامنت های CF و BCF
- الیاف مدول و مقاومت بالا
- منسوجات نبافته بیمارستانی:
- اسپان باند (Spun-bond)
- ملت بلون (Melt-Blown)
- سوزن زن (SS-SMS-SMMS)
- کاربردها:
- چمن مصنوعی
- کفپوش و موکت
- کیسه جامبو
- نخ تایر
- البسه ورزشی
- کمر بند ایمنی

www.rangdaneh.ir

تولیدکننده انواع مستریج و کامپاند

موارد مصرف:

- صنایع خودرو و الکترونیکی و لوازم خانگی
- بطری های PET و درب آن ها، ظروف یکبار مصرف غذایی و کیسه های خرید
- پلاستیک های زیستی (زیست پایه و زیست تخریب پذیر)
- لوله های PP ، PE100 و PE80 آب و گاز (صنعتی و خانگی)
- صنایع کشاورزی: مالچ و ژئوممبران

تولیدکننده افزودنی های تخصصی

- آنتی اکسیدانت
- لیزکننده
- ضد خش
- آنتی استاتیک
- تاخیر انداز شعله
- براق کننده
- آنتی بلاک
- آنتی فاگ
- نگهدارنده IR

دفتر تهران :

خیابان دکتر بهشتی ، خیابان پاکستان ، کوی هشتم ، پلاک ۲۴
کدپستی: ۱۵۳۱۷۱۳۹۱۳ صندوق پستی: ۷۴۵۸-۱۵۸۷۵
تلفن: (۲۰ خط) ۸۸۷۵۰۶۱۸ - ۰۲۱
فاکس: ۸۸۷۴۱۵۳۰ - ۸۸۷۵۰۶۰۲ - ۰۲۱

info@rangdaneh.com



SAMA NAGHALEH

سما نقاله نماینده انحصاری نیتا ژاپن ، در ایران



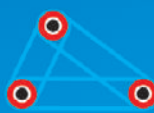
قدرت بالا



مقاومت طولی



مقاوم در برابر حرارت



سازگار با حرکت چند قرقه ای



انعطاف پذیری



سازگار با هرزگردها



مقاوم در برابر سایش

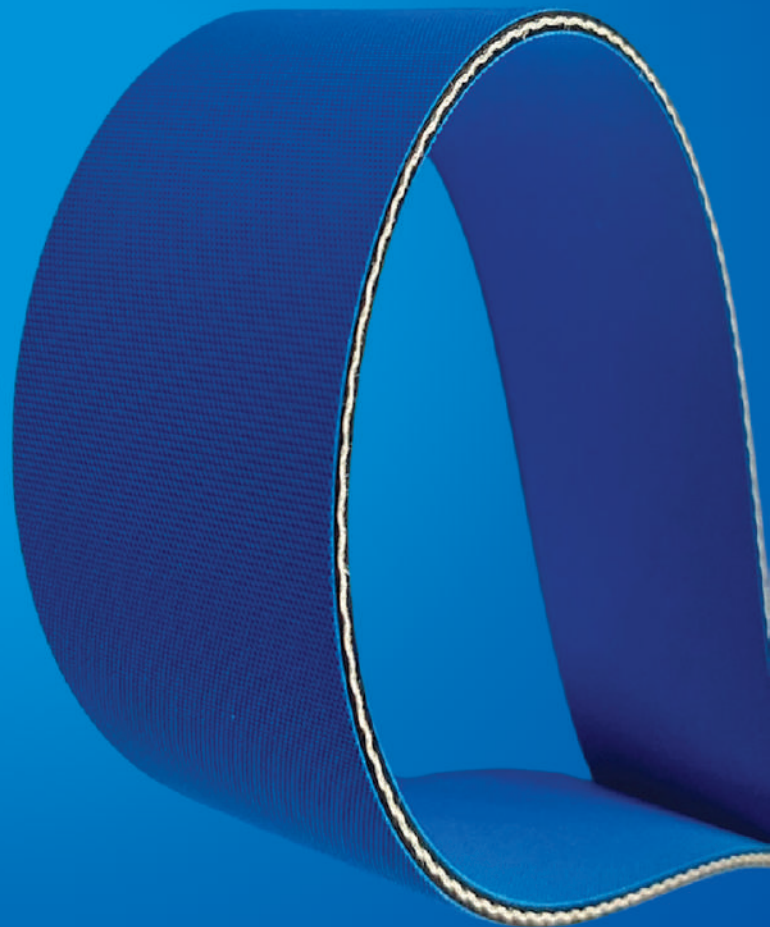


ضد روغن



تسمه های تخت پلی استر و پلی آمید نیتا

NITTA's Poly Belt & Poly Sprint



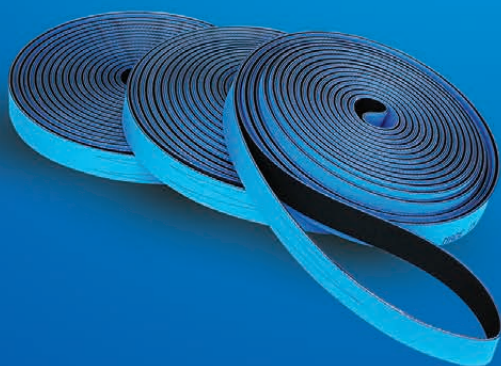


SAMA NAGHALEH

سما نقاله نماینده انحصاری نیتا ژاپن ، در ایران



کمپانی نیتا ژاپن بزرگترین تولیدکننده تسمه های تخت انتقال نیرو و سراسری دستگاه های نساجی ، رینگ دولتاب و ... می باشد. محصولات این کمپانی به صورت انحصاری و با ارائه گارانتی توسط شرکت سمناقاله در ایران به فروش می رسد . این محصولات دارای ۱۲۰۰۰ ساعت گارانتی و تماما با برند نیتا ، در کارخانه سما نقاله با مجهزترین تجهیزات روز جهان ، برش و اتصال داده شده و به سفارش مشتری تولید می گردد .

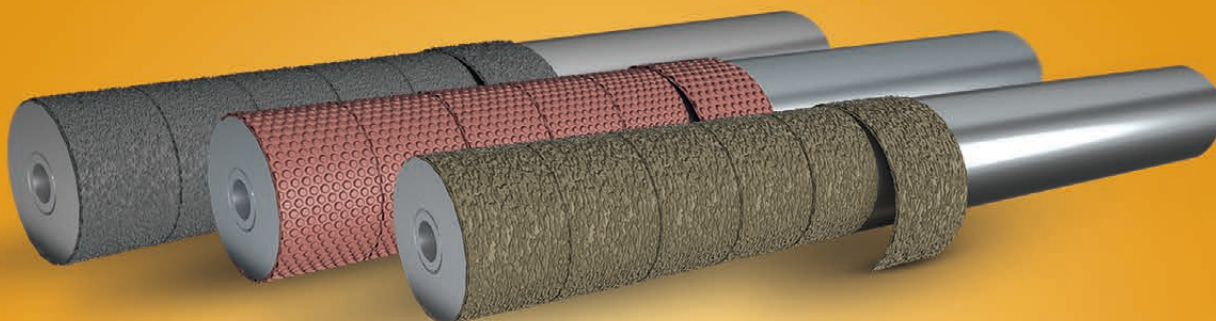


آدرس دفتر مرکزی : تهران ، خیابان مفتح ، نرسیده به میدان هفت تیر ، خیابان مسعود ملایری پور ، پلاک ۱۰۲ ، واحد ۴
www.snbelt.com ☎ info@snbelt.com , ۰۲۱ ۸۶۰۷۱۶۵۲ : ۰۲۱ ۸۸۳۱۱۰۹۱ - ۰۲۱ ۸۸۸۶۶۰۶۲ - ۴

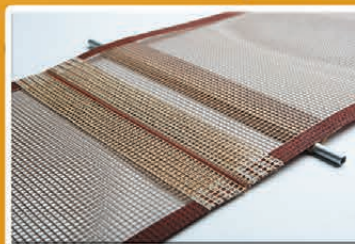
SAMA NAGHALEH



سمانقاله ارائه دهنده انواع نوارهای روکش غلتک با تنوع طرح و جنس



سمانقاله ارائه دهنده انواع توری های نسوز و نوارهای کولار با تحمل حرارتی ۲۷۰ درجه سانتیگراد

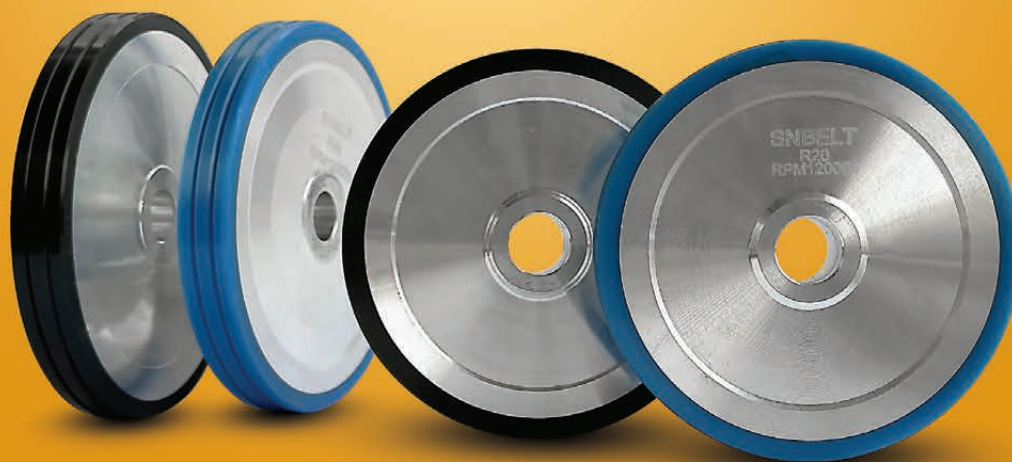




SAMA NAGHALEH



ارائه دهنده با کیفیت ترین و بادوام ترین آپرون های شیاردار ، بالون کاتس و بالون سیلندر و... برای ماشین آلات نساجی



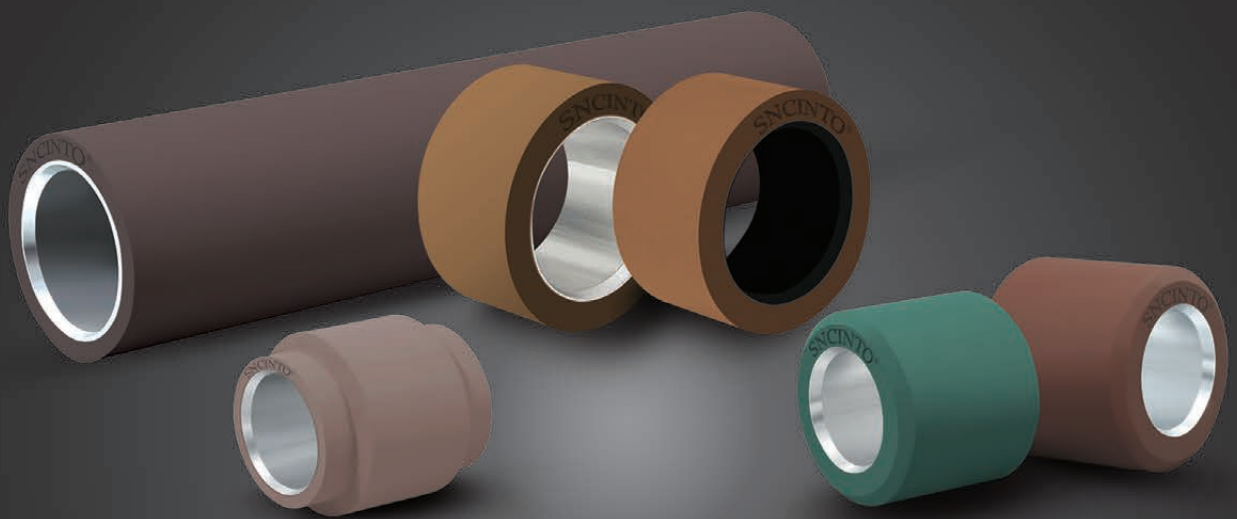
توین دیسک های دور بالا در انواع تک شیار و دوشیار با مدل های ساده ، مغناطیسی و ... با بالاترین کیفیت و قیمت رقابتی



آدرس دفتر مرکزی : تهران ، خیابان مفتاح ، نرسیده به میدان هفت تیر ، خیابان مسعود ملایری پور ، پلاک ۱۰۲ ، واحد ۴
www.snbelt.com ✉ info@snbelt.com ، ۰۲۱ ۸۶۰۷۱۶۵۲ : ☎ ۰۲۱ ۸۸۳۱۱۰۹۱ - ۰۲۱ ۸۸۸۶۶۰۶۲ - ۴ 📍

SAMA NAGHALEH

نماینده فروش کمپانی اس-ان-سینتو فرانسه
و نماینده انحصاری کمپانی ZWR (ZHA)
و نماینده کمپانی اماتکس ایتالیا ، در ایران



OMATEX

SNCINTO

ZWR

شرکت سمانقاله ارائه دهنده با کیفیت ترین ، انواع کاتس و اپرون طبق استاندارد های
روز اروپا به همراه گارانتی جهت دستگاه های ریسندگی در صنعت نساجی می باشد.

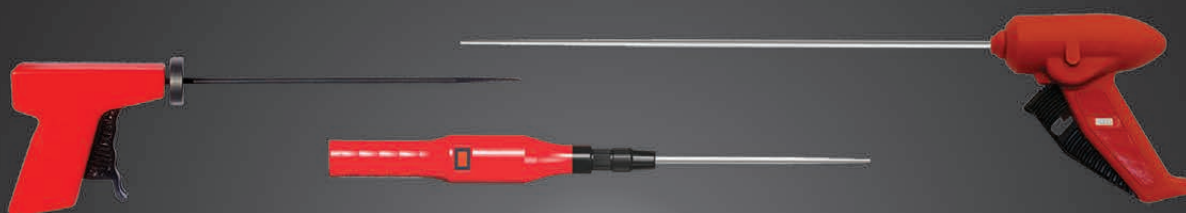




SAMA NAGHALEH

عامل فروش انحصاری کمپانی زنتکس ایتالیا ، در ایران

شرکت سمانقاله ارائه دهنده با کیفیت ترین ، رول پیکرهای دستی ، شارژی و انواع بوبین هلدر



ZENtEX



آدرس دفتر مرکزی : تهران ، خیابان مفتح ، نرسیده به میدان هفت تیر ، خیابان مسعود ملایری پور ، پلاک ۱۰۲ ، واحد ۴
 www.snbelt.com ☎ info@snbelt.com , ۰۲۱ ۸۶۰۷۱۶۵۲ : ☎ ۰۲۱ ۸۸۳۱۱۰۹۱ - ۰۲۱ ۸۸۸۶۶۰۶۲ - ۴



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 آب‌دوست و آبگریز و به عنوان مواد فعال در سطح لیف قرار گیرند. چون بسیاری از نرم کننده‌ها در آب حلالت 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 محصولات 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 ریسی به کار می‌رود.

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

☎ ۰۸۱ - ۳۴۳۸۳۵۰۲، ۳۴۳۸۳۲۳۸ - ۴۰

✉ ۶۵۱۸۱۱۴۸۷

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

☎ ۰۲۱ - ۸۸۷۷۳۱۱۶ - ۱۹

☎ ۰۲۱ - ۸۸۷۹۴۳۱۷

✉ ۱۹۶۹۷۶۴۷۶۳

✉ info@hamedanmoquette.com





گروه صنعتی موکت همدان



- ❖ تولید کننده انواع موکت های خانگی (نمدی - تافتینگ) لایه های صنعتی و خودرویی، ژئوتکستایل، الیاف پلی پروپیلن و رزین های صنعتی
- ❖ دارنده: تندیس طلایی ابتکار و کیفیت برتر بین المللی سال 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: تندیس طلایی برترین انتخاب ملی
- ❖ 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 ۱۳۸۳-۱۳۸۷-۱۳۹۰-۱۳۹۲-۱۳۹۴-۱۳۹۶-۱۳۹۹-۱۴۰۰-۱۴۰۲-۱۴۰۴



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



کارخانه: همدان، شهرک صنعتی بوعلی، بلوار یکم، خیابان شانزدهم، تلفن: ۴۰-۴۳۸۲۲۳۸-۰۸۱۳، تلفکس: ۰۸۱۳-۴۳۸۳۵۰۲
دفتر مرکزی: تهران، بلوار میرداماد، کوچه دفینه، پلاک ۴، طبقه ۳، واحد ۶ تلفن: ۱۹-۸۸۷۷۳۱۱۶ فاکس: ۸۸۷۹۴۳۱۷
www.hamedanmoquette.com Email: info@hamedanmoquette.com

Coming Soon...

Dyed Yarn From Kabir Ris



نخ 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



کبیر ریس

بزرگترین تولیدکننده انواع نخهای ظریف
با سیستم رینگ و شانه در خاورمیانه
با مدرنترین ماشین آلات ریتزر سوئیس



Kabirris Co.

www.kabirristextile.com

قبول سفارش برای رنگرزی انواع نخ های رنگی

انواع تولیدات

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

تولید نخ چله با بالاترین کیفیت جهت دستگاه های مدرن فرش ماشینی

هوین
HONGYUAN

تلفن : ۸۸۵۱۵۳۱۷ - ۸
موبایل : ۰۹۱۲۱۱۵۹۵۳۶
Info@mananik.com
fghazi@mananik.com

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

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.



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



فیدار تکس

واردات و تولید مولد تعاونی نساجی

کیفیت بالا و یکسان

دسترسی آسان

دلیل حضور ماست

خرید مبتنی بر هوش مصنوعی چگونه خرده‌فروشی پوشاک را متحول می‌کند؟



وقتی ChatGPT از قابلیت پرداخت فوری خود رونمایی کرد که به کاربران امکان می‌دهد محصولات را از طریق یک رابط مکالمه‌ای واحد، کشف، ارزیابی و خریداری کنند، این اتفاق چیزی بیش از معرفی یک ویژگی جدید و نشانه‌ای بود مبنی بر اینکه پایه‌های تجارت دیجیتال در حال تغییر هستند. الگوی دیرینه جستجو و اسکرول صفحات در خرده‌فروشی، جای خود را به یک زنجیره خرید روان و مبتنی بر هوش مصنوعی می‌دهد که در آن، کشف محصول، تصمیم‌گیری و تراکنش خرید، همگی در یک جریان واحد از گفتگو خلاصه می‌شوند.

برای دهه‌ها، تجارت الکترونیک بر اساس کلمات کلیدی، فیلترها، کاتالوگ‌ها و تب‌های مقایسه ساخته شده بود. سفر مصرف‌کننده منطقی اما پر زحمت بود. اکنون، با تبدیل هوش مصنوعی مکالمه‌ای به یک لایه تراکنشی، تجربه خرده‌فروشی به چیزی بسیار انسانی‌تر، شهودی‌تر و پیش‌بینی‌پذیرتر تبدیل می‌شود. آنچه شاهد آن هستیم، ظهور اولین «مرکز خرید هوش مصنوعی» جهان است، مکانی که در آن ویرترین فروشگاه، فروشنده، استایل‌بلیست، صندوق‌دار و زنجیره تأمین همگی در یک سیستم مولد واحد ادغام می‌شوند.

از چت‌بات‌ها تا موتورهای تجاری

ایده صحبت کردن با یک کامپیوتر برای خرید، چیز جدیدی نیست. خرده‌فروشان تقریباً یک دهه پیش چت‌بات‌های ساده را آزمایش کردند، اما این ابزارهای اولیه، انعطاف‌پذیر نبودند و به راحتی مشتریان را گیج می‌کردند. با این حال، سیستم‌های امروزی بر اساس

ترکیب کردن داده‌ها است، نه فقط بازیابی پاسخ‌ها. این هوش مصنوعی صرفاً نشان نمی‌دهد که دیگران چه چیزی خریده‌اند؛ بلکه این سیستم، نیت مشتری را درک می‌کند و توصیه‌ها، لباس‌ها یا مسیرهای خرید کاملاً جدیدی را در لحظه می‌سازد.

اتاق پرو مجازی به جریان اصلی تبدیل می‌شود

یکی از سرسخت‌ترین موانع در خرده‌فروشی آنلاین، فقدان تجربه لمسی بوده است. مشتری نمی‌تواند پارچه را حس کند، رنگ رژ لب را آزمایش کند یا تنخور لباس را بررسی نماید. با این حال، هوش مصنوعی حتی این موانع را نیز از بین می‌برد.

تکنولوژی هنرمند مجازی (Virtual Artist) از سفوراء، پرو لباس مبتنی بر هوش مصنوعی از گوگل و ابزارهای جستجوی بصری آمازون، نحوه پیوند تصور فیزیکی مصرف‌کنندگان با واقعیت دیجیتال را تغییر می‌دهند. این ابزارها با لایه‌بندی تشخیص

مدل‌های چندوجهی ساخته شده‌اند که زبان، نشانه‌های بصری، احساسات و زمینه خرید را به‌طور همزمان تجزیه و تحلیل می‌کنند. چیزی که زمانی یک نوآوری بود، اکنون یک ستون عملیاتی برای صنعت خرده‌فروشان جهانی است.

موتور پیشنهاددهی مبتنی بر هوش مصنوعی از شرکت آمازون، همچنان یکی از پیچیده‌ترین نمونه‌های موجود در این صنعت است و تخمین زده می‌شود که ۳۵ درصد از فروش این شرکت را تشکیل می‌دهد. در همین حال، پلتفرم مد سریع Shein بی‌سروصدا یک موتور پیش‌بینی‌کننده ساخته است که رفتار مرور، احساسات اجتماعی و حتی ترجیحات تصویری کاربران را تجزیه و تحلیل می‌کند تا خواسته مشتری را هفته‌ها قبل از بیان آن، پیش‌بینی کند. این شخصی‌سازی در پویاترین شکل خود است، جایی که سیستم همزمان به یک طراح مد، فروشنده کالا و پیش‌بینی‌کننده روند تبدیل می‌شود.

آنچه هوش مصنوعی مولد را از نسل‌های قبلی متمایز می‌کند، ظرفیت آن برای

به بازار را هفته‌ها کاهش می‌دهند. در بخشی که با روندهای به‌سرعت در حال تغییر تعریف می‌شود، سرعت فقط یک مزیت نیست؛ بلکه شرط بقا است.

هوش مصنوعی در زنجیره‌های تأمین و عملیات

فراتر از تجربیات جذاب ظاهری، داستانی به‌همان‌اندازه دگرگون‌کننده، در اتاق‌های پشتی خرده‌فروشی نهفته است. پیش‌بینی تقاضا مبتنی بر هوش مصنوعی به ستون فقرات مدیریت موجودی تبدیل شده است. مدل‌های پیچیده و المارت، داده‌های فروش تاریخی، رویدادهای محلی، نوسانات آب‌وهوا و شاخص‌های اقتصادی را پردازش می‌کنند تا پیش‌بینی کنند چه چیزی و چه زمانی به فروش خواهد رسید. این امر به جلوگیری از کمبود موجودی و کاهش ضایعات کمک می‌کند که برای گروه کالاهای فاسدشدنی بسیار مهم است، اما در صنعت مد یعنی جایی که تولید مازاد مدت‌هاست که یک مشکل ساختاری بوده است، اهمیت فزاینده‌ای دارد. ربات‌های مذاکره‌کننده شبیه ChatGPT اکنون به مکالمات تأمین‌کنندگان کمک می‌کنند و فرآیندی را که زمانی طولانی و توسط انسان هدایت می‌شد، به یک تبادل



برای تولید صدها توصیف محصول که با لحن، زبان و زمینه محصول سازگار می‌شوند، استفاده می‌کنند. یک قطعه خلاقانه می‌تواند انواع بی‌شماری از تبلیغات بهینه‌شده برای پلتفرم‌ها یا گروه‌های جمعیتی مختلف ایجاد کند. برای برندهای جهانی، این امر انسجام تبلیغات را تضمین می‌کند. برای برندهای کوچک‌تر، با از بین بردن مانعی که قبلاً برای افزایش مقیاس آنها پرهزینه بود، زمینه رقابت را هموار می‌کند. برخی از خرده‌فروشان در حال حاضر از مدل‌های مولد برای طراحی کل کمپین‌ها، از مفاهیم استوری‌برد گرفته تا ویدیوهای زیرنویس‌دار، استفاده می‌کنند و زمان عرضه

چهره، تنخور دیجیتال و تولید تصویر از مشتری در لحظه، به خریداران این امکان را می‌دهند که آرایش را پیش‌نمایش کنند، رنگ مو را آزمایش کنند یا سیلوئت‌های لباس را با دقت شگفت‌انگیزی آزمایش کنند. برای خرده‌فروشان، نتیجه قابل توجه است: نرخ بالاتر تبدیل بازدید به خرید، مرجوعی محصول کمتر و اعتماد بیشتر مصرف‌کننده.

پلتفرم‌هایی مانند Zalando، Myntra و برندهای مبتنی بر پلتفرم نرم‌افزاری Shopify به طور فزاینده‌ای موتورهای بصری مولد را به کار می‌گیرند که تصاویر محصول را با انواع مختلف بدن یا رنگ پوست تنظیم می‌کنند. این دستاورد، صرفاً یک ارتقای فنی نیست؛ بلکه یک تغییر فرهنگی به سمت تجارت فراگیرتر است، جایی که مصرف‌کنندگان سرانجام خود را به طور دقیق در فضای آنلاین می‌بینند.

محتوایی که خودش می‌نویسد

دنیای خرده‌فروشی هر ساله میلیون‌ها توصیف محصول، تبلیغات و دارایی‌های سئو منتشر می‌کند. به‌طور سنتی، تولید چنین محتوایی فرآیندی کند و پرهزینه بود. هوش مصنوعی مولد این چرخه را به‌طور چشمگیری از بین برده است. اکنون برندها از هوش مصنوعی





محاوره‌ای از الگوریتم‌ها است که برای درک قصد مصرف‌کننده و ارائه فوری راه‌حل‌ها طراحی شده است. خرده‌فروشی که این تغییر را می‌پذیرند، خود را در دنیایی خواهند یافت که شخصی‌سازی در آن به صورت لحظه‌ای است، عملیات خودبهینه‌سازی می‌شوند و سفر مشتری دیگر خطی نیست، بلکه پیوسته است. کسانی که در برابر این تغییر مقاومت می‌کنند، در معرض خطر تبدیل شدن به بقایای دوران جستجو و اسکرول قرار می‌گیرند.

مرکز خرید جدید همه‌جا هست، از طریق یک مکالمه قابل دسترسی است و به جای شیشه و بتن، با هوش مصنوعی مولد ساخته شده است. سوال این صنعت دیگر این نیست که آیا هوش مصنوعی، خرده‌فروشی را تغییر شکل خواهد داد یا خیر، بلکه این است که خرده‌فروشان با چه سرعتی می‌توانند خود را برای پیشرفت در جهانی عامل‌محور، محاوره‌ای و مبتنی بر هوش مصنوعی، بازطراحی کنند.

منابع در دفتر نشریه موجود است.

مصنوعی عامل‌محور می‌تواند به صورت پویا قیمت‌گذاری را تنظیم کند، طرح‌بندی صفحه اصلی سایت فروشگاه را شخصی‌سازی کند و هزینه‌های بازاریابی را در لحظه و بر اساس رفتار کاربر بهینه نماید. در واقع، مرزهای بین یک موتور جستجو، یک استایل‌لیست شخصی و یک بازارگاه (marketplace)، در حال از بین رفتن است. خرده‌فروشی دیگر مقصدی نیست که از آن بازدید می‌کنید؛ بلکه خدماتی است که شما را در همه جا همراهی می‌کند.

آینده خرده‌فروشی دیگر فروشگاه‌محور نیست

همچنان که هوش مصنوعی مولد خود را عمیق‌تر در هر لایه از زنجیره ارزش خرده‌فروشی می‌تواند، این صنعت بی‌سروصدا در حال تجربه مهم‌ترین بازآفرینی خود از زمان ظهور تجارت الکترونیک است. مرکز خرید دیگر یک فضای فیزیکی یا حتی یک وب‌سایت نیست. بلکه یک شبکه هوشمند و

داده‌محور و ساده تبدیل می‌کنند. برای مثال، دستیار دیجیتالی کارفور نه تنها دستور پخت غذا را به مصرف‌کنندگان پیشنهاد می‌دهد، بلکه به خرده‌فروشان نیز کمک می‌کند تا تدارکات خود را با کارایی بیشتری برنامه‌ریزی کنند. دستیار هوش مصنوعی فروشگاه والمارت با نام «از سم پرس (Ask Sam)» اثبات می‌کند که چگونه یک ابزار واحد می‌تواند بهره‌وری را هم برای خریداران و هم برای کارکنان فروشگاه افزایش دهد.

نتیجه کلی همه این پیشرفت‌ها، یک اکوسیستم خرده‌فروشی است که در آن هوش عملیاتی، به یک عملکرد پیوسته، تطبیق‌پذیر و به‌طور فزاینده‌ای مستقل تبدیل می‌شود.

ظهور یک الگوی جدید خرید

سرعت پذیرش جستجوی مکالمه‌ای توسط مصرف‌کنندگان شاید واضح‌ترین شاخص از تغییر پیش رو باشد. خرده‌فروشان بزرگ گزارش می‌دهند که مشتریانی که از رابط‌های هوش مصنوعی استفاده می‌کنند، سریع‌تر به خریدار تبدیل می‌شوند، مدت زمان بیشتری را مرور می‌کنند و به طور متوسط اقلام بیشتری خریداری می‌کنند. تجارت مکالمه‌ای، که زمانی به عنوان یک حوزه خاص نادیده گرفته می‌شد، در حال تبدیل شدن به یک رفتار خرید رایج است.

اما جهش بعدی، از هوش مصنوعی عامل‌محور ناشی خواهد شد؛ سیستم‌هایی که منتظر دستورالعمل نمی‌مانند، بلکه به طور فعال از طرف کاربر عمل می‌کنند. یک هوش مصنوعی عامل‌محور خرده‌فروشی می‌تواند کمد لباس مشتری را ردیابی کند، به او یادآوری کند که چه زمانی نیاز به تعویض اقلام اساسی است، موارد اضافی را برای حفظ کالکشن کمد او پیشنهاد دهد یا به طور خودکار قیمت‌ها را برای تضمین بهترین خرید، با هم مقایسه کند. برای خرده‌فروشان، هوش

چشم‌انداز بازار جهانی پوشاک عملکردی

صنعت پوشاک عملکردی، به‌عنوان یک شاخه کلیدی از منسوجات فنی، به‌شدت از توسعه محصولات جدید و پیشرفت‌های تکنولوژیکی در الیاف و مواد پارچه‌ای استقبال می‌کند

منجر می‌شود که می‌تواند مانع فروش در میان مشتریان حساس به قیمت شود. علاوه بر این، گسترش برندهای تقلبی، ضمن به‌خطرانداختن ایمنی افراد، می‌تواند ذهنیت منفی مصرف‌کنندگان نسبت به برندها را به‌دنبال داشته باشد.

گفتنی است بازار پوشاک عملکردی بر اساس محصول (لباس ورزشی، لباس فعالیت، لباس محافظ)، کاربرد (صنعت ورزش، لباس فضای باز، مراقبت‌های بهداشتی) و کانال توزیع (آفلاین و آنلاین) تقسیم‌بندی شده است. از نظر جغرافیایی، رشد قوی در سراسر آمریکای شمالی، اروپا، آسیا و اقیانوسیه (از جمله چین و هند) پیش‌بینی می‌شود و در سایر نقاط شامل آمریکای لاتین، خاورمیانه و آفریقا نیز این بازار رفته‌رفته جایگاه بالاتری پیدا خواهد کرد.

ورزشی - از جمله مقاومت در برابر آب، قابلیت کشسانی دوگانه، پارچه ضدباکتری و قابلیت‌های جذب رطوبت - تعداد فزاینده‌ای از شرکت‌کنندگان در فعالیت‌های بدنی را به خود جذب می‌کند. به دلیل رویکرد جامع به ورزش و تناسب اندام، پایگاه مصرف‌کنندگان زن برای لباس‌های ورزشی نیز به‌سرعت در حال گسترش است. افزایش گرایش به لباس‌های ورزشی برای استفاده روزمره، همراه با افزایش درآمدهای خالص مصرف‌کنندگان و افزایش دغدغه‌های مربوط به تناسب اندام، این بازار را بیشتر به پیش می‌برد.

البته با وجود محرک‌های قوی برای رشد، بازار پوشاک عملکردی با چالش‌هایی روبه‌رو است. هزینه ناپایدار مواد اولیه و هزینه‌های طراحی بالا، به قیمت بالای محصول نهایی

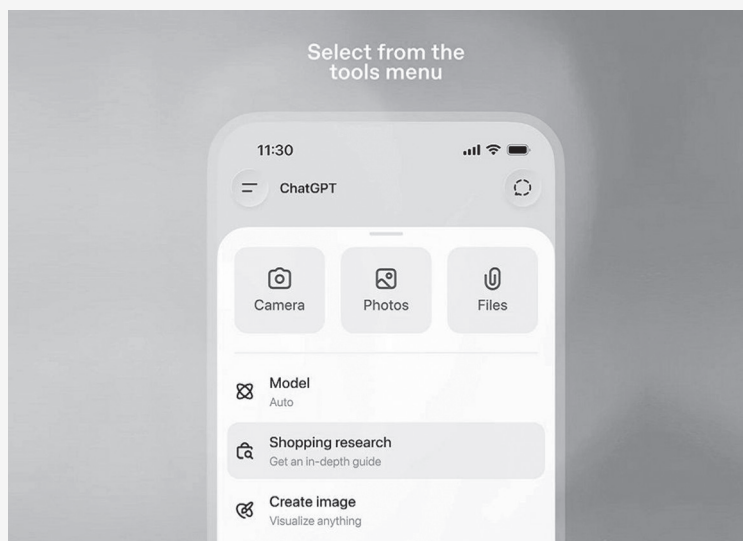
گروه مترجمین مجله: با توجه به افزایش تمرکز بر سلامت، تندرستی و استفاده از فناوری پیشرفته نساجی، بازار جهانی پوشاک عملکردی (functional apparel) گسترش قابل‌توجهی را تجربه می‌کند. طبق گزارش Allied Market Research، ارزش این بازار در سال ۲۰۱۸ رقم ۲۸۲.۳ میلیارد دلار بود و پیش‌بینی می‌شود که این بازار تا سال ۲۰۲۶ به ۵۰۵.۸۰ میلیارد دلار برسد که نشان‌دهنده نرخ رشد سالانه ۷.۷ درصد از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۶ می‌باشد. اروپا بزرگترین بازار منطقه‌ای این نوع پوشاک در سال ۲۰۱۸ بود و ۳۰.۲ درصد سهم بازار را در اختیار داشت که انتظار می‌رود کماکان این جایگاه را البته با سهم کمتری حفظ کند.

صنعت پوشاک عملکردی، به‌عنوان یک شاخه کلیدی از منسوجات فنی، به‌شدت از توسعه محصولات جدید و پیشرفت‌های تکنولوژیکی در الیاف و مواد پارچه‌ای استقبال می‌کند. ظهور سریع این پوشاک، مستقماً با رفتار درحال‌تحول مصرف‌کننده مرتبط است. ظهور نسل هزاره یک روند تأثیرگذار اصلی در توسعه این بازار است. نسل هزاره، رویکرد جامعی به موضوع سلامت و تناسب اندام دارد و سبک زندگی فعال را به بخش جدایی‌ناپذیری از برنامه روزانه خود تبدیل می‌کند. تولیدکنندگان پوشاک عملکردی نیز با موفقیت ارتباط عاطفی با این گروه جمعیتی برقرار کرده‌اند؛ گروهی که به طور فعال به‌دنبال لباس‌هایی هستند که تناسب اندام و سطح تحرک آنها را ارتقا دهند. علاوه بر این، مزایای گسترده لباس‌های



معرفی ابزار خرید هوش مصنوعی از اوپن ای آی

این ابزار با ارائه راهنماهای شخصی سازی شده، شفاف سازی سوالات و اصلاح بلادرنگ بر اساس بازخورد کاربر، قصد دارد زمان صرف شده برای مقایسه محصولات را کاهش دهد



پلتفرم آمریکایی OpenAI یک تجربه جدید مبتنی بر ChatGPT را برای جستجو و تحقیق پیش از خرید، راه اندازی کرده است که با تجزیه و تحلیل اطلاعات به روز در سراسر اینترنت، کشف عمیق محصول را برای کاربران انجام می دهد. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک، این ابزار که اکنون برای کاربران وارد شده به پلتفرم، در قالب طرح های Free، Go، Plus و Pro در دسترس است، با ارائه راهنماهای شخصی سازی شده برای خریداران، شفاف سازی سوالات و اصلاح بلادرنگ بر اساس بازخورد کاربر، قصد دارد زمان صرف شده برای مقایسه محصولات را کاهش دهد.

این ویژگی توسط یک نسخه تقویت شده از GPT-5 mini پشتیبانی می شود که به طور خاص برای کارهای پیچیده خرید طراحی شده است. این ابزار قیمت گذاری زنده، موجود بودن محصول، ارزیابی ها، مشخصات و تصاویر را از منابع خرده فروشی معتبر جمع آوری کرده و مستقیماً به آنها استناد می کند.

آنطور که OpenAI در وبسایت خود اعلام کرده: «ما این ابزار را آموزش دادیم تا سایت های معتبر را بخواند، به منابع معتبر استناد کند و اطلاعات را از منابع مختلف ترکیب کند تا تحقیقات با کیفیتی در مورد محصول انجام دهد. ما همچنین آن را طوری طراحی کردیم که یک تجربه تعاملی باشد و بتواند تحقیقات خود را در لحظه به روزرسانی و اصلاح کند، محدودیت های جدید را در نظر بگیرد و خود را با بازخورد و ترجیحات کاربر در مورد محصولات، تنظیم کند. این قابلیت ها، منجر به پاسخی می شود که هم به خوبی روی آن تحقیق شده و هم شخصی سازی شده به نظر می رسد.»

کاربران می توانند این ابزار را از طریق پرامپت های پیشنهادی خود یا منوی (+) اجرا کنند. پس از فعال شدن، یک رابط بصری باز می شود که در آن ChatGPT درباره بودجه، انتظارات عملکرد، کاربرد مورد نظر و تنظیمات کلیدی سوال می پرسد. اگر حافظه فعال باشد، این ابزار می تواند زمینه های گذشته کاربر - مانند سرگرمی ها یا پرسش های گذشته - را برای ارائه نتایج سفارشی تر در نظر بگیرد.

با پیشرفت تحقیق، کاربران می توانند اقلامی را به عنوان «علاقه ای ندارم» علامت گذاری کنند یا برای راهنمایی سیستم، درخواست «موارد مشابه بیشتر» را بدهند. در عرض چند دقیقه، ChatGPT یک راهنمای شخصی سازی شده تهیه می کند که مطابق ترین محصول، مزایا و معایب و وجوه تمایز کلیدی آن را شرح می دهد. OpenAI خاطرنشان می کند که چت ها هرگز با خرده فروشان به اشتراک گذاشته نمی شوند و نتایج کاملاً ارگانیک هستند و از سایت های خرده فروشی عمومی استخراج می شوند. در آینده، کاربران همچنین می توانند از طریق ChatGPT برای فروشندگانی که از پرداخت فوری استفاده می کنند، اقلام مورد نیاز خود را خریداری کنند.

آنطور که این شرکت گزارش داده، ارزیابی های داخلی آن نشان می دهد که این مدل در مقایسه با سایر مدل های ChatGPT، دقت انتخاب محصول را بهبود می بخشد، اگرچه ممکن است هنوز گاهی اوقات، قیمت یا موجودی را اشتباه اعلام کند. OpenAI کاربران را تشویق می کند تا جزئیات نهایی را در سایت های خرده فروشی تأیید کنند. تحقیقات خرید نیز در ChatGPT Pulse برای کاربران حرفه ای استفاده می شود و ارائه پیشنهادات پیشگیرانه را براساس تعاملات گذشته آنها امکان پذیر می کند.

گسترش امپراطوری پرادا با خرید ورساچه

رهبری پرادا معتقد است که ورساچه «پتانسیل بلندمدت قابل توجهی» دارد و می تواند در ترکیب با ظرفیت های عملیاتی گروه پرادا، ارزش استراتژیک قوی ارائه دهد.

جهت گیری خلاقانه برند ورساچه نیز در این دوره تکامل یافت. دوناتلا ورساچه پس از ۲۷ سال حضور در راس، اوایل سال ۲۰۲۵ از سمت خود کناره گیری کرد. رفتن او پایان یک فصل تاریخی را رقم زد و داریو ویتاله که پیشتر در برند جوانانه پرادا یعنی **Miu Miu** فعالیت می کرد، این نقش را بر عهده گرفت. این تغییر رهبری، ورساچه را به اکوسیستم طراحی پرادا نزدیک تر کرد و این خرید را حتی استراتژیک تر نمود.

برای هلدینگ کاپری، این فروش نقدینگی شدیداً مورد نیاز برای کاهش بدهی های فزاینده اش را فراهم می کند. این شرکت اعلام کرد که پس از چندین فصل چالش برانگیز در عملکرد مالی برندهای زیرمجموعه خود، از درآمد حاصل برای بهبود ثبات مالی خود استفاده خواهد کرد.

در همین حال، این خرید برای گروه پرادا، فرصتی برای گسترش سبد کالاهای لوکس خود به نحوی است که بخش های مختلف مصرف کننده را جذب کند. پرادا به خاطر خطوط تمیز، مینیمالیسم مدرن و زیبایی شناسی قدرتمند و بی سروصدا شناخته می شود. از سوی دیگر، ورساچه نمایانگر حداکثرگرایی بی چون و چرا و داستان سرایی بصری جسورانه است. این تضاد، اکنون به جای یک تناقض، به عنوان یک مزیت رقابتی منحصربه فرد برای گروه پرادا محسوب می شود.

تحلیلگران صنعت مد معتقدند که این ادغام نیاز به اجرای دقیق دارد. ایجاد تعادل بین دو برند با فلسفه های خلاقانه کاملاً متفاوت، امری پیچیده است، اما در عین حال فضایی برای نوآوری، تبادل استعداد های طراحی و افزایش بهره وری تولید فراهم می کند. سرمایه گذاری پرادا نشان دهنده اعتماد به برند سازی بلندمدت به جای بازده فوری کوتاه مدت است. برای صنعت مد جهانی نیز این ادغام یکی از مهم ترین ادغام های لوکس دهه را نشان می دهد. این امر، قدرت روبه رشد گروه های مد لوکس اروپایی را تقویت می کند و زمینه را برای یک محیط رقابتی تغییر شکل یافته فراهم می کند که در آن میراث طراحی، برتری عملیاتی و مقیاس جهانی، بیش از هر زمان دیگری اهمیت پیدا می کنند.



چشم انداز صنعت مد لوکس ایتالیا در پایان سال ۲۰۲۵ وارد دوران جدیدی شد، زیرا گروه پرادا روز سه شنبه دوم دسامبر ۲۰۲۵ رسماً ورساچه را در یک معامله تاریخی به ارزش ۱.۳۸ میلیارد دلار (۱,۲۵ میلیون یورو) خریداری کرد. این اقدام، جایگاه پرادا را به عنوان یکی از جاه طلب ترین گروه های لوکس اروپا تقویت می کند و دو خانه مد ایتالیایی شناخته شده در جهان با هویت های کاملاً متفاوت را زیر یک چتر واحد، گرد هم می آورد.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، این خرید در زمانی صورت می گیرد که برندهای مد لوکس به دنبال راه هایی برای تثبیت نقاط قوت، ساده سازی عملیات و افزایش مقیاس تولید برای رقابت با غول هایی مانند LVMH و Kering هستند. رهبری پرادا معتقد است که ورساچه «پتانسیل بلندمدت قابل توجهی» دارد و می تواند در ترکیب با ظرفیت تولید جهانی، کارایی زنجیره تأمین و تخصص خرده فروشی گروه پرادا، ارزش استراتژیک قوی ارائه دهد. برند ورساچه که به خاطر زرق و برق جسورانه، رنگ های پر جنب و جوش و لوگوی نمادین مدوسا شناخته می شود، در سال های اخیر دوره ای از تحول را پشت سر گذاشته است. با این حال، میزان فروش برای شرکت مادر سابق آن یعنی هلدینگ کاپری (**Capri Holdings**) کاهش یافته است. هلدینگ کاپری در سبد محصولات خود که شامل برندهای مایکل کورس و جیمی چو نیز می شود، با مشکل مواجه شد و در نهایت ورساچه را با ضرر فروخت، در حالی که در سال ۲۰۱۸ تقریباً ۲ میلیارد دلار برای خرید آن هزینه کرده بود.

ایندیتکس ۱۳۲ فروشگاه خود را تعطیل کرد

ایندیتکس به شدت در حال سرمایه‌گذاری برای ادغام فناوری‌های دیجیتال در داخل فروشگاه‌های فیزیکی خود است، که با افزایش استفاده از فناوری خودپرداز همراه شده است

قدرت اصلی ایندیتکس، چندکاناله‌بودن فروش (omnichannel integration) است که نقش بسیار مهمی در برآورده کردن تقاضای روبه‌رشد مصرف‌کنندگان در زمینه انعطاف‌پذیری نحوه خرید آنها، بر عهده دارد. به طور مشابه، جان کوپ‌استیک تحلیلگر ارشد مصرف‌کننده در موسسه EY Global هشدار می‌دهد که شرکت‌هایی که ردپای فروشگاه‌های خود را به شدت کاهش می‌دهند، در معرض خطر از دست دادن یک مزیت مهم هستند، زیرا فروشگاه‌ها همچنان دارایی‌های ارزشمندی در اکوسیستم خرده‌فروشی مدرن هستند.

در مجموع تعطیلی‌های اخیر ایندیتکس، نشان‌دهنده روند گسترده‌تر صنعت خرده‌فروشی پوشاک به سمت بهینه‌سازی فضای فیزیکی در پاسخ به رشد جهانی تجارت الکترونیک است، در عین حال اذعان می‌کند که اکثر مصرف‌کنندگان در حال حاضر خرید حضوری را همچنان ترجیح می‌دهند.

مسئول روابط سرمایه‌گذار در گروه ایندیتکس، خاطرنشان می‌کند که فروش فروشگاه‌های این شرکت قوی بوده و فروش آنلاین نیز عالی بوده است. نتایج اولیه سه‌ماهه چهارم نیز نشان‌دهنده ادامه روند صعودی است، به طوری که کالکشن‌های پاییز/زمستان از اول نوامبر تا اول دسامبر، افزایش ۱۰.۶ درصدی فروش را به همراه داشته‌اند.

ایندیتکس به شدت در حال سرمایه‌گذاری برای ادغام فناوری‌های دیجیتال در داخل فروشگاه‌های فیزیکی خود است، که با افزایش استفاده از فناوری خودپرداز همراه شده است. برخی از فروشگاه‌های بزرگ گزارش می‌دهند که تقریباً ۹۰ درصد تراکشن‌ها از طریق کیوسک‌های خودکار انجام می‌شود که نسبت به ۳۰ درصد برند زارا در اوایل سال، جهش قابل توجهی را نشان می‌دهد.

کیت هاردکسل، متخصص بخش مصرف‌کننده در شرکت فوربس، خاطرنشان می‌کند که

گروه ایندیتکس، شرکت مادر برندهایی همچون زارا، برشکا و دیگر برندهای بزرگ مد، طبق گزارش نه‌ماهه سال مالی ۲۰۲۵ منتهی به ۳۱ اکتبر، مجموعاً ۱۳۲ فروشگاه خود را در سراسر جهان تعطیل کرده است. این گروه سه‌ماهه سوم ۲۰۲۵ را با مجموع ۵۵۲۷ فروشگاه فیزیکی به پایان رسانده که نشان‌دهنده استراتژی شرکت برای ساده‌سازی عملیات و افزایش سودآوری بلندمدت از طریق ادغام کانال‌های فروش دیجیتال و فیزیکی است.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، ایندیتکس در حال اجرای یک طرح نوسازی در مقیاس بزرگ است و سالانه تقریباً ۹۰۰ میلیون یورو (۱.۰۵ میلیارد دلار) برای ارتقای لجستیک، بازسازی واحدهای موجود و جابجایی استراتژیک یا افتتاح فروشگاه‌ها در مناطق پرتردد و با پتانسیل بالا سرمایه‌گذاری می‌کند. با وجود کاهش خالص مجموع تعداد فروشگاه‌ها، برخی از برندهای زیرمجموعه حضور فیزیکی خود را گسترش دادند: مثلاً برند Lefties ۱۰ فروشگاه جدید اضافه کرد و برشکا نیز ۴ مکان جدید افتتاح کرد.

به نظر می‌رسد استراتژی بهینه‌سازی این شرکت در نهایت موفقیت‌آمیز بوده است. کل فروش ایندیتکس با ۲.۷ درصد افزایش به ۲۸.۲ میلیارد یورو (۳۲.۸۲ میلیارد دلار) در ۹ ماهه اول سال مالی رسیده که عمدتاً به دلیل رضایت بالای مشتریان در هر دو کانال فروشگاهی و آنلاین بوده است.

در همین ارتباط، گروکا گارسیا-تاپیا، مدیر و



نگاهی به نمایشگاه فناوری پوشاک هند

نمایشگاه GTE 2025 با جذب بیش از ۹۷۰۰ بازدیدکننده تجاری، به مرکزی برای فعالیت‌های تجاری فشرده تبدیل شد و محیطی عالی برای شبکه‌سازی و تجارت فراهم کرد

کرد. این نمایشگاه، بازدیدکنندگان بسیار هدفمندی را جذب کرد که شامل تیم‌های تدارکات، تولیدکنندگان بزرگ پوشاک، صادرکنندگان، شرکت‌های خرید و نمایندگان نهادهای مختلف بودند.

نکته مهم این است که GTE 2025 فرصت‌های قابل‌توجهی برای تعامل تجاری، به‌ویژه برای شرکت‌های کوچک‌تر ایجاد کرد. واحدهای MSME (بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط) توانستند فرصت‌های موجود را بررسی کنند و به‌طور بالقوه در قالب طرح PMS دولت هند، از مزایای آن بهره‌مند شوند. عامل اصلی ثبت نتایج تجاری موفق در این نمایشگاه، تعامل یک‌به‌یک بین خریداران و فروشندگان بود که اغلب حول محور نمایش زنده ماشین‌آلات متمرکز بود. این تعامل مستقیم، نقش بسیار مهمی در ایجاد حجم بالایی از سوالات و سفارشات تاییدشده در طول این رویداد سه روزه، از خود نشان داد.

چندین هیئت عالی‌رتبه صنعتی از شرکت‌های بزرگ در مناطقی مانند گجرات، راجستان و بمبئی نیز از این نمایشگاه بازدید کردند. حضور مراکز خرید و استارت‌آپ‌های جدید، تنوع بیشتری به حضور بازدیدکنندگان بخشید و علاقه شدید شرکت‌کنندگان به ارتقای فناوری و ورود به بازار پوشاک را نشان داد. به‌طور خاص، بازدیدکنندگان از غرب هند از این نمایشگاه برای کسب دانش دست‌اول و آمادگی برای دوره‌های آینده GTE استفاده کردند. علاوه بر این، GTE 2025 پوشش رسانه‌ای گسترده و مطلوبی را دریافت کرد که همین موضوع، به‌طور قابل‌توجهی دامنه و تأثیر این رویداد را در سراسر هند افزایش داد. این کمپین رسانه‌ای همچنین از نظر دیجیتالی بسیار موفق بود و کمپین‌های رسانه‌های اجتماعی از میلیون‌ها بازدید عبور کردند.

گفتنی است پس از برگزاری موفق نمایشگاه فناوری پوشاک در سال ۲۰۲۵، برگزارکنندگان تاریخ نسخه‌های آینده این نمایشگاه را اعلام کرده‌اند که عبارتند از:

- * نسخه سالانه مگا (GTE'26): این رویداد برای ۲۰ تا ۲۳ مارس ۲۰۲۶ در نویدای بزرگ برنامه‌ریزی شده است.
- * نسخه منطقه‌ای دوسالانه: این نمایشگاه برای سپتامبر ۲۰۲۶ در بنگلور برنامه‌ریزی شده است.



سی‌وهشتمین دوره نمایشگاه فناوری پوشاک هند (GTE) که به‌طور مشترک توسط شرکت‌های Garment Technology Expo و India Exposition Mart یا IEML برگزار شد، رویدادی قدرتمند و تأثیرگذار بود. این رویداد که در پس‌زمینه‌ای از چالش‌های جهانی برگزار شد، در نقش یک کاتالیزور حیاتی ظاهر شد و خون تازه‌ای را به صنعت تولید پوشاک تزریق کرد. این نمایشگاه با مشارکت چشمگیر تولیدکنندگان تأثیرگذار پوشاک مواجه شد و اعتماد قوی فعالان صنعتی به جایگاه آن به‌عنوان رویداد برتر برای نمایش فناوری پوشاک را مجدداً به رخ کشید. رویداد سال ۲۰۲۵ بر ماشین‌آلات و راه‌حل‌های مبتنی بر فناوری متمرکز بود. شرکت‌کنندگان شاهد نمایش‌های زنده و مستمر دستگاه‌ها بودند که همین امر، در افزایش تعاملات بسیار جذاب و سازنده بین تولیدکنندگان و خریداران، بسیار مؤثر بود. این تمرکز بر نمایش فناوری به‌صورت عملی و در لحظه، منجر به حجم بالایی از درخواست‌های باکیفیت از سوی تولیدکنندگان پوشاک، صادرکنندگان و تصمیم‌گیرندگان مهم در زمینه تأمین منابع شد.

این نمایشگاه بر بخش‌های کلیدی که نوسازی صنعت را هدایت می‌کنند، از جمله صنایع دوخت پوشاک، راهکارهای گلدوزی، چاپ دیجیتال (منسوجات)، اتوماسیون، طراحی و تولید به کمک رایانه (CAD/CAM)، قطعات یدکی ماشین‌آلات پوشاک و تجهیزات تست و ماشین‌آلات، تمرکز داشت.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، نمایشگاه GTE 2025 با جذب بیش از ۹۷۰۰ بازدیدکننده تجاری، به مرکزی برای فعالیت‌های تجاری فشرده تبدیل شد و محیطی عالی برای شبکه‌سازی و تجارت فراهم

راه‌اندازی رویداد چاپ منسوجات توسط FESPA

این رویداد، به‌طور خاص برای بازدیدکنندگانی طراحی شده که با منسوجات چاپ‌شده در بخش‌های پوشاک، لباس ورزشی و دکوراسیون داخلی کار می‌کنند

به‌دنبال زنجیره‌های تأمین چابک‌تر و سازگارتر با محیط‌زیست در بخش نساجی هستند. بازدیدکنندگان از هر چهار رویداد دیگر FESPA ۲۰۲۶ که در کنار هم برگزار می‌شوند، می‌توانند با یک بلیط واحد به رویداد نساجی نیز دسترسی داشته باشند.

در همین ارتباط، رئیس بازاریابی و رویدادهای FESPA می‌گوید: «با راه‌اندازی رویداد Textile، ما در حال ایجاد یک محیط متمرکز هستیم که مستقیماً به چالش‌های پیش روی شرکت‌های چاپ پارچه و منسوجات، برندهای پوشاک، تولیدکنندگان لباس ورزشی و طراحان داخلی می‌پردازد و در عین حال، به شرکت‌های چاپ بینش متمرکز بر پارچه را می‌دهد که برای سرمایه‌گذاری و گسترش فعالیت‌هایشان ضروری است.»

او ادامه می‌دهد: «با تأکید بر نوآوری و اشتراک‌گذاری دانش، رویداد چاپ منسوجات به بازدیدکنندگان کمک می‌کند تا تصمیمات هوشمندانه‌تری در مورد تولید بگیرند، سرعت ورود به بازار و سودآوری خود را بهبود بخشند، تولید پایدار و بر اساس تقاضا را بپذیرند و ایده‌های خلاقانه را به نتایج کاربردی و سودآور تبدیل کنند.»

همچنین مدیر فروش گروهی و مدیر پروژه FESPA می‌افزاید: «رویداد

Textile یک نقطه ملاقات هدفمند برای متخصصان خواهد بود تا گرد هم آیند، فرصت‌های جدید را کشف کنند، تولید نساجی مسئولانه را بررسی کنند و عوامل متعدد مؤثر بر آینده چاپ پارچه را درک نمایند. ما تأمین‌کنندگان را در موقعیتی قوی قرار می‌دهیم تا روابط خود را با تصمیم‌گیرندگان کسب‌وکار نساجی برقرار و تقویت کنند و از این بازدیدکنندگان حمایت کنیم تا با اطمینان خاطر، تصمیمات سرمایه‌گذاری بگیرند.»

گفتنی است FESPA در ماه‌های آینده جزئیات بیشتری در مورد رویداد Textile، از جمله برنامه کامل کنفرانس و غرفه‌داران، به اشتراک خواهد گذاشت.

فدراسیون انجمن‌های چاپ سیلک‌اسکرین اروپا (FESPA) و مجری نمایشگاه‌هایی به‌همین نام در نقاط مختلف جهان، با راه‌اندازی رویداد Textile که مختص منسوجات چاپی خواهد بود، بر میراث ۶۰ ساله خود در زمینه چاپ اسکرین و دیجیتال برای کاربردهای نساجی، خواهد افزود. اولین دوره این نمایشگاه در کنار نمایشگاه جهانی چاپ فسیا (FESPA Global Print Expo)، نمایشگاه‌های همزمان با آن شامل Personalisation Experience، European Sign Expo و همچنین رویداد تازه معرفی‌شده Corrugated، از ۱۹ تا ۲۲ مه ۲۰۲۶ در مرکز نمایشگاهی فیرا بارسلونا برگزار خواهد شد.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، این رویداد که شامل یک نمایشگاه و یک برنامه کنفرانس اختصاصی است، به‌طور خاص برای بازدیدکنندگانی طراحی شده که با منسوجات چاپ‌شده در بخش‌های پوشاک، لباس ورزشی و دکوراسیون داخلی کار می‌کنند. این رویداد به‌عنوان بستری متمرکز برای تولیدکنندگان این کاربردها جهت بررسی روندهای صنعت، مشاهده آخرین نوآوری‌ها و تبادل دانش و تخصص عمل خواهد کرد.

فضای نمایشگاه، انواع فناوری‌ها و مواد مصرفی مختلف مرتبط با چاپ

منسوجات از جمله: ماشین‌آلات رول‌به‌رول؛ ماشین‌آلات چاپ مستقیم روی پوشاک (DTG) و چاپ مستقیم روی پارچه (DTF)؛ نرم‌افزارهای طراحی و گردش کار؛ تجهیزات گلدوزی و دوخت؛ تجهیزات تکمیل؛ مواد و پوشاک؛ جوهرها و پوشش‌ها؛ و موارد دیگر را به نمایش خواهد گذاشت.

در جلسات کنفرانس که به‌صورت رایگان برگزار می‌شوند، شرکت‌کنندگان از متخصصان صنعت در مورد موضوعاتی مانند افزایش بهره‌وری و کارایی، کاهش تأثیر عملیاتی و کاهش ضایعات خواهند شنید. این رویداد همچنین به بازدیدکنندگان فرصت‌های شبکه‌سازی با برندها و طراحانی را می‌دهد که



گزارشی از نمایشگاه منبع‌یابی جهانی ملبورن

رویداد امسال، همراه با نمایشگاه پوشاک، منسوجات و لوازم جانبی چین که در همان مکان برگزار گردید، بیش از ۸۰۰ غرفه‌دار از بیش از ۱۶ کشور را به خود جلب کرد



برقرار کنم.» بازخوردهایی از این دست، تعهد مداوم این نمایشگاه را به ارائه تعاملات معنادار و نتایج تجاری ارزشمند به شرکت‌کنندگان آن، نشان می‌دهد.

نمایشگاهی برتر در زمینه تامین منابع بین‌المللی

رویداد امسال، همراه با نمایشگاه پوشاک، منسوجات و لوازم جانبی چین که در همان مکان برگزار گردید، بیش از ۸۰۰ غرفه‌دار از بیش از ۱۶ کشور را به خود جلب کرد و محصولات پیشرفته، برتری تولید و قابلیت‌های تامین منابع جهانی را در زمینه پوشاک، منسوجات، لوازم جانبی، کفش، لوازم خانگی و خدمات زنجیره تامین به نمایش گذاشت. بازدیدکنندگان، طیف متنوع و نوآورانه‌ای از تامین‌کنندگان بین‌المللی را بررسی کردند و از همکاری‌های جدید و فرصت‌های تازه در بازارهای



گروه مترجمین مجله: نمایشگاه جهانی منبع‌یابی منسوجات و پوشاک ملبورن (Global Sourcing Expo Melbourne) که از ۱۸ تا ۲۰ نوامبر ۲۰۲۵ در مرکز همایش‌ها و نمایشگاه‌های این شهر برگزار شد، دوره‌ای استثنایی را به پایان رساند که نشان‌دهنده تعامل قوی بین‌المللی، فرصت‌های تجاری و شتاب صنعتی بود. این نمایشگاه طی سه روز پویا، پذیرای بیش از ۵۰۰۰ بازدیدکننده بود که افزایش چشمگیر ۸ درصدی را نسبت به سال ۲۰۲۴ نشان می‌دهد و اهمیت روزافزون این رویداد را در چشم‌انداز تامین، خرده‌فروشی و تولید استرالیا برجسته می‌کند.

بسیاری از شرکت‌کنندگان در مورد قدرت ارتباطات و گفتگوهای تسهیل‌شده در این رویداد اظهار نظر کردند و یکی از بازدیدکنندگان گفت: «نمایشگاه جهانی منبع‌یابی فرصت‌های زیادی را برای کسب‌وکار من ایجاد کرده است و من توانسته‌ام با افراد زیادی به صورت رودررو ارتباط





سازماندهی و نتایج تجاری نمایشگاه ابراز کردند. یکی از غرفه‌داران با تمجید فراوان گفت: «نمایشگاه جهانی منبع‌یابی استرالیا بهترین نمایشگاه در جهان است. من در رویداد Magic و نمایشگاه‌های بزرگ مد در لندن و پاریس بوده‌ام، اما آنها اصلاً شبیه این نیستند. برگزارکنندگان کار فوق‌العاده‌ای انجام داده‌اند و قطعاً سال آینده نیز به اینجا خواهیم آمد.»

چنین بازخوردهای مثبتی از سوی غرفه‌داران و بازدیدکنندگان، جایگاه نمایشگاه را به‌عنوان یک پلتفرم برتر برای تجارت بین‌المللی، ارتباط و روابط بلندمدت تأمین منابع آشکار می‌کند. همچنین افزایش حضور بازدیدکنندگان، قدرت مشارکت غرفه‌داران و توصیفات بسیار مثبت، تأثیر روبه‌رشد نمایشگاه و اعتمادی را که صنعت منسوجات و پوشاک همچنان به این رویداد دارد، نشان می‌دهد. با ترکیبی از بازدیدکنندگان قدیمی و شرکت‌کنندگان جدید، نمایشگاه جهانی منبع‌یابی همچنان مقصدی ضروری برای کسب‌وکارهایی است که به دنبال مشارکت‌های جهانی جدید و کسب بیش‌هایی در مورد روند تکامل بازار هستند.

نمایشگاه جهانی منبع‌یابی در سال ۲۰۲۶ به سیدنی بازمی‌گردد

گفتنی است برنامه‌ریزی برای برگزاری دوره بعدی نمایشگاه جهانی منبع‌یابی که از ۱۶ تا ۱۸ ژوئن ۲۰۲۶ در مرکز همایش‌های بین‌المللی سیدنی (ICC) برگزار خواهد شد، در حال انجام است.



کلیدی جهانی پرده برداشتند.

برنامه سمینار جهانی منبع‌یابی، یکی از نکات برجسته رویداد ملیورن بود که مخاطبان زیادی را به خود جذب کرد و بینش‌های جذابی از رهبران صنعت و متخصصان این حوزه ارائه داد. سمینارهای امسال برخی از متحول‌ترین مباحث شکل‌دهنده منبع‌یابی جهانی امروز را بررسی کردند؛ از جمله تکامل سریع هوش مصنوعی در منبع‌یابی و توسعه محصول، اهمیت روزافزون پایداری و تولید مسئولانه، محیط به‌سرعت در حال تغییر تجارت الکترونیک و خرده‌فروشی دیجیتال، و آخرین تغییرات در روندهای منبع‌یابی و استراتژی‌های زنجیره تأمین جهانی در بخش منسوجات و پوشاک.

شرکت‌کنندگان، از عمق و مرتبط‌بودن مباحث ارائه‌شده در این برنامه تمجید کردند و یکی از بازدیدکنندگان خاطرنشان کرد: «نشستن در جلسات سمینار بسیار عالی بود و من از شنیدن نظرات افرادی که تجربیات واقعی دارند و می‌توانیم از آنها بیاموزیم، لذت بردم.» تعامل قوی شرکت‌کنندگان با برنامه سمینار، نقش نمایشگاه را نه تنها به‌عنوان یک رویداد منبع‌یابی، بلکه به‌عنوان مرکزی برای آموزش، رشد حرفه‌ای و ارائه بینش‌های آینده‌نگر در صنعت منسوجات و پوشاک تقویت کرد.

بازخوردهای عالی از غرفه‌داران و بازدیدکنندگان

غرفه‌داران همچنین رضایت شدید خود را از کیفیت خریداران، نحوه



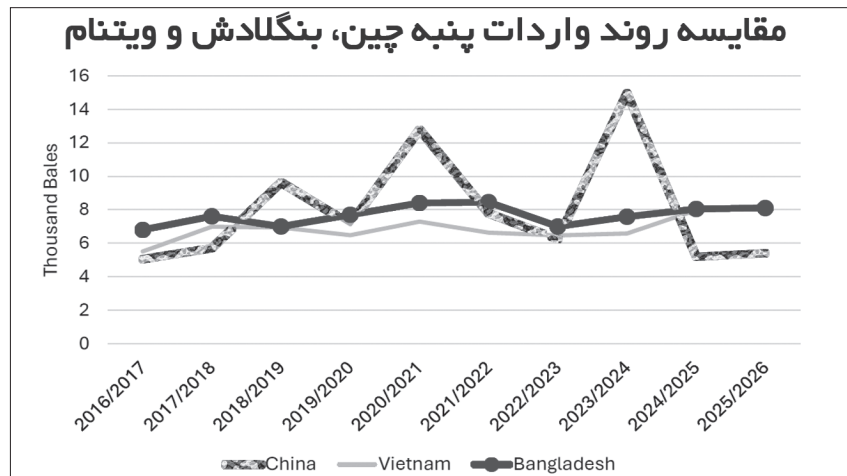
گزارش دپارتمان کشاورزی آمریکا از بازار پنبه (دسامبر ۲۰۲۵)

جهش واردات پنبه بنگلادش با رشد مصرف داخلی

نظر ایجاد اشتغال و صادرات، بخش مهمی از اقتصاد بنگلادش است. در مقایسه با سایر کشورهای تولیدکننده پوشاک، بنگلادش از نیروی کار ماهر، هزینه‌های پایین نیروی کار و نهاده‌ها و دسترسی بدون عوارض گمرکی به بازارهای اصلی بهره‌مند است. در نتیجه، بنگلادش یکی از بزرگترین صادرکنندگان محصولات پنبه‌ای است که بیشترین سهم صادرات آن، به اتحادیه اروپا اختصاص دارد. با نگاهی به سال ۲۰۲۵-۲۶، انتظار می‌رود ویتنام و بنگلادش به رقابت برای کسب جایگاه بزرگترین واردکننده پنبه در جهان ادامه دهند و پیش‌بینی می‌شود واردات ویتنام تنها کمی بالاتر از بنگلادش باشد. درحالی‌که هر دو کشور با تعرفه‌های مشابهی از سوی ایالات متحده مواجه هستند، بنگلادش می‌تواند از وابستگی بیشتر به بازار اتحادیه اروپا بهره‌مند شود چراکه حداقل تا سال ۲۰۲۹ از دسترسی بدون عوارض به این بازار برخوردار است. با این حال، صنعت پوشاک آماده در بنگلادش با چالش‌هایی از جمله کمبود ارز خارجی، ناآرامی‌های سیاسی و اجتماعی و کمبود انرژی مواجه است که می‌تواند پتانسیل رشد آینده آن را محدود کند، چراکه این صنعت تلاش می‌کند تا در صنایع نساجی و پوشاک آماده رقابتی باقی بماند.

چشم انداز آتی بنگلادش

در مجموع، جدیدترین گزارش چشم‌انداز بازار پنبه که توسط دپارتمان کشاورزی آمریکا (USDA) منتشر شده، نشان‌دهنده یک تغییر استراتژیک در الگوی واردات

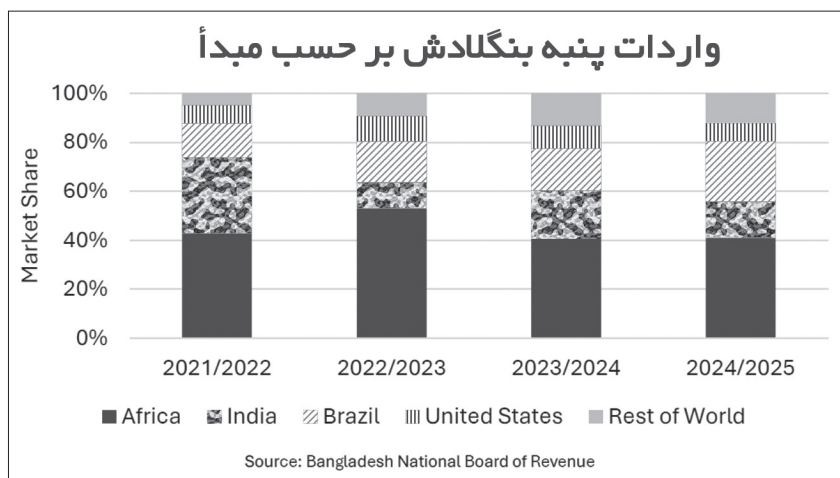


تقاضای چین برای واردات پنبه محدود شد. ایالات متحده در سال مالی ۲۰۲۴-۲۵، با وجود سهم ۲۸ درصدی از تجارت جهانی پنبه، تنها ۷ درصد از بازار واردات پنبه بنگلادش - که نسبت به قیمت حساس است - را به خود اختصاص داد. پنبه آمریکا به دلیل قیمت بالاتر و زمان حمل‌ونقل طولانی‌تر از انبارهای ایالات متحده، در مقایسه با سایر مبادی آسیایی و تامین‌کنندگان پنبه، از رقابت‌پذیری کمتری در بنگلادش برخوردار است. کشورهای آفریقایی ۴۱ درصد از صادرات به بنگلادش را در سال گذشته به خود اختصاص دادند که بنین، کامرون، بورکینافاسو و مالی در صدر آنها قرار داشتند. همچنین برزیل ۲۵ درصد و هند ۱۵ درصد از سهم بازار پنبه بنگلادش را به خود اختصاص دادند.

بخش پوشاک آماده، مصرف‌کننده اصلی پنبه وارداتی در بنگلادش است و همچنین این کشور مقادیر قابل‌توجهی نخ و پارچه پنبه‌ای وارد می‌کند. این بخش به‌ویژه از

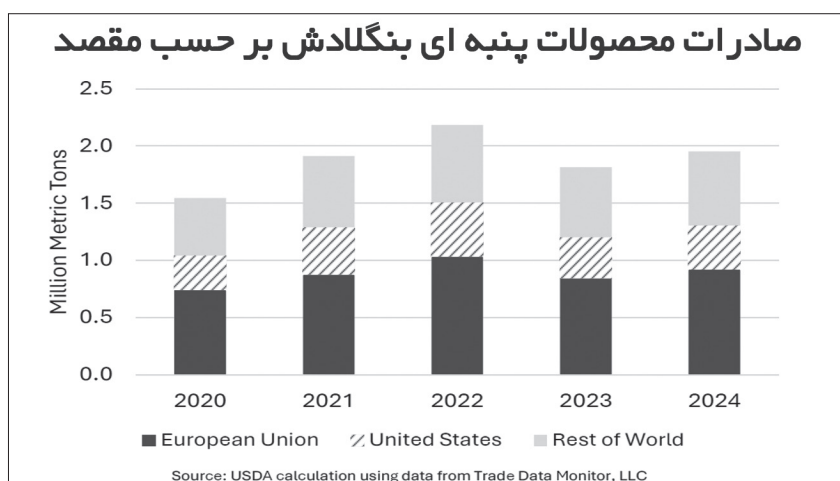
گروه مترجمین مجله: بنگلادش در سال مالی ۲۰۲۴-۲۵ (اوت ۲۰۲۴ - ژوئیه ۲۰۲۵)، مجموعاً ۸,۰۵ میلیون عدل (۱,۷۵ میلیون تن) پنبه وارد کرد و به بزرگترین واردکننده پنبه جهان تبدیل شد، چراکه صنعت نساجی این کشور با پشت سر گذاشتن رکود دوران همه‌گیری، همچنان در حال بهبود است و تقاضای این کشور برای پنبه در بالاترین سطح قرار دارد. در یک دهه گذشته، بنگلادش با چین برای کسب مقام اول واردکننده پنبه رقابت کرده که این رقابت تا حد زیادی به این موضوع بستگی دارد که آیا چین برای ذخایر دولتی خود واردات انجام می‌دهد یا خیر.

با این حال، در سال ۲۰۲۴-۲۵ ویتنام به دومین واردکننده بزرگ پنبه در جهان تبدیل شد و حدود ۲۲ هزارتن کمتر از بنگلادش واردات داشت. در مقابل، چین در این سال تنها ۱,۱۳ میلیون تن پنبه وارد کرد، زیرا تولید داخلی بالاتر از متوسط، فروش ذخایر دولتی این کشور را متوقف کرد و در نتیجه،



نقش مهمی در سبد واردات پنبه بنگلادش ایفا می‌کند. در سال مالی ۲۰۲۵، کل واردات پنبه بنگلادش حدود ۸,۲۸ میلیون عدل بود که آمریکا با صادراتی معادل ۵۹۶ هزار عدل (حدود ۷,۲ درصد سهم بازار)، پنجمین تأمین‌کننده بزرگ این کشور محسوب می‌شد. پیش‌بینی می‌شود بنگلادش تقریباً یک میلیون عدل پنبه از ایالات متحده در سال مالی ۲۰۲۶-۲۰۲۵ وارد کند که ارزش آن حدود ۴۷۳,۸ میلیون دلار است. این رقم حدود ۱۲ درصد از کل واردات پنبه بنگلادش را تشکیل می‌دهد. پنبه آمریکایی به دلیل قابلیت ردیابی، کنترل آلودگی و ثبات، همچنان توسط برخی از ریسندگان ترجیح

فصول برداشت، از این اختلال بهره‌برداری کرده است. در سال مالی ۲۰۲۵، برزیل تقریباً یک‌چهارم کل واردات پنبه بنگلادش را تأمین کرد و با پیشی گرفتن از هند به بزرگترین تأمین‌کننده پنبه برای بنگلادش تبدیل شد. تحلیلگران تجاری خاطرنشان می‌کنند که محموله‌های اقیانوسی از برزیل، اگرچه زمان حمل‌ونقل طولانی‌تری دارند، اما پیش‌بینی‌پذیری و استمرار در تأمین آنها بیشتر است که همین مزیت، برای صنایع ریسندگی و تولید پوشاک صادرات‌محور که تحت برنامه‌های دقیق تحویل کار می‌کنند، بسیار مهم شده است. در کنار برزیل و هند، ایالات متحده همچنان



پنبه بنگلادش است، به طوری که تصمیمات مربوط به منبع‌یابی، بیشتر تحت تأثیر قابلیت اطمینان لجستیک، اختلافات ژئوپلیتیکی و ثبات بلندمدت عرضه قرار می‌گیرد، نه صرفاً نزدیکی جغرافیایی.

طبق پیش‌بینی‌های USDA، انتظار می‌رود واردات پنبه بنگلادش از حدود ۸,۲۸ میلیون عدل در سال مالی ۲۰۲۵-۲۰۲۴ به حدود ۸,۴ میلیون عدل (۱,۸۳ میلیون تن) در سال مالی ۲۰۲۶-۲۰۲۵ افزایش پیدا کند. این روند صعودی، نشان‌دهنده پیش‌بینی مصرف بالاتر توسط کارخانه‌های ریسندگی، با وجود محدودیت‌های مستمر در تأمین انرژی و تأمین مالی است. برزیل با تأمین حدود ۱,۹ میلیون عدل، تأمین‌کننده اصلی پنبه برای بنگلادش در سال مالی ۲۰۲۵ بود و پس از آن هند (۱,۴ میلیون عدل) و بنین (۱,۰۶ میلیون عدل) قرار داشتند.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، هند به دلیل زمان حمل کوتاه‌تر از طریق بنادر زمینی مانند بناپول و مسیرهای ترانزیت از طریق کلکته، سال‌ها بر واردات پنبه بنگلادش تسلط داشت. با این حال، تنگناهای عملیاتی اخیر، ازدحام در بنادر و اختلافات مربوط به تجارت دوجانبه، تبادلات روان فرامرزی را بین دو کشور مختل کرده است. به گفته افراد آگاه در صنعت، جدول زمانی غیرقابل پیش‌بینی برای ترخیص و افزایش عدم قطعیت لجستیکی در هند، جذابیت واردات زمینی از این کشور را کاهش داده و باعث شده است که ریسندگان بنگلادشی در استراتژی‌های تأمین منابع تجدیدنظر کنند. در نتیجه، وابستگی به پنبه هند، علیرغم مزیت جغرافیایی آن، کاهش یافته است.

طبق ارزیابی‌های USDA، برزیل با ارائه قیمت‌های رقابتی، کیفیت الیاف ثابت و محموله‌های قابل اعتماد با حجم زیاد در طول

داده می‌شود، اگرچه قیمت‌گذاری آن معمولاً بالاتر از برخی کشورهای رقیب است.

رشد تقاضا در میان ظرفیت‌های استفاده‌نشده

طبق برآوردهای دیپارتمان کشاورزی آمریکا، صنعت نساجی بنگلادش ظرفیت نصب‌شده‌ای برای مصرف سالانه تا ۱۵ میلیون عدل (۳,۲۷ میلیون تن) پنبه را در اختیار دارد، با این حال مصرف فعلی بنگلادش، نزدیک به ۵۵ درصد این رقم باقی مانده است. شکاف بین ظرفیت و میزان مصرف، چالش‌های ساختاری از جمله افزایش هزینه‌های تولید، کمبود گاز و برق و افزایش وابستگی بنگلادش به نخ و پارچه وارداتی را برجسته می‌کند.

پیش‌بینی USDA همچنین یک واقعیت حیاتی را برجسته می‌کند: بخش پوشاک بنگلادش همچنان در حال گسترش است، اما صنایع مرتبط با آن با فشار فزاینده‌ای روبه‌رو هستند. درحالی‌که منابع متنوع پنبه، امنیت مواد اولیه را تقویت می‌کند، اما مسائل

حل‌نشده لجستیکی و فقدان مزیت قیمتی می‌تواند رقابت‌پذیری صنعت ریسندگی محلی را بیشتر تضعیف کند.

بنگلادش سالانه تنها ۱۵۳ هزار عدل پنبه در ۴۵ هزار هکتار زمین تولید می‌کند (کمتر از ۲ درصد از کل نیاز آن) که نشان‌دهنده وابستگی مداوم این کشور به واردات برای حفظ صنعت حیاتی پوشاک است. تغییر گرایش روبه‌رشد به سمت برزیل و واردات مستمر از ایالات متحده، نشان‌دهنده تحول گسترده‌تری در استراتژی تامین پنبه بنگلادش است - استراتژی‌ای که نه تنها بر اساس منافع منطقه‌ای، بلکه بر اساس وضعیت تجارت جهانی شکل گرفته است.

چشم انداز کلی ۲۰۲۵-۲۶

تولید جهانی پنبه با تقریباً ۶۵ هزار تن کاهش نسبت به گزارش ماه قبل USDA، به ۲۶,۰۸ میلیون تن می‌رسد چراکه کاهش تولید در مالی و سایر کشورهای غرب آفریقا بیش از آن است که توسط افزایش تولید در ایالات متحده جبران شود.

تجارت جهانی پنبه با کاهش حدود ۶۵ هزار تنی نسبت به گزارش ماه قبل، تقریباً ۹,۵ میلیون تن برآورد می‌شود. در این زمینه نیز کاهش صادرات مالی، بورکینافاسو و ساحل عاج، بیش از آن است که توسط صادرات بیشتر مصر جبران شود. واردات بنگلادش و ویتنام نیز هر دو تقریباً ۲۲ هزار تن کاهش خواهد یافت.

پیش‌بینی می‌شود مصرف جهانی پنبه تقریباً ۶۵ هزار تن کاهش یافته و به ۲۵,۸۲ میلیون تن برسد که ناشی از کاهش ۲۲ هزار تنی مصرف در برزیل و ایالات متحده و همچنین کاهش مصرف در کشورهای آمریکای مرکزی است. پیش‌بینی می‌شود مصرف پنبه کارخانه‌های ایالات متحده ۳۴۸ هزار تن باشد که کمترین میزان در تقریباً ۱۵۰ سال گذشته است.

در نهایت، موجودی پایان دوره پنبه جهان، اندکی افزایش یافته و به ۱۶,۵ میلیون تن خواهد رسید، چراکه موجودی بالاتر در ایالات متحده و برزیل، موجودی پایین‌تر در ویتنام، بنگلادش و مالی را جبران می‌کند.



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

	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25	Nov 2025/26	Dec 2025/26
Production						
China	5,813	6,695	5,955	6,967	7,294	7,294
India	5,291	5,726	5,530	5,225	5,225	5,225
Brazil	2,356	2,552	3,172	3,701	4,082	4,082
United States	3,815	3,150	2,627	3,138	3,073	3,107
Pakistan	1,306	849	1,524	1,089	1,089	1,089
Australia	1,274	1,263	1,089	1,219	980	980
Turkey	827	1,067	695	860	697	697
Other	4,211	3,945	3,916	3,770	3,705	3,608
Total	24,894	25,247	24,508	25,970	26,145	26,081
Domestic Use						
China	7,272	8,208	8,470	8,491	8,382	8,382
India	5,443	5,334	5,552	5,443	5,443	5,443
Pakistan	2,330	1,894	2,112	2,351	2,373	2,373
Bangladesh	1,916	1,676	1,687	1,785	1,764	1,764
Vietnam	1,459	1,404	1,437	1,742	1,764	1,764
Turkey	1,872	1,633	1,437	1,546	1,502	1,502
Brazil	694	695	733	738	762	740
Other	4,207	3,692	3,605	3,797	3,893	3,855
Total	25,193	24,538	25,033	25,894	25,883	25,823
Imports						
Vietnam	1,444	1,409	1,434	1,737	1,785	1,764
Bangladesh	1,840	1,524	1,649	1,753	1,764	1,742
Pakistan	980	980	697	1,328	1,285	1,285
China	1,694	1,357	3,259	1,129	1,176	1,176
Turkey	1,203	912	776	971	1,023	1,023
India	218	376	193	662	610	610
Indonesia	561	362	402	431	435	435
Other	1,405	1,297	1,180	1,359	1,504	1,488
Total	9,344	8,217	9,590	9,370	9,581	9,522
Exports						
Brazil	1,682	1,449	2,680	2,835	3,157	3,157
United States	3,059	2,711	2,558	2,591	2,656	2,656
Australia	778	1,347	1,255	1,138	1,110	1,110
India	815	239	503	288	283	283
Benin	388	239	229	250	250	250
Turkey	123	187	302	312	218	218
Greece	310	290	212	234	207	207
Other	2,134	1,496	1,915	1,583	1,699	1,642
Total	9,290	7,959	9,653	9,231	9,580	9,524
Ending Stocks						
China	7,439	7,262	7,993	7,585	7,657	7,656
India	1,828	2,357	2,025	2,181	2,289	2,289
United States	1,002	1,012	686	871	936	980
Australia	1,088	1,047	919	1,042	946	946
Brazil	446	855	615	744	885	930
Argentina	339	400	475	529	578	578
Pakistan	419	332	403	457	446	446
Other	2,939	3,260	2,866	2,837	2,794	2,716
Total	15,500	16,525	15,982	16,245	16,532	16,541

مدیرعامل صندوق پنبه خبر داد:

تامین ۳۵ درصد پنبه صنعت نساجی در داخل

تخصیص ارز صنعت نساجی ایجاد شود. به گفته وی، علیرغم اینکه وش کشاورزان تا کیلویی ۸۰ هزار تومان خریداری شده است، اما در مقایسه با زراعت برنج برای کشاورزانی که امکان کشت داشتند، قابل مقایسه نیست. از این رو با توجه به پتانسیل تولید ۵۰۰ هزار تن پنبه در کشور انتظار می‌رود وزارت جهاد کشاورزی تمهیداتی اتخاذ کند تا به میزان نیاز صنعت نساجی که ۱۸۰ تا ۲۰۰ هزار تن در سال است، پنبه تولید شود.

کاویانی با بیان اینکه کمباین‌های برداشت پنبه قیمت بالایی دارند، افزود: با توجه به آنکه ماشین‌آلات برداشت پنبه تک‌منظوره هستند، کشاورزان توان خرید ماشین‌آلات برداشت پنبه ندارند و برداشت با دست هم منجر به طولانی‌شدن فرآیند برداشت و کاهش عملکرد می‌شود که در این خصوص، وزارت جهاد کشاورزی باید برنامه منسجمی داشته باشد و از طرفی زراعت پنبه باید برای کشاورز مقرون به صرفه باشد.

مدیرعامل صندوق پنبه درباره آخرین وضعیت تولید پنبه گفت: امسال پیش‌بینی می‌شود که ۵۵ تا ۶۰ هزار تن پنبه در داخل تولید شود که برای این اساس، ۳۰ تا ۳۵ درصد نیاز صنعت نساجی در داخل و مابقی از طریق واردات باید تامین شود. وی با بیان اینکه تا پایان شهریورماه ۴۵ هزار تن پنبه وارد شده است، تصریح کرد: با توجه به نیاز صنعت نساجی، تا پایان سال همانند سنوات قبل ۱۰۰ تا ۱۱۰ هزار تن پنبه باید وارد شود.



و در منطقه مغان ۶۰ درصد پنبه برداشت شده است. کاویانی ادامه داد: با توجه به شرایط جوی و قطعی برق در فصل تابستان انتظار می‌رود که بیش از ۲۰ درصد کاهش عملکرد نسبت به سال قبل نداشته باشیم.

مدیرعامل صندوق پنبه افزود: با توجه به کاهش تولید پنبه نسبت به سال قبل و مشکلات تخصیص ارز، صنعت نساجی با مشکل کمبود مواد اولیه روبه‌روست که همین امر موجب شده هر کیلو پنبه داخل با نرخ ۱۹۰ تا ۲۰۰ هزار تومان دادوستد شود، از این رو امیدواریم تسریع در روند

مدیرعامل صندوق پنبه گفت: برآوردها حاکی از آن است که امسال تولید پنبه محلول به ۵۵ تا ۶۰ هزار تن برسد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، محمدحسین کاویانی با بیان اینکه برداشت پنبه در استان گلستان به اتمام رسیده است، گفت: اکنون کشاورزان در حال آماده‌سازی اراضی برای کشت پاییزه هستند و برخی کشاورزان هم محصولاتی نظیر گندم و کلزا را کشت کردند. وی با بیان اینکه برداشت پنبه در استان فارس اخیراً آغاز شده است، افزود: در استان خراسان ۴۰ تا ۵۰ درصد

در نشستی با حضور رئیس سازمان حفظ نباتات کشور بررسی شد: راهکارهای تسهیل واردات پنبه از افغانستان

افغانستان ابتدا از سوی طرف ازبکستانی مطرح شد و پس از انجام آزمایش‌های فنی لازم، دو محموله آزمایشی به روسیه ارسال گردید.

اداره نظارت بر محصولات کشاورزی روسیه نیز تأیید کرده که پیش از این هیچ سابقه‌ای از واردات پنبه افغانستان به این کشور وجود نداشته است. اکنون کارخانه‌های روسی در حال بررسی کیفیت این پنبه در فرآیند تولید هستند و پس از اطمینان از استانداردهای کیفی، درباره تداوم و گسترش واردات آن تصمیم‌گیری خواهند کرد. باکارینوف افزود که در صورت ثبات کیفیت و قیمت رقابتی، شرکتش امیدوار است در آینده علاوه بر پنبه خام، نخ تولیدشده از پنبه افغانستان در کارخانه‌های ازبکستان را نیز وارد کند. بخش عمده این پنبه در ولایت‌های شمالی افغانستان کشت می‌شود که به تولید پنبه‌های بلندالیاف (با الیافی حدود ۳۵ میلی‌متری) مشهورند و این پنبه‌ها در صنایع نساجی برای تولید پارچه‌های مرغوب کاربرد دارند.

سازوکارهای ارتباط مستقیم میان تولیدکنندگان و تجار بحث و تبادل نظر کردند. تقویت روابط اقتصادی ایران و افغانستان و ارتقای سطح تجارت به‌ویژه در حوزه محصولات زراعی از دیگر اهداف این نشست بود و طرفین بر تداوم رایزنی‌ها و تدوین برنامه‌های همکاری پایدار برای تسهیل تجارت تأکید کردند.

نخستین محموله صادراتی پنبه افغانستان وارد بازار روسیه شد

گفتنی است اواسط آذرماه امسال، نخستین محموله صادراتی پنبه افغانستان با وزن ۴۵ تن به‌عنوان محموله‌ای آزمایشی، وارد انبارهای صنایع نساجی در ایالت ایوانوو روسیه شد. این محموله توسط شرکت روسی «پریم‌تکس» وارد شده است؛ شرکتی که سال‌هاست مواد اولیه نخ‌ریسی را از کشورهای آسیای مرکزی تأمین می‌کند. دمیتری باکارینوف مدیرعامل این شرکت اعلام کرد که پیشنهاد واردات پنبه

در دیدار رئیس سازمان حفظ نباتات کشور با معاون وزارت صنعت و تجارت افغانستان، راهکارهای گسترش صادرات محصولات زراعی (پنبه) افغانستان به ایران و رفع موانع موجود بررسی شد. به گزارش خبرگزاری مهر، این نشست با حضور مریم جلیلی‌مقدم رئیس سازمان حفظ نباتات جمهوری اسلامی ایران و هیئت همراه، با مولوی شهاب‌الدین ثاقب معاون مالی و اداری و سرپرست وزارت صنعت و تجارت افغانستان و جمعی از فعالان بخش پنبه این کشور برگزار شد.

هدف از برگزاری این نشست، بررسی راهکارهای گسترش صادرات محصولات زراعی افغانستان به ایران و رفع موانع موجود در مسیر صادرات بود. در این دیدار، نمایندگان دولتی و بخش خصوصی دو کشور درباره راه‌های افزایش صادرات پنبه و سایر محصولات زراعی افغانستان به ایران، تسهیل امور گمرکی و حمل‌ونقل، ارتقای استانداردهای کیفیت و ایجاد



در نخستین نشست تخصصی اطلس تجارت ایران مطرح شد سهم ۰,۳۷ درصدی ایران از بازار جهانی

رئیس اندیشکده حکمرانی هوشمند با اشاره به تجارت ایران و چین تصریح کرد: صادرات ایران به چین حدود ۱۴,۸ میلیارد دلار و واردات از این کشور بیش از ۱۹,۳ میلیارد دلار است که تراز منفی حدود ۴,۵ میلیارد دلاری ایجاد کرده؛ اما مسئله اصلی این است که صادرات ایران به چین عمدتاً مواد خام و کم‌ارزش افزوده است، در حالی که کشورهای توسعه‌یافته با واردات مواد خام، آنها را با ارزش افزوده بالا با صادرات می‌کنند. وی افزود: حتی در تجارت با کشورهایی مانند اسپانیا، ارزش دلاری بسیاری از اقلام صادراتی ایران کمتر از یک دلار به ازای هر کیلوگرم بوده که نشان می‌دهد ساختار صادراتی کشور همچنان خام‌محور است.

مدنی با تأکید بر ضرورت تغییر نگاه به واردات گفت: متأسفانه واردات در ادبیات اقتصادی کشور به یک مفهوم منفی تبدیل شده، در حالی که واردات سه کارکرد حیاتی دارد؛ نخست واردات کالاهایی که امکان تولید داخلی ندارند، دوم واردات برای تولید و صادرات مجدد با ارزش افزوده و سوم صادرات مجدد که نمونه موفق آن کشور امارات است که با کارمزدهای کوچک از گردش مالی بزرگ، درآمد ارزی قابل توجهی ایجاد کرده است. وی با اشاره به اهمیت لجستیک، ترانزیت و بیمه تأکید کرد: ایران بدون حل چالش‌های حمل‌ونقل، ترانزیت و پوشش‌های بیمه‌ای، نمی‌تواند سهم خود را در تجارت منطقه‌ای و جهانی افزایش دهد. رئیس اندیشکده حکمرانی هوشمند، طراحی «اطلس تجارت ایران» را گامی ضروری برای خروج از وضعیت فعلی و بازگشت ایران به جایگاه واقعی خود در تجارت جهانی عنوان کرد.

سید طه حسین مدنی عضو هیئت مدیره سازمان ملی کارآفرینی هم در این نشست با بیان اینکه ما نیاز به راه‌حلی برای نجات تجارت کشور از وضعیت کنونی هستیم، گفت: همه می‌دانیم که ترانزیت، داده و ... مهم است اما چرا وضعیت کنونی ما این گونه است. وی افزود: چه کسی باید پاسخگوی این وضعیت باشد. وزارت اقتصاد که متولی اقتصاد کشور است نه جواب دارد و نه راهکار. وزارت راه هم پاسخی برای این وضعیت ندارد.

ایران فقط در سه کشور آفریقایی رایزن اقتصادی دارد

مسعود برهمن رئیس اتاق مشترک ایران و آفریقا هم در این نشست گفت: در راستای توسعه روابط و تقویت تجارت، صندوق ضمانت صادرات با حدود ۳



در نخستین نشست تخصصی «اطلس تجارت ایران» که به مناسبت هفته پژوهش و با حضور صاحب‌نظران حوزه‌های تجارت، ترانزیت و بیمه در اتاق ایران برگزار شد، کارشناسان با اشاره به سهم ناچیز ایران از تجارت جهانی و فرصت‌های ازدست‌رفته در بازارهای منطقه‌ای، بر ضرورت طراحی نقشه‌راه جامع، رفع چالش‌های لجستیکی و بیمه‌ای، و تقویت دیپلماسی اقتصادی برای خروج از وضعیت فعلی تأکید کردند.

سید طه حسین مدنی رئیس اندیشکده حکمرانی هوشمند، در این نشست با اشاره به جایگاه ایران در تجارت جهانی اظهار کرد: سهم ایران از تجارت جهانی با وجود همه ظرفیت‌ها، حدود ۳۷ صدم درصد است، در حالی که این عدد باید دست‌کم به یک درصد برسد. وی با اشاره به وضعیت تجارت با کشورهای همسایه گفت: مجموع حجم تجارت ۱۵ کشور همسایه ایران حدود ۱۲۰۰ میلیارد دلار است، اما صادرات ایران به این کشورها تنها نزدیک به ۱۵ میلیارد دلار بوده؛ این در حالی است که در بازار کشورهای همسایه، ایران با کمترین چالش‌های ارزی، تحریمی و لجستیکی مواجه است.

مدنی با استناد به آمارهای بین‌المللی گفت: حجم تجارت کالایی عراق حدود ۱۶۲ میلیارد دلار، کویت ۱۱۴ میلیارد دلار و عمان بیش از ۱۰۶ میلیارد دلار است. ترکیه نیز با وجود تراز تجاری منفی ۸۲ میلیارد دلاری، از طریق صادرات خدمات به‌ویژه در حوزه گردشگری، تنها در سال ۲۰۲۴ بیش از ۶۱ میلیارد دلار درآمد ارزی داشته و کسری تجاری خود را جبران کرده است. وی افزود: روسیه با حجم تجارت ۶۱۲ میلیارد دلاری و تراز مثبت بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار و همچنین قاره آفریقا با بیش از ۱۲۰۰ میلیارد دلار تجارت کالایی، نمونه‌هایی از بازارهایی هستند که ایران می‌توانست نقش بسیار پررنگ‌تری در آنها ایفا کند، اما عملاً از آنها غافل مانده است.

آقاجانی افزود: متأسفانه تعداد زیادی از تاجر از این موضوع اطلاع ندارند و کالا وارداتی یا صادراتی خود را پیش از ورود به محوطه گمرکات یا بنادر بیمه نمی‌کنند. در این صورت وقتی کالا به محوطه گمرکات و بنادر می‌رسد، تاجر مشمول پرداخت حق بیمه کلانی تحت عنوان بیمه‌نامه محلی می‌شود که به ازای هر ماه توقف کالا در گمرکات یا بنادر تاجر باید هفت دهم در هزار، حق بیمه پرداخت کند. یعنی به ازای هر یک میلیارد تومان بار، باید ۷۰۰ هزار تومان حق بیمه پرداخت کند. این رقم در ماه دوم دو برابر و در ماه سوم سه برابر می‌شود. در صورتی که اگر کالا پیش از رسیدن به محوطه بیمه شده باشد حق بیمه خیلی کمتر از حق بیمه محلی خواهد بود.

این کارشناس بیمه باربری با اشاره به خطرات عدم بیمه کالا، گفت: در همین حادثه اردیبهشت‌ماه بندر شهید رجایی متوجه شدیم که بیش از ۴۰۰۰ میلیارد تومان کالا از بین رفت که بیمه‌نامه باربری نداشت و تاجران متضرر شدند. این وضعیت باعث اختلاف بین بیمه‌گران و تاجر شده است. بنابراین با دوره‌های آموزشی برای تاجر می‌توان بسیاری از این مسائل را رفع کرد.

وی با تأکید بر ضرورت آموزش بیمه کالا به تاجر گفت: امروز در ایران امکان صدور بیمه‌نامه برای کالاهای صادراتی، وارداتی و حتی ترانزیت وجود دارد. موضوع مهم دیگری که تاجر باید در مورد آن آموزش ببیند؛ انتخاب کلوز (Clause) است. ممکن است یک تاجر به دلیل عدم آگاهی، کلوزی را انتخاب کند که با شرایط بار و مسیر آن تناسب نداشته باشد. مثلاً در مورد بارهای مسیر آفریقا، اگر بار از خلیج عدن عبور کند با خطر حمله دزدان دریایی مواجه است و با توجه به آن باید کلوزی انتخاب شود که این خطر را تحت پوشش قرار دهد.

آقاجانی افزود: یکی دیگر از موارد مهم اعلام شرایط کشتی است. مثلاً اکنون به دلیل تحریم‌ها، کشتی‌هایی به سمت ایران می‌آیند که یا فرسوده هستند یا کلوز طبقه‌بندی کشتی که در تمام دنیا رایج است را ندارند. بیمه‌گذار باید این شرایط را به بیمه‌گر اطلاع دهد و در قبال آن حق بیمه ناچیزی پرداخت کند اما اگر این شرایط را اطلاع ندهد و اتفاقی برای کشتی رخ دهد؛ مبلغ زیادی از خسارت کسر خواهد شد. این موضوع هم می‌تواند به اختلاف منجر شود در صورتی که با آموزش می‌توان از بروز چنین اختلافاتی جلوگیری کرد.

بازنده نبرد کریدورها بوده‌ایم

فریبرز محمدی رئیس دفتر امور زیربنایی و تولیدی مرکز ارزیابی و نظارت راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام هم در این نشست با اشاره به اهمیت اقتصاد دریامحور و سهم آن در اقتصاد کشور، گفت: دریا می‌توانست در تولید ناخالص داخلی ما سهم بسیار بالایی داشته باشد اما امروز سهم بسیار ناچیزی دارد. متأسفانه چالش‌هایی وجود داشته که نتوانسته‌ایم به هدف نهایی در این بخش برسیم. محمدی تصریح کرد: چالش‌هایی چون عدم توازن بین

میلیارد دلار از سرمایه‌گذاری ایرانیان در قاره آفریقا حمایت می‌کند. همچنین صندوق توسعه ملی حدود ۲ میلیارد یورو پشتیبانی از طرح‌های استارت‌آپ-کارآفرینی در حوزه توسعه تجارت انجام می‌دهد. وی افزود: آفریقا با جمعیت بزرگ و بازار گسترده، فرصت‌های قابل توجهی در زمینه کالا، خدمات فنی-مهندسی و سرمایه‌گذاری دارد، اما در این عرصه نیازمند زیرساخت‌ها، سیاست‌گذاری و حمایت دولتی هستیم.

رئیس اتاق مشترک ایران و آفریقا با انتقاد از فقدان نقشه راه تجارت اظهار کرد: در بازار صادراتی تا کنون با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستیم که باید بازارها و وضعیت تجارت کشورها را به صورت نظام‌مند رصد کنیم. وی ادامه داد: سازمان توسعه تجارت، معاونت دیپلماسی اقتصادی و اتاق بازرگانی ایران باید با مشارکت بخش خصوصی هوشمندسازی را تقویت کنند و نقشه راه اجرایی با حضور نمایندگان بخش خصوصی و دولت ارائه شود تا از اقتصاد جزیره‌ای جلوگیری شود.

برهمین عنوان کرد: باید نقشه راه مشترکی برای حرکت به سمت بازارهای هدف از جمله آفریقا ترسیم شود چرا که آفریقا به عنوان بازار آینده با جمعیت حدود یک میلیارد و ۴۵۰ میلیون نفر، فرصت‌های کالا و خدمات فنی-مهندسی مهمی دارد. وی تأکید کرد: اقتصاد منطقه‌ای و روابط با همسایگان نشان می‌دهد که تنها با حضور کشورهایی مثل عراق و سایر همسایگان نمی‌توان نتیجه مطلوب گرفت؛ نیازمند راهبردهای روشن و پشتیبانی دولت برای توسعه بازارهای تجارتی هستیم.

رئیس اتاق مشترک ایران و آفریقا خاطرنشان کرد: نیازمند تقویت ظرفیت‌های صادراتی به صورت حرفه‌ای و مستقل از هیجان‌های کوتاه‌مدت هستیم، از این رو ایجاد نقشه راه صادراتی حرفه‌ای به جای رویکردهای هیجانی و کوتاه‌مدت، با بررسی دقیق بازارها، مسیرهای ورود به بازارهای جهانی به‌ویژه آفریقا را فراهم می‌کند. وی به نقش رایزنان در توسعه تجارت ایران تأکید کرد و گفت: کشورهایی مانند ترکیه در آفریقا ۴۴ رایزن بازرگانی دارند این در حالی است که ایران تنها سه رایزن فعال فعال دارد. در همین راستا نیازمند بهره‌مندی از ابزار دیپلماسی اقتصادی هستیم. برهمین عنوان کرد: باید تجارت خود را با کشورهای همسایه، آفریقا و سایر بازارهای نوظهور افزایش بدهیم.

در انفجار بندر شهید رجایی ۴۰۰۰ میلیارد تومان کالای بدون بیمه از بین رفت

علیرضا آقاجانی دبیر کارگروه بیمه‌های باربری سندیکای بیمه‌گران ایران هم در این نشست گفت: براساس قوانین کشور، تمام کالاهایی وارداتی و صادراتی باید الزاماً پیش از رسیدن کالا به محوطه گمرکات یا بنادر، توسط یکی از شرکت‌های ایرانی بیمه شود. این یعنی اخذ بیمه‌نامه باربری برای تمام کالاهای وارداتی و صادراتی اجباری است.

بنادر و پسرکرانه‌ها، تحریم‌ها و ضعف تعاملات بین‌المللی باعث شده ایران از فرصت‌های منطقه‌ای و حتی ۱۵ کشور همسایه هم استفاده خوبی نکند. وی با بیان اینکه نگاه ما به دریا توسعه‌ای نبوده است، گفت: دریا یک ظرفیت است و ایران به‌خوبی از مزیت آن برخوردار است اما نتوانسته از آن برای تبدیل شدن به یک قدرت اقتصادی پایدار استفاده کند.

رئیس دفتر امور زیربنایی و تولیدی مرکز ارزیابی و نظارت راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام در ادامه بیان کرد: ایران از ظرفیت خوبی در این بخش برخوردار است اما فقط داشتن ظرفیت ملاک نیست. مسئله اصلی ایران در اقتصاد دریا در واقع اتصال، اولویت و تصمیم است. ما در این سه مقوله دچار نقص و ابهام هستیم و گرته جغرافیای ما برای بهره‌مندی از دریا کاملاً مهیا است.

محمدی خاطرنشان کرد: ایران طی سال‌های اخیر در ترانزیت به گزینه‌های دوم و سوم تبدیل شده است. مزیت‌های جغرافیایی بدون اتصال موثر بلااستفاده خواهد ماند و اگر این اتصال تقویت نشود به راحتی از کنار ما عبور خواهند کرد. همین الان هم ما در جنگ کربدورها باخته‌ایم. وی گفت: این وضعیت برای ما سالانه نزدیک به ۷ میلیارد دلار هزینه فرصت از دست رفته به دنبال داشته است. در صورتی که جلوگیری از این زیان می‌توانست ما را از تنگنا خارج کند. محمدی خاطرنشان کرد: یکی از مشکلات اصلی ما این است که با هزینه بالا، تعداد زیادی بندر احداث کرده‌ایم و این بنادر جدا از اینکه از نسل به‌روزی نیستند؛ امروز خود به‌گلگاه تبدیل شده‌اند.

وی به آمارهای مربوط به ظرفیت ترانزیت کشور هم اشاره و اعلام کرد: ظرفیت اسمی ترانزیت ریلی، جاده‌ای و دریایی کشور تا ۲۰۰ میلیون تن هم عنوان شده است. جدا از این با همین ظرفیت‌ها و زیرساخت‌های کنونی می‌توان تا ۳۰ میلیون تن ترانزیت داشت اما عملکرد واقعی کشور به ۱۰ میلیون تن هم نرسیده است. ما در این بخش نتوانسته‌ایم تقاضای موثری ایجاد کنیم. حتی روسیه هم بار ترانزیتی خود را به ما نمی‌دهد. محمدی با بیان اینکه کشورهای حاشیه خلیج فارس به هاب و الگو تبدیل شده‌اند، گفت: اما متأسفانه بهترین بندر ما کارکرد اصلی خود را از دست داده و در حال تبدیل شدن به انبار است. عملکرد جزیره‌ای و تعدد دستگاه‌های متولی یکی از موانع اصلی است که باید با تعیین متولی مشخص و رفع گلگاه‌ها رفع شود.

ایران در میان ۱۳۰ کشور، رتبه ۱۲۳ شاخص عملکرد لجستیک را کسب کرده است

حامد رضا حیدری کارشناس حوزه ترانزیت هم در این نشست با اشاره به آمارهای ۲۰ ساله مربوط به ترانزیت کشور، گفت: از سال ۱۳۸۳ تا سال ۱۴۰۳، رشد ترانزیت ریلی کشور تقریباً ثابت و ترانزیت جاده‌ای طبق آمار وزارت راه و شهرسازی از ۳،۴۳ میلیون تن به ۱۷،۴۶ میلیون تن رسیده است. حیدری با بیان اینکه رفتار کل ترانزیت کشور تابعی از ترانزیت جاده‌ای است،

افزود: این موضوع با سیاست‌های کلان کشور که بر افزایش سهم ریلی تأکید دارد در تناقض است. وی در ادامه خاطرنشان کرد: بخش زیادی از ترانزیت کشور به ترانزیت نفت و مشتقات نفتی هم وابسته است. در سال ۱۳۹۹ که بخشنامه خلق الساعه ممنوعیت ترانزیت نفت و مشتقات نفتی صادر شد، ترانزیت کشور نزدیک به ۲ میلیون تن کاهش پیدا کرد.

حیدری افزود: میانگین ترانزیت کشور در ۲۰ سال گذشته ۹،۸ میلیون تن بوده است. البته سال ۱۴۰۳ به رقم نزدیک به ۲۰ میلیون تن نزدیک شدیم. سال گذشته سهم ترانزیت جاده‌ای ۸۸ درصد و ریلی ۱۲ درصد بود. این کارشناس حمل‌ونقل با بیان اینکه موضوع ترانزیت در سیاست‌های کلی نظام و اسناد بالادستی دیده شده و مدنظر مقام معظم رهبری هم بوده است، گفت: طبق برنامه هفتم ما باید به ۴۰ میلیون تن ترانزیت برسیم. هدف سال اول برنامه ۱۶ میلیون تن هدف‌گذاری شده بود که به رقم ۲۰ میلیون تن رسیدیم. وی ادامه داد: ما زیرساخت‌ها و نرم‌افزار لازم برای رسیدن به ۳۰ میلیون تن ترانزیت را داریم اما با مشکل مغزافزار و حکمرانی در حوزه ترانزیت و خطای ذهنی در فهم ترانزیت مواجه هستیم و برخی فکر می‌کنند باید فقط زیرساخت را توسعه دهیم.

حیدری افزود: عراق با پروژه راه توسعه به دنبال انتقال ۱۰۰ میلیون تن بار ترانزیتی از طریق ۱۹۰۰ کیلومتر راه‌آهن تا سال ۲۰۲۸ است و نزدیک به ۱۹ میلیارد دلار سرمایه برای آن جذب کرده است. سوال اینجاست که ما از شبکه بزرگ راه‌آهن کشور برای ترانزیت چه استفاده‌ای کرده‌ایم؟ ما مدام به دنبال گسترش شبکه بوده‌ایم و این همان خطای راهبردی در فهم ترانزیت است. وی با تأکید بر نقش بخش خصوصی در رسیدن به هدف ۴۰ میلیون تنی برنامه هفتم توسعه در ترانزیت کشور، گفت: با وجود این اهمیت اما در حوزه قوانین از جمله سند برنامه ملی ترانزیت که اخیراً تصویب شد بخش خصوصی به‌عنوان بانک یا کیف پول دیده شده و شریک راهبردی در نظر گرفته نشده است. بخش خصوصی در فرآیند این سند جایی نداشته است. این ناشی از خطای ذهنی در فهم و حکمرانی ترانزیت بوده است. وی تصریح کرد: تحریم‌ها هیچ تأثیری در دستیابی به هدف ۴۰ میلیون تن ترانزیت در سال ندارد و اگر این رقم تا پایان برنامه هفتم محقق نشود، بیشتر به دلیل عدم هماهنگی داخلی خواهد بود. البته برای ارقام ۵۰ میلیون تن به بالا، تحریم می‌تواند اثرگذار باشد.

حیدری افزود: رتبه ایران در شاخص عملکرد لجستیک از میان بیش از ۱۳۰ کشور جهان به رقم ۱۲۳ تنزل پیدا کرده و در کنار کشورهایی چون سوریه و افغانستان قرار گرفته است و کشورهای همسایه در رتبه‌های به‌مراتب بالاتری قرار گرفته‌اند. ما در سال ۲۰۱۸ در رتبه ۶۵ قرار داشتیم. صف کامیون‌ها در پایانه‌های مرزی به‌خوبی گویای این رتبه است. وی در پایان گفت: کریدور شمال جنوب برای روسیه به یک اجبار تبدیل شده است. چین هم با توجه به تهدید کریدور ترامپ، اجباراً باید به سمت کریدور ایران بیاید.

تعلیق کنترل‌های مرتبط با تخصیص ارز در ارسال اطلاعات ثبت سفارش به گمرک



تخصیص ارز یا برخورداری از حداقل یک ردیف تخصیص ارز معتبر بود. همچنین، در مورد کالاهای اولویت ۲۶، ارسال ثبت سفارش به گمرک و امکان اظهار کالا صرفاً در صورت صدور تخصیص ارز معتبر از سوی بانک مرکزی امکان‌پذیر می‌گردد.

عضو هیئت نمایندگان اتاق ایران اظهار داشت: با صدور بخشنامه اخیر سازمان توسعه تجارت، تمامی موانع و شروط پیش‌گفته، از جمله لزوم تخصیص ارز، قرار گرفتن در صف تخصیص و رعایت مواعد مقرر برای ارسال اطلاعات ثبت سفارش به گمرک جهت امکان اظهار کالا، رفع گردیده است و این امر می‌تواند سبب تسریع در انجام تشریفات گمرکی شده و مدت زمان ترخیص کالا را کاهش دهد.

رئیس کمیسیون گمرک اتاق ایران تصریح کرد: در رویه واردات در مقابل صادرات خود، به دلیل تفاوت رویه و نبود صف تخصیص، امکان اظهار کالا به گمرک کماکان منوط به ارائه کد رهگیری بانک است. او تأکید کرد: به رغم تفاسیر و استنباط‌های مختلف، این بخشنامه هیچ ارتباطی با تعلیق بهینه‌سازی، شرایط استثنا و تأیید پرونده‌های در صف تخصیص و... ندارد و فقط بر اساس دستورالعمل اخیر، کلیه محدودیت‌ها و الزامات پیشین مرتبط با ارسال اطلاعات ثبت سفارش به گمرک برای امکان اظهار کالا حذف شده و انجام این فرآیند بدون نیاز به شرایط سابق، از جمله تخصیص ارز یا قرار گرفتن در صف تخصیص، امکان‌پذیر شده است. همچنین، این بخشنامه به معنای اجازه ترخیص کالا بدون تخصیص، تأمین یا ثبت اطلاعات منشأ ارز، بر خلاف قوانین و مقررات جاری و یا موارد مستثنی‌شده مطابق مصوبات شورای عالی امنیت ملی نیست.

رئیس کمیسیون گمرک اتاق ایران اعلام کرد: با پیگیری‌های شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی و بر اساس بخشنامه سازمان توسعه تجارت در راستای رفع موانع تجاری و تسریع در فرایند ثبت سفارش کالا، تمامی کنترل‌های مربوط به تخصیص ارز از جمله قرارگیری در صف تخصیص یا احراز وجود تخصیص ارز در مرحله ارسال اطلاعات به گمرک در سامانه جامع تجارت متوقف شده است.

محمدرضا فاروقی توضیح داد: شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی با همکاری کمیسیون گمرک اتاق ایران و بر اساس بررسی‌های همه‌جانبه با رعایت محدودیت‌ها و ملاحظات دولت و بانک مرکزی و با توجه به دغدغه‌های اعلام‌شده از سوی صاحبان کالا، فهرستی از اقدامات اجرایی را که می‌تواند در کوتاه‌مدت و میان‌مدت در رفع بخش قابل‌توجهی از مشکلات مرتبط با رسوب کالا و طولانی‌شدن فرآیند ترخیص مؤثر باشد، تهیه و در یکصد و سی‌ودومین جلسه شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی با عنوان «بررسی علل و پیامدهای رسوب کالا در گمرکات کشور و ارائه بسته راهکارهای عملیاتی برای رفع آن» به تصویب رسانده است.

این فعال اقتصادی افزود: از جمله مصوبات جلسه یادشده که با هدف تسهیل و تسریع در انجام تشریفات گمرکی، کاهش رسوب کالا در بنادر و گمرکات و بهبود جریان ورود اقلام ضروری و مورد نیاز کشور تدوین شده است، حذف محدودیت‌هایی است که پیش‌تر بر ارسال اطلاعات ثبت سفارش در خصوص برخی اولویت‌های کالایی اعمال می‌گردید.

او خاطرنشان کرد: امکان اظهار کالاهای وارداتی تا پیش از دریافت کد تخصیص ارز در وهله نخست به‌منظور شروع تشریفات گمرکی و اخذ مجوزهای لازم و یا امکان بهره‌مندی از تسهیلات مقرر در مصوبات شعام (اعم از ترخیص درصدی یا حداقل اسناد)، منوط به ارسال اطلاعات ثبت سفارش به گمرک است. بر اساس رویه سابق و به موجب دستورالعمل پیشین سازمان توسعه تجارت، در اولویت‌های ۱ و ۲۱، ثبت سفارش بدون نیاز به تخصیص ارز به گمرک ارسال می‌شد. در خصوص اولویت‌های ۲۲ تا ۲۵ نیز ارسال ثبت سفارش و امکان اظهار کالا منوط به سپری‌شدن حداقل هفت روز در صف

بازار کار ایران و بیداد فقر مهارتی! ع خسارت فقر مهارتی برای اقتصاد کشور



هزینه‌های پنهانی همچون خرابی ماشین‌آلات، مصرف بی‌رویه مواد، دوباره‌کاری و توقف خطوط تولید را نیز افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، در اقتصاد دانش‌بنیان که امروز محور رقابت جهانی است، فاصله مهارتی نیروی کار ایران با استانداردهای جهانی بسیار گسترده است. به همین دلیل، بسیاری از شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها برای جذب نیروی متخصص با مشکل مواجه‌اند و رشدی که باید از این بخش انتظار برود، محقق نمی‌شود.

در بازارهای جهانی، رقابت تنها بر سر قیمت نیست. کیفیت، سرعت و نوآوری نقش اصلی را دارند. زمانی که نیروی کار فاقد مهارت باشد، هیچ بنگاهی نمی‌تواند محصول یا خدمتی ارائه دهد که در سطح بین‌المللی قابل قبول باشد. نتیجه آنکه اقتصاد کشور از حضور مؤثر در تجارت جهانی بازمی‌ماند و وابستگی به صنایع خام‌محور بیشتر می‌شود. بنابراین، فقر مهارتی نه تنها بهره‌وری داخلی را کاهش می‌دهد بلکه مستقیماً توان رقابت‌پذیری کشور را نیز تضعیف می‌کند.

۲- تشدید بیکاری، ناپایداری شغلی و از بین رفتن فرصت‌های شغلی نو

فقر مهارتی یکی از مهم‌ترین دلایل بیکاری ساختاری در ایران است. درحالی‌که بسیاری از جوانان و فارغ‌التحصیلان به دنبال شغل هستند، بخش قابل‌توجهی از کارفرمایان نیز اعلام می‌کنند که نیروی کار مورد نیاز خود را پیدا نمی‌کنند. این شکاف عمیق میان عرضه و تقاضای نیروی کار، ریشه در ضعف مهارتی دارد.

به تازگی شاهد انتشار یک آمار قابل‌تأمل در مورد وضعیت نیروی کار در ایران بوده‌ایم. ماجرا از این قرار است که «فاطمه منصوری»، معاون پژوهش، برنامه‌ریزی و سنجش مهارت سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور در جریان یک گفتگو به این موضوع اشاره کرده که فقر مهارتی و کمبود نیروی کار ماهر، از جمله مهم‌ترین مشکلات پیش روی بنگاه‌های اقتصادی ایران هستند. وی به طور خاص گفته است که ۷۰ درصد از نیروی کار کشور برای ورود موثر به بازار کار و یا ارتقای شغلی، نیازمند آموزش‌های مهارتی هستند و با کمبود در این حوزه دست به گریبان می‌باشند.

وقتی این آمار را در کنار داده‌های مرکز آمار ایران قرار می‌دهیم که می‌گوید در وضعیت کنونی سهم فارغ‌التحصیلان دانشگاهی از جمعیت بیکار کشور به ۴۰ درصد رسیده یا مثلاً هشدار بسیاری از صاحب‌نظران نسبت به افزایش جمعیت طبقه NEET در ایران (طبقه‌ای که نه به دنبال تحصیلات، نه آموزش و نه شغل هستند) را مدنظر قرار می‌دهیم، بیش از پیش مسئله ضرورت ارتقای مهارت افراد و به‌ویژه آن‌هایی که در سن فعالیت اقتصادی قرار دارند، برجسته می‌شود.

با این همه، باید این موضوع را نیز مد نظر داشته باشیم که افزایش فقر مهارتی در میان جمعیت فعال اقتصادی کشور، در نوع خود با ۴ خسارت مهم نیز همراه است که توجه به آن‌ها ضروری است.

۱- افت شدید بهره‌وری و کاهش توان رقابت‌پذیری اقتصاد

بهره‌وری، اساس توسعه اقتصادی است و در کشورهای مختلف جهان، سرمایه‌گذاری روی مهارت نیروی انسانی مهم‌ترین دلیل رشد پایدار به شمار می‌رود. اما در ایران، فقر مهارتی گسترده باعث شده که بهره‌وری نیروی کار در وضعیت نامطلوب و حتی گاه رو به افول باشد. بخش بزرگی از نیروی کار، چه در صنایع سنتی و چه در صنایع نوین، از توانایی لازم برای انجام وظایف تخصصی یا استفاده از فناوری‌های جدید برخوردار نیست.

در صنایع تولیدی، فقدان مهارت باعث اتلاف منابع، کاهش سرعت کار، افزایش خطا و کاهش کیفیت محصول می‌شود. یک کارگر یا تکنسین فاقد مهارت لازم، تنها تولید را کند نمی‌کند، بلکه

و ناامنی شغلی پیوند می‌خورد. خانوارهایی که اعضای آنها فاقد مهارت هستند، معمولاً در دام فقر باقی می‌مانند و امکان ارتقای اقتصادی برایشان دشوار است. این وضعیت موجب شکل‌گیری چرخه فقر بین‌نسلی می‌شود. زیرا خانواده‌های کم‌درآمد توانایی سرمایه‌گذاری در حوزه آموزش فرزندان خود را هم ندارند و در نتیجه، فقر مهارتی از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود. در نهایت، دولت نیز متضرر می‌شود. زیرا باید هزینه بیشتری برای ایجاد اشتغال، ارائه خدمات حمایتی، بیمه بیکاری و برنامه‌های آموزشی صرف کند. این هزینه‌ها در شرایط محدودیت منابع مالی دولت، فشار مضاعفی به بودجه عمومی وارد می‌کنند.

۴- تضعیف نوآوری، کاهش کیفیت سرمایه انسانی و تأخیر در گذار به اقتصاد مدرن

اقتصاد مدرن بر مهارت استوار است. کشورهایی که سرمایه انسانی قوی دارند، می‌توانند با سرعت بیشتری وارد حوزه‌های نو، فناوری‌های پیشرفته و تولید دانش‌بنیان شوند. اما فقر مهارتی گسترده در ایران موجب شده که اقتصاد کشور با سرعتی بسیار کمتر از جهان حرکت کند و در بسیاری از موارد کاملاً از تحولات جهانی عقب بماند.

نوآوری زمانی شکل می‌گیرد که نیروی کار علاوه بر مهارت‌های تخصصی، توانایی تحلیل، حل مسئله، تفکر خلاق و کار تیمی داشته باشد. اما فقر مهارتی باعث می‌شود نیروی کار، بیشتر وظایف تکراری و سنتی را انجام دهد و امکان خلاقیت و نوآوری کاهش یابد. نتیجه آنکه بسیاری از صنایع ایرانی توان صعود به زنجیره ارزش جهانی را ندارند و در پایین‌ترین سطوح تولید باقی می‌مانند. این وضعیت، گذار ایران به اقتصاد دیجیتال و دانش‌بنیان را نیز به تأخیر انداخته است. بسیاری از کشورهای جهان، با تکیه بر مهارت‌های جدید مانند برنامه‌نویسی، تحلیل داده، هوش مصنوعی و اقتصاد خلاق، توانسته‌اند رشد سریع و پایدار ایجاد کنند. اما در ایران، سهم مشاغل مهارت‌محور نسبت به میانگین جهانی بسیار پایین‌تر است.

فقر مهارتی همچنین مهاجرت نخبگان را تشدید می‌کند. وقتی فضای کاری داخل کشور از نظر مهارتی رشد نکرده و صنعتی پویا شکل نگرفته باشد، متخصصان و نیروهای توانمند ترجیح می‌دهند به کشورهای مهاجرت کنند که ارزش بیشتری برای مهارت و تخصص آنها قائل هستند. این مهاجرت، سرمایه انسانی ارزشمند کشور را کاهش می‌دهد و روند توسعه را کندتر می‌کند.

منبع: فرارو

افرادی که مهارت کافی ندارند، یا نمی‌توانند وارد بازار کار شوند، یا اگر وارد شوند، نمی‌توانند در شغل خود ماندگار بمانند. ناپایداری شغلی یکی از پیامدهای مستقیم این پدیده است. کارگری که فاقد دانش فنی لازم برای کار با دستگاه‌های صنعتی است، دائماً در حال اشتباه و نیازمند آموزش مجدد است و نهایتاً کارفرما مجبور می‌شود او را جایگزین کند. در بخش خدمات نیز همین وضعیت برقرار است. کارمندی که مهارت‌های ارتباطی، فناوری اطلاعات یا زبان نمی‌داند، نمی‌تواند در محیط‌های رقابتی دوام بیاورد.

از سوی دیگر، فقر مهارتی باعث از بین رفتن فرصت‌های شغلی جدید می‌شود. بسیاری از صنایع نوظهور مانند فناوری اطلاعات، انرژی‌های نو، رباتیک، تحلیل داده، امنیت سایبری و گردشگری تخصصی، نیازمند نیروی آموزش‌دیده و ماهر هستند. اما به دلیل کمبود چنین نیرویی، این صنایع یا رشد نمی‌کنند، یا با ظرفیت پایین فعالیت می‌کنند. نتیجه آنکه ایران بخش مهمی از فرصت‌های اشتغال آینده را از دست می‌دهد و فشار بیکاری بیش از پیش بر دوش نسل جوان می‌افتد.

اضافه بر این‌ها، وقتی نیروی کار بی‌مهارت، فراوان و در دسترس باشد، انگیزه‌ای برای بنگاه‌ها جهت سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری‌های نو باقی نمی‌ماند و چرخه عقب‌ماندگی تکمیل می‌شود. فقر مهارتی در این نقطه نه فقط آسیب فردی، بلکه آسیبی ساختاری برای اقتصاد کشور است.

۳- افزایش هزینه‌های اقتصادی و اجتماعی برای دولت، بنگاه‌ها و خانوارها

فقر مهارتی تنها یک مشکل در سطح محیط کار نیست. پیامدهای گسترده آن اقتصاد ملی را نیز دچار هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم می‌کند. نخستین هزینه، هزینه‌های آموزش مجدد است. بنگاه‌های اقتصادی مجبورند زمان و منابع مالی قابل‌توجهی را صرف آموزش نیروی کار کنند. آن هم درحالی‌که بسیاری از افراد پس از آموزش، سازمان را ترک می‌کنند. این روند هزینه‌های ثابت بنگاه‌ها را بالا می‌برد و سودآوری آنها را کاهش می‌دهد.

از سوی دیگر، اشتباهات ناشی از کمبود مهارت هزینه‌های زیادی ایجاد می‌کند. خرابی دستگاه‌ها، توقف تولید، هدررفت مواد اولیه، نارضایتی مشتریان، کاهش کیفیت محصول و حتی حوادث کاری، نمودهای عینی این مسئله هستند. برآورد می‌شود که بخش مهمی از حوادث کار در کشور ناشی از آموزش ناکافی است. این حوادث هزینه‌های سنگینی بر سیستم درمانی، بیمه‌ها و خانواده‌ها تحمیل می‌کند.

در سطح اجتماعی، فقر مهارتی با افزایش بیکاری، کاهش درآمد



چرا نرخ تورم سنگاپور یک درصد است؟

دکتر محمود سریع القلم استاد دانشگاه شهید بهشتی

که در سیاست‌های اقتصادی و به‌خصوص بانکداری از شفاف‌ترین‌های جهانی است، مورد وثوق بهترین بنگاه‌های تولیدی و فناوری است، به طوری که در سال ۲۰۲۵ حدود ۵۶ میلیارد دلار FDI (سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی) جذب کرده است.

ژاپن، چین، آمریکا و هلند از جمله سرمایه‌گذاران هستند. در سال ۱۹۶۵، سنگاپور ۹۹ هزار نفر بازدیدکننده (توریست) داشت. این عدد در سال ۲۰۲۴ به ۱۶٫۵ میلیون نفر افزایش یافته که درآمدی معادل ۲۲٫۴ میلیارد دلار برای سنگاپور به وجود آورده است. پیش‌بینی می‌شود تولید ناخالص داخلی (GDP) سنگاپور در سال ۲۰۲۶ به ۵۷۳ میلیارد دلار برسد.

اعتبار پاسپورت سنگاپور در سال ۲۰۲۵، رتبه اول جهانی است. آیا این موفقیت حکومت و مردم سنگاپور تصادفی است؟ سنگاپور چگونه در دوره زمانی به طول حدود نیم قرن، از یک جزیره عقب‌مانده به یک Hub جهانی در صنعت، فناوری، تحقیقات علمی، شفافیت، محیط‌زیست سالم و حتی جامعه‌ای سالم، راستگو، خوش‌قول و قابل‌اتکا تبدیل شده است؟ برای پاسخ به این پرسش نیازی به متوسل شدن به ۵۰ متغیر نیست. ریشه متحول شدن سنگاپور در دو متغیر است: اول، ماهیت و پایگاه اجتماعی حکومت و دوم، ماهیت تصمیم‌گیری‌های حکومت.

پایگاه اجتماعی حکومت سنگاپور، افراد توانا، متخصص، با تحصیلات کیفی و با ظرفیت رقابتی است. هر کسی که توانمند

دلار بود (تاریخ تاسیس کشور: ۱۹۶۵). امروز درآمد سرانه این کشور ۶۶ هزار دلار است. در دهه ۱۹۶۰، سنگاپور حتی به اندازه کافی، آب آشامیدنی نداشت. نه ساختار عمرانی داشت و نه منابع طبیعی. در حال حاضر ۳۰۰۰ شرکت خارجی در سنگاپور تولید می‌کنند. امید به زندگی در این کشور ۸۷٫۳ سال است که جزء بالاترین‌ها در جهان است. بندر سنگاپور، پردرآمدترین بندر جهانی است. دولت سنگاپور، تمام اقشار جامعه را مکلف کرده تا مرتب «مهارت‌های» خود را ارتقا بخشند و از طریق برنامه‌ای با عنوان Skillsfuture این تشخیص را داده که توانمندی، توسعه را به ارمغان می‌آورد. مهم‌ترین موضوع برای حکمرانان سنگاپور جهت حفظ موقعیت ممتاز کشورشان و بهبود و ارتقای تدریجی آن، تسهیل ورود بهترین‌ها به آموزش عالی و دانشگاه‌هاست. در سنگاپور، افرادی به سطوح عالی تدریس و تحقیق دست می‌یابند که طبق ضوابط سختی، توانمندی خود را به اثبات رسانده‌اند. رقابت در این کشور مبنای رشد است. حکومت معتقد است ارتقای سطح مهارت و دانش مردم، مهم‌ترین تصمیم اوست. رابرت لوکاس اقتصاددان معتقد است که دانش و مهارت، نوعی اثر جانبی مثبت (positive externality) است به این معنا که جامعه، بنگاه‌ها و مجموعه حکومت بدون آنکه هزینه کنند، از مهارت و دانش آحاد مردم بهره می‌برند. چون سنگاپور مهارت و توانایی را در مدیریت ارج می‌نهد و از جمله کشورهایی است

نرخ تورم کشور سنگاپور ۱٫۲ درصد است. این نتیجه ساختاری است که بهترین‌ها و توانمندترین‌های بانکداری، صنعت، IT، سیاست‌گذاری عمومی، محیط زیست، سیاست خارجی، آموزش و مدیریت را به وجود آورده‌اند. در این ساختار، بهترین‌ها و توانمندترین‌های سنگاپور توانسته‌اند کشوری را بنا کنند که این ویژگی‌ها را دارد: تولید ناخالص داخلی (GDP) برابر ۵۵۰ میلیارد دلار با مساحت ۷۳۵ کیلومترمربع و شش میلیون نفر جمعیت.

بر اساس رتبه‌بندی سرمایه انسانی کشورها (Global Ranking on Human Capital Index) سنگاپور با کسب شاخص ۰٫۸۸ از یک، بهترین رتبه جهانی را دارد. ۴۰ درصد تولید آن در تراشه متمرکز شده است. ۵ درصد بهترین فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های سنگاپور، مدیران این کشور می‌شوند. طبق رتبه‌بندی Transparency International، سنگاپور رتبه چهارم جهانی در شفافیت مدیریتی است. در سال ۲۰۰۲، بانک جهانی، سنگاپور را یک کشور «توسعه‌یافته» قلمداد کرد. سنگاپور به‌صورت کمی و با وسواس قابل‌تأملی حدود ۱٫۶ میلیون نفر از بهترین‌های کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته جهت مدیریت و بازار کار را استخدام کرده است.

به این افراد توانا، باهوش، متخصص، کارآمد و حرفه‌ای، حقوق قابل‌توجه می‌دهند و در بدنه تصمیم‌گیری از آنها بهره می‌برند. در دهه ۱۹۶۰، درآمد سرانه سنگاپور ۳۲۰

می‌دهد. حکومت سنگاپور در دهه ۱۹۷۰ تشخیص داد که باید جذب سرمایه‌گذاری کند.

از این رو، هم ساختار عمرانی کارآمدی ایجاد کرد و هم بهترین مدیران را به کار گرفت تا سرمایه‌گذار خارجی بتواند هم احساس امنیت کند و هم سود کند و هم ثروت تولید کند. توجه به محیط‌زیست، سرمایه‌گذاری در آب، برق، انرژی، بنادر و از همه کلیدی‌تر آموزش و مهارت از قانونی‌ترین تصمیم‌گیری‌های حکومت سنگاپور است. سنگاپور در تصمیم‌سازی‌ها، عصاره جهان را از طریق افراد توانمند گرفته است و در فرایندها قرار می‌دهد. هر فردی بتواند سود کند و از سرمایه بهترین استفاده را کند، عقل معاش دارد و تعداد بیشتری از مردم را استخدام می‌کند و تولید ناخالص داخلی کشور را افزایش می‌دهد.

حکومت‌هایی به مردمشان خدمت می‌کنند که ساختار بسازند و عموم مردم را در فرآیند تولید ثروت با ظرفیت‌های مختلف به کار گیرند. همه جوامع و حکومت‌های پوپولیستی، اقتصاد ناسالم، سیاستی ناسالم

سنگاپور، طبقه متوسط را به حکمرانان تبدیل کرده و پایگاه حکومت را به آنان محول کرده است. طبقه متوسط به خاک تعلق دارد چون موجودیت و آینده خود را در آن خاک می‌بیند. وابستگی او به خاک نه از روی اخلاق بلکه به واسطه ساختاری است که به زندگی و کیفیت زندگی او معنا می‌بخشد. او در آن ساختار تولید می‌کند، به جامعه خدمت می‌کند، هزاران نفر را استخدام می‌کند و با مهارت و فکر مدیریت می‌کند.

متغیر دوم حکمرانی سنگاپور که انبوهی از موفقیت را به همراه آورده است، ماهیت تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی‌های این سیستم است. چه کسانی و با چه ظرفیت‌هایی و با چه تحصیلاتی و با چه تجربیاتی تصمیم می‌گیرند؟

توسعه‌یافتگی مساوی با تصمیم‌سازی‌های کیفی است. چینی‌ها برای آنکه دقیق‌تر و کارآمدتر تصمیم بگیرند با رقبای خود مشورت می‌کنند. ریشه تفکرات منتهی به تصمیم‌سازی‌های سنگاپور کدامند؟ فردی که از تحصیلات بهتر و سطح بالاتری برخوردار است، افق بهتری را تشخیص

است به مدیریت می‌رسد. وفاداری، به تخصص و مهارت است و نه به افراد. حکومت می‌گوید من یک کشور ثروتمند می‌خواهم که همه به تناسب زحمتی که می‌کشند از آن بهره‌مند شوند. حکومت سنگاپور آنقدر اعتمادبه‌نفس دارد و سیستم ایجاد کرده است که افراد توانمند خارجی را نیز در چارچوب سیستم قاعده‌مند خود به کار می‌گیرد. افراد برای کارآمدی، تولید ثروت، بهره‌وری و رقابت سطح بالاتر کار می‌کنند، نه برای مدیران بالاتر.

سنگاپور از فرد به جمع، از فرد به سیستم و از فرد به قاعده و از فرد به آیین‌نامه تکامل پیدا کرده است. داخلی و خارجی، یک سیستم را می‌بینند و نه افراد را. سیستمی که افراد فاسد، رانت‌خوار، خلاف‌کار و ناکارآمد را نمی‌پذیرد و آنها را به سوی بلاروس، کره‌شمالی و ونزوئلا راهنمایی می‌کند. حکومت سنگاپور اجازه نمی‌دهد و پولی خرج نمی‌کند که افراد ناتوان در سمت‌های مدیریتی قرار گیرند و فقط وضع موجود را حفظ کنند.

حکومت سنگاپور هر فردی را که در مسئولیتی می‌گمارد، به صورت شفاف از او خروجی (Result) می‌خواهد. پول مردم باید برای بهبود وضع خود آن مردم صرف شود. حکومت سنگاپور بنیه و ریشه و ستون فقرات خود را بر توانمندی افراد (Meritocracy) بنا نهاده است. این حکومت به‌ویژه در عرصه مدیریت اقتصادی و سیاست خارجی، توانمندترین افراد با تحصیلات از بهترین دانشگاه‌های جهان با تسلط بر زبان انگلیسی و با یک هدف قانونی جهت افزایش ثروت ملی سنگاپور را به کار گمارده است.

وقتی فردی توانا نیست، تخریب می‌کند، توجیه می‌کند، منابع را هدر می‌دهد، دوستان خود را همراه می‌کند. از این رو، حکومت



و جامعه‌ای مایوس و بی‌تفاوت دارند. حتی فرانکو در دهه آخر عمر خود متوجه شد پوپولیسیم جز فساد و رانت‌خواری و تملق نیست و به حمایت از خصوصی‌سازی، تخصص‌گرایی و ارتباطات گسترده اقتصادی با اروپا متوسل شد.

اصولا در کشوری که افراد به واسطه پوپولیسیم در مصدر قدرت قرار می‌گیرند، منافع ملی معنایی ندارد و منافع حکمرانان مطرح است. در سنگاپور، منافع کشور و حفظ سرمایه، تشویق تولید ثروت و بهبود زندگی شهروندان مبنای حکمرانی است. آیا تورم یک‌درصدی تصادفی است؟ یا نتیجه به‌کارگیری فکر و مشورت و تخصص و برنامه‌ریزی با بهره‌گیری از بهترین‌های داخل و خارج است؟ یکی از ویژگی‌های بارز سنگاپور connectivity یا اتصال به جهان است. چه کسانی به جهان وصل می‌شوند، اثر می‌پذیرند و اثر می‌گذارند؟ آنهایی که توانمندند. آنهایی که درست درس نخوانده‌اند، زبان‌های خارجی نمی‌دانند، آداب اندیشیدن را نمی‌دانند و در هاله‌ای از پوپولیسیم گرفتارند توان آن را ندارند در حد ده دقیقه، پیچیده‌ترین روندهای

اقتصادی، سیاسی و ژئوپلیتیک جهانی را برای مخاطبان متخصص خود تبیین کنند. سنگاپوری‌ها در کانون‌های جهانی و در کریدورهای بین‌المللی رفت و آمد دارند چون توان بحث‌کردن دارند، دانش دارند و به زبان انگلیسی مسلط‌اند. قدرت فکر، قدرت تبیین و قدرت تصمیم، تحصیلات درجه‌یک با بهترین اساتید را لازم دارد که سنگاپوری‌ها با اتصال آنلاین به بهترین دانشگاه‌های دنیا و اساتید طراز اول آن را به دست می‌آورند. فردی که توانمند است نیازی به دروغ، حيله‌گری، رانت‌خواری و توهّم ندارد، چون با توانمندی خود زندگی می‌کند و نه با اتصالات خود.

چنین فردی در دنیای به‌هم‌تنیده مورد تقاضاست. تورم یک‌درصدی نتیجه مراقبت حاکمان سنگاپور از پروسه‌های تخصصی تصمیم‌سازی است. سرنوشت یک خانواده، یک بنگاه، یک شرکت، یک موسسه و یک دولت به متغیرهای مختلفی برمی‌گردد اما متغیر کانونی، کلیدی و محوری (critical mass)، نزد پدر و مادر، مدیران و حاکمان است. آنها چه ویژگی‌های فکری دارند؟ از کدام مهارت‌ها برخوردارند؟



چقدر IQ و EQ آنها توانمند است؟

همه انسان‌ها به لحاظ حقوقی مساوی هستند ولی در توانمندی و استعداد مساوی نیستند و جوامعی که به لحاظ پوپولیسیم و توهّمات تصور می‌کنند هوش انسان‌ها مساوی است و عدالت را در ذهنیت و سخنرانی می‌دانند و نه در ساختارسازی برای بهره‌برداری به تناسب ظرفیت افراد، در نهایت به ونزوئلا تبدیل می‌شوند که آمریکا می‌تواند به‌راحتی حکومت آن را تهدید کند چون پایگاه اجتماعی ندارد و انبوهی از رانت‌خواران و متملقین و افراد فاسد، حکومت را احاطه کرده‌اند.

افراد توانا در سنگاپور نمی‌گذارند حکومت سنگاپور اشتباه کند چون به خاک آن کشور تعلق دارند. حکومت سنگاپور برای عامه مردم تصمیم می‌گیرد و نه برای عده‌ای خاص. چه ارتباطی میان نرخ تورم یک درصد و پاسپورت اول جهانی وجود دارد؟ چون مردم سنگاپور بر اساس نظریه تمدن‌ساز آبراهام مزلو (Abraham Maslow) از زندگی خود راضی هستند، این کشور خود به خود امنیت مدنی و امنیت ملی دارد. با آنکه جزیره است و کشورهای قدرتمندی اطراف سنگاپور هستند، ولی همه جز احترام و تقدیر نگاه دیگری به آن ندارند.

اگر در یک کشور افراد ناتوان با هم متحد شوند، آن کشور را نابود می‌کنند و اگر افراد توانمند با هم همکاری کنند و به اجماع برسند، آن کشور سنگاپور می‌شود. مبنای اجماع در جهان فعلی، تولید ثروت از طریق فن‌آوری، تولید و اتصال به اقتصاد جهانی از طریق کشورهای دارای فناوری و سرمایه و دانشگاه‌های برتر است. وقتی مردم مراحل اول و دوم هرم مزلو را گذرانند، به‌تدریج به رشد فکری و مدنی می‌رسند و جامعه‌ای توسعه‌یافته از حیث مشارکت را نیز رقم می‌زنند.

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

فرم اشتراک مجله صنعت نساجی و پوشاک

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

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

اشتراک یکساله با پست سفارشی (تهران): ۹۵۰,۰۰۰ تومان
 اشتراک یکساله با پست سفارشی (شهرستان): ۱,۲۰۰,۰۰۰ تومان
 اشتراک یکساله نسخه الکترونیکی (فایل PDF): ۳۰۰,۰۰۰ 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

FESPA TO LAUNCH TEXTILE FOR GLOBAL TEXTILE PRINTING COMMUNITY

FESPA is building on its 60-year heritage in screen and digital printing for textile applications with the launch of Textile, an event dedicated to printed textiles, apparel and decor. The first edition will take place alongside FESPA Global Print Expo, its co-located shows Personalisation Experience, European Sign Expo, as well as the newly introduced Corrugated event, at Fira Barcelona from 19-22 May 2026. Comprising an exhibition and dedi-

cated conference programme, Textile is designed specifically for visitors who work with printed textiles including garments, sportswear and interior décor. The event will serve as a concentrated platform for producers of these applications to explore industry trends, see the latest innovations, and exchange knowledge and expertise.

The exhibition space will showcase various textile-related technologies and consumables, including: roll-to-

roll machinery; direct-to-garment (DTG) and direct-to-fabric (DTF) machinery; design and workflow software; embroidery and sewing equipment; finishing equipment; material and apparels; inks and coatings; and more.

In the free-to-attend conference sessions, delegates will hear from experts on topics such as enhancing productivity and efficiency, reducing operational impact, and waste reduction.

GLOBAL SOURCING EXPO MELBOURNE 2025 DRAWS OVER 5,000 VISITORS

The Global Sourcing Expo Melbourne, held from 18–20 November at the Melbourne Convention and Exhibition Centre, has wrapped up an exceptional edition that demonstrated strong international engagement, commercial opportunity and industry momentum. Over three dynamic days, the Expo welcomed over 5,000 visitors, marking an impressive 8% increase from 2024 and highlighting the growing relevance of the event within Australia's sourcing, retail and manufacturing landscape.

Many attendees commented on the strength of connections and conversations facilitated at the event, with one visitor sharing, "The Global Sourcing Expo has opened up so many opportunities for my business and I've been able to connect with so many people face-to-face." Feedback like this demonstrates the Expo's ongoing commitment to delivering meaningful engagement and valuable trade outcomes.

Together with the co-located China Clothing Textile Accessories Expo, this year's event featured 800+ exhibitors from more than 16 countries, showcasing cutting-edge products, manufacturing excellence and global sourcing capabilities across apparel, textiles, accessories, footwear, homewares and supply chain services. Visitors explored a diverse and innovative range of international suppliers, uncovering new partnerships and fresh opportunities across key global markets.

The Global Sourcing Seminar Program explored topics shaping global sourcing today, including the rapid evolution of artificial intelligence in sourcing and product development, the increasing importance of sustainability and responsible manufacturing, the fast-changing dynamics of eCommerce and digital retail, and the latest shifts in sourcing trends and global supply chain strategies.

US-BASED OPENAI ROLLS OUT SHOPPING RESEARCH TOOL FOR SMARTER BUYING

OpenAI has launched shopping research, a new ChatGPT experience that performs in-depth product discovery for users by analysing up-to-date information across the internet.

The tool, now rolling out to logged-in users on Free, Go, Plus, and Pro plans, aims to reduce the time spent comparing products by offering personalised buyer's guides, clarifying questions, and real-time refinement based on user feedback.

The feature is powered by a reinforcement-trained version of GPT-5 mini, designed specifically for complex shopping tasks. It gathers live pricing, availability, reviews, specs, and images from trusted retail sources and cites them directly.

"We trained it to read trusted sites, cite reliable sources,

and synthesise information across many sources to produce high-quality product research. We also designed it to be an interactive experience that could update and refine its research in real time—incorporating new constraints and adjusting to feedback on user product preferences—resulting in a response that feels both well-researched and personalised," OpenAI said on its website.

Users can launch the tool from suggested prompts or the (+) menu. Once activated, it opens a visual interface where ChatGPT asks about budget, performance expectations, intended use, and key preferences. If memory is enabled, the tool can incorporate past user context—such as hobbies or past queries—to deliver more tailored results.

AUNDE TO ESTABLISH POLYESTER RECYCLING PLANT

Automotive textiles leader Aunde, headquartered in Mönchengladbach, Germany, has entered into a strategic cooperation with PreZero to establish a plant for recycling polyester-containing textile waste into new high-quality polyester granules. With over 127 production sites in 29 countries and more than 22,000 employees worldwide, Aunde supplies textiles and leather, vehicle seats, technical springs, foam moulded parts and interior and composite components to the automotive industry. In addition to Aunde products, the group

also supplies under the brands Isringhausen, Fehrer and Reinert. PreZero's services range from waste management and recycling solutions to effective sustainability consulting. Headquartered in Neckarsulm, Germany, the company has around 4,800 employees at 120 locations. The production of polyester fibres is continuously increasing worldwide, Aunde observes, but around 99% of recycled polyester fibres are currently based on PET bottle flakes which can be used more efficiently in a closed loop by the packaging industry. This is lead-

ing to increased competition for available recycled PET feedstock. "As an international textile manufacturer for the automotive industry, we see it as our responsibility to actively help shape sustainable solutions," says CEO Peter Bolten. "The cooperation with PreZero will be a significant step towards keeping textile materials in circulation while reducing our dependence on PET bottles and our goal is to set a new standard in textile recycling with this plant." The new plant is scheduled to become operational during 2026.

GLOBAL FUNCTIONAL APPAREL MARKET TO REACH \$505.80 BILLION BY 2026: REPORT

Fueled by a rising focus on health, wellness, and advanced textile technology, the global functional apparel market is experiencing significant expansion. According to a report by Allied Market Research, valued at \$282.30 billion in 2018, the market is projected to reach \$505.80 billion by 2026, growing at a Compound Annual Growth Rate (CAGR) of 7.7 per cent from 2019 to 2026. Europe was the largest regional market in 2018, commanding a 30.2 per cent share. A key category within technical textiles, functional apparel is highly

receptive to new product development and technological breakthroughs in fiber and fabric materials. The rapid emergence of these garments is directly connected to evolving consumer behavior. The rise of the millennial generation is a primary influential trend. Millennials prioritize a holistic approach to health and fitness, making active lifestyles an integral part of their daily routine. Functional apparel manufacturers have successfully built an emotional connection with this demographic, who actively seek clothing that

promotes fitness and activity. Furthermore, the extensive advantages of activewear—including water resistance, bi-stretchable function, anti-bacterial fabric, and wicking capabilities—are attracting a growing number of participants in physical activities. The female consumer base for activewear is also expanding rapidly due to a holistic approach to sports and fitness. The increasing adoption of athleisure wear for everyday use, combined with rising disposable incomes and heightened fitness concerns, further propels the market.

US' T&A IMPORTS STABILIZE AT \$80.5 BILLION IN 2025

Despite the 'Liberation Day' tariff shockwaves initiated in April 2025, US textile and apparel imports have demonstrated remarkable resilience, stabilizing at \$80.5 billion through the first three quarters. While the Trump administration's aggressive reciprocal duties successfully slashed Chinese shipments by 27 per cent, the strategy failed to curb overall foreign production influx. Instead, the market witnessed a massive regional realignment, as US buyers bypassed 30-40 per cent tariff brackets by rerouting orders to lower-cost Asian corridors.

The vacuum left by China's \$11.7 billion contraction was rapidly filled by a 15.9 per cent surge in South-East Asian imports, which reached \$24.3 billion. Vietnam and Bangladesh emerged as the primary beneficiaries of this tectonic shift in sourcing. Vietnam, now the US's second-largest supplier, posted a 14.6 per cent

increase, while Bangladesh saw an even sharper 18.2 per cent jump. Industry analysts at OTEXA suggest this 'cluster sourcing' model is a direct reaction to the universal 10 per cent baseline tariff, as retailers prioritize high-volume nations that offer the narrowest margin erosion.

While supply chains remained intact, the financial toll is mounting. High-profile retailers like Victoria's Secret and Tapestry have reported projected tariff-related headwinds exceeding \$260 million for the fiscal year. To avoid across-the-board price hikes, brands are accelerating 'Endless Aisle' and omnichannel technologies to optimize inventory and offset a 16.8 per cent average effective tariff rate - the highest since 1935. As the industry moves into 2026, the challenge shifts from finding new suppliers to absorbing a permanent 4 per cent to 7 per cent increase in landed garment costs.

EU TEXTILE, CLOTHING INDUSTRY SOUNDS ALARM AS IMPORTS SURGE, PRODUCTION SLUMPS

Europe's textile and clothing industry, a vital ecosystem comprising roughly 200,000 companies and 1.3 million workers with an annual turnover of €170 billion, is facing a severe structural threat driven by uneven global competition. Data for the first half of 2025 reveals a crisis: textile production fell by 1.9% and clothing production dropped by 5%, while employment decreased by up to 5% across the sector. This contraction is fueled by a massive surge in non-compliant foreign imports, which rose by 7.7% for textiles and 12.3% for clothing during the same period.

Closing the customs "De Minimis" loophole

The industry's representative body, EURATEX, warns that this competitive imbalance stems largely from the de minimis exemption. This loophole allows millions of low-value parcels (under €150) to enter the

EU daily without standard customs, VAT, or safety checks. The problem is exacerbated by certain national postal operators in countries like Poland and Italy, who are reportedly accelerating deliveries for ultra-fast fashion platforms such as Temu, actively widening the regulatory gap.

EURATEX President Mario Jorge Machado affirmed that while the recent European Parliament resolution for stronger market surveillance is welcomed, "the real test starts today." The industry is demanding decisive legislative action, specifically the abolition of the de minimis exemption, to restore a level playing field and prevent the further erosion of European industrial standards. The forthcoming ECOFIN meeting on December 12 is viewed as a critical milestone for enacting these overdue reforms.

INDIA'S T&A MARKET TO GROW TO \$646.96 BILLION BY 2033: IMARC GROUP

Already a major economic engine, India's textile and apparel (T&A) market is poised for significant expansion over the next decade. A new report from IMARC Group notes, valued at \$222.08 billion in 2024, the market is projected to grow to \$646.96 billion by 2033, reflecting a strong CAGR of 11.98 per cent from 2025-33.

India's textile sector is currently at a critical transformation point, blending its deep heritage in cotton, silk, and artisanal craftsmanship with cutting-edge mod-

ern textile mills and brand-driven fashion ecosystems

Growth is being fueled by a confluence of strong market drivers including rising disposable incomes, increasingly brand-conscious consumers, and the expansion of both domestic and international retail channels are boosting demand for ready-to-wear, athleisure, and premium garments. There is also a notable shift toward high-end fashion and smart textiles.

Environmental awareness is driv-

ing market changes, with demand for ethical and environmentally sustainable materials, recycled fibers, plant-based fabrics, and circular textile models growing across the entire fashion value chain.

Key initiatives, including the PM MITRA textile parks, Production Linked Incentive (PLI) schemes for man-made fibers, and digital support for weaver clusters, are accelerating modernization efforts and improving the country's export competitiveness.



* EU TEXTILE, CLOTHING INDUSTRY SOUNDS ALARM AS IMPORTS SURGE, PRODUCTION SLUMPS

- Europe's textile and clothing industry, a vital ecosystem comprising roughly 200,000 companies and 1.3 million workers with an annual turnover of €170 billion, is facing a severe structural threat driven by uneven global competition...page63

* INDIA'S T&A MARKET TO GROW TO \$646.96 BILLION BY 2033: IMARC GROUP

- India's textile and apparel (T&A) market is poised for significant expansion over the next decade. A new report from IMARC Group notes, valued at \$222.08 billion in 2024, the market is projected to grow to \$646.96 billion by 2033, reflecting a strong CAGR of 11.98 per cent from 2025-33...page63

* GLOBAL FUNCTIONAL APPAREL MARKET TO REACH \$505.80 BILLION BY 2026: REPORT

- According to a report by Allied Market Research, valued at \$282.30 billion in 2018, the market is projected to reach \$505.80 billion by 2026, growing at a Compound Annual Growth Rate (CAGR) of 7.7 per cent from 2019 to 2026....page62

* US' T&A IMPORTS STABILIZE AT \$80.5 BILLION IN 2025

- While the Trump administration's aggressive reciprocal duties successfully slashed Chinese shipments by 27 per cent, the strategy failed to curb overall foreign production influx. Instead, the market witnessed a massive regional realignment, as US buyers bypassed 30-40 per cent tariff brackets by rerouting orders to lower-cost Asian corridors...Page 62

*US-BASED OPENAI ROLLS OUT SHOPPING RESEARCH TOOL FOR SMARTER BUYING

- The tool, now rolling out to logged-in users on Free, Go, Plus, and Pro plans, aims to reduce the time spent comparing products by offering personalised buyer's guides, clarifying questions, and real-time refinement based on user feedback...page61

*AUNDE TO ESTABLISH POLYESTER RECYCLING PLANT

- Automotive textiles leader Aunde, headquartered in Mönchengladbach, Germany, has entered into a strategic cooperation with PreZero to establish a plant for recycling polyester-containing textile waste into new high-quality polyester granules...page61

*FESPA TO LAUNCH TEXTILE FOR GLOBAL TEXTILE PRINTING COMMUNITY

- FESPA is building on its 60-year heritage in screen and digital printing for textile applications with the launch of Textile, an event dedicated to printed textiles, apparel and decor. The first edition will take place alongside FESPA Global Print Expo, its co-located shows Personalisation Experience, European Sign Expo, as well as the newly introduced Corrugated event, at Fira Barcelona from 19-22 May 2026...page60

*GLOBAL SOURCING EXPO MELBOURNE 2025 DRAWS OVER 5,000 VISITORS

-Over three dynamic days, the Expo welcomed over 5,000 visitors, marking an impressive 8% increase from 2024 and highlighting the growing relevance of the event within Australia's sourcing, retail and manufacturing landscape...page60

Holder of License & Chairman: Jamshid Bassiri

Executive Director: Alireza Hashemi

Scientific Advisors: Mohammad Nikpanje

Design: HamidReza Ghaemi

Layout: Tarh Saz Gohar

Public Relations Officer: Saeedeh Shakoori

Coordination: Hossein Kiani

Colleagues of this Issue: Nima Bassiri, Nasrin Masoumi, Mehdi Erfanian, Ahmad Mirkhodaei, Rahele Hashemi, Sara Torabi, Azadeh Mohebi

Printing Affairs: No.519, Si Metri-ye- Niroo 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

تحول در کیفیت الیاف مصنوعی

از شما دعوت می‌شود از غرفه شرکت **آرمان شیمی افروز** در سی و یکمین
نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی دیدن فرمایید.
سالن ۸۳۱ - غرفه ۳۰
۱۲-۱۵ دی ماه ۱۴۰۴
محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

مزایای رقابتی:

- افزایش استحکام الیاف
- کاهش هزینه‌های تولید
- سازگاری با محیط زیست

لیست مواد:

- نرمکن کاتیونیک
- آنتی‌استاتیک
- روغن اسپین‌فینیش

۰۲۱-۴۱۹۹۴



۰۹۹۱۲۷۰۷۴۴۲



www.armanchemie.com



"برای مشاوره تخصصی با ما تماس بگیرید"

آدرس: تهران، شهرک غرب، خیابان گلها، خیابان توحید یکم، پلاک ۱۳۷

تولید برتر آینده را با جمع بهترینها تجربه نمایید



ماموت (آلمان)

ماشین پنبه دوزی لحاف، تشک و مبلمان



www.mammut.de

SPÜHL

اشپول (سوئیس)

ماشین فنر، اسکلت و فنر پاکتی برای تشک و مبلمان



www.spuhl.com

BECKMANN
AUTOMATION GmbH

بکمان (آلمان)

خط اتوماسیون تکمیل انواع کالای خواب و مبلمان



www.beckmann-sew.com

BONINO 1913
carding machines

HDB
Högl • Dürenberg • Bissau

بونینو (ایتالیا)

ماشین کاردینگ و انواع ماشین منسوج نبافت



www.bonino1913.it



زد اس کا (آلمان)

ماشین گلدوزی انواع پارچه



www.zsk.de



آوت لست (آلمان)

پارچه سرد - گرم کالای خواب



www.outlast.com

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: ۰۲۱ ۹۱۰۳ ۵۵۶۰

WINNERS@NedTex.biz





محصولات بی همتا

تولید بدون وقفه

دستگاه های ارزنده

خدمات و پشتیبانی ممتاز ما

تقديم به شما



رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co, Ltd

نماینده گی و پشتیبانی در ایران

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

ویژه: ۵۵۶۰ ۹۱۰۳ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz





- طراحی مشاوره ساخت
- تجهیزات تهویه صنعتی:
- صنایع نساجی، تهویه مترو
- و فیلتراسیون صنعتی
- فن های محوری
- هوا شور (Air washer)
- انواع فیلتر های هوا
- انواع دمپر و لوور



محصولات :

- فن های محوری از قطر ۸۰۰ تا ۱۶۰۰ میلی متر و از دبی ۸۰۰۰ تا ۱۵۰۰۰۰ متر مکعب در ساعت با قابلیت تغییر زاویه پره جهت دستیابی به دبی و اختلاف فشار مورد نیاز
- انواع دریچه های تنظیم هوا و دمپر در سایزهای متنوع بنابر سفارش بدنه از جنس ورق گالوانیزه و بلید از جنس آلومینیوم اکستروود.
- رادیاتورهای فولادی بدون فین جهت استفاده آب گرم - بخار یا روغن
- انواع فیلترهای هوا از نوع روتاری اتوماتیک و استاتیک در سایز و ظرفیتهای متنوع
- هواساز جهت تهویه صنایع نساجی و دیگر نیازهای صنعتی
- هواشورهای اشباع و فوق اشباع جهت مترو و موارد خاص
- درب های بازدید دوجداره
- افشانک، قطره گیر، هادی هوا



کیمیانساج همراه تولید هم قدم کیفیت

وارد کننده رنگهای دیسپرس و راکتیو

تولید کننده مواد تعاونی

- انواع نرمکن سیلیکونی (میکرو)
- نرمکن کاتیونیک پرک - خمیری
- نرمکن دوخت
- انواع صابون ها (پخت، حلال دار، پششور و ریداکشن)
- آنزیم پرز بر
- فیکسه کننده
- دیسپرس کننده (پودری - مایع)
- آنتی استاتیک
- سختی گیر
- نفوذ دهنده
- یکنواخت کننده راکتیو
- ضد کف
- ضد شکست

☎ ۰۲۱-۶۶۶۹۸۵۷ / ۰۲۱-۶۶۶۵۵۵۰۲ / ۰۲۱-۶۶۶۹۹۷۲
۰۲۱-۶۶۶۵۵۰۳۷ / ۰۲۱-۶۶۶۹۸۳۷

📍 تهران - شهرک اکباتان، کوی بیمه،
خیابان شهید فلسفی (بیمه چهارم)،
پلاک ۱۰۵، ساختمان میانه طبقه ۶، واحد ۱۲



☎ ۰۲۱-۶۶۶۹۹۷۲

کد پستی: ۱۳۹۳۸۷۳۱۳۶

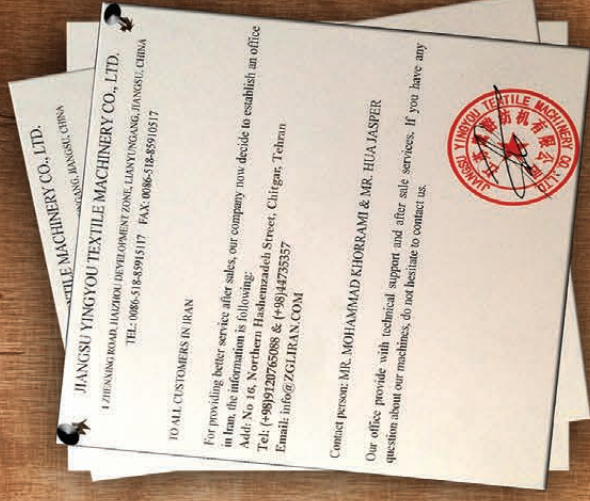
✉ kimiyanasaj.m@gmail.com

🌐 www.kimiyanasaj.com

📷 kimiyanasaj.m

ماشین آلات خطوط تولید پتو، انواع مخمل، حوله، پولوش، خز و چرم مصنوعی

ZGL
SULTO
製造



ZGLIRAN

ZGLIRAN

www.ZGLIRAN.com

www.ZGLIRAN.ir

info@ZGLIRAN.com

۰۹۱۲۰۷۶۵۰۸۸-۴۴۷۳۵۳۵۷

ایمیل: ۰۹۱۲۰۷۶۵۰۸۸-۴۴۷۳۵۳۵۷

تلفن: ۰۹۱۲۰۷۶۵۰۸۸-۴۴۷۳۵۳۵۷

تهران - چیتگر - هاشم زاده شمالی پلاک ۱۶ -

دفتر ایران: تهران - چیتگر - هاشم زاده شمالی پلاک ۱۶ -

مهندس محمد خرمی

- ❖ انواع چسب و مواد لمینت، برنزینگ، کوتینگ و ...
- ❖ انواع فیلم، فویل، پیگمنت و کاغذ چاپ ترنسفر
- ❖ انواع رنگ و جوهر چاپ، دیسشارژ، روغن
- ❖ مواد شیمیایی نساجی

- ❖ ماشین آلات و قطعات یدکی 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 ...



آسیاتکس

تولیدکننده الیاف پلی استر

www.asiatex.ir

الیاف پلی استر کتان تایپ و سالید

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
شماره پستی: ۳۷۹۹۱۵۴۷۱۸ | تلفن: ۰۸۶-۴۴۴۳۳۶۹۰ | شرکت نساجی آسیا

■ دفتر تهران: خیابان بخارست، خیابان پنجم، پلاک ۱۵، ساختمان پارس، طبقه ۲، واحد ۹
شماره پستی: ۱۵۱۳۷۱۸۶۳۳ | تلفن: ۰۲۱-۸۸۱۰۸۰۶۱۰۳ | پست الکترونیکی: 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



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

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: ۰۲۱-۵۶۷۱۵۱۰۷-۸ ۰۲۱-۵۶۷۱۲۷۹۷ فکس: ۰۲۱-۵۶۷۱۲۷۹۸

ارسال طرح: ۰۹۹۰-۵۳۳۵۳۴۲

فروش: ۰۹۱۲-۰۴۵۳۵۰۰