



ویرا نماد کیفیت نخ DTY

تلفن: ۰۲۱ ۵۵ ۱۵ ۶۷ ۴۰ - ۹۸
info@viratex-co.com

اولین و بزرگترین ارائه کننده
چیپس پلی استر در ایران

- ◀ ضرورت تعریف الگوهای جدید تولید و تجارت
- ◀ چشم انداز تیره و تار کسب و کارهای آنلاین
- ◀ بازگشت اقتصاد به رشد منفی

- ◀ جنگ یک درد است، پسا جنگ هزار درد
- ◀ الزامات مدیریت اقتصادی در شرایط جنگی
- ◀ آثار اقتصادی و انسانی جنگ برای ایران

ایران نوبافت

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

باور همیشگی ما در گروه تولیدی ایران نوبافت

مشتری نوازی است نه مشتری مداری

گروه تولیدی ایران نوبافت

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

الیاف :

پلی استر کتان تایپ (با استحکام بالا و در دنیار و طولهای متفاوت)
پلی استر هالو (در دنیار و مدل های متفاوت)

انواع نخ:

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

انواع پارچه:

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



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

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



شرکت خوشرنگ

بافت، 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)



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

يکتا الیاف
Yekta Fiber

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



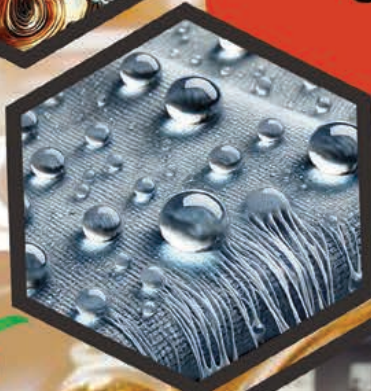
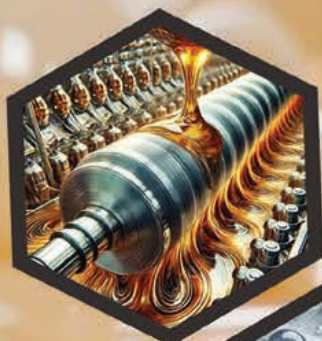
شرکت شیمیایی سلیس

SALIS CHEMICALS COMPANY

تولید کننده انواع

روغن ریسندگی
فرمکن کاتیونی
دیسپرس 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 (سالیید، 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 بودری و مایع، انواع یکنواخت کننده، نفوذ دهنده، سختی گیر، انواع صابون (پس شور، شستشو، پخت ریداکشن و)،
ریتارد، 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 (دانوترم)

✓ 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



صنایع نساجی
فلاحتی
Falahati Textile

صنایع نساجی

(رنگین نما)
فلاحتی

Textile Industries

Falahati

www.nasajifalahati.com

شرکت نساجی رنگین نمای سپاهان

شماره ثبت ۵۰۹۶۸

صنایع نساجی فلاحتی (رنگین نما)

- بافت، رنگ و تکمیل انواع پارچه
- اعم از ترگال ساده، ترگال کجراه
- تترن (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: ۰۲۱ ۸۸۰۱۵۸۷۶ - ۰۲۱ ۸۸۰۱۵۸۷۷
صندوق پستی: تهران ۵۴۷۳-۱۴۱۵۵



عرضه و خدمات نخ رنگی و
نانوباکتریال با زبردست
لطیف و راندمان بافت بالا

LIAPOOD

صنایع نساجی لیاپود

قابلیت رنگرزی هر لات از ۲۵۰ تا ۲۰۰۰ کیلوگرم

انواع نخ های پنبه، پلی استر ویسکوز، اکریل پنبه،
اسپان، پلی استر، پلی استر پنبه، ویسکوز و مودال

جهت مصارف فرش ماشینی، گردبافی،
تاری پودی، جوراب، پرده و رومبلی

۰۹۱۰-۲۰۶۷۹۴۹

۰۹۱۰-۲۰۶۶۲۲۴

اصالت و نوآوری





WE LOOKING SHARP

Digital Printing Concept

THE SHARPEST PRINT

ADDING PASSION
TO TEXTILES.

شرکت سیب سرخ
نماینده انحصاری شرکت تاناتکس هلند
تامین کننده انواع رنگ و مواد تعاونی و شیمیایی صنعت نساجی

تلفن: ۸۸۵۱۴۱۹۸ - ۸۸۵۱۴۲۶۵ (۰۲۱)

فکس: ۸۸۷۴۳۴۹۵ (۰۲۱)

ایمیل: info@sibsorkhsemnan.ir



SIB SORKH



شرکت مهندسی آرمان شیمی افروز



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

تولید کننده:

- انواع نرمکننده های سیلیکونی (ماکرو و میکرو) و غیر سیلیکونی (خمیری و پرک)
- انواع نفوذدهنده ها (مقاوم در برابر قلیا، مرسریزه و ...)
- انواع عمق دهنده (سیلیکونی و غیر سیلیکونی)
- انواع ضد کف های سیلیکونی (مناسب برای شرایط تنش و pH مختلف) و غیر سیلیکونی
- انواع صابون ها (مقدمات، ریداکشن، حلال دار و ...)
- انواع آنزیم (آمیلاز، سلولاز و ...)
- گریدهای مختلف آهار به همراه مواد مکمل مربوطه (روغن آهار، واکس چله، پلی وینیل الکل، ...)
- دیسپرس کننده (پودری و مایع)
- یکنواخت کننده (دیسپرس، آکرلیک و ...)
- غلظت دهنده مصنوعی
- سختی گیر پودری
- آنتی میگریشن
- ضد شکنندگی
- 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

سر مقاله

۲ - جنگ یک درد است، پساینگ هزار درد

خبرنامه

۴ - کدام محدودیت‌ها برای چک‌های برگشتی تعلیق شدند؟

۵ - صادرات تمام محصولات پتروشیمی ایران متوقف شد

۵ - تورم نقطه‌به‌نقطه اسفند ۱۴۰۴ به ۷۱٫۸ درصد رسید

۶ - مهلت‌های مالیاتی تا پایان اردیبهشت‌ماه تمدید شد

۷ - کاهش ۱۰ درصدی حد آستانه اعمال محدودیت‌های رفع تعهد ارزی

۷ - استراتژی تجاری در مناطق آزاد، نیازمند بازنگری است

۷ - آمار تجارت خارجی کشور در سال ۱۴۰۴

گزارش

۸ - الزامات مدیریت اقتصادی در شرایط جنگی

۱۲ - آثار اقتصادی و انسانی جنگ برای ایران

۱۶ - ضرورت تعریف الگوهای جدید تولید و تجارت

۱۹ - الزامات بازسازی اقتصاد ایران در پساینگ / حسین پیرموند

۲۰ - راهکارهای مدیریت بنگاه‌ها در شرایط بحرانی / صدیقه نژاد قربان

۲۳ - تشدید رکود اقتصادی ایران در سال ۱۴۰۵

دنیای نساجی

۲۴ - سهم بخش نساجی در بودجه ۲۰۲۶-۲۷ هند

۲۶ - پایداری چگونه آینده تولید نساجی را تغییر می‌دهد؟

۲۹ - صنعت نساجی ویتنام «سبز و هوشمند» می‌شود

۳۰ - سطره چین بر بازار مواد اولیه نساجی بنگلادش

پوشاک

۳۳ - هدف ۲۰۰ میلیون دلاری برای صادرات پوشاک

۳۴ - نسل زد و آینده مد بدون جنسیت

۳۶ - استراتژی برندهای پوشاک در مواجهه با نوسانات بازار

۳۹ - افزایش قیمت‌ها در بازار جهانی پوشاک

۴۰ - صنعت پوشاک در محاصره بحران‌ها

یادداشت

۴۲ - طرح و بافت ترند پارچه در ۲۰۲۶: بازتعریف نوستالژی، عملکرد و لمس هنر / نسرين معصومی بدخش

تولید و تجارت پنبه

۴۴ - نگاهی به تولید پنبه در قاره آفریقا

۴۵ - بخش پنبه برزیل جایگاه خود را پس می‌گیرد

۴۵ - افزایش تولید پنبه چین در سال ۲۰۲۵

۴۶ - کارخانه لیتترگیری کاشمر، ظرفیتی برای شرق کشور

محیط کسب و کار

۴۸ - سطح تولید ناخالص داخلی در دی‌ماه چه تغییراتی داشت؟

۵۱ - قیمت‌های جهانی پنبه به کدام سمت می‌رود؟

۵۲ - چشم‌انداز تیره و تاریک کسب‌وکارهای آنلاین

۵۴ - مدیران جان سخت

۵۷ - گزارش جامع صنایع کوچک و متوسط ترکیه

بخش انگلیسی

مسئول اجرا: جمشید بصیری

مسئول اجرایی تحریریه: علیرضا هاشمی

مشاوران علمی نشریه: محمد نیک پنجه

طراح: حمیدرضا قائمی

صفحه آرا: طرح ساز گوهر

مسئول روابط عمومی: سعیده شکوری

هماهنگی و اجرا: حسین کیانی

همکاران این شماره: نیما بصیری، مرضیه احقاقی، صدیقه نژاد قربان، بهاره تقی آبادی

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

تلفن: ۷۷۱۶۷۳۱۰-۷۷۱۶۴۹۹۰

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

جذب آگهی: گروه یاران

مدیریت هنری و نظارت بر چاپ: طرح ساز گوهر / www.tsgr.com



جنگ یک درد است، پسا جنگ هزار درد

جمشید بصیری طهرانی

نیست تا زمان چاپ این شماره نشریه، سرنوشت آتش‌بس و جنگ به کجا خواهد انجامید. ما هم دیگر نمی‌دانیم باید دقیقا چه بگوییم و از چه چیزی بنویسیم تا به قول معروف تحلیل‌مان خطا نرود. اگر از قریب‌الوقوع بودن توافق و صلح سخن بگوییم، ممکن است فردا جنگ مجدداً آغاز یا تشدید شده باشد. اگر از تشدید جنگ در آینده بگوییم، چه بسا فردا توافق نهایی و صلح حاصل شود؛ و خلاصه در روزگاری که عنان امورات جهان در دست بی‌منطق‌ترین و غیرقابل‌پیش‌بینی‌ترین افراد افتاده و به‌ندرت سخن راست و مبتنی بر واقعیت بر زبان‌ها جاری می‌شود، تشخیص اینکه حتی یک هفته آینده چه خواهد شد، از عهده ماهرترین طالع‌بینان و پیشگویان عالم نیز بر نخواهد آمد؛ چه برسد به امثال ما که جزو ساده‌ترین و کم‌اطلاع‌ترین مردمان این روزگار هستیم! هرچه هست و هرچه که پیش خواهد آمد، امید است بر وفق مراد همه مردم عزیز ایران باشد.

اما سوای از خود جنگ و اتفاقات پیرامون آن، پیامدهای جنگ اخیر به‌همراه عوارض رکود تورمی حاکم بر فضای کسب‌وکار کشور به‌قدری وخیم

۳۷۵ نفر در جریان جنگ ۴۰ روزه شهید شدند و به‌ترتیب استان‌های تهران، هرمزگان و اصفهان بیشترین آمار شهدا را به خود اختصاص دادند. همچنین علاوه بر آسیب یا تخریب صدها مدرسه، تعدادی بیمارستان و مرکز درمانی، نزدیک به ۱۵۰ اثر تاریخی و برخی از اماکن غیرنظامی، بیش از هزار واحد صنعتی- تجاری و چندده هزار واحد مسکونی نیز در جریان جنگ اخیر آسیب دیده یا به طور کامل تخریب شدند. بر همین اساس، لازم است ضمن عرض تسلیت بابت درگذشت جمع زیادی از هموطنان‌مان در این مدت، با سایر بازماندگان، آسیب‌دیدگان و خسارت‌دیدگان این جنگ ناجوانمردانه ابراز همدردی نماییم؛ هرچند بی‌تردید مصیبت آنها آنقدر بزرگ و سنگین است که این چند کلمه ناچیز، قادر به التیام آن نخواهد بود.

امروز که در حال نگارش این سرمقاله هستیم، آتش‌بس دوهفته‌ای جنگ به پایان رسیده و اگرچه طبق اعلام رئیس‌جمهور آمریکا، این مهلت تمدید شده، اما مشابه سرمقاله شماره گذشته که تقریباً ۱۰ روز بعد از نگارش آن جنگ آغاز شد، اکنون هم مشخص

حکایت این روزها و این سال‌های کشورمان، حکایت غریب و تامل‌برانگیزی است و گویی هرگونه صلح، ثبات و آرامش، بر این سرزمین و مردمانش حرام شده است. بعد از تجربه یک سال پرالتهاپ و پرتنش در ۱۴۰۳ و بعد از آن، سپری کردن سال ۱۴۰۴ با یک جنگ ۱۲ روزه و چندین هفته ناآرامی داخلی و در شرایطی که انتظار می‌رفت پایان این سال با مذاکرات سیاسی و توافقی بین ایران و آمریکا به پایان برسد و سال ۱۴۰۵ با امید به روزهای بهتر برای کشورمان آغاز گردد، اما متأسفانه این بار هم بخت با مردمان این سرزمین یار نبود و صبح روز نهم اسفندماه ۱۴۰۴ و در شرایطی که مذاکرات سیاسی همچنان در جریان بود، نقاط حساس پایتخت مورد اصابت موشک‌ها و بمب‌های آمریکا و اسرائیل قرار گرفت و مردمی که تنها یکی دو ساعت از صبح این روز را آغاز کرده بودند، این بار هم ناغافل و بدون اینکه هیچگونه آمادگی قبلی داشته باشند، وارد جنگی دیگر اما طولانی‌تر و در مقیاس وسیع‌تر شدند.

بر اساس آمار رسمی اعلام‌شده تا پایان روز ۲۱ فروردین‌ماه، مجموعاً ۳ هزار و

دیپلماسی به دستاورد اقتصادی تبدیل کرده و اجازه ندهند اقتصاد کشور بیش از این دچار ضرر و زیان شود.

باید توجه داشت که سربلندی آینده ایران منوط به داشتن اقتصادی پویا و از همه مهم‌تر زیرساخت‌هایی است که بازسازی بعد از جنگ، بر پایه و به پشتوانه آن زیرساخت‌ها انجام شود و به همین دلیل، حفظ حداکثری زیرساخت‌های تولیدی، صنعتی و خدماتی کشور و صیانت از واحدهایی که میلیاردها تومان برای ساخت آنها هزینه شده و جایگزین کردن آنها با واحدهای جدید چنده برابر سرمایه بیشتری را می‌طلبد، باید در اولویت تصمیمات مسئولان کشور قرار گیرد.

باید پذیرفت که فضای کسب‌وکار امروز کشور که با بحران تعدیل نیروی انسانی، کاهش ظرفیت و مشکلات عدیده اقتصادی روبه‌رو است، به تنهایی قادر به ایفای نقش مؤثر در چشم‌انداز پس از جنگ نیست و باید درمان فوری مشکلات آن، در رأس تصمیم‌گیری‌های راهبردی کشور قرار گیرد. در این میان حمایت همه‌جانبه مالی، بیمه‌ای، مالیاتی و گمرکی از بنگاه‌های بحران‌زده بخش خصوصی، یک وظیفه محرز برای دولت و حاکمیت است و اکتفا به آنچه تاکنون برای کمک به اقتصاد آسیب‌دیده از جنگ تصویب‌شده، هرگز لطمات واحدهای مبتلا به تعدیل نیروی انسانی را جبران نمی‌کند.

نشان می‌دهد طی حملات دشمن به شهرهای مختلف، بالغ بر ۲۷۰ میلیارد دلار به زیرساخت‌های اقتصادی، واحدهای صنعتی و مناطق مسکونی کشور آسیب وارد شده که جبران این ضایعات برای اقتصاد فاقد بستر سرمایه‌گذاری ایران، بیش‌از یک دهه زمان نیاز دارد. این درحالی است که فضای کسب‌وکار ایران پیش از جنگ اخیر نیز با کمبود شدید سرمایه روبه‌رو بود و منابع اصلی تأمین‌کننده مالی (اعم از سیستم بانکی و بازار سرمایه) هم به انتهای توان پشتیبانی خود رسیده بودند.

قطعا با ادامه این روند، بحران بیکاری و تورم سرسام‌آور ناشی از آن، نظام اقتصادی کشور را با یک چالش بسیار بزرگ روبه‌رو خواهد کرد که برون‌رفت از آن به مراتب سخت‌تر از تصمیم‌گیری در مورد آینده جنگ فعلی است. بر همین اساس، مسئولان عالیرتبه نظام همانگونه که تا اینجای کار با مقاومت جانانه در برابر تهاجم ناجوانمردانه آمریکا و اسرائیل ایستادگی کرده‌اند، لازم است با در نظر گرفتن واقعیت‌ها و ظرفیت‌های فعلی اقتصاد کشور و نادیده گرفتن برخی دیدگاه‌های غیرواقع‌بینانه جناح تندرو که دائما بر شیپور ادامه جنگ می‌دمند، هرچه سریع‌تر و همانطور که کارشناسان و تحلیلگران نیز می‌گویند، دستاوردهای به‌دست‌آمده در میدان جنگ را از طریق

و ناگوار است که به‌هیچ‌وجه قابل‌کتمان نیست و در همین روزهایی که هنوز جنگ رسماً به پایان نرسیده، رفته‌رفته خود را به‌صورت کمبود برخی مواد اولیه و کالاها مخصوصاً مواد وابسته به واحدهای پتروشیمی و شیمیایی آسیب‌دیده یا کارخانجات فولاد و ...، خود را نشان داده است. فعالیت بسیاری از صنایع مهم کشور به‌دلیل آسیب‌های ناشی از بمباران دشمن تقریباً متوقف شده و قطع ارتباط واحدهای پایین‌دستی با هسته‌های تأمین و پشتیبانی، چرخه تولید کالا و خدمات را لنگان کرده است.

از طرف دیگر، اخبار منتشرشده از تعدیل نیروی انسانی در بنگاه‌های بزرگ و کوچک تولیدی و خدماتی، نگرانی شدیدی در جامعه ایجاد کرده است و تعداد زیادی از شرکت‌ها پیش از آغاز سال با بخشی از پرسنل خود تسویه‌حساب کرده یا فراخوان مجدد آنها به کار را به آینده موکول کرده‌اند. بر اساس یک برآورد غیررسمی که اخیراً منتشرشده، طی یک ماه سپری‌شده از سال ۱۴۰۵ نه‌تنها هیچ فرصت جدید شغلی ایجاد نشده، بلکه به‌دلیل مشکلات ناشی از جنگ اخیر و قطع شبکه اینترنت برای فعالان اقتصادی، حداقل ۴ میلیون فرصت شغلی از بین‌رفته یا در بنگاه‌های تولیدی و خدماتی، مشمول تعدیل شده است. در مقیاس کلان‌تر، برآوردهای رسمی

کدام محدودیت‌ها برای چک‌های برگشتی تعلیق شدند؟

حبیب‌زاده گفت: مسدودسازی حساب‌های بانکی صادرکننده چک به خاطر اینکه اصل نظام چک از کار نیفتد و چرخه اقتصاد به کار خود ادامه دهد، انجام می‌شود. یعنی اگر شخصی دارای چکی برگشتی بود و توانایی مالی برای ایفای تعهدات خود داشت، مسدودسازی حساب شخص اتفاق می‌افتد. اما با توجه شرایط اضطراری حادث‌شده در کشور، اگر شخصی توانایی مالی پرداخت چک صادرشده خود را نداشت، محرومیت‌های اشاره‌شده، تعلیق می‌شود.

مدیرکل نظارت احتیاطی کلان و فناوریانه در خصوص رفع سوء اثر چک نیز گفت: صادرکننده چک پس از تامین مبلغ چک از طریق شعب بانک صادرکننده چک می‌تواند نسبت به رفع سوءاثر چک اقدام کند. حبیب‌زاده در خصوص برخی مغایرت‌ها در کارسازی چک در ایام جنگ، گفت: در ایامی که جنگ شروع شد تا پایان سال، مغایرت و اختلالی در کارسازی چک‌ها در شبکه بانکی گزارش نشد؛ اما در شروع سال جدید اختلالاتی در دو بانک و البته اختلال‌هایی هم در چرخه چک و سامانه‌های مربوط به چک برگشتی ایجاد شد. اما این مسئله در مدت زمان بسیار کوتاهی هم در شبکه بانکی و هم بانک مرکزی کاملاً رفع شده است.

مدیرکل نظارت احتیاطی کلان و فناوریانه بانک مرکزی، گفت: اگر شخصی همچنان با چنین موضوعی مواجه بود از طریق سامانه ارتباطات مردمی بانک عامل و بانک مرکزی می‌تواند موضوع را پیگیری کند و به سرعت پاسخ این مطالبات به شهروندان ارائه می‌شود. حبیب‌زاده در خصوص مصوبه بانک مرکزی برای بخشودگی جریمه دیرکرد تسهیلات خرد، گفت: این بخشودگی برای تسهیلات زیر ۷۰۰ میلیون تومان در ایام جنگ است و اگر چنانچه تسهیلاتی کمتر از ۷۰۰ میلیون تومان است، اصل و سود تسهیلات پرداخت می‌شود ولی جریمه دیرکرد پرداخت تسهیلات (وجه التزام تاخیر تادیه دین) شامل بخشودگی می‌شود.

مدیرکل نظارت احتیاطی کلان و فناوریانه در پایان خاطرنشان کرد: ما بر اساس اسناد بالادستی اخذشده، برای چک‌های برگشتی که مربوط به ۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۹ خرداد ۱۴۰۵ است، محرومیت‌های ماده ۵ قانون چک به جز بند ب (مسدودسازی حساب به میزان کسری مبلغ چک) و ماده ۲۱ مکرر الحاقی رفع شد. لازم به ذکر است، چک‌های برگشتی قبل از ۹ اسفند شامل این رفع محرومیت‌ها نیست.

بابک حبیب‌زاده، مدیرکل نظارت احتیاطی کلان و فناوریانه در خصوص بخشنامه بانک مرکزی برای تسهیل فعالیت فعالان اقتصادی برای استفاده از نظام چک در ایام جنگ گفت: طبق بخشنامه‌ای که بانک مرکزی در تاریخ ۱۶ اسفندماه ۱۴۰۴ به شبکه بانکی ابلاغ کرد، موضوعات و موارد رفع محرومیت‌های قانونی در خصوص چک به شبکه بانکی ابلاغ شد. مدیرکل نظارت احتیاطی کلان و فناوریانه تصریح کرد: اگر صادرکننده چک، معادل اصل مبلغ چک در حساب خود موجودی نداشته باشد، چک برگشت زده می‌شود و اگر شخص توان مالی برای پرداخت چک (در سایر حساب‌ها و حساب جاری) داشته باشد، مسدودی حساب برای تامین مبلغ چک انجام می‌شود. اما محرومیت‌های ناشی از چک برگشتی شامل عدم افتتاح حساب جدید، عدم صدور چک، عدم صدور کارت بانکی جدید، عدم دریافت تسهیلات، عدم ایجاد تعهدات جدید، عدم ثبت چک جدید و یا صدور دسته چک جدید انجام نمی‌شود.

کدام محدودیت‌ها برای چک‌های برگشتی تعلیق شد؟

از ۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۹ خرداد ۱۴۰۵

با هدف حمایت از کسب و کارها در ایام جنگ رمضان، از تاریخ ۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۹ خرداد ۱۴۰۵، این محدودیت‌ها متوجه صاحبان چک‌های برگشتی نیست:



گشایش اعتبار اسنادی ارزی یا ریالی



پرداخت تسهیلات بانکی یا صدور ضمانت نامه‌های ارزی یا ریالی



افتتاح حساب و صدور کارت بانکی جدید



صدور چک جدید در سامانه صیاد



بازگشایی مرکز مبادله ارزی ایران



دریافت دسته چک



محدودیت مسدودی وجوه حساب‌های صادرکننده چک برگشتی به میزان مبلغ کسری چک همچنان پابرجاست.

صادرات تمام محصولات پتروشیمی ایران متوقف شد

مواد اولیه مورد نیاز زنجیره صنایع پایین دستی در داخل، مقتضی است مقرر فرمایید ضمن توقف صادرات محصولات آن شرکت، نسبت به بازگرداندن محموله های صادراتی موجود که کوتاژ برای آنها صادر نشده، به داخل کشور اقدام لازم به عمل آید. ضمناً دستور فرمایید اعلام هزینه کرد مترتبه در خصوص بازگشت محموله های فوق الذکر توسط آن شرکت، به فوریت به این مدیریت ارسال گردد تا امکان اصلاح قیمت های داخلی به صورت متناسب بررسی شود.

داخلی، اهمیت و حساسیت بسیار زیادی دارد، بر اساس مصوبه اخیر شرایط اضطراری شعام، با وجود افزایش قابل توجه قیمت های جهانی تا کنون، قیمت های فروش داخلی فرآورده های نفتی، پالایشی و پتروشیمی معادل قیمت های بین المللی قبل از تاریخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۹ تثبیت شده است. با عنایت به عدم مدیریت بخش تقاضا و خروج کالا به صورت مستقیم و غیرمستقیم به صورت قاچاق از کشور، لازم است در راستای مدیریت صادرات محصولات پتروشیمی و به منظور جلوگیری از بروز کمبود

بر اساس نامه محمد متقی مدیر توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی، صادرات تمام محصولات پتروشیمی ایران تا اطلاع ثانوی ممنوع و متوقف شد که هدف از این تصمیم، تامین نیاز داخلی اعلام شده است.

در متن نامه مورخ ۲۴ فروردین ۱۴۰۵ خطاب به مدیران عامل مجتمع های پتروشیمی آمده است: همان گونه که مستحضرد نظر به اینکه در شرایط فعلی و آسیب های ناشی از جنگ و حملات دشمن آمریکایی-صهیونی علیه کشور، حمایت از صنایع و مصرف کنندگان

تورم نقطه به نقطه اسفند ۱۴۰۴ به ۷۱٫۸ درصد رسید

۵٫۶ درصد بوده است. تورم ماهانه برای گروه های عمده «خوراکی ها، آشامیدنی ها و دخانیات»، ۸٫۶ درصد و برای گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات»، ۳٫۵ درصد بوده است.

نرخ تورم سالانه

منظور از نرخ تورم سالانه، درصد تغییر میانگین اعداد شاخص قیمت در یک سال منتهی به ماه جاری، نسبت به دوره مشابه قبل از آن می باشد. در اسفندماه ۱۴۰۴، نرخ تورم سالانه برای خانوارهای کشور به ۵۰٫۶ درصد رسیده که نسبت به همین اطلاع در ماه قبل، ۳٫۱ واحد درصد افزایش یافته است.

درصد تغییرات شاخص قیمت در دهک های هزینه ای کل کشور در اسفند ماه ۱۴۰۴

بر اساس این گزارش، نرخ تورم سالانه کشور در اسفندماه ۱۴۰۴، درحالی برابر ۵۰٫۶ درصد است که دامنه تغییرات آن برای دهک های مختلف هزینه ای از ۴۹٫۲ درصد برای دهک دهم، تا ۵۴٫۲ درصد برای دهک دوم است. بر این اساس، فاصله تورمی دهک ها در این ماه به ۵٫۰ واحد درصد رسید که نسبت به ماه قبل (۴٫۱ واحد درصد)، ۰٫۹ واحد درصد افزایش داشته است.

مرکز آمار ایرانی در گزارشی، نرخ تورم سال ۱۴۰۴ را اعلام کرد. بر اساس این گزارش، در اسفندماه ۱۴۰۴، شاخص قیمت مصرف کننده خانوارهای کشور به عدد ۵۴۲٫۳ رسیده است که نسبت به ماه قبل، ۵٫۶ درصد افزایش، نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۷۱٫۸ درصد افزایش و در دوازده ماهه منتهی به ماه جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل، ۵۰٫۶ درصد افزایش داشته است.

تورم نقطه به نقطه

منظور از تورم نقطه به نقطه، درصد تغییر عدد شاخص قیمت نسبت به ماه مشابه سال قبل می باشد. در اسفندماه ۱۴۰۴، تورم نقطه به نقطه خانوارهای کشور، ۷۱٫۸ درصد بوده است؛ یعنی خانوارهای کشور به طور میانگین، ۷۱٫۸ درصد بیشتر از اسفندماه ۱۴۰۳ برای خرید یک «مجموعه کالاها و خدمات یکسان» هزینه کرده اند. تورم نقطه به نقطه اسفند ماه ۱۴۰۴ در مقایسه با ماه قبل، ۳٫۷ واحد درصد افزایش داشته است.

تورم ماهانه

منظور از تورم ماهانه، درصد تغییر عدد شاخص قیمت، نسبت به ماه قبل می باشد. در اسفندماه ۱۴۰۴، تورم ماهانه خانوارهای کشور برابر

مهلت‌های مالیاتی تا پایان اردیبهشت‌ماه تمدید شد

جلسات دادرسی مالیاتی به‌صورت آنلاین فراهم شده است.

تمدید مهلت کلیه مواعد تسلیم اظهارنامه مالیاتی تا ۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۵

همچنین سیدمحمدی سبحانیان رئیس‌کل سازمان امور مالیاتی با اشاره به شرایط ناشی از تحمیل جنگ بر کشور و ضرورت همراهی با فعالان اقتصادی، اظهار کرد: در اجرای مصوبات مراجع ذی‌صلاح و به‌منظور تسهیل انجام تکالیف قانونی مؤدیان، با موافقت وزیر امور اقتصادی و دارایی، مهلت تسلیم اظهارنامه مالیاتی تمدید شده است. وی تاکید کرد: بر اساس این تصمیم، موعد تسلیم تمامی اظهارنامه‌های مالیاتی موضوع قانون مالیات‌های مستقیم که انقضای مهلت تسلیم آنها از ۹ اسفندماه سال ۱۴۰۴ تا پایان ۳۱ اردیبهشت‌ماه سال جاری تمدید شده است.

تمدید مهلت رسیدگی و صدور برگ تشخیص یا ابلاغ تا ۳۱ اردیبهشت ماه ۱۴۰۵

سبحانیان همچنین از تمدید مهلت رسیدگی و صدور برگ تشخیص یا ابلاغ مواد ۱۵۶، ۱۵۷ و ۱۱۷ قانون مالیات‌های مستقیم با موافقت وزیر اقتصاد تا پایان ۳۱ اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۵ خبر داد و گفت: بر اساس این تصمیم، مواعد زمانی رسیدگی و صدور برگ تشخیص یا ابلاغ آنها موضوع قوانین و مقررات مالیاتی که انقضای بازه زمانی انجام آنها در نهم اسفندماه سال ۱۴۰۴ تا پانزدهم اردیبهشت ۱۴۰۵ است، تا ۳۱ اردیبهشت‌ماه سال جاری تمدید شد.

۱۴۰۱/۰۱/۳۰ هیئت عمومی دیوان عدالت اداری که واگذاری امتیازات را عرضه کالا و ارائه خدمت محسوب نکرده و شمول مالیات و عوارض ارزش افزوده را در این خصوص خلاف قانون تشخیص داده است؛ لذا واگذاری منافع و کلیه حقوق، نظیر درآمد حاصل از حق رشد بازیکنان و نقل‌وانتقال بازیکنان، علایم تجاری (برند)، انتقال دانش فنی، واگذاری مالکیت معنوی، واگذاری گواهی اکتشاف و بهره‌برداری معدن، عرضه کالا یا خدمت تلقی نشده و مشمول مالیات و عوارض ارزش افزوده نمی‌شود.

امکان برگزاری جلسات دادرسی مالیاتی به صورت آنلاین فراهم شد

در خبر دیگری که سازمان امور مالیاتی اعلام کرده، در راستای رعایت حقوق مؤدیان و ضرورت تداوم و تسهیل در ارائه خدمات مالیاتی در شرایط جنگی امکان برگزاری

سازمان امور مالیاتی مهلت کلیه مواعد تسلیم اظهارنامه مالیاتی تا ۳۱ اردیبهشت‌ماه اعلام کرد. به گزارش ایسنا، بر اساس اعلام سازمان امور مالیاتی کشور، نظر اکثریت هیئت عمومی شورای عالی مالیاتی در خصوص «مشمولیت مالیات بر ارزش افزوده نسبت به واگذاری برخی منافع تحت عنوان حق» در اجرای مقررات بند (۳) ماده ۲۵۵ قانون مالیات‌های مستقیم، تشریح شد.

بر این اساس، با توجه به اینکه مطابق مفاد مقررات ماده (۲) قانون مالیات بر ارزش افزوده مصوب ۱۴۰۰ عرضه کالاها و ارائه خدمات در ایران و واردات و صادرات آنها، مشمول مالیات و عوارض ارزش‌افزوده است و براساس مقررات تبصره ذیل بند (ب) ماده (۹) قانون مذکور، در مواردی که دریافت وجه توسط یک مؤدی مستند به فروش کالا یا ارائه خدمت نیست، عرضه خدمت محسوب نشده و مآخذ محاسبه مالیات و عوارض نیست. همچنین مطابق با دادنامه مورخ



کاهش ۱۰ درصدی حد آستانه اعمال محدودیت‌های رفع تعهد ارزی

خاص و ویژه‌ای اخذ نمود که یکی از این تدابیر، کاهش حد آستانه اعمال محدودیت‌های رفع تعهد ارزی است. به استناد مصوبات قبلی کارگروه بازگشت ارز، حد آستانه اعمال محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های عدم ایفای تعهدات ارزی صادراتی از ۶۰ به ۷۰ درصد افزایش یافته بود که با هدف تسهیل شرایط و رفع موانع پیش‌روی دریافت تسهیلات و ضمانت‌نامه‌های بانکی در شرایط اضطرار، مقرر گردید حدود ۱۰ درصد کاهش یابد.

سازمان توسعه تجارت ایران با هدف تسهیل شرایط و رفع موانع پیش‌روی دریافت تسهیلات و ضمانت‌نامه‌های بانکی، حد آستانه اعمال محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های عدم ایفای تعهدات ارزی را حدود ۱۰ درصد کاهش داد. سازمان توسعه تجارت اعلام کرد: در میانه جنگ تحمیلی آمریکایی- صهیونیستی، سازمان توسعه تجارت ایران در تعامل نزدیک و مستمر با اتاق‌های بازرگانی و سایر دستگاه‌های مرتبط با تجارت، تدابیر

استراتژی تجاری در مناطق آزاد، نیازمند بازنگری است

و استقرار واحدهای تولیدی وجود دارد، اما نبود زیرساخت‌های لازم از جمله برق و آب مانع از توسعه این منطقه شده است. او با اشاره به اینکه تولیدکنندگان در دوره پساجنگ رسالت سنگین‌تری دارند، افزود: ما باید با پرهیز از مواضع اختلاف‌برانگیز، تمرکز خود را بر رفع کمبود کالا در بازار بگذاریم. او در پایان تأکید کرد: در شرایط فعلی هر مصوبه و بخشنامه‌ای از سوی دولت که بدون مشورت و هماهنگی با بخش خصوصی و اتاق ایران صادر شود، می‌تواند به اندازه موشک‌های دشمن برای کسب‌وکارها مخرب باشد. امیدوارم دولت با همکاری نزدیک‌تر با اتاق ایران و بخش خصوصی کمک کند تا صدمات بسیاری که جنگ به واحدهای تولیدی وارد کرده است هرچه زودتر جبران شود.

بهرامی، اظهار کرد: مناطق آزاد در ایران و به‌ویژه مناطق آزاد نوتاسیس مانند اینچه‌برون باید خود را با قوانین بین‌المللی تطبیق دهند و تفاوت محسوسی در آنها نسبت به فضای سرزمینی برای سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار وجود داشته باشد.

رئیس اتاق مشترک ایران و ترکمنستان، با تأکید بر اینکه باید برخی انحصارات در مناطق آزاد تجاری برداشته شوند، ادامه داد: متأسفانه شاهد هستیم که با صدور بخشنامه‌هایی برخی فعالیت‌ها برای گروه‌هایی محدود می‌شوند که این موضوع باید برطرف شود. ممیزی و انحصار برای سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد صرفاً موجب ایجاد رانت و فساد شده است.

بهرامی تأکید کرد: اگرچه در منطقه آزاد اینچه‌برون ظرفیت خوبی برای سرمایه‌گذاری

رئیس اتاق مشترک ایران و ترکمنستان گفت: برای بهره‌برداری از ظرفیت بالای مناطق آزاد تجاری از جمله منطقه آزاد اینچه‌برون، نیاز به تغییر استراتژی‌های تجاری در این مناطق داریم. رمضان بهرامی، در گفت‌وگو با اتاق ایران آنالین، ادامه داد: متأسفانه در حال حاضر تفاوت قوانین سرزمینی و آزاد در کشور ما تنها حدود ۲۰ درصد است و لذا این مناطق هنوز جذابیت کافی برای سرمایه‌گذاران به‌ویژه سرمایه‌گذاران خارجی را ندارند. او افزود: ما می‌بینیم که مصوبات تجاری در کشوری مانند ترکمنستان به سرعت پیش می‌روند و رویکرد تسهیلی دارند اما در کشور ما تصمیمات مفید در سیکل‌های طولانی تصمیم‌گیری گرفتار می‌شوند؛ در حالی که کشورهای دیگر منتظر تصمیمات ما برای استفاده از ظرفیت‌های مناطق آزاد نمی‌مانند.

آمار تجارت خارجی کشور در سال ۱۴۰۴

۵۱ میلیارد و ۶۵۷ میلیون دلار به صادرات غیرنفتی و ۴۱ میلیون و ۸۰ هزار تن به ارزش ۵۸ میلیارد و ۱۶ میلیون دلار به واردات اختصاص داشت. این گزارش می‌افزاید، در این مدت همچنین ۲۰ میلیون و ۵۱۶ هزار تن کالا از مسیر ایران ترانزیت شد.

گمرک ایران اعلام کرد، تجارت خارجی کشور در سال ۱۴۰۴ به رقم ۱۰۹ میلیارد و ۶۷۳ میلیون دلار رسید. میزان وزنی تجارت خارجی در این مدت ۱۹۱ میلیون و ۵۸۸ هزار تن بود. براساس این گزارش، از مجموع تجارت خارجی کشور در سال ۱۴۰۴ به میزان ۱۵۰ میلیون و ۵۰۸ هزار تن به ارزش

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران منتشر کرد:

الزامات مدیریت اقتصادی در شرایط جنگی



مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در گزارشی با عنوان «مدیریت اقتصادی در شرایط جنگی» با یادآوری اینکه اقتصاد یک کشور در شرایط جنگی با مجموعه‌ای از اختلالات هم‌زمان در حوزه‌های مالی، تولیدی، نهادی و اجتماعی مواجه می‌شود، اقدامات اقتصادی در مرحله مدیریت بحران جنگ را در چهار حوزه اصلی شامل «حفظ مدیریت اقتصاد کلان و تداوم عملکرد دولت»، «حمایت از خانوارهای آسیب‌پذیر»، «حفظ و بازگرداندن خدمات زیرساختی حیاتی» و «حفظ ظرفیت تولیدی اقتصاد» قابل دسته‌بندی دانست.

این گزارش در تشریح اقدامات ضروری برای حفظ مدیریت اقتصاد کلان و تداوم عملکرد دولت، مواردی نظیر استمرار فعالیت نظام بانکی، حفظ جریان‌های مالی و تداوم پرداخت‌های عمومی را از جمله اقداماتی برشمرده که برای جلوگیری از فروپاشی ظرفیت حکمرانی اقتصادی ضروری تلقی می‌شود.

گسترش برنامه‌های حمایت اجتماعی، ارائه کمک‌های نقدی، تقویت نظام‌های حمایت اجتماعی برای حمایت از خانوارهای آسیب‌پذیر، حفظ دسترسی به خدمات سلامت و تأمین نیازهای اساسی جمعیت از محورهایی است که در زمینه حمایت از خانوارهای آسیب‌پذیر در دوران جنگ از سوی مرکز پژوهش‌های اتاق ایران پیشنهاد شده است.

این گزارش درباره حفظ و بازگرداندن خدمات زیرساختی حیاتی در دوران جنگ

در شرایط جنگی»، به تشریح چارچوب سیاستی حفظ ظرفیت تولید اقتصادی و ارائه راهکارهای پیشنهادی برای حفظ ظرفیت تولیدی اقتصادی و عدم خروج بنگاه‌ها از چرخه فعالیت پرداخته است.

چارچوب سیاستی حفظ ظرفیت تولید اقتصادی در کوتاه‌مدت

با توجه به محدودیت منابع مالی دولت و شدت عدم‌اطمینان در اقتصاد جنگی، مداخلات برای حفظ ظرفیت تولید اقتصادی نمی‌تواند به‌صورت گسترده و بدون اولویت‌بندی اجرا شود. بنابراین لازم است سیاست‌های حمایتی بر اساس مجموعه‌ای از معیارهای مشخص طراحی شوند تا منابع حمایتی محدود دولت به بنگاه‌ها و بخش‌هایی اختصاص یابد که تداوم فعالیت آن‌ها بیشترین نقش را در حفظ

نیز تاکید کرده است: زیرساخت‌هایی مانند انرژی، حمل‌ونقل، آب و ارتباطات ستون فقرات فعالیت اقتصادی را تشکیل می‌دهند و اختلال در آن‌ها می‌تواند فعالیت تولیدی و تجاری را به طور کامل مختل کند. از این رو، در شرایط جنگی تعمیر فوری زیرساخت‌های آسیب‌دیده، تأمین منابع مالی برای تداوم فعالیت شرکت‌های خدماتی و حفظ عملکرد شبکه‌های زیرساختی از اولویت‌های اصلی سیاست‌گذاری اقتصادی محسوب می‌شود.

حفظ ظرفیت تولیدی اقتصاد نیز به‌عنوان یکی از حوزه‌های اصلی اقدامات اقتصادی در مرحله مدیریت بحران جنگ است بنابراین سیاست‌های اقتصادی باید بر جلوگیری از ورشکستگی بنگاه‌های قابل‌دوام، تسهیل دسترسی آن‌ها به منابع مالی و کاهش فشارهای مقرراتی و مالیاتی تمرکز داشته باشند.

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در ادامه گزارش راهبردی «مدیریت اقتصادی

آن‌ها از نظر اقتصادی پایدار است. بنابراین اگر این بنگاه‌ها در دوره بحران به منابع مالی یا حمایت‌های سیاستی دسترسی پیدا کنند، قادر خواهند بود فعالیت تولیدی خود را ادامه دهند و پس از عبور از بحران نیز به فعالیت عادی بازگردند. بر همین اساس، یکی از اهداف مهم سیاست‌های اقتصادی در دوره جنگ آن است که از ورشکستگی زود هنگام این بنگاه‌ها جلوگیری شود.

در نتیجه، منطق این رویکرد سیاستی آن است که منابع حمایتی محدود دولت باید به گونه‌ای تخصیص یابد که بنگاه‌هایی که از نظر اقتصادی سالم و پایدار هستند اما در اثر اختلالات ناشی از جنگ با مشکل مواجه شده‌اند، بتوانند فعالیت خود را ادامه دهند. از شاخص‌های بنگاه‌های فعال و قابل دوام می‌توان به عملکرد مالیاتی و بیمه‌ای این بنگاه‌ها در سنوات گذشته اشاره کرد. طبیعتاً بنگاه‌های غیرفعال در سال‌های قبل هم دارای عملکرد مالیاتی و بیمه‌ای نیستند.

یکی دیگر از معیارهای مهم برای تعیین اولویت حمایت در شرایط جنگی، اهمیت بنگاه در اشتغال است. در اقتصاد جنگی، حفظ ثبات اجتماعی و جلوگیری از شوک‌های گسترده در بازار کار نیز همانند حفظ سطح تولید اهمیت دارد. بنگاه‌هایی که تعداد زیادی نیروی کار را به کار گرفته‌اند، در صورت توقف فعالیت می‌توانند به سرعت موجی از بیکاری ایجاد کنند. در چنین شرایطی، تعطیلی بنگاه‌ها می‌تواند فشار مضاعفی بر ساختار اجتماعی وارد کند.

بر این اساس، مهم‌ترین اولویت‌های سیاست حمایتی در کوتاه‌مدت را می‌توان به شرح زیر جمع‌بندی کرد:

- تمرکز بر بنگاه‌های کوچک و متوسط
- حمایت از بنگاه‌های دارای نقش گلوگاهی در زنجیره‌های تأمین

با شوک‌های شدید برخوردارند. در نتیجه، شوک‌های اولیه ناشی از جنگ می‌تواند بسیار سریع‌تر به توقف فعالیت آن‌ها منجر شود. بنابراین، تمرکز اولیه سیاست‌های اقتصادی بر تثبیت فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط، در عمل به معنای حفاظت از هسته عملیاتی اقتصاد و جلوگیری از فروپاشی ظرفیت‌های تولیدی در دوره شوک اولیه جنگ است.

علاوه بر اندازه بنگاه، معیار مهم دیگر برای تعیین اولویت سیاست حمایتی در کوتاه‌مدت، میزان اهمیت بنگاه در تداوم زنجیره‌های تأمین و تأمین کالاها و خدمات حیاتی اقتصاد است. در شرایط جنگی، هدف اصلی سیاست اقتصادی حفظ حداکثر ظرفیت تولید و جلوگیری از اختلال در گردش کالا و خدمات است؛ بنابراین بنگاه‌هایی که نقش گلوگاهی در زنجیره‌های تأمین دارند یا در تأمین زیرساخت‌ها و نیازهای ضروری اقتصاد فعالیت می‌کنند، باید در اولویت حمایت قرار گیرند. این دسته می‌تواند شامل بنگاه‌های فعال در حوزه‌هایی مانند تولید کالاهای اساسی، حمل‌ونقل و لجستیک، انبارداری و توزیع، فرآوری اولیه محصولات کشاورزی باشد. استمرار فعالیت این بنگاه‌ها از یک سو از کمبود کالاهای اساسی جلوگیری می‌کند و از سوی دیگر، اختلال به سایر بخش‌های اقتصادی سرایت نمی‌کند.

در چارچوب اقدامات مربوط به حفظ ظرفیت تولیدی اقتصاد یکی از اصول مهم سیاست‌گذاری آن است که حمایت‌های اقتصادی به گونه‌ای هدف‌گذاری شوند که از خروج بنگاه‌های قابل دوام از چرخه تولید جلوگیری شود. به بیان دیگر، تفاوت مهمی میان بنگاه‌های غیرقابل دوام و بنگاه‌های قابل دوام وجود دارد. بنگاه‌های قابل دوام به بنگاه‌هایی اطلاق می‌شود که در شرایط عادی اقتصاد توانایی ادامه فعالیت، تولید و ایجاد ارزش افزوده را دارند و مدل کسب‌وکار

ظرفیت تولید، ثبات بازارها و جلوگیری از گسترش اختلالات اقتصادی ایفا می‌کند. بر همین اساس، اولین گام برای طراحی یک بسته سیاستی کارآمد، انتخاب معیارهایی برای اولویت‌بندی حمایت از بنگاه‌ها در کوتاه‌مدت و با هدف حفظ ظرفیت تولید در شرایط جنگی است.

ابتدا باید به این نکته توجه داشت که سیاست‌ها و سازوکارهای مدیریت اقتصادی برای حفظ ظرفیت تولید در زمان جنگ به شدت به ماهیت و افق زمانی جنگ وابسته است. در مراحل اولیه یک درگیری کوتاه‌مدت، بنگاه‌ها معمولاً با اتکا به ذخایر مالی، شبکه‌های تأمین موجود و انعطاف‌پذیری عملیاتی خود قادرند فعالیت اقتصادی را تا حدی حفظ کنند و در نتیجه سیاست‌های دولت بیشتر بر مدیریت شوک‌های فوری متمرکز می‌شود. اما در جنگ‌های طولانی و فرسایشی، این ظرفیت‌های درونی به تدریج فرسوده شده و اختلالات ساختاری در بازارها، زنجیره‌های تأمین، نیروی کار و زیرساخت‌ها پدیدار می‌شود. در چنین شرایطی، حفظ ظرفیت تولید مستلزم مداخله فعال دولت است تا بنگاه‌ها بتوانند مدل‌های کسب‌وکار خود را با شرایط اقتصاد جنگی سازگار کنند و استمرار فعالیت تولیدی تضمین شود.

بر این اساس، در چارچوب چنین تفکیکی میان مراحل مختلف جنگ، در گام نخست سیاست‌های حمایتی دولت باید با تمرکز ویژه بر بنگاه‌های کوچک و متوسط طراحی شود. این بنگاه‌ها اگرچه ستون اصلی اشتغال و فعالیت اقتصادی محسوب می‌شوند اما در مقایسه با بنگاه‌های بزرگ از ذخایر مالی نامناسب (به‌ویژه با توجه به شوک هزینه‌های ناشی از تغییر نرخ ارز پیش از آغاز جنگ)، دسترسی محدود به منابع اعتباری و انعطاف‌پذیری کمتری در مواجهه

• اولویت دادن به بنگاه‌های قابل‌دوام از نظر اقتصادی

• حفظ بنگاه‌های با ضریب اشتغال بالا

با توجه به این چارچوب اولویت‌بندی، مؤثرترین سیاست‌های کوتاه‌مدت اقتصادی برای حفظ تولید بنگاه‌ها در شرایط جنگی را می‌تواند به صورت زیر طبقه‌بندی کرد:

۱- تأمین نقدینگی و سرمایه در گردش بنگاه‌ها

برای تحقق سیاست حفظ جریان نقدینگی و تأمین سرمایه در گردش بنگاه‌ها در شرایط جنگی، دولت باید مجموعه‌ای از ابزارهایی را فعال کند. موفقیت این سیاست زمانی حاصل می‌شود که مداخلات دولت سریع، هدفمند و موقت باشند و مستقیماً به کاهش شکاف نقدینگی کوتاه‌مدت بنگاه‌ها منجر شوند. مهم‌ترین راهکارهای عملیاتی در این زمینه عبارتند از:

* ایجاد خطوط اعتباری ویژه در شبکه بانکی با پشتوانه منابع بانک مرکزی یا صندوق توسعه ملی؛

* اجرای برنامه‌های تضمین اعتباری دولتی برای پوشش بخشی از ریسک نکول وام‌ها تا انگیزه بانک‌ها برای اعطای تسهیلات به بنگاه‌های آسیب‌دیده از جنگ افزایش یابد؛

* یارانه نرخ بهره تسهیلات سرمایه در گردش؛

* تعویق بازپرداخت اقساط تسهیلات بانکی؛

* ایجاد صندوق‌های اضطراری تأمین مالی بنگاه‌ها برای پرداخت سریع تسهیلات کوتاه‌مدت؛

* تسریع در پرداخت مطالبات بنگاه‌ها از دولت و جلوگیری از ایجاد بدهی‌های معوق

دولتی به پیمانکاران و تأمین‌کنندگان؛

* فراهم کردن امکان استفاده از وثایق جایگزین مانند ضمانت‌نامه‌های دولتی، قراردادهای فروش یا موجودی انبار به جای وثایق سنتی بانکی؛

* ایجاد سامانه آنلاین درخواست تسهیلات اضطراری برای کاهش بوروکراسی و تسریع فرآیند تخصیص منابع مالی به بنگاه‌ها.

۲- کاهش هزینه تولید از طریق تعویق مالیات، حق بیمه و سایر پرداخت‌های دولتی

در شرایط جنگی، یکی از ابزارهای مهم سیاست‌گذاری برای جلوگیری از تعطیلی بنگاه‌ها، کاهش فشار هزینه تولید از طریق تعویق یا تعدیل موقت پرداخت‌های دولتی است. در چنین شرایطی، اگر تعهدات مالی آن‌ها نسبت به دولت از جمله مالیات‌ها، حق بیمه‌های اجتماعی، عوارض و سایر پرداخت‌های الزامی بدون انعطاف ادامه یابد، بخش مهمی از منابع نقدی بنگاه‌ها به جای تأمین هزینه‌های عملیاتی صرف پرداخت تعهدات دولتی خواهد شد. این امر می‌تواند بحران نقدینگی بنگاه‌ها را تشدید کند. از این رو، یکی از سیاست‌های متداول در اقتصادهای درگیر بحران، اعطای مهلت یا تعویق در پرداخت تعهدات مالی بنگاه‌ها به دولت است. این سیاست در واقع نوعی تسهیل مالی غیرمستقیم محسوب می‌شود که بدون نیاز به پرداخت مستقیم منابع بودجه‌ای، بخشی از فشار مالی کوتاه‌مدت بر بنگاه‌ها را کاهش می‌دهد و به آن‌ها اجازه می‌دهد منابع نقدی خود را برای حفظ تولید، پرداخت دستمزدها و تأمین مواد اولیه استفاده کنند.

* تعویق موقت پرداخت مالیات بنگاه‌ها برای یک دوره مشخص تا زمان تثبیت

شرایط اقتصادی؛

* تعویق پرداخت حق بیمه‌های تأمین اجتماعی برای بنگاه‌هایی که نیروی کار خود را حفظ می‌کنند؛

* تعلیق جریمه‌ها و جرایم دیرکرد مالیاتی و بیمه‌ای برای جلوگیری از افزایش بدهی‌های انباشته بنگاه‌ها؛

* کاهش یا تعویق عوارض و هزینه‌های انرژی.

۳- تضمین تداوم تأمین انرژی و برق

سیاست تضمین تداوم تأمین انرژی برای بنگاه‌های تولیدی در شرایط جنگی از آن جهت اهمیت دارد که اختلال در زیرساخت انرژی به توقف تولید صنعتی منجر نشود. چراکه حملات به زیرساخت‌های انرژی می‌تواند در مدت کوتاهی بخش بزرگی از ظرفیت تولید را مختل کند؛ بنابراین سیاست انرژی در شرایط جنگی عملاً به یک سیاست صنعتی اضطراری تبدیل می‌شود. مهم‌ترین راهکارهای عملیاتی در این حوزه عبارتند از:

* ایجاد اولویت تأمین برق برای واحدهای تولیدی راهبردی (بر اساس معیارهای بخش قبلی) از طریق تعریف فهرست صنایع حیاتی و اختصاص سهمیه پایدار برق به این واحدها در زمان محدودیت عرضه؛

* تأمین ژنراتورهای اضطراری صنعتی برای بنگاه‌های تولیدی؛

* ایجاد ذخایر راهبردی سوخت برای ژنراتورهای صنعتی شامل گازوئیل یا گاز مایع، به‌ویژه در مناطق صنعتی که در معرض اختلال شبکه برق قرار دارند؛

* تسریع در تعمیر و بازسازی زیرساخت‌های آسیب‌دیده انرژی از طریق تشکیل تیم‌های تخصصی تعمیرات اضطراری؛

* ایجاد کریدورهای حفاظت‌شده انرژی

در شرایط جنگی، یکی از ابزارهای مهم سیاست گذاری برای جلوگیری از تعطیلی بنگاه‌ها، کاهش فشار هزینه تولید از طریق تعویق یا تعدیل موقت پرداخت‌های دولتی است. در چنین شرایطی، اگر تعهدات مالی آن‌ها نسبت به دولت از جمله مالیات‌ها، حق بیمه‌های اجتماعی، عوارض و سایر پرداخت‌های الزامی بدون انعطاف ادامه یابد، بخش مهمی از منابع نقدی بنگاه‌ها به جای تأمین هزینه‌های عملیاتی صرف پرداخت تعهدات دولتی خواهد شد

اختلال در بازارهای صادراتی و تعویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی باعث می‌شود بنگاه‌ها با کاهش شدید سفارشات مواجه شوند. در چنین شرایطی حتی بنگاه‌هایی که از نظر فنی و مالی قادر به تولید هستند، به دلیل نبود تقاضای کافی ناچار به کاهش تولید یا تعطیلی می‌شوند. از این رو، دولت می‌تواند با استفاده از ابزار خریدهای عمومی نقش مهمی در حفظ سطح فعالیت اقتصادی ایفا کند و از طریق ایجاد تقاضای پایدار برای محصولات داخلی، ظرفیت تولید بنگاه‌ها را حفظ نماید.

* افزایش حجم خریدهای دولتی از تولیدکنندگان داخلی به‌ویژه در بخش‌هایی که دارای پیوندهای گسترده با سایر بخش‌های اقتصادی هستند؛

* پرداخت سریع مطالبات پیمانکاران و تأمین‌کنندگان دولتی به‌منظور جلوگیری از ایجاد بحران نقدینگی در بنگاه‌هایی که با دولت قرارداد دارند؛

* خرید تضمینی برای برخی محصولات صنعتی یا کشاورزی که با افت شدید تقاضا مواجه شده‌اند؛

* تخصیص بودجه‌های اضطراری برای خرید کالاهای اساسی و تجهیزات تولیدی از تولیدکنندگان داخلی.

تخصیص سهمیه ناوگان حمل‌ونقل به صنایع حیاتی؛

* برنامه‌ریزی مسیرهای جایگزین حمل‌ونقل در صورت تخریب یا ناامن شدن مسیرهای اصلی لجستیکی؛

* ایجاد پایانه‌های موقت لجستیکی و مراکز توزیع منطقه‌ای برای تجمع، ذخیره و توزیع کالاها در مناطق امن‌تر؛

* تسهیل و تسریع تشریفات گمرکی و ترخیص کالا برای مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای مورد نیاز صنایع؛

* تشکیل ستاد هماهنگی لجستیک جنگی با مشارکت نهادها و وزارتخانه‌های مرتبط؛

* ذخیره‌سازی راهبردی مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای در صنایع حیاتی برای کاهش آسیب‌پذیری زنجیره تولید.

۵- تثبیت تقاضا از طریق خریدهای دولتی

در شرایط جنگی، یکی از مهم‌ترین ابزارهای دولت برای جلوگیری از کاهش شدید تولید بنگاه‌ها، تثبیت تقاضا از طریق سیاست‌های خرید دولتی و تقویت نقش دولت به عنوان خریدار نهایی است. شوک جنگی علاوه بر اختلال در عرضه از طریق کاهش تقاضای مؤثر نیز به بخش تولید منتقل می‌شوند. کاهش درآمد خانوارها، نااطمینانی اقتصادی،

برای انتقال سوخت و تجهیزات برق به مناطق صنعتی و جلوگیری از اختلال در تأمین انرژی واحدهای تولیدی؛

* استقرار مراکز مدیریت بحران انرژی در مناطق صنعتی برای هماهنگی میان وزارت برق، شرکت‌های برق و واحدهای تولیدی در زمان بروز اختلالات.

۴- حفظ جریان لجستیک و زنجیره تأمین

اختلال در مسیرهای حمل‌ونقل، تخریب زیرساخت‌های لجستیکی، بسته‌شدن بنادر و ایجاد گلوگاه‌های مرزی از مهم‌ترین عواملی هستند که حتی در صورت فعال‌بودن خطوط تولید، امکان ادامه فعالیت اقتصادی بنگاه‌ها را محدود می‌کنند. در چنین شرایطی هدف سیاست‌گذار باید حفظ پیوستگی جریان مواد اولیه و کالاهای نهایی در زنجیره تولید باشد. مهم‌ترین راهکارهای عملیاتی در این حوزه عبارت‌اند از:

* ایجاد کریدورهای لجستیکی اضطراری برای کالاهای تولیدی به‌ویژه برای انتقال مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای به واحدهای صنعتی؛

* اولویت‌دهی به حمل‌ونقل کالاهای تولیدی در شبکه ریلی و جاده‌ای از طریق

دو گزارش بین‌المللی درباره تبعات جنگ آثار اقتصادی و انسانی جنگ برای ایران

نظامی در خاورمیانه؛ آثار اقتصادی و توسعه انسانی در جمهوری اسلامی ایران» به این موضوع پرداخته است. این گزارش هشدار می‌دهد که تشدید درگیری نظامی در خاورمیانه تهدیدی جدی برای اقتصاد و مسیر توسعه انسانی ایران ایجاد کرده است. به گفته این نهاد، درگیری‌ها به زیرساخت‌های انرژی و مسیرهای اصلی تجارت دریایی آسیب رسانده است. در نخستین مرحله بحران، قیمت جهانی نفت بیش از ۳۰ درصد افزایش یافت؛ جهشی که به سرعت فشارهای تورمی را تشدید و هزینه واردات را بالا برد. این شوک‌ها در حالی بر اقتصاد ایران وارد شده که کشور پیش‌تر نیز با بی‌ثباتی اقتصاد کلان، کاهش قدرت خرید خانوارها و پیامدهای تحریم‌ها مواجه بوده است. بر اساس این گزارش، تولید ناخالص داخلی سرانه ایران از بیش از ۸ هزار دلار در سال ۲۰۱۲ به حدود ۵ هزار دلار در سال ۲۰۲۴ کاهش یافته است؛ روندی که نشان‌دهنده افت طولانی‌مدت سطح زندگی است. این گزارش به سه پیامد انقباض شدید اقتصادی، افزایش محسوس فقر و عقبگرد در توسعه انسانی در نتیجه جنگ می‌پردازد.

انقباض شدید اقتصادی

گزارش یادشده یکی از مهم‌ترین پیامدهای تشدید درگیری نظامی را انقباض شدید اقتصادی در ایران می‌داند. بر اساس شبیه‌سازی‌های این نهاد، رشد واقعی تولید ناخالص داخلی در مقایسه با سناریوی بدون جنگ ممکن است بین ۸٫۸ تا ۱۰٫۴ واحد درصد کاهش یابد. این افت عمدتاً ناشی از اختلال در زیرساخت‌های انرژی، کاهش فعالیت‌های تجاری و محدود شدن فعالیت اقتصادی در داخل کشور است؛ روندی که به‌طور مستقیم درآمد خانوارها را کاهش می‌دهد و نااطمینانی اقتصادی را در کوتاه‌مدت افزایش می‌دهد.

این تحولات در شرایطی رخ می‌دهد که اقتصاد ایران پیش از این نیز با فشارهای جدی اقتصاد کلان روبه‌رو بوده است. تورم طی چند سال گذشته در سطحی بالاتر از ۴۰ درصد باقی مانده و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۶ به حدود ۵۵ درصد برسد و سپس در سال ۲۰۲۷ تا حدود ۵۰ درصد کاهش یابد. همزمان ارزش ریال نیز افت قابل‌توجهی را تجربه کرده است؛ به‌گونه‌ای که تا اواخر سال ۲۰۲۵ نرخ آن به حدود ۱۴۵ هزار



تهاجم اسرائیل و آمریکا به خاک کشور، پیامدهایی فراتر از میدان جنگ داشته و آثار این جنگ بر شاخص‌های اقتصادی منعکس خواهد شد. برنامه توسعه ملل متحد و خبرگزاری رویترز در دو گزارش جداگانه به بررسی نتایج اقتصادی این تنش نظامی پرداخته‌اند. بر اساس گزارش سازمان ملل، سه پیامد اصلی این جنگ برای اقتصاد ایران شامل انقباض شدید اقتصادی، افزایش محسوس فقر و عقبگرد در شاخص‌های توسعه انسانی است. این گزارش پیش‌بینی می‌کند که رشد واقعی تولید ناخالص داخلی ایران در مقایسه با سناریوی بدون جنگ ممکن است بین ۸٫۸ تا ۱۰٫۴ واحد درصد کاهش یابد. در چنین شرایطی فشار بر معیشت خانوارها نیز افزایش پیدا کرده است. در همین حال، گزارش رویترز نیز نشان می‌دهد که حتی با وجود دستیابی ایران به یک پیروزی راهبردی و سیاسی در جنگ، شاخص‌های مهم اقتصادی از جمله تورم، بیکاری و فقر در وضعیت نامطلوب‌تری قرار گرفته‌اند و اقتصاد کشور با چالش‌های جدی‌تری روبه‌رو شده است.

پس از تهاجم اسرائیل و آمریکا به ایران در اسفندماه سال گذشته، اقتصاد کشور لاجرم با پیامدهایی در زمینه اقتصادی مواجه می‌شود. برنامه توسعه ملل متحد (United Nations Development Programme) یا UNDP در گزارشی به تاریخ ۳۱ مارس ۲۰۲۶ و با عنوان «تشدید درگیری

معمولا به تشدید فقر و گسترش نابرابری می‌انجامد. تخریب سرمایه می‌تواند اشتغال و معیشت را تضعیف کند و همزمان تورم بالا، که پیش از این نیز در اقتصاد ایران وجود داشته و با افزایش قیمت انرژی و افت ارزش پولی ملی تشدید شده، قدرت خرید خانوارهای فقیر را بیشتر کاهش می‌دهد. از سوی دیگر، جابه‌جایی جمعیت نیز فرصت‌های درآمدی را محدودتر و سطح آسیب‌پذیری را افزایش می‌دهد. به گفته UNDP، تشدید درگیری تاکنون موجب جابه‌جایی گسترده جمعیت شده و بین ۱,۹ تا ۳,۲ میلیون نفر، معادل حدود ۶۰۰ هزار تا یک میلیون خانوار، در مناطق آسیب‌دیده آواره شده‌اند. در مجموع نیز حدود ۶۰ میلیون نفر به‌طور مستقیم تحت تاثیر این شرایط قرار گرفته‌اند و اختلال در خدمات اساسی مانند سلامت، آموزش، آب و فاضلاب گسترش یافته است.

برآوردهای این نهاد نشان می‌دهد که بسته به شدت شوک اقتصادی ناشی از درگیری، تعداد افرادی که با درآمد کمتر از ۳ دلار در روز زندگی می‌کنند ممکن است بین ۲۵۷ تا ۳۰۴ هزار نفر افزایش یابد. این افزایش به معنای رشد ۰,۳۳ واحد درصدی در سهم جمعیتی فقر شدید است. با این حال، گزارش تاکید می‌کند که این شاخص تنها بخشی از تصویر فقر را نشان می‌دهد. برای کشوری مانند ایران که در گروه کشورهای با درآمد متوسط رو به بالا قرار دارد، افزایش جمعیت در آستانه فقر یا در محدوده آسیب‌پذیری اهمیت بیشتری دارد. به همین دلیل در ادامه گزارش از خط فقر ۸,۳۰ دلار در روز بر حسب PPP سال ۲۰۲۱ استفاده شده است؛ شاخصی که به گفته گزارش برای ایران مناسب‌تر و به خط فقر داخلی نیز نزدیک‌تر است.

بر اساس این معیار، در سال ۲۰۲۳ حدود ۳۲,۷ میلیون نفر، یعنی ۳۶,۳ درصد جمعیت، زیر خط فقر قرار داشته‌اند؛ در حالی که این رقم در سال قبل حدود ۳۵ میلیون نفر بوده و پیش از تشدید درگیری نشانه‌هایی از بهبود مشاهده می‌شد. اکنون UNDP برآورد می‌کند که تعداد افراد زیر این خط فقر ممکن است بین ۳,۵ تا ۴,۱ میلیون نفر افزایش یابد؛ افزایشی که می‌تواند ۳,۹ تا ۴,۶ درصد دیگر از جمعیت را به زیر خط فقر بکشانند و نرخ کلی فقر را تا حدود ۴۱ درصد بالا ببرد. گزارش همچنین هشدار می‌دهد که جابه‌جایی جمعیت، آسیب به مسکن و اختلال در خدمات پایه، به‌ویژه در مناطق شهری، ممکن است خانوارهای نزدیک فقر را نیز به زیر خط فقر سوق دهد. در همین حال، افزایش قیمت غذا و انرژی که اثر پس‌رونده دارد، فشار بیشتری بر کارگران غیررسمی، خانوارهای زن‌سرپرست، پناهندگان و جمعیت روستایی وارد خواهد کرد.

عقب‌گرد در توسعه انسانی

گزارش برنامه توسعه ملل متحد هشدار می‌دهد که سومین پیامد

تومان برای هر دلار آمریکا رسیده است. کاهش ارزش پول ملی باعث شده هزینه واردات و قیمت کالاهای ضروری در بازار داخلی افزایش پیدا کند و فشار بیشتری بر معیشت خانوارها وارد شود.

شاخص‌های عملکرد اقتصادی نیز در سال‌های اخیر روندی ضعیف‌تر را نشان می‌دهند. بر اساس گزارش، رشد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۴-۲۰۲۵ به ۳,۱ درصد کاهش یافته است. در همین دوره، رشد بخش نفت از ۱۸,۸ درصد در سال قبل به ۴,۶ درصد کاهش یافته است. فعالیت‌های غیرنفتی نیز رشد محدودی در حدود ۳ درصد داشته‌اند که بخش عمده آن به خدمات عمده‌فروشی و خرده‌فروشی مربوط بوده است. بازار کار نیز تصویر چندان مطلوبی ارائه نمی‌دهد. به‌طور متوسط تنها ۳۸ درصد از ایرانیان ۱۵ ساله و بالاتر شاغل هستند و نرخ اشتغال زنان به‌طور ویژه پایین است؛ به‌طوری که تنها حدود ۱۲ درصد زنان ۱۵ ساله و بیشتر در بازار کار حضور دارند. همزمان سطح فقر نیز قابل توجه گزارش شده است. برآوردها نشان می‌دهد که فقر در سال ۲۰۲۳-۲۰۲۴ حدود ۳۶ درصد بوده است؛ رقمی که هم با خطوط فقر تعیین‌شده از سوی دولت و هم با خط فقر بین‌المللی برای کشورهای با درآمد متوسط رو به بالا، یعنی ۸,۳۰ دلار در روز بر اساس شاخص برابری قدرت خرید (PPP) سال ۲۰۲۱، همخوانی دارد.

در چنین شرایطی، گزارش UNDP هشدار می‌دهد که تشدید درگیری نظامی می‌تواند چشم‌انداز کوتاه‌مدت اقتصاد ایران را به‌طور معناداری بدتر کند. این شبیه‌سازی‌ها با فرض وقوع یک شوک ۲۸ روزه ناشی از اختلال در تجارت، کاهش بهره‌وری و تخریب سرمایه انجام شده است؛ شوکی که به گفته گزارش، در نهایت از مسیر اختلال در تولید انرژی، تجارت و فعالیت اقتصادی داخلی به افت قابل توجه رشد اقتصادی منجر می‌شود. در همین حال اگرچه بدهی عمومی ایران هنوز نسبتا پایین و در حدود ۱۴ درصد GDP است، دولت با محدودیت جدی در فضای مالی، دسترسی محدود به تامین مالی بین‌المللی، و تورم بالا روبه‌روست. بنابراین، حتی در میان‌مدت نیز چشم‌انداز رشد اقتصادی محدود باقی خواهد ماند.

افزایش محسوس فقر

دومین پیامد مهم تشدید درگیری نظامی در ایران، افزایش محسوس فقر است. بر اساس این گزارش، جمعیت کشور اکنون اندکی بیش از ۹۰ میلیون نفر برآورد می‌شود و در سال ۲۰۲۳ حدود ۲,۳ میلیون نفر، معادل ۲,۶ درصد جمعیت، در فقر شدید زندگی می‌کرده‌اند؛ رقمی که نسبت به حدود ۲,۵ میلیون نفر در دوره پس از همه‌گیری کرونا کاهش یافته بود. با این حال، تجربه بحران‌های نظامی نشان می‌دهد که فشار اصلی چنین شوک‌هایی بر دهک‌های پایین درآمدی وارد می‌شود و

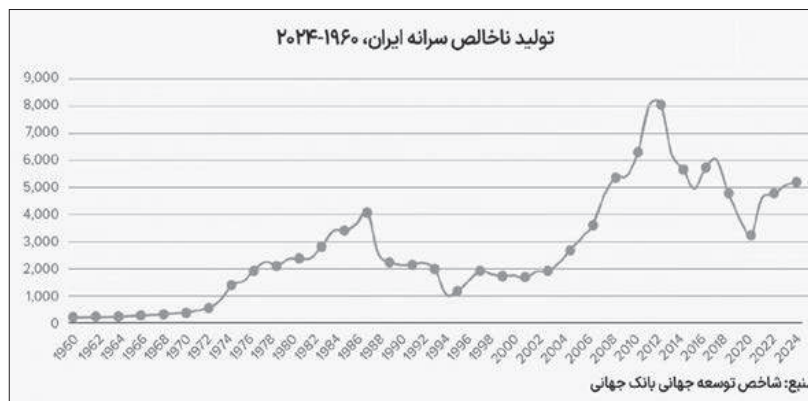
زیرساخت‌های آموزشی و ناامنی برای دانش‌آموزان و معلمان، روند آموزش در ایران را مختل کرده است. به گفته دفتر هماهنگی امور بشردوستانه سازمان ملل، بیش از ۶۰ مدرسه آسیب دیده یا ویران شده‌اند و در جریان حملات بیش از ۲۰۰ کودک کشته شده‌اند و شمار بیشتری نیز زخمی شده‌اند. تعطیلی موقت مدارس در مناطق آسیب‌دیده نیز باعث وقفه در آموزش شده و خطر افزایش غیبت از مدرسه یا عقب‌ماندگی تحصیلی را بالا برده است.

گزارش تاکید می‌کند که چنین اختلال‌هایی می‌تواند پیامدهای بلندمدتی برای سرمایه انسانی باشد. بر اساس داده‌های پروژه سرمایه انسانی بانک جهانی، کودکان در ایران به‌طور متوسط می‌توانند انتظار حدود ۱۱,۲۹ سال تحصیل داشته باشند، اما از نظر یادگیری واقعی این مدت تنها معادل ۸,۰۶ سال تحصیل تعدیل‌شده برحسب یادگیری است. این شکاف میان سال‌های حضور در مدرسه و کیفیت یادگیری نشان می‌دهد که وقفه‌های آموزشی ناشی از درگیری می‌تواند این فاصله را بیشتر کرده و در بلندمدت بر مهارت‌آموزی و بهره‌وری نیروی کار اثر منفی بگذارد.

براساس جزئیات مدل مورد استفاده، شوک ناشی از درگیری از سه مسیر اصلی به اقتصاد منتقل می‌شود: اختلال در تجارت، کاهش بهره‌وری و تخریب سرمایه. به گفته تحلیلگران، تشدید درگیری نظامی تنها به خسارت انسانی فوری محدود نمی‌شود، بلکه با شکنندگی‌های موجود اقتصاد کلان، تورم بالا و فشار تحریم‌ها ترکیب می‌شود و می‌تواند زیان‌های گسترده‌ای در توسعه انسانی ایجاد کند. شبیه‌سازی‌های انجام‌شده بر پایه یک سناریوی شوک ۲۸ روزه نشان می‌دهد اقتصاد با افت شدید رشد، افزایش قابل‌توجه فقر و عقب‌گرد محسوس در شاخص‌های توسعه انسانی روبه‌رو می‌شود. گزارش هشدار می‌دهد در صورت ادامه درگیری‌ها، فشار بر درآمدها، قیمت‌ها، معیشت و دسترسی به خدمات اساسی به‌ویژه برای خانوارها و شاغلان آسیب‌پذیر تشدید خواهد شد.

چالش‌های اقتصادی در پساجنگ

در زمان تهیه این گزارش، چند روز از آغاز آتش‌بس دو هفته‌ای در جنگ می‌گذرد. اگرچه آتش‌بس با ایالات متحده و اسرائیل یک پیروزی راهبردی برای ایران است، اما در عین حال، ایران در حوزه اقتصاد آسیب‌های زیادی دیده و با مشکلات جدی برای بهبود سریع روبه‌رو است. به گزارش رویترز، پس از هفته‌ها حمله از سوی آمریکا و اسرائیل،



فاجعه‌بار درگیری‌های اخیر، عقب‌گرد معنادار در شاخص توسعه انسانی ایران است. درحالی‌که شاخص توسعه انسانی ایران در سال ۲۰۲۳ به رقم ۰,۷۹۹ رسیده بود و کشور را در گروه توسعه انسانی بالا قرار می‌داد، اکنون شبیه‌سازی‌ها از احتمال افت ۰,۴۷ تا ۰,۵۶ واحد درصدی این شاخص خبر می‌دهند؛ افتی که به معنای نابودی یک تا یک‌ونیم سال تلاش و پیشرفت در این حوزه است. این گزارش، کاهش درآمد ملی سرانه، اختلال در نظام آموزشی و افزایش مرگ‌ومیر را از عوامل اصلی این عقب‌نشینی می‌داند. همچنین تاکید شده است که تخریب‌های محیط‌زیستی ناشی از آتش‌سوزی‌ها و آسیب به مراکز صنعتی، با تهدید امنیت غذایی، معیشت بلندمدت جوامع را به مخاطره انداخته است. در این میان، ۳۹ درصد از شاغلان که در بخش غیررسمی فعالیت می‌کنند، به دلیل وابستگی معیشت به ثبات فعالیت‌های اقتصادی، بیشترین آسیب را از این اختلالات می‌بینند.

نظام سلامت ایران با اختصاص ۶ درصد از تولید ناخالص داخلی و تراکم ۱,۸ پزشک به ازای هر هزار نفر، اکنون تحت فشار شدید ناشی از افزایش تلفات قرار دارد. همزمان، تورم غذایی که پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۵ به ۵۷,۹ درصد برسد، رفاه خانوارهای کم‌درآمد را که بخش عمده درآمد خود را صرف خوراک می‌کنند، به‌شدت تهدید می‌کند. آمارها حاکی از جراحات‌های عمیق انسانی است: دست‌کم ۱۹۰۰ کشته، از جمله زنان و کودکان، و بیش از ۲۴۵۰۰ زخمی بر اثر حملات گزارش شده است. ویرانی مدارس، بیمارستان‌ها و جابه‌جایی گسترده جمعیت، در کنار اختلال در زنجیره‌های تامین کالا، نه‌تنها قدرت خرید مردم را فرسوده کرده، بلکه توان سازگاری خانواده‌ها با بحران را نیز به حداقل رسانده است. این شوک‌های پی‌درپی، میلیون‌ها ایرانی را با آسیب‌پذیری‌های ساختاری و کاهش بی‌سابقه کیفیت زندگی مواجه ساخته است.

آثار بر آموزش و سرمایه انسانی

گزارش‌های سازمان ملل نشان می‌دهد تشدید درگیری‌ها با آسیب به

بسیاری شغل خود را از دست داده‌اند، قیمت‌ها به شدت افزایش یافته است. چندین کارخانه، نیروگاه، راه‌آهن، فرودگاه و پل تخریب شده‌اند. همچنین روابط تجاری حیاتی با کشورهای حوزه خلیج فارس قطع شده است. به‌رغم اینکه ایران در کنترل منابع حیاتی انرژی در صحنه منطقه‌ای موفق شده است، اما به نظر می‌رسد جنگ بار بزرگی بر دوش اقتصاد ایران خواهد گذاشت.

نیاز به رفع تحریم‌ها

این خبرگزاری غربی در گفت‌وگو با منابع سیاسی داخلی ایران، صاحبان کسب‌وکار و تحلیلگران، تصویری از کشوری ترسیم کرده که افراد در آن نگران آینده‌ای فقیرتر و مبهم هستند. یک مقام سابق می‌گوید نگرانی از اینکه اقتصاد آسیب‌دیده بتواند موج جدیدی از اعتراضات را برانگیزد، بر تمام تصمیمات دولت سایه انداخته است. همچنین یک منبع نزدیک به حکومت می‌گوید که مقامات، اقتصاد را «پاشنه آشیل» کشور می‌دانند. این منبع اضافه می‌کند هرگونه توافق صلح جامع باید شامل رفع تحریم‌های بین‌المللی و آزادسازی دارایی‌های بلوکه‌شده باشد، در غیر این صورت دولت حتی برای اداره امور روزمره با مشکلات جدی مواجه خواهد شد. یک استاد ایرانی تاریخ در دانشگاه سنت اندروز، ادعا کرد: «ما واقعا نمی‌توانیم ابعاد کامل خسارت و پیامدهای داخلی در ایران را ببینیم، اما بسیاری از زیرساخت‌ها تخریب شده‌اند.» او می‌گوید: «بستن تنگه هرمز آخرین گزینه بود که ایران به آن متوسل شد، اما هزینه آن در میان مدت و بلندمدت برای ایران سنگین خواهد بود.» صاحب یک کارخانه کوچک پوشاک در تبریز، می‌گوید مجبور شده تولید را متوقف کند و ۱۲ کارگر خود را موقتاً بیکار کند. او حالا هم نمی‌داند چه زمانی می‌تواند دوباره شروع کند. همه چیز بستگی دارد به اینکه این وضعیت چه زمانی واقعا از ابهام خارج شود.

ضربه به صنایع بزرگ ایران

یک مقام ایرانی گفت بزرگ‌ترین مراکز صنعتی کشور که موتور اقتصاد هستند، برای بازسازی به ماه‌ها یا حتی سال‌ها زمان نیاز دارند و اگر تحریم‌ها برداشته نشود، کشور با مشکلات بزرگی روبه‌رو خواهد شد. تخریب کارخانه‌ها و مراکز صنعتی باعث ایجاد یک واکنش زنجیره‌ای شده و ده‌ها شرکت وابسته را نیز مجبور به توقف فعالیت کرده است؛ در نتیجه هزاران نفر بیکار شده‌اند. حملات، تاسیسات تولیدی ایران در میدان گازی پارس جنوبی را هدف قرار داده‌اند؛ پروژه‌ای که میلیاردها دلار هزینه داشته است. همچنین صدماتی دیگر به تولیدکنندگان اصلی پتروشیمی وارد شده است. رسانه‌های ایرانی از تعطیلی مجتمع‌های بزرگ فولاد در خوزستان

و اصفهان خبر داده‌اند که هزاران کارگر را تحت‌تاثیر قرار داده است. همچنین مناطق صنعتی در سواحل خلیج فارس به دلیل قطع برق نیروگاه‌ها تعطیل شده‌اند. حتی اگر صنعت ایران احیا شود، روابط حیاتی اقتصادی در خلیج فارس آسیب دیده است. امارات متحده عربی به‌ویژه نقش مهمی در ارتباط اقتصادی ایران با جهان داشت. یک مقام اماراتی می‌گوید روابط ممکن است در نهایت بهبود یابد، چون دو طرف همسایه باقی خواهند ماند، اما شکاف بزرگی در اعتماد ایجاد شده که برای دهه‌ها ادامه خواهد داشت. یک تاجر ایرانی مستقر در دبئی نیز گفت که در حال انتقال کسب‌وکار صادرات و واردات خود به عمان است.

میزان آسیب به اقتصاد

از آغاز جنگ داده‌های اقتصادی محدودی منتشر شده و به دلیل دشواری گزارش‌گیری در داخل کشور، ارزیابی دقیق وضعیت اقتصادی بسیار دشوار است. امود شکری، پژوهشگر ارشد دانشگاه جورج میسون، می‌گوید: «تحریم‌ها، تورم، کاهش ارزش پول ملی و کمبود انرژی پیش از جنگ نیز اقتصاد را تضعیف کرده بودند و حالا خسارات جنگی به آن افزوده شده است.» او می‌گوید: «برخی برآوردها نشان می‌دهد اقتصاد ممکن است امسال درحد قابل‌توجهی کوچک‌تر شود و هرگونه سود ناشی از افزایش قیمت نفت یا دور زدن تحریم‌ها احتمالا بیشتر به بودجه دولت برای اداره کشور خواهد رسید.»

شکری افزود: «اگرچه ارقام دقیق متفاوت است، اما هزاران نفر با از دست دادن شغل، کاهش درآمد یا تعطیلی کسب‌وکار مواجه شده‌اند.» در سطح جامعه، فشار اقتصادی هنوز به مرحله بحرانی کامل نرسیده است. ساکنان تهران و دیگر شهرها گفتند کمبود کالا وجود ندارد و بازارها، مغازه‌ها، بانک‌ها و ادارات دولتی به‌طور عادی فعالیت می‌کنند. با این حال، آنها از افزایش قیمت‌ها - در برخی موارد تا حدود ۴۰ درصد از آغاز جنگ - و کاهش تمایل مردم به خرید غیرضروری خبر دادند. صاحب یک گالری هنری در تهران گفت: کسب‌وکارش عملا تعطیل است.

یک منبع ارشد به رویترز گفته است که چندین جلسه سطح بالا برای مدیریت اقتصاد با منابع محدود برگزار شده و آتش‌بس ممکن است فضای بیشتری برای هزینه‌کرد دولت ایجاد کند. از آغاز جنگ، دولت ایران به افرادی که مجبور به ترک خانه‌هایشان شده‌اند کمک‌هزینه‌هایی پرداخت کرده و هزینه‌هایی برای تعمیرات فوری زیرساخت‌های حیاتی انجام داده است. با این حال، این منبع افزود پایان جنگ همچنین به این معناست که ممکن است فشار بر دولت افزایش یابد.

منابع: گزارش UNDP، رویترز، دنیای اقتصاد

در نخستین نشست روسای کمیسیون‌های اتاق ایران در سال ۱۴۰۵ مطرح شد:

ضرورت تعریف الگوهای جدید تولید و تجارت

اقتصادی چه نقشی در اقتصاد ایران خواهند داشت. باقری خاطرنشان کرد: موضوعات حاکم بر کشور، چندوجهی است و پیش از هر اقدامی باید انسجام خود را حفظ کرده و تمام ظرفیت خود را پای کار بیاوریم تا روند حرکت اقتصاد را سرعت ببخشیم.

نایب‌رئیس اتاق ایران در ادامه، مردمی و برجسته‌بودن نقش بخش خصوصی در اقتصاد را مورد تأکید قرار داد و از ضرورت تغییر رویکردها نسبت به اقتصاد سخن گفت. به اعتقاد او امروز فرصتی فراهم شده تا صحنه اقتصادی به محلی برای نقش‌آفرینی واقعی بخش خصوصی تبدیل شود. او تأکید کرد: نمایندگان مجلس نیز از نقش‌آفرینی بخش خصوصی در اقتصاد استقبال کردند و حامی حضور فعالان اقتصادی در روند بازسازی اقتصادی هستند.

باقری در ادامه به اهمیت شناسایی چالش‌های اقتصاد و آسیب‌های ناشی از جنگ در حوزه اقتصاد پیش از ورود به مرحله بازسازی اشاره و ادامه داد: هر کمیسیون در قالب راهکار مشکلات موجود، دیدگاه‌های خود را در اختیار مرکز پژوهش‌های اتاق ایران قرار دهد تا به کمک این هم‌افزایی بتوانیم به بازسازی اقتصاد کشور کمک کنیم.

کیوان کاشفی عضو هیئت رئیسه اتاق ایران نیز پیشنهاد داد: مهم‌ترین مسئله‌ای که امروز باید مورد توجه باشد این است که به‌شدت از احساسی‌شدن در برخورد با مسائل پیش‌رو بپرهیزیم. بدون شک برخوردهای احساسی موجب می‌شود نگاه‌های منطقه‌ای کنار برود و واقع‌بین نباشیم. از طرف دیگر در این شرایط



مردم را شاهد نبودیم.

رئیس اتاق ایران پیگیری مسائل اینترنتی، بانکی، گمرکی، حمل‌ونقلی و... را مورد توجه قرار داد که به همت کمیسیون‌ها انجام شد. حسن‌زاده در ادامه با توجه به اهمیت موضوع تنگه هرمز، تصریح کرد: پیشنهادی به دولت درباره چگونگی دریافت عوارض از کشتی‌هایی که قصد عبور از تنگه هرمز دارند، ارائه دادیم. بر اساس بررسی‌هایی که انجام شده معتقدیم این تکلیف دولت است که درباره دریافت عوارض و چگونگی انجام آن، لایحه تهیه کند. در ادامه، پیام باقری نایب‌رئیس اتاق ایران به مجموعه‌ای از اقداماتی که اتاق ایران در طول این جنگ انجام داد، اشاره و تأکید کرد: امروز باید اولویت‌های اقتصادی را به دو دوره پیش از جنگ و پس از آن تقسیم کنیم. باید متوجه باشیم که جنگ، اقتصاد کشور را به‌شدت تحت تأثیر قرار داده است و ضرورت دارد با این نگاه به اقتصاد بنگریم و پاسخ دهیم فعالان

روسای کمیسیون‌های تخصصی در اولین نشست خود با اعضای هیئت رئیسه اتاق ایران در سال ۱۴۰۵ حوزه‌های مختلف اقتصاد را مورد بررسی قرار دادند. در این نشست تأکید شد که بخش خصوصی واقعی باید برای بازسازی اقتصاد، وارد میدان شود و علاوه بر طراحی و ارائه راهکارهای عملیاتی، در اجرای برنامه‌ها هم فعال شوند.

صمد حسن‌زاده رئیس اتاق ایران در ابتدای این نشست ضمن تبریک سال جدید، شهادت مقام معظم رهبری و جمعی از فرماندهان کشور را تسلیت گفت. او در ادامه، کمیسیون‌های تخصصی را از ارکان اصلی اتاق ایران دانست که باید در شرایط جنگی فعال‌تر از پیش در مسیر حل چالش‌های اقتصادی گام بردارند. حسن‌زاده همچنین تلاش در مسیر تداوم تولید را ضروری خواند که به اعتقاد او خوشبختانه طی جنگ رمضان عملکرد بسیار خوبی در این حوزه اتفاق افتاد و چالشی در تأمین معیشت

کارخانجات نساجی کوهر چاپ کویر یزد

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

کارخانجات نساجی
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

ساخت ایتالیا



Made In Italy

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 گل

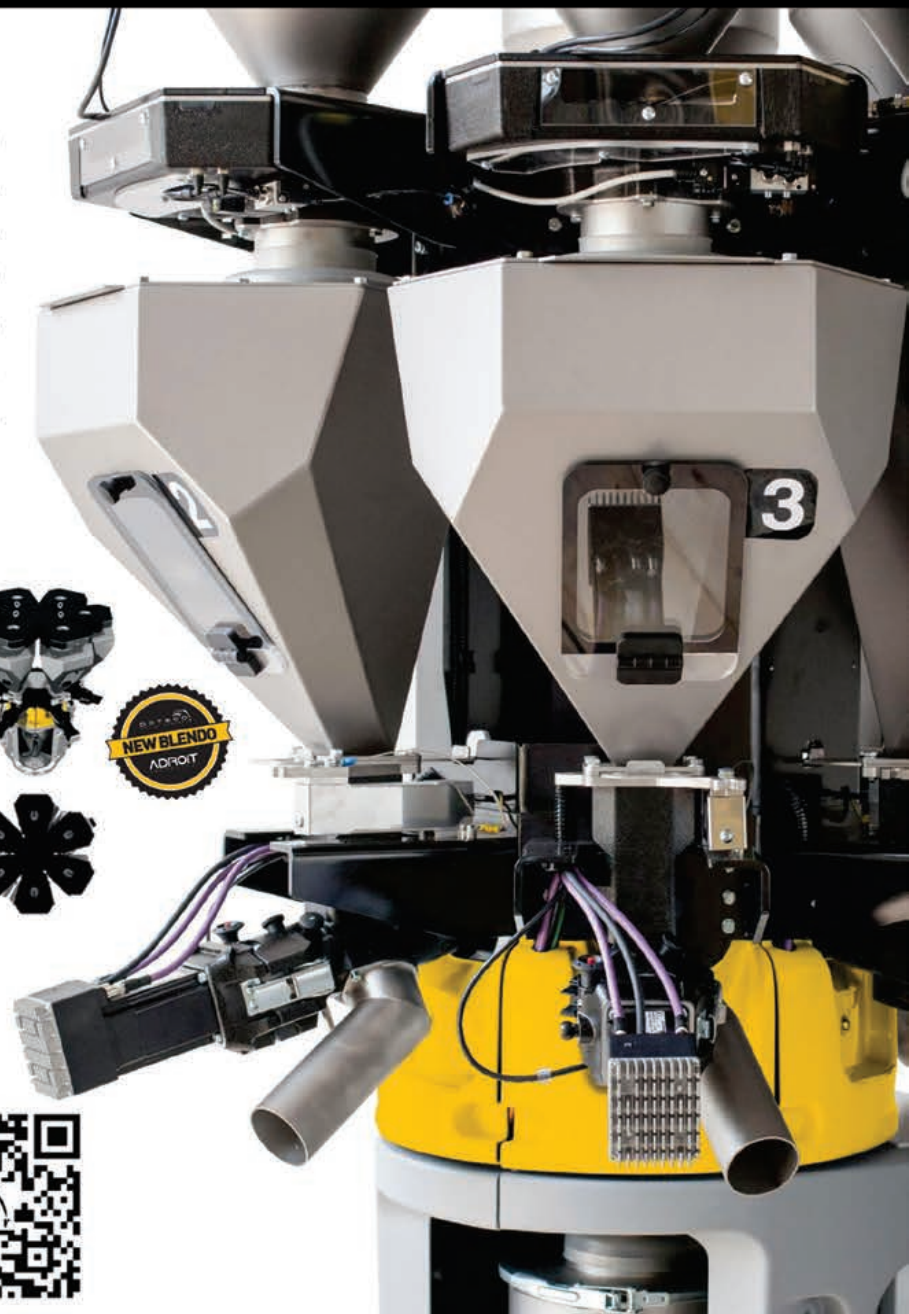
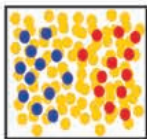
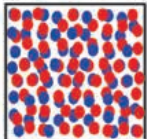
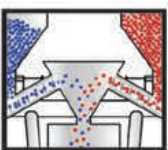
※ قابل افزایش

※ دقت تا ۱۰۰ گرم در ساعت



سیستم دوزینگ شرکت دوتِکو

سیستم دوزینگ سایر شرکت ها



Contact Roozbeh Moravej

+98 912 302 52 87

Email: Roozbeh.moravej@gmail.com

www.doteco.com

را نیز نباید نادیده گرفت. این مناطق در حوزه گردشگری، پتانسیل‌های خوبی دارند.

* محمود اولیایی رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران نیز از ضرورت شبکه‌سازی در حوزه مسئولیت اجتماعی و حتی تداوم روند تولید و... سخن گفت و تأکید کرد: شاید همین الان قطعه موردنیاز یک واحد تولیدی در انبار کارخانه دیگری موجود باشد. اگر شبکه‌سازی و تدوین یک پلتفرم جامع انجام شود، می‌تواند به کمک تولید و اقتصاد کشور بیاید و از طریق آن نیازهای یکدیگر را تا حد ممکن تأمین کنیم. او برنامه حمایتی از واحدهای کوچک توسط اتاق ایران را برای مقابله با افزایش حجم بیکاری‌ها پیشنهاد داد و افزود: تمرکز روی امر مشاوره به بنگاه‌های اقتصادی که دچار چالش جدی شدند، توجه به سلامت روحی مدیران عامل و صاحبان بنگاه‌ها و ساماندهی روند ارتباط شرکت‌ها با شهرداری‌ها و ستاد مبارزه با بحران در فرآیند بازسازی کشور بسیار مهم است.

* رضا رستمی رئیس کمیسیون حمل‌ونقل اتاق ایران با توجه به توقف حمل سیستم هوایی و دریایی کشور در دوران جنگ رمضان و فعالیت ۲۷ درصدی بخش ریلی، فشار اصلی

قانونی خبر داد و با توجه به بودجه سال ۱۴۰۵ که نسبت به هر سال دیگری تمرکز بسیار بالایی روی مالیات دارد، گفت: با این شرایط شاهد کسری بودجه چشمگیری در سال ۱۴۰۵ خواهیم بود. از طرفی بودجه نظامی کشور هم افزایش یافته است. او تأکید کرد: دولت با وضعیت نامناسبی مواجه است و باید بیش از گذشته با همراهی یکدیگر حرکت کنیم و مهم‌ترین موضوع ارائه راه‌حل‌های دقیق و جامع برای انواع مشکلاتی است که با آنها مواجه هستیم.

* مصطفی موسوی رئیس کمیسیون گردشگری اتاق ایران از تعطیلی صنعت گردشگری به‌ویژه در جنوب و مرکز کشور، آسیب‌های جدی به فرودگاه‌ها و احتمال بازگشت بخشی از آنها حداکثر تا ۲ ماه آینده خبر داد. این فعال اقتصادی ضمن تشریح آسیب‌هایی که به صنایع و بخش تجاری کشور وارد آمده، راحت‌ترین محل ارزآوری در مقایسه با تجارت و تولید البته مشروط بر تداوم آتش‌بس را به صنعت گردشگری مربوط دانست و گفت: چنانچه بخواهیم از این صنعت بهره ببریم باید بسته حمایتی برای آن در نظر بگیریم. برای این منظور اقداماتی هم صورت گرفته است. از طرف دیگر ظرفیت مناطق آزاد

باید تمام سناریوها را پیش‌بینی کرده و خود را آماده کنیم. ضرورت دارد به صورت قدم‌به‌قدم جلو رفته و نگاه جامعی به مسائل داشته باشیم.

دیدگاه فعالان اقتصادی در مورد شرایط اقتصادی کشور

* فرج‌الله معماری رئیس کمیسیون اقتصاد کلان اتاق ایران به ارائه ایده‌های نو در قالب همکاری کمیسیون‌ها با مرکز پژوهش‌های اتاق ایران اشاره کرد و گفت: ضرورت دارد برنامه ملی بازسازی صنایع و بنگاه‌ها، تدوین شود. امروز طراحی نظام تأمین مالی برای شروع بازسازی‌ها نیز بسیار مهم است. البته مهم‌تر از هر موضوع، تأمین زنجیره‌های تولید است که در این رابطه همچنان شاهد جاری‌بودن مقررات پیش از جنگ هستیم. او خاطرنشان کرد: نقشه راه دیپلماسی اقتصادی نکته‌ای است که باید به سراغ آن برویم و در کنار آن با توجه به تصویب لزوم تلاش اتاق ایران در حوزه تحول حکمرانی اقتصادی باید سند آن را تدوین کرده و پای کار بیاییم. در این شرایط کوچک‌سازی دولت و تلاش برای ارتقای بهره‌وری، باید محور حرکت قرار گیرد.

* سجاد غرق‌ی نایب‌رئیس کمیسیون معدن اتاق ایران از مدیریت رضایت‌بخش کشور در چارچوب یک دولت کوچک در دوره جنگ سخن گفت که باید فراگیر شود. این عضو هیئت نمایندگان اتاق ایران با توجه به آسیب‌های وارد آمده بر فولاد مبارکه و دیگر صنایع، از لزوم اتخاذ تصمیمات منطقی و تبدیل هرگونه تهدید به فرصت در شرایط جنگی، سخن گفت. به اعتقاد او می‌توان برای کاهش آثار ناشی از این آسیب‌های وارد آمده، بخشی از نیازها را به کمک واردات از کشورهای دیگر تأمین کنیم.

* محمود تولایی رئیس کمیسیون مالیات، کار و تأمین اجتماعی اتاق ایران از رایزنی‌ها با سازمان امور مالیاتی و تمدید مهلت‌های



را مربوط به حمل زمینی و جاده‌ای دانست و گفت: در حال حاضر فشار اصلی سیستم لجستیکی کشور روی حوزه جاده‌ای است و برای همین باید برای تأمین به‌موقع و مناسب نیازهای این بخش از جمله لاستیک و روغن برنامه‌ریزی کرد. او ادامه داد: از طرفی باید برای انتقال کانتینرهای خالی که در بنادر باقی ماندند و امکان خروج آنها نیست و مشمول دمو راژ می‌شوند، فکری کرد.

* آریا حقیقی رئیس کمیسیون صنعت اتاق ایران از همکاری‌هایی که با سایر بخش‌ها صورت گرفته تا جریان اقتصاد متوقف نشود و روند تولید ادامه یابد، سخن گفت و افزود: در این شرایط خاص باید بهترین تصمیم را بگیریم، برای همین شاید لازم باشد واحدهایی که آسیب دیدند دیگر بازسازی نشوند، بلکه بهینه‌سازی شوند. در واقع امروز که بخشی از صنایع کشور دچار آسیب جدی شدند می‌توانیم بر اساس آمایش سرزمینی و ظرفیت‌سنجی، تصمیمات کارآمد که موجب بهره‌وری بیشتر می‌شود، اتخاذ کنیم. پس ضرورت دارد روند فعالیت‌ها را با منطق و ارزیابی‌های دقیق پیگیری کنیم.

* احمدرضا فرشچیان رئیس کمیسیون واردات اتاق ایران مشکل اصلی را درک وضعیت فعلی دانست و تصریح کرد: پیگیری‌ها را با سازمان توسعه تجارت دنبال می‌کنیم چون معتقدیم که باید روندها را نسبت به گذشته تغییر دهیم.

* علی مسعودی رئیس کمیسیون فاوا اتاق ایران موضوع اینترنت را امری زیرساختی توصیف کرد و از پیگیری برای برقراری اینترنتی پایدار برای کسب‌وکارها خبر داد که همچنان ادامه دارد. این فعال اقتصادی به تلاش برای بازگشت اینترنت برای همه مردم اشاره و تأکید کرد: دغدغه‌ها را در قالب جلسات مطرح کردیم و با این باور که اینترنت یک زیرساخت تلقی می‌شود، خواستار برقراری

اینترنت پایدار در کشور هستیم.

* فرشید شکرخدایی رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری اتاق ایران شفافیت پاسخ‌گویی و مشخص بودن میزان درآمدهای حاصل از دریافت عوارض بابت عبور کشتی‌ها از تنگه هرمز را مورد توجه قرار داد و گفت: فراموش نکنیم آنچه برای اقتصاد هر کشوری ضرورت دارد، وجود شفافیت است. از طرف دیگر امروز که آزاد کردن منابع بلوکه‌شده ایران در دیگر کشورها به‌عنوان یک مطالبه جدی مطرح است، این منابع اگر آزاد شوند، معادل میزان بدهی دولت به صندوق توسعه ملی است. یعنی این منابع از قبل استفاده شدند.

* نوید ایزدپناه نایب‌رئیس کمیسیون صنعت اتاق ایران از ضرورت به‌روزشدن برخی تجهیزات صنعتی و نیاز آنها به اینترنت صحبت کرد و خواستار تجدیدنظر درباره شرایط شد. او همچنین به اهمیت مقابله جدی با راه‌های بروز و تقویت رفتارهای فسادبرانگیز در اقتصاد اشاره کرد.

* محمد لاهوتی رئیس کمیسیون توسعه صادرات اتاق ایران به کاهش صادرات کشور با توجه به وضعیت جنگی حاکم اشاره کرد و از ضرورت تغییر سیاست‌های ارزی، ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های صادراتی در قالب یک حرکت هماهنگ بین بانک مرکزی، وزارت صمت و کشاورزی سخن گفت.

* اسحاق بندانی رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق ایران ضمن اشاره به ۵۵ میلیارد دلار مطالبات بخش کشاورزی از دولت گفت: در کنار این مطالبات، امروز مشکلات مربوط به جنگ را نیز باید به چالش‌های حوزه کشاورزی اضافه کنیم. این فعال اقتصادی پیشنهاد داد: از آنجا که تأمین نیازهای معیشتی مردم در وضعیت جنگی اهمیت بالایی دارد، واردات کالا بدون انتقال ارز برای حفظ زنجیره کالا، تسهیل واردات کالاهای اساسی و تجدیدنظر درباره شرایط پرداخت مالیات‌ها باید اجرایی

شود. همچنین برای حفظ روند تجارت کشور، استفاده از مسیر بندر گواتر در پاکستان و مرسینگ ترکیه را به کمک دیپلماسی اقتصادی فعال کنیم. استفاده از ظرفیت کشورهای حوزه دریای سیاه و ظرفیت‌های روسیه در روند تجارت و تأمین کالاهای اساسی نیز می‌تواند مؤثر باشد.

* صدرالدین نیاورانی نایب‌رئیس کمیسیون صادرات اتاق ایران نیز تأکید کرد: با شروع جنگ صادرات محصولات کشاورزی متوقف شد و در عین حال بازارهای سنتی خود را برای صادرات از دست دادیم. حال باید به کمک دیپلماسی اقتصادی دوباره آنها را احیا کنیم.

* رشید عزیزپور رئیس کمیسیون صنایع غذایی اتاق ایران اتخاذ تدابیر ویژه برای تأمین مواد اولیه بسته‌بندی و زمینه‌سازی تداوم فعالیت صنایع غذایی را امری ضروری خواند و گفت: صنایع غذایی و صنعت بسته‌بندی ارتباط بالایی با یکدیگر دارند. چنانچه خللی در تأمین مواد اولیه صنعت بسته‌بندی رخ دهد، صنایع غذایی دچار مشکل می‌شوند. البته برای رسیدگی به شرایط، در طول مدت جنگ و در دوره آتش‌بس، جلسات متعددی با دستگاه‌های دولتی داشتیم و در حال پیدا کردن راهکارهای جایگزین در تأمین مواد اولیه برای صنعت هستیم.

* احمد آتش‌هوش رئیس کمیسیون حقوقی اتاق ایران پیشنهاد داد: اتاق ایران به صورت مستند سطح خسارت‌های وارد آمده بر واحدها را دقیق ارزیابی کند، این اقدام اگر به همت اتاق ایران انجام شود، قابل استناد خواهد بود و احتمال دارد در آینده برای جبران خسارت به کار آید.

* در نهایت افشین کلاهی رئیس کمیسیون کسب‌وکارهای نوین و دانش‌بنیان گفت: اینترنت یک زیرساخت است و فراموش نکنیم از قطعی اینترنت، روزانه ۴۰ میلیون دلار خسارت متحمل می‌شویم.



الزامات بازسازی اقتصاد ایران در پسا جنگ

حسین پیرمودن نایب رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

نیازمند ایجاد فضای باثبات، شفاف و پیش‌بینی‌پذیر در اقتصاد است. در این راستا، بخش خصوصی می‌تواند با توسعه همکاری‌های بین‌المللی و انتقال فناوری، به ارتقای بهره‌وری و تسریع روند بازسازی کمک نماید.

چهارم، توجه به نوآوری و فناوری به‌عنوان یکی از ارکان اصلی بازسازی اقتصادی، ضرورتی انکارناپذیر است. دوره پسا جنگ باید به‌مثابه فرصتی برای گذار به اقتصادی دانش‌بنیان، هوشمند و رقابت‌پذیر تلقی شود؛ امری که بدون نقش‌آفرینی شرکت‌های نوآور و استارت‌آپ‌ها محقق نخواهد شد.

در نهایت، موفقیت در بازسازی اقتصادی مستلزم شکل‌گیری رابطه‌ای مبتنی بر اعتماد، شفافیت و تعامل سازنده میان دولت و بخش خصوصی است. دولت باید با ایفای نقش تسهیل‌گر و سیاست‌گذار، از مداخلات غیرضروری پرهیز کرده و زمینه را برای حضور مؤثر و مسئولانه بخش خصوصی فراهم آورد.

بدین ترتیب، دوره پسا جنگ علی‌رغم دشواری‌ها و محدودیت‌ها، می‌تواند به نقطه عطفی در مسیر بازآفرینی اقتصاد ایران بدل شود؛ نقطه‌ای که با اتکا به توانمندی‌های داخلی، بهره‌گیری از ظرفیت‌های بخش خصوصی و پاسداشت ارزش‌های ملی، مسیر دستیابی به توسعه پایدار و ارتقای کیفیت زندگی شهروندان هموار خواهد شد.

اختلال در زنجیره‌های تأمین و کاهش سطح اعتماد عمومی مواجهه است. در چنین شرایطی، بازسازی سریع، کارآمد و مبتنی بر اولویت‌بندی زیرساخت‌هایی چون حمل‌ونقل، انرژی، ارتباطات و صنایع مادر، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. بدیهی است که ظرفیت‌های مالی و اجرایی دولت به‌تنهایی پاسخگوی این حجم از نیازها نبوده و حضور فعال بخش خصوصی به‌عنوان یک ضرورت راهبردی مطرح می‌شود.

نخست، مشارکت نظام‌مند بخش خصوصی در پروژه‌های بازسازی زیرساختی از طریق سازوکارهایی نظیر قراردادهای مشارکت عمومی-خصوصی (PPP) باید در دستور کار قرار گیرد. ایجاد چارچوب‌های حقوقی شفاف، ارائه مشوق‌های مالیاتی و تضمین امنیت سرمایه‌گذاری، از جمله پیش‌نیازهای جلب مشارکت مؤثر فعالان اقتصادی در این حوزه است.

دوم، احیای ظرفیت‌های تولیدی و بازگرداندن چرخه اشتغال به وضعیت پایدار، از دیگر مسئولیت‌های کلیدی بخش خصوصی است. بازسازی و نوسازی واحدهای صنعتی آسیب‌دیده، به‌کارگیری نیروی کار و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه، نقش مهمی در کاهش تبعات اجتماعی و اقتصادی جنگ ایفا خواهد کرد. **سوم،** جذب و تجهیز منابع مالی داخلی و خارجی برای تأمین هزینه‌های بازسازی،

بازسازی اقتصاد ایران در دوره پسا جنگ یکی از اساسی‌ترین و در عین حال پیچیده‌ترین مأموریت‌های ملی به‌شمار می‌رود که تحقق آن مستلزم هم‌افزایی هدفمند میان دولت، بخش خصوصی و سایر ارکان جامعه است. در این میان، بخش خصوصی می‌تواند و باید نقشی فراتر از یک بازیگر مکمل ایفا کرده و به‌عنوان موتور محرک فرآیند بازسازی و توسعه اقتصادی کشور ظاهر شود.

در آغاز لازم است با ادای احترام به رزمندگان سلحشور و فداکار میهن که در راه دفاع از کیان ایران عزیز، امنیت و تمامیت ارضی کشور از جان خود گذشتند و موجب این پیروزی بزرگ در جنگی غیرقانونی و جنایتکارانه شدند، بر اهمیت سرمایه اجتماعی شکل‌گرفته در پرتو ایثار و مقاومت تأکید شود.

بی‌تردید، این فداکاری‌ها زمینه‌ساز این پیروزی، حفظ استقلال ملی و تداوم حیات اقتصادی کشور بوده است. همچنین باید تأکید کرد که تخریب زیرساخت‌های حیاتی و آسیب به بنیان‌های اقتصادی کشور که به معیشت و رفاه عمومی لطمه وارد کرد توسط آمریکای جنایتکار و اسرائیل صهیونیست، اقدامی محکوم و مغایر با اصول انسانی و توسعه‌محور تلقی می‌شود.

اکنون اقتصاد پسا جنگ با چالش‌هایی نظیر تخریب گسترده زیرساخت‌ها، افت سرمایه‌گذاری، افزایش نرخ بیکاری،

راهکارهای مدیریت بنگاه ها در شرایط بحرانی

نویسنده: صدیقه نژاد قربان

بر اعتبار شرکت بگذارد و ارزش های شرکت را به چالش بکشد. ممکن است یک رویداد غیرمنتظره، مانند یک بیماری همه گیر جهانی یا فاجعه ای طبیعی باشد. اگر بحرانی بزرگ اتفاق بیفتد، باید یک استراتژی و برنامه مدیریت بحران قوی داشته باشید، اما داشتن یک برنامه و پیروی از آن برنامه در زمان وقوع بحران، دو چیز بسیار متفاوت هستند. هنگام بحران، حرکت سریع مهم است. اما همچنین مهم است که آنقدر شتابزده حرکت نکنید که تمام دید خود را از وضعیت از دست بدهید.

«مدیریت بحران موثر» و «ارتباطات بحران»، تعادلی از سرعت و پیامرسانی موثر است. حرکت شتابزده به سمت یک سناریوی بحران ممکن است به قضاوت کاملاً اشتباه مدیران در مورد لحن پاسخ مورد نیاز منجر شود. حرکت بسیار آهسته نیز خطر کناره گیری و بی تفاوتی را به همراه دارد و به همان اندازه به اعتبار یک شرکت آسیب می رساند.

مدیریت بحران ضعیف می تواند به طور قابل توجهی بر عملیات نقش داشته باشد. در موارد شدید، حتی می تواند به اتهامات جنایی بینجامد. در عصر دیجیتال امروز، به ویژه در جایی که بحران های رسانه های اجتماعی می توانند با سرعت زیادی رخ دهند و ادامه یابند، مشاغل باید برنامه های مدیریت بحران داشته باشند تا از اعتبار و ارزش های شرکت خود محافظت کنند.

مدیران موفق جهانی در زمان بحران

لحظات بحرانی، قدرت واقعی رهبری را می آزماید. توانایی حفظ آرامش، تصمیم گیری عاقلانه و ایجاد تغییر می تواند بحران را به فرصتی برای رشد تبدیل کند. به همان اندازه که مدیریت بحران برای برخی شرکت ها چالش برانگیز است، پشت سر گذاشتن موضوع و بازگشت به حالت عادی در اسرع وقت نیز می تواند برای آنها دشوار باشد. تجربه شرکت های مشهور جهان نشان داده است، بهبود از یک بحران می تواند دشوار باشد، اما ناممکن نیست. برخی از بحران ها می توانند بدون هشدار رخ دهند و برخی دیگر می توانند در طول یک دوره زمانی ایجاد و تقویت شوند. در چشم انداز دیجیتال به شدت متصل و همیشه آنلاین امروز، هر تصمیم



در شرایط بحرانی، مدیران باید با اتخاذ تصمیمات سریع و موثر، بنگاه خود را از آسیب های احتمالی حفظ کرده و پایداری آن را تضمین کنند. این موضوع نیازمند مدیریت استراتژیک، انعطاف پذیری و توانایی هماهنگی منابع در موقعیت های پیچیده است.

برای مدیریت بنگاه در بحران، مدیران ابتدا باید با ارزیابی دقیق وضعیت، ابعاد بحران را شناسایی کنند. این شامل تحلیل تأثیرات بحران بر عملیات، منابع انسانی، زنجیره تامین و مشتریان است. سپس، با اولویت بندی اقدامات، برنامه ای منسجم برای کاهش خسارت ها تدوین کنند. ارتباط شفاف و مستمر با کارکنان، مشتریان و سایر ذی نفعان برای حفظ اعتماد ضروری است. مدیران باید از منابع موجود به صورت بهینه استفاده و در صورت نیاز، با چابکی استراتژی هایی جدید اتخاذ کنند. تصمیم گیری مبتنی بر داده، حفظ آرامش و تقویت روحیه تیمی نیز نقش کلیدی دارد. در نهایت، یادگیری از بحران و مستندسازی تجربیات می تواند بنگاه را برای مواجهه با چالش های آینده آماده تر کند.

هر سازمانی در معرض تجربه بحران است. بحران می تواند در یک لحظه رخ دهد، باعث سردرگمی و استرس شود و اعتبار برند و روابط ذی نفعان را در معرض خطر قرار دهد. نحوه واکنش یک سازمان و رهبران آن به یک بحران می تواند نقش طولانی مدتی بر کسب و کار داشته باشد. احتمال قابل توجهی وجود دارد که یک کسب و کار در مقطعی مجبور به مقابله با یک بحران شود. مدیران ممکن است حتی متوجه وقوع آن نشوند، اما می توانند اثر قابل توجهی

که خود یکی از بنیان‌گذاران آن بود، بازگشت. او خط تولید ایل را ساده کرد، پروژه‌های غیرضروری را کاهش داد و بر نوآوری‌های کلیدی تمرکز کرد. جابز آی‌مک، آی‌پاد و آیفون را معرفی کرد و صنعت فناوری را دگرگون کرد. چشم‌انداز و رهبری او ایل را نجات داد و آن را به یکی از ارزشمندترین شرکت‌های جهان تبدیل کرد. در سال ۲۰۱۴، جنرال‌موتورز (GM) به دلیل نقص در سوئیچ‌های احتراق که موجب تصادفات و مرگ‌ومیرهای متعدد شد، با بحران عظیمی روبه‌رو شد. مری بارا مدیرعامل تازه منصوب‌شده، مسئولیت کامل این موضوع را بر عهده گرفت. او به‌جای پنهان کردن مشکل، تحقیقاتی شفاف را آغاز کرد، علنی عذرخواهی کرد و میلیون‌ها وسیله نقلیه را فراخوان کرد. رویکرد صادقانه و قاطع او به جنرال‌موتورز کمک کرد تا اعتماد مشتری را دوباره به دست آورد و تعهد خود را به ایمنی تقویت کند.

وقتی ساتیا نادلا در سال ۲۰۱۴ مدیرعامل مایکروسافت شد، این شرکت برای رقابت با رقبایی مانند گوگل و ایل به مشکل برخورد بود. نادلا تمرکز مایکروسافت را به رایانش ابری، هوش مصنوعی و فرهنگ کار تیمی تغییر داد. او نوآوری را تشویق کرد، تنوع در محل کار را بهبود بخشید و محصولات فوقی مانند مایکروسافت آژور را عرضه کرد. رهبری او به مایکروسافت کمک کرد تا رشد خوبی داشته باشد که آن را به یکی از برترین شرکت‌های فناوری در جهان تبدیل کرد.

همچنین، پیسی‌کو در اوایل دهه ۲۰۰۰ با افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان نسبت به سلامت، از کاهش فروش رنج می‌برد. ایندرا نویی، که در سال ۲۰۰۶ مدیرعامل شد، گام‌های جسورانه‌ای برای تغییر تمرکز شرکت از نوشابه‌های شیرین به گزینه‌های غذایی و نوشیدنی سالم‌تر برداشت. او محصولات کم‌شکر و کم‌نمک را معرفی کرد و درعین حال سبد محصولات پیسی‌کو را با برندهایی مانند تروپیکانا و کوئیکر اوتس گسترش داد. چشم‌انداز او شرکت را متحول کرد و آن را پایدارتر و با نیازهای مدرن مصرف‌کنندگان همسو کرد. تجربه این شرکت‌ها نشان می‌دهند که چگونه شفافیت، همدلی، اقدام قاطع و ارتباط شفاف در تبدیل فجایع بالقوه به فرصت‌هایی برای رهایی بسیار مهم هستند. هر یک از این برندهای پیشرو با بحرانی دست‌وپنجه نرم می‌کردند، اما مدیریت موفق به آنها اجازه داد تا اعتماد را بازسازی کنند، انعطاف‌پذیر بمانند و حتی در درازمدت قوی‌تر شوند. کسب‌وکارها باید برای رقابتی‌ماندن تکامل یابند و بر نوآوری تمرکز کنند و از همه مهم‌تر شفاف و صادق باشند. مشتریان و کارمندان به رهبرانی که آشکارا ارتباط برقرار می‌کنند، اعتماد دارند. همچنین باید بر سرمایه‌گذاری روی افراد تمرکز کنند، زیرا یک تیم قوی و بانگیزه برای غلبه بر چالش‌ها بسیار راهگشاست.

۱۰ اقدام مهم مدیران در زمان بحران

در مواقع بحران، کسب‌وکارها با چالش‌های بی‌سابقه‌ای روبه‌رو می‌شوند

برند این پتانسیل را دارد که در عرض چند دقیقه به یک بحث جهانی تبدیل شود. چه نقص در محصول باشد، چه یک اشتباه در رسانه‌های اجتماعی یا چالش‌های اخلاقی گسترده‌تر، شرکت‌ها به‌طرز فزاینده‌ای خود را زیر ذره‌بین نظارت عمومی می‌بینند. در این محیط، مدیریت بحران از یک عملکرد اداری به یک مهارت حیاتی تبدیل شده است که می‌تواند موفقیت بلندمدت یک برند را تعریف کند. نمونه‌های موفق مدیریت بحران از برندهای پیشرو، دریچه‌ای به چگونگی هدایت خلاقانه، موثر و مسئولانه این شرکت‌ها در چالش‌های مدرن ارائه می‌دهد. مدیریت بحران امروزه چیزی بیش از مهار خسارت است. این مدیریت مستلزم دوراندیشی، سازگاری و تمایل به تکامل است. این نمونه‌ها نشان می‌دهند که چگونه اقدام به‌موقع، همراه با درک عمیق احساسات عمومی، می‌تواند به برندها کمک کند تا نه‌تنها در مواجهه با ناملایمات زنده بمانند، بلکه رشد کنند.

در یکی از پرسروصداترین بحران‌ها در تاریخ هوانوردی اخیر، بوئینگ پس از دو سقوط غم‌انگیز هواپیمای ۷۳۷ مکس خود یعنی پرواز ۶۱۰ لاین‌ایر در اکتبر ۲۰۱۸ و پرواز ۳۰۲ اتیوپی ایرلاینز در مارس ۲۰۱۹ با چالش چشمگیری روبه‌رو شد. این تصادفات که موجب از دست‌رفتن جان صدها نفر شد، به مشکلات سیستم تقویت ویژگی‌های مانور (MCAS) هواپیما، نرم‌افزاری که برای جلوگیری از واماندگی طراحی شده است، مرتبط بودند. پژوهش‌ها، نقص‌های جدی ایمنی و آموزش ناکافی خلبانان در مورد سیستم جدید را آشکار کرد. در پی این فجایع، نهادهای نظارتی در سراسر جهان ناوگان ۷۳۷ مکس را زمین‌گیر کردند و اعتبار بوئینگ به‌شدت آسیب دید. این شرکت با دعاوی حقوقی، تحقیقات دولتی و از دست‌دادن اعتماد گسترده از سوی خطوط هوایی، نهادهای نظارتی و عموم مردم مواجه شد. بوئینگ با آغاز بازنگری جامع پروتکل‌های ایمنی خود، طراحی مجدد سیستم معیوب MCAS و همکاری نزدیک با نهادهای نظارتی مانند اداره هوانوردی فدرال (FAA) برای بازیابی گواهینامه این هواپیما، به این موضوع واکنش نشان داد. این شرکت همچنین متعهد به بهبود شفافیت در ارتباط خود با خلبانان و خطوط هوایی شد و آموزش‌های پیشرفته خلبانی را برای اطمینان از آشنایی با سیستم به‌روزشده ارائه داد.

در سال ۲۰۰۸، استارباکس به مشکل برخورد. این شرکت خیلی سریع گسترش یافته بود و درآمد آن رو به کاهش بود. در بحبوحه این آشفتگی، هاوارد شولتز، مدیرعامل سابق، به رهبری شرکت بازگشت. در میان سایر تصمیمات سخت، او فروشگاه‌های ناکارآمد را تعطیل کرد و بر بهبود تجربه مشتری تمرکز کرد. شولتز همچنین در نوآوری و آموزش کارکنان سرمایه‌گذاری کرد، محصولات جدید و سیستم‌های پرداخت کامپیوتری را معرفی کرد. استارباکس سهم بازار خود را بازیابی کرد و تحت رهبری او قوی‌تر شد.

ایل نیز در سال ۱۹۹۷ در آستانه ورشکستگی بود که استیو جابز به شرکتی

که می‌تواند تاب‌آوری و توانایی آنها را برای سازگاری به بوته آزمایش بگذارد. باین‌حال، با طرز فکر و استراتژی‌های درست، نه‌تنها می‌توان از این شرایط جان سالم به‌در برد، بلکه می‌توان رشد نیز کرد. بسیاری از شرکت‌ها زمان، پول و منابع بسیاری را برای پیشگیری از بحران سرمایه‌گذاری می‌کنند. واقعیت این است که این کار می‌تواند بیهوده باشد، زیرا بحران‌ها پیش خواهند آمد و اغلب پیش‌بینی‌نشده خواهند بود. بنابراین، بیشتر به داشتن اجزای بنیادی مناسب برای رسیدگی به آنها در هنگام وقوع بستگی دارد.

۱۰ روش موثر وجود دارد که کسب‌وکارها می‌توانند بدون غرق‌شدن در بحران، برای آن آماده شوند، از آن درس بگیرند و رشد کنند.

* نخست آنکه، فرهنگ «ارتباطات» باز را پرورش دهند. در طول بحران، مدیران باید خطوط ارتباطی شفاف و باز را با کارمندان، مشتریان و ذی‌نفعان خود حفظ کنند. تلاش برای پنهان کردن یا کاهش مصنوعی مشکلات پس از وقوع آنها نه‌تنها ریاکارانه است، بلکه انرژی حیاتی را از آنچه مهم است، می‌گیرد. به‌روزرسانی‌ها را به اشتراک بگذارند، به نگرانی‌ها بپردازند و فعالانه به بازخوردها گوش دهند. این رویکرد اعتماد ایجاد می‌کند و موجب می‌شود همه برای رسیدن به یک هدف مشترک با هم همکاری کنند. درنهایت، نحوه تعامل مدیران با نیروی کار و جامعه آسیب‌دیده در طول بحران، به ایجاد روابط قوی‌تر یاری می‌رساند.

* دومین راه‌حل، ایجاد روابط قوی با ذی‌نفعان است. ایجاد و حفظ روابط قوی با مشتریان، تامین‌کنندگان، سرمایه‌گذاران و سایر ذی‌نفعان کلیدی بسیار مهم است. در طول بحران، این روابط می‌توانند پشتیبانی، منابع و فرصت‌های همکاری ارزشمندی را فراهم کنند.

* در سومین راه‌کار باید بحران‌های گذشته را تجزیه و تحلیل کرد و از آنها درس گرفت. با مطالعه بحران‌های گذشته می‌توان درس‌های آموخته‌شده را شناسایی کرد. مدیران باید تجزیه و تحلیل‌های کاملی پس از بحران انجام دهند تا بفهمند چه چیزی خوب عمل کرده و چه چیزی نه.

* در چهارمین گام از راهنمای حرفه‌ای استفاده کنند. مدیران باید تشخیص دهند چه زمانی برای عبور موفق از یک بحران به تخصص خارجی نیاز دارند و با مشاوران، متخصصان صنعت یا مربیانی که می‌توانند بینش‌ها و راهنمایی‌های ارزشمندی ارائه دهند، تعامل کنند.

* پنجمین راه‌کار، ایجاد پروتکل‌های مدیریت بحران است. با ایجاد یک برنامه جامع مدیریت بحران، برای مقابله با آنها آماده شوید. این به معنای تلاش برای شناسایی هر خطر بالقوه و تدوین استراتژی‌هایی برای کاهش آنها نیست. این در مورد فرآیند است. دانستن اینکه چه کسی چه کاری انجام می‌دهد و چه کسی از چه کسی در هنگام بروز مشکل پشتیبانی می‌کند. نقش‌ها و مسئولیت‌های خاصی را به اعضای تیم بسپارید و کانال‌های ارتباطی روشنی ایجاد کنید تا از تصمیم‌گیری

کارآمد در طول بحران اطمینان یابید.

* در ششمین گام باید در فناوری و قابلیت‌های دیجیتال سرمایه‌گذاری کرد. مدیران باید از فناوری برای بهبود عملیات تجاری و تجربه مشتری خود استفاده کنند. تحول دیجیتال را بپذیرند و در ابزارها و پلتفرم‌هایی که امکان کار از راه دور، فروش آنلاین و ارتباط موثر را فراهم می‌کنند، سرمایه‌گذاری کنند. به کارمندان اجازه دهند، از آنها دعوت کنند و حتی ملزیشان کنند پلتفرم‌ها را یاد بگیرند.

* به عنوان هفتمین گام، باید از طرز فکر رشد استقبال کرد. تیم خود را تشویق کنید که بحران‌ها را به‌عنوان فرصت‌هایی برای یادگیری، نوآوری و رشد ببیند. این طرز فکر، انعطاف‌پذیری را تقویت می‌کند و موجب می‌شود کسب‌وکار به‌سرعت با شرایط متغیر سازگار شود. «ترس» اغلب قدرتمندترین مولفه منفی در هر بحرانی است. وقتی طرز فکر جمعی، حمایت، انعطاف‌پذیری و پشتکار باشد، جای کمی برای ترس باقی می‌ماند.

* در گام هشتم، رفاه کارکنان باید در اولویت قرار گیرد. مدیران باید بدانند که کارمندان ستون فقرات کسب‌وکار هستند. در طول بحران، با ارائه پشتیبانی، منابع و فرصت‌هایی برای رشد، رفاه آنها را در اولویت قرار دهید. یک راه عالی برای انجام این کار، تقسیم مسئولیت‌هاست تا هیچ‌کس بیش‌ازحد بار به دوش نکشد.

* نهمین اقدام تنوع خلاقانه است. یکی از راه‌های مقابله با تنوع، اجتناب از اتکای بیش‌ازحد به یک جریان درآمد واحد است که می‌تواند کسب‌وکارها را در طول بحران آسیب‌پذیر کند. مدیران باید فرصت‌های جدید را کشف کنند و جریان‌های درآمدی خود را متنوع کنند تا ثبات را تضمین کنند. این موضوع می‌تواند شامل گسترش بازارهای جدید، ارائه محصولات یا خدمات جدید یا ایجاد مشارکت‌های استراتژیک باشد.

* درنهایت باید چابک و سازگار ماند. در مواقع بحران، سازگاری بسیار مهم است. مدیران باید بتوانند طرز فکری انعطاف‌پذیر داشته باشند و آماده باشند در صورت نیاز، استراتژی، پیشنهادها یا عملیات تجاری خود را تغییر دهند. روندهای بازار، نیازهای مشتری و تحولات صنعت را از نزدیک رصد کنند و تنظیمات لازم را برای مرتبط و مقاوم ماندن انجام دهند.

در مجموع، گذر از بحران می‌تواند طاقت‌فرسا باشد، اما همچنین فرصتی برای کسب‌وکارها برای یادگیری، تکامل و رشد است. با ایجاد روابط قوی و خطوط ارتباطی باز، اجرای پروتکل‌های اثرگذار مدیریت بحران و چابک ماندن، کسب‌وکارها نه‌تنها می‌توانند زنده بمانند، بلکه در مواجهه با سختی‌ها رشد نیز می‌کنند. با برنامه‌ریزی استراتژیک، چابکی و تعهد به بهبود مستمر، کسب‌وکارها می‌توانند قوی‌تر، مقاوم‌تر و آماده‌تر برای چالش‌های آینده ظاهر شوند.

منبع: تجارت فردا، شماره ۵۹۸

تصویر صندوق بین‌المللی پول از اقتصاد ایران

تشدید رکود اقتصادی ایران در سال ۱۴۰۵



اقتصاد ایران در تازه‌ترین گزارش صندوق بین‌المللی پول (IMF) با تصویری از تشدید همزمان رکود و تورم مواجه است؛ وضعیتی که نشان می‌دهد شوک‌های بیرونی، به‌ویژه جنگ و اختلال در مسیرهای تجاری، به‌طور مستقیم بر متغیرهای کلان اثر گذاشته‌اند. بر اساس داده‌های محقق‌شده، رشد اقتصادی در سال ۱۴۰۴ به منفی ۱,۵ درصد رسیده و بیانگر آغاز فاز انقباضی در اقتصاد است. این روند در سال ۱۴۰۵ با پیش‌بینی سقوط رشد به منفی ۶,۱ درصد، وارد مرحله‌ای عمیق‌تر می‌شود؛ هرچند برای سال ۱۴۰۶ بازگشت نسبی رشد تا سطح ۳,۲ درصد برآورد شده است. این افت شدید، بیش از هرچیز به کاهش تولید و صادرات در بخش انرژی و همزمان اختلال در زیرساخت‌های حمل‌ونقل بازمی‌گردد. محدودیت در مسیرهای صادراتی و وابستگی به گذرگاه‌های راهبردی، شدت آسیب‌پذیری اقتصاد را افزایش داده و موجب شده کاهش رشد در مقایسه با بسیاری از کشورهای منطقه عمیق‌تر باشد. در چنین شرایطی، هرگونه بهبود نیز به بازگشت ثبات به این مسیرها وابسته است.

همزمان، تورم در سطوح بالا تثبیت شده و حتی روندی صعودی به خود گرفته است. نرخ تورم در سال ۱۴۰۴ به ۵۰,۹ درصد رسیده و پیش‌بینی می‌شود در سال ۱۴۰۵ به ۶۸,۹ درصد افزایش یابد؛ سطحی که از تشدید فشارهای هزینه‌ای و اختلال در تامین حکایت دارد. هرچند در سال ۱۴۰۶ تورم تا ۳۹,۶ درصد کاهش می‌یابد، اما همچنان فاصله زیادی با سطوح باثبات دارد. در بازار

سال ۲۰۲۷ با بهبود اندک به ۳,۲ درصد می‌رسد؛ روندی که اثر مستقیم جنگ بر فعالیتهای اقتصادی را نشان می‌دهد. تورم جهانی در کوتاه‌مدت افزایش می‌یابد، اما در ادامه مسیر نزولی خود را از سر می‌گیرد. این وضعیت در اقتصادهای در حال توسعه شدیدتر است؛ جایی که ترکیب رشد پایین‌تر و تورم بالاتر، فشار مضاعفی بر سیاست‌گذاران وارد می‌کند. ریسک‌های نزولی بر چشم‌انداز اقتصاد جهانی غلبه دارد. تداوم یا گسترش جنگ، افزایش شکاف‌های سیاسی و رشد هزینه‌های نظامی می‌تواند رشد اقتصادی را بیش از پیش تضعیف کند. در مقابل، کاهش تنش‌ها یا بهبود بهره‌وری می‌تواند بخشی از این فشارها را تعدیل کند. در چنین شرایطی، اقتصاد ایران نیز به‌عنوان بخشی از این نظم ناپایدار، بیش از هر زمان دیگری به تحولات بیرونی گره خورده است.

کار نیز اثرات رکود قابل مشاهده است؛ نرخ بیکاری از ۸ درصد در ۱۴۰۴ به ۹,۲ درصد در ۱۴۰۵ افزایش یافته و در ۱۴۰۶ در سطح ۹ درصد باقی می‌ماند. نکته قابل‌توجه، بازنگری منفی قابل‌توجه در برآورد رشد سال ۱۴۰۵ است که نشان می‌دهد شدت شوک‌های وارده بیش از پیش‌بینی‌های قبلی بوده است. در مقابل، برآورد مثبت برای سال ۱۴۰۶ بر این فرض استوار است که تولید انرژی و مسیرهای حمل‌ونقل در ماه‌های آینده به وضعیت عادی بازگردند؛ فرضی که تحقق آن به‌شدت به تحولات ژئوپلیتیک وابسته است.

چشم‌انداز جهانی

در سطح جهانی نیز اقتصاد با کاهش شتاب رشد روبه‌رو شده است؛ به‌طوری که برآوردها نشان می‌دهد رشد جهانی در سال ۲۰۲۶ به ۳,۱ درصد کاهش می‌یابد و در

سهم بخش نساجی در بودجه ۲۷-۲۰۲۶ هند

در بودجه سال ۲۷-۲۰۲۶ هند، یک برنامه یکپارچه با ۵ بخش فرعی، برای افزایش خودکفایی، توسعه، مدرن سازی و رشد صادرات صنعت نساجی این کشور در نظر گرفته شده است

ادغام و تقویت طرح‌های موجود و اطمینان از حمایت هدفمند از بافندگان و استادکاران؛
- طرح ابتکاری Tex-Eco برای ترویج صنایع نساجی و پوشاک رقابتی و پایدار در سطح جهانی؛
- طرح Samarth 2.0 برای مدرن سازی و ارتقای اکوسیستم مهارت‌های نساجی از طریق همکاری با صنعت و موسسات آموزشی.

۲. ابر پارک‌های نساجی (Mega Textile Parks) با چالش‌های خاص باید ایجاد شوند و توسعه پیدا کنند. این پارک‌ها همچنین می‌توانند بر افزودن ارزش به بخش منسوجات فنی هند تمرکز کنند.

۳. ابتکار «خودکفایی روستایی مهاتما گاندی» برای تقویت محصولات و صنایع دستی و دستی هند راه‌اندازی خواهد شد. این امر به برندسازی و اتصال این صنایع به بازار جهانی کمک خواهد کرد و فرآیندهای آموزش، مهارت‌افزایی و همچنین کیفیت فرآیند و تولید را در این صنایع بهبود می‌بخشد. این طرح به نفع بافندگان، صنایع روستایی، ابتکار «یک منطقه، یک محصول» و جوانان روستایی در هند خواهد بود.

۴. واردات معاف از مالیات برای مواد اولیه خاص مجاز خواهد بود، که در حال حاضر برای صادرات کفش چرمی یا مصنوعی در نظر گرفته شده است، و این امر به صادرات «صنایع بالادستی کفش» نیز گسترش می‌یابد.

۵. دوره زمانی صادرات لباس‌های چرمی/پارچه‌ای، کفش چرمی/مصنوعی یا هر محصول چرمی دیگر توسط صادرکنندگان از ۶ ماه



به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، وزیر امور دارایی و شرکت‌های هند، خانم نیرمالا سیتارمان، در جریان یک سخنرانی برای ارائه بودجه سالانه کشور، تغییرات مرتبط با صنعت نساجی برای سال ۲۷-۲۰۲۶ را به شرح زیر اعلام کرد:

۱. برای صنعت نساجی که نیروی کار زیادی را درگیر می‌کند، یک برنامه یکپارچه با ۵ بخش فرعی پیشنهاد شده است:

- برنامه ملی الیاف (National Fibre Scheme) برای خودکفایی در الیاف طبیعی مانند ابریشم، پشم و جوت، الیاف مصنوعی و الیاف نسل جدید؛
- برنامه اشتغال‌زایی و گسترش صنعت نساجی (Textile Expansion and Employment Scheme) جهت مدرن‌سازی خوشه‌های سنتی با حمایت مالی برای ماشین‌آلات، ارتقای فناوری و راه‌اندازی مراکز آزمایش و صدور گواهی مشترک؛
- برنامه ملی صنایع دستی و صنایع دستی (National Handloom and Handicraft programme) برای

به ۱۲ ماه افزایش می‌یابد.

حدود ۵۷ درصد از شرکت‌های مشارکت‌کننده در این طرح را تشکیل می‌داد که نشان‌دهنده گسترش فعالیت‌های سرمایه‌محور در بخش نساجی هند است.

اصلاحات متمرکز بر کشاورزان در بخش پنبه هند همچنان موردتوجه بود. در طول سال‌های ۲۵-۲۰۲۴، شرکت پنبه هند (CCI) مجموعاً ۱۰ میلیون عدل پنبه را در چارچوب عملیات حداقل خرید تضمینی (MSP) خریداری کرد و مبلغ ۳۷۴۵۰ کروڑ روپیه برای این منظور پرداخت نمود. دیجیتالی‌سازی فرایندها از طریق اپلیکیشن Kapaskisan، ردیابی عدل‌ها بر پایه بلاک‌چین و ماموریت پنج‌ساله ارتقای بهره‌وری پنبه، به‌منظور بهبود شفافیت، عملکرد و پایداری بخش پنبه، همچنان دنبال گردید.

در سال ۲۰۲۵ مهارت‌آموزی و توسعه بخشی در صنعت نساجی هند نیز پیشرفت کرد. بر اساس طرح SAMARTH، ۵۴۱ هزار نفر آموزش دیدند که ۸۸ درصد آنها زنان بودند و نرخ اشتغال این افراد، ۷۵ درصد بود. ابتکارات رشد با محوریت پشم، ابریشم، جوت، صنایع دستباف و صنایع دستی، همراه با منطقی‌کردن سیستم عمومی تره‌ها، کاهش محدودیت‌های تجاری-گمرکی و مشوق‌های صادرات‌محور برای تقویت رقابت‌پذیری، در نظر گرفته شد.

گفتنی است در سال ۲۰۲۵ نمایشگاه بهارات‌تکس که در ماه فوریه در دهلی‌نو برگزار شد، قابلیت‌های نساجی هند را در مقیاس بزرگ به نمایش گذاشت و به هدف دولت برای افزایش صادرات نساجی به ۱۰۰ میلیارد دلار تا سال ۲۰۳۰ قدرت بخشید.

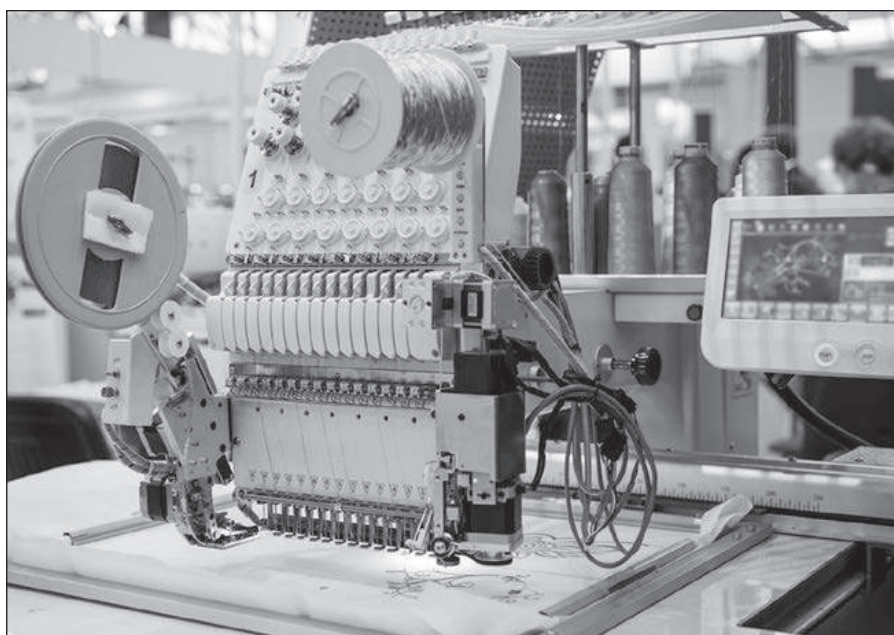
مروری بر عملکرد صنعت نساجی هند در سال ۲۰۲۵

گفتنی است بر اساس گزارش پایان سال وزارت نساجی هند، بخش نساجی و پوشاک این کشور در سال ۲۰۲۵ به طور کلی عملکرد مثبتی داشت که توسط اجرای سیاست‌ها، شتاب‌گرفتن صادرات و اصلاحات ساختاری به پیش رفت. صادرات نساجی و پوشاک هند شامل صنایع دستی، در سال ۲۵-۲۰۲۴ نسبت به سال قبل ۵ درصد افزایش یافت و به ۳۷,۸ میلیارد دلار رسید، که منجر به مازاد تجاری ۲۸,۲ میلیارد دلاری گردید. بازارهای سنتی مانند ایالات‌متحده، اتحادیه اروپا و بریتانیا، مقصد ۵۵ درصد از صادرات نساجی و پوشاک هند بودند، در حالی که مقاصد نوظهور سهم ۲۰ درصدی را به خود اختصاص دادند، که نشان‌دهنده تلاش‌های صنعت نساجی هند برای تنوع‌بخشی به بازارهای صادراتی است.

پیشرفت در چارچوب برنامه «ابریارک‌های یکپارچه نساجی و پوشاک» موسوم به PM MITRA شتاب گرفت، به‌طوری که هفت پارک در ایالت‌های تامیل نادو، تلانگانا، گجرات، کارناتاکا، مادیا پرادش، اوتار پرادش و مهاراشترا تأیید شدند. عملیات ساخت‌وساز زیرساخت‌ها به ارزش ۲۵۹۰,۹۹ کروڑ روپیه (حدود ۲۸۸,۷ میلیون دلار) آغاز شد، طرح‌های پیشنهادی به ارزش ۷۰۲۴ کروڑ روپیه (۷۸۲,۶ میلیون دلار) برای چهار پارک تأیید گردید و سنگ‌بنای پارک Dhar در مادیا پرادش در ۱۷

سپتامبر ۲۰۲۵ گذاشته شد. همچنین تفاهم‌نامه‌های سرمایه‌گذاری به ارزش بیش از ۲۷۴۳۴ کروڑ روپیه (۳,۰۶ میلیارد دلار) امضا گردید و کار تملک زمین برای این پروژه‌ها به اتمام رسید.

بر اساس این گزارش، طرح مشوق‌های مرتبط با تولید (PLI) برای صنعت نساجی نتایج ملموسی در سال ۲۰۲۵ داشت. از ۷۴ متقاضی انتخاب‌شده، ۴۰ نفر سرمایه‌گذاری را گزارش کردند، ۳۰ نفر تولید را آغاز کردند و مشوق‌های موقت به مبلغ ۵۴ کروڑ روپیه (تقریباً ۶ میلیون دلار) پرداخت شد. بخش منسوجات فنی



پایداری چگونه آینده تولید نساجی را تغییر می‌دهد؟

آینده تولید منسوجات نه تنها توسط راندمان و سرعت فرآیندها، بلکه با پایداری، چرخه‌ای بودن، قابلیت‌ردیابی محصول و ایجاد ارزش بلندمدت تعیین خواهد شد

هزینه‌های زیست‌محیطی این رویکرد بیش از حد شده و فشارهای نظارتی و بازار در حال افزایش هستند. در حال حاضر، اصول طراحی چرخه‌ای در تولید نساجی پایدار پذیرفته شده‌اند. ساختارهای تک‌ماده‌ای قابل‌بازيافت، طراحی محصول به نحوی که اجزای آن قابل‌تفکیک باشند، استفاده از تکمیل‌های غیرسمی و تأکید جدید بر موادی که در پایان چرخه عمرشان سازگار با محیط‌زیست هستند، نمونه‌هایی از این تغییر نگرش هستند. تفکر در بدو طراحی محصول، راه‌حل کلیدی برای تسهیل مفاهیمی مانند فروش مجدد، تعمیر، اجاره و بازپس‌گیری لباس است که می‌تواند طول عمر لباس‌ها را افزایش داده و نیاز به منابع را کمتر کند.

تنوع‌بخشی به مواد، غیر از مواد مصنوعی ویرجین

نوآوری در پایداری، در صنعت نساجی نیز در حال گسترش است. اگرچه پلی‌استر بازیافتی هنوز یک جزء از ترکیب الیاف است، اما نسبت آن کاهش یافته، هرچند اندازه مطلق آن افزایش یافته است (بین ۸,۹ میلیون تن در سال ۲۰۲۳ و ۹,۳ میلیون تن در سال ۲۰۲۴). الیاف بازیافتی به طور کلی حدود ۷,۶ درصد از تولید جهانی الیاف در سال ۲۰۲۴ را به خود اختصاص داده که بیشتر آن بر پایه بطری‌های پلاستیکی به‌جای ضایعات نساجی است. بازیافت



سرعت، بلکه با پایداری، چرخه‌ای بودن، قابلیت‌ردیابی و ایجاد ارزش بلندمدت تعیین خواهد شد. بر همین اساس، تولیدکنندگان و مهندسان دعوت می‌شوند تا هر مرحله از فرآیند تولید را بازبینی کنند: از انتخاب الیاف و طراحی پارچه‌ها تا فرآیند تولید، مدیریت پسماند و مدل‌های کسب‌وکار.

نوآوری چرخه‌ای در صنعت نساجی

جنبه اصلی این تغییر، تمرکز بر یک رویکرد محوری در زمینه طراحی چرخه‌ای و استراتژی‌های استفاده از مواد پایدار است. این صنعت مدت‌ها ترجیح داده است از سینتتیک‌های مصنوعی کم‌هزینه و ویرجین استفاده کند؛ اما با گذشت زمان،

صنعت نساجی و پوشاک در جهان از نظر ساختاری در حال تغییر است. آمار اخیر صنعت نشان می‌دهد که تولید جهانی الیاف در سال ۲۰۲۴ به بالاترین سطح خود، یعنی ۱۳۲ میلیون تن رسیده است، در حالی که در سال ۲۰۲۳ حدود ۱۲۵ میلیون تن بود. رشد تولید الیاف توسط الیاف مصنوعی، به ویژه پلی‌استر، رهبری شده است که در حال حاضر حدود ۵۹ درصد از کل تولید الیاف جهان را تشکیل می‌دهد. وابستگی فزاینده به مواد مصنوعی فسیلی، فشار بیشتری بر محیط زیست وارد کرده است و به همین دلیل، نوآوری‌های مسئولانه و داشتن تفکر طراحی، بیش از پیش حیاتی هستند. در این محیط در حال تغییر، آینده تولید منسوجات نه تنها توسط راندمان و

پایداری، مدل‌های رقابتی کسب‌وکار را دگرگون می‌کند

پایداری همچنین مدل‌های کسب‌وکار را فراتر از جنبه‌های مواد و فرآورده‌ها دگرگون می‌کند. مدل‌های اقتصاد چرخه‌ای شامل بازفروش، اجاره، بازپس‌گیری و بازسازی، اکنون توسط برخی از برندها و تولیدکنندگان بزرگ مورد آزمایش قرار می‌گیرند؛ این مدل‌ها بر دوام محصولات، طراحی قابل‌تعمیر و قابلیت‌ردیابی استوارند. برای دستیابی به این امر در مقیاس بزرگ، محصولات باید طوری ساخته شوند که در طول چرخه‌های متعدد عمر خود دوام بیاورند، اجزای استاندارد داشته باشند، به راحتی قابل تفکیک بوده و اثرات زیست‌محیطی کمی داشته باشند.

این تغییر، فرصتی استراتژیک برای تولیدکنندگان، به‌ویژه کشورهای عمده صادرکننده نساجی، فراهم می‌کند. به‌جای تمرکز صرف بر قیمت و سرعت، کارخانه‌هایی که طراحی چرخه‌ای آماده و پایداری در روش‌های تولید منسوجات دارند، می‌توانند سفارشات جدید، قیمت‌های ویژه و قراردادهای بلندمدت را به دست آورند، به‌ویژه با توجه به تمرکز بیشتر خریداران بر معیارهای پایداری، شفافیت و کاهش ریسک زنجیره تأمین.

چالش‌های موجود

با این حال، موانع هنوز هم وجود دارند. تقاضا برای الیاف در سطح جهانی به طور مداوم در حال افزایش است، درحالی‌که زیرساخت‌های بازیافت، به‌ویژه بازیافت منسوج‌به‌منسوج، کمتر توسعه یافته است. بیشتر الیاف بازیافتی در جهان از بطری‌های پلاستیکی (PET) و نه از ضایعات نساجی ساخته شده‌اند، و این موضوع مزایای

زیرا سیستم‌های آب چرخه بسته، فرآورده‌های تکمیل با تخلیه صفر پساب و جایگزین کردن مواد شیمیایی، رایج‌تر می‌شوند. این نوآوری‌های فرآیندی، با کاهش هزینه‌های بلندمدت کسب‌وکار، به حداقل رساندن ریسک‌های مقرراتی و اعتباری و افزایش انعطاف‌پذیری زنجیره تأمین در برابر نوسانات منابع، ارزش‌های زیست‌محیطی و تجاری را ترویج می‌کنند.

دیجیتالی‌سازی؛ سرعت بازیافت و قابلیت‌ردیابی را افزایش می‌دهد

این تغییر با کمک فناوری‌های دیجیتال و مدیریت مبتنی بر داده‌ها سریع‌تر می‌شود. نوآوری‌های اخیر در طبقه‌بندی، مرتب‌سازی و فناوری‌های بازیافت الیاف، مانند تصویربرداری طیفی مبتنی بر هوش مصنوعی و جداسازی مبتنی بر یادگیری ماشین، بازیافت منسوج‌به‌منسوج را از حوزه آزمایشگاه‌ها، به حوزه کاربردهای صنعتی می‌کشاند.

با افزوده شدن ابزارهای ارزیابی چرخه عمر محصول، پلتفرم‌های ردیابی زنجیره تأمین، شبیه‌سازی‌های دوقلوی دیجیتال و نرم‌افزارهای بهینه‌سازی فرآیند، مهندسی نساجی شروع به تمرکز بیشتر بر داده‌ها، تفکر سیستمی و قابلیت‌ردیابی، به‌جای نمره نخ‌ها یا سرعت دستگاه‌های بافندگی کرده است. این ترکیب مهارت‌ها، مهندسان نساجی را به معماران پایداری در تولید نساجی تبدیل می‌کند، به‌طوری‌که قادر به کاهش ضایعات، بهبود کارایی منابع و افزایش مسئولیت‌پذیری بین مبدأ الیاف و محصول نهایی و در نهایت دفع یا استفاده مجدد از آنها هستند.

ضایعات پیش و پس از مصرف به شیوه منسوج‌به‌منسوج، ناچیز است (کمتر از ۱ درصد)، که نشان‌دهنده یک گلوگاه در سیستم می‌باشد.

برای پر کردن این خلاءها، مهندسان نساجی همچنین در حال بررسی مجموعه‌های متنوع‌تر و کم‌تأثیرتری از مواد مانند الیاف طبیعی گواهی‌شده (پنبه ارگانیک، پشم و خز تولیدشده به روش مسئولانه)، الیاف سلولزی بازسازی‌شده، الیاف بازیافتی به‌شیوه مکانیکی یا شیمیایی و مخلوط‌های مصنوعی دقیق در جایی که عملکرد مورد نیاز است، می‌باشند. پایداری متعادل در تولید منسوجات و استراتژی انتخاب مواد، در مدیریت اثرات زیست‌محیطی و حفظ دوام، عملکرد و کارایی هزینه‌ای تولید کمک می‌کند و نقش مهمی در قابلیت تجاری‌سازی الیاف و منسوجات پایدار دارد.

فرآورده‌های کم‌کربن و کارآمد از نظر مصرف آب

پایداری در فرآیند تولید منسوجات نیز در حال بازطراحی است. فرآورده‌های سنتی بافندگی تارپودی، بافندگی حلقوی، رنگرزی و تکمیل، به‌طور سنتی از نظر مصرف منابع و آلاینده‌ها، پرهزینه و مستلزم مصرف انرژی بالا، استفاده زیاد از آب و مواد شیمیایی بوده‌اند. نسل جدید مهندسی نساجی بر ادغام فناوری‌های کم‌کربن، سیستم‌های حرارتی برقی، ماشین‌آلات کارآمد از نظر مصرف انرژی، بازیافت حرارتی ضایعات، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و فرآورده‌های رنگرزی در دمای پایین، تمرکز دارد. در همین حال، مدیریت آب به یک مسئله غیرقابل‌مذاکره تبدیل می‌شود،

دوره‌های آموزشی نیز باید تغییر کنند تا مهندسان را با این دیدگاه گسترده‌تر، مجهز کنند.

نتیجه گیری

امروزه پایداری در تولید منسوجات یک ویژگی جانبی نیست؛ بلکه ضرورتی است که آینده تولید نساجی را مشخص می‌کند. این تولید پایدار دارای ویژگی‌های چرخه‌ای، کم‌کربن، قابل‌ردیابی، مبتنی بر داده‌ها و دارای ارزش بلندمدت است، نه آینده‌ای کوتاه‌مدت مبتنی بر حجم تولید. کسب‌وکارها، کارخانه‌های تولیدی، مهندسان و ملت‌هایی که این تغییر را درک کرده و آن را اجرا می‌کنند - با طراحی زنجیره‌های تأمین چرخه‌ای، سرمایه‌گذاری در ساخت مواد پایدارتر، ارتقای سیستم‌های پردازش، پذیرش شفافیت دیجیتال و تسهیل مدل‌های کسب‌وکار چرخه‌ای - پیشگامان اقتصاد جهانی نساجی که به‌سرعت در حال توسعه است، خواهند بود. منابع در دفتر نشریه موجود است.

نوسانات قیمت منابع خود، مقاوم شوند. خدمات چرخه‌ای مانند تعمیر، بافروش و اجاره نیز ممکن است منابع درآمد جدیدی برای شرکت‌ها ایجاد کنند. معیارهای اثبات‌شده پایداری، قابلیت‌ردیابی و کاهش اثرات زیست‌محیطی، به‌طور فزاینده‌ای مورد توجه خریداران و سرمایه‌گذاران به‌ویژه در اروپا و آمریکای شمالی قرار می‌گیرند؛ بنابراین، پایداری در تولید منسوجات اکنون به یک عامل تمایز تبدیل شده و دیگر یک چک‌لیست ساده نیست.

دهه بعدی، دهه مهندسی نساجی پایدار است

مهارت‌های مورد نیاز مهندسان نساجی آینده نیز با ظهور نیازهای بازار و محیط‌زیست در حال تغییر است. مهارت‌های متداول نیز مفید خواهند بود، اما باید با درک علم مواد، ارزیابی تأثیرات زیست‌محیطی، طراحی چرخه‌ای، تحلیل داده‌ها، تولید دیجیتال و تفکر سیستمی تکمیل شوند. موسسات آکادمیک و

زیست‌محیطی فرآیند بازیافت را کاهش می‌دهد. رفتار مصرف‌کننده و عادات مصرفی فست‌فشن نیز مسائلی هستند که همچنان مانع پذیرش گسترده مدل‌های چرخه‌ای در مقیاس بزرگ می‌شوند. علاوه بر این، اگرچه محتوای بازیافتی و الیاف گواهی‌شده در حال افزایش هستند، اما تأثیر کلی زیست‌محیطی صنعت نساجی هنوز می‌تواند به دلیل افزایش حجم مصرف الیاف، بالا برود. این موضوع یک واقعیت بسیار مهم را آشکار می‌کند: جایگزینی با مواد بازیافتی، اگرچه ضروری است، اما کافی نیست. جایگزینی مواد باید با کاهش استراتژیک در مصرف الیاف، به همراه چرخه‌ای‌شدن و کارایی فرآیندها، همراه باشد تا از پایداری واقعی بهره‌مند شویم. با وجود این چالش‌ها، استدلال تجاری و رقابتی برای حرکت به سمت مهندسی نساجی پایدار قوی‌تر می‌شود. با کاهش هزینه‌های انرژی و آب و همچنین کاهش هزینه‌های دفع زباله، کسب‌وکارها قادر خواهند بود حاشیه سود خود را افزایش دهند و در برابر



صنعت نساجی ویتنام «سبز و هوشمند» می شود

صنعت نساجی و پوشاک ویتنام در حال تغییر اساسی است که توسط استراتژی دوگانه «سبز شدن» و «دیجیتالی شدن» هدایت می شود



گروه مترجمین مجله: با تثبیت نقش ویتنام به عنوان سومین صادرکننده بزرگ پوشاک در جهان، صنعت نساجی و پوشاک این کشور در حال تغییر اساسی از فرآیندهای نیروی کارمحور به سمت اتوماسیون با فناوری بالا است. برای سال ۲۰۲۶، این صنعت درآمد صادراتی چشمگیر به میزان ۵۰ میلیارد دلار را دنبال می کند، که توسط استراتژی دوگانه «سبز شدن» و «دیجیتالی شدن» هدایت می شود. تولیدکنندگان پیشرو مانند Vinatex و TNG به طور فزاینده ای از سیستم های بینایی توانمند شده با هوش مصنوعی برای تشخیص عیوب پارچه و واحدهای بسته بندی رباتیک استفاده می کنند، که می توانند با حداکثر ۶ کارگر در هر ایستگاه، جایگزین شوند. این جهش فناوری، حیاتی است زیرا صنعت نساجی و پوشاک ویتنام با افزایش اجباری ۷.۲ درصدی دستمزد و بازار کار فشرده مواجه است.

چشم انداز سال ۲۰۲۶ صنعت نساجی ویتنام، تحت تأثیر گذرنامه دیجیتال محصول اتحادیه اروپا (DPP) و مکانیزم تنظیم مرزی کربن (CBAM) قرار دارد. رعایت این قوانین، دیگر اختیاری نیست؛ بلکه «بلیط ورود» به بازار اروپا است. شرکت های ویتنامی با پذیرش فناوری رنگرزی Cold-Pad-Batch یا CPB که استفاده از آب و برق را تقریباً ۷۳ درصد کاهش می دهد، به این تقاضا پاسخ می دهند. در همین ارتباط، یک نماینده از انجمن نساجی و پوشاک ویتنام (VITAS)

جهانی منسوجات ممکن است به ۳ درصد کاهش یابد، انتظار می رود حرکت ویتنام به سمت تولید با طراحی اصیل (ODM) و نرخ بومی سازی ۶۰ درصدی این صنعت، حاشیه سود شرکت های نساجی و پوشاک را حفظ کند.

گفتنی است Vinatex به عنوان یک گروه بزرگ تحت کنترل دولت، رهبری نقشه راه «سبز و دیجیتال» ویتنام را در بخش های نخ، رنگرزی و پوشاک بر عهده دارد. این گروه، که بازار ایالات متحده و اتحادیه اروپا را در دست دارد، به شدت در حال بومی سازی مواد خام برای کاهش وابستگی به واردات است. به عنوان ستون فقرات اصلی صنعت، Vinatex قصد دارد تا پایان سال ۲۰۲۶، سود بی سابقه ای معادل ۵۷ میلیون دلار به دست آورد.

اظهار داشت: «استراتژی ما فراتر از داشتن هزینه های پایین، حرکت به سمت تولید اصولی است که نیازهای غول های جهانی مانند نایکی و آدیداس برای قابلیت ردیابی محصول را برآورده می کند.»

به منظور کاهش ریسک های ناشی از نوسانات تعرفه های آمریکا، بخش نساجی و پوشاک ویتنام موفق به تنوع بخشی فعالیت های خود در ۱۳۸ بازار شده است؛ مخصوصاً با حضور در قطب های نوظهور در خاورمیانه و آفریقا که رشد دورقمی را نشان می دهند. به طور خاص، گروه ملی نساجی و پوشاک ویتنام (Vinatex)، درآمد ۷۶۰ میلیون دلاری در سال ۲۰۲۶ را با تمرکز بر پوشاک فنی با ارزش بالا برای بخش های بهداشت و هوانوردی، هدف گذاری کرده است. در حالی که نرخ رشد تقاضای

سیطره چین بر بازار مواد اولیه نساجی بنگلادش

در حال حاضر، بیش از ۸۰ درصد از زنجیره تأمین نساجی و پوشاک بنگلادش به طور مستقیم توسط مواد خام، فناوری یا کالاهای واسطه‌ای چینی تغذیه می‌شود



که برای صادرات جهانی پوشاک آماده بنگلادش حیاتی هستند.

تا سال ۲۰۲۴، چین تقریباً چهارپنجم از کل واردات پارچه بنگلادش را به خود اختصاص داده بود، که معادل ۷۸ درصد از کل واردات بود. این موقعیت صرفاً به دلیل قیمت‌های پایین نبوده؛ بلکه نشان‌دهنده برتری ساختاری چین در مقیاس، تنوع محصول، نوآوری در الیاف مصنوعی و توانایی این کشور در ارائه پارچه‌های تخصصی با سرعت بی‌نظیر بوده است. برای یک مرکز تولیدی مانند بنگلادش که به طور کامل به واردات الیاف مصنوعی، پارچه‌های فنی و مواد مصنوعی عملکردی متکی است، چین فراتر از یک تأمین‌کننده، به یک تسهیل‌کننده زنجیره تأمین تبدیل شده است.

با چین در حوزه مواد اولیه نساجی، آنقدر تغییر چشمگیری پیدا کرده است که برتری طولانی‌مدت هند در بخش نخ، اکنون آسیب‌پذیر به نظر می‌رسد.

نفوذ چین در قلب نساجی بنگلادش

بررسی دقیق داده‌های کمیسیون تجارت و تعرفه بنگلادش، نشان‌دهنده میزان نفوذ چین است. در حال حاضر، بیش از ۸۰ درصد از زنجیره تأمین نساجی و پوشاک بنگلادش به طور مستقیم توسط مواد خام، فناوری یا کالاهای واسطه‌ای چینی تغذیه می‌شود. این سلطه در بخش پارچه‌های تارپودی و پارچه‌های ساخته‌شده از الیاف مصنوعی (MMF) به‌خوبی نمایان است،

گروه مترجمین مجله: تغییر ساختار بخش نساجی بنگلادش به‌عنوان یکی از تأثیرگذارترین اکوسیستم‌های تولید پوشاک در جهان، از رقابت سنتی بین تأمین‌کنندگان فراتر رفته است. آنچه که اکنون در حال وقوع است، بازنگری عمیق و جدی در مدل تأمین الیاف و پارچه توسط بنگلادش با تمرکز ویژه بر چین است. هند که در طول دهه‌ها حضور غالب در تأمین نخ برای بنگلادش داشت، اکنون با چالشی مواجه است که به بنیان رقابتی آن حمله می‌کند. در عرض تنها یک سال، چین از تأمین‌کننده اصلی مواد مصنوعی و پارچه‌های تارپودی، به تأمین‌کننده تقریباً انحصاری بنگلادش در زمینه نخ پنبه‌ای تبدیل شده است. رابطه بنگلادش

تأمین منابع در بنگلادش، به شدت توسط شرکت‌های بزرگ نساجی هند احساس می‌شود و عملکرد شرکت Arvind Ltd تصویر روشنی از این اختلال را ارائه می‌دهد. شرکت Arvind به‌عنوان یکی از بزرگترین گروه‌های نساجی یکپارچه هند که در زمینه نخ پنبه‌ای، جین، پارچه‌های تارپودی و یک پورتنوی روبه‌رشد از مواد مصنوعی متمرکز است، مدت‌ها از نزدیکی بنگلادش و اشتیاق عظیم این کشور برای نخ پنبه‌ای هندی بهره‌مند شده است.

قدرت تاریخی Arvind در نخ‌های پنبه‌ای و پارچه‌های تارپودی با کیفیت بالا، با پشتوانه سرمایه‌گذاری برند و شهرت چشمگیر این شرکت از طریق رهبری در زمینه جین، شکل گرفته است. بنگلادش نیز با توجه به صادرات چشمگیر لباس‌های بافتنی خود، مقصدی برای صادرات Arvind بوده است.

با این حال، واگذار کردن سهم بازار نخ به چین تهدیدی برای قدرت قیمت‌گذاری و نرخ بهره‌برداری این شرکت است که هر دو مولفه، در بازاری جهانی که حاشیه سود ریسندگی‌ها شدیداً تحت فشار است، حیاتی هستند. اگرچه Arvind به طور فعال در زمینه مواد مصنوعی و منسوجات فنی سرمایه‌گذاری می‌کند و پورتنوی خود را به سمت بخش‌های با ارزش بالاتر تغییر می‌دهد، اما تأثیر فوری ازدست‌دادن یک مقصد صادراتی اصلی، نمی‌تواند نادیده گرفته شود.

کارشناسان اشاره می‌کنند که مدل هندی مبتنی بر رقابت‌پذیری قیمت پنبه، دیگر با تحولات جهانی صنعت نساجی همخوانی ندارد. مزیت چین اکنون در اکوسیستم‌های یکپارچه «الیاف تا پارچه» نهفته است، جایی که مواد مصنوعی، مواد عملکردی

تغییر حاشیه‌ای نبود، بلکه دقیقاً در نقطه مقابل وضعیت سال گذشته بود.

این تغییر در سهم بازار، در بخش پارچه نیز به همان اندازه دراماتیک بود. سهم بازار چین که در سال ۲۰۲۴ معادل ۷۸,۵ درصد بود، در ماه‌های اولیه سال ۲۰۲۵ به ۹۲,۳ درصد افزایش یافت. در مقابل، هند که قبلاً ۸,۵ درصد از واردات پارچه بنگلادش سهم داشت، تقریباً تمام میدان را واگذار کرد. در واقع، چین نه تنها سهم بازار را به دست آورد، بلکه به طور همزمان کنترل کامل زنجیره‌های تأمین نخ و پارچه را در بخش‌هایی که هند مزیت ساختاری داشت، از آن خود کرد.

در بخش پارچه، سهم بازار چین از ۷۸ درصد در سال ۲۰۲۴ به بیش از ۹۲ درصد در دو ماه اول سال ۲۰۲۵ گسترش یافت و سهم ۸ درصدی هند را تقریباً محو کرد. در بخش نخ که به طور سنتی تحت رهبری هند بود، رشد سهم بازار چین از ۳۷,۵ درصد در سال ۲۰۲۴ به نزدیک به ۹۶ درصد در اوایل سال ۲۰۲۵ رسید که نشان‌دهنده تصاحب کامل بخش نخ‌پنبه‌ای بنگلادش توسط چین است. سقوط سهم بازار هند از ۵۴ درصد به رقمی ناچیز در همان دوره، نشان می‌دهد که اختلالات ژئوپلیتیک می‌توانند سریعاً به بازآرایی زنجیره‌های تأمین منجر شوند.

برای هند، درس این تغییر واضح است: در زمانی که تنش‌های سیاسی با تمایل یک رقیب تهاجمی به افزایش سریع مقیاس فعالیت‌ها در هم آمیخته باشد، سهم بازار مبتنی بر مزیت قیمتی و مزیت جغرافیایی، می‌تواند سریعاً فرو بریزد.

اثر موجی شوک صنعتی به هند

اثرات موجی ناشی از تغییر استراتژی

این شرایط تقریباً انحصاری، نتیجه استراتژی بلندمدت چین برای تسلط بر بازار مواد اولیه نساجی با ارزش بالاتر است. بخش تارپودی بنگلادش که بخش عمده‌ای از صادرات ۴۷ میلیارد دلاری پوشاک آماده این کشور را تشکیل می‌دهد، اکنون به‌طور اساسی به قابلیت‌های بالادستی چین وابسته است. ساختاری که قبلاً چندقطبی بود، در حال تبدیل شدن به یک قلعه متمرکز در پکن است که از الیاف تا پارچه را در بر می‌گیرد.

کاهش سلطه هند در تأمین نخ پنبه‌ای بنگلادش

در طول سال‌ها، هند واردات نخ پنبه‌ای بنگلادش را در سیطره خود داشت و بیش از نیمی از نیازهای این کشور را تأمین می‌کرد. این رهبری بر پایه کیفیت قابل‌اعتماد، زمان حمل‌ونقل کوتاه‌تر، کارایی حمل‌ونقل مرزی و روابط مستحکم بین ریسندگان هندی و واحدهای تولید لباس بنگلادشی بود. در سال ۲۰۲۴، هند ۵۳,۷ درصد از کل واردات نخ بنگلادش را به خود اختصاص داد و حتی با وجود رشد سلطه چین در بخش پارچه بنگلادش، پایگاه رقابتی قابل‌توجهی در این کشور داشت.

اما اوایل سال ۲۰۲۵، معادله تقریباً در یک شب تغییر کرد. مجموعه‌ای از تنش‌های تجاری و سیاسی بین هند و بنگلادش که با بسته‌شدن مرزها و محدودیت‌های حمل‌ونقل نخ از بنادر زمینی به اوج خود رسید، خلأی را ایجاد کرد که چین با سرعت بالایی آن را پر کرد. تا ژانویه-فوریه ۲۰۲۵، چین به طور کامل هند را کنار زد و ۹۵,۶ درصد از کل واردات نخ بنگلادش را به خود اختصاص داد، درحالی‌که سهم هند به سطوح ناچیزی کاهش یافت. این یک

مجدد به سید صادرات هند نیز مهم است. ترکیب متنوع الیاف، بخش نساجی را از نوسانات قیمت پنبه محافظت می‌کند و اطمینان ایجاد می‌کند که هند در گروه‌های محصول مشابه که چین در آنها تسلط دارد، رقابت خواهد کرد.

یک آسیب‌پذیری جدید برای بنگلادش

در حالی که گسترش سریع حضور چین در بازار مواد اولیه نساجی بنگلادش، به این کشور نفوذ بی‌نظیری می‌دهد، اما بنگلادش را نیز در معرض خطر بلندمدت قرار می‌دهد. یک زنجیره تأمین بیش از حد متمرکز در یک کشور، به طور ذاتی شکننده است. هرگونه اختلال، از تنش‌های ژئوپلیتیک تا افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل یا مقررات زیست‌محیطی، می‌تواند پایداری خط تولید بنگلادش را به خطر بیندازد.

برای هند، این لحظه نیازمند یک تغییر استراتژیک قاطع است. بازسازی اعتماد با بنگلادش، حذف موانع غیرتعرفه‌ای، احیای اتصال چندوجهی و تسریع سرمایه‌گذاری در الیاف مصنوعی، دیگر گزینه‌ای اختیاری نیست. این اقدامات، گام‌های حیاتی هستند اگر هند بخواهد زمین ازدست‌رفته را بازیابد و از یک تامین‌کننده مسلط بر پایه پنبه، به یک قدرت نساجی مهیا برای آینده تبدیل شود. تغییر جهت بنگلادش، پیامی واضح به هند فرستاد: سلسله مراتب جهانی نساجی نه تنها بر اساس هزینه‌ها، بلکه بر اساس سرعت، نوآوری الیاف و اکوسیستم‌های یکپارچه در حال بازسازی است. چین زودتر این موضوع را درک کرد و حالا هند باید سریع حرکت کرده و عقب‌ماندگی خود را جبران کند.



قرار دارند، در حالی که هند تلاش می‌کند تا با چین و بنگلادش برابری کند. به طور موازی، هند توافق‌نامه‌های تجارت آزاد (FTA) را با بازار اتحادیه اروپا و بریتانیا تسریع می‌کند، جایی که بنگلادش به دلیل قراردادن در بین کشور کم‌توسعه‌یافته (LDC)، از دسترسی معاف از مالیات برخوردار است؛ مزیتی که در سال‌های آینده با خارج شدن بنگلادش از این وضعیت، کاهش خواهد یافت.

با این حال، استراتژی بلندمدت هند، تغییر رویکرد به الیاف مصنوعی و منسوجات فنی است. در قالب طرح مشوق‌های مرتبط با تولید (PLI)، هند قصد دارد ظرفیت داخلی در این گروه‌های آینده‌نگر را ایجاد کند، وابستگی به تولید متمرکز بر پنبه را کاهش دهد و به صنعت نساجی اجازه دهد تا در گذار جهانی به سمت پلیمرهای عملکردی، الیاف بازیافتی و راهکارهای نساجی مهندسی‌شده، مشارکت کند. این تغییر نه تنها برای رقابت‌پذیری ضروری است، بلکه برای تعادل بخشی

و منسوجات فنی، بخش مهمی از بازار جهانی لباس را هدایت می‌کنند. بنابراین، شرکت Arvind و همتایان آن باید نه تنها بر اساس قیمت، بلکه از طریق پیچیدگی محصول، نوآوری و استفاده از موادی با ارزش بالاتر، در بازار رقابت کنند؛ یعنی بخش‌هایی که چین در آنها پیشتاز است.

مقابله هند

از دست دادن تقریباً کامل سهم بازار نخ در بنگلادش، نقطه عطف استراتژی صنعت نساجی هند را نشان می‌دهد. دولت این کشور، با درک عمیق این چالش، نقشه راه چندمرحله‌ای را برای بازگرداندن رقابت‌پذیری و گسترش صادرات نساجی و پوشاک هند از حدود ۴۰ میلیارد دلار به ۱۰۰ میلیارد دلار تا سال ۲۰۳۰، معرفی کرده است.

بخش عمده این برنامه بر اصلاح هزینه‌های ساختاری متمرکز است. قیمت مواد خام، لایه‌های مالیاتی، ناکارآمدی حمل‌ونقل و هزینه‌های انرژی تحت بررسی



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

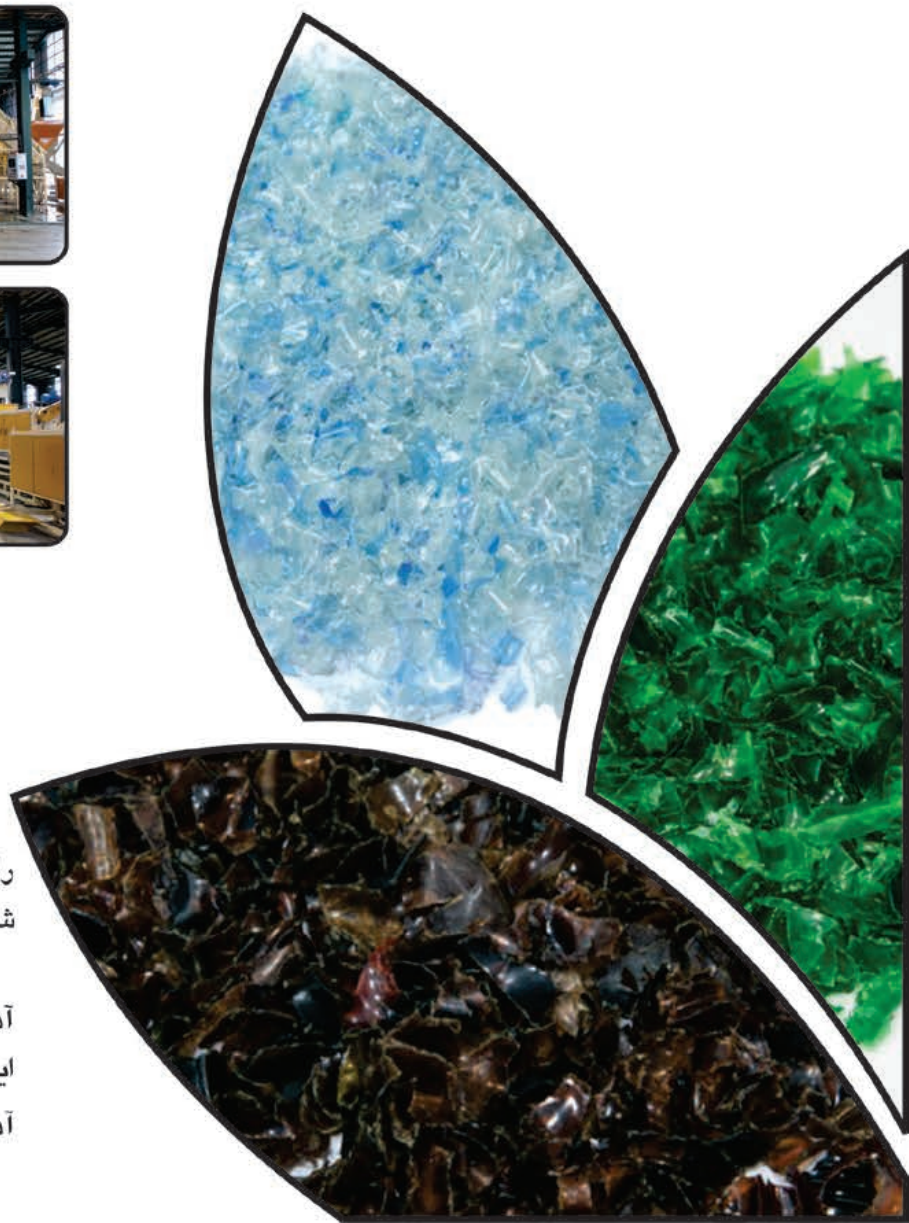
WWW.SHIMIPLAST.CO

INFO@SHIMIPLAST.CO

آدرس وبسایت :

ایمیل

آدرس کارخانه : مازندران ، شهرک صنعتی جویبار



شرکت مهندسی
آرمان شیمی افروز

■ پیشتاز در صنایع شیمیایی ایران ■



armanchemie

۰۲۱-۴۱۹۹۴

تلفکس:

۰۲۱-۸۸۰۰۶۰۰۱

نرمکن‌های سیلیکونی

شرکت آرمان شیمی افروز

شرکت آرمان شیمی افروز، تولیدکننده انواع نرمکن‌های سیلیکونی ماکرو و میکرو امولسیون، با بالاترین کیفیت ممکن است. این شرکت نرمکن‌های سیلیکونی هیدروفیل (آبدوست) نیز برای منسوجاتی مانند حوله‌ها که علاوه بر نرمی نیاز به جذب آب هم دارند، تولید می‌کند. نرمکن‌های سیلیکونی شرکت آرمان شیمی افروز در برابر تغییرات دما، pH و تنش‌های برشی پایدار هستند، از این رو به راحتی در تمامی ماشین‌های رنگرزی و تکمیل کالای نساجی قابل استفاده‌اند. مهم‌تر از همه، این نرمکن‌ها هیچ‌گونه اثر منفی‌ای بر شید رنگی منسوجات ندارند.

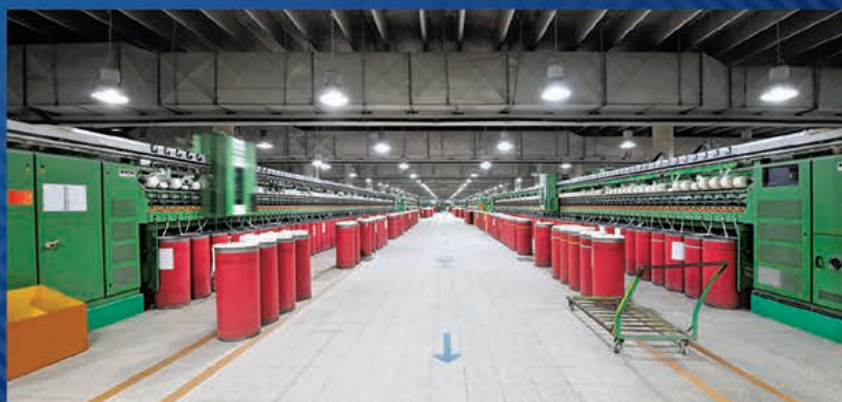


نخ اسپان SPUN با برند ویرا
بالاترین کیفیت را ارائه می دهد



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:



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 استیپل

۴- قبول سفارش های خاص



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



روغن استرچ

روغن استرچ نساجی یک ماده پر کاربرد تخصصی در فرآیند تکسچرایزینگ الیاف مصنوعی است که با خاصیت روان کنندگی، آنتی استاتیک و نرم کنندگی کیفیت نخ و پارچه را ارتقا داده و از ایجاد پرز و پارگی و مشکلات الکتریسیته ساکن جلوگیری می کند.



تولیدات واحد شیمیایی گروه صنعتی موکت همدان
Hamedan Moquette Industrial Groupunit

دارای استاندارد های

ISO 14001 2015

ISO 9001 2015

ISO 45001 2018



روغن اسپین فینیش

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 می گیرد. اگرچه اسپین فینیش تنها یک لایه مولکولی است که بر سطح الیاف قرار می گیرد.



رزین کوپلیمر وینیل - اکریلات

رزین کوپلیمر وینیل اکریلات: پلیمر پیشرفته در تکمیل نساجی، این رزین با ساختار کوپلیمری خود، چسبندگی بالا به الیاف، انعطاف پذیری مناسب و مقاومت شیمیایی را فراهم می کند. در چاپ و تکمیل پارچه موجب افزایش دوام طرح، ایجاد خواص ضد آب و ضد چروک و بهبود کیفیت نهایی محصول می شود.



رزین پلی وینیل استات

رزین پلی وینیل استات از پلیمریزاسیون امولسیون بدست می آید. در صنعت نساجی از این رزین در تکمیل پارچه و همچنین آهار پشت موکت، نصب کفیوش و پنل های کف، جهت اتصال سطوح با انرژی بالا از جمله کاغذ، کارتن، پنبه، چوب نیز کاربرد دارد.



روغن آنتی استاتیک

روغن آنتی استاتیک عامل پنهان کیفیت نساجی، این روغن با خنثی سازی بارهای الکتریسیته ساکن، از چسبندگی و پارگی نخ جلوگیری کرده و راندمان تولید را افزایش می دهد.



نرم کن

نرم کن های نساجی با ایجاد نرمی، کاهش اصطکاک و افزایش دوام نقش کلیدی در تکمیل پارچه و الیاف دارند. از نرم کن های کاتیونی تا سیلیکونی هر کدام با ویژگی های خاص خود کیفیت نهایی محصول را ارتقاء میدهند.



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 می باشند.



رزین پلی (استایزن - اکلیرات)

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



فومر

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 می شود.



روغن

این ماده جهت خنثی کردن الکتریسیته ساکن و دادن زیر دست مطلوب به نخ در سیستم های تولید نخ در دستگاه های ذوب رسی به کار میرود.

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

تلفن: ۰۸۱ - ۳۴۳۸۳۲۳۸

فاکس: ۰۸۱ - ۳۴۳۸۳۵۰۲

کد پستی: ۱۹۶۹۷۶۴۷۶۳



Hamedan Moquette Industrial Groupunit

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

تلفن: ۰۲۱ - ۸۸۷۷۳۱۱۶

فاکس: ۰۲۱ - ۸۸۷۹۴۳۱۷ واتساپ: ۰۲۷۰ ۴۵۱۹

کد پستی: ۱۹۶۹۷۶۴۷۶۳ info@hamedanmoquette.com

تولیدات واحد شیمیایی گروه صنعتی موکت همدان

گروه صنعتی موکت همدان



❖ تولید کننده انواع موکت های خانگی (نمدی - تافتینگ) لایه های صنعتی و خودرویی، ژئوتکستایل، الیاف پلی پروپیلن، الیاف پلی استر، رزین های صنعتی و روغن های نساجی

❖ 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 مدیریت کیفیت 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: ۰۴۰-۳۳۸۳۲۳۸-۰۸۱۳، تلفکس: ۰۴۰-۳۳۸۳۵۰۲-۰۸۱۳

دفتر مرکزی: تهران، بلوار میرداماد، کوچه دفینه، پلاک ۴، طبقه ۳، واحد ۶ تلفن: ۰۱۹-۸۸۷۷۳۱۱۶، فاکس: ۰۱۷-۸۸۷۹۴۳۱۷

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 ۴۰ 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



**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 (۳۳درصد—۶۷درصد) در سیستم ترمزول	Polycoton Fantacel	۳
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	—رنگهای مخلوط دیسپرس دایرکت جهت رنگریزی پلی استر سلولز (۳۵درصد—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، آلزینات ها، امولگاتور، نرم کننده ها (سیلیکونی، کاتیونیک، آنیونیکی)، 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)

عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران در حاشیه نمایشگاه مد روسیه مطرح کرد:

هدف ۲۰۰ میلیون دلاری برای صادرات پوشاک

ناخالص داخلی این کشور است. او افزود: بر اساس اطلاعاتی که از سوی مراجع رسمی روسیه ارائه می‌شود، سالانه حدود ۲۷ میلیارد دلار واردات پوشاک و کفش در روسیه انجام می‌شود که از این میزان، نزدیک به ۲۰ میلیارد دلار آن به حوزه نساجی و پوشاک اختصاص دارد. همچنین سالانه حدود یک میلیارد قطعه پوشاک وارد بازار این کشور می‌شود.

مقدم در ادامه به وضعیت فعلی صادرات پوشاک ایران اشاره کرد و گفت: در حال حاضر میزان صادرات پوشاک کشور حدود ۶۰ میلیون دلار است که به دلیل محدودیت‌ها و تحریم‌ها، بخشی از آن نیز با دشواری‌های جدی در حوزه نقل و انتقال پول و حمل و نقل مواجه است. وی خاطرنشان کرد: هدف‌گذاری ما این است که با حضور مستمر و موثر در نمایشگاه‌هایی مانند CPM و توسعه ارتباطات تجاری، صادرات پوشاک ایران به ۲۰۰ میلیون دلار افزایش پیدا کند.

این عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران در ادامه گفت: صنعت پوشاک ایران از نظر کیفیت، قیمت و توان تولید، ظرفیت رقابت در بازار روسیه را دارد و توسعه صادرات به این کشور در گرو ایجاد اعتماد در میان شرکای تجاری خواهد بود؛ اعتمادی که باید در حوزه‌هایی نظیر ایفای تعهدات و حمل و نقل تقویت شود.

چهل و پنجمین دوره نمایشگاه بین‌المللی مد و لباس روسیه (CPM Collection Première Moscow) روزهای ۲۸ بهمن تا اول اسفند ۱۴۰۴ در مرکز نمایشگاهی کروکوس روسیه برگزار شد. نمایشگاه CPM مسکو، بزرگترین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مد در روسیه است. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، در این رویداد که دو بار در سال برگزار می‌شود، بیش از ۹۰۰ برند پوشاک، لباس زیر و اکسسوری از ۲۸ کشور، از جمله روسیه، ترکیه، ایتالیا، قزاقستان، چین، هند و ایران، کالکشن‌های خود را برای فصل آینده ارائه کردند. همچنین بیش از ۲۲ هزار خرده‌فروش و همچنین فعالان بازار از بخش‌های تولید، آموزش، توزیع، خدمات، خرده‌فروشی و سایر بخش‌ها از روسیه و کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا، از این نمایشگاه بازدید نمودند. اتاق بازرگانی تهران نیز به منظور ایفای مأموریت کلان خود در توسعه تجارت بین‌الملل و افزایش صادرات اعضا در زنجیره ارزش نساجی و پوشاک، برای دومین سال متوالی با برپایی پلویون مشترک با اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، در این دوره از نمایشگاه حضور یافت.

در همین ارتباط، امین مقدم عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران و عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران

در حاشیه این نمایشگاه توضیح داد: فعالان صنعت پوشاک، امسال با برپایی پلویون توسط اتاق تهران و اتحادیه، به صورت سازمان‌یافته‌تر در این رویداد بین‌المللی حاضر شده و به دنبال توسعه سهم خود در بازار بزرگ پوشاک روسیه بودند.

مقدم با اشاره به ظرفیت‌های بازار روسیه برای زنجیره نساجی و پوشاک ایران تصریح کرد: ارزش بازار پوشاک روسیه، حدود ۳۲ میلیارد دلار برآورد می‌شود و چنانچه تولید ناخالص داخلی روسیه را حدود یک‌هزار و ۵۰۰ میلیارد دلار نظر بگیریم، ارزش بازار پوشاک در روسیه به طور تقریبی معادل دو درصد تولید



نسل زد و آینده مد بدون جنسیت

مد بدون جنسیت، یک بازنگری فرهنگی، به‌ویژه در میان نسل زد و مصرف‌کنندگان نسل آلفا، به سمت اصالت بیشتر، بیان شخصی و آگاهی زیست‌محیطی محسوب می‌شود

سراسر قاره‌ها، مفاهیم سنتی مردانه و زنانه را به چالش کشیده است. چه دانش‌آموزان دبیرستانی در کالیفرنیا، چه دانشجویان دانشگاهی در کره جنوبی، یا تأثیرگذاران مد در برزیل، نسل‌های جوان‌تر در حال از بین بردن دوگانه‌های سختگیرانه‌ای هستند که قبلاً انتخاب‌های مد را دیکته می‌کردند.

بر اساس گزارش سال ۲۰۲۳ موسسه Grand View Research، افزایش دیده‌شدن هویت‌های غیردوجنسی و سیال از نظر جنسیت، به‌عنوان یک کاتالیزور جهانی برای مد تک‌جنسیتی (Unisex) عمل می‌کند. در ایالات متحده، بیش از ۳۸ درصد از پاسخ‌دهندگان نسل Z در نظرسنجی Pew Research گفتند که فردی

را می‌شناسند که از آلمان‌های بدون جنسیت استفاده می‌کند. در اروپا، خانه‌های مد مانند JW Anderson و استلا مک‌کارتنی، به طور مداوم زبان طراحی بدون جنسیت را در کالکشن‌های فصلی خود ادغام کرده‌اند.

– **اصول راحتی فراتر از مرزها:** از تی‌شرت‌های سایز بزرگ در لاگوس تا ژاکت‌های جعبه‌ای در سئول، توجه به اصول راحتی در طراحی لباس، در حال گسترش است. این حرکت توسط سبک‌های زندگی هیبریدی پیش رانده می‌شود، جایی که مرزهای بین کار، تفریح و مراقبت از خود، محو می‌شوند. فرمت یونی‌سکس با تمرکز بر برش‌های انعطاف‌پذیر و طراحی کاربردی، به طور فزاینده‌ای به‌عنوان منطقی‌ترین گزینه دیده می‌شود.

بررسی جهانی Statista در سال ۲۰۲۴ نشان داده که ۷۶ درصد از پاسخ‌دهندگان نسل Z در بازارهای مد کلیدی (ایالات متحده، بریتانیا، آلمان، هند، کره جنوبی و ژاپن)، «راحتی و تناسب» را مهم‌تر از ترند بودن یا نام برند ارزیابی کردند. به طور قابل‌توجهی، مد راحتی از پوشاک غیررسمی (کژوال)، به گروه لباس‌های رسمی و لباس کار نیز در حال گسترش است، با محوریت برندهایی مانند COS، UNIQLO و Entire Studios که پیشگام این حرکت هستند.



گروه مترجمین مجله: از کارگاه‌های مینیمالیست کپنهاگ تا محله‌های جوان‌پسند توکیو، مد بدون جنسیت دیگر مفهومی حاشیه‌ای نیست، بلکه یک انقلاب جهانی در سبک لباس است. مد و لباس بدون جنسیت که زمانی محدود به تجربیات آوانگارد در فشن‌شوهای و کالکشن‌های لباس خیابانی بود، اکنون در حال تغییر نحوه لباس‌پوشیدن، مصرف و حتی تفکر جهان در مورد هویت است.

با افزایش مخالفت مصرف‌کنندگان در قاره‌های مختلف با دوگانه‌های جنسیتی ریشه‌دار در مد سنتی، یک عصر جدید از لباس‌های فراگیر، راحتی و اخلاقی‌محور پدیدار شده است. مد بدون جنسیت صرفاً یک روند نیست؛ بلکه یک بازنگری فرهنگی، به‌ویژه در میان نسل زد و مصرف‌کنندگان نسل آلفا، به سمت اصالت بیشتر، بیان شخصی و آگاهی زیست‌محیطی محسوب می‌شود.

چرا جهان مد بدون جنسیت را می‌پذیرد

در پس این تغییر گسترده، ترکیبی قدرتمند از تغییر اجتماعی، نفوذ دیجیتال و واقع‌گرایی اقتصادی وجود دارد که در ادامه به آنها اشاره می‌شود:

– مخالفت جهانی با هنجارهای جنسیتی: فرهنگ جوانان در

ریشه دارد. شلوارهای پله‌ای، پیراهن‌های اورسایز و استایل‌های تک‌رنگ (مونوکروم) در منطقه هونگدای سئول غالب هستند. برندهای ژاپنی مانند «Comme des Garçons» و «Issey Miyake» همچنان روند طراحی بدون جنسیت و مبتنی بر تخریب خلاق را تعیین می‌کنند.

• **اروپا:** مینیمالیسم اسکاندیناوی نقش بزرگی در ظهور سبک تک‌جنسیتی ایفا می‌کند. برندهایی مانند Arket و Weekday بر برش‌های سیال و پالت‌های تک‌رنگ تمرکز دارند که برای مخاطبان گسترده جذاب هستند.

• **آفریقا:** در لاگوس و نایروبی، مد بدون جنسیت با چاپ‌های پررنگ و فرهنگ خیابانی ادغام می‌شود. طراحانی مانند Orange Culture Nigeria از Adebayo Oke-Lawal به‌خاطر ترکیب‌کردن هویت کوئیر (عجیب‌وغریب یا نامانوس) با میراث آفریقایی در فرمت یونی‌سکس، به‌طور جهانی شناخته شده‌اند.

• **آمریکای لاتین:** کشورهایی مانند برزیل و آرژانتین شاهد افزایش برندهای مد مبتنی بر طراحی نامانوس (queer-led fashion) مانند Dendezeiro و Juan Hernandez Daels هستند که از طریق طراحی فراگیر، هویت فرهنگی این منطقه را به نمایش می‌گذارند.

مد تک‌جنسیتی به کدام سمت می‌رود؟

در مجموع، مد و لباس بدون جنسیت وارد مرحله‌ای جدید می‌شود و فراتر از تی‌شرت‌ها و شلوارهای ورزشی، به سمت کت و شلوار لوکس، لباس‌های کار کاربردی و طراحی تطبیقی حرکت می‌کند. تمرکز برندها اکنون بر فراگیری سایز، نوآوری در بافت و سفارشی‌سازی با کمک هوش مصنوعی است. برندهای لوکس از گوتی تا بالنسیاگا کالکشن‌های بدون جنسیت را در فشن‌شوها و ران‌وی‌های جهانی معرفی می‌کنند.

خرده‌فروشان نیز در حال تغییر رویکرد هستند. وبسایت‌های تجارت الکترونیک فیلترهای مبتنی بر جنسیت را حذف می‌کنند و فروشگاه‌های فیزیکی چیدمان‌های خود را بازطراحی می‌کنند تا تجربه خرید انعطاف‌پذیرتری را ارائه کنند. بر اساس گزارشی از شرکت Bain & Company در سال ۲۰۲۵، برندهایی که هم در محصول و هم در تجربه خرید، مرزهای جنسیتی را محو می‌کنند، تا ۳۰ درصد تعامل بالاتری را در میان خریداران نسل Z مشاهده خواهند کرد.

در نهایت، امروزه مقوله مد دیگر به دسته‌بندی‌ها محدود نمی‌شود، بلکه بیشتر به داستان‌ها مربوط می‌شود. قوی‌ترین داستان، داستانی است که همه در آن جای می‌گیرند.

- **تمرکز بر پایداری:** با تشدید بحران اقلیمی در سطح جهان، فوریت بازنگری در اثرات زیست‌محیطی صنعت مد نیز افزایش می‌یابد. در سطح جهانی، لباس‌های بدون جنسیت از طریق کاهش تولید مازاد و ساده‌سازی فرایندهای طراحی، به‌عنوان یک مدل پایدارتر ظهور می‌کند. گزارش سال ۲۰۲۳ موسسه مک‌کینزی درباره مد پایدار، طراحی بدون جنسیت را به‌عنوان یکی از «پنج عامل اصلی» در اقتصاد پوشاک چرخه‌ای نام‌گذاری کرد. برندهایی مانند Pangaia (بریتانیا)، Olderbrother (آمریکا) و Kaoru (ژاپن)، با استفاده از پارچه‌های زیست‌تجزیه‌پذیر و لباس‌هایی انعطاف‌پذیر از نظر سایز که برای همه جنسیت‌ها مناسب هستند، نوآوری می‌کنند که این امر باعث کاهش چشمگیر ضایعات، پسماند و موجودی مازاد می‌شود.

- **دسترسی اقتصادی و منطق بازار:** در بازارهای نوظهور مانند آمریکای لاتین و جنوب شرق آسیا، مد بدون جنسیت همچنین تحت تأثیر منطق اقتصادی است. زمانی که لباس‌ها طوری طراحی می‌شوند که برای هر کسی مناسب باشند، نیاز خانواده‌ها و مصرف‌کنندگان به داشتن کمد‌های لباس جداگانه کاهش می‌یابد، میزان استفاده از لباس‌ها به حداکثر می‌رسد و هزینه خانوارها نیز کاهش می‌یابد.

علاوه بر این، شرکت‌های مد سریع مانند Shein از چین یا Bewakoof از هند، طرح‌های خنثی از نظر جنسیت را برای افزایش راندمان هزینه‌ای و مقیاس‌پذیری جهانی خود به کار می‌گیرند، درحالی‌که شرکت‌های برتر مانند آدیداس، نایکی و لولومون اکنون بخش‌های اختصاصی بدون جنسیت را در فروشگاه‌های آنلاین جهانی خود ارائه می‌دهند.

- **مد مدرن، جنسیت‌ناپذیر می‌شود:** در عصر دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی مانند تیک‌تاک، اینستاگرام و پینترست جایی هستند که روندهای مد آغاز می‌شوند و مد یونی‌سکس در آنجا شکوفا می‌شود. تأثیرگذاران شبکه‌های اجتماعی مانند برتن راک (فیلیپین/آمریکا)، ویزدم کای (نیجریه/آمریکا) و الی گلدستین (بریتانیا) با پوشیدن مدهای سیال از نظر جنسیت برای میلیون‌ها نفر، کلیشه‌ها را به چالش می‌کشند. برخلاف تبلیغات مد قدیمی، محتوای امروز توسط آفرینندگان هدایت می‌شود و توسط هم‌تایان تایید می‌گردد. در سال ۲۰۲۴، هشتگ جهانی مد بدون جنسیت (#genderlessfashion) بیش از ۲٫۴ میلیارد مشاهده در پلتفرم‌های مختلف به دست آورد.

چشم‌انداز منطقه‌ای، تلاقی مد محلی با مد جهانی

• **آسیا:** در کره جنوبی، مد یونی‌سکس عمیقاً در زیبایی‌شناسی کی-پاپ

استراتژی برندهای پوشاک در مواجهه با نوسانات بازار



افزایش احتمالی تعرفه‌های واردات از چین در افق بلندمدت.

برندها و تامین‌کنندگان برای ارزیابی رقابت‌پذیری خود به‌صورت جامع، باید تعرفه‌ها را به‌همراه فاکتورهای عملیاتی گسترده‌تر، از جمله انرژی، زیرساخت‌ها و هزینه‌های ورودی، در نظر بگیرند تا قطب‌های تأمینی را شناسایی کنند که در این محیط جدید، قابل‌دوام باقی می‌مانند.

تأثیرات این موضوع بر صنعت پوشاک عمیق است. در پاسخ به این فشار، ۷۶ درصد از مدیران صنعت مد در نظرسنجی موسسه مکتنزی، بیان می‌کنند که نحوه پاسخ به اختلالات تجاری و تعرفه‌ها مهم‌ترین عامل شکل‌دهنده صنعت مد در سال ۲۰۲۶ خواهد بود. مراکز اصلی تأمین کالاهای پوشاک یعنی چین، ویتنام، هند، بنگلادش و اندونزی که به‌طورمشتک ۶۳ درصد واردات آمریکا

درصد از محصولات پوشاک و چرم که در این کشور به فروش می‌رسند را وارد می‌کند، این بخش‌ها با تأثیرات بیشتری مواجه شدند. شرکای تجاری آمریکا نیز با اقدامات متقابل پاسخ داده‌اند، که همین امر باعث نوسان در زنجیره‌های تأمین جهانی شده است. در دوره اجرای ۹۰ روزه پس از اعلامیه آوریل ۲۰۲۵ تأثیر قابل‌توجهی رخ داد؛ زمانی که تعرفه‌های پوشاک و کفش از ۱۳ درصد به ۵۴ درصد افزایش یافت. اگرچه برخی از تعرفه‌ها بعداً کاهش پیدا کردند یا حذف شدند، اما تا اواسط اکتبر ۲۰۲۵، نرخ تعرفه متوسط پوشاک و کفش برای ۱۰ صادرکننده اصلی، معادل ۳۶ درصد بود که بسیار بالاتر از تعرفه میانگین ۱۷ درصدی بخش صنعت، جهت صادرات به آمریکا است. همچنین برای سال ۲۰۲۶ نوسانات قابل‌توجهی در مورد نرخ تعرفه‌ها انتظار می‌رود، همراه با

تعرفه‌های آمریکا بر تجارت جهانی پوشاک تأثیر می‌گذارد چراکه نرخ‌های بالاتر تعرفه، هزینه‌ها را در کل زنجیره ارزش افزایش می‌دهد و تأثیر قابل‌توجهی بر صنعت مد و پوشاک می‌گذارد. برندها در واکنش به تعرفه‌های بالاتر، تغییرات قیمتی ایجاد می‌کنند، تامین‌کنندگان خود را تغییر می‌دهند و کارایی خود را بهبود می‌بخشند تا با این تأثیرات مقابله کنند. تامین‌کنندگان بزرگ به‌سمت بهینه‌سازی فرآیندها، دیجیتال‌سازی و اتوماسیون حرکت می‌کنند، درحالی‌که بازیگران کوچک‌تر تحت فشار فزاینده قرار می‌گیرند. چابکی، عامل تعیین‌کننده‌ای خواهد بود که به برندها و تامین‌کنندگان اجازه می‌دهد تا برتری رقابتی خود را در بازار حفظ کنند.

در سال ۲۰۲۵، دولت ایالات‌متحده تعرفه‌های واردات جدید و گسترده‌ای را معرفی کرد. از آنجایی که ایالات‌متحده ۸۹

چابک برخوردار هستند، می‌توانند به‌طور مؤثرتری سازگار شوند، خواه از طریق بازتخصیص حجم محصولات، بازطراحی محصول یا مذاکره با تامین‌کنندگان برای جبران فشارهای هزینه‌ای. همچنین آن‌دسته از تامین‌کنندگان که پایگاه تولیدی متنوع دارند، می‌توانند در این محیط برتری داشته باشند و به برندها کمک کنند تا پیچیدگی‌ها را مدیریت کرده و کاهش دهند.

تأثیر نوسانات بازار بر تامین‌کنندگان

نوسانات بازار، بهره‌وری کارخانه‌ها را مختل کرده و تامین‌کنندگان را به بازنگری در فرآیندهای خود وادار کرده است. بسیاری از تامین‌کنندگان با درخواست برندها برای جذب بخشی از فشارهای هزینه‌ای مواجه شده‌اند. فعالان بزرگتر بازار در حال مذاکره مجدد با تامین‌کنندگان در مورد قراردادهای هستند تا محدودیت‌های حجمی (مانند حداقل سفارش یا تعهدات ظرفیت) را به قرارداد اضافه کرده و پایگاه‌های مشتریان خود را گسترش دهند. سایر فعالان بازار هم تغییر تولید به سمت اقلام با ارزش بالاتر - یا پایین‌تر - را دنبال می‌کنند تا بتوانند در بازار باقی بمانند. همین شرایط باعث شده که تامین‌کنندگان در حضور جهانی خود بازنگری کنند که در ادامه به مثال‌هایی در این زمینه اشاره می‌گردد:

- کامبوج در سالیان گذشته به لطف دستمزدهای رقابتی، نیروی کار جوان و شرایط تجاری مطلوب در مقایسه با کشورهای نظیر چین، به‌عنوان یک قطب تامین مد و پوشاک ظهور کرده است. واردات پوشاک آمریکا از کامبوج طی پنج سال گذشته، ۴۲ درصد افزایش داشته و تولیدکنندگان محلی می‌گویند که تعرفه‌ها حجم سفارشات به این

محصولات اصلی با حاشیه سود بالاتر تمرکز کند. با این حال، بسیاری از تامین‌کنندگان از افزایش هزینه‌های ورودی تحت فشار هستند و به همین دلیل، هر دو طرف (تامین‌کننده و برند/خرده‌فروش)، باید راه‌های متعادلی برای تقسیم فشار هزینه‌ای پیدا کنند.

- **تطبیق استراتژی تامین:** بر اساس نظرسنجی مکنزی، ۳۵ درصد از مدیران اجرایی صنعت مد قصد دارند استراتژی تامین خود را به بازارهایی سوق دهند که توافق‌نامه‌های تجاری مطلوب‌تری دارند که در این زمینه می‌توان به گسترش فعالیت برند چینی Shein در ویتنام اشاره کرد. برای برندهای جهانی، فوریت این تغییر به میزان ارتباط یک بازار با ایالات‌متحده بستگی دارد. با این حال، تأثیرات همچنین فراتر از ایالات‌متحده گسترش می‌یابد. همگام با کاهش سفارشات آمریکا از چین، بازیگران جهانی ممکن است برای پرکردن این شکاف اقدام کرده، شرایط بهتری را فراهم کنند و به تامین‌کنندگان خود تنوع ببخشند.

قدرت برند و تأمین منابع انعطاف‌پذیر، دو اهرم مهم

ایجاد تعادل بهینه بین قیمت‌گذاری و تغییرات هزینه، بستگی به قدرت پیشنهادات یک برند یا خرده‌فروش و انعطاف‌پذیری در عملیات تامین منابع دارد. برندهایی با پیشنهادهای بسیار متمایز و دارایی قوی - مانند آنهایی که محصولات نوآورانه یا دست‌ساز منحصر به فرد ارائه می‌دهند - بهتر می‌توانند هزینه‌ها را از طریق اهرم‌های قیمت‌گذاری جبران کنند، بدون اینکه تقاضا را از بین ببرند. انعطاف‌پذیری در عملیات تامین منابع نیز یک مزیت اضافی را فراهم می‌کند. کسانی که شبکه‌های متنوعی از تامین‌کنندگان دارند و از مدل‌های عملیاتی

در زمینه نساجی و پوشاک و تقریباً ۷۵ درصد از تأثیر تعرفه‌های اضافی را در بر می‌گیرند، بیش از سایر کشورها تحت تأثیر تعرفه‌های فزاینده قرار گرفته‌اند.

واکنش شرکت‌های پوشاک و کفش

شرکت‌های تولید پوشاک و کفش، در واکنش به این تعرفه‌ها، اهرم‌های قیمت‌گذاری، مدیریت هزینه و تغییر استراتژی تامین را به کار می‌گیرند که در ادامه به هرکدام اشاره می‌شود:

- **تنظیم قیمت‌ها:** بین ژانویه تا جولای ۲۰۲۵، قیمت‌های پوشاک در آمریکا ۱.۳ درصد افزایش یافت و ۵۵ درصد از مدیران انتظار دارند که در سال ۲۰۲۶ به دلیل تعرفه‌ها، افزایش‌های بیشتری رخ دهد. چندین شرکت به صراحت در مورد افزایش قیمت‌ها صحبت کرده‌اند؛ نایکی، هرمس و رالف لورن از جمله آنها هستند. با وجود تورم همچنان بالا، ۹۲ درصد از مصرف‌کنندگان نگرانی خود را در مورد امور مالی خانواده‌شان ابراز می‌کنند. در بخش‌های مختلف قیمت، بیش از ۸۰ درصد از مصرف‌کنندگان می‌گویند که ارزش مناسب کالا در ازای پول پرداختی، عامل اصلی خرید آنهاست.

- **کاهش هزینه‌ها:** برندها همچنین برای جبران فشار مربوط به کاهش حاشیه سود، کارایی خود را بهینه می‌کنند، مانند بازنگری در شرایط تامین‌کنندگان، ادغام ارسال‌ها، ساده‌سازی مجموعه‌ها و بهبود لجستیک. برای مثال، والمارت از تامین‌کنندگان چینی خواسته است قیمت‌ها را کاهش دهند، درحالی‌که برند لیوایز، کالکشن تعطیلات خود را ساده‌سازی می‌کند و پیچیدگی فرآیند و موجودی انبار را کاهش می‌دهد تا بر



باید اثرات تولید را به صورت کلان ارزیابی کنند، هزینه‌های تأمین کلی را در نظر بگیرند و تعرفه‌ها، نیروی کار و رقابت‌پذیری را در سراسر مراکز توزیع خود متعادل سازند. توانایی تغییر حجم تولید یا بازطراحی شبکه‌ها متناسب با تغییر شرایط تجاری، همچنان برای تاب‌آوری آنها ضروری خواهد بود.

به منظور تقویت چابکی و جبران فشارهای هزینه‌ای، تأمین‌کنندگان باید رشد بهره‌وری را از طریق اصول تولید ناب - کاهش ضایعات، بهبود راندمان و بهینه‌سازی گردش کاری - در اولویت قرار دهند و در عین حال، این تلاش را با سرمایه‌گذاری هدفدار در اتوماسیون و دیجیتالی‌سازی جهت ساده‌کردن عملیات و ارتقای شفافیت در سراسر زنجیره تأمین، تکمیل نمایند.

۳- تنوع‌بخشی و تعمیق همکاری‌های کلیدی برای حداکثر کردن ثبات: هم برندها و هم تأمین‌کنندگان می‌توانند ریسک تمرکز را با تنوع‌بخشی به پایگاه‌های مشتریان و تأمین‌کنندگان خود کاهش دهند. در عین حال، آنها باید همکاری استراتژیک خود را تقویت کنند. این امر می‌تواند به تأمین‌کنندگان اجازه دهد که تجهیزات و فرآیندهای خود را به‌روزرسانی کرده و ریسک‌های مرتبط با نوسانات بازار را کاهش دهند، برای مثال از طریق سرمایه‌گذاری مشترک در ابتکاراتی که تأمین‌کنندگان فردی ممکن است تأمین مالی آنها را دشوار بدانند.

برای برندها، دیجیتالی‌کردن عملیات و تکیه بر هوش مصنوعی برای بهینه‌سازی و مدیریت یک پایگاه تأمین متنوع و چندکشوری، می‌تواند وابستگی به هریک از شرکای تأمین فردی را کاهش داده و از حاشیه سود شرکت‌ها در بحبوحه افزایش هزینه‌های تولید، محافظت نماید.

منابع در دفتر نشریه موجود است.

۱- برندها باید واکنش‌های بازار به تغییر قیمتی را رصد کنند: بسیاری از برندها و خرده‌فروشان اقدامات اولیه در زمینه قیمت‌گذاری و تأمین منابع را انجام داده‌اند. در میان مدت، آنها باید واکنش‌های مصرف‌کنندگان را پیگیری نمایند، ارزیابی کنند که بازار واقعا چه چیزی را تحمل می‌کند و در نهایت، رفتار خود را بر اساس رقبا تنظیم کنند. در این زمینه، استفاده از ابزارهایی مانند گوش‌دادن به شبکه‌های اجتماعی، پیش‌بینی تقاضا و بنچمارک قیمتی در کنار ابزارهای دیگر، مثمرتر خواهد بود.

بهبود مستمر کیفیت و خدمات در کنار تلاش برای ایجاد ارزش برای محصول به نحوی که مصرف‌کنندگان حاضر به پرداخت بهای آن باشند، کلیدی خواهد بود. در این ارتباط، شرکت‌ها از طریق ارائه داستان‌هایی که کیفیت یا تمایز خلاقانه محصول را برجسته می‌کنند و از طریق ابتکاراتی مانند تعمیر یا بازفروش محصول که محصولات را به عنوان سرمایه‌گذاری‌های پایدار معرفی می‌کنند، می‌توانند نفوذ خود را در بازار و در بین مشتریان افزایش دهند.

۲- تأمین‌کنندگان باید بازنگری مجدد فرآیندها را مدنظر قرار دهند: تأمین‌کنندگان

کشور را افزایش داده است.

- در مقابل، واردات آمریکا از چین از سال ۲۰۱۹ تا پایان سال ۲۰۲۴ تقریباً ۳۰ درصد کاهش داشته است. بخشی از ظرفیت خالی در چین ممکن است توسط برندهای اروپایی یا سایر برندهای غیرآمریکایی پر شود و در عین حال، تأمین‌کنندگان رقابت‌پذیر را با توجه به تغییر مسیر تقاضای آمریکا به سایر نقاط، بهره‌مند نماید.

- تأمین‌کنندگان همچنین موقعیت‌های مکانی جدیدی خارج از قطب‌های تأمین سنتی را در نظر می‌گیرند. برای مثال، شرکت Gokaldas Exports یکی از بزرگترین تولیدکنندگان هند و یکی از تأمین‌کنندگان والمارت و همچنین برندهای Gap و JCPenney قصد دارند تولید خود را در کنیا و اتیوپی گسترش دهند تا با تعرفه‌ها مقابله کنند.

اولویت‌های اجرایی

با توجه به مجموعه مطالبی که بدانها اشاره گردید، مدیران اجرایی صنعت مد و پوشاک برای غلبه بر چالش‌ها و ماندن در بازار باید اولویت‌های زیر را مدنظر قرار دهند:

افزایش قیمت‌ها در بازار جهانی پوشاک

تقریباً سه‌چهارم مدیران اجرایی صنعت مد انتظار دارند قیمت‌ها را در سال ۲۰۲۶ افزایش دهند که نسبت به نظرسنجی سال ۲۰۲۵ رشد ۱۹ واحد درصدی را نشان می‌دهد

پوشاک: لازم به ذکر است با توجه به اینکه نظرسنجی موسسه مکنزی پیش از جنگ اخیر انجام گرفته، قطعاً افزایش چشمگیر قیمت سوخت و انرژی در هفته‌های اخیر و اختلالات پیش‌آمده در عبور محموله‌های جهانی از تنگه هرمز، در کوتاه‌مدت تبعات بیشتری بر هزینه تمام‌شده تولیدکنندگان و تامین‌کنندگان جهانی مد و پوشاک خواهد داشت و همین موضوع می‌تواند به افزایش بیشتر قیمت‌ها در بازار جهانی پوشاک منجر شود.

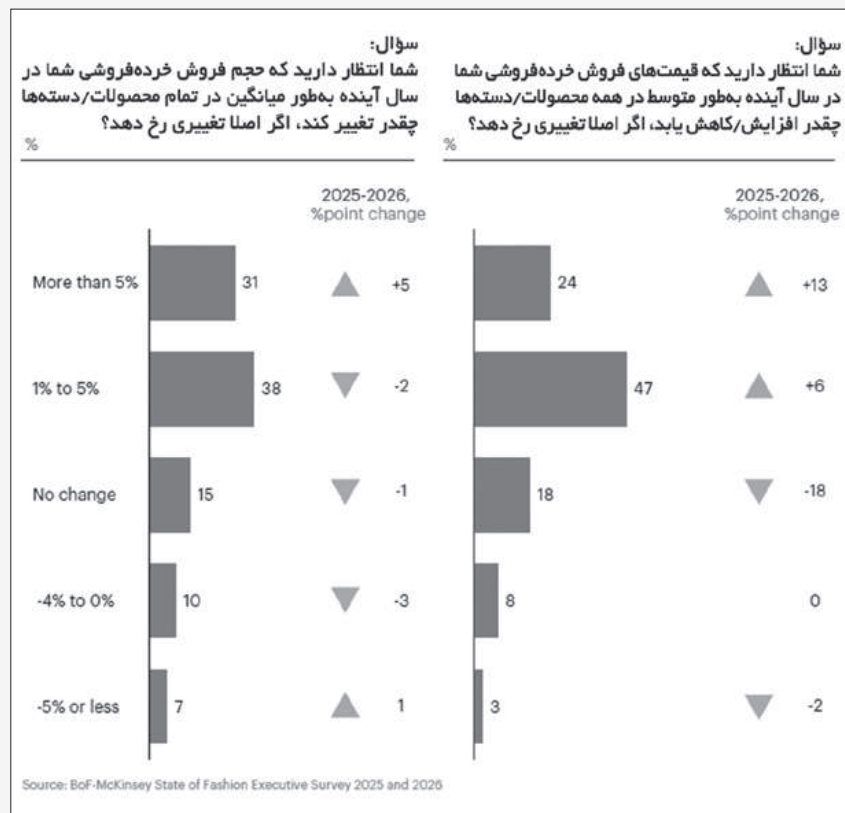
۲۰۲۶، تقریباً ۶۹ درصد مدیران قصد دارند رشد فروش را نسبت به بهبود هزینه‌ها در اولویت قرار دهند، که کمتر از ۷۳ درصد ثبت‌شده در نظرسنجی سال قبل است. در واقع، اگرچه رشد درآمد همچنان در خط مقدم توجهات مدیران صنعت مد باقی مانده است، اما تأکید فزاینده بر مدیریت هزینه‌ها نشان‌دهنده شناخت تبعات هزینه‌های بالاتر و نیاز به بهبود بهره‌وری، برای محافظت از حاشیه سود شرکت‌ها است.

- تبصره ماهنامه «صنعت نساجی و

براساس جدیدترین نظرسنجی موسسه مکنزی، در سال ۲۰۲۶ تقریباً سه‌چهارم مدیران اجرایی شرکت‌کننده در این نظرسنجی انتظار دارند قیمت‌ها را افزایش دهند که نسبت به نظرسنجی سال ۲۰۲۵ رشد ۱۹ واحد درصدی را نشان می‌دهد. در بخش مد، ۲۶ درصد مدیران قصد دارند قیمت‌ها را بیش از ۵ درصد افزایش دهند، درحالی‌که در بخش مد لوکس یعنی جایی‌که رشد در سال‌های اخیر عمدتاً مبتنی بر قیمت بوده است، ۱۸ درصد این کار را انجام می‌دهند.

از نظر منطقه‌ای، مدیران اجرایی آمریکای شمالی بیشترین انتظار برای افزایش قیمت‌ها را دارند، به‌طوری‌که ۴۵ درصد آنها به‌منظور جبران افزایش هزینه نهاده‌ها ناشی از تعرفه‌های آمریکا، افزایش بیش از ۵ درصد قیمت‌ها را برنامه‌ریزی کرده‌اند. با در نظر گرفتن این موضوع، تقریباً یک‌چهارم مدیران اجرایی در آمریکای شمالی انتظار دارند هزینه کالاهای فروخته‌شده (COGS) آنها بیش از ۹ درصد افزایش یابد.

انتظارات برای افزایش هزینه‌ها در مناطق مختلف جهان همچنان بالا است: به‌جز آمریکای شمالی، ۱۱ درصد مدیران اجرایی انتظار دارند قیمت کالای فروخته‌شده آنها بیش از ۹ درصد افزایش یابد، در مقایسه با تنها ۳ درصد در نظرسنجی سال ۲۰۲۵. با ادامه این فشارهای پایدار، مدیران اجرایی صنعت مد، ناگزیر توجه بیشتری به بهره‌وری و کارایی خواهند داشت. در سال



در گفت‌وگو با فعالان اقتصادی بررسی شد:

صنعت پوشاک در محاصره بحران‌ها

دشوار شده است، تا جایی که بسیاری از صنایع کوچک ناچار به تعطیلی کارگاه‌های خود شده‌اند. در چنین فضایی از سیاست‌گذاران انتظار می‌رود ضمن آسیب‌شناسی شرایط برای مقابله کارآمد با بحران‌ها برنامه‌ریزی کنند.

اثر رکود تورمی بر صنعت کفش

علی لشکری عضو هیات‌مدیره جامعه صنعت کفش ایران در گفت‌وگو با «دنیای اقتصاد» در ارزیابی چالش‌های پیش روی تولیدکنندگان صنعت کفش کشور پس از تحمیل جنگ به ایران گفت: صنعت کفش کشور در سال‌های اخیر تحت‌تاثیر شرایط نامساعد حاکم بر اقتصاد ایران با مشکلات متعددی مواجه بوده است. صنعت کفش حتی قبل از تحمیل جنگ به ایران با کاهش تقاضا به دلیل شرایط رکود تورمی حاکم بر اقتصاد ایران مشکلات زیادی داشته است. در این میان طی سال‌های گذشته اولویت مصرف در میان مردم به خوراکی و نیازهای اساسی زندگی تقلیل یافته است. در چنین شرایطی کالایی همچون کفش یا پوشاک در اولویت‌های نخست سبد هزینه خانوار قرار ندارد. در ادامه با تحمیل جنگ به کشور، بیش از پیش میزان تقاضا در این صنایع کاهش یافته است.

وی افزود: فعالان صنعت کفش با پیش‌بینی شرایط دشوار حاکم بر اقتصاد و نبود دورنمای روشن در این بخش، با هدف تداوم تولید و حفظ اشتغال‌زایی، به دنبال ارتقای ظرفیت‌های صادراتی بودند. در واقع تقویت صادرات گریزگاهی برای نجات این صنعت بود، به همین دلیل نیز در طول سال گذشته مکاتبات متعددی با مسوولان مربوطه درخصوص راهکارهای ارتقای صادرات انجام گرفت. فعالان صنعت کفش معتقد بودند چنانچه بتوانند از محل ارز حاصل از صادرات خود برای تامین مواد اولیه تولید بهره بگیرند، تولید و صادرات در این بخش رونق خواهد گرفت. با این‌وجود همکاری برای ارتقای صادرات و تداوم تولید در این بخش انجام نشد.

عضو هیات‌مدیره جامعه صنعت کفش ایران گفت: طی ماه‌های گذشته عملکرد صادرکنندگان با توجه به الزامات پیمان‌سپاری ارزی عملاً تحت‌تاثیر قرار گرفت. در ماه‌های پایانی سال گذشته و پس از اصلاح سیاست‌های ارزی توسط دولت و بانک مرکزی و انتقال کل معاملات ارزی به تالار دوم، انتظار می‌رفت صادرات کفش کشور نیز رونق یابد. با



نرخ روز افزون تورم در شرایطی که دستمزدها بر اساس آن ترمیم نشده، حیات اقتصادی بسیاری از صنایع را تحت‌تاثیر قرار داده است. به این معنی که خرید بسیاری از محصولات و کالاها عملاً از اولویت بخش بزرگی از مردم حذف شده است. کیف، کفش و پوشاک در رده کالاهای مصرفی مردم قرار دارند، اما در شرایطی که دستمزدها به سختی کفاف نیازهای ضروری‌تر از جمله هزینه مسکن و خوراک را می‌دهد، مصرف این دست محصولات در سبد خانوار به شدت کاهش یافته است. در موارد متعددی نیز بسیاری از افراد ترجیح می‌دهند اجناس بی‌کیفیت اما ارزان‌تر را جایگزین محصولات با کیفیت کنند. در شرایط مورد بحث تولید در صنایع کیف، کفش، پوشاک و سایر صنایع مرتبط از جمله چرم و... به شدت کاهش یافته است. در این میان بسیاری از واحدهای کوچک و متوسط که تاب آوری پایین‌تری دارند در معرض خطر توقف تولید قرار گرفته‌اند. در میانه بحران‌های جدی پیش روی صنایع مورد بحث، تهاجم نظامی به کشور، ضربه به شدت جدی را به این واحدها تحمیل کرد. در همین‌حال استفاده از راهکارهای جایگزین برای تداوم تولید در شرایط رکود اقتصادی از جمله حضور پررنگ در بازار صادراتی نیز تحت‌تاثیر تنش‌های کنونی به شدت دشوار شده است.

وضعیت صنعت پوشاک و کفش در شرایط نامساعد اقتصادی ایران طی سال‌های گذشته به مرز بحران رسیده است، در این بین تحمیل جنگ به ایران، اقتصاد این صنایع را بیش از پیش در آستانه فروپاشی قرار داده است. در شرایط مورد بحث، تولید برای واحدهای کوچک و متوسط بسیار

سازمان ریاست جمهوری در دست اجرا است، صادرات کفش به این کشور افزایش یابد. تلاش سایر سازمان‌های مسوول نیز در این بخش کمک‌کننده خواهد بود. این دست اقدامات در حفظ تولید و اشتغال‌زایی صنعت کفش کمک‌کننده خواهد بود.

تعطیلی واحدهای تولیدی

ریحانه فغانی، فعال صنعت مد و پوشاک، در گفت‌وگو با «دنیای اقتصاد» در ارزیابی چالش‌های پیش روی فعالان صنعت مد و پوشاک در ماه‌های اخیر گفت: روند افزایش قیمت ارز و کمبود جدی در اینترنت نقدینگی واحدهای تولیدی، بروز محدودیت‌های جدی در اینترنت بین‌الملل طی ماه‌های گذشته، کاهش مداوم قدرت خرید مردم که به رکود در برخی محصولات مصرفی منجر شده و نبود دورنمای روشن از آینده، از مهم‌ترین مشکلاتی هستند که عملکرد فعالان صنعت مد و پوشاک را طی ماه‌های گذشته تحت‌تاثیر قرار داده است. در این میان، تهاجم نظامی به کشور این مشکلات را تشدید کرد. وی افزود: آثار تحمیل فشار مداوم به تولیدکنندگان را می‌توان در رصد آمارهای بخش صنعت و همچنین تعطیلی بسیاری از واحدهای تولیدی مشاهده کرد. فغانی گفت: در شرایطی که چشم‌انداز مثبتی در آینده کوتاه‌مدت برای بهبود شرایط صنعت پوشاک و افزایش قابل‌توجه تقاضا در بازار مشاهده نمی‌شود، بسیاری از واحدهای صنعتی اقدام به تعطیلی کرده‌اند. بخش دیگری از صنایع نیز با تعدیل نیرو و با حداقل توان به تولید و فعالیت خود ادامه می‌دهند.

این فعال صنعت مد و پوشاک تاکید کرد: شرایط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی کشور تاثیر مستقیم بر کسب‌وکار ما دارد. در شرایط جنگی کمتر کسی رغبت به خرید پوشاک دارد. این جنگ در هفته‌های پایانی سال به کشور تحمیل شد و عملاً فروش معمول عید صنایع در این حوزه از دست رفت. این افت فروش در حالی به فعالان صنعت مد و پوشاک تحمیل شده که کشور در ماه‌های قبل نیز با انواع تنش‌ها مواجه بود و عملاً بازار پوشاک در شرایط شکننده قرار داشت. در همین حال با توجه به شرایط نابسامان اجتماعی شاهد افت قدرت خرید مردم هستیم که به کوچک شدن بازار پوشاک منتهی می‌شود. در چنین شرایطی شاهد کاهش توان مالی بنگاه‌های فعال در بخش صنعت پوشاک خواهیم بود. وی افزود: بخش قابل‌توجهی از فعالیت صنایع پوشاک به‌خصوص در بخش تبلیغات و فروش در پلتفرم‌هایی همچون اینستاگرام انجام می‌شد، در نتیجه با قطعی طولانی‌مدت اینترنت، فعالان صنعت پوشاک متحمل زیان قابل‌توجهی شده‌اند. در همین حال تداوم فعالیت کسب‌وکارهای آنلاین در فضای مجازی با چالش‌های جدی مواجه شده است و دورنمای روشنی نیز برای بازگشت شرایط به حالت عادی وجود ندارد.

این‌وجود اجرای این سیاست با شرایط نامساعد کشور و تحمیل جنگ به ایران همراه شد و آن طور که انتظار می‌رفت تاثیر بسزایی بر بهبود تولید این صنعت مهم نداشت.

وی با اشاره به آمار صادرات کفش در ۱۰ ماه نخست سال ۱۴۰۴ گفت: بنا به برآوردهای انجام گرفته، میزان صادرات صنعت کفش کشور در مدت زمان مورد بحث در قیاس با مدت مشابه سال ۱۴۰۳ با کاهش ۲۲ درصدی مواجه شد. البته اگر شرایط بهتر بود و تنش نظامی به کشور تحمیل نمی‌شد، انتظار می‌رفت که فعالان این صنعت بتوانند عملکرد بهتری را در حوزه صادرات به نمایش بگذارند و بخشی از این افت صادرات را در اسفند ماه جبران کنند.

این فعال صنعت کفش گفت: در حال حاضر مهم‌ترین وظیفه صنعت کفش و به‌خصوص واحدهای بزرگ‌تر فعال در این بخش که از تاب‌آوری بالاتری برخوردار هستند این است که تولید را با هدف حفظ اشتغال تداوم دهند. آثار و تبعات این جنگ به مرور در حوزه عملکردی صنایع و به‌خصوص واحدهای تولیدکننده کفش نمایان خواهد شد. بنابراین واحدهای تاب‌آور برای مقابله با این آثار باید از ظرفیت‌های صادراتی در مرزهای شمالی و شرقی بهره بگیرند. در این میان از سیاست‌گذاران و نهادهای مسوول در بخش تجارت خارجی از جمله سازمان توسعه تجارت، گمرک، وزارت صنعت، معدن و تجارت انتظار می‌رود زیرساخت لازم برای ارتقای صادرات را فراهم کنند.

تغییر در رویکردهای گذشته از سوی نهادهای تصمیم‌گیر ضرورتی برای تداوم تولید در صنعت کفش و حفظ اشتغال‌زایی در این بخش است. توجه به این نکته ضروری به‌نظر می‌رسد که تداوم تولید به‌منزله پرداخت به سازمان‌های مختلف از جمله سازمان تامین اجتماعی از سوی تولیدکنندگان است؛ بنابراین گردش چرخ صنعت به معنی بهبود شرایط اقتصادی کشور است. لشکری در پاسخ به سوالی مبنی بر آمار تعطیلی واحدهای صنعت کفش در دوره جنگ گفت: آمار میدانی از تعطیلی صنایع در دست نیست، با این‌وجود بسیاری از صنایع با مشکلات جدی همچون کمبود نقدینگی، کمبود مواد اولیه تولید، نوسانات نرخ ارز و... مواجه بوده‌اند و همین موضوع نیز به افت تولید آنها منجر شده است.

این فعال صنعت کفش در پاسخ به سوالی مبنی بر کشورهای مقصد صادراتی برای فروش کفش گفت: عمده صادرات کفش ایران به کشورهای همچون عراق، افغانستان، ترکمنستان، پاکستان و آذربایجان صادر می‌شود. در ماه‌های گذشته نیز تلاش‌هایی برای صادرات کفش ایران به عمان و قطر انجام شده بود که اکنون با توجه به مشکلات ناشی از جنگ، امکان صادرات به این کشورها درهاله‌ای از ابهام قرار دارد. وی افزود: در این میان کشور روسیه به صورت بالقوه می‌تواند مقصد صادرات کفش ایران باشد. امید می‌رود با تلاش‌هایی که توسط معاونت راهبردی



طرح و بافت ترند پارچه در ۲۰۲۶: بازتعریف نوستالژی، عملکرد و لمس هنر

nasrin.masoumi_b@yahoo.com

نسرین معصومی بدخش، مدرس گروه هنر دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی

سنتی فاصله گرفته و به سمت طرح‌های گلدار بزرگ‌مقیاس، تکرارهای هندسی جسورانه و استفاده از رشته‌های فلزی مات برای افزودن عمق و درخششی ظریف حرکت می‌کنند. این پارچه نه تنها برای لباس‌های مجلسی و statement coats کاربرد دارد، بلکه با ورود به حوزه دکوراسیون، به صورت پرده، رومبلی و روکش صندلی، حس دراماتیک و لوکسی را به فضاهای مدرن می‌آورد.

– **کرباس (Canvas) با چهره‌ای نو:** کرباس، این پارچه بادوام و کاربردی سنتی، از قلمرو مبلمان باغی و کیف‌های نقاشی فراتر رفته است. امروزه شاهد استفاده از کرباس با پرداخت‌های نرم‌تر، وزن‌های سبک‌تر و رنگ‌های غیرمنتظره در پوشاک هستیم. کت‌های بارانی ساختارمند، شلوارهای کارگو و دامن‌های تاپ‌استایل، همگی از استحکام ذاتی کرباس بهره می‌برند، در حالی که با تکنیک‌های شستشوی خاص، حس راحتی و امروزی بودن را نیز ارائه می‌دهند. این تحول، نماد درخواست مصرف‌کننده برای قطعاتی با دوام و ماندگاری بالا است.

– **هندسه نرم و نقوش الهام‌گرفته از طبیعت:** طرح‌های هندسی خشک جای خود را به خطوط دست‌کشیده، گریدهای محو و اشکال هندسی با لبه‌های نرم داده‌اند. این «هندسه ناقص»، حس ساختگی دیجیتال را کاهش داده و گرمای لمس انسانی را به نمایش می‌گذارد. همزمان، نقوش انتزاعی برگرفته از طبیعت، مانند حلقه‌های درخت، رگه‌های معدنی و امواج آب، طیف دیگری از طرح‌های محبوب را تشکیل می‌دهند که ارتباط عمیق‌تری با محیط زیست را تداعی می‌کنند.

مقایسه کاربرد پارچه‌های کلاسیک بازتعریف شده:

– **پارچه ژاکارد**

نقش و طرح شاخص: گل‌های بزرگ‌مقیاس، هندسه جسورانه، رشته‌های فلزی مات.



صنعت نساجی همواره آینه‌ای از روح زمانه بوده است. در سال ۲۰۲۶، این صنعت در یک نقطه عطف بی‌نظیر قرار دارد، جایی که عطش برای اصالت و حس نوستالژی، با الزامات عملکردی جهان مدرن و وسواس برای بافت و تجربه لمسی درهم می‌آمیزد. دیگر طرح و بافت پارچه صرفاً یک انتخاب زیبایی‌شناختی نیست؛ بلکه بیانی از فلسفه زندگی، تعهد به پایداری و پاسخگویی هوشمندانه به نیازهای روزمره است. در این سال، شاهد بازگشت قدرتمند پارچه‌های کلاسیک با بیانی نو، ظهور بی‌سروصدای پارچه‌های هوشمند و تمرکز بی‌سابقه بر حس لامسه و بافت سه‌بعدی هستیم.

بازتعریف نوستالژی: کلاسیک‌ها با بیانی مدرن

جریان غالب در طرح‌های پارچه ۲۰۲۶، احترام به گذشته و بازتعریف آن با زبان معاصر است. این روند، فراتر از تکرار ساده، به معنای وام‌گیری از تکنیک‌ها و الگوهای تاریخی و تطبیق آن‌ها با پالت‌های رنگی و مقیاس‌های امروزی است.

– **احیای پارچه ژاکارد (Jacquard):** پارچه ژاکارد که به خاطر

نقش‌های بافته‌شده پیچیده و بافت غنی‌اش شناخته می‌شود، در صدر این جنبش قرار دارد. در سال ۲۰۲۶، طرح‌های ژاکارد از الگوهای ظریف

سطح‌های برجسته و سه‌بعدی: بافت‌هایی مانند بافت حصیری برجسته، تورهای برجسته و چینل‌های راه‌راه محبوبیت زیادی دارند. این بافت‌ها نه تنها غنای بصری ایجاد می‌کنند، بلکه می‌توانند به راحتی آکوستیک در فضاهای باز کمک کنند.

تکامل بافت‌های پرتعداد: بافت بوکله (bouclé) که در سال‌های گذشته محبوب شد، اکنون تکامل یافته و در قالب حلقه‌هایی ظریف‌تر و تصفیه‌شده، اغلب در ترکیب با نخ‌های فلزی یا کنتراست‌های رنگی ظاهر می‌شود تا عمق بیشتری ایجاد کند.

مخمل مات و میکروفایبر: مخمل کلاسیک با یک پرداخت مات و مخملی بازمی‌گردد که در برابر عبور نور مقاوم‌تر است و با نور بازی می‌کند. از سوی دیگر، میکروفایبرهای با حس لمسی مشابه مخمل، اما با دوام و قابلیت نگهداری بالاتر، برای استفاده‌های تجاری و خانگی مکرر، گزینه‌ای ایده‌آل هستند.

نتیجه‌گیری: تلفیق گذشته، حال و آینده

ترندهای طرح و بافت پارچه در سال ۲۰۲۶ روایتی سه‌لایه را ارائه می‌دهند: ریشه‌دار بودن در تاریخ و صنعتگری، زندگی کردن در لحظه حال با عملکردی هوشمندانه، و نگاه به آینده با مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی. موفقیت در این عرصه، مستلزم درک این است که پارچه امروز، دیگر یک متریال منفعل نیست. پارچه‌ای ترند است که بتواند هم داستان بگوید، هم از ما مراقبت کند و هم حسی ماندگار را در خاطرم ثبت نماید.



کاربرد در پوشاک: کت‌های مجلسی، لباس شب، شلوارهای ساختارمند. کاربرد در دکور: روکش صندلی، پرده، دیوارپوش‌های تجملی.

- پارچه کرباس

نقش و طرح شاخص: ساده، رنگ‌های غیرمنتظره، پرداخت نرم. کاربرد در پوشاک: کت بارانی، شلوار کارگو، کت‌های ساختارمند. کاربرد در دکور: روکش مبلمان، پوشش دیوار، سایه‌بان.

عملکرد هوشمندانه: پارچه در نقش یک فناوری

بخش هیجان‌انگیزتر ترندهای ۲۰۲۶، جایی است که طراحی و فناوری در سطح مواد به هم می‌رسند. پارچه‌های هوشمند و عملکردی، دیگر محدود به لباس‌های ورزشی حرفه‌ای نیستند و به آرامی به جریان اصلی پوشاک و به ویژه دکوراسیون خانگی راه یافته‌اند.

منسوجات تطبیقی: پارچه‌هایی که به تغییرات دمای بدن یا محیط پاسخ می‌دهند، در حال گسترش هستند. فناوری‌های مبتنی بر مواد تغییر فاز (PCM) می‌توانند با جذب یا آزادسازی گرما، یک دمای مطلوب را حفظ کنند. این ویژگی در روتختی، لباس‌های راحتی و مبلمان کاربرد فراوانی دارد.

محافظت و راحتی پیشرفته: انتظارات از پارچه در حوزه بهداشت و راحتی افزایش یافته است. پوشش‌های ضد میکروب و ضد آلرژی (مانند دی‌اکسید تیتانیوم) که با نور فرابنفش فعال می‌شوند، به‌ویژه برای منسوجات خانگی و لباس‌های روزمره پرتقاضا هستند. همچنین، پارچه‌های مقاوم در برابر لکه و ضد آب با حفظ نرمی و قابلیت تنفس، زندگی را برای خانواده‌ها و صاحبان حیوانات خانگی آسان‌تر می‌کنند.

پایداری مولکولی: نوآوری در عملکرد، اغلب با پایداری همراه است. تولید نخ‌های پیژوالکتریک که انرژی حرکت بدن را به برق تبدیل می‌کنند، یا استفاده از نانوسیم‌های نقره بازیافتی در پارچه‌های رسانا، نمونه‌هایی از این همگرایی هستند. همچنین، استفاده از الیاف زیست‌پایه (مانند لیوسل از خمیر چوب) و مواد بازیافتی با کیفیت بالا، در حال تبدیل شدن به یک استاندارد جدید است.

تمرکز بر حس لامسه: بافت به عنوان تجربه اصلی شاید اصلی‌ترین تم سال ۲۰۲۶، تأکید بر تجربه لمسی و سه‌بعدی باشد. مصرف‌کنندگان به دنبال پارچه‌هایی هستند که نه تنها خوب به نظر برسند، بلکه حس اطمینان، گرما و ارتباط را از طریق لمس منتقل کنند.

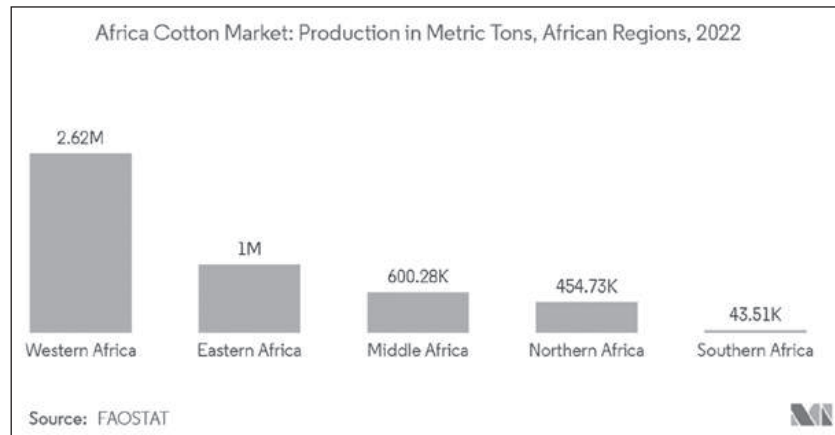
نگاهی به تولید پنبه در قاره آفریقا

پنبه همچنان یکی از مهم‌ترین کالاهای کشاورزی آفریقا است و طی سال‌ها، در شکل‌گیری معیشت روستاییان، درآمدهای صادراتی و اهداف صنعتی در سراسر قاره نقش داشته است

را نشان می‌دهند، مناطق دیگر با موانع ساختاری، شوک‌های آب‌وهوایی و تغییرات سیگنال‌های سیاست‌گذاری دست‌وپنجه نرم می‌کنند.

بر اساس آخرین پیش‌بینی‌های وزارت کشاورزی ایالات متحده (USDA) برای سال ۲۰۲۵-۲۶ (از آگوست تا ژوئیه)، تولید جهانی پنبه با کاهش ۱٫۵ میلیون عدل (۱ درصد) به ۱۱۸٫۴ میلیون عدل می‌رسد، اما همچنان دومین بالاترین میزان از سال ۲۰۲۷-۱۸ خواهد بود. این گزارش همچنین نشان داد که ۱۰ تولیدکننده برتر آفریقا به طور جمعی بیش از ۶٫۳ میلیون عدل ۴۸۰ پوندی را تولید می‌کنند، که این حجم تولید توسط تعدادی از سیستم‌های ملی بسیار سازمان‌یافته که تأمین هماهنگ نهاده‌ها، ظرفیت پنبه‌پاک‌کنی و مکانیسم‌های حمایت از قیمت را ترکیب می‌کنند، رهبری می‌شوند.

اما در پس این حجم تولید، داستانی پیچیده از قدرت نهادی، دسترسی به بازار و وابستگی اقتصادی نهفته است. برای برخی کشورها، پنبه بزرگترین صادرات غیرمعدنی و منبع اصلی درآمد نقدی روستاییان است؛ در حالی که برای دیگران، یک محصول تخصصی با ارزش بالا است که به تولید پارچه و لباس‌های با کیفیت بالا پیوند خورده است.



بر اساس گزارش موسسه Mordor Intelligence تولید پنبه در آفریقا در سال ۲۰۲۵ شاهد روندی روبه‌رشد بوده است. پیش‌بینی می‌شود ارزش بازار آن تا پایان سال ۲۰۲۵ به ۶٫۳۶ میلیارد دلار برسد، و تا سال ۲۰۳۰ به ۸٫۰۸ میلیارد دلار افزایش یابد. بر اساس برآوردهای موجود، سهم آفریقا در تجارت جهانی پنبه تا پایان سال ۲۰۲۵ به ۱۶ درصد افزایش یافته و صادرات آن به بیش از ۱٫۴ میلیون تن رسیده است.

بر اساس آخرین آمار سال ۲۰۲۲ تولید پنبه در غرب آفریقا، آفریقای مرکزی، شمال آفریقا، آفریقای جنوبی و شرق آفریقا به ترتیب ۲٫۶۲ میلیون تن، ۶۰۰ هزار تن، ۴۵۴٫۷ هزار تن، ۴۳٫۵ هزار تن و حدود یک میلیون تن است. بنابراین، کشورهای غرب آفریقا در تولید پنبه پیش‌تاز هستند.

پنبه همچنان یکی از مهم‌ترین کالاهای کشاورزی آفریقا است. طی سال‌ها، این محصول در شکل‌گیری معیشت روستاییان، درآمدهای صادراتی و اهداف صنعتی در سراسر قاره نقش داشته است. با این حال، گزارش‌ها نشان می‌دهند که این بخش در گذار بین فرصت و آسیب‌پذیری است. درحالی‌که سیستم‌های تولیدی مقاوم در غرب آفریقا با وجود بارش‌های نامنظم و نوسانات قیمت جهانی، همچنان تولید بالایی



بخش پنبه برزیل جایگاه خود را پس می گیرد

خروجی برای تولید داخلی خواهد بود و نقش قوی برزیل در تجارت بین‌المللی را پشتیبانی می‌کند.

بر اساس داده‌های شرکت ملی عرضه (CONAB)، سطح کشت پنبه در برزیل تنها ۰,۷ درصد افزایش یافته و به ۲,۱ میلیون هکتار رسیده است، در حالی که کاهش سطح کشت در مرکز-جنوب تا حدی با گسترش سطح کشت در شمال و شمال شرق این کشور جبران شده است. برداشت‌های کمتر که پیش‌بینی می‌شود ۳,۵ درصد کاهش یابد، تولید پنبه برزیل را ۲,۹ درصد نسبت به سال گذشته کاهش داده و به ۳,۹۶ میلیون تن خواهد رساند.

در سال ۲۰۲۶-۲۰۲۵، میزان پنبه موجود در داخل برزیل با افزایش ۴,۵ درصدی، رقم ۶,۷۷ میلیون تن پیش‌بینی می‌شود و صادرات نیز با حدود ۴ درصد رشد نسبت به سال قبل، به ۳,۰۶ میلیون تن افزایش خواهد یافت. همچنین مصرف داخلی برزیل در حدود ۷۳۰ هزار تن تخمین زده می‌شود، درحالی‌که موجودی پایان دوره تا دسامبر ۲۰۲۶ به ۲,۹۸ میلیون تن خواهد رسید که بیش از ۶ درصد بالاتر از سال گذشته است.



طبق گزارش مرکز مطالعات پیشرفته اقتصاد کاربردی (CEPEA)، برزیل انتظار دارد که در سال ۲۰۲۶-۲۰۲۵ (اگوست ۲۰۲۵ تا جولای ۲۰۲۶)، علی‌رغم کاهش اندک تولید نسبت به رکورد سال گذشته، جایگاه پیشرو خود را در بازار جهانی پنبه حفظ کند. صادرات همچنان مهم‌ترین

افزایش تولید پنبه چین در سال ۲۰۲۵

منطقه‌ای در بخش پنبه چین است.



بر اساس گزارش اداره ملی آمار چین، تولید پنبه این کشور در سال ۲۰۲۵ به ۶ میلیون و ۶۴۱ هزار تن رسید، که نشان‌دهنده افزایش ۷,۷ درصدی نسبت به سال قبل است. همچنین کل سطح زیر کشت پنبه در چین در مقایسه با سال ۲۰۲۴، ۵ درصد افزایش یافت، درحالی‌که میانگین برداشت از مزارع با ۲,۶ درصد افزایش سالانه، به ۲۲۲۹ کیلوگرم در هکتار رسید.

طبق گزارش رسانه‌های چینی، رشد تولید پنبه در سال ۲۰۲۵ ناشی از دو عامل افزایش سطح کشت و بهبود راندمان برداشت از مزارع بوده است. افزایش بهره‌وری در منطقه سین‌کیانگ، عامل اصلی رشد تولید پنبه در چین است. در سال گذشته، تولید پنبه در این منطقه با افزایش ۸,۴ درصدی، به ۶ میلیون و ۱۶۵ هزار تن رسید و موقعیت ممتاز سین‌کیانگ در بخش پنبه چین تثبیت گردید. در مقابل، تولید پنبه در حوضه رودخانه یانگ‌تسه ۰,۷ درصد و میزان تولید در حوضه رودخانه زرد ۱,۵ درصد کاهش یافت که نشان‌دهنده تداوم نابرابری

در آستانه فصل برداشت پنبه

کارخانه لیتترگیری کاشمر، ظرفیتی برای شرق کشور

و فعالیت کارخانه لیتترگیری کاشمر، نه تنها کشاورزان استان خراسان رضوی، بلکه بهره‌برداران بخش کشاورزی از سایر استان‌های کشور نیز از مزایای منحصر به فرد این واحد بهره‌مند خواهند شد. فرآیند لیتترگیری، گامی اساسی در آماده‌سازی بذر پنبه برای کاشت است و کیفیت بذر نهایی، تأثیر مستقیمی بر موفقیت کشاورزان در برداشت محصول دارد.

فرآیند لیتترگیری؛ گامی در ارتقای کیفیت بذر پنبه

مدیر جهاد کشاورزی شهرستان کاشمر اظهار کرد: کارخانه لیتترگیری کاشمر که به نام «کرک‌زدایی بذر پنبه» نیز شناخته می‌شود، وظیفه مهم برداشتن الیاف کوتاه (لیتر) از روی سطح بذر پنبه را بر عهده دارد. این فرآیند که پیش از ضدعفونی و بسته‌بندی بذرها انجام می‌شود، مزایای متعددی برای کشاورزان به همراه دارد. وی گفت: حذف این الیاف کوتاه که اغلب به بذر چسبیده و مانع از تماس مستقیم بذر با خاک و عوامل ضد عفونی کننده می‌شود، باعث تسهیل فرآیندهای بعدی می‌شود.

قربان‌پور در خصوص عمده‌ترین مزایای بذر پنبه دلیته شده (بدون کرک) که توسط این کارخانه تولید می‌شود، افزود: کاهش مصرف بذر، تسریع در جوانه‌زنی، سبز شدن مطلوب گیاه و تراکم مناسب و افزایش تقاضا از عمده‌ترین مزایای بذر پنبه دلیته



با آغاز فصل برداشت پنبه، چرخه فعالیت خود را آغاز می‌کند و وظیفه اصلی آن، آماده‌سازی بذر پنبه برای کشاورزان سراسر منطقه و حتی استان‌های دیگر است.

قربان‌پور افزود: هدف اصلی از این بازدید میدانی، ارزیابی دقیق روند آماده‌سازی کارخانه برای فصل پیش رو و همچنین هماهنگی‌های لازم با شرکت پخش فرآورده‌های نفتی جهت اطمینان از تأمین پایدار سوخت مورد نیاز واحد بوده است. تأمین سوخت کافی و به موقع، یکی از ارکان اساسی شروع به موقع فعالیت این کارخانه است و خوشبختانه با همکاری مسئولان شرکت پخش، تدابیر لازم در این خصوص اتخاذ شده است.

وی با تشریح دامنه فعالیت و اثرگذاری این واحد تولیدی، خاطرنشان کرد: با راه‌اندازی

با فرا رسیدن فصل برداشت طلای سفید در خراسان رضوی و سایر استان‌های شرقی کشور، تنها کارخانه لیتترگیری شرق کشور واقع در شهرستان کاشمر، خود را برای آغاز فعالیت آماده می‌کند.

مدیر جهاد کشاورزی شهرستان کاشمر، با اعلام آماده‌سازی کارخانه لیتترگیری این شهرستان، بر اهمیت راهبردی این واحد در سطح منطقه و کشور تأکید کرد و گفت: کارخانه لیتترگیری کاشمر، تنها واحد فعال در زمینه لیتترگیری و دلیته کردن بذر پنبه در شرق کشور است و این موقعیت، آن را به یکی از ظرفیت‌های تولیدی بی‌بدیل و استراتژیک شهرستان کاشمر تبدیل کرده است. کاظم قربان‌پور، در حاشیه بازدید از کارخانه لیتترگیری کاشمر در گفت‌وگو با ایسنا بیان کرد: این واحد تولیدی، سالانه

از کشور فراهم کند، موجب می‌شود که مسئولیت همه ما در قبال حفظ، نگهداری و ارتقای این مجموعه، چندین برابر شود. این کارخانه تنها یک واحد صنعتی نیست؛ بلکه یک سرمایه ملی و یک ظرفیت استراتژیک برای صنعت پنبه کشور محسوب می‌شود.

وی افزود: باید تلاش کنیم تا با رفع موانع احتمالی، توسعه فناوری‌های روز و حمایت‌های لازم، این واحد تولیدی بتواند همچنان به فعالیت خود ادامه داده و حتی ظرفیت‌های خود را گسترش دهد. اطمینان از تأمین مستمر سوخت، تسهیل دسترسی به منابع اولیه و حمایت از طرح‌های توسعه‌ای، از جمله اقداماتی است که می‌تواند به پایداری و رشد این کارخانه کمک کند.

مدیر جهاد کشاورزی شهرستان کاشمر گفت: با توجه به اهمیت این واحد تولیدی در تأمین نیاز بذر پنبه در سطح کشور و نقش آن در حمایت از کشاورزان، انتظار می‌رود، کارخانه لینترگیری کاشمر بتواند فصل پرباری را پشت سر گذاشته و همچنان به عنوان نگین صنعت پنبه در شرق کشور بدرخشد.

مورد نیاز ۱۸ استان کشور در این کارخانه تولید و تأمین می‌شود. این رقم گویای اهمیت راهبردی کاشمر در صنعت پنبه کشور و نشان از توانمندی‌ها و ظرفیت‌های بالقوه این منطقه است. تولید سالانه حدود ۱۳۰۰ تن بذر دلینته پنبه در این واحد، سهم قابل توجهی در تأمین نیاز بازار داخلی دارد و موجب شده تا کشاورزان در سراسر کشور، از جمله در استان‌های دوردست، بتوانند از بذرهای باکیفیت تولیدی این کارخانه بهره‌مند شوند.

وی ادامه داد: کارخانه لینترگیری کاشمر در سال ۱۳۷۶ احداث شده است. این واحد تولیدی که با هدف تکمیل چرخه فرآوری پنبه و ارائه بذرهای اصلاح شده و باکیفیت به کشاورزان راه‌اندازی شد، در طول بیش از دو دهه فعالیت خود، توانسته است جایگاه ویژه‌ای در صنعت پنبه کشور کسب کند. این کارخانه یکی از معدود واحدهای تولید بذر پنبه در کل کشور است که توانایی تأمین نیاز اکثر مناطق کشور را دارد.

قربان‌پور تأکید کرد: وجود چنین مجموعه‌ای که توانسته است ظرفیت تأمین بذرهای پنبه را برای بخش قابل توجهی

شده است. وی اظهار کرد: بذر دلینته شده، به دلیل تراکم و شکل مناسب‌تر، نیاز به مصرف کمتری در واحد سطح دارد. این امر به صرفه‌جویی اقتصادی برای کشاورزان کمک کرده و از هدررفت منابع جلوگیری می‌کند.

مدیر جهاد کشاورزی شهرستان کاشمر بیان کرد: با حذف الیاف اضافی، بذر پنبه قادر است رطوبت را سریع‌تر جذب کرده و فرآیند جوانه‌زنی آن تسریع یابد. این موضوع در مناطق با فصل رشد کوتاه، اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند. وی تصریح کرد: جوانه‌زنی یکنواخت و سریع، منجر به سبز شدن یکنواخت مزرعه و ایجاد تراکم مطلوب بوته‌ها می‌شود. این امر در نهایت به افزایش بهره‌وری و برداشت محصول با کیفیت‌تر یاری می‌رساند. وی گفت: به دلیل مزایای ذکر شده، تقاضا برای بذرهای دلینته شده پنبه سالانه افزایش می‌یابد و این کارخانه نقشی اساسی در پاسخگویی به این تقاضا ایفا می‌کند.

کاشمر؛ قطب تأمین بذر پنبه در شرق کشور

مدیر جهاد کشاورزی شهرستان کاشمر ادامه داد: وجود واحدهای فعال تولیدی در بخش کشاورزی، از جمله همین کارخانه لینترگیری، باعث شده است تا شهرستان کاشمر به یکی از قطب‌های مهم در تکمیل چرخه تولید پنبه در سطح کشور تبدیل شود. وی افزود: این کارخانه تنها واحدی نیست که چرخه تولید را در منطقه کامل می‌کند، بلکه بخش مهمی از زنجیره ارزش پنبه را تشکیل داده و علاوه بر ایجاد فرصت‌های شغلی مستقیم و غیرمستقیم، دغدغه‌های اساسی کشاورزان منطقه را برای فروش و فرآوری محصول پنبه کاهش داده است. قربان‌پور اظهار کرد: در حال حاضر بذر

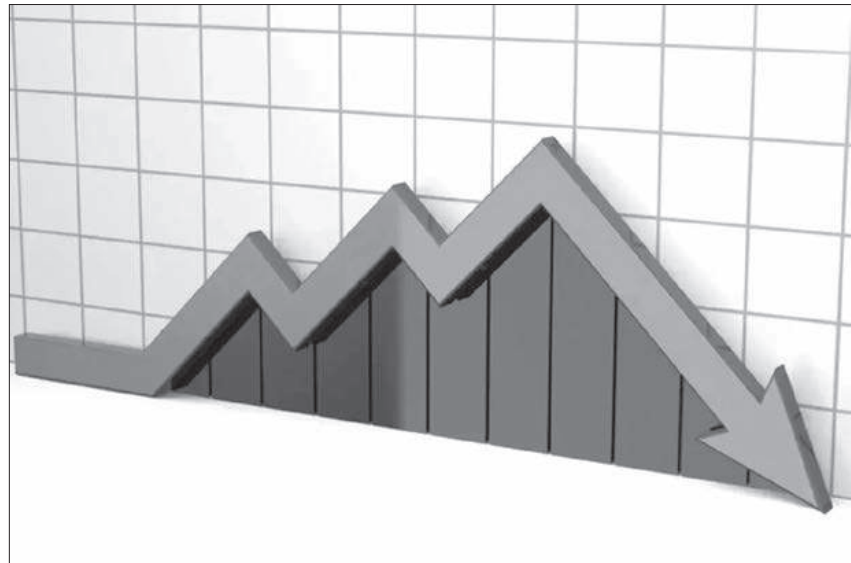


سطح تولید ناخالص داخلی در دی ماه چه تغییراتی داشت؟

بازگشت اقتصاد به رشد منفی

درباره وضعیت اقتصاد، یکی از الزامات اساسی برای تدوین سیاست‌های کارآمد به شمار می‌رود. بر همین اساس، مرکز پژوهش‌ها در سال‌های اخیر انتشار گزارش‌های کنونی را در دستور کار قرار داده تا با ارائه تصویری به‌هنگام از تحولات اقتصاد کلان، امکان تصمیم‌گیری سریع‌تر و دقیق‌تر برای سیاستگذاران فراهم شود. این گزارش‌ها در کنار آمارهای رسمی بانک مرکزی که معمولاً با تواتر فصلی منتشر می‌شوند، به‌ویژه از این جهت اهمیت دارند که روند شاخص‌های بخش حقیقی اقتصاد را در مقاطع کوتاه‌مدت‌تری رصد می‌کنند و قادرند تغییرات رشد اقتصادی و رشد ارزش افزوده فعالیت‌های عمده را برای هر ماه نشان دهند. به همین دلیل، انتشار برآورد تولید ناخالص داخلی ماهانه دی ماه ۱۴۰۴ توسط مرکز پژوهش‌ها، از اهمیت بالایی برخوردار است.

براساس داده‌های منتشر شده از سوی بانک مرکزی، در نیمه نخست سال ۱۴۰۴ میزان رشد تولید ناخالص داخلی نسبت به مدت مشابه سال قبل از آن با احتساب نفت و بدون آن، به ترتیب منفی ۰.۶ درصد و منفی ۰.۸ درصد بوده است. مرکز پژوهش‌ها نیز در تازه‌ترین محاسبات خود اعلام کرده که رشد تولید ناخالص داخلی به قیمت پایه در دی ماه ۱۴۰۴ نسبت به ماه مشابه سال قبل منفی ۰.۴ درصد و رشد اقتصادی بدون نفت منفی ۰.۶ درصد برآورد شده است. این ارقام نشان می‌دهد که با وجود برخی نشانه‌های بهبود در ماه‌های پیشین، اقتصاد همچنان با فشارهایی روبه‌رو است که مانع



درصدی تنها بخش مثبت بوده، اما صنایع و معادن با رشد صفر درصد متوقف مانده‌اند؛ بخشی که به‌ویژه از حذف ارزش ترجیحی و حذف تالار اول ارزی متاثر شد. بخش خدمات با رشد منفی ۰.۹ درصدی بیشترین افت را ثبت کرده است. کاهش فعالیت در عمده‌فروشی، هتل و رستوران، آموزش و بهداشت به‌ویژه تحت‌تاثیر اعتراضات دی‌ماه و قطعی اینترنت بوده و سهم منفی ۰.۴۸ واحد درصدی را در رشد داشته است. در سمت تقاضا، هزینه مصرف خصوصی منفی ۲.۹ درصد، هزینه دولتی منفی ۳.۸ درصد، سرمایه‌گذاری منفی ۱۲.۹ درصد و صادرات منفی ۱۲.۴ درصد کاهش یافته‌اند. با این حال، تولید ناخالص داخلی به قیمت بازار ۰.۶ درصد رشد کرده که ناشی از افت شدیدتر واردات و رشد ۱۶ درصدی خالص صادرات بوده است. دسترسی به داده‌های به‌روز و قابل اتکا

گزارش کنونی مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد اقتصاد ایران در دی‌ماه ۱۴۰۴ پس از ۵ ماه رشد مثبت، با افت مواجه شده است. طبق آمار بانک مرکزی، رشد تولید ناخالص داخلی در نیمه نخست سال ۱۴۰۴ با نفت منفی ۰.۶ درصد و بدون نفت منفی ۰.۸ درصد بوده است. مرکز پژوهش‌ها نیز اعلام کرده که رشد اقتصادی در دی‌ماه ۱۴۰۴ نسبت به ماه مشابه سال قبل از آن به منفی ۰.۴ درصد و بدون نفت به منفی ۰.۶ درصد رسیده در حالی که یک ماه پیش از آن رشد ۲.۴ درصدی ثبت شده بود. این نوسانات، شکنندگی روند بهبود پس از شوک‌های سال گذشته از جمله جنگ ۱۲ روزه را برجسته می‌کند.

به گزارش دنیای اقتصاد، در بخش‌های مختلف اقتصادی، کشاورزی رشد منفی ۲ درصدی داشته است. گروه نفت با رشد یک

دی ماه رخ داده که بر عملکرد این بخش اثر گذاشته است. نخستین شوک، حذف ارز ترجیحی کالاهای اساسی بود؛ اقدامی که فشار قیمتی قابل توجهی بر صنعت غذایی و آشامیدنی وارد کرد. افزایش بهای این کالاها موجب شد رشد نقطه به نقطه تولید و فروش در این بخش به محدوده منفی سقوط کند.

دومین شوک، حذف تالار اول ارزی (ارز ترجیحی تجاری) بود که پیامدهای گسترده‌ای برای صنایع مختلف به همراه داشت. این تغییر، صنایع شیمیایی، فلزات پایه و سایر صنایع وابسته به صادرات و واردات را تحت تاثیر قرار داد. با رشد قیمت ارز این گروه و همزمان با افزایش هزینه‌ها، انگیزه صادرات تقویت شد و در نتیجه برخی صنایع صادرات محور با افزایش تولید روبه‌رو شدند. در مقابل، صنایع واردات محور که بخش مهمی از نهاده‌ها یا تجهیزات خود را از خارج تامین می‌کنند، با فشار بیشتری مواجه شده و رشد منفی را تجربه کردند. این مجموعه تحولات نشان می‌دهد که اگرچه برخی بخش‌ها از تغییرات ارزی منتفع شده‌اند، اما نوسان سیاست‌های ارزی

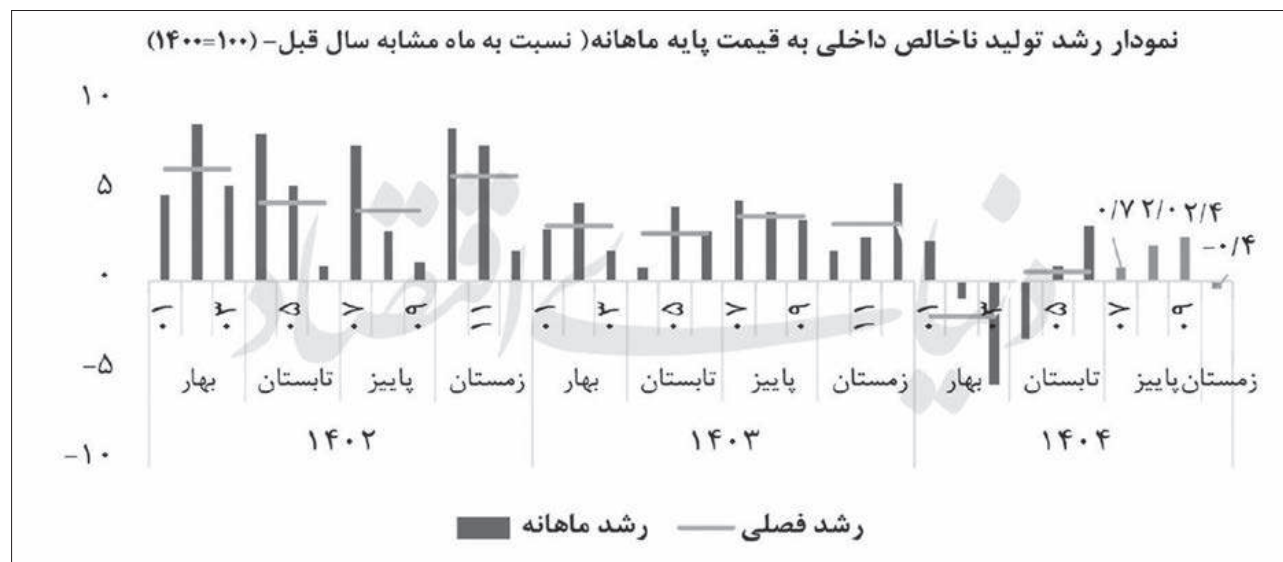
مختلف اقتصادی نشان می‌دهد که گروه کشاورزی در دی ماه با رشد منفی ۲ درصدی مواجه بوده است. طبق آمار منتشر شده از سوی جهاد کشاورزی، در این بخش، تولید محصولات زراعی با رشد ۳ درصدی بیشترین افزایش را ثبت کرده، در حالی که محصولات باغی با رشد منفی ۴ درصدی بیشترین کاهش را تجربه کرده‌اند. علاوه بر این، میزان بارش در دی ماه ۱۴۰۴ نسبت به ماه مشابه سال ماقبل ۱۴ میلی‌متر افزایش یافته که می‌تواند در بهبود شرایط آب و خاک موثر باشد، هرچند اثر آن در تولیدات کشاورزی معمولاً با یک فاصله زمانی نمایان می‌شود.

در بخش انرژی، گروه نفت توانسته رشد یک درصدی را ثبت کند. اما وضعیت گروه صنایع و معادن متفاوت بوده و رشد این گروه صفر درصد برآورد شده است. این گروه شامل بخش‌های ساختمان، صنعت، استخراج معدن و نیز تامین آب، برق و گاز طبیعی است. توقف رشد صنایع و معادن، بیش از هر چیز، تحت تاثیر افت قابل توجه بخش ساختمان قرار گرفته است. در جزئیات مربوط به بخش صنعت، دو شوک عمده در

از تثبیت روند مثبت رشد شده است. ثبت رشد منفی در دی ماه در حالی رخ داده که تنها یک ماه پیش از آن، رشد اقتصادی ۲.۴ درصد اعلام شده بود. این نوسان نشان‌دهنده شکنندگی بازبایی اقتصادی پس از رخدادهای سال گذشته است. باید یادآور شد که در بهار سال گذشته اقتصاد دچار رشد منفی شد و پس از آن نیز تابستان تنها رشدی اندک و مثبت را تجربه کرد؛ رشدی که خود در سایه پیامدهای جنگ ۱۲ روزه علیه ایران محقق شده بود و بازتابی از ناپایداری‌های گسترده آن دوره به حساب می‌آمد. با این حال، از ابتدای پاییز سال گذشته نشانه‌های بهبود تدریجی مشاهده شد. رشد اقتصادی که در مهر حدود ۰.۷ درصد بود، در آبان به ۲ درصد رسید و در نهایت در آخرین ماه پاییز با ثبت ۲.۴ درصد امیدهایی برای تداوم این روند ایجاد کرد. اما گزارش جدید نشان می‌دهد که این مسیر صعودی در دی ماه دچار وقفه شده است و تحلیل دقیق‌تر عوامل موثر بر آن می‌تواند مسیر سیاست‌گذاری ماه‌های پیش رو را تعیین کند.

رشد مثبت گروه نفت

بررسی نتایج این برآوردها در گروه‌های



و قیمتی همچنان یکی از عوامل اصلی بی‌ثباتی در بخش صنعت و معدن محسوب می‌شود.

سهم گروه خدمات

بررسی عملکرد بخش‌های مختلف اقتصاد در دی ماه نشان می‌دهد گروه خدمات با ثبت رشد منفی ۰٫۹ درصدی بیشترین افت را تجربه کرده است. در این گروه، بخش‌هایی چون عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، هتل و رستوران، آموزش و بهداشت همگی با کاهش تولید و فعالیت مواجه شده‌اند. کارشناسان بر این باورند که اعتراضات دی ماه و قطعی گسترده اینترنت در ادامه آن، نقش تعیین‌کننده‌ای در افت رشد تولید ناخالص داخلی در این ماه داشته است؛ موضوعی که مستقیماً بر کسب‌وکارهای خدمات‌محور اثر گذاشت و ظرفیت فعالیت بسیاری از بنگاه‌ها را محدود کرد.

طبق برآوردها، از رشد منفی ۰٫۴ واحد درصدی تولید ناخالص داخلی به قیمت پایه، گروه کشاورزی سهمی برابر با منفی ۰٫۰۲ واحد درصد و گروه صنایع و معادن سهمی معادل منفی ۰٫۰۱ واحد درصد داشته‌اند. با این حال، اصلی‌ترین عامل کاهش رشد، گروه خدمات بوده که سهمی در حدود منفی

۰٫۴۸ واحد درصد را به خود اختصاص داده است. در میان گروه‌های اقتصادی، تنها گروه نفت عملکردی مثبت داشته و با سهم ۰٫۰۸ واحد درصدی بیشترین اثر افزایشی را بر رشد دی‌ماه به‌جا گذاشته است؛ موضوعی که تا حدی از شدت افت سایر بخش‌ها کاسته است.

افت ۱۳ درصدی تشکیل سرمایه ثابت

در بخش دیگری از گزارش، اجزای هزینه نهایی مورد بررسی قرار گرفته تا تصویر دقیق‌تری از رفتار تقاضای کل در اقتصاد ارائه شود. مطابق این ارزیابی، در دی ماه و در مقایسه با ماه مشابه سال ماقبل، شاخص‌های عمده هزینه‌ای همگی کاهش یافته‌اند. هزینه مصرف نهایی بخش خصوصی که ارتباط نزدیکی با میزان تراکنش‌های پرداخت الکترونیک دارد، تحت‌تأثیر افت ارزش تراکنش‌های شاپرک با رشد منفی ۲٫۹ درصدی مواجه شده است. از سوی دیگر، هزینه مصرف نهایی بخش دولتی نیز به دلیل کاهش محسوس در رشد عملکرد اعتبارات هزینه‌ای با رشد منفی ۳٫۸ درصدی ثبت شده است؛ موضوعی که نشان‌دهنده محدودیت‌های مالی دولت در

ماه مورد بررسی است. یکی از بخش‌هایی که افت شدیدتری را تجربه کرده، تشکیل سرمایه ثابت ناخالص است. این متغیر که شاخص مهمی برای سنجش روند سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود، تحت‌تأثیر کاهش شاخص فروش کالاهای سرمایه‌ای و افت شاخص خالص واردات کالاهای سرمایه‌ای، با رشد منفی ۱۲٫۹ درصدی روبه‌رو شده است. ادامه این روند می‌تواند در ماه‌های آینده بر ظرفیت تولیدی اقتصاد اثر منفی بگذارد. علاوه بر این، صادرات کالا و خدمات نیز عملکرد ضعیفی داشته و با رشد منفی ۱۲٫۴ درصدی کاهش قابل‌توجهی را ثبت کرده است. با وجود این افت‌ها، تولید ناخالص داخلی به قیمت بازار در دی ماه رشد ۰٫۶ درصدی را نشان می‌دهد. علت اصلی مثبت شدن این شاخص، نه افزایش تولید، بلکه افت شدیدتر واردات نسبت به صادرات بوده است. همین کاهش چشم‌گیر واردات باعث شده خالص صادرات با رشد مثبت ۱۶ درصدی همراه شود و در نهایت اثر افزایشی بر تولید ناخالص داخلی به قیمت بازار بگذارد. این روند بیانگر آن است که تغییرات در تراز تجاری نقش کلیدی در جبران ضعف سایر اجزای تقاضا در دی ماه داشته است.

رشد تولید ناخالص داخلی به تفکیک اجزای هزینه نهایی (سال پایه: ۱۴۰۰)

دی ۱۴۰۴	پاییز ۱۴۰۴	آذر ۱۴۰۴	آبان ۱۴۰۴	مهر ۱۴۰۴	۶ ماه نخست ۱۴۰۴	سال ۱۴۰۳	اجزای هزینه نهایی
-۲/۹	۱	۲/۱	-۵/۸	۱/۷	۱/۴	۳/۵	هزینه مصرف نهایی بخش خصوصی
-۳/۸	۲/۸	۱/۵	۳/۵	۳/۷	۱/۱	۳/۸	هزینه مصرف نهایی بخش دولتی
-۱۲/۹	-۱۳/۶	-۱۴/۷	-۸	-۱۷/۳	-۱۱/۱	۳/۸	تشکیل سرمایه ثابت ناخالص
-۲/۷	-۱/۹	۱/۹	-۳/۸	-۴/۲	۵/۷	۶	صادرات کالا و خدمات
-۱۲/۴	-۱۱/۸	-۱۹/۳	۳/۱	-۱۶/۵	-۱۳/۴	۲/۷	واردات کالا و خدمات
۵/۶	۱/۵	۲/۹	۱/۴	۵/۴	-۵/۷	۳/۷	تولید ناخالص داخلی به قیمت بازار

نسخه بقا و تاب‌آوری بنگاه‌ها و کسب‌وکارها در شرایط جنگی



جنگ و بحران‌های اقتصادی، قواعد بازی را برای بنگاه‌ها به سرعت تغییر می‌دهد و بقای کسب‌وکارها را با تهدید جدی مواجه می‌کند. در چنین شرایطی، شرکت‌هایی موفق‌ترند که با تمرکز بر مدیریت مالی، تنوع‌بخشی به تأمین و بازار و تقویت نوآوری، خود را با واقعیت‌های جدید تطبیق داده و از دل تهدیدها، فرصت بسازند.

به گزارش اکوایران، تاب‌آوری بنگاه‌های اقتصادی در شرایط جنگی و بحران‌های شدید اقتصادی، به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مدیران و سیاست‌گذاران تبدیل شده است. این شرایط معمولاً با اختلال در زنجیره تأمین، تغییر رفتار مصرف‌کنندگان و افزایش ناطمینانی در بازارها همراه است؛ مسائلی که می‌توانند بقای کسب‌وکارها

را با تهدید جدی مواجه کنند. با این حال، تجربه نشان می‌دهد بنگاه‌هایی که از قبل برای مواجهه با بحران برنامه‌ریزی کرده‌اند، شانس بیشتری برای عبور از این دوره‌های دشوار دارند.

نخستین گام در این مسیر، مدیریت دقیق منابع مالی و نقدینگی است. در شرایط بحرانی، تدوین بودجه‌ای منعطف و مبتنی بر سناریوهای مختلف اقتصادی اهمیت ویژه‌ای دارد. بنگاه‌ها باید بتوانند وضعیت‌های خوش‌بینانه، بدبینانه و محتمل را پیش‌بینی کرده و متناسب با هر کدام، برنامه عملیاتی داشته باشند. حفظ حداقل نقدینگی برای پوشش هزینه‌های ضروری و حذف هزینه‌های غیرضروری، از جمله اقداماتی است که می‌تواند به پایداری مالی کمک کند.

در گام بعدی، تنوع‌بخشی به تأمین‌کنندگان و بازارها اهمیت پیدا می‌کند. وابستگی به یک یا چند منبع محدود، در شرایط بحران می‌تواند به سرعت به یک نقطه ضعف تبدیل شود. شناسایی تأمین‌کنندگان جایگزین، به‌ویژه در سطح محلی یا منطقه‌ای، علاوه بر کاهش ریسک، می‌تواند هزینه‌های لجستیک را نیز کاهش دهد. از سوی دیگر، تحلیل رفتار مصرف‌کنندگان و شناسایی نیازهای جدید بازار، فرصت‌هایی را برای ورود به حوزه‌های تازه فراهم می‌کند.

نوآوری در محصولات و خدمات هم نقش کلیدی در افزایش تاب‌آوری دارد. در دوران بحران، الگوهای مصرف تغییر می‌کنند و بنگاه‌ها باید بتوانند

به سرعت خود را با این تغییرات تطبیق دهند. انعطاف‌پذیری در خطوط تولید و توسعه محصولات جدید، به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که سهم بازار خود را حفظ کرده یا حتی افزایش دهند.

منابع انسانی نیز یکی از ارکان اصلی تاب‌آوری سازمانی است. آموزش مهارت‌های مرتبط با مدیریت بحران، افزایش توانمندی کارکنان و ایجاد فضای کاری حمایتی، می‌تواند به حفظ انگیزه و بهره‌وری نیروی کار کمک کند. در شرایطی که فشارهای روانی افزایش می‌یابد، توجه به سلامت روان کارکنان اهمیت دوچندان پیدا می‌کند.

در کنار این موارد، استفاده از ابزارهای بازاریابی دیجیتال و پلتفرم‌های آنلاین، به‌ویژه در صورت دسترسی به اینترنت، می‌تواند به جذب مشتریان جدید و حفظ ارتباط با بازار کمک کند. تحلیل مستمر داده‌های مشتریان و تمرکز بر ترجیحات آنان، از جمله عوامل موفقیت در این حوزه است.

در نهایت، توسعه شبکه‌های ارتباطی و تعامل مؤثر با نهادهای دولتی و خصوصی، یکی از راهبردهای مهم برای عبور از بحران محسوب می‌شود. بسیاری از دولت‌ها در شرایط بحرانی، بسته‌های حمایتی و تسهیلاتی را برای بنگاه‌ها در نظر می‌گیرند که بهره‌مندی از آن‌ها نیازمند ارتباط‌گیری فعال و هدفمند است.

در مجموع، تاب‌آوری بنگاه‌ها در شرایط جنگی، نیازمند ترکیبی از برنامه‌ریزی دقیق، انعطاف‌پذیری، نوآوری و تقویت سرمایه انسانی است؛ رویکردی که می‌تواند نه تنها به بقا، بلکه به خلق فرصت‌های جدید در دل بحران منجر شود.

موج بیکاری و مهاجرت با ادامه قطع اینترنت

چشم‌انداز تیره و تار کسب‌وکارهای آنلاین

پلتفرمی را لانچ کرده و می‌خواهند آن را به بازار برسانند، اما اساساً فرایند توسعه نرم‌افزار آن‌ها به مشکل خورده است.

این فعال اقتصاد دیجیتال چالش دوم را دسترسی به برخی زیرساخت‌های بین‌المللی دانست و گفت: برخی از این کسب‌وکارها نیاز به سرورهای خارج از ایران داشتند که با وجود سرورهای موجود در ایران، سرورهای خارجی سرعت و پاسخگویی بسیار بهتری دارند و این محدودیت‌ها باعث شده است که این زیرساخت‌ها از دسترس خارج شوند.

او در ادامه افزود: از همه مهم‌تر، موضوع چشم‌انداز فروش این شرکت‌ها است؛ چرا که بسیاری از کسب‌وکارهای آنلاین پس از عبور از مرحله توسعه و تأمین زیرساخت باید درآمدزایی کنند و این درآمدزایی نیازمند آن است که مشتریان آن‌ها نیز به اینترنت دسترسی داشته باشند تا بتوانند محصول را خریداری کنند. در شرایط موجود، چشم‌انداز فروش آن‌ها نیز به شدت مبهم است و این ابهام از این جهت وضعیت بدی را رقم زده که انتهای آن نیز نامشخص است.

جریان درآمدی و فروش اگر قطع نشده باشد، بسیار پایین است

ملک‌الساداتی در ادامه اظهار داشت: به بیان بهتر، یک کسب‌وکار اینترنتی دقیقاً نمی‌داند که باید تا چند ماه دیگر این وضعیت را تحمل کند و از چه زمانی می‌تواند چشم‌اندازی برای بازگشت به وضعیت قبلی داشته باشد تا بتواند مدیریت



استارت‌آپ و اقتصاد دیجیتال، در گفت‌وگو با «اقتصادنیوز» به تشریح وضعیت بحرانی کسب‌وکارهای آنلاین در پی اختلالات اینترنتی پرداخت.

ابهام در چشم‌انداز توسعه کسب‌وکارهای آنلاین

ملک‌الساداتی در پاسخ به پرسشی درباره ارزیابی وضعیت کلی و چشم‌انداز کسب‌وکارهای آنلاین در شرایط تداوم قطع اینترنت بین‌الملل اظهار داشت: در وضعیت فعلی، چشم‌انداز توسعه کسب‌وکارهای آنلاین و به‌ویژه آن‌هایی که در زمینه توسعه نیاز به اینترنت دارند، به شدت مبهم است. جدا از پاسخ به این سؤال، از آنجایی که خود نیز مجموعه‌ای در این حوزه دارم، این ابهام را کاملاً لمس می‌کنم. او گفت: تقریباً از دی ماه، دسترسی به اینترنت آزاد و فعالیت این کسب‌وکارها با مشکل مواجه شده است. برخی از این کسب‌وکارها در مرحله تکمیل زیرساخت‌های خود هستند؛ برای مثال

در حالی که اختلالات گسترده و قطع دسترسی به اینترنت بین‌الملل در پی حمله آمریکا و اسرائیل علیه ایران طی هفته‌های اخیر به یکی از چالش‌های جدی فضای کسب‌وکار در ایران تبدیل شده، فعالان حوزه اقتصاد دیجیتال نسبت به پیامدهای تداوم این وضعیت هشدار می‌دهند. محدودیت‌هایی که نه تنها روند توسعه فنی پلتفرم‌ها را با اختلال مواجه کرده، بلکه چشم‌انداز فروش، جریان درآمدی و حتی بقای بسیاری از استارت‌آپ‌ها را در هاله‌ای از ابهام قرار داده است.

در چنین شرایطی، نگرانی‌ها درباره تشدید بحران نقدینگی، افزایش تعدیل نیرو و شکل‌گیری موج تازه‌ای از مهاجرت نیروی انسانی متخصص بیش از گذشته پررنگ شده؛ مسائلی که به اعتقاد کارشناسان، نیازمند بازنگری فوری در سیاست‌های تنظیم‌گری و اتخاذ تصمیمات سریع برای حفظ پایداری اقتصاد دیجیتال کشور است. در همین زمینه، سعید ملک‌الساداتی، استاد اقتصاد دانشگاه فردوسی مشهد و فعال حوزه

بسیار زمان بر خواهد شد.

هشدار نسبت به موج مهاجرت متخصصان

ملک‌الساداتی در خصوص سناریوهای محتمل برای آینده اشتغال و کسب‌وکارها در این حوزه طی دو یا سه سال آینده اظهار داشت: حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) حوزه‌ای است که به‌طور کلی سرشت و ماهیت آن بین‌المللی بودن است. اگر دسترسی‌ها همچنان محدود بماند، متأسفانه جامعه با مهاجرت این گروه از نیروی انسانی متخصص مواجه خواهد شد؛ زیرا این شرایط در کوتاه‌مدت برای آن‌ها قابل تحمل است، اما در بلندمدت نمی‌توانند این وضعیت را تحمل کنند. او افزود: اگر کسب‌وکارهایی از این دست با رکود مواجه شوند، این نیروی انسانی به‌تدریج مهاجرت خواهد کرد.

سیاست‌گذار باید در بحران بلافاصله خود را با شرایط تطبیق دهد

ملک‌الساداتی در پایان خاطرنشان کرد: هنر سیاست‌گذار باید این باشد که با توجه به بحران‌های پیش‌آمده، بلافاصله خود را با شرایط تطبیق دهد. نقش سیاست‌گذار -در جایگاه دولت یا به‌طور کلی حکومت- این است که بستر مناسب را برای فعالیتهای اقتصادی فراهم کند که بخشی از آن امنیت و بخش دیگر سایر زیرساخت‌ها است. او گفت: سیاست‌گذار باید بتواند خود را با شرایط انطباق دهد و خط قرمز او باید این باشد که حتی یک شغل از بین نرود. تک‌تک این مشاغل با معیشت خانوارها و به تبع آن با رفاه جامعه در ارتباط است و دولت باید تلاش کند سیاست‌هایش را بلافاصله تطبیق دهد تا بتواند جریان فعالیتهای اقتصادی را پایدار نگه دارد.

کوتاه‌مدت به دلیل گرفتاری‌های موجود در حوزه تولید فیزیکی به چشم نیاید، اما بیکاری گسترده‌ای را برای فریلنسرها و شرکت‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) به وجود خواهد آورد.

حتی با وصل شدن اینترنت نیز در کوتاه‌مدت مشتریان بر نمی‌گردند

ملک‌الساداتی در خصوص عملکرد سیاست‌گذار در مدیریت اینترنت و مهم‌ترین مطالبه فعالان این حوزه گفت: نکته بسیار مهم اتفاقاتی است که در حال رخ دادن است؛ برای مثال مطلع شده‌ام که دولت سعی کرده از طریق مدیریت و گفت‌وگو با شرکت‌ها در قالب پارک‌های علم و فناوری، اینترنت را برای برخی شرکت‌ها باز کند، اما این اقدام خیلی دیر شروع شده و هنوز هم گسترده نیست. او گفت: ملاحظات سیاست‌گذار در حوزه حکمرانی فضای مجازی قابل قبول است، اما سیاست‌گذار باید با توجه به شرایط موجود، سیاست‌های خود را خیلی سریع تعدیل کند.

او ادامه داد: دولت باید اینترنت شرکت‌هایی را که دارای هویت مشخص هستند برقرار کند و حتی دسترسی عمومی مردم به این پلتفرم‌ها یا محصولات را فراهم سازد. دولت می‌تواند دسترسی‌ها را طبقه‌بندی کند، اما نه به معنای طبقه‌بندی افراد، بلکه طبقه‌بندی سرویس‌ها مدنظر است تا جریان درآمدی، مشتریان و فروش این پلتفرم‌ها آسیب نبیند. او افزود: گاهی وقتی فروش قطع می‌شود، حتی با وصل شدن اینترنت در کوتاه‌مدت نیز آن مشتریان بازگشت نخواهند داشت؛ چرا که به‌تدریج از سبد مشتریان این پلتفرم‌ها کاسته می‌شود و بازگشت به نقطه قبلی

مالی انجام دهد. هزینه نیروی انسانی باید به‌طور پیوسته پرداخت شود، مستقل از اینکه اینترنت وصل باشد یا نباشد. جریان درآمدی و فروش اگر قطع نشده باشد، بسیار پایین است و این موضوع باعث می‌شود که این کسب‌وکارها به‌تدریج با کسری مواجه شوند. او گفت: از آنجایی که عموم این کسب‌وکارها کاربرمحور هستند، این کسری برای آن‌ها قابل تحمل نیست؛ زیرا نمی‌توان نیروی انسانی را در بلندمدت و بدون چشم‌انداز فروش نگه داشت. وی افزود: در صورت تداوم این وضعیت، با مشکلی جدی مواجه خواهیم بود و بخش زیادی از نیروهای جوان کشور که در حوزه‌های مرتبط با نرم‌افزار و غیره فعالیت می‌کنند دچار مشکل شده و ممکن است شاهد بیکاری گسترده آن‌ها باشیم که متأسفانه این شرایط وضعیت بسیار بدی را در بازار کار رقم خواهد زد.

ناکارآمدی جایگزین‌های داخلی در برخی حوزه‌ها

این استاد دانشگاه در پاسخ به سؤالی درباره میزان آسیب‌پذیری کسب‌وکارها به دلیل وابستگی به پلتفرم‌های خارجی و کارایی جایگزین‌های داخلی گفت: پلتفرم‌هایی که به زیرساخت‌های بین‌المللی وابسته‌اند، مرتباً آسیب می‌بینند. آن دسته از خدماتی که قابلیت جایگزینی دارند، مانند حوزه تأمین سرور، با کیفیت پایین‌تر در دسترس هستند، اما گاهی این پلتفرم‌ها نیازمند ارتباط مستمر با اینترنت جهانی یا پلتفرم‌های خارجی هستند تا بتوانند فعالیت خود را پیش ببرند و سرویس‌دهی کنند که در شرایط فعلی، سرویس‌دهی آن‌ها کلاً متوقف شده است و این یک چالش بزرگ محسوب می‌شود. او افزود: نکته بسیار مهم این است که این وضعیت شاید در

مدیران جان سخت

چگونه کسب و کارها در روزگار عدم قطعیت همزمان به بقا با موفقیت فکر می کنند؟

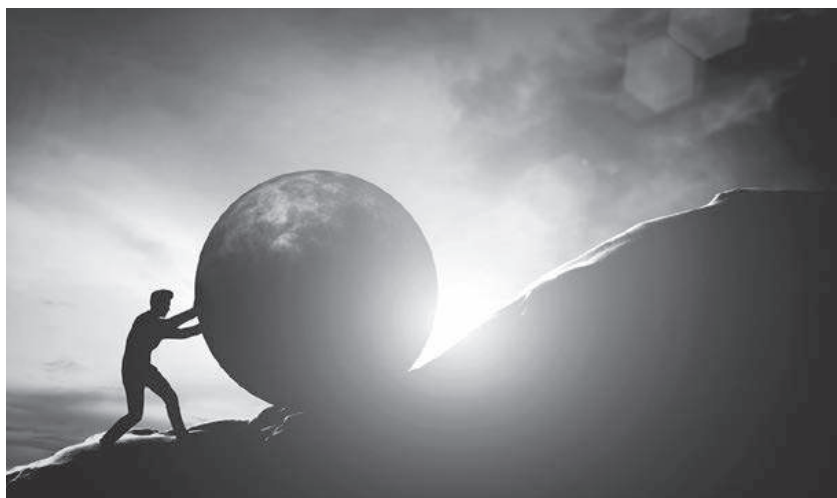
میان اختلالات مداوم را می طلبد. محیط VUCA که با نوسانات (Volatility)، عدم قطعیت (Uncertainty)، پیچیدگی (Complexity) و ابهام (Ambiguity) مشخص می شود، به وضعیت عادی جدیدی برای کسب و کارها در سراسر جهان تبدیل شده است.

اصطلاح VUCA در سال ۱۹۸۷ توسط دانشگاه جنگ ارتش آمریکا ابداع شد تا شرایط تغییرکرده پس از جنگ سرد را توصیف کند. جهان دیگر با ساختارهای قدرت واضح و پایدار تعریف نمی شد، بلکه با تحولات پویا و اغلب آشفته همراه بود. این اصطلاح به سرعت در دنیای کسبوکار مورد استقبال قرار گرفت، زیرا شرکتها با چالشهای مشابهی روبه رو بودند. با افزایش جهانی سازی، پیشرفت های فناوری و تغییرات ژئوپلیتیک، VUCA به مفهومی کلیدی برای درک و مدیریت پیچیدگی و عدم قطعیت در بازارها و محیط های تجاری مدرن تبدیل شد. این که چرا کسب و کارهای امروز، نه تنها محدود به ایران بلکه در تمامی دنیا، با شرایط VUCA مواجه هستند به چهار دسته عوامل مختلف برمی گردد:

* تحولات ناشی از فناوری (Technological Disruptions) مثل سرعت اعجاب برانگیز پیشرفت هوش مصنوعی و تغییرات عمیق ناشی از آن در فرآیندها و محصولات، اتوماسیون و حملات سایبری؛

* بی ثباتی های ژئوپلیتیک (Geopolitical Instabilities) نظیر جنگ های تعرفه ای و درگیری های نظامی و تغییرات شدید در معاهدات و توافقات منطقه ای ناشی از این تعارضات؛

* نوسانات اقتصادی (Economic Fluctuations) مثل



این روزها کمتر مدیری را در میان مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط ایرانی می توان پیدا کرد که معتقد نباشد که خیلی جان سخت است و در خلال سال های گذشته بارها و بارها در خلوت خودش یا در مواجهه با دوستان و همکارانش اذعان نکرده باشد که چقدر شرایط اداره بنگاه اقتصادی اش پیچیده و مبهم و پرتلاطم است.

ده سال اخیر را که مرور می کنی می بینی واقعا چنین بوده و هست؛ پاندمی کرونا، تحریم، نوسانات شدید قیمت ها از جمله قیمت ارز، تغییرات زیاد و سریع قوانین و مقررات و محدودیت ها از سوی دولت و سازمان های حاکمیتی، التهابات اجتماعی پرتنش مثل وقایع آبان ۹۸ یا پس از کشته شدن مهسا امینی، فیلترینگ، سقوط هلیکوپتر رئیس جمهور سابق و تغییر دولت و این اواخر تهاجم اسرائیل به ایران؛ همه و همه اینها صرفا در کمتر از ده سال رخ داده اند. شاید هر کدام شان برای زمین زدن یک کسب و کار کوچک به تنهایی کافی باشد ولی با سرعت یکی پس از دیگری رخ داده اند و احتمالا اگر مدیری فکر کند که این آخرین تلاطم است و وضعیت از این بغرنج تر نمی شود ساده انگاری کرده است.

در چشم انداز کسب و کار امروزی که به سرعت در حال تحول است، بنگاه های کوچک و متوسط (SMEs) با چالش های بی سابقه ای روبه رو هستند که نه تنها بقا، بلکه موفقیت در

نوسانات شدید نرخ‌های ارز جهانی نسبت به یکدیگر و اختلالات در زنجیره‌های تامین جهانی ناشی از پاندمی‌ها یا سایر عوامل؛

* تغییرات زیست‌محیطی و اجتماعی (Social and Environmental Changes) مثل بحران‌های اقلیمی و زیست‌محیطی، تغییر نسل نیروی کار و تغییر ذائقه و ترجیحات مصرف‌کنندگان؛

تأثیر VUCA بر SMEها عمیق است. نوسانات به سرعت و شدت تغییرات اشاره دارد، مانند جهش ناگهانی قیمت مواد اولیه به دلیل رویدادهای جهانی یا تغییرات سریع در ترجیحات مصرف‌کنندگان ناشی از روندهای شبکه‌های اجتماعی. عدم قطعیت از رویدادهای غیرقابل پیش‌بینی مانند تنش‌های ژئوپلیتیکی یا بیماری‌های همه‌گیر ناشی می‌شود که پیش‌بینی را دشوار می‌کند. پیچیدگی از شبکه‌ای از وابستگی‌های متقابل در سیستم‌های جهانی ناشی می‌شود، جایی که اختلال در یک حوزه - مثلاً یک تأمین‌کننده در آسیا - به کل زنجیره ارزش سرریز می‌کند. ابهام زمانی رخ می‌دهد که روابط علت و معلولی نامشخص باشند، جایی که مدل‌های کسب‌وکار سنتی نمی‌توانند راهنمایی روشنی ارائه دهند. برای SMEها که اغلب فاقد منابع مالی و مدیریتی شرکت‌های بزرگ هستند، این عناصر می‌توانند تهدیدی برای بقا باشند؛ مطالعات نشان می‌دهد که SMEها به‌ویژه آسیب‌پذیر هستند و بسیاری به دلیل نبود بافر در برابر شوک‌ها با مشکلات پایداری مواجه می‌شوند.

این روزها تاب‌آوری و سازگاری دیگر اختیاری نیستند؛ آن‌ها برای بقای کسب‌وکار ضروری‌اند. تاب‌آوری بیش از پیش اهمیت دارد زیرا به SMEها امکان می‌دهد نه تنها در برابر بحران‌ها مقاومت کنند، بلکه قوی‌تر ظاهر شوند و چالش‌ها را به فرصت‌هایی برای رشد تبدیل کنند. در دنیای SME، VUCAهای تاب‌آور می‌توانند به سرعت تغییر جهت دهند، خود را با شرایط جدید منطبق‌تر کنند، عملیات خود را در طول اختلالات حفظ کنند و از روندهای نوظهور بهره‌برداری کنند. به عنوان مثال، در طول همه‌گیری کووید-۱۹، برخی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تاب‌آور با تغییر به کانال‌های فروش دیجیتال، مشاغل و درآمد خود را حفظ کردند. بدون تاب‌آوری، کسب‌وکارها در معرض خطر منسوخ شدن قرار دارند. داده‌ها نشان می‌دهد که شرکت‌های غیرتاب‌آور در محیط‌های متلاطم احتمال شکست بیشتری دارند.

هدف اصلی این جعبه ابزار، ارائه استراتژی‌ها، ابزارها و چارچوب‌های عملی به مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ایرانی اعم از تولیدی، بازرگانی یا خدماتی است که برای ایجاد تاب‌آوری بیشتر در بنگاه خود انگیزه دارند. این ابزار به دنبال شفاف‌سازی VUCA، تشریح ارکان کلیدی تاب‌آوری و ارائه گام‌های عملی برای پیاده‌سازی است. با این حال، این جعبه ابزار محدودیت‌هایی دارد: راه‌حلی یکسان برای همه نیست و باید با توجه به صنعت و زمینه خاص شما سفارشی شود. این ابزار جایگزین مشاوره حرفه‌ای از مشاوران یا کارشناسان حقوقی نمی‌شود. احتمالاً اگر شما یک مدیر کلیدی در یک بنگاه بزرگ هستید هم این جعبه ابزار خیلی برای شما کارایی نداشته باشد، زیرا اکثر بنگاه‌های بزرگ و توانمند غیررانتی از توان و دانش مدیریتی کافی و متنوع برخوردار هستند یا به بهترین و متناسب‌ترین مشاوران حرفه‌ای دسترسی دارند.

برای استفاده مؤثرتر از این جعبه ابزار، علاوه بر آن که مفاهیم اصلی و کلیدی به تفصیل توضیح داده شده‌اند و با مثال‌های مختلف تشریح شده‌اند، در پیوست‌ها نیز ابزارها و چارچوب‌هایی برای ارزیابی وضعیتتان در حوزه‌های مختلف ارائه شده است تا بتوانید مهم‌ترین بخش‌هایی را که بیشترین آسیب‌پذیری مجموعه شما در آن بخش است شناسایی کنید و با اولویت از آن بخش شروع کنید. یا این که برای توانمندسازی کارکنان کلیدی‌تان برای تاب‌آورتر شدن، آموزش‌ها و منابع مختلفی گردآوری شده است. همچنین برای آن که بتوانید از ابزارهای مدرن هوش مصنوعی برای یافتن برخی راهنمایی‌های اولیه و پاسخ‌هایی برای شروع فکر کردن و اقدام اصلاحی استفاده کنید، پرامپت‌هایی کاربردی گنجانده شده است. از این رو که بتوانید به بهترین مشاوران مورد تأیید اتاق تهران دسترسی داشته باشید، فهرستی از آن‌ها بسته به موضوع تخصصی‌شان در اختیار شما قرار گرفته است.

عصر عدم قطعیت و پیچیدگی

درک VUCA و پیامدهای آن برای بنگاه‌های کوچک و متوسط برای ایجاد تاب‌آوری، بنگاه‌های کوچک و متوسط ابتدا باید اجزای VUCA و پیامدهای خاص آن را درک کنند. VUCA محیط‌هایی را توصیف می‌کند که تغییر در آن‌ها مداوم و غیرقابل پیش‌بینی است.

نوسانات به تغییرات سریع و قابل توجه در یک عامل، مانند قیمت‌ها، تقاضا یا عرضه، اشاره دارد که شدت و سرعت این تغییرات بالاست، اما ممکن است الگوهای آن تا حدی قابل رصد

یا پیش‌بینی باشد. به عنوان مثال یک کسب‌وکار کوچک تولیدی ممکن است با جهش ناگهانی قیمت مواد اولیه (مثل فولاد به دلیل تغییرات بازار جهانی) مواجه شود که در یک ماه ۳۰ درصد افزایش و ماه بعد ۲۰ درصد کاهش یابد. این نوسانات هزینه‌ها را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد، اما با تحلیل بازار می‌توان آن را تا حدی پیش‌بینی کرد. ویژگی کلیدی این دسته از عوامل این است که سرعت و شدت تغییرات بالاست، اما الگوها ممکن است تا حدی قابل‌شناسایی باشند.

عدم قطعیت به موقعیت‌هایی اشاره دارد که اطلاعات کافی برای پیش‌بینی نتایج آینده وجود ندارد و برنامه‌ریزی را دشوار می‌کند. به عنوان نمونه تغییرات ناگهانی در قوانین دولتی، مانند ممنوعیت ناگهانی صادرات یک کالا (مثل محصولات کشاورزی)، باعث می‌شود کسب‌وکارهای کوچک نتوانند پیش‌بینی کنند که بازار صادراتی‌شان چه زمانی باز می‌شود یا چه تأثیری بر درآمدشان خواهد داشت یا این‌که تغییر در قواعد تخصیص ارز، آن‌ها را با عدم قطعیت در خصوص زمان تأمین ارز مورد نیاز برای خرید مواد اولیه‌شان مواجه می‌کند. ویژگی کلیدی این دسته عوامل آن است که فقدان اطلاعات یا پیش‌بینی‌پذیری وجود دارد و تصمیم‌گیری را غیرممکن یا پرریسک می‌کند.

پیچیدگی به معنای وجود سیستم‌ها یا فرآیندهای به‌هم‌پیوسته با ذی‌نفعان متعدد است که مدیریت آن‌ها به دلیل ارتباطات و وابستگی‌های زیاد، چالش‌برانگیز است. مثلاً یک کسب‌وکار در زنجیره تأمین جهانی ممکن است با تأمین‌کنندگانی در چند کشور، قوانین گمرکی متفاوت و لجستیک پیچیده سروکار داشته باشد. اگر یک تأمین‌کننده در آسیا با مشکل مواجه شود، کل زنجیره تولید SME تحت‌تأثیر قرار می‌گیرد و هماهنگی آن پیچیده است. این‌جا تعدد عوامل و ارتباطات متقابل که هماهنگی و مدیریت را سخت می‌کند ویژگی بنیادین شرایط پیچیده است.

ابهام هم به موقعیت‌هایی اشاره دارد که روابط علت‌ومعلولی نامشخص هستند و تفسیر یا تصمیم‌گیری واضح برای آن‌ها دشوار است. یک SME خرده‌فروشی ممکن است شاهد کاهش فروش باشد، اما مشخص نباشد که آیا این کاهش به دلیل رقابت جدید، تغییر ترجیحات مشتریان ناشی از شبکه‌های اجتماعی یا مشکلات داخلی (مثل کیفیت محصول) است. این عدم وضوح تصمیم‌گیری را سخت می‌کند. نبود وضوح در تفسیر اطلاعات یا روابط علت‌ومعلولی نامشخص، ویژگی کلیدی شرایط ابهام است. در سطح جهانی، همه‌گیری کووید-۱۹ نمونه‌ای برجسته

از VUCA بود. نوسانات در زنجیره‌های تأمین (مانند کمبود نیمه‌هادی‌ها و لوازم و تجهیزات پزشکی و دارو)، عدم قطعیت در مقررات بهداشتی و پیشگیری، پیچیدگی در اختلالات تجارت جهانی و پیچیدگی تحلیل روحیه و کارآیی کارکنان، و ابهام در زمان‌بندی بهبود و برگشت به شرایط عادی، همگی در این شرایط خودش را نشان داد و ما با یکی از پرتلاطم‌ترین دوران کسب‌وکار در سطح جهانی روبه‌رو بودیم. در شرایطی که برخی از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در بخش خرده‌فروشی با بسته شدن فروشگاه‌ها مواجه شدند و به سمت تجارت الکترونیک حرکت کردند، بسیاری دیگر به دلیل عدم آمادگی دیجیتال شکست خوردند. مثال دیگر، جنگ اوکراین در سال ۲۰۲۲ بود که باعث نوسانات قیمت انرژی و افزایش ریسک‌های ژئوپلیتیک در سطح اروپا و جهان شد و کسب‌وکارهای تولیدی در سراسر جهان را تحت‌تأثیر قرار داد. بسیاری از SMEها در اروپا که به گاز طبیعی روسیه وابسته بودند، با قطع یا نوسان شدید قیمت انرژی مواجه شدند. مثلاً یک کارگاه کوچک تولید سرامیک در آلمان به دلیل افزایش ۳۰۰ درصدی قیمت گاز مجبور به کاهش تولید یا افزایش قیمت شد. شرکت‌های ایرانی که با اوکراین و روسیه مبادله داشتند، با سقوط ارزش روبل و گریونا (واحد پول اوکراین) متحمل ضرر شدند. یک شرکت صادرات غلات در مصر که ۸۰ درصد گندم خود را از اوکراین و روسیه وارد می‌کرد، ناگهان با توقف قراردادهای مواجه شد. مدیران نمی‌دانستند آیا جنگ به‌زودی پایان می‌یابد یا باید منابع جدیدی در برزیل یا آرژانتین پیدا کنند. فعالان در صنعت حمل‌ونقل (مثلاً رانندگان کامیون لهستانی که به اوکراین سفر می‌کردند) با قوانین متغیر مرزی و خطرات امنیتی روبه‌رو بودند. تولیدکننده کوچک ترانسفورماتورهای الکتریکی در آلمان که به سیم‌های مسی روسیه متکی بود، نه تنها با مشکل تأمین مواد اولیه روبه‌رو شد، بلکه افزایش هزینه‌های لجستیک (به دلیل تحریم‌های حمل‌ونقل) و نیاز به یافتن تأمین‌کنندگان جدید در شیلی، عملیاتش را پیچیده کرد. شرکت‌های فناوری در هند که برای خدمات IT با مشتریان روسی کار می‌کردند، با چالش پرداخت‌های بین‌المللی (تحریم سوئیفت) و مهاجرت نیروی کار متخصص اوکراینی مواجه شدند. کسب‌وکاری خانوادگی در ایتالیا که کالاهای لوکس به روسیه صادر می‌کرد، نمی‌دانست تحریم‌های جدید آیا شامل محصولاتش می‌شود یا خیر. کشاورزان کوچک در آفریقا که کودهای شیمیایی را از روسیه وارد می‌کردند، با اخبار ضد و نقیض درباره معافیت‌های تحریمی کودها روبه‌رو شدند.

به همت معاونت بین الملل اتاق ایران منتشر شد:

گزارش جامع صنایع کوچک و متوسط ترکیه

* کلاس فناوری: ۵۴٫۸ درصد از صنایع کوچک و متوسط فعال در بخش تولید، در کلاس «فناوری پایین» دسته‌بندی می‌شوند. در کل ترکیه تنها ۳۷۹۰ بنگاه موفق شده‌اند در کلاس فناوری بالا (High-tech) تولید کالا کنند.

* پویایی نوآوری: با وجود سطح پایین فناوری عمومی، این بنگاه‌ها ۲۸٫۸ درصد از کل هزینه‌های تحقیق و توسعه شرکتی (معادل ۱۱۹ میلیارد و ۱۵۱ میلیون لیر) را انجام داده و موفق به ثبت ۶۱۵ اختراع (از مجموع ۱۴۱۷ درخواست‌شده) شده‌اند که ۴۳٫۷ درصد از پرسنل تحقیق و توسعه کل کشور را نیز در خود جای داده‌اند.

بخش دوم: پویایی تجارت خارجی و جهت‌گیری‌های استراتژیک

۱. تراز تجاری و سهم از بازار جهانی

* صادرات: این بنگاه‌ها در سال ۲۰۲۴ موفق به صادرات ۷۶ میلیارد دلار کالا شدند که معادل ۲۹٫۶ درصد از کل صادرات ترکیه است. نکته حایز اهمیت این است که ۹۱٫۰۱ درصد از محصولات صادراتی آنها از نوع صنعتی-تولیدی است (شامل ۱۲٫۶ درصد ماشین‌آلات، ۱۰٫۸ درصد پوشاک و ۷٫۵ درصد منسوجات).

* واردات (نیازهای حیاتی زنجیره تامین): ارزش واردات این صنایع ۵۱ میلیارد دلار، معادل ۱۵٫۹ درصد از کل واردات ترکیه بوده است. گلوگاه‌های وارداتی و نیازهای اصلی آنها شامل ماشین‌آلات و تجهیزات (۱۶ درصد)، فلزات اساسی (۱۴٫۹ درصد) و مواد شیمیایی (۱۲٫۵ درصد) است. این سه قلم فرصت‌های طلایی برای تامین‌کنندگان پتروشیمی و صنایع فلزی ایران محسوب می‌شوند.

۲. چرخش جغرافیایی و جهت‌گیری بازارهای هدف

* تمرکز سنتی (اروپا و آسیا): به طور سنتی، اروپا بزرگترین شریک این بنگاه‌هاست (۴۸ درصد از صادرات و ۴۸٫۱ درصد از واردات). آسیا نیز در رتبه دوم قرار دارد (۳۴٫۳ درصد از صادرات و ۴۲٫۹ درصد از واردات).

* چرخش به سمت آسیا پاسیفیک: پایش‌های اواخر سال ۲۰۲۵ نشان می‌دهد صنایع کوچک و متوسط ترکیه در حال تنوع‌بخشی شدید به مقاصد صادراتی خود هستند. در حال حاضر ۶۷ درصد از این بنگاه‌ها با منطقه آسیا پاسیفیک (به‌ویژه کره جنوبی، چین و ژاپن) و ۴۶ درصد با خاورمیانه تجارت مستمر دارند که بالاترین نرخ در میان بنگاه‌های مشابه در منطقه است.

معاونت بین‌الملل اتاق ایران در گزارشی به بررسی صنایع کوچک و متوسط در ترکیه پرداخته است که در ادامه، متن کامل این گزارش که بخش‌هایی از آن به صنایع نساجی و پوشاک این کشور اختصاص دارد، تقدیم مخاطبان می‌گردد:

بخش اول: توزیع بخشی و تمرکز فعالیت‌ها

۱. ساختار فعالیت این بنگاه‌ها

ساختار فعالیت این بنگاه‌ها به شدت به بخش خدمات و پشتیبانی تجاری وابسته است:

* تجارت (عمده‌فروشی، خرده‌فروشی و تعمیرات): این بخش با ۳۵٫۱ درصد، بزرگترین سهم را در میان فعالیت‌های صنایع کوچک و متوسط دارد.

* حمل‌ونقل و انبارداری: با ۱۵٫۳ درصد در رتبه دوم قرار دارد. این سهم بالا نشان‌دهنده ظرفیت عظیم ناوگان خرد ترکیه در مدیریت لجستیک و ترانزیت منطقه‌ای است.

* صنعت ساخت و تولید: اگرچه از نظر تعداد بنگاه‌ها با ۱۲٫۱ درصد در رتبه سوم قرار دارد، اما بالاترین سهم اشتغال (۲۵٫۴ درصد از کل اشتغال صنایع کوچک و متوسط) متعلق به همین بخش است.

۲. جهش هزینه‌های تولید و بهره‌وری نیروی کار

یکی از مهم‌ترین محرک‌هایی که صنایع کوچک و متوسط ترکیه را به سمت جستجوی شرکای خارجی برای تولید مشترک سوق می‌دهد، بحران هزینه‌ها است:

* جهش هزینه پرسنل: میانگین هزینه پرسنل به ازای هر کارمند در صنایع کوچک و متوسط که در سال ۲۰۱۵ تنها ۱۷ هزار لیر بود، با یک جهش خیره‌کننده در سال ۲۰۲۴ به ۲۵۳ هزار لیر رسیده است. این رقم در بنگاه‌های متوسط تا ۴۳۹ هزار لیر نیز بالا می‌رود.

* ارزش افزوده سرانه: همگام با افزایش هزینه‌ها، میانگین ارزش افزوده سرانه کارکنان نیز از ۲۶ هزار لیر (سال ۲۰۱۵) به ۴۷۹ هزار لیر ارتقا یافته است که نشان‌دهنده تلاش این بنگاه‌ها برای حفظ بهره‌وری در شرایط تورمی است.

۳. سطح فناوری، تحقیق و توسعه

* پاشنه آشیل صنایع تولیدی خرد: وابستگی به فناوری‌های پایه است.

بخش سوم: توزیع جغرافیایی و قطب‌های تمرکز صنعتی

شناخت پراکندگی جغرافیایی این صنایع برای هدف‌گذاری دقیق شبکه‌های ارتباطی و تجاری ضروری است:

* منطقه مرمره (استانبول، بورسا، قوجاایلی، تکیرداغ): این منطقه، قلب تپنده صنایع کوچک و متوسط ترکیه است. بیش از ۴۰ درصد از کل این بنگاه‌ها در این منطقه متمرکز شده‌اند. خوشه‌های صنعتی قطعه‌سازی خودرو، نساجی، مواد شیمیایی و ماشین‌آلات پیشرفته در این جغرافیا قرار دارند.

* منطقه اژه (ازمیر، مانیسا، دنیزلی): دومین قطب بزرگ اقتصادی با تمرکز بر صنایع تبدیلی کشاورزی و مواد غذایی، نساجی خانگی و تولید قطعات صنعتی. * آنتالی شرقی و جنوب شرقی (غازیانتپ، وان، آغری): هاب بزرگ صنایع کوچک و متوسط در صنایع غذایی، بسته‌بندی و فرش برای صادرات به خاورمیانه است. با این حال، استان‌های شرقی و هم‌مرز با ایران (مانند وان و آغری) بیشتر میزبان بنگاه‌های خدماتی ترخیص کاری و تجارت خرد هستند که لزوم توسعه زیرساخت‌های تولیدی در مجاورت مرزها را برجسته می‌کند.

بخش چهارم: تحولات ساختاری قانونی و سیاست‌های نوین

۱. ارتقای سقف تعریف قانونی صنایع کوچک و متوسط

بر اساس مصوبات جدید، سقف درآمد خالص فروش سالانه برای قرار گرفتن در دسته صنایع کوچک و متوسط از ۵۰۰ میلیون لیر به ۱ میلیارد لیر افزایش یافته است. این تغییر باعث شده تا دامنه شمول این بنگاه‌ها گسترده‌تر شده و شرکت‌های بزرگ‌تر بتوانند از یارانه‌ها، معافیت‌های مالیاتی و بسته‌های حمایتی دولتی بهره‌مند شوند.

۲. بسته‌های حمایتی کلان

در اوایل سال ۲۰۲۶، سازمان توسعه صنایع کوچک و متوسط ترکیه (KOSGEB) از یک بسته اعتباری بی‌سابقه ۱۰۰ میلیارد لیری برای صنایع تولیدی رونمایی کرد. این تسهیلات تا سقف ۵۰ میلیون لیر برای هر بنگاه با اقساط بلندمدت، نشان‌دهنده تلاش حاکمیت برای حفظ تاب‌آوری زنجیره‌های تامین داخلی است.

۳. چالش‌های تحول دیجیتال و گذار به اقتصاد سبز

* بلوغ دیجیتال: گزارش‌های جدید اتحادیه اتاق‌ها و بورس‌های کالای ترکیه (TOBB) و نهادهای بین‌المللی نشان می‌دهد که اگرچه ۷۶ درصد از بنگاه‌ها به اهمیت استراتژی دیجیتال واقف‌اند و ۴۳ درصد در فرآیندهای خود از فناوری‌های هوش مصنوعی استفاده می‌کنند، اما همچنان در استخدام پرسنل متخصص و تامین سرمایه برای نوسازی تکنولوژیک با محدودیت مواجه‌اند.

* فشار اقتصاد چرخشی و سبز: با توجه به وابستگی شدید صادراتی به اروپا، صنایع کوچک و متوسط تولیدی (به‌ویژه در نساجی و مواد شیمیایی) تحت فشار فزاینده‌ای برای انطباق با استانداردهای اقتصاد «سبز» و کاهش ردپای کربن هستند. در حال حاضر تنها ۱۳ درصد از این بنگاه‌ها محصولات کاملاً منطبق با استانداردهای سبز ارائه می‌دهند.

بخش پنجم: گلوگاه‌های لجستیکی در کریدورهای مشترک

* صادرات و واردات بنگاه‌های کوچک به دلیل حجم پایین سرمایه عمدتاً به صورت خرده‌بار و از طریق شبکه ترانزیت جاده‌ای انجام می‌شود.

* این ماهیت انعطاف‌پذیر، آنها را در برابر اصطکاک‌های مرزی به شدت آسیب‌پذیر کرده است: مشکل ظرفیت اسکن و ایستایی مرزی، تعدد اقلام در محموله‌های خرده‌بار یا گروپاژ، احتمال ارجاع کامیون‌ها به بازرسی فیزیکی را افزایش می‌دهد.

* کمبود اسکنرهای ایکس‌ری متناسب با حجم ترافیک در گوربولاغ و قطعی‌های سیستم گمرکی منجر به خواب طولانی مدت (گاهی ۳ تا ۷ روز) کامیون‌ها می‌شود.

* هزینه‌های سربار و سوخت: تفاوت فاحش قیمت سوخت میان دو سوی مرز منجر به اعمال رویه‌های سختگیرانه مانند دیپزنی و پلمپ باک‌ها شده است. این توقف‌ها هزینه تمام‌شده حمل‌ونقل را بالا برده و سرمایه در گردش محدود بنگاه‌های خرد را بلوکه می‌کند که مستقیماً رقابت‌پذیری آنها را در بازارهای منطقه‌ای از بین می‌برد.

بخش ششم: راهبردهای عملیاتی و توصیه‌های کاربردی برای توسعه همکاری‌های اقتصادی

۱. استراتژی تولید مشترک برای بازارهای سوم

* بنگاه‌های خرد دو کشور نباید صرفاً به چشم بازار مصرف به یکدیگر نگاه کنند. بهترین مدل همکاری، ترکیب مزیت‌های نسبی مکمل است:

– تامین انرژی مقرون‌به‌صرفه، نیروی کار در دسترس و مواد اولیه خام (پتروشیمی و معدنی) توسط تولیدکنندگان ایرانی

– انتقال فناوری پایه، ماشین‌آلات، طراحی بسته‌بندی مدرن و استفاده از مزیت دسترسی بدون تعرفه صنایع کوچک و متوسط ترکیه به بازار اروپا و آفریقا

* این ترکیب اجازه می‌دهد تا کالاها به صورت نیمه‌ساخته تولید شده و در قالب برندسازی مشترک به بازارهای ثالث صادر شوند.

۲. هدف‌گذاری بخشی هوشمند

* تمرکز همکاری‌ها باید بر بخش‌های دارای پتانسیل بالا و کم‌ریسک باشد:

۳. توسعه مکانیزم‌های تسویه مالی جایگزین

* محدودیت‌های سنتی بانکی بزرگترین سد راه تجارت خرد است. توسعه ابزارهای نوین امری حیاتی است:

- پلتفرم‌های تهاتر با محوریت اتاق‌های بازرگانی استان‌های مرزی (اتاق‌های تبریز، ارومیه با وان و ارزروم) طراحی شود تا نیازهای وارداتی یک بنگاه SME در ترکیه با محصولات صادراتی یک بنگاه هم‌تا تهاتر شود و جریان فیزیکی ارز به حداقل برسد.

۴. استقرار مدیریت یکپارچه مرزی

* برای حل بحران رسوب کالا و افزایش سرعت ترانزیت خرده‌بارها، تغییر پارادایم از «دو گمرک متوالی» به «ایستگاه مشترک بازرسی مرزی» و ایجاد لاین‌های سریع ترخیص (کریدور سبز) ویژه محموله‌های SME دارای صلاحیت، اصلی‌ترین گام برای روان‌سازی لجستیک است.

- زنجیره تامین نساجی و پوشاک: با توجه به سهم ۱۰.۸ درصدی پوشاک در صادرات ترکیه و نیاز مبرم کارگاه‌ها به الیاف و نخ (به دلیل افزایش ۲۵۳ هزار لیری هزینه‌های پرسنلی داخلی)، واحدهای ریسندگی ایرانی می‌توانند به عنوان پیمانکاران فرعی مطمئن وارد عمل شوند.

- صنایع غذایی و کشاورزی تبدیلی: ادغام ظرفیت‌های محصولات پایه کشاورزی با ماشین‌آلات پیشرفته فرآوری و بسته‌بندی در ترکیه.

- قطعه سازی خودرو: بازار افترمارکت؛ یکسان سازی استانداردهای ریخته‌گری و تراشکاری در کارگاه‌های کوچک دو طرف برای تامین مشترک قطعات یدکی ناوگان حمل‌ونقل خاورمیانه و آسیای میانه و قفقاز.

- مواد شیمیایی و فلزات اساسی: با توجه به سهم مجموعاً ۲۷ درصدی این دو قلم در کل واردات صنایع کوچک و متوسط، شبکه‌سازی مستقیم خریداران خرد ترک با بورس کالا و تولیدکنندگان پایین‌دستی پتروشیمی ایران یک ضرورت اقتصادی است.

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):	۲,۰۰۰,۰۰۰ تومان
اشتراک یکساله با پست سفارشی (شهرستان):	۲,۵۰۰,۰۰۰ تومان
اشتراک یکساله نسخه الکترونیکی (فایل PDF):	۶۰۰,۰۰۰ 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 سه‌رودی شمالی، خیابان شهید توپچی، پلاک ۳۰
تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (۱۰ خط) فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲ کد پستی: ۱۵۵۸۸۴۳۱۳

GLOBAL TEXTILE INDUSTRY BETS ON \$21 BILLION AI SHIFT AS MESSE FRANKFURT LAUNCHES 'TEXPERTISE FOCUS AI'

The global textile and apparel industry is standing at a technological precipice, with the market for Artificial Intelligence (AI) in the sector projected to rise to \$21 billion by 2033. This ten-fold increase from 2023 figures marks a decisive pivot from experimental technology to a core operational necessity. In response, the world's leading organizer of textile trade fairs, Messe Frankfurt has launched a new strategic initiative titled 'Texpertise Focus AI.'

The initiative aims to institutionalize AI across the entire textile value chain, signaling a formal industry-wide transition toward data-driven manufacturing and design.

The initiative reflects a maturing market where AI is no longer a niche digital tool but a fundamental driver of efficiency. Current data indicates, approximately 13.5 per cent of European industrial firms have already integrated AI into their workflows as of 2024.

The transformation is particularly acute in production, where researchers at the German Institute of Textile Technology (ITA) estimate, up to 70 per cent of standardized production tasks

could eventually be automated. By placing AI at the center of its international fair calendar, Messe Frankfurt is positioning itself as the primary orientation point for a sector grappling with a deepening skills shortage and the need for higher production resilience.

The 'Texpertise Focus AI' program aims to spotlight the intersection of high-end design and computational technology. A cornerstone of the January 2026 launch will be the Architonic Live Talk featuring a London-based architectural futurist, Tim Fu.

Under the theme 'Woven Intelligence: Designing Spaces in the Era of AI,' the program will explore how generative AI enables meaningful collaboration between physical craft and digital architecture.

This synergy is further explored in Patricia Urquiola's immersive installation, 'Among All,' which uses AI to simulate material properties and accelerate creative workflows, demonstrating that digital tools can enhance rather than replace human intuition.

The strategic shift is inextricably linked to the industry's environmental imperatives- a concept

known as the 'twin transformation' (the convergence of digitalization and sustainability).

Currently, the global industry produces 116 million tons of fibers annually, yet only 1 per cent of post-consumer waste is recycled. AI is emerging as the key to closing this circularity gap. By leveraging image-recognition systems for waste sorting and AI-based forecasting to prevent overproduction, manufacturers can significantly reduce the resource intensity of their supply chains. These advancements will be a focal point at Texprocess in April 2026, where the emphasis will move to hardware-software integration and life-cycle analytics.

As AI automates routine tasks, the textile workforce is undergoing a structural realignment. The industry is seeing the emergence of new job profiles centered on data analytics and digital process control. This evolution is vital for addressing labor shortages while simultaneously increasing output quality. Messe Frankfurt's global rollout of this initiative will tailor its content to local market characteristics, ensuring that from fiber production to the point of sale, the 'responsible use' of AI becomes the standard.

HOW SUSTAINABILITY IS RESHAPING THE FUTURE OF TEXTILE MANUFACTURING

The textile and apparel industry in the world is changing structurally. The recent industry statistics show that the world fibre production has reached its highest level of 132 million tonnes in 2024, compared to approximately 125 million tonnes in 2023. Growth in fibre production has been led by synthetic fibers, especially polyester, which currently accounts for about 59 % of the total world fibre production. The increased reliance on fossil-based synthetics has added pressure on the environment, and responsible innovations and design thinking are more critical than ever.

In this changing context, the future of textile manufacturing will not just be determined by efficiency and speed, but by being sustainable, circular, traceable, and creating long-term value. Manufacturers and engineers are being invited to reconsider each step:

fibre selection and fabrics design to the production process, waste treatment, and business models.

The key aspect of this change is its focus on the federalistic approach to circular design and sustainable material strategies. The industry has long preferred low-cost, virgin synthetics; however longer the environmental cost has become excessive, and regulatory and market pressures are increasing. The principles of a circular design are currently being adopted by sustainability in textile manufacturing, mono-material structures that can be recycled, designed to be disassembled, using non-toxic finishes, and with a new emphasis on materials that have an environmentally friendly end-of-life. Design-first thinking is a key solution to facilitating resale, repair, rental, and take-back concepts that can make garments last longer and need fewer resources.

THE GLOBAL RECYCLED FIBER MARKET

The market share of recycled fibers remained at around 7.6% in 2024. The vast majority of this was recycled polyester made from plastic bottles, which accounted for 6.9% of all fiber produced worldwide. Overall, less than 1% of the global fiber market was from pre- and post-consumer recycled textiles in 2024. Virgin fiber production volumes increased from 115 million tonnes in 2023 to 122 million tonnes in 2024, primarily driven by the increase in new virgin

fossil-based fibers from 75 million tonnes in 2023 to 81 million tonnes in 2024.

Polyester continued to have the highest proportion of recycled fibers in 2024, at around 12.0%. Although this represents a decline from 2023, when the market share of recycled polyester was around 12.5%, absolute recycled polyester production volumes increased slightly. Around 98% of recycled polyester came from plastic bottles in 2024.

It is estimated that recycled elas-

tane made up around 3% of total elastane production in 2024, while recycled polyamide (nylon) made up around 2%, recycled acrylic around 0.8%, and recycled polypropylene around 0.4% of their respective fiber volumes.

Wool had the second-highest recycled fiber share in 2024, at about 7%, while the market share for recycled cotton was estimated to be roughly 1%. The market share of MMCFs made from recycled feedstocks was around 1%.

VIETNAM TEXTILE SECTOR PIVOTS TO 'GREEN & SMART' TO SECURE \$50 BILLION TARGET BY 2026

As Vietnam cements its role as the world's third-largest apparel exporter, the industry is undergoing a radical shift from labor-intensive processing to high-tech automation. By 2026, the sector is targeting a breakthrough export turnover of \$50 billion, driven by a dual-transformation strategy: 'greening' and 'digitalization.' Leading manufacturers like Vinatex and TNG are increasingly deploying AI-powered vision systems for fabric defect detection and robotic packaging units, which can replace up to six workers per station. This technological leap is critical as the industry faces a 7.2

per cent mandatory wage hike and a tightening labor market.

The 2026 outlook is dominated by the EU's Digital Product Passport (DPP) and Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM). Compliance is no longer optional; it is the 'entry ticket' to the European market. Vietnamese firms are responding by adopting Cold-Pad-Batch (CPB) dyeing technology, which slashes water and electricity use by nearly 73 per cent. 'Our strategy is moving beyond low costs toward 'principled production' that satisfies the traceability demands of global giants like Nike and Adidas,' states a

representative from VITAS

To mitigate risks from US tariff fluctuations, Vietnam has successfully diversified its footprint across 138 markets, with emerging hubs in the Middle East and Africa showing double-digit growth. Vinatex, specifically is targeting a \$760 million revenue in 2026 by focusing on high-value technical apparel for the healthcare and aviation sectors. While the global demand growth rate may cool to 3 per cent, Vietnam's move toward Original Design Manufacturing (ODM) and a 60 per cent localization rate is expected to keep margins resilient.

US TARIFFS HAVE EMERGED AS A DEFINING FORCE IN GLOBAL FASHION TRADE

In 2025, the US government introduced expansive new import duties. Since the US imports 89 percent of apparel and leather products sold in the country, those sectors are among the most impacted.

Trading partners have responded with countermeasures, leaving global supply chains in flux. The most significant impact occurred during the 90-day implementation period following the April 2025 announcement, when apparel and footwear tariffs spiked from 13 to 54 percent.² Some tariffs were later reversed, but as of mid-October, the weighted average tariff rate for apparel and footwear from the top 10 importers stood at 36 percent — well above the industry-wide

average of 17 percent for US exports.² Considerable uncertainty around tariff rates persists, with potential hikes in China's import duties on the horizon. To assess competitiveness holistically, brands and suppliers must weigh tariffs alongside broader operating conditions, including energy, infrastructure and input costs, to identify sourcing hubs that remain viable in this new environment.

The implications for the apparel industry are profound. Responding to this pressure, 76 percent of fashion executives say that responses to trade disruptions and tariffs will be the single most important factor shaping the industry in 2026

FASHION EXECUTIVES EXPECT TO INCREASE PRICES MORE THAN LAST YEAR

In 2026, nearly three-quarters of executives expect to raise prices — a 19%point increase from 2025.

In the fashion segment, 26 percent plan to increase prices by more than 5 percent, compared with 18 percent in the luxury segment, where growth has largely been price-driven in recent years.

Regionally, North American executives expect to increase prices the most, with 45 percent planning to raise them by more than 5 percent in an effort to offset tariff-driven input cost increases.

Reflecting this, nearly one-quarter of executives in North America anticipate their cost of goods sold (COGS) will increase by more than 9 percent.

Expectations of cost increases remain elevated across regions: Excluding North America, 11 percent of executives anticipate COGS to increase by more than 9 percent, compared to just 3 percent in 2025.

As these pressures persist, executives are focussing more on efficiency. In 2026, 69 percent plan to prioritise sales growth over cost improvements, down from 73 percent in the previous year. While top-line growth remains a key focus, the growing emphasis on cost management underscores recognition of higher costs and the need to improve productivity to protect margins.

COTTON PRODUCTION IN AFRICA

Africa's cotton production is experiencing a rebound in 2025, the market is projected to reach \$6.36 billion, with a further increase to \$8.08 billion by 2030, according to Mordor Intelligence.

Africa's share in world cotton trade is expected to grow to 16% by the end of 2025, with exports reaching over 1.4 million tons.

The production of cotton in Western Africa, Middle Africa, Northern Africa, Southern Africa, and Eastern Africa is 2,617,129 metric tons, 600,275 metric tons, 454,731 metric tons, 43,513 metric tons, and 1,000,643 metric tons, respectively. Thus, Western African countries lead the production of cotton.

Cotton remains one of Africa's most strategic agricultural commodities. Over the years, it has helped in shaping rural livelihoods, export earnings, and industrial ambitions across the continent.

However, reports indicate that the sector is navigating a delicate balance between opportunity and vulnerability. While the resilient production systems in West

Africa sustaining high output despite erratic rainfall and global price headwinds, other regions wrestle with structural bottlenecks, climate shocks, and shifting policy signals.

The latest U.S. Department of Agriculture (USDA) cotton projections for 2025/26 (August–July) indicate that world cotton production will decrease by 1.5 million bales (1 percent) to 118.4 million bales but remains the second highest total since 2017/18. The report also revealed that Africa's top ten producers collectively account for more than 6.3 million 480-lb bales, anchored by a handful of highly organized national systems that combine coordinated input supply, ginning capacity, and price support mechanisms. Yet beneath these headline volumes lies a complex story of institutional strength, market exposure, and economic dependence. For some countries, cotton is the largest non-mineral export and a primary source of rural cash income; for others, it is a high-value niche crop tied to premium textile and garment production.



*FASHION EXECUTIVES EXPECT TO INCREASE PRICES MORE THAN LAST YEAR

- In 2026, nearly three-quarters of executives expect to raise prices — a 19%point increase from 2025. In the fashion segment, 26 percent plan to increase prices by more than 5 percent, compared with 18 percent in the luxury segment, where growth has largely been price-driven in recent years...page63

* COTTON PRODUCTION IN AFRICA IN 2025

- The production of cotton in Western Africa, Middle Africa, Northern Africa, Southern Africa, and Eastern Africa is 2,617,129 metric tons, 600,275 metric tons, 454,731 metric tons, 43,513 metric tons, and 1,000,643 metric tons, respectively. Thus, Western African countries lead the production of cotton...page63

* VIETNAM TEXTILE SECTOR PIVOTS TO 'GREEN & SMART' TO SECURE \$50 BILLION TARGET BY 2026

- As Vietnam cements its role as the world's third-largest apparel exporter, the industry is undergoing a radical shift from labor-intensive processing to high-tech automation. By 2026, the sector is targeting a breakthrough export turnover of \$50 billion, driven by a dual-transformation strategy: 'greening' and 'digitalization...page62

* US TARIFFS HAVE EMERGED AS A DEFINING FORCE IN GLOBAL FASHION TRADE

- In 2025, the US government introduced expansive new import duties. Since the US imports 89 percent of apparel and leather products sold in the country, those sectors are among the most impacted...Page 62

*HOW SUSTAINABILITY IS RESHAPING THE FUTURE OF TEXTILE MANUFACTURING

- The textile and apparel industry in the world is changing structurally. The recent industry statistics show that the world fibre production has reached its highest level of 132 million tonnes in 2024, compared to approximately 125 million tonnes in 2023. Growth in fibre production has been led by synthetic fibers, especially polyester, which currently accounts for about 59 % of the total world fibre production...page61

*THE GLOBAL RECYCLED FIBER MARKET

- The market share of recycled fibers remained at around 7.6% in 2024. The vast majority of this was recycled polyester made from plastic bottles, which accounted for 6.9% of all fiber produced worldwide. Overall, less than 1% of the global fiber market was from pre- and post-consumer recycled textiles in 2024...page61

* GLOBAL TEXTILE INDUSTRY BETS ON \$21 BILLION AI SHIFT AS MESSE FRANKFURT LAUNCHES 'TEXPERTISE FOCUS AI'

- The global textile and apparel industry is standing at a technological precipice, with the market for Artificial Intelligence (AI) in the sector projected to rise to \$21 billion by 2033. This ten-fold increase from 2023 figures marks a decisive pivot from experimental technology to a core operational necessity. In response, the world's leading organizer of textile trade fairs, Messe Frankfurt has launched a new strategic initiative titled 'Texpertise Focus AI...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, Marzieh Ehghaghi, Seddiqeh NejadGhorban, Bahare Taghiabadi

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**

شرکت مهندسی
آرمان شیمی افروز



تحول در کیفیت الیاف مصنوعی



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

۱۴۰۵

تیر ۱۴۰۵

June - July 2026
تیر - مرداد ۱۴۴۸

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

خرداد ۱۴۰۵

May - June 2026
خرداد - تیر ۱۴۴۸

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

اردیبهشت ۱۴۰۵

April - May 2026
اردیبهشت - خرداد ۱۴۴۸

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

فروردین ۱۴۰۵

March - April 2026
فروردین - اردیبهشت ۱۴۴۸

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

آبان ۱۴۰۵

October - November 2026
آبان - آذر ۱۴۴۸

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

مهر ۱۴۰۵

September - October 2026
مهر - آبان ۱۴۴۸

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

شهریور ۱۴۰۵

August - September 2026
شهریور - مهر ۱۴۴۸

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

مرداد ۱۴۰۵

July - August 2026
مرداد - شهریور ۱۴۴۸

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

اسفند ۱۴۰۵

February - March 2027
اسفند - فروردین ۱۴۴۹

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

بهمن ۱۴۰۵

January - February 2027
بهمن - اسفند ۱۴۴۹

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

دی ۱۴۰۵

December 2026 - January 2027
دی - بهمن ۱۴۴۹

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

آذر ۱۴۰۵

November - December 2026
آذر - دی ۱۴۴۹

ش	ی	د	س	چ	پ	ج
						۱
۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶
۵	۴	۳	۲	۱		

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: ۰۲۱) ۹۱۰۳ ۵۵۶۰

WINNERS@NedTex.biz



سال نو مبارک



آلمان



آلمان



آلمان



یونان



تایوان



آلمان



سوئیس



سنگاپور



AIKI RIOTECH

ژاپن



ایتالیا



ایتالیا



ایتالیا



رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co, Ltd

نماینده و پشتیبانی در ایران

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

ویژه: ۵۵۶۰ ۹۱۰۳ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz



دولدت و تولید مولد تعاونی نساجی

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 (پخت ، پششور 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..... ریتاردر

فیدارتکس



کیفیت بالا و یکسان
دسترسی آسان
دلیل حضور ماست

☎ ۰۲۶-۳۳۵۲۴۹۱۷

📠 ۰۲۶-۳۴۲۶۷۳۳۶

📱 ۰۹۱۱۱۵۸۹۸۳۴

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

تلفن: ۰۲۱-۶۶۶۹۸۵۷ / ۰۲۱-۶۶۶۵۵۵۰۲ / ۰۲۱-۶۶۶۹۹۷۲۰
۰۲۱-۶۶۶۵۵۰۳۷ / ۰۲۱-۶۶۶۹۸۳۷۷

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



تلفن: ۰۲۱-۶۶۶۹۹۷۲۰

کد پستی: ۱۳۹۳۸۷۳۱۳۶

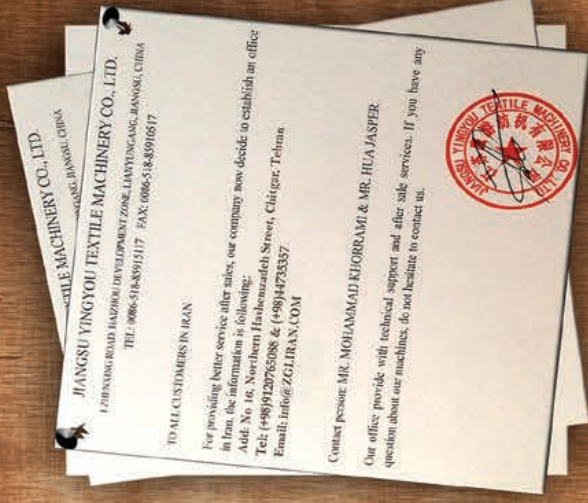
kimiyanasaj.m@gmail.com

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

تلفن: ۰۹۱۲۰۷۶۵۰۸۸-۴۴۷۳۵۳۵۷ - ایمیل: info@ZGLIRAN.com

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

مهندس محمد خرمی

❖ 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 ...

❖ مواد شیمیایی نساجی

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

❖ انواع فیلم، فویل، پیگمنت و کاغذ چاپ ترنسفر

❖ انواع رنگ و جوهر چاپ، دیسشارژ، روغن



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 کفیوش، 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 تلفن: ۰۸۶-۴۴۴۳۳۶۹۰۸ کد پستی: ۳۷۹۹۱۵۴۷۱۸ شرکت نساجی آسیا

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

فروش: ۰۹۱۲-۰۴۵۳۵۰۰ ارسال طرح: ۰۹۹۰-۵۳۳۵۳۴۲