



به نام آنکه جان را فکرت آموخت
ماهنامه علمی، پژوهشی و صنعتی
نساجی امروز
سال بیست و یکم، شماره صد و نود و هشتم،
مرداد ۱۳۹۸
ISSN 1735-2177

فهرست عناوین مقالات

- ▼
- **سر مقاله**
صنعت و دانشگاه؛ همچنان به دنبال ارتباط! / مدیرمسئول ۲
- **دیدگاه**
حرکت به سمت توسعه خرده‌فروشی پوشاک / نازنین فرد اسماعیل پور ۳
- **گزارش تحلیلی**
تجربه حمایت دولت ترکیه از صنایع نساجی و پوشاک این کشور / احسان سلطانی ۷
- **بازتاب**
۱۹ کشور سابقه‌دار حذف صفر از پول ملی ۱۴
تاثیر حذف چهار صفر از بودجه ۱۵
- **گزارش**
ایتما، تبلور کاربردی علوم نساجی است / مینا بیانی ۱۶
طرحی برای پایش صنعت نساجی / مینا بیانی ۲۴
نوک قله مراکز خرید خواهیم ایستاد / سیدامیرحسین امامی رئوف ۲۸
با هم می‌مانیم / اشرف‌السادات امامی رئوف ۳۴
بزرگ‌ترین رسالت دانشگاه‌ها، تربیت نیروی متخصص است / اکرم باقری توستانی ۳۷
- **گزارش ویژه**
واحدهای نمونه صنعت نساجی و پوشاک ایران در روز صنعت و معدن ۱۳۹۸ / سیدضیالالدین امامی رئوف ۴۵
- **اطلاع‌رسانی**
دنیام و چشم اندازه‌هایش / ته‌مینا مولانا ۴۶
ویتنام و هند همکاری خود را در صنعت نساجی و پوشاک افزایش می‌دهند / مژده قهرمانی هنرور ۴۹
هندوستان در صنعت نساجی و پوشاک جهانی / مژده قهرمانی هنرور ۵۰
پوست‌هایی فوق‌العاده از دل دریا / W/ بهره‌ایطی ۵۳
اخبار جهان / آزاده موحد ۵۴
روش جدید گلدوزی برای منسوجات سه بعدی / اکرم باقری توستانی ۶۴
- **نساجی در وب**
وب‌نگار نساجی امروز / مینا بیانی ۶۶
- **تاریخ نساجی ایران**
پژوهشی در سیر تکامل لباس ایرانیان در ادوار مختلف / اکبر شیرزاد ۷۸
- **تاسیسات و تغییرات شرکت‌های نساجی**
تغییرات / مینا بیانی ۸۲
تاسیسات ۸۷
- **پوشاک**
جنبه پایداری دست‌بافته‌ها در مجموعه‌ای از طراحان مد / سکینه باقری کودکانی، اکرم ابراهیم بیکی چیمه ۸۸
- **منسوجات ورزشی**
نانوحسگرها / فرناز نایب‌مراد ۹۱
- **تکنولوژی نساجی**
تأثیر تثبیت حرارتی پلی‌پروپیلن بر خواص بازگشت‌پذیری فرش خابدار تحت بارهای استاتیکی / فاطمه تقی‌پور، محمد قانع، سعید طالبیان ۹۳
- **فرم اشتراک**

■ صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

مهندس سید شجاع الدین امامی رئوف

■ **سر دبیر:** مهندس سعید جلالی قدیری

■ **سرویس خبر و گزارش:** مینا بیانی

(دبیر سرویس)، اشرف السادات امامی

■ **سرویس علمی و اطلاع‌رسانی:**

دکتر شاهین کاظمی - مهندس محسن

شنبه - دکتر محمدعلی توانایی - مهندس

آزاده موحد (دبیر سرویس)

■ **سرویس بین الملل:** ته‌مینا مولانا

■ **پذیرش آگهی و روابط عمومی:**

مهندس سید ضیاء‌الدین طباطبایی

■ **امور مشترکین:**

مهندس مهدیه درویش کوشالی

■ **همکاران تحریریه این شماره:**

سید امیرحسین امامی - سید ضیاء‌الدین

امامی رئوف - منیره السادات مطهری فرد - نرجس

جمالی - نگین اسفندیاری - اکرم باقری - ناصر

رحیمی گرکانی

■ **طراح و گرافیک:**

مهندس سارا نظام‌الاسلامی

■ **چاپخانه:** نفیس نگار

■ **صحافی:** آبتوس

■ **طراحی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی:**

آتلیه نساجی امروز

■ **تلفن:** ۶۶۹۰۶۸۲۰

■ **وبسایت:**



■ **تلگرام:**



جهت دریافت اخبار
نساجی و پوشاک به
کانال تلگرام بپیوندید

آدرس دفتر مجله:

خ آزادی - خ اسکندری جنوبی - تقاطع

کلهر - پلاک ۱۶۵ - طبقه اول

صندوق پستی: ۱۶۳۹-۱۳۱۸۵

تلفن: ۶۶۹۰۶۸۲۰

www.NassajiEmrouz.com

info@nassajiemrouz.com

■ مقالات و اخبار و مطالب خود را جهت درج در مجله به آدرس دفتر ماهنامه ارسال فرمایید.

■ نساجی امروز در ویرایش و اصلاح مقالات و مطالب ارسالی آزاد می‌باشد.

■ دیدگاه‌ها و نظرات چاپ شده در مجله لزوماً دیدگاه نساجی امروز نمی‌باشد.

■ نقل مطالب ماهنامه با ذکر ماخذ مجله نساجی امروز و سایت www.NassajiEmrouz.com مجاز می‌باشد.

صنعت و دانشگاه؛

همچنان به دنبال ارتباط!



سرمقاله



۱- حذف صفرها از پول ملی را می‌توان یکی از مهم‌ترین مصوبات هیئت دولت در ماه‌های اخیر دانست. آیا با حذف این صفرها، ارزش پول ملی افزایش می‌یابد؟ آیا با حذف صفرها از پول ملی، تورم کنترل می‌شود؟ آیا حذف صفرها از پول ملی به معنای پایان یافتن مشکلات عدیده اقتصاد ایران است یا در دهه‌های آتی باز هم به اجبار صفرهایی از پول ملی حذف خواهند شد و این چرخه تولید و حذف صفرهای بی‌ارزش ادامه خواهد یافت؟

اگرچه سیاستمداران و اقتصاد دانان، دیدگاه‌های موافق و مخالفی را در این خصوص مطرح کرده‌اند و این تصمیم را جهت تسهیل در عملیات حسابداری و مبادلات مالی و بانکی مفید دانسته‌اند اما تجارب مثبت و منفی سایر کشورها، بیانگر این واقعیت است که حذف صفر از پول ملی، آخرین مرحله از عملیات اصلاح سیستم‌های اقتصادی است چرا که ریشه اصلی بی‌ارزش شدن صفرهای پول رایج کشورها در میزان تورم آنها نهفته است و تا وقتی که تورم، کنترل نشده باشد؛ اصلاح این روند با حذف صفر از پول ملی بی‌فایده خواهد بود. در کشور ما نیز حذف صفر از واحد پول، سابقه تاریخی دارد؛ به طوری که اوایل دوره قاجار به جای هزار سکه یک دیناری، یک سکه هزار دیناری به نام «قران» ضرب کردند و به این ترتیب سه صفر از واحد پول حذف شد. در زمان ناصرالدین شاه نیز اسکناس هزار دیناری به نام «تومان» منتشر شد که به معنای حذف چهار صفر از پول قبلی یعنی دینار بود.

به هر حال امیدواریم این پایانی باشد بر حذف صفر از واحد پول ملی و با اصلاح ساختارهای اقتصادی و به جای حذف صفر از پول ملی، شاهد تقویت ارزش پول ملی کشور باشیم.

۲- برگزاری نشست مشترک میان دانشگاهیان و صنعتگران با هدف توسعه همکاری‌های مشترک یکی از رایج‌ترین جلسات مراکز علمی، آموزشی و پژوهشی کشور است که در سطوح مختلف از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سطوح مدیریت ارشد وزارت علوم، تحقیقات و فناوری تا معاونت‌های پژوهشی و واحدهای ارتباط با صنعت دانشگاه‌های مختلف و عموماً با رویکرد جذب منابع صنعتی برای پیشبرد فعالیت‌های پژوهشی دانشگاه برگزار می‌شوند.

اواخر تیرماه نیز شاهد برگزاری نشست‌های مشابهی در صنعت نساجی بودیم که با شعار گسترش همکاری‌های فیما بین صاحبان صنایع نساجی کشور و دانشکده‌های مهندسی نساجی برگزار شد اما نکته قابل تأمل بررسی و تحلیل این ارتباط در سال‌های گذشته و ریشه‌یابی نقاط ضعف و قوت این ارتباط می‌باشد. محدودیت‌های واحدهای دانشگاهی در ارائه سرفصل‌های درسی در چارچوب مصوبات و قوانین حاکم بر وزارت علوم و عدم تناسب توانمندی دانش‌آموختگان دانشگاهی با نیازهای صنعتی، عدم امکان جذب و حضور صنعتگران در محیط‌های دانشگاهی و عدم فعالیت اساتید دانشگاهی در واحدهای صنعتی، فقدان صنعت ماشین‌سازی و تولید و توسعه تکنولوژی در کشور، نبود واحدهای تحقیق و توسعه و نوآوری، عدم باور به فعالیت‌های پژوهشی و تحقیقاتی، کمبود منابع مالی و عدم حمایت‌های جدی دولت از تحقیق و پژوهش، فقدان تجربه و الگوی موفق در حوزه ارتباط صنعت و دانشگاه، غفلت از ارزش افزوده ایجاد شده برای طرفین و نگاه‌های کوتاه‌مدت و مقطعی جهت کسب منافع در سال‌های گذشته، سبب شده این ارتباط در هیچ سطحی، شکل جدی و واقعی به خود نگیرد که امیدواریم با ریشه‌یابی مشکلات، شاهد ارتقای سطح همکاری‌های طرفین باشیم.

مدیرمسئول



گفت‌وگو با مهندس نازنین فرد اسماعیل‌پور - مدیر برندینگ شرکت سیاوود

حرکت به سمت توسعه خرده‌فروشی پوشاک

اشاره:

جوان، تازه نفس، توانمند و سرشار از ایده‌های ناب است. تحصیلات خود را در ایران و آلمان سپری کرده و به‌عنوان نسل دوم از یک خانواده تولیدکننده، به روزی می‌اندیشد که تمام ایرانیان با محصولات سیاوود آشنا شوند. «زمان بنکداری‌ها به سر آمده است. نسل جوان، آگاهانه‌تر خرید می‌کنند و نوع پوششی، طراحی، برند و... برایشان بسیار مهم است. همین مسائل باعث می‌شود تولیدکنندگان پوشاک به سمت خرده‌فروشی و ارتباط نزدیک با مشتریان روی آورند و به‌عنوان یک تولیدکننده از خرده‌فروشی بسیار استقبال می‌کنم.»

وی ضمن اشاره به سیستم آموزشی در آلمان افزود: «سیستم آموزشی آلمان بسیار بر کارآموزی و کسب مهارت‌های عملی متکی است. در بخشی از دانشگاه‌ها تاکید بیشتر بر تئوری است اما در بعضی از دانشگاه‌ها، دانشجویان علاوه بر یادگیری تئوری‌های روز باید بیشتر دوره دانشجویی خود را صرف آشنایی با مسائل عملی و صنعتی کنند و پس از اتمام تحصیلات، آمادگی حضور در عرصه‌های صنعتی را به دست می‌آورند. دوران کارآموزی بسیار جدی است و نمایشگاه‌های تخصصی در این زمینه با حضور کارخانه‌های معتبر و مطرح برگزار می‌شود تا دانشجویان از نزدیک در جریان مسائل صنعتی قرار بگیرند اما متأسفانه دروسی که ما در دانشگاه فرا می‌گیریم، فرسنگ‌ها با نیاز واحدهای صنعتی متفاوت است.» مشروح این گفت‌وگو از نظراتان می‌گذرد:

۴ بیوگرافی و آغاز فعالیت در صنعت پوشاک

متولد سال ۱۳۶۳ و فارغ‌التحصیل مقطع کارشناسی مهندسی نساجی از دانشگاه صنعتی امیرکبیر و کارشناسی ارشد مدیریت تولید پوشاک و منسوجات از دانشگاه نیدرن راین آلمان هستم. تولید پوشاک در قالب «شرکت کانون تولید ایران» حرفه خانوادگی ماست. پدرم - داوود فرد اسماعیل‌پور - و عمویم - سیاوش فرد اسماعیل‌پور - به‌عنوان دو تن از صنعتگران و صادرکنندگان معتبر و مطرح صنعت پوشاک کشور شناخته می‌شوند؛ به همین دلیل از دوران کودکی با این صنعت آشنا شده‌ام.

سال ۱۳۸۵ و پس از اتمام تحصیلات کارشناسی حدود یک سال در شرکت کانون تولید ایران - که آن زمان بر صادرات متمرکز بود - به‌عنوان مدیر داخلی مشغول فعالیت شدم. سپس جهت ادامه تحصیل به آلمان رفتم و چهار سالی است که به کشور بازگشته‌ام.

در آلمان به این موضوع فکر می‌کردم که کسب و کار خانوادگی ما، فرصت‌های بسیاری برای رشد و توسعه پیش رو دارد و همیشه ذهنم درگیر کارخانه و تولید در ایران بود به همین دلیل لذت چندانی از خرید در فروشگاه‌های خارج از کشور نمی‌بردم و با خود می‌گفتم چرا چنین محصولاتی در کشورم وجود ندارد تا مردم

بخرند و هنگام سفرهای خارجی، گردش و تفریح را کنار بگذارند و تمام وقت و هزینه خود را صرف خرید از فروشگاه‌های مختلف کنند؟ بعضی محصولات عرضه شده در این فروشگاه‌ها، مانند تی‌شرت یا البسه جین که در کشور خودمان هم وجود دارد و تولیدکنندگان توانمند و معتبری در این زمینه فعال هستند که در بسیاری از کیفیت محصولاتشان با مشابه خارجی، قابل برابری است. با چنین طرز تفکری تصمیم گرفتم به ایران بازگردم و آموخته‌هایم را در مسیر رشد و بالندگی صنعت پوشاک ایران به کار گیرم. به همراه پسر عمویم - سروش فرد اسماعیل‌پور - برند «سیاوود» را با هدف ورود به دنیای خرده‌فروشی و ارائه مستقیم محصولات به بازار داخلی راه‌اندازی کرده‌ایم.

۴ ضمن اشاره به سبد محصولات سیاوود، در مورد تعداد نیروهای شاغل این مجموعه توضیحاتی ارائه نمایید.

حدود ۸۰-۷۰ درصد از محصولات سیاوود - پارچه‌های گردباف، انواع تی‌شرت، شلوارهای اسلش، سوئیت شرت، مانتو و هر محصول قابل تهیه از پارچه‌های گردباف - است و ۲۰ درصد مابقی را بابت تکمیل سبد کالای برند از سایر تأمین‌کنندگان تهیه می‌کنیم. بخشی از محصولات شرکت کانون تولید براساس سفارش



مشتریان و بخشی دیگر برای سیاوود تولید و عرضه می‌شود. حدود ۵۰ نفر در بخش تولید و ۲۰ نفر هم در بخش طراحی، فروش، بازاریابی و سایر بخش‌های سیاوود به فعالیت می‌پردازند.

«مواد اولیه را از تولیدکنندگان داخلی تهیه می‌کنید یا وارداتی هستند؟»

متأسفانه کیفیت نخ، اکسسوری و پارچه‌ای که دهه ۸۰ برای تولید پوشاک صادراتی مورد استفاده قرار می‌دادیم، به مراتب با کیفیت‌تر از مواد اولیه فعلی بودند و حدود ۶-۷ سالی است که کیفیت مواد اولیه به دلایلی مانند افزایش نرخ ارز، کاهش حاشیه سود و... روند نزولی خود را طی می‌کند، همچنین ثبات کیفیت در مواد اولیه کمتر وجود دارد. برای مثال کیفیت پارچه‌ای که امروز تهیه می‌کنیم با کیفیت پارچه‌ای که چندماه آینده از همان تولیدکننده خریداری می‌شود، بسیار متغیر است؛ هرچند اغلب فعالان صنایع نساجی و پوشاک خواهان ارائه محصول با بهترین کیفیت هستند و تلاش خود را برای رسیدن به کیفیت بالا به عمل می‌آورند، اما مسائل بسیاری خارج از توان و اختیار آنان وجود دارد؛ در مجموع باید عنوان نمایم کیفیت مواد اولیه تولید داخل تا حدودی پاسخگوی نیاز تولیدکنندگان پوشاک می‌باشد.

«پس از اتمام تحصیل در آلمان و بازگشت به ایران، وضعیت صنعت پوشاک ایران را چگونه مشاهده کردید؟»

متأسفانه صنعت پوشاک بسیار ضعیف شده بود، مدیران ارشد و پرسنل کارخانه‌ها همان نیروهای قبلی بودند، حتی در بخش ماشین‌آلات نیز نوسازی و بازسازی‌های قابل توجهی انجام شده بود اما کیفیت مواد اولیه از دچار افت محسوس شده اند. هر چند به‌عنوان تولیدکننده هیچ‌گاه کیفیت را قربانی قیمت مواد اولیه نکردیم و همچنان به تولید و ارائه پوشاک با کیفیت ادامه دادیم. وقتی مجبور باشیم برای ماندن در عرصه صنعت، رنگ‌های چینی را جایگزین رنگ‌های تولید شده در شرکت‌های مطرح و معتبر اروپایی نماییم علی‌رغم این که می‌دانید کیفیت رنگ‌های چینی قابل مقایسه با رنگ‌های اروپایی نیست؛ آیا کار دیگری می‌توان انجام داد؟! از سوی دیگر هزینه‌های تولید مرتب در حال افزایش است و مجبوریم در این شرایط، باز هم به

تلاش برای یافتن مواد اولیه مرغوب ادامه دهیم.

«آیا این مسأله باعث افت کیفیت محصولات نهایی و یا ریزش مشتریان شده است؟»

خوشبختانه نه تنها ریزش مشتری نداشته‌ایم بلکه هر سال شاهد افزایش مشتریان هستیم و جایگاه ما نزد مخاطبان مستحکم‌تر از پیش شده است. همان‌طور که می‌دانید کانون تولید ایران طی سال‌های گذشته، به صورت خرده‌فروشی فعالیت نمی‌کرد و از سال ۱۳۹۲ با شکل‌گیری سیاوود، وارد عرصه خرده‌فروشی شده است.

«به خرده‌فروشی اشاره کردید. بسیاری از همکاران شما معتقدند که در دنیای امروز، ارتباط مستقیم با مشتریان و کسب اطلاع از نیازها و خواسته‌های آنان حرف اول را می‌زند و بنکداری جای خود را به خرده‌فروشی و فروشگاه‌های عرضه مستقیم داده است. دیدگاه شما در این مورد چیست؟»

من نیز با این نکته موافقم و زمان بنکداری‌ها به سر آمده است. نسل جوان، آگاهانه‌تر خرید می‌کند و نوع پوشش، طراحی، برند و... برایشان بسیار مهم است. همین مسائل باعث می‌شود تولیدکنندگان پوشاک به سمت خرده‌فروشی و ارتباط نزدیک با مشتریان روی

آورند. به‌عنوان یک تولیدکننده از خرده‌فروشی بسیار استقبال می‌کنم، همیشه هنگام بازدید از فروشگاه‌های خارج از کشور با خود می‌گویم چرا نباید چنین فروشگاه‌های معظم و گسترده‌ای در کشور ما وجود داشته باشد... متأسفانه از نظر خرده‌فروشی پوشاک و فروشگاه‌داری بسیار عقب هستیم، زیرا سیستم آموزشی ما برای چنین ساختاری تدوین نشده است. برای مثال هنگام تحصیل در آلمان فرصتی پیش آمد تا در دو واحد معتبر تولید پوشاک مردانه، دوره‌های آموزشی را بگذرانم. در این دوره‌ها به این نتیجه رسیدم که نوع ساختار، نگرش مدیران ارشد و نیروهای انسانی و چینش دپارتمان‌های مختلف این دو شرکت در کشور ما هیچ شباهتی با هم ندارند. تولیدکنندگان پوشاک ایران به آموزش مستمر نیاز دارند و با وجود تحصیل و کار در آلمان و تلاش برای به‌روز رسانی دانش فنی و اطلاعات تخصصی در صنعت پوشاک، همچنان خود را در این زمینه به اصطلاح صفر کیلومتر می‌دانم.

بیشتر واحدهای تولید پوشاک کشور هنوز در مرحله کپی‌برداری قرار دارند و صاحب ایده نشده‌اند، در حالی که برندهای معتبر اروپایی صاحب این صنعت هستند و هر روز یک ایده جدید روانه بازار می‌کنند... مشتریان ما نیز از این موضوع عقب هستند. تصور کنید یک برند ایرانی با سرمایه‌گذاری‌های کلان به نوآوری و ابتکار در صنعت پوشاک بپردازد اما بازخورد چندان مثبتی در بازار کشور مشاهده نخواهد کرد چون مشتریان چندان پیشرو نیستند و منتظر می‌مانند یک

بسته‌بندی‌های کارتنی - در داخل تریلی قرار می‌گیرد و مستقیم برای برندهای اروپایی بارگیری می‌شوند. زمینه فعالیت بسیاری از شرکت‌ها فقط حمل و نقل پوشاک میان فروشگاه‌هاست و در واقع به شرکت اصلی در توزیع منظم محصولاتشان کمک می‌کنند.

۴ به‌عنوان یک تولیدکننده پوشاک با چه مسائلی و مشکلاتی مواجه هستید؟

عدم ثبات قیمت مواد اولیه بسیار آزاردهنده است. در حال حاضر تمام قواعد بازار از حالت طبیعی خود خارج شده و شرایط به نحوی است که هر روز با یک پدیده جدید مواجه می‌شویم! در سال‌های گذشته، نخ دوخت را بدون هیچ‌گونه مشکلی تهیه می‌کردیم اما امروز کمبود نخ دوخت به‌عنوان یکی از معضلات جدی تولیدکنندگان پوشاک به شمار می‌آید و مجبوریم نخ دوخت از ترکیه وارد کنیم که فرایند زمان‌بر ترخیص از گمرک را پیش رو دارد، شاید برایتان باورکردنی نباشد در مقطعی از زمان نتوانستیم نخ دوخت سرمه‌ای در بازار ایران پیدا کنیم!

از سوی دیگر می‌شنویم که قاچاق پوشاک به دلیل بالا رفتن نرخ ارز، کاهش چشمگیری پیدا کرده است اما اگر نرخ دلار همچنان در مسیر سراسیبی قرار بگیرد، بار دیگر شاهد افزایش قاچاق خواهیم بود ضمن این‌که کاهش واردات غیرقانونی پوشاک برای فروشگاه‌های بزرگ و برندهای خارجی مشکلات بسیاری به وجود آورد و بوتیک‌ها و فروشگاه‌های کوچک همچنان به عرضه پوشاک قاچاق ادامه می‌دهند.

مدتی پیش که نرخ دلار بسیار بالا رفت، بسیاری از واردکنندگان پوشاک سراغ تولیدکنندگان داخلی رفتند و خواهان برقراری ارتباطات مستمر شدند، کسانی که حتی تی‌شرت و شلوار جین هم از خارج وارد می‌کردند اصلاً نمی‌دانستند کیفیت تی‌شرت و شلوار جین ایرانی در بسیاری از موارد بالاتر از نمونه‌های وارداتی است. اما برای ما بسیار جای تعجب است که براساس چه معیار و منطقی، تی‌شرت وارداتی با قیمت ۳۰ هزار تومان به فروش می‌رود! مگر قیمت نخ و پارچه را چه میزان محاسبه کرده‌اند که قیمت تمام شده تی‌شرت ۳۰ هزار تومان است؟ در حالی که قیمت تمام شده تی‌شرت تولید داخل ۷۰-۶۰ هزار تومان است!!! فقط در صورت خرید کیلویی پوشاک خارج از فصل، این رقم منطقی به نظر

نزدیک لمس و پوشیده شود، هر اندازه در سایت‌های فروش، پیرامون رنگ و سایزبندی پوشاک توضیحات مفصل ارائه می‌دهیم، اما همچنان در زمینه تن‌خور لباس با مشکلات متعدد مواجهیم. اگرچه فروش اینترنتی در تهران به مراتب وضعیت بهتری نسبت به سایر استان‌های کشور را دارد اما به اعتقاد من هنوز راه طولانی تا فروش آنلاین موفق پیش رو داریم و زیرساخت‌های این امر ناکافی به نظر می‌رسد...

۴ ممکن است در مورد سیستم آموزشی آلمان و سیستم تربیت نیروی متخصص توضیحاتی ارائه دهید؟

سیستم آموزشی آلمان بسیار بر کارآموزی و کسب مهارت‌های عملی متکی است. در بخشی از دانشگاه‌ها تاکید بیشتر بر تئوری است اما در بعضی از دانشگاه‌ها، دانشجویان علاوه بر یادگیری تئوری‌های روز باید بیشتر دوره دانشجویی خود را صرف آشنایی با مسائل عملی و صنعتی کنند و پس از اتمام تحصیلات، آمادگی حضور در عرصه‌های صنعتی را به دست می‌آورند. دوران کارآموزی بسیار جدی است و نمایشگاه‌های تخصصی در این زمینه با حضور کارخانه‌های معتبر و مطرح برگزار می‌شود تا دانشجویان از نزدیک در جریان مسائل صنعتی قرار بگیرند.

متأسفانه دروسی که ما در دانشگاه فرا می‌گیریم، فرسنگ‌ها با نیاز واحدهای صنعتی متفاوت است. در این میان رشته مهندسی پوشاک هم از دور بسیار ساده به نظر می‌رسد اما در واقع ترکیبی میان رشته مهندسی نساجی و مهندسی صنایع است که مباحثی مانند کنترل کیفیت و ... را در برمی‌گیرد. جای خالی رشته لجستیک نیز در دانشگاه‌های کشور بسیار مشهود است. متأسفانه در دانشگاه به مسائل مربوط به لجستیک، ترابری و حمل و نقل توجهی نمی‌شود در حالی که نحوه توزیع محصولات بین فروشگاه‌ها، مدیریت مرجوعی‌ها، نحوه بسته‌بندی لباس‌ها و ... در علمی به نام لجستیک تجلی پیدا می‌کند.

جالب است بدانید کشوری مانند هلند، به‌عنوان قطب لجستیک برندهای اروپا محسوب می‌شود و انبارهای بسیار بزرگی در این کشور وجود دارند که به تأمین پوشاک کشورهای اروپایی، آمریکایی و حتی استرالیا می‌پردازند. پوشاک به صورت آویز - نه

طرح یا مدل در بازار مد شود، به مرور جایگاه خود را پیدا کند، آنگاه خرید را انجام می‌دهند! اصولاً اصطلاح مد برای ایران یک واژه جدید است چون تا ۲۰-۳۰ سال پیش از نظر فرهنگی یک واژه بسیار مذموم و ناپسند بود و به تازگی تلاش‌هایی برای آشنایی مردم با مقوله مد در حال انجام است.

از سوی دیگر تولیدکنندگان نیز آشنایی چندانی با خرده‌فروشی ندارند زیرا از عمده‌فروشی وارد این عرصه شده‌اند حتی باید عنوان کنم میان خرده‌فروشان و تولیدکنندگان، به شدت تضاد منافع وجود دارد. از یک‌سو تولیدکننده خواستار افزایش تیراژ تولید و ساده شدن مدل‌ها برای تولید مقرون به صرفه است از سوی دیگر خرده‌فروشان معتقدند باید مدل‌های متنوع در تیراژ پایین و در قالب مد سریع (Fast Fashion) به بازار عرضه شود.

باید به این نکته هم اشاره کنم که سبک کاری ما در سیاه‌وود مد سریع است و به دلیل تضاد منافی که اشاره شد، مرتب در حال تغییر ساختار مجموعه هستیم تا چرخ تولید را به گردش درآوریم، مدل‌های متنوع را به سرعت به فروش برسانیم و شاهد بازگشت سرمایه باشیم.

۴ توزیع محصولات سیاه‌وود چگونه صورت می‌گیرد؟

۳ فروشگاه عرضه مستقیم در تهران و ۳ فروشگاه نیز در سایر شهرهای کشور مستقر شده‌اند. بخشی از محصولات نیز به طور مستقیم از طریق سایت سیاه‌وود و بخشی هم توسط فروشگاه‌های اینترنتی عرضه می‌شوند. البته از فروش اینترنتی رضایت چندانی نداریم زیرا پیچیدگی‌های بسیاری دارد و سازماندهی فروش آنلاین از نظر سرعت عکس‌برداری از محصولات، تهیه به موقع پوشاک مورد نیاز و ... دشوار و زمان‌بر می‌باشد. بحث عکس‌برداری Fashion در ایران برای عکاسان مقوله جدیدی است، اغلب آنان یا دیدگاه بسیار هنری نسبت به مقوله مد دارند و متأسفانه نگرش صنعتی بسیار کم است، عکاسان صنعتی هم با دنیای مد و لباس میانه چندانی ندارند و ایجاد هماهنگی میان این دو نگرش، سخت است.

بالا بودن آمار پوشاک مرجوعی در فروش آنلاین یکی دیگر از نقاط منفی است؛ لباس باید توسط مشتری از



می‌رسد که آن هم سود کلانی برای واردکننده در بر دارد.

مشکل دیگر، وجود قوانین و مقررات دست و پاگیر و ضد تولید است به طوری که هنوز به منطق بسیاری از قوانین پی نبرده‌ام! و بارها به پدرم گفته‌ام چگونه با وجود چنین شرایط دشواری ۳۰ سال به تولید ادامه داده‌اند. به اعتقاد من سیستم اداری ما دلالت محور است نه تولیدمحور و شاید در صورت عدم دسترسی به منابع نفتی، مانند ترکیه ارزش بیشتری برای صنعت نساجی و پوشاک قائل بودیم و امروز به قطب این صنعت در دنیا تبدیل می‌شدیم.

تولیدکننده، انسان فداکاری است که در شرایط دشوار اقتصادی به فکر حفظ اشتغال و تولید است و پرسنل را در سود خود شریک می‌کند در حالی که می‌توانست سرمایه‌اش را در بانک پس‌انداز نماید و بدون کوچک‌ترین دغدغه نسبت به آینده یا برخورد با قوانین و مقررات ضد تولید، زندگی آرامی را تجربه کند.

«سیاوود یک کسب و کار خانوادگی است که نسل سوم آن نیز وارد میدان شده است. این نوع کسب و کار چه مزایا و نقاط ضعفی دارد؟»

موفقیت در کسب و کار خانوادگی به روابط مستحکم اعضای خانواده و قدرت تفکیک میان کار و روابط خانوادگی بستگی بسیاری دارد. خوشبختانه بنیانگذاران مجموعه کانون تولید ایران به خوبی توانسته‌اند این تفکیک را ایجاد نمایند و همان‌طور که اشاره کردید امروز شاهد فعالیت نسل دوم آن هستیم.

«دیدگاه شما در مورد فعالیت‌های تشکلی‌های نساجی و پوشاک چیست و فکر می‌کنید تا چه میزان در انعکاس مشکلات و چالش‌های این صنعت به دولت‌مردان موثر عمل می‌کنند؟»

در ابتدا از زبان پدر و عمویم پیرامون فعالیت تشکلی‌های نساجی و پوشاک مسائلی می‌شنیدم و آشنایی چندانی با این موضوع نداشتم اما در حال حاضر به‌عنوان یک فعال صنعت پوشاک و عضو شورای عالی برندهای پوشاک ایران با فعالیت تشکلی و به خصوص اقدامات اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران آشنا شده‌ام و معتقدم تلاش تشکلی‌های بخش خصوصی

مورد مسائل کاری، به جای شنیدن استدلال‌های منطقی نگاه جنسیتی دارند و پذیرش بسیاری از موارد مدیریتی و صنعتی از زبان یک خانم برایشان دشوار است، ولی اگر همان مباحث را یک آقا عنوان کند به راحتی می‌پذیرند!

به‌عنوان یک خانم نمی‌توانید در هر ساعتی و در هر مکانی حضور یابید و محدودیت‌هایی در این زمینه‌ها وجود دارد، ضمن این‌که باید به زندگی شخصی خود هم رسیدگی نمایید. فرهنگ جامعه به نحوی است که آقایان در برخورد با پرسنل، بنکداران و ... مشکلات بسیار کمتری دارند. البته برای بعضی افراد موضوع جنسیت حل شده است و به فرد به‌عنوان یک انسان نگاه می‌کنند نه خانم یا آقا... نگاه جنسیتی در بعضی ادارات دولتی هم وجود دارد و نمی‌دانم به چه دلیل برخی کارمندان به خود اجازه می‌دهند که باید با لحن صمیمانه‌تر با یک خانم صحبت کنند یا هنگام تماس تلفنی علی‌رغم اطلاع از نام کوچکم، مرا به عنوان آقای اسماعیل پور خطاب کنند! به هر حال چنین مسائل آزاردهنده‌ای وجود دارند اما به هیچ وجه بازدارنده یا مانع جدی برای فعالیت در صنعت پوشاک نمی‌شوند.

«مطلب نهایی...»

نهایت تلاش خود را به عمل می‌آوریم تا به جای برسیم که تمام ایرانی‌ها، سیاوود را بشناسند و خواهان خرید و استفاده از محصولات ما باشند.

برای رساندن صدای صنعتگران به گوش مسئولان و سیاست‌گذاران بسیار موثر بوده است و حداقل در مورد فعالیت برندهای خارجی پوشاک و کاهش قاچاق، کار را از سطح حرف و شعار به مراحل عملی رساندند که بسیار ارزشمند است. در سال‌های گذشته صدای تولیدکنندگان نهایتاً به گوش دفتر صنایع نساجی وزارت صنعت می‌رسید اما امروز هیئت دولت، وزیران، قوه قضائیه و بسیاری از نهادهای دولتی در جریان مسائل و مشکلات صنعت پوشاک قرار گرفته‌اند.

«تعداد مدیران خانم در صنعت پوشاک در مقایسه با آقایان، به مراتب کمتر است و حتی این دیدگاه وجود دارد که نساجی و پوشاک (در بخش تولید و کارخانه) یک صنعت مردانه است. به اعتقاد شما نگاه جنسیتی در این صنعت وجود دارد؟ آیا در روند فعالیت‌های خود به دلیل جنسیت، با محدودیت یا مشکلات خاصی مواجه شده‌اید؟»

محیط بخش بنکداری پوشاک، بسیار سنتی و مردانه است در حالی که به‌عنوان یک تولیدکننده، نگاه جنسیتی به اطرافیان ندارم و فارغ از جنسیت با انسان‌ها برخورد می‌کنم زیرا بر این باورم براساس توانمندی و تلاش به این سطح از مهارت رسیده‌ام که در یک واحد تولیدی مطرح و خوشنام به فعالیت ادامه دهم. متأسفانه بعضی از آقایان هنگام بحث در

تجربه حمایت دولت ترکیه از صنایع نساجی و پوشاک این کشور

بخش اول

مهندس احسان سلطانی - پژوهشگر و کارشناس اقتصادی

چکیده



صنایع نساجی و پوشاک ترکیه با تاسیس بانک توسعه دولتی برای ایجاد و گسترش این صنایع در حدود هشت دهه پیش پایه‌گذاری شد. در آن زمان هدف از انتخاب صنایع نساجی و پوشاک ایجاد اشتغال و درآمد اقتصادی برای مردم بود، اما به تدریج این صنعت در حدی رشد پیدا کرد که به ستون فقرات اقتصاد ترکیه تبدیل شد. در دهه‌های هشتاد و نود میلادی صنایع نساجی و پوشاک چهار درصد از درآمد ارزی صادراتی کشور را تأمین کرد و هم‌اکنون نیز اولین بخش اقتصادی تأمین‌کننده خالص درآمد ارزی ترکیه به شمار می‌رود. نه تنها در نیمه دوم قرن بیستم میلادی و دهه اول قرن بیست و یک میلادی صنایع نساجی و پوشاک موتور محرکه رشد اقتصادی ترکیه محسوب می‌شد که در حال حاضر هم به عامل توسعه اقتصادی مناطق جنوبشرقی و شرقی ترکیه مبدل شده است. تجربه موفق کشور ترکیه در صنایع نساجی و پوشاک که در کشورهای آسیایی ژاپن، کره جنوبی، تایوان، چین نیز به وقوع پیوست و در کشورهای هند، ویتنام، بنگلادش و پاکستان نیز در حال تکرار است، الگویی از انتخاب درست مسیر توسعه اقتصادی و صنعتی همراه با سیاست‌گذاری‌ها و اقدامات اجرایی پشتیبان متناسب محسوب می‌گردد. موضوع مهم و کلیدی در سیاست‌گذاری‌ها و اقدامات اجرایی پشتیبان دولت ترکیه از صنایع نساجی و پوشاک، جامعیت، انسجام، استمرار، انطباق و تغییر برنامه‌ها و عملکردها در طول روند توسعه است. حوزه‌های پشتیبانی و حمایت ترکیه از صنایع نساجی و پوشاک از تخصیص زمین برای احداث کارخانه و مشوق‌های سرمایه‌گذاری تا تولید، نفوذ در بازارهای صادراتی، آموزش، بازاریابی و برندینگ را در بر گرفته است. به عبارتی دولت ترکیه حمایت از توسعه صنعتی را به صرف تأمین مالی جهت ایجاد کارخانه معطوف نکرده و به مراتب بیش از آن بر کمک‌ها و پشتیبانی‌های پیش‌بینانه متمرکز شده است. در مجموع ارتباط بین صنایع نساجی و پوشاک و اقتصاد ترکیه رابطه‌ای دوطرفه می‌باشد و اقتصاد ترکیه به مراتب بیش از آن چه به این صنایع تزریق کرده، از منافع، خروجی‌های و سرریزهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی آن بهره‌مند گردیده است.

مقدمه

بررسی روند توسعه صنایع نساجی و پوشاک کشور ترکیه و سیاست‌گذاری‌ها و اقدامات دولت‌های این کشور در پشتیبانی و حمایت از این صنایع در حوزه‌های مختلف، ضمن آن که از نقطه نظرهای مطالعات روند توسعه صنعتی و بررسی و تبیین نقش و اهمیت دولت در روند توسعه اهمیت دارد، از سوی دیگر امکان استفاده از تجربیات و دستاوردهای ترکیه در اقتصاد و به خصوص صنایع نساجی و پوشاک ایران را فراهم می‌سازد. این گزارش در دو بخش کلی تنظیم شده است. بخش اول شامل نگاهی اجمالی به روند توسعه در هشت دهه اخیر، چگونگی گسترش و تمرکز منطقه‌ای، سرمایه‌گذاری کلی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، وضعیت کلی تولید و مصرف مواد اولیه و صادرات و تراز تجاری صنایع نساجی و پوشاک ترکیه می‌باشد. در بخش دوم به بررسی روند مشوق‌ها و حمایت‌های کلی و سرمایه‌گذاری و مالی، راهبردی و سیاست‌گذاری،

تجارت خارجی و صادراتی خوشه‌سازی، برندینگ، آموزش و تحقیق و توسعه در صنعت نساجی و پوشاک ترکیه پرداخته می‌شود.

۱- روند توسعه صنعت نساجی در ترکیه

تاریخ نساجی آناتولی به قرن‌ها پیش باز می‌گردد و کماکان در کاوش‌های باستان‌شناسی ابزارهای باستانی متعدد مورد استفاده جهت تولید منسوجات کشف می‌شود. در طی قرن‌های شانزدهم و هفدهم میلادی، بخش تولید نساجی پیشرفت کرد و در سراسر کشور گسترده شد. در واقع، در پایان امپراطوری، بزرگترین صنعت عثمانی نساجی بود که به وضوح نشان‌دهنده اهمیت فرهنگی و روابط تاریخی این بخش است.

تاسیس بانک دولتی سومر بانک برای تولید محصولات متنوع نساجی، سنگ بنای مهمی برای توسعه صنعت نساجی در ترکیه است. با سرمایه‌گذاری این بانک اولین کارخانه نساجی ترکیه در سال ۱۹۳۵ میلادی

توسط آتاتورک در کاپسری افتتاح شد. پس از سال ۱۹۳۳ میلادی، همه کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی کوچک نساجی و پوشاک زیر چتر سومر بانک یک‌پارچه شدند این بانک با سرمایه‌گذاری و آموزش نیروی کار به نیروی پیشران بخش خصوصی، از طریق تسهیم و انتشار دانش و فناوری انباشته شده در سرتاسر بخش خصوصی، تبدیل شد. با حمایت دولت، ظرفیت‌های تولیدی نساجی قابل توجهی در طی سال‌های ۱۹۲۳ تا ۱۹۶۲ میلادی در ترکیه ایجاد شد. تولید گسترده پنبه در منطقه کوروا به توسعه بخش نساجی در سال‌های بعد کمک کرد و منسوجات پنبه‌ای به یک منبع مهم درآمد اقتصادی برای کشور تبدیل شد (شکل یک).

مابین سال‌های ۱۹۶۲ تا ۱۹۷۲ میلادی، در تلاش برای ایجاد صنایع داخلی، دولت ترکیه سیاست‌های جایگزینی واردات را اجرا کرد. در طول این اولین دوره برنامه توسعه اقتصادی کشور، بخش خصوصی تقویت شد و این برنامه نقش مهمی در تکوین خوشه‌های صنعتی ایفا کرد. در

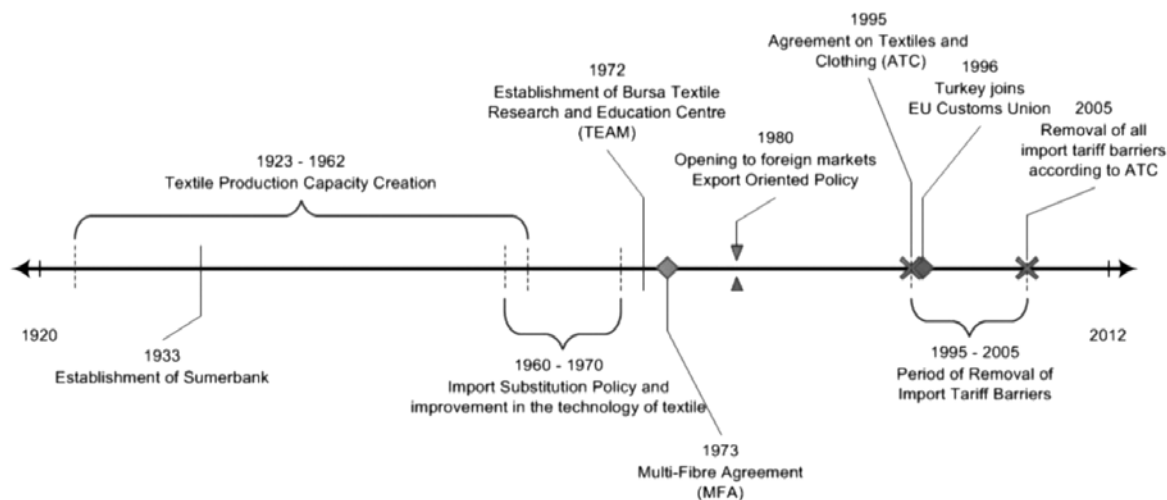
گردیاف، قالی و کفپوش‌ها و پارچه‌های مخمل. هم اکنون با ۲۶ میلیارد دلار صادرات، نساجی و پوشاک به یکی از مهم‌ترین مولفه‌های اقتصاد ترکیه تبدیل شده است. مهم‌ترین نقطه عطف برای صنعت نساجی ترکیه در سال ۱۹۹۵ میلادی اتفاق افتاد. توافق‌نامه سازمان تجارت جهانی در خصوص نساجی و پوشاک مستلزم حذف همه توافق‌نامه‌های الیاف چندگانه و همه موانع تجاری بر روی تجارت نساجی و پوشاک تا سال ۲۰۰۵ میلادی بود. این امر به ظهور چین به عنوان یک رقیب بزرگ در صحنه بین‌المللی نساجی تبدیل شد. صنعت نساجی ترکیه که از نظر تاریخی موفق و سودآور است، اکنون در حال عبور از یک دوران گذار می‌باشد. رقابت‌پذیری صنعت نساجی بایستی به صورت قابل توجهی ارتقا پیدا کند و برنامه‌ریزی راهبردی شود، از آنجا که فعالیت به عنوان یک تولیدکننده کم‌هزینه، دیگر برای کسب حجم صادراتی قابل ملاحظه کافی نیست.

۲- تمرکز جغرافیایی صنایع نساجی و پوشاک ترکیه با توجه به میزان اشتغال، تعداد شرکت‌ها و حجم صادرات، تولید پارچه و پوشاک ترکیه به طور عمده در سه منطقه جغرافیایی مرمره، اژه و کوکوروا متمرکز شده است (شکل ۲).

تولید صنایع نساجی در طی دهه نود میلادی افزایش یافت. در این دهه شرکت‌ها به شدت درآمدهای خود را بر روی تهیه ماشین‌آلات سرمایه‌گذاری می‌کردند. در نتیجه ترکیه دارای ۷,۳ درصد از ظرفیت‌های ریسندگی چرخانه‌ای پنبه‌ای، ۵ درصد از ظرفیت‌های ریسندگی الیاف بلند و ۵,۱ درصد از ظرفیت‌های بافندگی پشمی جهان، در سال ۲۰۰۸ میلادی بود. در سال ۲۰۰۶ میلادی صنایع نساجی و پوشاک ۸ درصد از کل تولید ناخالص داخلی، ۲۰ درصد از تولید صنعتی، ۲۴ درصد از اشتغال صنعتی و ۲۳ درصد از کل درآمدهای ارزی صادراتی ترکیه را به خود اختصاص داد. در این سال ۴۰۰ هزار تن پوشاک (۲ میلیارد قطعه)، ۱۳۰ هزار تن پارچه تریکو و ۱۳۰ میلیون متر مربع قالی تولید شد. امروزه در حدود ۷۵۰۰ تولیدکننده صادرات نساجی از ترکیه را انجام می‌دهند. واحدهای تولیدی عمدتاً در استانبول، ازمیر، دنیزلی، بورسا، کهرمان‌مارش و قازیان‌تپ متمرکز شده‌اند. هر چند که واحدهای تولیدی یکپارچه بزرگ هم فعالیت دارند، اما اکثر این واحدها شامل صنایع کوچک و متوسط هستند. محصولات نساجی پنبه‌ای مانند الیاف، نخ و پارچه‌های تار-پودی ۲۴ درصد از صادرات نساجی را تشکیل می‌دهند. اقلام اصلی صادراتی نساجی عبارتند از نخ‌های مصنوعی یکسره، پارچه‌های پنبه‌ای تار-پودی، پارچه‌های

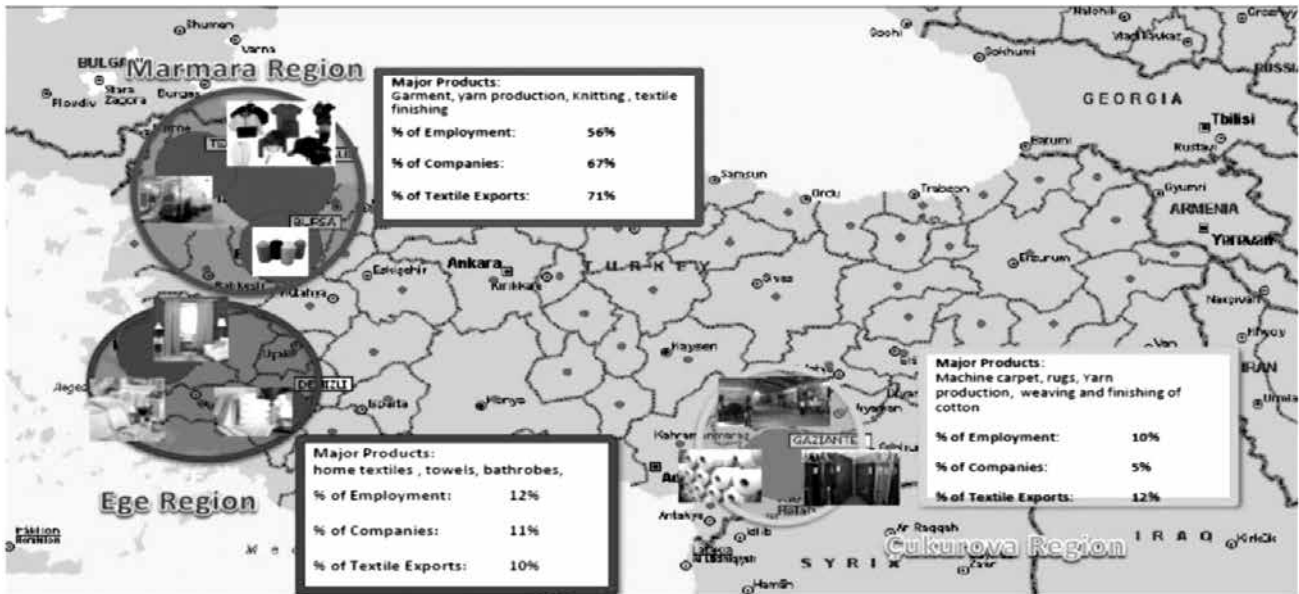
سال ۱۹۷۲ میلادی اولین انجمن صنعت نساجی در بورسا به وجود آمد و در همین سال برای اولین بار ترکیه به صادرکننده خالص نساجی تبدیل شد. سیاست‌های صادراتی تهاجمی در بین سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۹ میلادی موجب گردید که سهم منسوجات ساخت ترکیه در بازارهای خارجی افزایش پیدا کند. در سال ۱۹۹۰ میلادی، سهم نساجی و پوشاک به ۳۷ درصد از کل صادرات و ۵۴ درصد از صادرات تولیدات صنعتی ترکیه بالغ گردید. صنعت نساجی و پوشاک ترکیه، از آغاز دهه هشتاد میلادی تا اواخر دهه نود میلادی، ستون فقرات اقتصاد این کشور محسوب می‌شد. در طول دهه‌های هشتاد و نود میلادی این صنعت مهم‌ترین منبع کسب درآمد ارزی در اقتصاد ترکیه بود. آزادسازی تجاری و سیاست‌های صادرات‌گرا، تولید و صادرات نساجی و پوشاک را تحریک کرد و علاوه بر هزینه‌های پایین نیروی کار، وجود نیروی کار ماهر و مواد اولیه خام (پنبه) و انعطاف‌پذیری بالا در واحدهای تولیدی رشد قابل توجهی را در این بخش صنعتی به وجود آورد. قاره‌های آسیا و اروپا از طریق ترکیه به یکدیگر متصل هستند و این موضوع از نقطه نظرهای هزینه حمل و نقل و زمان تحویل سریع، مزیت رقابتی حائز اهمیتی در برابر بسیاری از رقبا به ارمغان می‌آورد. نظر به تشکیل اتحادیه گمرکی بین ترکیه و اتحادیه اروپا، ظرفیت‌های

شکل ۱. جدول زمانی تکامل صنایع نساجی ترکیه



مأخذ: Turkey's Textiles and Apparel Cluster, Michael Porter

شکل ۲. تمرکز جغرافیایی صنایع نساجی و پوشاک ترکیه



مأخذ: Turkey's Textiles and Apparel Cluster, Michael Porter

میلیارد دلار و پس از آن در سال ۲۰۰۳ میلادی به ۲,۳۵ میلیارد دلار (مقام دوم جهانی پس از چین با میزان ۴,۸ میلیارد دلار) صعود کرد (نمودار یک).

در طی بیست سال منتهی به سال ۲۰۱۶ میلادی، میانگین واردات ماشین‌آلات نساجی، پوشاک و چرم ترکیه ۱,۵ میلیارد دلار در سال بود. به عبارتی در دو دهه اخیر فقط ۳۰ میلیارد دلار در ماشین‌آلات وارداتی جهت صنایع نساجی سرمایه‌گذاری شده است که با سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در زمین، ساختمان، تاسیسات برقی و مکانیکی، اداری و ماشین‌آلات داخلی، مجموع سرمایه‌گذاری دو دهه اخیر صنایع نساجی، پوشاک و چرم ترکیه به مراتب بیش از این مقدار برآورد می‌شود. براساس آمار وزارت توسعه ترکیه، از مجموع ۵۶۷ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری انجام شده در طول سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۱ میلادی، فقط ۱۰۵ میلیارد دلار در زمینه نساجی و پوشاک بود که پس از آن بخش حمل و نقل با ۹۱ میلیارد دلار قرار داشت.

در مجموع دوره ۱۵-۲۰۰۱ میلادی سهم کشورهای چین، ترکیه، هند و آمریکا از مجموع واردات ماشین‌آلات نساجی و پوشاک جهان، به ترتیب ۲۱,۷, ۷ و ۵ درصد می‌باشد و پس از چین، ترکیه با سهم کمی بیش از هند، دومین سرمایه‌گذار جهانی در ماشین‌آلات وارداتی

اصلی منطقه کوکورو عبارتند از فرش ماشینی، گلیم، نخ، بافندگی و تکمیل پارچه‌های پنبه‌ای.

۳- سرمایه‌گذاری در صنایع نساجی، پوشاک و چرم ترکیه

در مجموع بخش قابل توجهی از سرمایه‌گذاری در صنایع نساجی و پوشاک شامل ماشین‌آلات و تجهیزات تولیدی می‌شود. صنایع ساخت ماشین‌آلات نساجی و پوشاک ترکیه در چند سال اخیر مقداری رشد کرده است، اما تا قبل از سال ۲۰۱۰ میلادی دارای میزان و تنوع تولیدات چندان قابل توجهی نبود. بنابراین روند واردات ماشین‌آلات نساجی، پوشاک و چرم ترکیه می‌تواند به عنوان معیاری نسبتاً دقیق جهت بررسی روندهای سرمایه‌گذاری در این صنعت استفاده شود.

در طی سال‌های ۱۹۶۲ تا ۱۹۷۲ میلادی، واردات ماشین‌آلات نساجی، پوشاک و چرم ترکیه بین ۱۰ تا ۵۰ میلیون دلار در سال (متوسط ۲۴ میلیون دلار در سال) در نوسان بود. در بین سال‌های ۱۹۷۲ تا ۱۹۸۳ میلادی، واردات این ماشین‌آلات افزایش یافت و به میانگین ۱۳۰ میلیون دلار در سال صعود کرد. از سال ۱۹۸۴ میلادی به بعد واردات ماشین‌آلات نساجی، پوشاک و چرم ترکیه به تدریج افزایش یافت و در سال ۱۹۹۳ میلادی به ۱,۱

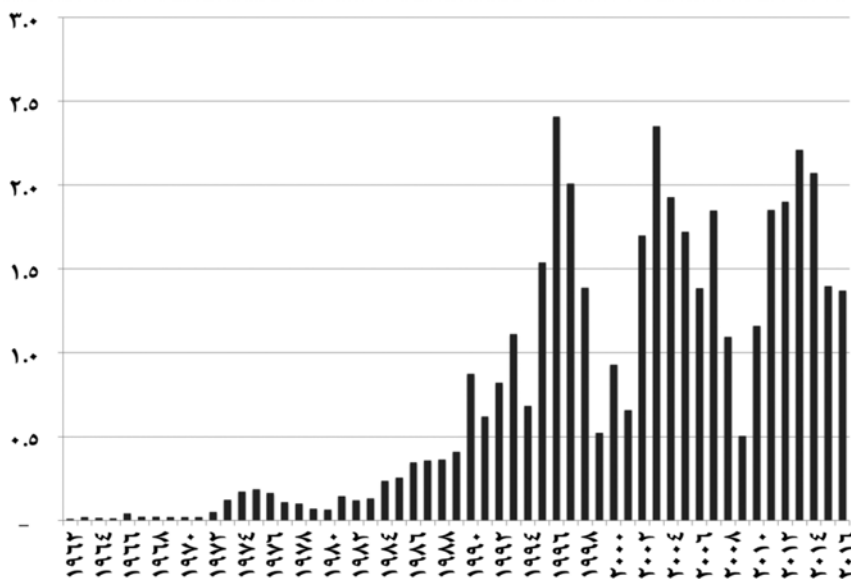
فعالیت‌های نساجی منطقه مرمره در استان‌های تکیرداغ، استانبول و بورسا تمرکز یافته است. منطقه مرمره بزرگترین خوشه نساجی در اقتصاد ترکیه می‌باشد که ۵۶ درصد از کل اشتغال نساجی ترکیه را شامل می‌شود. بر اساس آمار وزارت کار و تامین اجتماعی، این منطقه تقریباً ۶۷ درصد از کل تعداد شرکت‌های نساجی و ۷۱ درصد از کل صادرات نساجی ترکیه را به خود اختصاص داده است. فعالیت‌های عمده تولیدی نساجی این منطقه عبارتند از تولید پوشاک، نخ، گردبافی و تکمیل نساجی. منطقه اژه در منسوجات منزل، عمدتاً حوله و لوازم حمام متمرکز شده است. این منطقه دارای سهم ۱۲ درصد از اشتغال نساجی، ۱۰ درصد از صادرات نساجی و ۱۱ درصد از کل تعداد شرکت‌های نساجی ترکیه می‌باشد. منطقه جنوب‌شرقی ترکیه با مرکزیت شهر آدانا در سال‌های اخیر پیشرفت‌های زیادی داشته است. در جایی که قبلاً فقط پنبه کشت می‌شد، هم‌اکنون صنایع نساجی ایجاد شده و در حال رشد است. منطقه کوکورو دارای سهم اشتغال، صادرات و تعداد بنگاه‌های به ترتیب ۱۰, ۱۲ و ۵ درصد از کل صنعت نساجی ترکیه است. این منطقه در درجه سوم از نظر تمرکز صنایع نساجی قرار دارد، اما از سرعت رشد بالاتری در هر سه زمینه اشتغال، صادرات و تعداد واحدها برخوردار می‌باشد. محصولات

نمودار ۲. سهم کشورهای چین، ترکیه، هند و آمریکا از واردات ماشین‌آلات نساجی و پوشاک جهان (مجموع دوره ۱۵-۲۰۰۱ میلادی)



مأخذ: سازمان تجارت جهانی

نمودار ۱. میزان واردات سالانه ماشین‌آلات نساجی و پوشاک ترکیه (میلیارد دلار)



مأخذ: سازمان تجارت جهانی

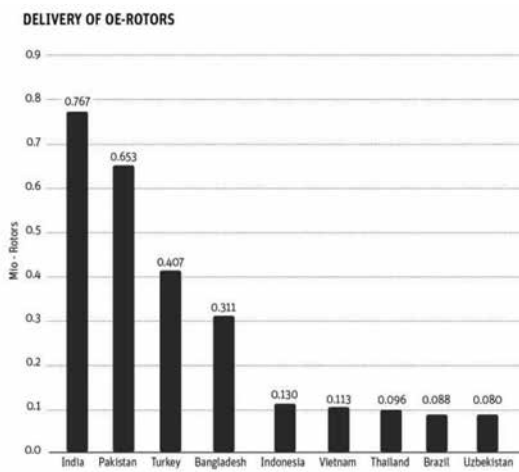
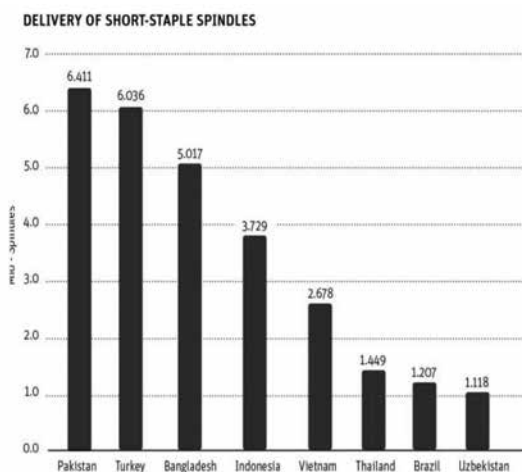
۴- سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در صنایع نساجی و پوشاک ترکیه

بر اساس آمار وزارت اقتصاد ترکیه در مجموع دوره ۲۰۱۶-۱۹۵۴ میلادی، تعداد ۶۷۹ واحد صنعتی نساجی و پوشاک با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ترکیه ایجاد گردید که ۱۰٫۲ درصد از کل تعداد این نوع واحدها در صنعت را به خود اختصاص داد. هر چند که در طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۳ میلادی تعداد واحدهای صنعتی نساجی و پوشاک با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی کاهش یافت، اما در طی سال‌های

نخ برخوردار بود. تا پایان سال ۲۰۱۳ میلادی، ترکیه دارای ظرفیت‌های نصب شده ۴۵ هزار ماشین بافندگی بی‌ماکوی پنبه‌ای (سهم ۳٫۴ درصد از جهان) و ۶۲۵۰ ماشین بافندگی پشمی (سهم ۵٫۱ درصد از جهان) بود. در مجموع دوره ۱۴-۲۰۰۵ میلادی، ۱۰۵۰۰ ماشین گردبافی (سهم ۳٫۵ درصد از جهان) و ۱۳۳۰۰ ماشین تخت‌بافی (سهم ۴ درصد از جهان) در ترکیه نصب گردید (نمودار ۳).

نساجی و پوشاک محسوب می‌گردد (نمودار ۲). بر اساس داده‌های فدراسیون جهانی تولیدکنندگان نساجی، در سال ۲۰۱۴ میلادی ترکیه با دارا بودن ۷٫۱ میلیون دوک ریسندگی الیاف کوتاه (سهم ۳ درصد از کل جهان)، ۷۷۵ هزار دوک ریسندگی الیاف بلند (۵٫۷ درصد از کل جهان) و ۷۲۰ هزار روتور ریسندگی چرخانه‌ای (۸٫۸ درصد از کل جهان)، پس از چین و هند از سومین توان تولیدی جهانی در زمینه ریسندگی انواع

نمودار ۳. ظرفیت‌های ریسندگی پنبه‌ای رینگ و این‌اند نصب شده در ترکیه و کشورهای منتخب (میزان تجمعی در دوره ۲۰۱۱-۱۹۹۲ میلادی)



مأخذ: فدراسیون بین‌المللی تولیدکنندگان نساجی

شرکت نساجی و ۳۱ هزار شرکت پوشاک می‌گردد. کل تعداد کارکنان در واحدهای رسمی بالغ بر یک میلیون نفر است که برای کل واحدهای رسمی و غیر رسمی نساجی و پوشاک و چرم حدود دو میلیون نفر برآورد می‌شود. نظر به اشتغال تقریباً برابر بین واحدهای نساجی و پوشاک رسمی و میزان اشتغال ۲ تا ۳ برابری پوشاک نسبت به نساجی، بخش اعظم اشتغال غیررسمی صنایع نساجی و پوشاک شامل واحدهای خرد و کوچک پوشاک می‌گردد (جدول یک).

بر اساس داده‌های اتاق صنایع استانبول، در سپتامبر سال ۲۰۱۳ میلادی ظرفیت سالانه تولید انواع نخ (پنبه‌ای، پشمی و ابریشمی) ۹۵۸ هزار تن، انواع پارچه تار-پودی ۱،۵۶ میلیارد متر مربع و ظرفیت تولید انواع پارچه‌های تریکو ۱،۲ میلیون تن بود.

۶- تولید و مصرف مواد اولیه صنایع نساجی و پوشاک ترکیه

نگاهی به رشد مصرف الیاف صنعت نساجی ترکیه به وضوح نشان می‌دهد که تا بحران مالی و اقتصادی جهانی ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی، مصرف الیاف به طور مستمر از یک میلیون تن در سال ۱۹۹۰ میلادی به حدود ۳ میلیون تن در سال ۲۰۰۵ میلادی افزایش یافت. در جریان بحران اقتصادی، در ابتدا مصرف الیاف حدود ۵۰۰ هزار تن کاهش یافت و به سطح تقریبی حدود ۲،۵ میلیون تن در سال رسید، اما در سال ۲۰۱۰ میلادی با افزایش حدود ۲۵۰ هزار تن به ۲،۷۵ میلیون تن بالغ گردید (نمودار ۵). این روند کاهش مصرف الیاف نساجی بیش از هر نوع الیاف به پنبه ارتباط داشت، به صورتی که مصرف آن از حدود ۱،۵ میلیون تن در سال ۲۰۰۶ میلادی به حدود یک میلیون تن در سال ۲۰۰۹ میلادی کاهش یافت. هر چند که در سال‌های بعد مصرف پنبه تا حدود ۱،۲ میلیون تن افزایش یافت، اما تقریباً در حدود ۳۰۰ هزار تن در سطح قبل از بحران اقتصادی قرار دارد. هر چند که در دوره ۱۵-۲۰۰۵ میلادی مصرف الیاف نساجی جهت صادرات با ۲۳ درصد تنزل از ۱،۶۵ میلیون تن به ۱،۲۸ میلیون تن کاهش یافت، اما ارزش صادرات نساجی و پوشاک ترکیه ۳۸ درصد افزایش پیدا کرد. این موضوع به وضوح نشان‌دهنده افزایش ارزش افزوده و

نمودار ۴. تعداد تاسیس واحدهای صنعتی نساجی و پوشاک در ترکیه با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی



۵- صنایع نساجی و پوشاک ترکیه

در طی دهه نود میلادی نساجی و پوشاک بزرگترین صنعت ترکیه به شمار می‌رفت. نرخ رشد متوسط سالانه این صنعت به میزان ۱۲،۲ درصد، بیش از دو برابر میانگین رشد اقتصادی کشور (۵،۲ درصد) در دهه نود میلادی بود. در سال ۲۰۰۱ میلادی، صنعت نساجی و پوشاک سهم ۵،۵ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۲۲،۶ درصد از تولید ناخالص داخلی بخش صنعت و ۲۱ درصد از اشتغال صنعتی ترکیه را بر عهده داشت.

بر اساس آمار موسسه تامین اجتماعی ترکیه، در سال ۲۰۱۶ میلادی ۵۹ هزار شرکت در صنایع نساجی، پوشاک و چرم ترکیه فعال بودند که شامل ۱۶ هزار

۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ میلادی با به ترتیب ۶۴ و ۷۰ فقره سرمایه‌گذاری خارجی، صنایع نساجی و پوشاک دارای سهم ۱۳،۸ و ۱۶،۵ درصد از کل صنعت بود (نمودار ۴). بخش صنعت با ۱،۷ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و سهم ۲۵ درصد از کل این سرمایه‌گذاری‌ها در سال ۲۰۱۶ میلادی از رتبه اول در بین بخش‌های اقتصادی برخوردار بود. هر چند که در خصوص جزئیات سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در صنایع نساجی و پوشاک اطلاعات چندانی منتشر نشده است، اما گزارش شده که شرکت‌های پوشاک ترکیه بین سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۵ از ۱۱۳۲ میلیون دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی برخوردار بودند.

جدول ۱. نمایه صنایع نساجی، پوشاک و چرم ترکیه

زیر بخش صنعتی	ارزش تولیدات (۲۰۱۳، میلیون دلار)	تعداد شرکت‌ها (۲۰۱۴)	سهم بنگاه‌های کوچک و متوسط از کل بنگاه‌ها (۲۰۱۴)	تعداد شرکت‌ها (۲۰۱۵)	میزان اشتغال رسمی (۲۰۱۴)
نساجی	۳۶،۵۳	۱۷،۵۲۲	٪۹۸،۲	۵۹۴	۴۴۴۱۵۶
پوشاک	۲۴،۵۵	۳۴۶۹۲	٪۹۹،۴	۱۳۱	۴۹۷۱۹۳
چرم	۴،۲۹	۶۷۶۷	٪۹۹،۸	۱۲۶	۶۴۵۳۳
جمع	۶۵،۳۷	۵۸،۹۸۱	٪۹۹،۱	۸۵۱	۱۰۰۵۸۸۲

مأخذ: وزارت علوم، صنایع و فناوری، موسسه تامین اجتماعی و وزارت اقتصاد ترکیه (سال ۲۰۱۶ میلادی)
توضیح این که صنایع کوچک و متوسط شامل واحدهای با اشتغال بالای ۲۵۰ نفر هستند.

بهای واحد قابل توجه صادرات نساجی و پوشاک ترکیه در ده سال اخیر است. در طی دوره ۱۵-۲۰۰۵ میلادی مصرف داخلی الیاف نساجی ۵۰ درصد بالا رفت که حاکی از بهبود وضعیت اقتصادی و رفاهی مردم ترکیه می‌باشد. با وجود کاهش مصرف صادرات و افزایش مصرف داخل، ترکیه نزدیک به نیمی از تولیدات نساجی و پوشاک خود را صادر می‌کند.

یکی از عوامل کلیدی موفقیت صنعت نساجی ترکیه، تولید ماده اولیه پنبه در ترکیه است. ترکیه پنجمین تولیدکننده پنبه خام با کیفیت خوب در جهان به شمار می‌رود. دولت در خصوص مقابله با نوسانات شدید در قیمت داخلی پنبه خام با صنایع نساجی همکاری می‌کند. در حین اجرای پروژه گپ بخش قابل توجهی از سرمایه‌گذاری‌های جدید صنایع نساجی در واحدهای ریسندگی پنبه، در منطقه طرح جنوب‌شرقی آناتولی انجام شد. طرح گپ یکی از جامع‌ترین پروژه‌های توسعه منطقه‌ای می‌باشد که با هزینه ۳۲ میلیارد دلار در ترکیه انجام شده است. یکی از اهداف مهم این طرح دو برابر کردن تولید پنبه خام ترکیه بود.

تولید پنبه ترکیه در سال ۱۹۴۵ میلادی ۵۴ هزار تن در بود که در سال ۱۹۵۵ میلادی به ۱۵۷ هزار تن و در سال ۱۹۶۵ میلادی به ۳۲۵ هزار تن افزایش یافت. سیر صعودی تولید پنبه ترکیه ادامه یافت و در سال ۱۹۹۵ میلادی به ۸۵۰ هزار تن بالغ گردید. در طی سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۷ میلادی، میانگین تولید پنبه ترکیه به میزان ۸۵۰ هزار تن در سال بود (نمودار ۶). افزایش تولید پنبه ترکیه به میزان بالایی از ارتقای بهره‌وری کشت پنبه حاصل شده است. تا قبل از سال ۱۹۵۵ میلادی میزان برداشت پنبه در حدود ۲۵۰ کیلوگرم در هکتار بود که در سال ۱۹۶۵ میلادی به نزدیک ۵۰۰ کیلوگرم و در دهه نود میلادی به بالای ۱۰۰۰ کیلوگرم در هکتار افزایش پیدا کرد. در سال زراعی ۲۰۱۶/۱۷ میلادی ترکیه با برداشت ۱۷۴۰ کیلوگرم پنبه در هر هکتار (میانگین جهانی ۷۹۰ کیلوگرم در هکتار)، از رتبه اول جهانی بهره‌وری برداشت پنبه برخوردار گردید. در این سال ترکیه با تولید ۸۷۱ هزار تن پنبه، هفتمین تولیدکننده جهانی پس از کشورهای هند (۶۳۸۰ هزار تن)، چین (۵۷۵۰ هزار تن)، آمریکا (۴۶۳۰ هزار تن)،

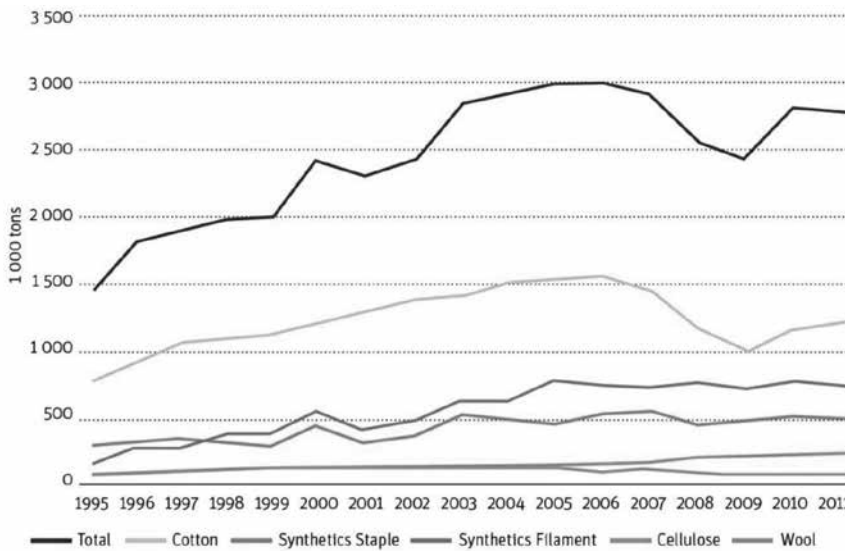
پاکستان (۱۷۸۰ هزار تن)، برزیل (۱۷۰۰ هزار تن) و استرالیا (۱۰۰۰ هزار تن) بود. در سال زراعی ۲۰۱۶/۱۷ میلادی، ترکیه با مصرف سالانه ۱.۵ میلیون تن پنبه، پنجمین مصرف‌کننده جهانی الیاف پنبه پس از کشورهای چین (۸۷۱۰ هزار تن)، هند (۵۳۹۰ هزار تن)، پاکستان (۲۲۶۰ هزار تن)، بنگلادش (۱۵۷۰ هزار تن) محسوب می‌شد. نظر به کمبود محصول پنبه داخلی،

ترکیه نزدیک به نیمی از مصرف داخلی خود را وارد می‌کند که میزان آن در سال زراعی ۲۰۱۶/۱۷ میلادی ۷۶۲ هزار تن بود.

۷- صادرات صنایع نساجی و پوشاک ترکیه

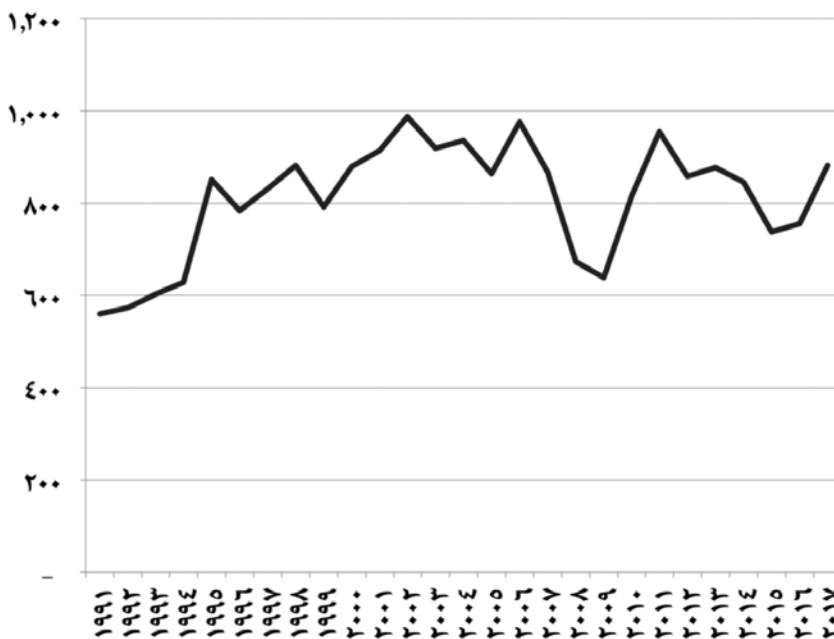
در سال ۱۹۸۰ میلادی صادرات نساجی و پوشاک ترکیه کمتر از ۵۰۰ میلیون دلار بود که با روند رشد

نمودار ۵. میزان مصرف انواع الیاف در ترکیه



مأخذ: کمیته بین‌المللی مشورتی پنبه و پی‌سی‌ای

نمودار ۶. تولید پنبه در ترکیه (هزار تن)



مأخذ: وزارت غذا، کشاورزی و دام ترکیه

مستمری به ۱۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۷ میلادی صعود کرد. رکود اقتصادی جهانی موجب شد که در طی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۱ میلادی صادرات نساجی و پوشاک ثابت بماند. در طی سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۴ میلادی صادرات نساجی و پوشاک ترکیه رشد قابل توجه و مداومی را (به استثنای سال ۲۰۰۹ میلادی) تجربه کرد و میزان آن به ۲۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ میلادی بالغ گردید. این صادرات در طی سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ میلادی به ۲۶ میلیارد دلار افت کرد که البته توأم با کاهش صادرات جهانی، اما با شدت کمی بیشتر بود (نمودار ۷). در طی دهه نود میلادی سهم نساجی از کل صادرات نساجی و پوشاک بین ۳۰ تا ۳۵ درصد بود که به تدریج بالا رفت و به ۴۴ درصد در سال ۲۰۱۴ میلادی بالغ گردید. در مجموع بیست سال منتهی به سال ۲۰۱۶ میلادی سهم نساجی از کل صادرات نساجی و پوشاک ترکیه ۴۰ درصد بود (نمودار ۸).

در طی دهه نود میلادی نساجی و پوشاک نزدیک به ۴۰ درصد از کل صادرات و بیش از ۵۰ درصد از کل صادرات تولید صنعتی ترکیه را به عهده داشت که این نسبت‌ها برای دهه ۲۰۰۰ میلادی به ترتیب به ۳۴ و ۳۰ درصد و از سال ۲۰۱۱ میلادی تا کنون به ترتیب به حدود ۲۴ و ۱۸ درصد کاهش یافت.

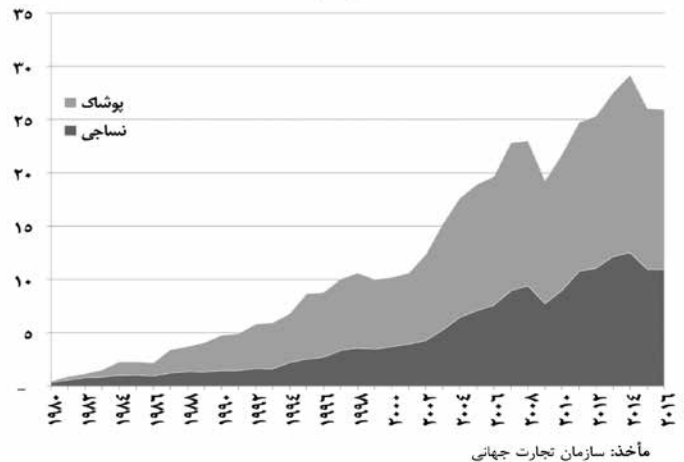
در طی دو دهه اخیر، در مجموع صادرات نساجی و پوشاک ۴۰۰ میلیارد دلار درآمد ارزی برای دولت ترکیه به همراه داشته است. موضوع قابل توجه در ایجاد درآمدهای ارزی، تراز منفی کل تولیدات صنعتی (به استثنای نساجی و پوشاک) به میزان میانگین سالانه ۳۱ میلیارد دلار در بیست سال اخیر و ۴۶٫۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ میلادی می‌باشد که در خصوص نساجی و پوشاک مثبت ۱۲٫۸ میلیارد دلار در بیست سال اخیر و مثبت ۱۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ میلادی است.

در سال ۲۰۱۶ میلادی صادرات نساجی و پوشاک کماکان بزرگترین بخش اقتصادی تامین‌کننده ارز خارجی برای کشور ترکیه بود. در این سال تراز تجاری بخش‌های اقتصادی به ترتیب صنایع نساجی و پوشاک (مثبت ۱۷ میلیارد دلار)، کل خدمات (مثبت ۱۶٫۶ میلیارد دلار)، خدمات گردشگری (مثبت ۱۴ میلیارد دلار)، مواد غذایی (مثبت ۵٫۳ میلیارد دلار)، خدمات حمل و نقل (مثبت ۵٫۱ میلیارد دلار)، محصولات کشاورزی (مثبت ۱ میلیارد دلار)، خودرو (منفی ۰٫۷ میلیارد دلار)، آهن و فولاد (منفی ۱٫۷ میلیارد دلار) و مواد شیمیایی (منفی ۱۹٫۵ میلیارد دلار) بود (نمودار ۹).

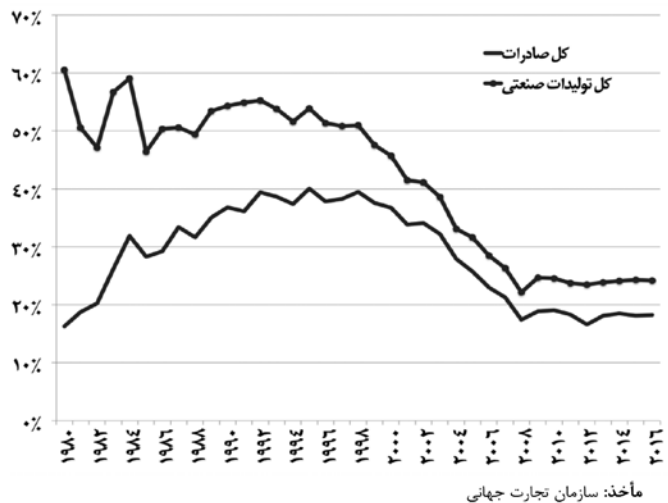
در سال ۲۰۱۶ میلادی، (به استثنای چین) صادرات نساجی و پوشاک ترکیه با میزان ۲۶ میلیارد دلار، با فاصله نه چندان قابل توجهی پس از کشورهای هند (۳۴ میلیارد دلار)، ویتنام (۳۱ میلیارد دلار) و بنگلادش (۳۰ میلیارد دلار) قرار داشت. اتحادیه اروپا به طور سنتی بزرگترین بازار ترکیه برای هم نساجی و هم پوشاک بود و پس از آن آمریکا قرار داشت، اما در حال حاضر بازارهای منطقه خاورمیانه و کشورهای همسایه به دومین بازار بزرگ نساجی و پوشاک ترکیه تبدیل شده است.

ادامه دارد...

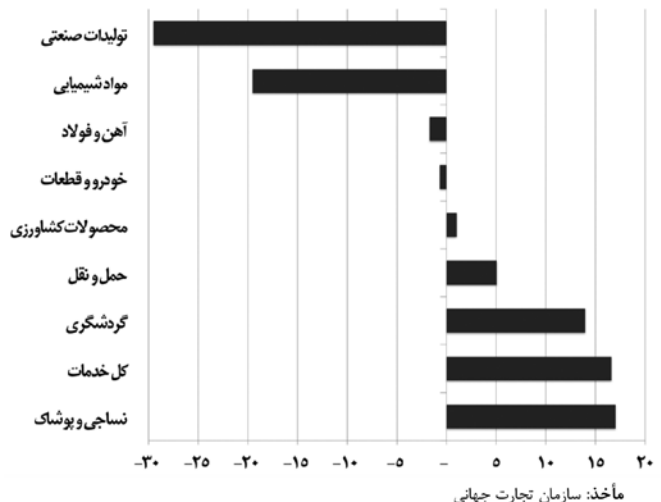
نمودار ۷. روند صادرات نساجی و پوشاک ترکیه (میلیون دلار)



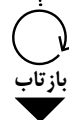
نمودار ۸. سهم صادرات نساجی و پوشاک از صادرات تولیدات صنعتی و کل صادرات ترکیه



نمودار ۹. تراز تجاری اقلام مهم کالاها و خدمات و نساجی و پوشاک ترکیه در سال ۲۰۱۶ میلادی (میلیارد دلار)



۱۹ کشور سابقه‌دار حذف صفر از پول ملی حذف چند صفر جواب می‌دهد؟!



صفر از اسکناس در شرایطی است که این کار با اعمال دیگر سیاست‌های کنترل نقدینگی همراه باشد.

هر دلار آمریکا ۵.۱ میلیون لیر ترکیه

ترکیه در ۲۰۰۵ به یک‌باره شش صفر را از پول ملی خود حذف کرد. تورم در این کشور از ابتدای دهه ۸۰ آغاز شده و با شتاب به پیش رفت؛ به طوری که هر دلار آمریکا که در سال ۱۹۸۸ با ۱۴۳۲ لیر قدیم ترکیه مبادله می‌شد در سال ۲۰۰۳ به بیش از ۱/۵ میلیون لیر قدیم رسید.

در این شرایط قیمت یک ساندویچ در ترکیه به سه میلیون لیر رسید. از سال ۱۹۸۱ به این سو در ترکیه هر دو سال یک بار نیاز به اسکناس‌های درشت‌تر احساس می‌شد. در یک چرخه ۲۵ ساله درشت‌ترین اسکناس

ترکیه از ۵ هزار لیر به یک میلیون لیر تبدیل شد.

تعداد بی‌شمار صفرها در ارقام اقتصادی و مبادلات که گاه تا چند تریلیون لیر می‌رسید مشکلات فراوانی را در مسیر عملیات حسابداری و نگهداری حساب‌ها به وجود آورده بود. از آغاز سال ۲۰۰۵ اسکناس‌های جدید ترکیه با عنوان لیر جدید منتشر شدند. هر لیر جدید حالا معادل یک میلیون لیر قدیم است و به این ترتیب ترکیه در یک مرحله شش صفر را از اسکناس حذف کرد.

مهار تورم در ترکیه با نظارت و دستورالعمل‌های صندوق بین‌المللی پول انجام گرفت. این کشور به عنوان یک نمونه برگزیده در مهار تورم از سوی این نهاد بین‌المللی معرفی شد. ترکیه پیش از آنکه اقدام به حذف صفرها کند تورم را به طور کامل مهار کرد.

ترکیه حذف صفرها را با اصلاحات بانکی همراه کرد

درباره تجربه کشور ترکیه در حذف صفرها، حسین وکیلی -اقتصاددان- با اشاره به فراگیری حذف چهار صفر از پول ملی روی مبادلات اقتصادی، شرط موفقیت این عملیات را در اصلاحات ساختاری ارزیابی کرد و گفت: در ترکیه حذف صفر با دیگر اصلاحات اقتصادی از جمله اصلاح ناترازی بانکها، تغییر در قوانین جذب سرمایه‌گذاری خارجی و توسعه فضاهای گردشگری همراه شد که البته موفقیت آمیز هم بود.

این اقتصاددان با بیان اینکه حذف صفرها باید در شرایط ثبات اقتصادی انجام شود ادامه داد: تا زمانی که ثبات قیمت‌ها شکل نگیرد و حجم روزافزون نقدینگی با تولید ملی تناسبی نداشته باشد، حذف صفرها نمی‌تواند به

در سال ۱۹۶۷ میلادی برای اولین بار سه صفر از پول ملی برزیل حذف شد، با این حال برزیل نتوانست در کنترل تورم موفق عمل کند و تا سال ۱۹۸۱ تورم این کشور بار دیگر به ۱۵۱ درصد رسید. در این مدت دوباره سه صفر از پول ملی برزیل حذف شد اما در سال ۱۹۸۹ تورم بار دیگر در برزیل افزایش پیدا کرد و به ۱۴۳۱ درصد رسید.

در همین زمان برای چندمین بار دولت برزیل اقدام به حذف صفرهای بازگشته همراه با تغییر نام پول ملی کرد. در سال ۱۹۹۳ زمانی که تورم این کشور در مرز ۲۰۰۰ درصد قرار داشت باز هم حذف سه صفر اعمال شد. جالب است بدانیم که از ۱۹۳۰ تاکنون طی شش مرحله ۱۸ صفر از پول ملی برزیل حذف شده و هشت بار هم نام واحد پولی این کشور تغییر پیدا کرده و با این حال این کشور هنوز یکی از گران‌ترین کشورهاست!

حذف صفرها در هلند کارگر افتاد

بیماری هلندی اصطلاحی است که بر اساس اتفاقات رخ داده در اقتصاد هلند در سال‌های دهه ۶۰ به وجود آمد. در آن سال‌ها اقتصاد هلند به دلیل ورود منابع درآمدی غیر منتظره از محل استخراج گاز، با تورم فزاینده‌ای روبرو شد؛ به طوری که دولت مجبور به چاپ اسکناس‌های درشت شد تا بتواند پاسخگوی نیازهای تورم ۱۰۰ درصدی باشد. این وضعیت در هلند چندان ادامه پیدا نکرد، چرا که دولت با اعمال سیاست‌های شدید انقباضی در سیاست‌های پولی توانست حجم پول را کنترل کرده و به‌همراه آن چهار صفر از اسکناس‌های این کشور را حذف کند. هلند در واقع نمونه برجسته‌ای از جوابگو بودن سیاست حذف

حذف صفر از واحدهای پولی، موضوع جدیدی نیست و پیش از این ۱۹ کشور از برزیل گرفته تا هلند و ترکیه آن را انجام داده‌اند. تجربه این کشورها نشان‌دهنده موفقیت در برخی از آنها و شکست در برخی دیگر است. در این بین در برخی کشورها صفرها از پول‌های ملی چندین بار حذف شدند؛ همچون برزیل که در شش مرحله ۱۸ صفر حذف کرد و در برخی از کشورها نیز این اقدام با اصلاحات ساختاری اقتصادی دیگر جواب داد که این مدل مشابهت بیشتری با شرایط اقتصادی ایران دارد. حذف صفرها از واحد پولی نخستین بار بعد از جنگ جهانی دوم و در کشور آلمان به اجرا درآمد. علت این تصمیم هم تورم وحشتناکی بود که این کشور بعد از جنگ تجربه کرد. بعد از این برخی دیگر از کشورها هم تجربه آلمان را تکرار کردند اما همه آن تجربه‌ها موفق نبود.

بعد از آن هم این طرح در بسیاری از کشورهای دیگر انجام شد؛ به طوری که در طول ۵۰ سال گذشته ۱۹ کشور اقدام به حذف صفر از پول ملی خود کردند. صفرها در آرژانتین تاکنون چهار مرتبه، در روسیه، اوکراین، لهستان و بلژیک سه مرتبه و در ترکیه، کره جنوبی و غنا یک مرتبه برداشته شده‌اند.

برزیل رکورددار حذف صفر!

یکی دیگر از کشورهایی که به حذف صفرها علاقه زیادی داشته، برزیل است. این کشور در دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی یکی از سنگین‌ترین تورم‌های زمان خود را تجربه کرد؛ به طوری که پول ملی این کشور ماهانه ۳۰ تا ۴۰ درصد ارزش خود را از دست می‌داد.

تأثیر حذف چهار صفر از بودجه حساب‌های ۵۰ ساله زیر و رو می‌شود!

به نظر برسد. از سوی دیگر حتی اگر این موضوع در مجلس نیز مصوب شود، بسیار زمان‌بر بوده و این گونه نیست که زیرساخت‌ها آماده باشد و بلافاصله صفر از پول ملی حذف شود. اما اگر چهار صفر از پول ملی حذف شود، در رابطه با اعداد و ارقام بودجه باید گفت که در حال حاضر سقف کلی بودجه تا ۱۵ صفر دارد. به عنوان نمونه برای سال جاری سقف کلی بودجه کشور ۱۷۰۰ هزار میلیارد تومان است که با حذف چهار صفر به ۱۷۰ میلیارد تومان می‌رسد.

البته به تبع آن در سایر بخش‌های درآمدی و هزینه‌ای نیز ارقام کاهش می‌یابد؛ به طوری که ۴۴۸ هزار میلیارد تومان منابع و مصارف بودجه به ۴۴ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان کاهش خواهد یافت که فقط تغییری در ظاهر ارقام و عملیات حسابداری است، نه منابع و مصارف. گفتنی است؛ در پی تصویب لایحه حذف چهار صفر از پول ملی، کارشناسان و مسئولان مجموعه‌های اقتصادی کشور اظهارات متفاوتی همراه بر ضرورت اصلاحات ساختاری پیش از اجرای این امر داشته‌اند. به طوری که بغزبان، یکی از کارشناسان اقتصادی در این باره تأکید کرد که برداشتن صفرهای پول ملی باعث به وجود آمدن ثبات قیمت و رونق اقتصادی نمی‌شود. اگر هم این موضوعات مقطعی و کوتاه مدت رخ دهد مربوط به مسائل روانی است. همچنین این اقدام نه قیمت‌ها را کاهش می‌دهد و نه اشتغال ایجاد می‌کند. به اعتقاد وی، ثبات نرخ ارز، افزایش اشتغال، افزایش سرمایه‌گذاری از لازمه‌های اقتصاد ماست که باید اول به آنها رسیدگی شود. این کارشناس نیز تأکید کرد که کلی اطلاعات آماری داریم که اگر برداشتن صفرهای پول ملی عملی شود وقتی یک محقق بخواهد برای تحقیقی آمار و ارقام را جمع کند با مشکلاتی مواجه می‌شود. در نتیجه تحقیقات اقتصادی با مشکل بر می‌خورد. در این میان کارشناسان دیگر نیز ضمن تأیید این موضوع معتقد هستند که مرکز آمار، بانک مرکزی و دیگر ارگان‌ها باید بتوانند تمام آمارها را به واحد پول جدید تبدیل و آرسو کنند و سپس این اقدام اجرایی شود.

منبع ایستنا

در حالی دولت بر حذف چهار صفر از پول ملی اصرار دارد که کارشناسان حوزه بودجه‌نویسی معتقدند این تغییر موجب بهم ریختگی سری زمانی بودجه و پیچیدگی‌هایی در این رابطه می‌شود؛ آن هم در شرایطی که تأثیر مثبتی در کاهش هزینه یا مصارف بودجه‌ای نداشته و محدود به آثار روانی خواهد بود.

اخیرا هیات دولت کلیات لایحه حذف چهار صفر از پول ملی را تصویب کرد که در نتیجه آن ریال برداشته و تومان، واحد پول ملی می‌شود؛ به طوری که هر ۱۰ هزار ریال یک تومان خواهد شد.

در این میان، یکی از بخش‌هایی که با اعداد و ارقام کلان سر و کار دارد و به طور حتم درگیر این تصمیم دولت خواهد شد، حوزه بودجه‌ریزی کشور است که پرس و جوی ماجرا از برخی مسئولان و کارشناسان مرتبط با بودجه در مورد اینکه حذف چهار صفر چه اثری در این زمینه خواهد داشت، با این توضیحات همراه بود که با این اقدام، بسیار کار سخت و پیچیده‌ای پیش روی دولت است و باید تمامی اطلاعات مربوط به حوزه مالی در خزانه و بودجه تغییر کند، چراکه برای محاسبات، سری زمانی تمامی اطلاعات مورد استفاده باید تغییر کند و بر اساس مدل جدیدی که بر مبنای تومان است، تهیه شود. به گفته کارشناسان حوزه بودجه‌ریزی، برای اینکه آمار و ارقام قابل مقایسه باشد و سری‌های زمانی بعد از تبدیل ریال به تومان قابل استفاده و قابل قیاس باشند، لزوم تغییر تمامی آنها وجود دارد. این در حالی است که حساب‌های مورد نظر از سال ۱۳۳۸ تاکنون وجود داشته و باید تمامی آنها تبدیل شود که خود بسیار موضوع پیچیده‌ای خواهد بود، چراکه به هر حال در گذر زمان اعداد تغییر کرده و تبدیل آنها کار آسانی نیست.

آنچه در توضیح بودجه‌ریزان دیده می‌شود، این است که تغییر پول ملی و حذف چهار صفر تغییری در هزینه‌ها ایجاد نخواهد کرد و فقط آثار روانی را به همراه دارد که در برخی موارد مثبت و در برخی موارد منفی است.

در مجموع کارشناسان حوزه بودجه‌ریزی تأکید دارند که در شرایط ثبات اقتصادی می‌توان دست به حذف صفر از پول ملی زد، اما اکنون وضعیت اقتصاد ایران در ثبات و فضای آرامی قرار ندارد که چنین تصمیمی، عقلانی

تنهایی باعث قدرتمند شدن پول ملی شود.

در ایران هم حذف صفر به تنهایی جواب نمی‌دهد و کیلی با تأکید بر اینکه باید زمینه‌های لازم برای کنترل حجم نقدینگی در اقتصاد فراهم شود گفت: این حجم نقدینگی در کنار کاهش درآمدهای نفتی باعث می‌شود که تورم در اقتصاد ایران بیشتر از روز قبل باشد که در چنین شرایطی حذف چهار صفر از پول ملی به تنهایی نمی‌تواند باعث حل مشکلات اقتصادی یا کاهش تورم شود.

در مورد تجربه ترکیه ذکر این نکته هم ضروری است که این کشور ابتدا یک برنامه ریاضتی ۱۶ میلیارد دلاری را به اجرا گذاشت و پس از آن که نرخ تورمش به ۹ درصد کاهش پیدا کرد، در سال ۲۰۰۵ اقدام به حذف صفر از پول ملی خود کرد.

بعد از این با ایجاد اصلاحات ساختاری، قیمت برابری هر دلار از یک میلیون و ۳۵۰ هزار لیر در سال ۲۰۰۴ به نرخ معقول خود بازگشت و ثبات نسبی نرخ ارز برای مدت طولانی در این کشور ادامه پیدا کرد و در آخرین معاملات ارزی، هر دلار آمریکا به ازای ۵.۵۵۹۸ لیر مبادله می‌شود.

صفرها به تنهایی زورشان به تورم نمی‌رسد

بررسی تجربیات کشورهای مختلف نشان می‌دهد که حذف صفر از پول ملی الزاما به توقف نرخ تورم یا کاهش ارزش پول منجر نشده است.

زیمباوه در سال ۲۰۰۹ اقدام به حذف ۱۲ صفر از پول ملی خود کرد. به گفته سی ان ان، در آن سال با یک اسکانس ۱۰۰ تریلیون دلاری زیمباوه می‌شد تنها یک قرص نان خرید و قیمت هر دلار آمریکا به ۳۰۰ تریلیون دلار زیمباوه رسیده بود.

با این حال تنها اکتفا به حذف صفر از پول بدون اصلاحات ساختاری باعث شد تا تورم این کشور در ژوئن سال ۲۰۱۹ با گذشتن از ۱۷۵.۶۶ درصد مجددا رکوردشکنی کند.

ونزوئلا نیز سال گذشته اقدام به حذف پنج صفر از پول ملی خود کرد اما تورم آن از ۲۴ هزار و ۵۷۱ درصد در سال گذشته به ۸۱۵ هزار و ۱۹۴ درصد در ماه می افزایش پیدا کرده است. اقتصاد ونزوئلا نیز که سال گذشته طبق گفته دویچه وله منفی ۱۸ درصد کوچک شده بود، طبق پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول امسال را با رشد منفی ۳۵ درصد سپری خواهد کرد.



اشاره:

در شماره گذشته نساجی امروز، بخش نخست مصاحبه‌های اختصاصی با تعدادی از صنعتگران و فعالان صنایع نساجی و پوشاک در مورد برگزاری ایتمای ۲۰۱۹ منتشر شد و در این شماره بخش دوم این گفت‌وگوها از نظراتان خواهد گذشت.

قسمت دوم ایتما، تبلور کاربردی علوم نساجی است

تهیه و تنظیم: مینا بیانی

■ نفوذ به بازارهای صادراتی با حضور در نمایشگاه‌های جهانی



«شرکت ماشین‌سازی راعی» یکی از غرفه‌داران ایرانی در ایتمای ۲۰۱۹ بود که توانست در کنار شرکت‌های معظم نساجی جهان، عرض‌انداز نماید و پرچم ایران را با افتخار و سربلندی به اهتزاز درآورد اگرچه مسائل اقتصادی و تحریم‌ها، محدودیت‌های بسیاری برای این شرکت خوش‌نام و بی‌ادعا در تعامل با بازدیدکنندگان کشورهای مختلف به وجود آورده است.

مهندس محسن راعی - مدیرعامل - با اعلام این مطلب که تکنولوژی نانو و پلاسمای ماشین‌آلات و مواد مصرفی نسبت به دوره قبل ایتما پیشرفت چشمگیری کرده بود، گفت: با توجه به کیفیت بسیار بالای محصولات این شرکت و قیمت رقابتی و اطمینان خاطر نسبت به نفوذ در بازار آسیا، در ایتما حضور یافتیم و استقبال کم‌نظیر کشورهای هدف از کلمبیا، سوریه، مصر و حتی برخی کشورهای اروپایی، برای ما بسیار امیدوارکننده بود.

وی در پاسخ به این سوال که آیا حضور غرفه‌های ایرانی در ایتما از نظر اقتصادی و فنون بازاریابی رقابتی مناسب به نظر می‌رسد، گفت: با توجه به توانایی صنعتگران ایرانی در

تولید محصولات با کیفیت و همچنین قیمت‌های رقابتی، با بهبود شرایط سیاسی و اقتصادی به طور قطع غرفه‌داران ایرانی می‌توانند نتایج موثری بگیرند.

این صنعتگر نساجی، بهترین و مناسب‌ترین راه نفوذ به بازارهای صادراتی را حضور مستمر در نمایشگاه‌های معتبر بین‌المللی دانست و افزود: حضور در رویدادهای جهانی مانند ایتما، از اهمیت خاصی برای مجموعه ما برخوردار است.

مهندس راعی اذعان داشت: بیش از ۱۴۷ کشور در این نمایشگاه حضور داشتند و اغلب بازدیدکنندگان از کشورهای بودند که برای مذاکره با آنها پیش از برپایی ایتما برنامه‌ریزی کرده بودیم و از این طریق توانستیم ارتباطات بسیار مثبت و موثر برقرار نماییم اما مانع اصلی ما در توسعه روابط بین‌المللی، گره خوردن مسائل صادراتی با تحریم‌هاست برای مثال با شرکت‌های مختلف از اقصی نقاط دنیا مذاکره انجام دادیم و به دلیل کیفیت بالای محصولات ما و همچنین قیمت مناسب و رقابتی آن، به انجام معامله و عقد قرارداد تمایل بسیاری داشتند و برخی از وجود تحریم‌ها بسیار ابراز تأسف نمودند اما معامله با ایران را به بهبود شرایط سیاسی و بین‌المللی ایران و رفع تحریم‌ها موکول کردند.

وی خاطرنشان کرد: نقطه مثبت و مزیت شرکت

ماشین‌سازی راعی، تولید انواع چله پیچ‌ها با مشخصات فنی متفاوت است و خوشبختانه امسال علاوه بر محصولات مشترک با شرکت سوئسی مگ، ۶ مدل متفاوت از ماشین چله پیچی را در معرض نمایش قرار دادیم که هر یک، جذابیت‌های فوق‌العاده‌ای برای بازدیدکنندگان داشت.

به گفته مهندس راعی، حمایت‌های دولت برای حضور شرکت‌های توانمند ایرانی در نمایشگاه‌های خارجی بسیار اندک و ضعیف است و با توجه ثبت نام جهت حضور در ایتما ۴ سال پیش و با نرخ پایین ارز صورت گرفت، متأسفانه تسویه حساب طبق نرخ ارز سال ۲۰۱۹ انجام و هزینه‌های سنگینی به مجموعه تحمیل شد اما علی‌رغم تمام مسائل و مشکلات با توکل به خداوند، صد در صد در ایتمای ۲۰۲۳ حضور بسیار موفق‌تر و پررنگ‌تر خواهیم داشت.

■ امیدوار به توسعه بازارهای بین‌المللی

«شرکت آراز» بعد از معرفی برند ایرانی «جولا» در زمینه ماشین‌های گردبافی و فروش موفق داخلی آن با توجه به عناصر کیفیت، بومی‌سازی ماشین، قیمت اقتصادی و خدمات پس از فروش مناسب، با توجه به توان تخصصی مهندسان شرکت که همگی از فارغ التحصیلان مدارج بالای دانشگاه‌های تهران هستند، از چهار سال پیش



غرفه شرکت آراز



محسن راعی - مدیرعامل ماشین سازی راعی



خود را در این نمایشگاه رونمایی کرد. این محصول با نصب شدن روی ماشین‌های نساجی و شبکه‌سازی آنها، قابلیت کنترل وضعیت آنلاین ماشین‌آلات و همچنین گزارشات دوره‌ای فعالیت و بازدید هر ماشین را برای مدیران کارخانه از طریق بستر اینترنت فراهم می‌نماید که خوشبختانه بسیار مورد توجه قرار گرفت.

مدیرعامل آراز تصریح کرد: با توجه به فرسودگی بسیاری از ماشین‌آلات صنعت نساجی در ایران و همچنین ذوق و سلیقه صنعتگران ایرانی، بهره‌گیری از تکنولوژی‌های مدرن و به‌روز دنیا باعث یک جهش بزرگ خواهد شد اما وقتی با تفکر سیستمی به موضوع نگاه کنیم در کوتاه مدت و تا زمانی که نگرش‌های کلان سیاسی، اجتماعی و اقتصادی کشور دچار اصلاح و بازنگری نگردد، این مدرن‌سازی در توسعه بهره‌وری چندان موثر واقع نخواهد شد.

دکتر حمید رحیم‌پور - مدیر تکنولوژی - در پاسخ به این سوال که بیشترین غرفه در ایتما متعلق به چه کشورهایی بود؛ گفت: هم از نظر تعداد غرفه و هم (تقریباً) از نظر تنوع محصولات ارائه شده، آلمان با اختلاف در صدر کشورهای شرکت‌کننده در این نمایشگاه قرار داشت و اکثر

مهندس میثم جواهری پور - مدیرعامل - عنوان داشت: با توجه به جوان بودن شرکت و برگزاری نمایشگاه ایتما در دوره‌های چهارساله، این اولین دوره شرکت ما در این نمایشگاه بود و لذا از منظر مقایسه‌ای اظهار نظر ما بلاموضوع است اما در مقایسه با نمایشگاه‌های دیگر تخصصی نساجی دنیا، هم از لحاظ تنوع و هم از لحاظ به کارگیری فناوری و معرفی محصولات جدید، بسیار قابل توجه و ارزشمند بود.

وی افزود: در ایتمای ۲۰۱۹، ورود فناوری‌های پیشرو، IOT و اینترنت اشیا به صنعت نساجی و به نوعی آمیخته شدن علوم کامپیوتر و الکترونیک در این نمایشگاه برای شرکت ما که در این حوزه دارای تخصص است، جالب توجه بود. نتیجه این آمیختگی، علاوه بر ظرفیت‌بخشی به مدیریت یکپارچه کارخانه‌های نساجی و افزایش بازدید کارخانه، در ارتقاء تک‌تک قطعات جانبی و اصلی ماشین اعم از واحد پردازشگر ماشین و ماشین‌های نساجی قابل برنامه‌ریزی کاملاً مشهود بود.

به گفته مهندس جواهری پور، خوشبختانه شرکت آراز در این زمینه همگام با تحولات جهانی، محصول KnitNet

در حوزه ساخت تجهیزات کنترلی ماشین‌های بافندگی، پروژه‌های فناورانه‌ای تعریف نمود که تاکنون ۳ محصول تجاری دانش بنیان با نام‌های «سنسور سوزن شکسته جول»، «چرخش نگار» و «کنترل و پایش کارخانه بافندگی از راه دور» از میان این پروژه‌ها به بازار داخل و خارج عرضه شده است. این محصولات به خصوص محصول سنسور سوزن با توجه به دانش و فناوری منحصر به فرد، در عرصه بین‌المللی هم کم‌نظیر بوده و تنها دارای رقبای آلمانی و بلژیکی می‌باشند.

با توجه به پتانسیل بالای صادراتی چنین محصولات دانش‌محوری، برند ایرانی جول در بزرگترین نمایشگاه بین‌المللی نساجی دنیا یعنی ایتمای ۲۰۱۹ بارسلون به‌عنوان غرفه‌دار حضور داشت و محصولاتش مورد استقبال بازدیدکنندگان، بافندگان و ماشین‌سازان بزرگ این حوزه قرار گرفت، اگرچه علی‌رغم اشتیاق فراوان، یکی از نگرانی‌های اکثر بازدیدکنندگان (به خصوص کشورهای اروپایی)، تعامل مالی با ایران و یافتن راهی برای رفع این مشکل بود. صنعتگران مصری هم به دلیل عدم ارتباط دیپلماتیک با ایران، دچار چنین مشکلی بودند.



سعید آذری - مدیرعامل سولتکس ایران



افشین سالاردینی - مدیرعامل حریر الوان



بهرام شهریزاری - مدیرعامل طرح بافت رایان



تخصیص ارز برای واردات ماشین آلات نساجی و همچنین انتقال پول بسیار سخت است و به نظر می‌رسد نتوانیم مانند سال‌های گذشته، تکنولوژی‌های مدرن و ماشین‌آلات به روز را وارد صنعت نساجی کشور نماییم، این موضوع بسیار خطرناک است و متأسفانه باعث می‌شود در طولانی‌مدت بازار خود را از دست بدهیم.

مدیرعامل طرح بافت رایان، حضور بازدیدکنندگان ایرانی در ایتما بارسلون را به دلیل سخت‌گیری‌های سفارت اسپانیا در صدور ویزا بسیار کم‌رنگ توصیف کرد و گفت: جای تأسف فراوان است که صنعتگران ایرانی نتوانستند از تکنولوژی‌های روز اطلاعات جامع و کامل کسب کنند.

فقدان حمایت‌های دولتی و بانکی از صنعت نساجی

مهندس افشین سالاردینی - مدیرعامل حریر الوان - با اشاره به این مطلب که از سال ۱۹۹۲ هر چهار سال یک‌بار در نمایشگاه‌های ایتما شرکت کرده‌ام، گفت: در بخش‌های بافت و رنگ‌رزی تقریباً شرایط همیشگی حکمفرما بود اما افزایش سرعت و ارتقای کیفیت محصولات در چاپ دیجیتال بسیار شگفت‌آور بود و به نظر می‌رسد طی چهار



دشواری واردات ماشین‌آلات نساجی

مهندس بهرام شهریزاری - مدیرعامل شرکت طرح بافت رایان و نماینده شرکت شیما سبکی ژاپن در ایران - از سال ۱۹۹۸ تاکنون در تمام دوره‌های ایتما به‌عنوان



بازدیدکننده حضور پیدا کرده است. وی عنوان داشت: در ایتما بارسلون، شاهد توسعه و پیشرفت چاپ دیجیتال بودیم و پرازدحام‌ترین و جذاب‌ترین سالن نمایشگاه به این بخش اختصاص داشت.

وی گفت: تمام برندهای معتبر و مطرح در زمینه ماشین‌های تخت‌باف حضور داشتند و شرکت شیما سبکی به‌عنوان یکی از پیش‌تازان تولید ماشین‌های تخت‌باف، یک مدل ماشین جدید عرضه کرده بود که با توجه به شرایط فعلی، واردات آن به کشور دشوار است.

مهندس شهریزاری ضمن اشاره به حضور پررنگ شرکت‌های اروپایی در ایتما گفت: تعداد غرفه‌داران کشورهای آسیایی در مقایسه با کشورهای اروپایی به مراتب کمتر بود.

وی ضمن تأیید این دیدگاه که سهم صنعتگران ایرانی از حضور در ایتما فقط مشاهده ماشین‌آلات است و امکان خرید آنها وجود ندارد؛ گفت: به دلیل مشکلات ارزی،

بازدیدکنندگان را می‌توان به دو دسته اصلی بافندگان و نمایندگان فروش تقسیم کرد. بافندها به دنبال مشاهده و آشنایی با آخرین تحولات و تکنولوژی‌های عرضه شده این صنعت و شاید به کارگیری برخی از آنها در واحدهای تولیدی خود بودند، نمایندگان فروش هم بیشتر بر توسعه کسب و کار و تجارت متمرکز بودند، ضمن اینکه گروه‌های دانشجویی و کسب و کارهای جانبی نیز در این نمایشگاه در زمره بازدیدکنندگان قرار داشتند.

دکتر رحیم‌پور، هدف شرکت آراز از حضور و اخذ غرفه در ایتما بارسلون، «جایگاه‌سازی و معرفی برند جولا در سطح بین‌المللی»، «توسعه بازار فروش (و جذب نمایندگان محلی بدین منظور)»، «مذاکره و همکاری با شرکت‌های بزرگ سازنده ماشین» و «آشنایی با محصولات و ایده‌های جدید در این حوزه» برشمرد و افزود: استقبال فراتر از حد انتظار کارخانجات بافندگی و همچنین مذاکرات اولیه با شرکت‌های بزرگ و پیشرو ماشین‌ساز اروپایی همچون مایر و تروت، ماشین‌سازان تایوانی و چینی در خصوص همکاری و استفاده از محصول ما در ماشین‌هایشان، می‌تواند نشانه‌های روشنی از دستیابی به این اهداف باشد و ما را به ادامه مذاکرات و پیگیری‌های تجاری امیدوار نموده است.

می‌نمایند و امسال نیز به دلیل افزایش نرخ ارز، این روند با شدت بیشتری در جریان بود اگرچه گروه ITEMA هیچ مشکلی در زمینه فروش ماشین‌آلات نساجی به ایران ندارد. وی از مهم‌ترین مشکلات فعلی صنعتگران و سرمایه‌گذاران را عدم اطمینان به آینده صنعت نساجی، مسائل ارزی و چالش‌های نقل و انتقال بانکی دانست.

■ مشکلاتی مانند تحریم ماندگار نخواهند ماند

مهندس خشایار فرزاد- مدیر دفتر فنی شرکت کویر جین سمنان- برای چهارمین مرتبه در نمایشگاه ایتما حضور داشت. وی، نوآوری‌ها و دستاوردهای عرضه شده شرکت‌های نساجی در ایتمای امسال را کمتر از دوره‌های



گذشته (علی‌الخصوص ایتمای میلان) دانست و گفت: برخی از ماشین‌آلات عرضه شده در مرحله تحقیق و توسعه تکنولوژی قرار داشتند و بیشتر به صورت مفهومی ارائه شده بود و هنوز آماده فروش نبودند اما چند مورد در بخش ریسندگی بسیار جالب توجه بود؛ برای مثال یکی از شرکت‌های اسپانیایی مدعی بود که بدون تغییر و افزایش دور بر دقیقه ماشین ریسندگی با استفاده از تکنیک خاصی می‌تواند تولید ماشین را تا ۳۰ درصد افزایش دهد.

وی ادامه داد: یک شرکت بافندگی نیز سیستم دابی را حذف و حرکت وردها را با استفاده از موتور الکتریکی انجام می‌داد که امکان مانور تولیدکننده را در طراحی‌های پیچیده افزایش داده بود. شرکتی هم یک دستگاه ماشین بافندگی جدید معرفی کرده بود که سیستم بودگذاری آن ترکیبی از رایبر و پروچکتایل بود. به گفته مهندس فرزاد، بخش عمده شرکت‌کنندگان در بخش مواد شیمیایی و رنگ، مدعی ارائه محصولات با کیفیت بالا با توجه به رعایت کلیه موارد زیست محیطی بودند به طوری که به محیط زیست آسیب وارد نمی‌کند و آب کمتری نیز به مصرف می‌رسد.

وی عنوان داشت: اغلب غرفه‌ها به کشورهای اروپایی اختصاص داشت و فکر می‌کنم تعداد شرکت‌های چینی و هندی نسبت به ایتمای میلان کمتر بود. از ایران نیز شرکت ماشین‌سازی راعی، رنگدانه سیرجان و مجلات نساجی موفق و صنعت کهن حضور داشتند.

به گفته مهندس فرزاد، به جز شرکت لوا (LUWA) که تمایلی به مذاکره با مشتریان ایرانی نداشت، سایر شرکت‌ها علی‌رغم وجود مشکلاتی در ارسال قطعات و دریافت پول

ایتالیایی عرضه‌کننده بهترین ماشین‌آلات چاپ، هنگام مذاکره با ما اعلام کرد نمی‌توانیم به صورت مستقیم دستگاهی به ایران بفروشیم. سایر کشورهای غیر آسیایی نیز با مشکل فروش به ایران مواجه بودند و به صراحت می‌گفتند: «امکان گشایش اعتبار و انتقال پول نداریم و محدودیت‌های بسیاری برای معامله با ایران داریم.» حسرت من به دلیل نخریدن ماشین‌آلات موجود در ایتما نیست از این موضوع بسیار آزرده خاطر هستم که چرا مانند کشورهای دیگر نمی‌توانیم به آسانی و بدون دغدغه و محدودیت، ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های روز دنیا را بخریم و به کشور منتقل نماییم. چرا باید از طریق کشورهای ثالث و صرف هزینه‌های گزاف، واردات انجام شود؟

این صنعتگر نساجی تصریح کرد: رشد و توسعه در دنیا متوقف نمی‌شود، امیوارم در دوره بعدی ایتما، محدودیت‌ها و موانع اقتصادی و سیاسی از بین برود تا صنعتگران ایرانی بتوانند با تهیه ماشین‌آلات مدرن و تکنولوژی‌های پیشرفته، خطوط تولید را مورد نوسازی و بازسازی قرار دهند.

■ عدم اطمینان صنعتگران و سرمایه‌گذاران به آینده صنعت نساجی

مهندس سعید آذری- مدیرعامل شرکت سولتکس ایران- که از سال ۱۹۸۷ - ایتمای پاریس - تاکنون در ایتما حضور داشته، عنوان داشت: در نمایشگاه ایتمای این دوره، گروه ITEMA ماشینی تحت عنوان «دیسکوری» عرضه کرد که سیستم بودگذاری آن مانند پروژکتایل، انعطاف‌پذیری آن مانند رایبر و سادگی مانند ایرجت است؛ البته هنوز هیچ قیمتی برای این ماشین تعیین نشده و فقط برای مشاهده بازدیدکنندگان نمایش داده شده بود. همچنین ماشین‌آلات تولید دنیما، رایبر و ایرجت‌های نسل دو را نیز در ایتمای امسال عرضه کرد.



نماینده گروه ITEMA در ایران، از خرید شرکت PANTER توسط این گروه صنعتی - تحت عنوان ITE-MA-TECH خبر داد. به گفته مهندس آذری، حضور بازدیدکنندگان آسیایی (به خصوص هند، چین و پاکستان) در ایتمای امسال بسیار چشمگیر اما تعداد بازدیدکنندگان ایرانی نسبت به قبل بسیار کمتر بود.

مدیرعامل سولتکس ایران تصریح کرد: به طور کلی ایرانی‌ها به ندرت در ایتما، قرارداد خرید ماشین‌آلات منعقد



سال آینده، شاهد پیشرفت فوق‌العاده این بخش در صنعت نساجی و همین‌طور حرکت به سوی تولید انبوه خواهیم بود. وی یادآور شد: حضور شرکت‌های آلمانی و ایتالیایی در ایتمای این دوره به مراتب محسوس‌تر و بیشتر از سایر کشورها بود، شرکت‌های چینی نیز حضور مطلوبی داشتند و نکته جالب سرعت چشمگیر شرکت‌های ترکیه به سمت تولید ماشین‌آلات نساجی (تحت حمایت دولت این کشور) بود.

مدیرعامل حریر الوان، یکی از بزرگ‌ترین مشکلات صنعتگران نساجی را عدم امکان نوسازی و بازسازی واحدهای تولیدی و فقدان حمایت‌های دولتی و بانکی در این بخش اعلام کرد و گفت: نساجی، صنعتی است که باید به طور مستمر به روز شود و هر چند سال یک‌بار ماشین‌آلات جدید و مدرن جایگزین ماشین‌آلات قدیمی شود.

مهندس سالاردینی ضمن ابراز خرسندی از حضور غرفه‌های ایرانی در این نمایشگاه بین‌المللی گفت: شاید حسرت بزرگ فعالان نساجی و پوشاک کشور این باشد که چرا نمی‌توانند حضور موثرتر و پررنگ‌تری در ایتما داشته باشند...

وی به مشکلات خرید و واردات ماشین‌آلات مدرن عرضه شده در ایتما نیز پرداخت و اذعان داشت: یک شرکت



احمد عبدالرزاقی - مدیر فروش و بازاریابی الیاف گستر یزد



عباس مولایی - مدیر عامل بهینه پویان کیمیا صنعت (سمت راست)



خسار فرزاد - مدیر دفتر فنی کویر چین سمنان (سمت راست)



تولید تکنولوژی‌های جدید هستیم اما متأسفانه ایران کمی از این قافله عقب‌تر است و صاحبان صنایع با توجه به رکود اقتصادی موجود در بازار کنونی ایران، کمتر سرمایه‌های خود را صرف ارتقای تکنولوژی می‌کنند (شاید منطقی باشد)؛ البته در چندسال اخیر شاهد پیشرفت‌هایی هم بوده‌ایم که حاصل تفکر تعداد معدودی از صنعتگران و تلاش شخصی آنها بوده است.

■ ایتما بارسلون، یک نمایشگاه جامع و کامل

احمد عبدالرزاقی - مدیر فروش و بازاریابی شرکت الیاف گستر یزد - به‌عنوان یکی از بازدیدکنندگان این دوره از نمایشگاه ایتما ابراز داشت: ایتمای بارسلون، نمایشگاهی



بسیار جامع و کامل بود، در آن طیف وسیعی از خدمات، ماشین‌آلات و لوازم جانبی صنعت نساجی به نمایش گذاشته شد و فرصت بسیار خوبی برای کسب اطلاعات از تکنولوژی‌های مدرن صنعت نساجی به‌شمار می‌آید. وی ادامه داد: سه شرکت معتبر و مطرح بخش ریسندگی (ریتر، زاورر و ساویو) ماشین‌آلات مدرن منطبق بر تکنولوژی‌های پیشرفته با سرعت و بهره‌وری بسیار بالا

روکش‌های غلطک‌های کشش، جهت تأمین قطعات و ملزومات ماشین‌آلات صنایع نساجی در ایران در نمایشگاه ایتما حضور داشت، گفت: شرکت‌کنندگان ایتما تمام تلاش خود را به عمل آورده بودند تا مدرن‌ترین و پیشرفته‌ترین دستگاه‌های خود را به نمایش بگذارند و از دستگاه‌هایی با توان تولید متنوع نیز رونمایی شد.

وی ضمن اشاره رونمایی شرکت وندویل از دستگاه بسیار مدرن تولید موکت تافتینگ، خاطرنشان کرد: کشورهای اروپایی بیشترین غرفه‌ها را به خود اختصاص داده بودند اما از چین، هند و ایالات متحده نیز حضور چشمگیری داشتند. به گفته مولایی، اغلب بازدیدکنندگان ایرانی حاضر در ایتما، صاحبان صنایع و کارخانجات بودند که بیشتر پیگیر تکنولوژی‌های روز دنیا و ارتقاء خطوط تولید واحدهای خود بودند.

مدیرعامل کیمیا صنعت، هدف از حضور در ایتما را معرفی و ارائه خدمات به هموطنان و صاحبان صنایع نساجی حاضر در ایتما، ترغیب شرکت‌های اروپایی جهت همکاری با صنعتگران ایرانی و ارائه خدمات و محصولات به تولیدکنندگان کشور برشمرد. مولایی داشت: در حال حاضر صنایع نساجی دنیا با سرعت بسیار بالایی در حال رشد و توسعه است و هر روز شاهد

از ایران، همچنان تمایل خود را در تعامل با بازار ایران حفظ کرده بودند زیرا به‌عنوان فروشنده تکنولوژی و ماشین‌آلات، دنبال کسب درآمد هستند و می‌دانند مشکلاتی مانند تحریم و ... ماندگار نخواهند ماند به همین دلیل ارتباطات خود را با بازار ایران به‌طور کامل متوقف نمی‌کنند.

مدیر دفتر فنی شرکت کویر چین سمنان اذعان داشت: مدیران برگزارکننده ایتما باید تدابیر جدی برای تسهیل صدور ویزا برای بازدیدکنندگان و غرفه‌داران در کشور اسپانیا بیندیشند زیرا مشکل عدم صدور ویزا مختص ایرانیان نبود و شنیده می‌شد که از یک‌ها، پاکستانی‌ها و حتی پرسنل بعضی شرکت‌های ترکیه نیز با این مسأله مواجه شده بودند، وجود چنین مسأله‌هایی در شأن نمایشگاه معتبر و مهمی مانند ایتما نیست.

■ رشد و توسعه فزاینده صنایع نساجی دنیا

عباس مولایی - مدیرعامل شرکت بهینه پویان کیمیا صنعت - که به‌عنوان نماینده انحصاری شرکت‌های لوتر آلمان در زمینه تیغ‌های صنعتی، جک مونت اسپانیا در زمینه هارنیش و کمبربرد و بوبوتکس آلمان در زمینه



■ ایتمای تغییرات و تحولات اساسی!

مهندس سعید حقیقی - مشاور

خطوط ریسندگی نساجی - که در

ادوار مختلف نمایشگاه ایتما موفق به

بازدید از این رویداد جهانی شده است،

گفت: در مقایسه با سه دوره گذشته،

در ایتمای امسال تقریباً تمام ماشین آلات به روز شده بودند

و تغییر و تحولات اساسی در اغلب شرکت‌های مطرح بسیار

چشمگیر بود.



سعید حقیقی - مشاور خطوط ریسندگی نساجی (سمت راست)



وی ادامه داد: در بخش ریسندگی الیاف بلند، شاهد تغییرات

تکنولوژیکی شرکت سایدل (Seydel) بودیم، شرکت

سنت آندره آ (Sant'Andrea) نیز به روی پاساژهای خود

تغییرات قابل توجهی انجام داده بود در گذشته اتولور به

صورت الکترومکانیکی بود و امروز به شکل الکترومگنتی و

کاملاً بدون تماس فیزیکی عرضه می‌شود؛ همچنین برای

اولین بار، فینیشر عمودی ۲۸ هد را به بازار عرضه کرده بود

در حالی که تا پیش از این تمام فینیشرهای موجود در بازار

۲۴ هد بود؛ این امر در فعال شدن ظرفیت‌های نهفته تولید

نقش موثری ایفا می‌نماید. شرکت‌های سوپرپا و وندویل

نیز تحولات شگرفی به روی ماشین آلات خود اعمال کرده

بودند.

به گفته مهندس حقیقی، شرکت‌های زینسر و اشلافهورث

نیز تغییرات قابل توجهی روی رینگ و اتوکنر انجام داده

بودند و افزایش چندبرابری سرعت عملکرد دستگاه را به

همراه داشت، به طور کلی می‌توان از ایتمای ۲۰۱۹ به‌عنوان

نمایشگاه تغییرات و تحولات اساسی یاد کرد.

این مشاور خطوط ریسندگی یادآور شد: کشورهای اروپایی

حضور به مراتب پر رنگ‌تری در ایتما داشتند و هنوز تغییرات

فنی و تکنولوژیکی نساجی جهان ابتدا در اروپا عرضه

می‌شود.

وی هدف از حضور در ایتما را مشاهده تغییرات تکنولوژیکی

اعلام کرد و گفت: به برخی از فعالان بخش ریسندگی

کشور پیشنهاد کردم که برای افزایش سرعت و دقت

تولید، حداقل یک دستگاه پاساژ خریداری نمایند اما پس

از محاسبه ساده متوجه شدیم قیمت آن حدود ۲ میلیارد

و ۲۱۰ میلیون تومان است که در شرایط فعلی تقبل چنین

هزینه‌ای به هیچ‌وجه منطقی و مقرون به صرفه نیست.

ناتوانی در تهیه تکنولوژی‌های مدرن و عدم تخصیص وام

جهت واردات ماشین آلات، یک زنگ خطر جدی برای

صنایع نساجی ایران است.

عرضه کرده بودند. البته فروش اغلب سازندگان ماشین آلات ریسندگی در اروپا بر کشورهای آسیایی متمرکز شده‌اند به همین دلیل بهترین بازار برای صادرات الیاف ایران، بازار ترکیه و کشورهای آسیای میانه است.

مدیر فروش الیاف گستر یزد، حضور غرفه‌های چینی در ایتمای بارسلون را چشمگیر اعلام کرد و گفت: تعداد شرکت‌های ترکیه و هند نیز قابل توجه بود.

عبدالرزاقی در پاسخ به این سوال که آیا خرید ماشین آلات نساجی در ایتما امکان‌پذیر بود، به عدم اختصاص ارز دولتی برای واردات ماشین آلات اشاره کرد و گفت: در حال حاضر برای بسیاری از صنعتگران، خرید ماشین آلات نساجی - عمدتاً اروپایی - مقرون به صرفه نیست، از سوی دیگر تحریم‌ها نیز مانع جدی برای نقل و انتقال پول محسوب می‌شود.

وی هدف از حضور در ایتما را «کسب تجربه»، «مشاهده تکنولوژی و ماشین آلات روز دنیا» و «بازاریابی در زمینه صادرات الیاف به آسیای میانه و ترکیه» اعلام و آن را رضایت بخش توصیف کرد.

عبدالرزاقی ابراز داشت: حضور بازدیدکنندگان ایرانی در ایتمای امسال به دلیل سخت‌گیری بی‌دلیل سفارت اسپانیا در صدور ویزا، اندک و کم رونق بود.

مهندس حقیقی اذعان داشت: اغلب غرفه‌داران ایتما تمایل

به فروش ماشین آلات به ایران داشتند اما بسیاری از آنان

یا شرکای آمریکایی دارند و یا ماشین‌آلاتشان می‌تواند مورد

استفاده دوگانه قرار گیرد به همین دلیل یک شرکت واسط

را معرفی می‌کردند و موردی وجود نداشت که از فروش به

ایران استنکاف نمایند، البته شرکت‌های ژاپنی از این موضوع

مستثنی هستند زیرا همیشه سخت‌گیرانه‌تر و محتاط‌تر از

اروپا و امریکا عمل می‌نمایند و به همین دلیل سال‌های

متمادی است شرکت‌هایی مانند موارتا، تویوتا (ماشین آلات

بافندگی) و... بازار ایران را ترک کرده‌اند.

■ افزایش سرعت ماشین آلات و بهره‌وری خطوط

تولید

مهندس امیر عابدیان - رئیس

هیئت مدیره شرکت یکتا الیاف - در

مورد ایتمای ۲۰۱۹ گفت: در زمینه

ماشین آلات تولید الیاف پلی‌استر،

شرکت‌های نیومگ و بارمگ حضور



داشتند اما با توجه به نرخ فعلی ارز، به هیچ عنوان خرید

ماشین آلات از چنین شرکت‌هایی، توجیه اقتصادی ندارد.

وی افزود: در این بخش (ماشین آلات تولید الیاف پلی‌استر)،

تکنولوژی جدید و خاصی عرضه نشده بود و صرفاً سرعت

ماشین آلات و بهره‌وری آنان بالا رفته بود.

به گفته مهندس عابدیان، شرکت‌های مطرح در بخش‌های

چاپ و تکمیل پارچه، ریسندگی و بافندگی در ایتمای امسال

بسیار قدرتمند ظاهر شده بودند.

رئیس هیئت مدیره یکتا الیاف، اغلب غرفه‌های ایتما را متعلق

به آلمان، ایتالیا و اسپانیا دانست و افزود: در میان کشورهای

آسیایی، چین بیشترین غرفه را به خود اختصاص داده بود.

وی افزود: «نحوه نقل و انتقال پول» پرسش مشترک

تمام غرفه‌هایی بود که از آنها بازدید به عمل آوردیم و به

نظر می‌رسید غرفه‌داران (شرکت‌های اروپایی بسیار بیشتر

از شرکت‌های آسیایی) تمایل چندانی به تعامل با ایران

نداشتند. این صنعتگر نساجی تصریح کرد: پیش از حضور

در ایتما، به خوبی می‌دانستیم اکثر شرکت‌های اروپایی با

ماشین آلات گران‌قیمت در نمایشگاه غرفه خواهند داشت

و در این راستا، ایده برداری جهت افزودن مجموعه‌های

جدید در آینده و آشنایی با تکنولوژی‌های جدید و روز دنیا را

به‌عنوان اهداف اصلی بازدید از ایتمای بارسلون قرار دادیم

و تصمیمی برای خرید ماشین آلات و انعقاد قرارداد نداشتیم.



شهراام شاه‌بابایی - مدیرعامل شیمی فرایند مهر آریا (سمت راست)



مهندس بهرام حریری - مهندس عامل مانا نسج (سمت چپ)



میر هادیان - رئیس صنعت ملایر و نساجی لایف



صنعت نساجی از لحاظ ساختار فرایند تولید طی چهار سال آینده در دنیا اتفاق خواهد افتاد. وی گفت: نگاه به اتوماسیون در کشور ما طی سال‌های گذشته، پیچیده و دور از ذهن به شمار می‌رفت اما در حال حاضر تولید کنندگان، دستگاه‌های به روز و منطبق با تکنولوژی‌های پیشرفته را برای ارائه محصولات با کیفیت، نصب و راه‌اندازی کرده‌اند و همگام با رقیبان خارجی، محصولات با کیفیت و کمیت بالا ارائه می‌نمایند؛ لذا بر این باورم که در صورت رفع مشکلات کلان صنعت نساجی (به خصوص در بخش تحریم‌ها)، با توجه به موقعیت جغرافیایی مناسب و همچنین دانش بالای صنعتگران و متخصصین ایرانی، شاهد رشد قابل توجه صنایع نساجی و پوشاک کشور خواهیم بود.

■ حضور گسترده سازندگان ماشین‌آلات بافندگی در ایتمای ۲۰۱۹

مهندس نازنین فرد اسماعیل‌پور - مدیر برندینگ شرکت سیاوود - عنوان داشت: سرعت تغییرات و تحولات تکنولوژیکی آن قدر افزایش یافته که با حضور در نمایشگاهی مانند ایتما و مشاهده ماشین‌آلات مدرن به ضرورت



به تمایل مصرف‌کنندگان و تغییر نگاه مصرف‌کنندگان و همچنین تأثیر مد در جوامع می‌باشد. در زمینه چاپ پارچه به روش دیجیتال نیز رشد چشمگیری انجام شده بود. وی ادامه داد: بیشترین غرفه‌های ایتمای این دوره به کشورهای ایتالیا، چین، آلمان، هند و ترکیه اختصاص داشت و نکته قابل توجه، رشد سازندگان ماشین‌آلات در ترکیه نسبت به ایتمای دوره پیش می‌باشد و این امر نشان‌دهنده انتقال تکنولوژی ماشین‌آلات از کشورهای اروپایی به ترکیه است. به اعتقاد مهندس حریری، با توجه به چهار سالانه بودن ایتما و نام‌گذاری آن به عنوان المپیک صنایع نساجی، تمام فعالان بخش‌های مختلف صنعت نساجی در این رویداد جهانی حضور می‌یابند اما متأسفانه امسال به دلیل عدم صدور ویزا برای بسیاری از صنعتگران ایرانی و بعضی کشورها، باعث شد تعدادی از فعالان و افراد مرتبط با صنایع نساجی و پوشاک از حضور در ایتما محروم شوند.

مدیرعامل مانا نسج، آشنایی با تغییرات تکنولوژیکی سازندگان و پیگیری موارد مرتبط در نمایشگاه را هدف اصلی حضور در ایتمای ۲۰۱۹ اعلام کرد. این صنعتگر نساجی خاطر نشان کرد: در ایتمای دوره بعد، شاهد تولید دستگاه‌های کاملاً هوشمند و همچنین فرایند تولید هوشمند خواهیم بود و به اعتقاد من، انقلاب بزرگی در

مهندس عابدیان خاطر نشان کرد: با توجه به نرخ بالای ارز، رکود صنعت و کاهش سود و ارزش افزوده نساجی در ایران، اگر شاهد تغییرات مثبت و سازنده نباشیم، خرید ماشین‌آلات و خطوط تولید از کشورهای توسعه یافته صنعتی مانند آلمان و ایتالیا، بسیار دشوار و فاقد توجیه اقتصادی خواهد بود، در نتیجه صرفاً می‌توان از نمایشگاه‌های معتبری مانند ایتما ایده گرفت و سراغ کشورهایی مانند چین برویم و ماشین‌آلات با کیفیت (تحت لیسانس شرکت‌های اروپایی) از آنان بخواهیم که قیمتی بین یک پنجم تا یک دهم کشورهای اروپایی دارند.

■ تولید دستگاه‌های کاملاً هوشمند و انقلاب بزرگ در صنعت نساجی دنیا

مهندس بهرام حریری - مدیرعامل شرکت مانا نسج - که تجربه شش مرتبه حضور در نمایشگاه‌های ایتما را دارد، ابراز داشت: در زمینه تکمیل نساجی نسبت به دوره‌های قبل،



تغییرات قابل ملاحظه‌ای مشاهده شد و نکته قابل توجه، سوق سازندگان ماشین‌آلات به سمت مد و Fashion بیشتر از افزایش میزان تولید در ماشین‌آلات بود و آن نیز

عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران در پاسخ به این سوال که بازدیدکنندگان بیشتر چه طیفی را تشکیل می‌دادند، گفت: مانند سال‌های گذشته شرکت‌های برند و صاحب‌نام نساجی مانند ریتز، پیکانول و ... از محصولات جدید در این نمایشگاه رونمایی کردند و یا تغییرات و به روزرسانی سیستم‌های تولیدی خود را در معرض مشاهده علاقه‌مندان قرار داده بودند. بازدیدکنندگان اغلب متعلق به دو طیف صاحبان صنعت (مدیران صنایع نساجی کشورهای مختلف) و پژوهشگران و علاقه‌مندان صنعت نساجی بودند که هر دو طیف با هدف به روزرسانی دانش فنی و اطلاعات تخصصی خود و آشنایی با ماشین‌آلات مدرن و جدید در ایتما حضور یافته بودند.

مهندس شاه بابایی اظهار داشت: در نمایشگاه امسال، با هدف حمایت از نوآوری در صنعت، غرفه‌های پژوهشی شامل دانشگاه‌ها، انستیتوهای پژوهشی نساجی، شرکت‌ها و موسسات پژوهشی آزمایشگاهی به ارائه تحقیقات و ابداعات نوین خود پرداختند. در بخش دیگر نمایشگاه، همایش‌هایی جهت ارائه اطلاعات و دانش روز برگزار شد که محققان و مبتکران به ارائه دستاوردهای علمی و صنعتی خود پرداختند و در نهایت مباحث ارائه شده توسط هیئت داوران مورد بررسی قرار گرفت و به برترین‌ها جوایزی اهدا شد؛ همین امر باعث افزایش انگیزه و رقابت در بخش‌های علمی و نوآوری در صنعت می‌شود. به این مورد هم باید اشاره کنم در ایتمای ۲۰۱۹ مسائلی مانند بهره‌گیری از مواد اولیه نوآورانه و ارتقای تکنولوژی تولید، نوآوری در کسب و کار از طریق اتوماسیون و دیجیتالی کردن، اعمال نوآوری‌های فنی و توجه به صنعت پاک در راستای حفظ محیط زیست مورد توجه خاصی قرار داشت. وی تأکید کرد: به نظر می‌رسد دیجیتالی شدن و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین مانند هوش مصنوعی، به زودی صنعت نساجی را با انقلاب جدیدی روبرو خواهد کرد و راه‌گیزی هم نخواهد بود.

وی عنوان داشت: بسیاری از کشورهای توسعه یافته در زمینه تولید پارچه‌های هوشمند سرمایه‌گذاری‌های کلان انجام داده‌اند و در این میان، ما نیز - علی‌رغم شرایط دشوار تحریم - چاره‌ای جز پیشرفت نداریم. همکاری صنعت و دانشگاه در بخش طراحی و ساخت ماشین‌آلات و تولید نرم‌افزارهای کاربردی صنعت نساجی و پوشاک، را به‌عنوان یک فرصت ارزشمند دانست و افزود: به این موضوع می‌توان به‌عنوان یک چشم‌انداز استراتژیک برای برداشتن گام‌های بلند در توسعه صنعت نساجی ایران نگرست.

این که سطح شهر بارسلون، مملو از تبلیغات نمایشگاه ITM اترکیه بود! ۲-۳ سالن هم فقط به شرکت‌های آلمانی اختصاص داشت و باید گفت هنوز اروپا، پرچمدار صنعت نساجی دنیا است.

تبادل دانش و اطلاعات؛ یک پلتفرم در صنایع نساجی

مهندس شهرام شاه‌بابایی -



مدیرعامل شرکت شیمی فرایند مهر آریا - که برای سومین بار موفق به بازدید از نمایشگاه ایتما شده بود، گفت: در ایتمای ۲۰۱۹، ۱۷۱۷ غرفه

وجود داشت که از این نظر در میان ایتماهای گذشته، رکورد دار است. وی افزود: این دوره نمایشگاه در وسعت ۱۱۴۵۰۰ متر مربع به صورت فضای خالص نمایشگاهی برگزار شد که این فضا در قالب ۹ سالن طراحی و اجرا شد. تعداد غرفه‌ها و مساحت برگزاری، افزایش ۹ درصدی نسبت به دوره گذشته یعنی سال ۲۰۱۵ را در برداشته است.

به گفته مهندس شاه بابایی، تقریباً نیمی از شرکت‌کنندگان ایتمای امسال از کشورهای غیر اروپایی بودند و همین امر بیانگر رشد و توسعه تکنولوژی در صنایع نساجی کشورهای غیر اروپایی است. وی ضمن بیان این مطلب که تبادل دانش و اطلاعات به عنوان یک پلتفرم در صنایع نساجی استفاده می‌شود، افزود: یکی از بهترین راه‌ها برای تبادل دانش و فن‌آوری حضور در ایتماست زیرا این نمایشگاه معتبر، رقابتی همچون جام جهانی در سطح بین‌المللی برای صنایع نساجی به شمار می‌آید که تمام شرکت‌کنندگان نهایت تلاش خود را برای حضور پر بار و موفق در این رویداد جهانی به عمل می‌آورند. مدیرعامل شیمی فرایند، محسوس‌ترین تغییر صورت گرفته در صنعت نساجی طی چند سال اخیر را در بخش «چاپ» دانست و گفت: تغییرات بسیار چشمگیر در سالن چاپ ایتمای امسال کاملاً مشهود بود و از رشد ۳۸ درصدی خبر می‌داد. همچنین دیجیتالی‌سازی، گرایش به مدرنیزه شدن، حرکت به سمت استفاده از الیاف و پارچه‌های هوشمند از پایه‌های بنیادین در این نمایشگاه به شمار می‌آید. وی گفت: ایتالیا با ۳۶۴ غرفه به عنوان فعال‌ترین و دارنده بیشترین غرفه‌های ایتمای ۲۰۱۹ محسوب می‌شد و چین با ۲۷۶ غرفه، آلمان با ۲۲۲ غرفه، هند با ۱۶۹ غرفه و ترکیه با ۱۶۴ غرفه در ایتمای ۲۰۱۹ حضور داشتند. در بخش تکمیل ۳۲۵ غرفه، بخش ریسندگی ۲۸۱ غرفه، بخش بافندگی ۲۸۱ غرفه و بخش چاپ ۱۵۷ غرفه وجود داشت.



بازسازی خطوط تولید پی می‌بریم اما خرید ماشین‌آلات یعنی تقبل میلیون‌های دلار ضمن این که به دلیل تحریم، افزایش نرخ ارز و ... خرید ماشین‌آلات اروپایی به سادگی امکان‌پذیر نیست... وی ادامه داد: هنگام بازدید از غرفه‌های مختلف در ایتمای بارسلون، فقط حسرت می‌خوریم چه امکانات و تکنولوژی‌های پیشرفته‌ای در دنیا وجود دارد که قادر به انتقال آنها به ایران نیستیم. ضمن این که تعداد بازدیدکنندگان ایرانی به دلیل سخت‌گیری سفارت اسپانیا در صدور ویزا و هزینه‌های بالای سفر به اروپا بسیار اندک بود، البته بسیاری از مدیران هم به دلیل مشغله فراوان ترجیح دادند به ایتما نروند. مهندس فرد اسماعیل پور ضمن اشاره به حضور گسترده سازندگان ماشین‌آلات بافندگی افزود: در بخش تکنولوژی‌های دوخت نکته خاصی مشاهده نکردم اما تولید رویه‌های کفش توسط ماشین‌های تخت‌باف و همچنین تکنولوژی تولید لباس بدون درز بسیار جالب توجه بود. چاپ دیجیتالی هم که مورد استقبال فوق‌العاده بازدیدکنندگان قرار گرفت. ماشین‌هایی که کمتر از دو دقیقه می‌توانست چاپ روی تیشرت را انجام بدهد.

این فعال صنعت پوشاک تصریح کرد: حضور شرکت‌های ترکیه - به خصوص در بخش رنگرزی - در ایتمای امسال به مراتب چشمگیرتر از دوره‌های پیش بود و نکته جالب



طرحی برای پایش صنعت نساجی

اشاره:

پنجاه و هشتمین مجمع عمومی عادی سالیانه انجمن صنایع نساجی ایران با حضور تولیدکنندگان، صنعتگران و مدیران واحدهای تولیدی و صنعتی نساجی و تحت نظارت آقایان اسکندری - نماینده وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی و سلیمانی - نماینده اتاق بازرگانی ایران - در سالن همایش اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران برگزار شد.



گزارشی از برگزاری پنجاه و هشتمین مجمع عمومی عادی سالیانه انجمن صنایع نساجی ایران

به گفته وی، صنعت نساجی به راستی مظلوم واقع شده و با حداقل امکانات، حداکثر اشتغال را به وجود می‌آورد.

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران ابراز داشت: در سال گذشته طبق آمار وزارت صنعت و گفته شخص وزیر، بیشترین رشد صنایع کشور متعلق به صنعت نساجی بوده و این موفقیت حاصل نمی‌شد مگر با دستان توانمند و پرتلاش مدیران و صنعتگران نساجی کشور.

وی ضمن تقدیر از همکاری و همراهی مهندس افسانه محرابی - مدیرکل دفتر نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صنعت - عنوان کرد: طی یک سال اخیر هیئت مدیره انجمن تلاش کرد تا ارتباطات موثر و مستمری با تمام تصمیم‌گیران برای حل مشکل صنایع نساجی برقرار

کرده‌اند و حتی به صادرات قابل توجه می‌پردازند. مهندس شهلائی ضمن یادآوری این نکته که در یک سال اخیر، تلاش خود را جهت همگرایی بیشتر میان تمام اعضای انجمن به عمل آوردیم، تصریح کرد: بزرگانی مانند تفضلی و لاجوردی‌ها، صنعت نساجی نوین را در کشور پایه‌گذاری کردند اما اکثر کارخانه‌های نساجی به دلیل شرایط خاص انقلاب، مصادره و ضربات سنگینی بر آنان وارد شد. علی‌رغم این صدمات، بخش خصوصی صنعت نساجی به رشد و توسعه ادامه داد و در کنار درختانی که قطع شدند - کارخانجات معظم نساجی پیش از انقلاب - جوانه‌هایی روئیدند که امروز هر کدام به درختان تنومند صنعت تبدیل شده‌اند و مسلماً این راه ادامه خواهد یافت.

پس از پخش سرود ملی جمهوری اسلامی ایران و تلاوت آیاتی از قرآن مجید، هیئت رئیسه مجمع با حضور آقایان مهندس محمدجعفر شهلائی (به‌عنوان رئیس مجمع)، علی زینالو (به‌عنوان نایب رئیس مجمع)، مهندس حسن نیلفروش‌زاده (به‌عنوان منشی مجمع)، غلامرضا نخباف و سیدجعفر حسینی (به‌عنوان ناظرین مجمع) تشکیل شد.

مهندس شهلائی - رئیس هیئت مدیره انجمن - اذعان داشت: همیشه در زندگی افتخار کرده‌ام که نساجی هستم و بیشتر افتخار کردم وقتی بین جامعه نساجی‌ها قرار گرفتم.

وی خود را «شیفته صنعت نساجی» اعلام کرد و گفت: مایه افتخار است در جمعی حضور دارم که در اقصی نقاط ایران سرمایه‌گذاری کرده‌اند، اشتغال ایجاد



حسن نیلفروش زاده - دبیر انجمن



محمدجعفر شهلائی - رئیس هیأت مدیره



محمدعلی مقدم - پارویش



سیدرضا لاجوردی - خزانهدار



مدیره جدید را «بررسی و اصلاح اساسنامه انجمن» برشمرد و گفت: این امر پس از بررسی کارشناسی، طرح موضوع در هیئت مدیره و اخذ نظرات اصلاحی وزارت کار، به زودی برای تصویب در مجمع عمومی فوق العاده ارائه خواهد شد که امیدواریم این اصلاحات، کمک شایان توجهی به ایجاد شفافیت بیشتر و همچنین رفع ابهامات قانونی اساسنامه قبلی نماید. مهندس نیلفروش زاده از «بازنگری و فعال سازی کارگروه های تخصصی (بازده کارگروه) و کارآمدسازی آنها از طریق انتخاب رئیس و دبیر تخصصی» و «دعوت مستمر از روساء و دبیران کمیته های تخصصی برای حضور در جلسات هیئت مدیره» به عنوان سایر برنامه های هیئت مدیره یاد کرد که نقش بسزایی در فعال سازی کارگروه های

در ادامه مهندس حسن نیلفروش زاده - دبیر انجمن - به ارائه گزارش عملکرد یک ساله انجمن پرداخت. وی ابتدا از میهمانان خواست برای شادی روح زنده یادان مهندس غلامرضا علیمردانی - با سابقه دوازده دوره عضویت در هیئت مدیره انجمن -، محسن آهن چی - با سابقه چندین دوره ریاست مجمع انجمن - و مهندس محمد کاظم عمید - کارشناس فنی انجمن - که مدتی پیش از دنیا رفته اند، صلواتی قرائت نمایند. وی افزود: قریب یک سال از عمر هیئت مدیره جدید انجمن می گذرد و در این مدت، هیئت مدیره کوشیده تا با رویکرد جدید، برنامه های مختلفی را برای انجمن برنامه ریزی و راهبری نماید و حصول این مهم جز با همکاری و حمایت جدی اعضا، میسر نمی شد. دبیر انجمن نساجی، یکی از برنامه های مهم هیئت

نماید. مهندس شهلائی از انجام «پروژه پایش صنعت نساجی» در انجمن صنایع نساجی خبر داد و گفت: در این پروژه، نیازهای جمعیتی کشور به منسوجات (کالای خواب، موکت، فرش ماشینی و ...) برحسب سن و جنسیت و همچنین میزان تولید کارخانه های نساجی استخراج می شود که در صورت همکاری تمام واحدهای فعال صنایع نساجی سراسر کشور، پروژه مذکور می تواند برای ۵۰ سال آینده به عنوان یک منبع مورد اعتماد و قابل برنامه ریزی دقیق مدنظر قرار گیرد. وی بیان داشت: در انجمن، کارگروه های تخصصی مانند کارگروه نخ پنبه ای، نخ اکریلیک، فرش ماشینی، چاپ و تکمیل، صادرات و ... تشکیل شده و هیئت مدیره انجمن از برآیند تصمیمات این کارگروه ها، تصمیم گیری های نهایی را انجام می دهد.



دبیر انجمن نساجی ضمن بیان این نکته که ۸۰ درصد طرح پایش صنعت نساجی انجام شده و کار همچنان با جدیت ادامه دارد، «ارائه نظرات و مشاوره تخصصی و فنی به وزارتخانه‌ها، ادارات کل و سازمان‌های مرتبط با صنعت نساجی»، «اعمال تغییرات در تعرفه‌های گمرکی و اصلاح نرخ‌های صادراتی»، «حل مشکل کسر تخلیه»، «پیگیری مشکلات عیدیه واحدها در پرداخت مابه‌التفاوت نرخ ارز برای خرید ماشین‌آلات»، «مکاتبات فراوان جهت حمایت از تولید داخلی و تهیه مواد اولیه مورد نیاز صنعت»، «تأمین ارز و تسهیلات واحدها برای تهیه مواد اولیه خام»، «دعوت از مدیران ارشد سازمان‌ها و نمایندگان مجلس»، «برقراری ارتباط فعال با سایر تشکل‌های تخصصی و استانی صنعت

مهندس نیلفروش‌زاده تأکید کرد: با اعمال اصلاحات فوق، تولیدکنندگان واقعی قادر به تأمین مواد اولیه مورد نیاز خود از طریق بورس می‌شوند. در گام نخست انجام این پروژه، آمارهای مربوط به تعداد و ظرفیت ماشین‌آلات و میزان تولید واحدها از طرق مختلف مانند مراجعه حضوری و همکاری و مشارکت جدی انجمن نساجی تخصصی استان‌ها و همچنین ارسال فرم‌های خوداظهاری برای واحدها اخذ شد و در گام بعدی نسبت به راستی‌آزمایی این آمارها اقدام می‌گردد. وی ابراز امیدواری نمود تا نتایج این پروژه بتواند تأثیرات موثر و مفیدی در تحلیل نقاط ضعف و قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای صنعت نساجی کشور داشته باشد.

تخصصی انجمن داشته است. خوشبختانه جلسات اغلب کارگروه‌ها با جمعیت قابل توجهی تشکیل می‌شود و هدف آن بررسی مسائل و مشکلات بخش‌های مختلف صنعت نساجی توسط فعالان هر بخش است. وی نیز «طرح پایش صنعت نساجی» را یکی از مهم‌ترین پروژه‌های در حال پیگیری انجمن دانست که با هدف جمع‌آوری آمار و اطلاعات تولید، مصرف، واردات و صادرات این صنعت، کار خود را آغاز کرده و مهم‌ترین دستاورد آن «راستی‌آزمایی آمارهای جمع‌آوری شده در خصوص واحدهای تولید الیاف مصرف‌کنندگان محصولات پتروشیمی» بود که در نهایت منجر به اعمال اصلاحات در سایت بهین‌یاب وزارت صنعت شد.



به تصویب مجمع رسید. پس از تعیین روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی‌ها و دعوت‌نامه‌های انجمن، با تأیید اعضای حاضر در مجمع، محمدعلی مقدم به‌عنوان بازرس اصلی و سعید دبستانی به‌عنوان بازرس علی‌البدل در سمت‌های خود ابقاء شدند.

همچنین با توجه به تورم ۴۰ درصدی سال گذشته، افزایش هزینه‌های اداره انجمن به خصوص در زمینه اجرای طرح پایش صنعت نساجی (تاکنون حدود ۲۰۰ میلیون تومان)، مجمع به هیئت مدیره اختیار داد تا در مورد افزایش حق عضویت تصمیم‌گیری نماید.

پس از اتمام مجمع عمومی عادی سالیانه انجمن صنایع نساجی ایران، میهمانان جهت صرف شام به سالن غذاخوری دعوت شدند.

نهادهای مختلف ارسال می‌شود. دبیر انجمن نساجی در پایان ابراز داشت: در صورت افزایش تعداد اعضا، صدای صنایع نساجی ایران بلندتر و تأثیرگذارتر به گوش مسئولان امر خواهد رسید که قطعاً این امر در سیاست‌گذاری‌های حاکمیت، دولت و وزارتخانه موثر خواهد بود.

در ادامه، سیدرضا لاجوردی - خزانه‌دار - جهت ارائه گزارش مالی انجمن به جایگاه سخنرانی دعوت شد. طبق این گزارش، تعداد اعضای انجمن تا پایان سال ۹۷ را ۳۲۶۱ عضو اعلام کرد و ۵۷ عضو جدید در سال ۹۷ به این تشکل کارفرمایی پیوسته‌اند.

محمدعلی مقدم - بازرس انجمن - ترازنامه سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۹۷، صورت‌های مالی و گزارش فعالیت هیئت مدیره انجمن را مورد تأیید قرار داد که

نساجی و پوشاک و تلاش جهت تأمین منافع زنجیره تولید این صنعت» و «برگزاری جشن هزارمین جلسه هیئت مدیره» را از سایر فعالیت‌های انجمن طی یک‌سال اخیر عنوان کرد.

وی به مشارکت در برگزاری نمایشگاه نساجی تهران، اخذ مجوز برگزاری نمایشگاه فرش ماشینی در شهر آفتاب و تلاش برای برگزاری همزمان نمایشگاه فرش ماشینی و فرش دستباف (به‌عنوان یکی از خواسته‌های مهم کمیته فرش ماشینی انجمن) نیز اشاره نمود. مهندس نیلفروش‌زاده گفت: بخشنامه‌ها، دستورالعمل‌ها، مقررات و ضوابط در وب‌سایت و کانال تلگرام انجمن قرار می‌گیرد، همچنین بولتن هفتگی رشته‌ها و بافته‌ها به صورت منظم منتشر و به اعضا، سازمان‌ها و



تهیه و تنظیم: سیدامیر حسین امامی رؤف

گزارشی از برگزاری مجمع عمومی عادی سالیانه اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران

نوک قله مراکز خرید خواهیم ایستاد

اشاره:

مجمع عمومی عادی سالیانه اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران با حضور تولیدکنندگان، صنعتگران و فعالان صنایع نساجی و پوشاک و تحت نظارت آقای سلیمانی - نماینده اتاق ایران - در طبقه هشتم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران برگزار شد و طی آن اعضای هیئت مدیره جدید (اصلی، علی البدل و بازرسی) پس از انتخابات معرفی شدند.

اعضای حاضر در مجمع، تداوم فعالیت شورای عالی برندهای پوشاک ایران (متشکل از ۴۵ برند مطرح پوشاک) که آذر سال گذشته در نمایشگاه ایران مد تشکیل شد را مورد تأیید قرار دادند. یک از اهداف شورای عالی برندهای پوشاک ایران به گفته دکتر شاهین فاطمی - مدیرعامل شرکت صنایع چرم درسا - مذاکره با مراکز خرید و ارتقای حضور برندهای ایرانی است تا این بار نه انتهای صف برندهای خارجی بلکه در نوک قله مراکز خرید قرار بگیرند.

پس از تلاوت آیاتی از قرآن کریم، هیئت رئیسه مجمع با انتخاب آقایان محمود ثالثی (به عنوان رئیس مجمع)، محمود نبوی (به عنوان ناظر)، دکتر شاهین فاطمی (به عنوان ناظر) و محمد اتابکی (منشی) تشکیل و به این ترتیب مجمع اتحادیه به طور رسمی شروع شد. سپس مهرداد زکی پور - رئیس هیئت مدیره - به ارائه گزارش عملکرد هیئت مدیره پرداخت.

وی عنوان داشت: پس از برگزاری مجمع عمومی سال ۹۵ و انتخابات هیئت مدیره، اعضای جدید آن دوره آقایان مهرداد زکی پور، وحید حریری، بهرام شهرداری، احمد صادقی، منصور الیاسی، مجید نامی، محمود ضرابی، علی فرهی، شاهرخ جعفری و علی انصاریان به عنوان اعضای اصلی و حامد اسماعیل پور و سینا شاهبختی به عنوان اعضای علی البدل و مسعود شاهبختی به عنوان بازرسی اصلی انتخاب شدند.

پس از اعلام انصراف آقایان فرهی، انصاریان و سینا شاهبختی و در پی انتخابات ترمیمی، هیئت مدیره اتحادیه، آقایان افشین سالاردینی و حامد اسماعیل پور به عنوان اعضای اصلی و آقایان عمادالدین کبیری و محمدرضا پور رضایی به عنوان اعضای علی البدل

جایگزین شدند. زکی پور تصریح کرد: از پانزدهم آذر ۹۵ تا هجده تیر ۹۸، ۵۴ جلسه هیئت مدیره برگزار شد و هم اکنون تعداد ۲۴۰ شرکت در اتحادیه عضویت معتبر دارند که نسبت به ابتدای دوره، حدود ۱۳۰ درصد شاهد افزایش تعداد اعضا هستیم.

وی سپس به کمیته‌های تخصصی اتحادیه که هدف پیشبرد امور تشکیل شده‌اند؛ اشاره کرد که عبارتند از:

* صادرات

* پوشاک

* آموزش و پژوهش

* نمایشگاه و توسعه فروش

* گردباف

* استارتاپ

* برند (تحت عنوان شورای عالی برندهای پوشاک ایران)

سایر کمیته‌های تخصصی ذیل کمیته پوشاک فعالیت می‌نمایند و برخی کمیته‌های جدید در حال راه‌اندازی هستند

رئیس هیئت مدیره اتحادیه یادآور شد: به فراخور ساختار و نوع حضور اعضا در کمیته‌های مختلف و



کدهای شناسه و رهگیری برای گروه کالایی منسوجات و پوشاک که اتحادیه به‌عنوان عضو رسمی کارگروه مذکور، در ۵۴ جلسه رسمی و حاشیه‌ای آن حضور داشته که ماحصل آن تدوین دستورالعمل اجرایی ماده ۱۳ و آئین‌نامه اجرایی ماده ۷ این دستورالعمل با اولویت پوشاک وارداتی است که به صورت قانون در دستور کار مجریان قرار گرفت. اعمال این قانون موجب می‌شود عرضه‌کنندگان پوشاک وارداتی ملزم شوند نسبت به اخذ شناسه کالا هنگام ثبت سفارش اقدام نمایند و در صورتی که کالای وارداتی فاقد شناسه باشد، حتی در صورت وجود سایر مدارک قانونی، به‌عنوان کالای قاچاق شناسایی خواهد شد؛ با اجرایی شدن این قانون راه برای پلمب مراکز عرضه پوشاک قاچاق هموار شد.

* برگزاری جلسات متعدد با سایر نهادهای نظارتی غیر از وزارت صمت در زمینه برخورد با متخلفان عرضه‌کننده و واردکننده پوشاک اعم از ستاد مبارزه با قاچاق، قوه قضائیه، سازمان تعزیرات، مجلس شورای اسلامی، کمیسیون‌های صنایع و اقتصاد و حقوقی مجلس، سازمان حمایت و وزارت کشور که جلسات بسیار مهم، وقت‌گیر و انرژی‌بری بودند که در کنار سایر تشکلهای برگزار شد.

* پیگیری، پایش و نظارت مستمر بر نحوه برخورد

* برنامه‌ریزی و تأمین هزینه دعوت از هیئت‌های تجاری از کشورهای عراق، افغانستان، ارمنستان و قطر در نمایشگاه ایران مد سال ۹۷

* حضور در سفرهای تجاری همراه با وزیر امور خارجه کشور به پاکستان، عراق و سوریه

وی یکی از هدف‌های مهم اتحادیه را مبارزه با قاچاق پوشاک اعلام کرد و افزود: در این راستا سه همایش در اسفند ۹۵، آذر ۹۶ و آذر ۹۷ با حضور مسئولان ذی‌ربط، کارآفرینان و مدیران صنایع نساجی و پوشاک برگزار شد که پس از همایش سال گذشته و فعالیت‌های رسانه‌ای گسترده، مرحله اول برخورد با برندهای محرز پوشاک قاچاق آغاز شد.

* پیگیری مستمر و فعالیت اتحادیه در مورد مبارزه با قاچاق پوشاک که با هدف ریشه‌کنی این ناهنجاری اجتماعی از آذر ۹۵ به طور جدی آغاز شد و همواره یکی از فعالیت‌های ثابت ما محسوب می‌شود.

* حضور فعال و موثر در کارگروه دستورالعمل ثبت نمایندگی برندهای خارجی در وزارت صمت (که در بیش از ۳۷ جلسه رسمی کارگروه نماینده اتحادیه حضور ثابت داشته و جلسات بسیاری بابت همفکری و هم‌اندیشی با تشکلهای دیگر از جمله انجمن صنایع پوشاک ایران و مدیران این صنعت، برپا شده است).

* حضور فعال و مستمر در کارگروه دستورالعمل

همچنین مطرح بودن مسائل به هر کمیته در شرایط خاص، کمیته‌های مذکور از میزان فعالیت بالاتر و پایین‌تری برخوردار بودند.

بخش دیگر گزارش زکی‌پور به اهم فعالیت‌های اتحادیه اختصاص داشت که شامل موارد زیر هستند:

* عضویت در هیئت موسس و دبیرخانه مشترک تشکلهای صنفی و صنعتی پوشاک که در ابتدا با هفت تشکل و هم‌اکنون با هفده تشکل سراسری و استانی نقش بسیار مهمی در پیگیری مبارزه با قاچاق منسوجات و پوشاک و مشکلات صنایع نساجی ایفا می‌کند

* تشکیل کمیته برگزاری نمایشگاه بین‌المللی ایران مد که در سال ۹۶ با حضور انجمن صنایع پوشاک ایران، در سال ۹۷ با حضور انجمن صنایع پوشاک ایران و اتحادیه صنف پوشاک تهران و در سال ۹۸ با اضافه شدن اتحادیه کشفاف، علاوه بر دو تشکل مذکور، توسط این اتحادیه راهبری شده است

* برگزاری پنجمین و ششمین دوره نمایشگاه پوشاک ایران (ایران مد) طی این دوره پس از برگزاری نمایشگاه سال ۹۵، در ۳ هزار و ۴۰۰ مترمربع، نمایشگاه ۹۶ در ۴ هزار و ۲۰۰ مترمربع و نمایشگاه سال ۹۷ در ۵ هزار و ۵۰۰ مترمربع فضای مفید برگزار شد.



نادر سیف- معاونت تشکل‌های اتاق ایران



سوحبات هاگوپیان- رئیس هیئت مدیره انجمن پوشاک ایران



شاهین فاطمی- مدیرعامل چرم درسا



شاهرخ جعفری- عضو هیئت مدیره



مهرداد زکی پور- عضو هیئت مدیره



بهرام شیریاری- عضو هیئت مدیره

* پیگیری اجرای مرحله دوم برخورد با قاچاق پوشاک در سطح عرضه (که عمدتاً خارج از برندهای گروه یک هستند). اصل قاچاق اینجاست چون در مرحله اول با ۱۱۰ برند متخلف که مقابل چشم و در دسترس و در منطقه یک تهران هستند، برخورد شد اما اصل این قضیه که پوشاک قاچاق (عمدتاً بدون برند) از چین وارد می‌شود و از میانه تهران تا جنوب شهر را تحت پوشش قرار می‌دهد در مرحله دوم کار قرار دارد. * برنامه‌ریزی جهت تشکیل تعاونی تأمین نیاز مواد اولیه و نیازهای تدارکاتی اعضا * تدوین اطلاعات توانمندی برندها و تولیدکنندگان و تهیه پایگاه داده نساجی کشور * برنامه‌ریزی جامع جهت حضور اعضا در نمایشگاه‌های کشورهای همسایه * صادرات منسوجات و پوشاک (به خصوص به کشورهای همسایه) که در حال حاضر ۸۵ درصد صادرات کالاهای غیرنفتی کشور در این محدوده است. * افزایش تعداد اعضا تا پایان سال ۹۸ به ۳۰۰ عضو

رتبه‌بندی تشکل‌ها توسط اتاق ایران

نادر سیف- معاونت تشکل‌های اتاق ایران- که سال‌ها

انسان دوستانه به زلزله‌زدگان کرمانشاه، تأمین پوشاک شب عید کودکان تحت پوشش موسسات خیریه معتبر، ارسال کمک‌های اعضا به صورت سازمان‌دهی شده به سیل‌زدگان جنوب کشور و تقویت قابل توجه سازمانی و تشکیلاتی با سایر تشکل‌های صنعت نساجی * ارتباط فعال و موثر با اتاق بازرگانی تهران، حضور فعال در انتخابات هیئت نمایندگان اتاق تهران، استفاده موثر از تخصص و تجربه اعضا در ارتباط با جلسات خارج از اتحادیه * برگزاری دو رویداد استارت‌آپی در زمینه تأمین صنایع نساجی و پوشاک با همکاری ستاد نانو و صندوق نوآوری و شکوفایی زکی پور برنامه‌های آینده اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک را به این شرح برشمرد: * پیگیری، تثبیت و اداره امور اجرایی دستورالعمل ثبت نمایندگی برندهای پوشاک خارجی و تلاش جهت اجرای این دستورالعمل و عمل به قانون... تا زمانی که این دستورالعمل وجود دارد، تمامی عوامل حامی قاچاق پوشاک سعی در ابطال آن دارند و ما با همکاری مجلس و سایر تشکل‌ها به دنبال تبدیل دستورالعمل مذکور به قانون هستیم.

با برندهای متخلف پوشاک در سطح عرضه که در حال حاضر با همکاری اعضای اتحادیه و در سطح مجتمع‌های تجاری به صورت مستمر در حال انجام است. * عضویت در کارگروه تدوین و پیاده‌سازی سند راهبردی پوشاک و پیگیری جلسات مربوطه (این سند نتیجه زحمات آقای هاگوپیان بوده و ما سعی کردیم در ادامه راه، کنار ایشان باشیم). * عضویت در کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت ارشاد، کمیسیون تسهیل تجارت، کنفدراسیون صادرات (و داشتن کرسی بازرسی این تشکل)، همکاری نزدیک با دانشکده‌های نساجی به خصوص دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه امیرکبیر و دانشکده شریعتی * برگزاری دوره مشترک با دانشگاه امیرکبیر و موسسه مد آرت فرانسه و مشارکت در برگزاری دوره مدیریت طراحی در این دانشگاه و اعزام دانشجویان به فرانسه * همکاری با مرکز تخصص‌های نوآوری‌های دانشکده نساجی دانشگاه امیرکبیر و همکاری با دانشکده شریعتی جهت راه‌اندازی خط تولید پوشاک برای مصارف خیریه با هدف تقویت نیروی انسانی * حضور مستمر در فعالیت‌های اجتماعی، کمک‌های



عباس سرافراززاده - عضو هیئت مدیره



منصور الیاسی - عضو هیئت مدیره



مجید نامی - عضو هیئت مدیره



امین مقلدم - عضو هیئت مدیره



عمادالدین کبیری - عضو هیئت مدیره



افشین مولانژ دینی - عضو هیئت مدیره

مالی و ترازنامه حساب‌ها که به تأیید و تصویب هیئت مدیره رسید، صحت عملیات دوره عملکرد سال مالی ۹۷ را منعکس می‌نماید. در سال مالی ۹۷، مفاد مواد ۱۲۹ و ۱۳۲ قانون تجارت رعایت شده است. سپس عملکرد مالی سال ۹۷ توسط مجمع تصویب و روزنامه کثیرالانتشار اطلاعات جهت درج آگهی‌ها و دعوت‌نامه‌های اتحادیه تعیین شد.

و کم‌نظیر است. این مقام مسئول گفت: اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک جزو نخستین تشکل‌های کشور به شمار می‌آید که در زمینه پیشگام و موفق بوده به طوری که اوایل دهه ۸۰، بحث رسیدگی به جوایز صادراتی توسط دولت بر عهده این تشکل نهاده شد و خوشبختانه به خوبی از عهده انجام آن برآمد.

پیش به‌عنوان دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک به فعالیت می‌پرداخت، یکی از میهمانان ویژه این مراسم بود. وی ضمن بیان این مطلب که در این جمع خود را میهمان نمی‌دانم؛ افزود: بدون اغراق از بین حدود ۲۰۰ تشکل ملی، همیشه این اتحادیه یکی از مجامع پر شور و مثال‌زدنی خود را داشته و این امر نتیجه حضور و همراهی اعضا و درایت و تلاش‌های هیئت مدیره است.

قدرت برندسازی در دنیا

دکتر شاهین فاطمی - عضو شورای عالی برندهای پوشاک ایران و مدیرعامل شرکت صنایع چرم درسا - بیان داشت: واقعیت این است که آنچه کشورهای دنیا را از هم متفاوت می‌کند، برندهای آن کشورها هستند. به بسیاری از کشورهای دنیا نرفته‌ایم و شناخت چندان از آنها نداریم اما از طریق برندهای این کشورها با فرهنگ و تمدن آنها آشنا می‌شویم. به گفته‌ی وی، قدرت برندسازی در دنیا به اندازه‌ای است که بر زندگی انسان‌ها اثر می‌گذارد و شاید در دنیای آینده شاهد جنگ برندها باشیم. مجموع برندهایی که در دنیا شکل می‌گیرند، دانش، اقتصاد، ارزش افزوده و اشتغال ایجاد می‌کند. دکتر فاطمی اذعان داشت: متأسفانه طی سال‌های اخیر در کشور کمتر

گزارش خزانه‌دار و بازرس، تصویب بودجه و افزایش حق عضویت
در ادامه مهندس امین مقدم - خزانه‌دار - به ارائه گزارش مالی اتحادیه پرداخت. وی با توجه به شرایط اقتصادی فعلی و افزایش هزینه‌های اداره اتحادیه، پیشنهاد افزایش حق عضویت را مطرح نمود که مورد تصویب قرار گرفت.
مسعود شاه‌بختی - بازرس - نیز اظهار داشت: گزارش هیئت مدیره اتحادیه مربوط به عملکرد سال ۹۷ و صورت‌های مالی شامل ترازنامه مورخ ۲۹ اسفند ۹۷ و صورت درآمد هزینه منتهی به ۲۹ اسفند ۹۷، ملاحظه و بررسی شد.

وی گفت: حساب‌های اتحادیه طبق اصول و موازین متداول حسابداری ثبت و ضبط شده و صورت‌های

سیف ضمن اشاره به رتبه‌بندی تشکل‌ها توسط اتاق ایران، ادامه داد: موضوعاتی مانند تنظیم‌گری، حکمرانی (شیوه اداره مطلوب اداره هر تشکل)، عضویت (افزایش تعداد، ارائه خدمات به اعضا و ...)، داشتن یک دبیرخانه ساختارمند و انجام تکالیف قانونی که هم نهاد بالادستی (اتاق ایران) و هم اساسنامه تکلیف نموده، از معیارهای اصلی این رتبه‌بندی و ارزیابی تشکل‌ها محسوب می‌شود که با توجه به گزارش جامع و کامل آقای زکی‌پور، تمام معیارها و شاخص‌های موثر در این ارزیابی، به خوبی مدنظر قرار گرفته است.

به گفته معاونت تشکل‌های اتاق ایران، در مجمع امروز حضور افراد باتجربه و توانمند عرصه نساجی و پوشاک در کنار جوانان مستعد و پرانرژی، قابل تقدیر



حامد فرد اسماعیل پور - عضو هیئت مدیره اول



واحدۀ تالیبی - عضو هیئت مدیره



احمد صادقی قهرودی - عضو هیئت مدیره



علیرضا ملک پوری - بازرس دوم



مسعود شایختی - بازرس اول



اکرم عبوض خانی - عضو هیئت مدیره دوم

تشکیلاتی، به طور مستقیم و طبق اساسنامه زیر نظر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران فعال و تاکنون ۱۰ جلسه برگزار کرده است.

عضو شورای عالی برندهای پوشاک ایران، زنجیره توزیع، فروش و برندسازی را مهم ترین، درآمدزاترین و پر ارزش افزوده ترین بخش صنعت در دنیا نام برد و در این راستا یکی از اهداف شورای عالی برندهای پوشاک ایران را پژوهش در حوزه برندسازی اعلام کرد و ادامه داد: متأسفانه مقوله «آموزش» در برندسازی کمتر مورد توجه قرار گرفته و آموزش های موجود نیز در حد حوزه های عملیاتی است در حالی که برای برندسازی باید در سه حوزه «مدیرعاملی»، «مدیر هنری» و «توسعه کمی برندها» به آموزش نیروهای انسانی بپردازیم. این فعال صنعتی ابراز داشت: با تلاش تشکل های پوشاک تا حدودی جلوی ورود کالاهای قاچاق گرفته شده به دلیل افزایش نرخ دلار (که هم تهدید و هم فرصت برای کشور بود) می توانیم کالای ایرانی تولید کنیم و آن را توسعه دهیم؛ از سوی دیگر میلیون ها متر مربع مرکز خرید در کشور ایجاد شد که نه برندهای ایرانی را می شناختند و نه آنها را قبول داشتند اما در دوره های کوتاه، مشاهده کردیم که برندهای خوب ایرانی در مراکزی مانند بام لند و ... حضور موفق و چشمگیر داشته باشند.

کشورهایی مانند چین، هند و بنگلادش بود که به دلیل افزایش نرخ ارز، نزول پیدا کرده است. اگرچه این موضوع برای اقتصاد کشور، تهدید است اما در عین حال می تواند یک فرصت برای صنعت پوشاک به شمار آید. عضو شورای عالی برندهای پوشاک ایران، اذعان داشت: به جای این که سال ها برای صنایع بالادستی و پایین دستی هزینه کنیم باید به برندسازی توجه ویژه نشان دهیم.

مدیرعامل چرم درسا خاطر نشان کرد: در جلسات مختلف بارها به وزرا و مسئولین دولتی اعلام کرده ام میلیاردها تومان در بخش بالادستی و پایین دستی هزینه کرده ایم اما هیچ گاه در این بخش مهم سرمایه گذاری نشد و ارزش ویژه برند که باعث توسعه تمدن و اشتغال و ارزش افزوده است، نادیده گرفته می شود، به همین دلیل طی دعوت هیئت رئیسه اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران از برندهای ایرانی در نمایشگاه پوشاک (ایران مد- آذر سال ۹۷)، ۴۵ برند پوشاک ثبت نام کردند و توسط شورای سیاستگذاری این مجموعه که داوطلبانه دور هم جمع شده بودند، «شورای عالی برندهای پوشاک ایران» به وجود آمد که هدفی جز توسعه، ارتقاء افزایش و بهبود برندهای ایران ندارد.

دکتر فاطمی تأکید کرد: شورای سیاستگذاری از نظر

به برندسازی (به خصوص در بخش پوشاک) توجه کرده ایم. به گفته عضو شورای عالی برندهای پوشاک ایران، یکی از مهم ترین ارکان جهت افزایش توسعه بخش اقتصادی در کشورهای پیشرفته صنعتی، صنعت پوشاک است که علاوه بر تمام مزایایی که به وجود می آورد دارای سه مزیت ویژه «ارزش اقتصادی»، «اشتغالزایی» و «توسعه فرهنگ» است.

به عبارت بهتر از طریق سبک زندگی و پوشش خود؛ فرهنگ، تمدن، شعر و موسیقی خود را به دنیا می فرستد که ما سال ها از این امر مهم غافل بوده ایم و به حوزه های دیگر پرداخته ایم.

مدیرعامل چرم درسا ابراز خشنودی نمود این امر مهم در میان مردم، صنعت و دولت به یک امر واجب تبدیل شده است.

دکتر فاطمی سپس به بیان جایگاه جغرافیایی ممتاز و استراتژیک ایران پرداخت و گفت: از نظر جغرافیایی یکی از مهم ترین کشورهای منطقه و رابط بین تمدن شرق و غرب هستیم. از نظر سطح انرژی بیش از ۴ درصد منابع کل دنیا، زیر زمین ما قرار دارد و فقط یک درصد جمعیت دنیا را در اختیار داریم. در بخش حمل و نقل یکی از بهترین کشورها برای حمل و نقل و صادرات پوشاک محسوب می شویم.

نرخ دستمزد در صنعت پوشاک تقریباً معادل



در هیئت مدیره (اصلی و علی‌البدل) و بازرس (اصلی و علی‌البدل) به معرفی سوابق تحصیلی و شغلی خود پرداختند. پس از اتمام رأی‌گیری و شمارش آراء، اعضای هیئت مدیره جدید اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک به ترتیب تعداد آرای کسب شده به این شرح اعلام شدند: (اقایان و خانم‌ها)

- ۱- بهرام شهرباری با ۱۳۰ رأی
- ۲- مهرداد زکی‌پور با ۱۲۵ رأی
- ۳- شاهرخ جعفری با ۱۱۸ رأی
- ۴- مجید نامی با ۱۱۲ رأی
- ۵- منصور الیاسی با ۱۰۸ رأی
- ۶- عباس سرشار زاده با ۱۰۱ رأی
- ۷- افشین سالار دینی با ۹۹ رأی
- ۸- عمادالدین کبیری با ۹۶ رأی
- ۹- امین مقدم با ۸۸ رأی
- ۱۰- احمد صادقی قهرودی با ۸۷ رأی
- ۱۱- واحیده سلیمی با ۶۱ رأی

علی‌البدل:

- ۱- حامد فرد اسماعیل‌پور با ۵۳ رأی علی‌البدل اول
- ۲- اکرم عیوض‌خانی با ۵۰ رأی علی‌البدل دوم

بازرس:

- ۱- مسعود شابختی با ۱۱۶ رأی بازرس اول
- ۲- علیرضا ملک‌پوری با ۱۱ رأی بازرس دوم

این ترتیب انگیزه برندسازی در کشور کم‌رنگ می‌شود و یکی دیگر از اهداف شورای عالی صادرات ایران این است که برندسازی و داشتن برند را به‌عنوان یک دارایی مشهود و نامشهود بقبولانیم.

مدیرعامل درسا در پایان تصریح کرد: در حال حاضر ۱۵۰ برند در بخش پوشاک، کیف، کفش، کلاه، عینک و متعلقات وجود دارد که یا شناخته شده نیستند یا نمی‌دانند چگونه خود را معرفی نمایند اما ۴۵ برندی که در شورای عالی برندهای پوشاک ایران ثبت نام کرده‌اند، دارای بیش از هزار شعبه هستند، صد هزار متر مربع فضای خرده‌فروشی وجود دارد، در بخش شاغلین فروشگاه‌های ۴ هزار نفر، در بخش تولید مستقیم پنج هزار نفر و در بخش تولید غیرمستقیم چهار هزار و پانصد نفر مشغول کار هستند، به عبارت بهتر ۴۵ برند مذکور، برای ۱۵ هزار نفر به‌طور مستقیم و غیرمستقیم اشتغال‌زایی کرده‌اند، صد هزار متر فضای فروشگاه‌های دارند و هزار تابلوی ایرانی را بالا برده‌اند. حال تصور کنید می‌توان با کمک همدیگر روزی حداقل چند صد برند قوی ایرانی داشته باشیم...

پس از اتمام سخنرانی دکتر فاطمی، اعضای حاضر در مجمع که خواهان تداوم فعالیت این شورا در جهت توسعه برندهای ایرانی بودند، دستان خود را به نشان تأیید این موضوع بالا بردند. سپس نامزدهای عضویت

یک از اهداف شورای عالی برندهای پوشاک ایران به گفته دکتر فاطمی، مذاکره با مراکز خرید و ارتقای حضور برندهای ایرانی است تا این بار نه انتهای صف برندهای خارجی بلکه در نوک قله مراکز خرید قرار بگیرند. وی اضافه کرد: «مطالبات از دولت و سازمان‌های دولتی» جزو وظایف اصلی تمام تشکل‌ها و اتحادیه‌هاست که در شورای عالی برندهای پوشاک ایران نیز مورد توجه جدی قرار دارد.

مدیرعامل چرم درسا گفت: اگر ندانیم چرا باید کالای ایرانی بخریم یا تصور کنیم خرید کالای ایرانی فقط یک ارزش افزوده دویست هزار تومانی ایجاد می‌کند، فرهنگ برندسازی در کشور شکل نخواهد گرفت و نمی‌توانیم به توسعه برندهای ایرانی بپردازیم.

عضو شورای عالی برندهای پوشاک ایران، ضمن اعلام این مطلب که در تمام دنیا هنگام برندسازی ابتدا در حوزه فرهنگ‌سازی، اقدامات اساسی انجام دادند، گفت: این باور را در مردم به وجود آورند که ایجاد برند فقط اشتغال را در بر نمی‌گیرد و به معنای توسعه پایدار در کشور است.

اگر ما هم بتوانیم این مهم را در کشور نهادینه نماییم، خواهیم دید چگونه برندهای ایرانی رشد خواهند کرد. دکتر فاطمی گفت: متأسفانه در حوزه دارایی‌های مشهود و نامشهود، برندهای ایران را نمی‌پذیریم و به



باهم می مانیم



تهیه و تنظیم: اشرف سادات امامی رؤف

گزارشی از برگزاری مجمع عمومی دوره ششم جامعه متخصصین نساجی ایران

اشاره:

اولین مجمع عمومی دوره ششم جامعه متخصصین نساجی ایران با نظارت نماینده وزارت کشور در سالن امین الضرب اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران برگزار شد. در این مجمع ضمن تعیین روزنامه کثیرالانتشار جهت درج آگهی‌های جامعه و تعیین حق عضویت، انتخابات ترمیمی هیئت مدیره نیز انجام شد که در نهایت خانم مهندس شهلا تلیکانی - مدیرعامل روبن شیمی -، آقایان دکتر محمد میر جلیلی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد - و مهندس اشکان ستارزاده - کارشناس بازرگانی - به‌عنوان اعضای علی‌البدل انتخاب شدند.

پس از تلاوت آیاتی از قرآن مجید و پخش سرود ملی جمهوری اسلامی ایران، هیئت رئیسه مجمع با حضور آقایان مهندس علیرضا حائری (به‌عنوان رئیس)، مهندس عبدالحمید فیضی (به‌عنوان نایب رئیس)، مهندس سیدشجاع‌الدین امامی رؤف (به‌عنوان ناظر)، مهندس مجید نامی (به‌عنوان منشی) و دکتر علیمردان شیبانی (به‌عنوان میهمان ویژه) تشکیل شد.

سپس مهندس سیدمحمد مقدسی - رئیس هیئت مدیره جامعه - جهت ارائه گزارش عملکرد هیئت مدیره در سال ۹۷ به جایگاه سخنرانی دعوت شد. وی ضمن خوشامدگویی به میهمانان و نماینده وزارت کشور - آقای پیش‌بین - و اشاره به شعار جامعه یعنی «با هم بودن آغاز است، با هم ماندن پیشرفت و با هم کار کردن موفقیت است» عنوان داشت: حدود هجده سال پیش این شعار در تیم اولیه‌ای که برای شکل‌گیری جامعه متخصصین دور هم جمع شده بودند، تعریف و تلاش شد برنامه‌های جامعه طی دوره‌های مختلف بر اساس این شعار تدوین و اجرایی گردند.

مهندس مقدسی سپس به معرفی اعضای هیئت مدیره دوره ششم جامعه پرداخت که عبارتند از آقایان و خانم‌ها مهندس سیما کاظمی - نایب رئیس -، مهندس کامیار صفی‌نژاد - خزانه‌دار -، مهندس علیرضا حائری، مهندس میرمحمد تقی دانایی، مهندس محمدکاظم عمید، مهندس خشایار فرزاد، مهندس شهرام شاه‌بابایی، مهندس پژمان سلامتی، دکتر سیما حبیبی، دکتر مهدی صفی و مهندس سیدمحمد مقدسی - رئیس هیئت مدیره -، مهندس سعید جلالی قدیری - بازرر اصلی - و مهندس اشکان ستارزاده - بازرر علی‌البدل -

وی افزود: متأسفانه از حضور مهندس دانایی به دلیل ابتلا به بیماری (که همچنان در حال درمان آن هستند)، نتوانستیم بهره‌مند شویم، ایشان بارها استعفای خود را از حضور در هیئت مدیره اعلام کردند اما با توجه به این که سلامتی مهندس دانایی در اولویت نخست قرار دارد، استعفای ایشان را پذیرفتیم اما مقرر شد به‌عنوان مشاور عالی هیئت مدیره جامعه همچنان در کنار ما حضور داشته باشند؛ به این ترتیب

ماشینی و کف پوش تهران، مهندس سیدشجاع الدین امامی رئوف- مدیرمسئول ماهنامه نساجی امروز، دکتر امین مفتاحی- مدیرمسئول ماهنامه نساجی موفق، محمود ضرابی- مدیرعامل جوراب مهیار، مهندس محسن عسگری- مسئول حوزه نساجی در ستاد توسعه فناوری نانو، دکتر علیرضا شیرمحمدی- مدیر نمایشگاه صادرات و فرصت‌های سرمایه‌گذاری ایران، کارشناسان بورس سامان و ... اشاره کرد.

مهندس مقدسی در ادامه به معرفی کارگروه‌های تخصصی جامعه پرداخت:

* کارگروه رفانما (کارگروه امور رفاهی و نمایشگاهی): بیمه تکمیلی اعضا، برگزاری اولین نشست نوروزی، مراسم افطاری و جشن سالگرد تأسیس جامعه (نهم مرداد)، برپایی جشنواره نساجی (که نیازمند حمایت و مشارکت جدی تشکل‌های نساجی و پوشاک از جمله انجمن صنایع نساجی ایران و ... است).

* کارگروه آموزش و پژوهش (آپ)

* کارگروه ارتباطات، رسانه و تبلیغات (ارسات): همکاری با ماهنامه‌های نساجی («نساجی امروز» و «صنعت نساجی و پوشاک») جهت انعکاس مطالب و رویدادهای جامعه و ارسال مقالات به روزنامه‌ها، مجلات و خبرگزاری‌های مختلف کشور

* کارگروه اشتغال

* کارگروه صنعت

* کارگروه نظام مهندسی نساجی

وی از انعقاد تفاهم‌نامه با سازمان‌هایی مانند سازمان مدیریت صنعتی در پنج سرفصل عمده «تعریف محتوای مشترک»، «دوره توانمندسازی سرمایه‌های انسانی»، «عارضه‌یابی صنایع نساجی»، «طراحی و اجرای دوره‌های آموزشی تخصصی نساجی» و «تعامل با وزارت علوم، تحقیقات و فناوری» و همچنین عضویت در خانه صنعت، معدن و تجارت تهران خبر داد و افزود: با «دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم‌شهر»، «الزهراء (س)»، «صنعتی اصفهان»، «یزد»، «علم و هنر» و «دانشکده شریعتی» ارتباطات بسیار مطلوب و موثری برقرار کرده‌ایم.

برنامه‌های آتی جامعه به گفته مهندس مقدسی شامل

یکی از اعضای علی‌البدل هیئت مدیره یعنی خانم دکتر سیما حبیبی جایگزین ایشان شدند.

رئیس هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران سپس به زنده‌یاد مهندس محمدکاظم عمید- خزانهدار- نیز اشاره کرد که به دلیل بیماری دارفانی را وداع گفتند و از میهمانان خواستند فاتحه‌ای برای شادی روح آن مرحوم قرائت نمایند. مسئولیت خزانهداری جامعه به آقای مهندس کامیار صفی‌نژاد واگذار شد و آقای دکتر مهدی صفی جایگزین زنده‌یاد عمید شدند. همچنین خانم مهندس فیروزه بدر- عضو علی‌البدل- به دلایلی عملاً در جلسات هیئت مدیره جامعه حضور نداشتند و با توجه به مهاجرت ایشان به خارج از کشور، استعفا دادند؛ به این ترتیب انتخابات ترمیمی برای تعیین سه عضو علی‌البدل هیئت مدیره امروز انجام خواهد شد.

مهندس مقدسی سپس به حضور جامعه در جلسات مختلف پرداخت که عمده‌ترین آنها به این شرح هستند: جلسه با سازمان مدیریت صنعتی، هیئت رئیسه اتحادیه تولید و پوشاک صنایع نساجی و پوشاک، انجمن صنایع نساجی ایران، مدیرکل دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صنعت-خانم مهندس محرابی- دبیر و عضو هیئت مدیره خانه صنعت و معدن تهران، جلسه هم‌اندیشی تشکل‌ها در وزارت صمت، جلسه دبیرخانه مشترک اتحادیه‌های صنفی و صنعتی پوشاک، جلسه صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری، جلسه اتاق فکر نساجی وزارت صمت، جلسه با معاونت تشکل‌های اتاق بازرگانی ایران، جلسه با دبیر نشریه اتاق بازرگانی ایران، جلسه تشکل‌های صنایع نساجی به دعوت انجمن نساجی استان اصفهان و ...

رئیس هیئت مدیره جامعه تصریح کرد: تلاش می‌کنیم در جلسات هیئت مدیره تعدادی از دوستان را به‌عنوان میهمان دعوت نماییم. اولویت ما اعضای اثرگذار جامعه هستند تا از افکار، اندیشه‌ها و حتی توان اجرایی آنان در بهبود عملکرد جامعه بهره‌مند شویم. از شاخص‌ترین میهمانان جامعه در جلسات مذکور می‌توان به آقایان علی مرادی- مدیرعامل سامع پاد نوین مجری برگزاری نمایشگاه نساجی تهران- داود کاشفی- مجری برگزاری نمایشگاه فرش



سیدمحمد مقدسی- رئیس هیئت مدیره



کامیار صفی‌نژاد- خزانهدار



سعید جلالی قادیری- دبیر





خودم رقابت می‌کنم، این تنها راه پیشرفت همیشگی ماست...»

در ادامه مهندس کامیار صفی‌نژاد - خزانه‌دار - به ارائه گزارش مالی جامعه پرداخت، مهندس سعید جلالی قدیری - بازرس - نیز در گزارش خود عملکرد سال ۹۷ و صورت‌های مالی جامعه شامل ترازنامه، درآمدها و هزینه‌ها منتهی به اول تیر ۹۸ را مورد تأیید قرار داد و گفت: در موارد عملکردی و حساب‌های مالی موارد تخلفی نسبت به اساسنامه و مصوبات هیئت مدیره مشاهده نشد. سپس آقای پیش‌بین - نماینده وزارت کشور - در زمینه گزارش بازرس و رویکرد جامعه تذکراتی داد. در نهایت گزارش مالی خزانه‌دار و بازرس مورد تصویب قرار گرفت.

روزنامه اطلاعات به عنوان روزنامه رسمی جامعه تعیین شد و ۲۰۰ هزار تومان به‌عنوان حق عضویت سالیانه به تصویب مجمع رسید. سپس نامزدهای هیئت مدیره (علی‌البدل) و بازرس به معرفی سوابق شغلی و تحصیلی خود پرداختند. پس از رأی‌گیری و قرائت آراء، در نهایت خانم مهندس شهلا تلیکانی با کسب ۴۱ رأی به‌عنوان نفر اول علی‌البدل، آقایان دکتر محمد میرجلیلی با کسب ۲۴ رأی به‌عنوان نفر دوم علی‌البدل و مهندس اشکان ستارزاده با کسب ۱۹ رأی به‌عنوان نفر سوم علی‌البدل، مهندس سعید جلال قدیری با ۳۶ رأی به‌عنوان بازرس اصلی و دکتر محمدرضا نعیمی‌راد با ۱۰ رأی به‌عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

این موارد هستند:

- برگزاری سالیانه جشنواره صنعت نساجی
- برپایی جشن سالگرد تأسیس جامعه
- نشست نوروزی و مراسم افطاری در هر سال
- دریافت مجوز انتشار فصلنامه جامعه
- تعریف دوره‌های DBA و MBA با همکاری سازمان مدیریت صنعتی
- تعامل بیشتر با خانه صنعت و معدن تهران و تلاش برای عضویت در خانه صنعت و معدن ایران
- پیگیری عضویت در اتاق بازرگانی ایران
- حضور موثرتر در فضای مجازی
- اجرای دوره‌های آموزشی، تخصصی و کاربردی
- انعقاد تفاهم‌نامه‌های مشترک با سایر تشکلهای نساجی و پوشاک کشور
- بازدید از نمایشگاه‌های تخصصی
- ارتباط موثرتر با دانشکده‌های نساجی کشور
- مشاوره در حوزه‌های حقوقی، داور، بیمه‌ای، سرمایه‌گذاری، بورس، فرابورس و تأمین مالی
- رئیس هیئت مدیره جامعه، سه معضل پیش‌روی این تشکل تخصصی را در «سطح مشارکت و عضویت»، «مسائل مربوط به نقدینگی» و «یافتن فضای مناسب برای استقرار دفتر جامعه» برشمرد.
- وی، شرکت‌های هینزا شیمی، حجاب شهرکرد، کیمیا کاو جهان، بوریا، الوان ثابت، نساجی امروز، بهینه پویان کیمیا صنعت و الیاف گستر را از حامیان جامعه طی یک‌سال اخیر عنوان کرد و با این جمله بیل گیتس به سخنان خود پایان داد «من فقط با

بزرگ‌ترین رسالت دانشگاه‌ها، تربیت نیروی متخصص است

اشاره:

نشست هم اندیشی «نقش دانشگاه در تربیت نیروی متخصص برای صنایع نساجی و پوشاک» با محوریت راهبردهای افزایش بهره‌وری فارغ‌التحصیلان مهندسی نساجی و پوشاک با حضور نمایندگان برخی از تشکلهای صنایع نساجی و پوشاک از جمله انجمن صنایع نساجی ایران، جامعه متخصصین نساجی ایران، انجمن صنایع پوشاک ایران، اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران و ...، اساتید دانشکده‌های نساجی، تولیدکنندگان و فعالان صنایع نساجی و پوشاک و حمایت مالی شرکت‌های شیمی فرایند مهر آریا، گروه صنعتی گلبافت و نساجی حجاب شهرکرد در ساختمان مرکز اسناد (سالن کنفرانس دکتر حبیبی) دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات برگزار شد. در این نشست لزوم برنامه‌ریزی جهت ارتباط بیشتر صنعت و دانشگاه، تربیت نیروهای متخصص نساجی و آشنایی آنان با محیط کارخانه و ... مورد توجه اغلب سخنرانان قرار گرفت.



تهیه و تنظیم: اکرم باقری توستانی



و پیشرفته است اما فاصله بسیاری با صنعت دارد و متأسفانه اغلب فارغ‌التحصیلان آشنایی چندانی با محیط صنعت ندارند لذا در جلسه امروز ضمن بررسی مسائل و مشکلات واحدهای صنعتی، ویژگی‌های متخصصین مورد نیاز برای فعالیت در واحدهای صنعتی، مطرح و شناسایی خواهد شد.

■ برگزاری کنفرانس‌های علمی مشترک با صنایع

دکتر سید بابک مظفری - رئیس دانشکده فنی و مهندسی واحد علوم و تحقیقات - نیز در این مراسم ابراز داشت: واحد علوم و تحقیقات حدود ۴۰ هزار دانشجو دارد که در رشته‌های فنی و مهندسی، علوم انسانی، کشاورزی و علوم پایه مشغول تحصیل هستند و از این تعداد، سهم دانشکده فنی و مهندسی حدود پنج هزار نفر است. به گفته وی، دانشکده فنی و مهندسی شامل رشته‌هایی از جمله مهندسی صنایع، هوافضا، معدن، نساجی، ورزش و متالورژی است و سایر بخش‌های فنی و مهندسی از جمله مهندسی برق، مکانیک، شیمی و پلیمر در مجموعه‌های دیگر قرار

۱۳۷۵ فعالیت خود را آغاز نمود و تعداد دانشجویان و فارغ‌التحصیلان مقطع کارشناسی ارشد (تا پایان خرداد ۹۸) به این شرح است:

- ۱- مهندسی نساجی - تکنولوژی نساجی - ۱۸۴ نفر
 - ۲- مهندسی نساجی - شیمی نساجی و علوم الیاف - ۲۵۹ نفر
 - ۳- مدیریت صنایع نساجی - ۲۲۱ نفر
 - ۴- ساختارهای نانو لیفی - ۱۳ نفر
- تعداد دانشجویان و فارغ‌التحصیلان مقطع دکتری نیز به این ترتیب است:

- ۱- مهندسی نساجی - تکنولوژی نساجی - ۷۲ نفر
 - ۲- مهندسی نساجی - شیمی نساجی و علوم الیاف - ۹۲ نفر
- این استاد دانشگاه یادآور شد: از مهر امسال با مجوز وزارت علوم، دو رشته جدید «کارشناسی ارشد مهندسی پوشاک» و «کارشناسی مهندسی نساجی» در واحد علوم و تحقیقات دانشجو خواهد پذیرفت. مدیر گروه نساجی واحد علوم و تحقیقات تصریح کرد: اگرچه دانشگاه در بخش تئوری بسیار توانمند

در ابتدای مراسم، دکتر ابوسعید رشیدی - مدیر گروه نساجی واحد علوم و تحقیقات - ضمن خوشامدگویی به میهمانان از آنان خواست برای شادی روح زنده‌یاد دکتر سیداحمد موسوی شوشتری - عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر - که به تازگی از دنیا رفته‌اند، فاتحه‌ای قرائت نمایند. وی ضمن اعلام این مطلب که دانشگاه علوم و تحقیقات یکی از بزرگ‌ترین دانشگاه‌های حضوری ایران و جهان به شمار می‌آید، افزود: طبق آخرین نظام رتبه‌بندی «Leiden» در سال ۲۰۱۸، ۲۳ دانشگاه برتر از ایران در جمع ۹۳۸ دانشگاه برتر جهان قرار گرفته‌اند که دانشگاه علوم و تحقیقات تهران با ۲۶ پله صعود، رتبه دوازدهم برترین دانشگاه‌های ایران را به خود اختصاص داده و براساس رتبه‌بندی «U.S.NEWS» بعد از دانشگاه تهران با رتبه ۴۶۲ جهان، دانشگاه آزاد اسلامی در رتبه ۴۹۷ جهان و دومین دانشگاه ایران قرار گرفته است. به گفته دکتر رشیدی، رشته مهندسی نساجی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، از سال



علیمردان شبیبانی - عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران



سید بابک مظفری - رئیس دانشگاه فنی و مهندسی واحد علوم و تحقیقات



ابوسید رشیدی - مدیر گروه نساجی واحد علوم و تحقیقات



دارند. خوشبختانه ارتباطات بسیار مستمر و مطلوب میان رشته‌های فنی و مهندسی برقرار است که نقطه قوت این واحد دانشگاهی به شمار می‌آید.

دکتر مظفری در مقطع کارشناسی حدود دو هزار و ۵۰۰ دانشجو (۵۲ درصد)، در مقطع کارشناسی ارشد هزار و ۶۰۰ دانشجو (۳۴ درصد) و مقطع دکترا ۶۳۳ دانشجو (۱۴ درصد) به تحصیل می‌پردازند. وی یکی از مهم‌ترین اهداف دانشکده فنی و مهندسی واحد علوم و تحقیقات را برقراری ارتباط نزدیک‌تر و صمیمانه‌تر با جامعه صنعتی کشور برشمرد و گفت: واحد علوم و تحقیقات آزمایشگاه‌های مجهزی در اختیار دارد و از علاقه‌مندان جهت بازدید از مجموعه‌های آزمایشگاهی این واحد دانشگاهی دعوت به عمل می‌آوریم. رئیس دانشکده فنی و مهندسی واحد علوم و تحقیقات گفت: یکی از بخشنامه‌های وزارت علوم مربوط به فرصت‌های مطالعاتی برای اساتید در صنعت است به این ترتیب به جای گذراندن فرصت مطالعاتی در خارج کشور، تحقیقات و پژوهش‌ها در داخل واحدهای صنعتی کشور انجام خواهد شد و دانشگاه‌ها به سمت حل مسأله حرکت می‌کنند. این مسئول دانشگاهی در پایان سخنرانی خود بر برگزاری کنفرانس‌های علمی مشترک با صنایع، همکاری صنعت و دانشگاه در راه‌اندازی شرکت‌های دانش‌بنیان و همکاری جهت رفع مشکلات صنایع نساجی تأکید کرد.

محیط کارخانه آموزش داده شود تا بدانند برای فعالیت در صنعت یادگیری مسائل تئوری کافی نیست و ماشین‌آلات دارای ارزش معنوی بسیار والایی هستند. دکتر شبیبانی ضمن انتقاد به مدرک‌گرایی در کشور مهندس و تکنسین نساج را با حقوق مناسب اعلام می‌کنیم.

تا پس از مرگ به آن نیاز دارند، صنعتی دارای بالاترین ارزش افزوده و اشتغال‌زایی و بومی در ایران... وی خطاب به دانشگاهیان حاضر در جلسه گفت: صنعت، خریدار متاعی است که شما تولید می‌کنید. ما نیازمند فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در تمام مقاطع هستیم و اگر دست همکاری به سوی صنعت دراز نکنند، شاهد تحول و پیشرفتی در واحدهای تولیدی نخواهیم بود اما باید پرسید چرا تاکنون ارتباط میان صنعت و دانشگاه چندان شکل نگرفته است؟

«عدم تناسب سرفصل‌های دروس دانشگاه با نیازهای کارخانه‌های نساجی» نکته دیگری بود که مورد اشاره این صنعتگر نساجی قرار گرفت و گفت: برای مثال در زمینه فرش ماشینی فقط دو واحد به دانشجویان تدریس می‌شود، با دو واحد که نمی‌توان کنار دستگاه ۱۷۰۰ شانه تولید فرش ماشینی کار کرد!

دکتر شبیبانی با اعلام این مطلب که از نظر مباحث تئوریک در دانشگاه‌ها هیچ چیز کم نداریم و از نظر عملی و اجرایی عقب هستیم، افزود: وقتی فارغ‌التحصیل دانشگاه وارد محیط‌های صنعتی می‌شود، از مشاهده ماشین‌آلات و سر و صدای دستگاه‌های در حال کار می‌هراسد و حق هم دارد زیرا تاکنون از نزدیک چنین تجهیزاتی را مشاهده نکرده است. عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران تصریح کرد: درب کارخانه‌های نساجی به روی اساتید و دانشجویان باز است، وی، گذراندن دوره فرصت مطالعاتی در کارخانه‌های کشور را نکته‌ای بسیار ارزشمند و مفید به حال صنعت دانست و ابراز امیدواری کرد تا هر چه زودتر شاهد تحقق این امر باشیم. عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران متذکر شد: باید به دانشجویان مسائلی مانند قداست

وی اذعان داشت: دانشجویان باید از روز اول تحصیل بدانند کارخانه‌های تولیدی در مناطق شمالی پایتخت قرار ندارد بلکه خارج از شهر مستقر هستند، همچنین به کارمند پشت میز نشین نیازی نداریم. همچنین باید بدانند کارخانه‌ها مکان مقدسی است و تنها جایی است که می‌توان خیل عظیم بیکاران را مشغول کار کرد.

■ نقش موثر جامعه متخصصین نساجی ایران در ایجاد ارتباط میان صنعت و دانشگاه

مهندس سیدمحمد مقدسی - رئیس هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران - اظهار داشت:

■ برای فعالیت در صنعت یادگیری مسائل تئوری کافی نیست

دکتر علیمردان شبیبانی - عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران - در این مراسم ابراز داشت: خوشبختانه به تدریج دولتمردان، هیئت حاکمه، دانشگاه‌ها و تصمیم‌گیران کشور به اهمیت صنعت نساجی واقف شده‌اند، صنعتی که انسان‌ها از بدو تولد



سیمه کاظمی - عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران



علیرضا حائری - عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران



مهرداد جعفری - رئیس هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران

می‌توانند به عضویت جامعه این تشکل مهندسی درآیند و با توجه به بازوهای اجرایی خود - نیروهای متخصص - می‌توانند نقش موثر و پر رنگی در ایجاد ارتباط میان صنعت و دانشگاه ایفا نمایند مشروط بر این‌که هم صنعت و هم دانشگاه آن را مطالبه نمایند. متنها با تغییر رویکرد و ادامه ندادن شیوه‌های گذشته تا شاهد فاصله بیش از پیش صنعت و دانشگاه نباشیم. مهندس مقدسی متذکر شد: آموزش باید از بطن دانشگاه‌ها شکل بگیرد و در اختیار واحدهای صنعتی قرار گیرد. دانشگاه باید از دانشجویان خود بخواهد شش ماه به طور جدی در کارخانه‌های تولیدی کارآموزی کند، با خطوط تولید از نزدیک آشنا شود و به اصطلاح زیر و بم صنعت را بشناسد و از یک صنعتگر برای سنجش آموخته‌های آنان استفاده شود. رئیس هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران، آمادگی تشکل متبوع خود را جهت همکاری در تربیت نیروی متخصص و کمک به دانشگاه اعلام نمود.

■ لزوم ایجاد انگیزه، علاقه و اشتیاق به تحصیل در رشته نساجی و پوشاک

مهندس علیرضا حائری - عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران - ابراز داشت: طبعاً هدف از راه‌اندازی رشته‌های دانشگاهی، تلاش جهت تأمین نیازهای واحدهای صنعتی است و زمانی می‌توان ادعا کرد دارای رشته‌های تحصیلی موفق در دانشگاه‌ها هستیم که فارغ‌التحصیلان، عملکرد قابل قبولی در صنایع کشور داشته باشند.

وی اضافه کرد: اما عدم موفقیت یک فارغ‌التحصیل در تأمین نیازهای صنعت را باید در «هماهنگ نبودن سرفصل دروس با نیازهای صنعت»، «فراگیری نامناسب دروس توسط فارغ‌التحصیل» و «بی‌انگیزگی دانشجویان برای یادگیری دروس دانشگاه» جست‌وجو



در حالی که بخش صنعت از این قضایا دور است اما در دانشگاه‌های ما نه تنها این اتفاق نیفتاده بلکه صنعت به مراتب جلوتر از دانشگاه گام برمی‌دارد؛ در واقع کالاهایی توسط واحدهای صنعتی روانه بازار می‌شوند که برای دانشگاه‌ها بسیار جدید و حتی تعجب‌آور است!

رئیس هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران تصریح کرد: فاصله صنعت و دانشگاه، زیربنای بحثی است که گسترش بیکاری متخصصین و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را در پی دارد. از یک سو شاهد افزایش آمار بیکاری هستیم اما از سوی دیگر، صنعت موفق به جذب متخصص نشده است.

مهندس مقدسی خطاب به دانشگاهیان گفت: آیا دانشگاه الگویی را در ارتباط با صنعت شناسایی کرده است؟ آیا الگویی برای برقراری ارتباط بیشتر با صنعت دارد؟

این متخصص نساجی، «کم‌توجهی به مهارت‌پروری» را خلأ فعلی واحدهای دانشگاهی دانست و گفت: می‌توان با برگزاری دوره‌های کوتاه مدت آموزشی، مهارت دانشجویان، فارغ‌التحصیلان و متخصصین را ارتقاء داد.

وی در ادامه سخنرانی خود به فعالیت جامعه متخصصین نساجی ایران پرداخت و گفت: تمام فارغ‌التحصیلان گرایش‌های مختلف نساجی



تشکل‌ها در هر صنعتی، نقش بسیار موثر و کلیدی ایفا می‌کنند، افرادی که فداکارانه وقت و انرژی خود را به رونق تشکل‌ها اختصاص می‌دهند در حالی که از نظر مادی عایدی چندانی برایشان ندارد و در واقع پیش‌قدم صنف خود می‌شوند.

به اعتقاد وی، قدرت هم‌اندیشی در تشکل‌ها بسیار بالاست، ارائه راهکارها از بطن تشکل‌ها شکل می‌گیرد، اتاق فکرها توسط تشکل‌ها پررنگ می‌شود و به‌عنوان بازوی مشورتی برای هر نهادی مانند دانشگاه به شمار می‌آیند.

مهندس مقدسی ضمن بیان این جمله که واقع‌بین باشیم و شعار ندهیم، گفت: داشتن رویا بسیار خوب است اما به گفته ناپلئون هیل، «اگر برای رویاپردازی، زمان مشخصی تعریف نکنید، هدف شکل نمی‌گیرد و رویا یعنی هدفی که برایش زمان تعریف نمائید.» با این اوصاف در شرایطی که تعداد دانشجویان مقطع کارشناسی دانشکده‌های نساجی کشور بسیار کاهش یافته، با چه دیدگاهی رشته مهندسی نساجی در واحد علوم و تحقیقات راه‌اندازی شده است؟ هدف از تأسیس رشته مهندسی پوشاک چیست؟

وی خاطرنشان کرد: در تمام کشورهای پیشرفته صنعتی، دانشگاه چند گام جلوتر از صنایع حرکت می‌کند برای مثال یکی از دانشگاه‌های معتبر سوئد، تکنولوژی تولید پارچه و پوشاک هوشمند را ارائه کرده



محمد علی رخصت - مدیرعامل مهتارنگ طویس



حمید خطیبی - مدیرعامل وان پای وان



فریبا درویش - عضو هیئت رئیسه انجمن فرهنگی و هنری طراحان و تولیدکنندگان پوشاک مدارس



نمود. به اعتقاد مهندس حائری، باید تمهیداتی اندیشیده شود تا دانشجوی رشته مهندسی نساجی و پوشاک به رشته تحصیلی خود علاقه مند باشد و با انگیزه و اشتیاق سر کلاس‌ها حاضر شود. متأسفانه یکی از دلایلی که دانشجویان رشته نساجی قادر به برآورده نمودن انتظارات کارفرمایان در واحدهای صنعتی نیستند، بی‌علاقگی نسبت به این رشته است.

وی ادعان داشت: حتی اگر دانشجو بدون علاقه و انگیزه وارد این رشته شده باشد، دانشگاه باید تدابیری مدنظر قرار دهد تا آنان را نسبت به تحصیل در رشته نساجی و پوشاک ترغیب نماید. کما این که بارها شنیده‌ایم افراد موفق به پذیرش در رشته فنی و مهندسی مورد علاقه خود نمی‌شوند اما رشته نساجی را برای ورود به دانشگاه انتخاب می‌کنند تا بتوانند پس از چند ترم، تغییر رشته بدهند در حالی که این عدم انگیزه باعث می‌شود نتواند دروس را به خوبی یاد بگیرد و نارضایتی تحصیلی را همراه داشته باشد، این نارضایتی تحصیلی به نارضایتی شغلی نیز منتهی می‌شود در نتیجه متخصصی تربیت می‌شود که نه علاقه‌ای به رشته تحصیلی خود و نه انگیزه و رغبتی برای کار در محیط‌های صنعتی این رشته دارد و شاید یکی از دلایلی که کارفرمایان تمایلی به جذب فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را ندارند و یا از عملکرد آنان در واحدهای تولیدی رضایت چندانی ندارند؛ ریشه در همین نکات دارد.

این کارشناس نساجی ادامه داد: متأسفانه فضای مثبتی در اذهان مردم نسبت به صنایع نساجی و پوشاک وجود ندارد و برخی کارفرمایان (به دلایل مختلف) از نساجی به‌عنوان یک صنعت ورشکسته یاد می‌کنند؛ همین موضوع باعث می‌شود انگیزه و علاقه کافی برای تحصیل در رشته نساجی و پوشاک ایجاد نشود. وی در ادامه سخنان خود ضمن اشاره به وجود

کارگاه‌های گمنام و بی‌نشان تولید پوشاک، گفت: تعداد برندهای موفق و معتبر بین‌المللی تولید پوشاک در کشور چندان زیاد نیست و همین امر بی‌انگیزگی و بی‌علاقگی افراد نسبت به انتخاب رشته مهندسی پوشاک را افزایش می‌دهد.

مهندس حائری، سیاست‌های دولت برای توانمندسازی صنعت نساجی و پوشاک مانند ممنوعیت ورود محصولات مشابه تولید داخل را در ایجاد انگیزه برای دانشجویان رشته مهندسی نساجی و پوشاک را موثر دانست و گفت: البته این قبیل سیاست‌ها در کوتاه‌مدت راه‌گشا هستند اما در ابعاد کلان و طولانی‌مدت به نفع تولید و صنایع کشور نخواهند بود زیرا با ایجاد بازار انحصاری و غیررقابتی در داخل کشور، واحدهای تولیدی به خلاقیت، ابتکار و نوآوری توجهی نشان نمی‌دهند و نیاز چندانی هم به فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و ایده‌های جدید ندارند. عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران، صنعت مد و پوشاک را در سطح جهان بسیار جذاب با گردش مالی حدود دو هزار میلیارد دلار اعلام کرد و افزود: در کشور ما سالیانه ۱۰ میلیارد دلار تقاضای پوشاک وجود دارد پس این صنعت نباید دانشجوی بی‌انگیزه و مردم نسبت به آینده شغلی خود داشته باشد.

وی در پایان سخنان خود گفت: برای پرورش

فارغ‌التحصیل موفق باید اقداماتی انجام داد تا افراد رشته نساجی و پوشاک را با علاقه انتخاب کنند، با انگیزه و اشتیاق به تحصیل بپردازند و با هدف مشخص و روشن پس از فارغ‌التحصیلی جذب واحدهای صنعتی شوند.

■ شناخت بازارها، برندسازی و نرم‌افزارهای روز نساجی و پوشاک دنیا

مهندس سیما کاظمی - عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران - با طرح این پرسش که برنامه‌ریزی‌های دانشگاه تا چه میزان با برنامه‌های راهبردی وزارت صنعت در بخش نساجی و پوشاک هماهنگی دارد، افزود: دولت در کشورهای بسیاری از جمله ترکیه، مراکش، و ... برای تربیت نیروی انسانی متخصص برای صنایع نساجی و پوشاک برنامه‌های متعددی تدوین می‌کند اما در کشور ما این موضوع تا چه میزان مدنظر قرار می‌گیرد؟ واحدهای کوچک تولیدی ما تا چه میزان می‌توانند از آموزش‌های علمی و دانشگاه بهره‌مند شوند و در تربیت و افزایش مهارت نیروهای انسانی موثر واقع شوند؟

وی، «شناخت بازارها، برندسازی و نرم‌افزارهای روز نساجی و پوشاک دنیا» را در تربیت نیروی انسانی متخصص موثر برشمرد و افزود: در گذشته فاصله پنج ساله در تغییرات تکنولوژیکی وجود داشت اما امروز



حمیدرضا خانیکی طبع - دبیر کمیته صنعت کار گروه ساماندهی مد و لباس



ویشاد رشیدی - مدیرعامل شرکت زانتوس



شهرام صالحی نوع پرور - مدیرعامل تولیدی

پوشاک را برای تحصیل انتخاب می کند باید یک سال در دانشگاه درس بخواند و سه سال در کارخانه های تولید پوشاک مشغول کار شود تا هنگام فارغ التحصیلی، به عنوان یک تکنسین توانمند بتواند در راه اندازی خط تولید موثر باشد.

وی یادآور شد: مد و رنگ لازمه تولید پوشاک است، دانشجویان باید با مفاهیم رنگ شناسی و اصول مد آشنا باشند و حداقل سالی یک بار بتوانند از کارخانه های تولیدی پوشاک خارج از کشور (مانند ترکیه) بازدید به عمل آورند.

به گفته این تولیدکننده پوشاک، اغلب برندهای مطرح دنیا به جایی رسیده اند که دانشگاه راه اندازی می کنند، به تربیت متخصصین حرفه ای، مبتکر و خلاق برای خطوط تولید می پردازند.

عظیمی تصریح کرد: تمام برندهای معتبر و جهانی پوشاک با تولید پوشاک بچه گانه فعالیت خود را آغاز کرده اند و با رشد و توسعه مجموعه خود، تنوع محصولاتشان را گسترش داده اند.

آموزش در کشور مورد غفلت قرار گرفته است

محمدعلی رخصت - مدیرعامل شرکت مهتا رنگ طوس - مقوله آموزش در کشور را مغفول اعلام کرد و افزود: طی ۳۰ سال اخیر با توجه به تثبیت نرخ ارز، شاهد واردات بی رویه پوشاک به کشور بودیم و همین امر باعث شد صنایع بالادستی نیز با مشکلاتی مواجه شوند اما در حال حاضر با متعادل تر شدن نرخ ارز، صنعت پوشاک رونق گرفت و صنایع بالادستی نیز از مواهب آن بهره مند شده است.

رخصت ابراز امیدواری نمود تا در آینده نزدیک دانشگاه آزاد در زمینه رشد و توسعه صنایع نساجی، پوشاک و مد فعال تر شود.

وی اعلام کرد: در چهل سال گذشته همیشه



فعالان صنایع نساجی و پوشاک، بتواند معضلات پوشاک مدارس را در سطح کشور از بین ببرد.

مد و رنگ لازمه تولید پوشاک است

در ادامه مراسم، حمید عظیمی - مدیرعامل شرکت میهن پوشان پارس (وان بای وان) - راه اندازی رشته مهندسی پوشاک در واحد علوم و تحقیقات را به فال نیک گرفت، آن را بسیار مهم و ضروری دانست و اذعان داشت: داستان صنعت پوشاک با صنایع نساجی متفاوت است.

وی با بیان این مطلب که مقوله مد، استایل، الگوسازی، اکسسوری و ... در کنار همدیگر صنعت پوشاک را تشکیل می دهند، گفت: در تمام کشورها ابتدا واحدهای تولید پوشاک و سپس صنعت نساجی راه اندازی و تقویت شده اند اما در کشور ما این روند کاملاً معکوس است!

عظیمی با انتقاد از تکیه دانشگاه ها بر مباحث تئوری و عدم آشنایی دانشجویان با اصول عملی صنعت، اضافه کرد: یکی از دانشجویان برای گذراندن دوران کارآموزی به واحد تولیدی ما مراجعه کرد اما پس از گذشت چند روز ابراز داشت «پس از چهار سال که انرژی، پول و عمرم را برای تحصیل سپری کردم تازه متوجه شده ام هیچ چیز بلد نیستم!»

وی پیشنهاد داد: دانشجویی که رشته مهندسی



این فاصله بسیار کمتر شده به طوری که طی دو سال شاهد تغییر و تحولات اساسی در تکنولوژی های نساجی هستیم.

مهندس کاظمی بر لزوم توجه ویژه به دوران کارآموزی جهت آشنایی دانشجویان با محیط صنعتی، مسائل فنی و تخصصی و همچنین برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت و کاربردی در زمینه آشنایی دانشجویان با تغییرات تکنولوژیکی، برندسازی، نحوه انعقاد قراردادهای تجاری و مسائل حقوقی تأکید کرد.

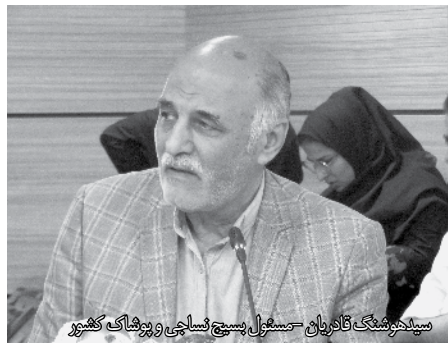
تعامل برای ساماندهی و ارتقای سطح کیفی پوشاک دانش آموزی

نرگس درویش - عضو هیئت رئیسه انجمن فرهنگی و هنری طراحان و تولیدکنندگان پوشاک مدارس - گفت: این انجمن نوپا به دستور آقای قبادی - دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس - و در جهت تعامل برای ساماندهی و ارتقای سطح کیفی پوشاک دانش آموزی و تلاش برای فرهنگ سازی در پوشش کودکان و نوجوانان تأسیس شده و این کار برای کمک به شکل گیری ذائقه کودکان در راستای قانون ساماندهی مد و لباس کشور و همچنین استفاده از طرح ها و مدل های ایرانی - اسلامی است که مزایای آن برای تمام اقشار جامعه خواهد بود.

وی ابراز امیدواری نمود تا این انجمن با کمک تمام



عیلیان موبد- کارشناس صنعت نساجی



سیددوشنگ قادیان- مسئول پیسج نساجی و پوهاک کشور



مجید نامی- نایب رئیس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران



تلاش کرده‌ایم فرزندان خود را به سمت تحصیل در رشته‌های پزشکی و رشته‌های فنی و مهندسی مورد پذیرش جامعه سوق دهیم اما کمتر آنها را به حضور در هنرستان‌ها، مراکز فنی و حرفه‌ای و آشنایی با مشاغلی مانند برش کاری، جوشکاری و ... تشویق کرده‌ایم در حالی که جای تکنسین‌های توانمند در صنایع کشور بسیار خالی به نظر می‌رسد.

به گفته مدیرعامل مهتارنگ طوس، اکثر کشورهای اروپایی، واحدهای صنعتی را بخشی از دانشگاه می‌دانند.

تولیدی، بخش تحقیق و توسعه وجود ندارد و باید در این زمینه تدابیر ویژه‌ای مدنظر قرار گیرد.

■ باید تفکرات قدیمی در تولید را کنار گذاشت به اعتقاد ویشاد رشیدی- مدیرعامل شرکت زانتوس- مشکل اغلب تولیدکنندگان پوشاک، کمبود نیروی انسانی ماهر و آموزش دیده در بخش‌های مختلف مانند فشن، دوخت و ... است. وی افزود: کارخانه ما آمادگی خود را برای پذیرش دانشجویان اعلام می‌کند تا با نحوه کار در محیط صنعتی، عملکرد ماشین‌آلات و بهبود کیفیت تولید آشنا شوند زیرا معتقدیم باید تفکرات قدیمی در تولید را کنار گذاشت و در کنار همدیگر به رشد و توسعه صنعت پوشاک بپردازیم.

■ اهمیت تشکل‌ها و نهادهای مردم نهاد در رشد صنعت نساجی و پوشاک

شهرام صالحی نوع‌پرور- مدیرعامل شرکت تولیدیکا- در سخنرانی خود به اهمیت تشکل‌ها و نهادهای مردم نهاد (NGO ها) پرداخت و گفت: در کشورهای توسعه یافته با دولت کوچک، تشکل‌ها نقش مهمی ایفا می‌کنند و به احقاق حق برای فعالان هر صنعت می‌پردازند؛ در کشور ما، دولت بزرگ است و نمی‌تواند وارد جزئیات تمام صنایع شود به همین دلیل وجود تشکل‌های مردم نهاد بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

■ کمبود استاد متخصص در صنعت پوشاک

مهندس مجید نامی- نایب رئیس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران- ابراز داشت: اگر بحث ارتباط صنعت و دانشگاه را صرفاً در کارآموزی و بازدید از کارخانه‌های تولیدی بدانیم، کوتاه‌بینی است و باید افق دید خود را وسیع‌تر نماییم.

■ آیا دانشگاه‌ها به سراغ واحدهای تولیدی می‌روند؟

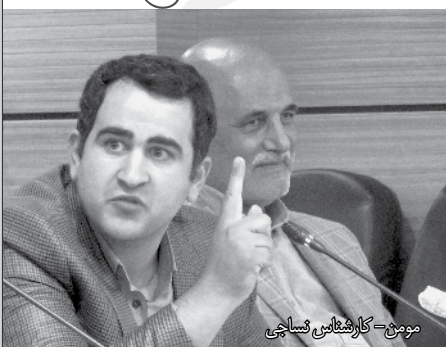
وی ابراز داشت: در صورت انتقال اطلاعات مورد نیاز واحدهای صنعتی از طریق تشکل‌های نساجی و پوشاک مانند «انجمن صنایع پوشاک ایران»، «انجمن صنایع نساجی ایران» و «اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک ایران» به دانشگاه‌ها، شاهد رفع بخش قابل توجهی از مشکلات صنعتگران، حل بحران بیکاری، جلوگیری از گسترش آسیب‌های اجتماعی، گردش صحیح پول در چرخه اقتصاد، احیاء و ایجاد ارزش افزوده در کشور خواهیم بود.

وی از دانشگاه به‌عنوان «کارخانه تربیت نیروهای متخصص مورد نیاز صنعت» یاد کرد و گفت: متأسفانه در بخش پوشاک، استاد مورد نیاز این بخش را در کشور نداریم و به شدت نیازمند تربیت اساتید رشته مهندسی پوشاک هستیم. اغلب اساتید دانشکده‌های پوشاک یا مهندس نساج هستند که آشنایی مقدماتی با پوشاک دارند و یا کسانی هستند که به صورت محدود (مزون) به تولید پوشاک می‌پرداختند و تجربه آنها محدود به الگوسازی و طراحی در حد کارگاه‌های کوچک است، به همین دلیل چنین افرادی نمی‌توانند مهندس پوشاک، تربیت و به صنعت معرفی نمایند.

حمیدرضا نیک‌طبع- دبیر کمیته صنعت کارگروه ساماندهی مد و لباس - با بیان این مطلب که باید در دانشگاه‌ها علم تولید شود، گفت: زمانی پارچه مقدم به اروپا و آمریکا صادر می‌شد اما چرا امروز این قدرت و توان کمتر در واحدهای نساجی و پوشاک کشور وجود دارد؟ وی اضافه کرد: آیا دانشگاه‌ها به سراغ واحدهای تولیدی می‌روند تا از نزدیک در جریان روند تولید و تکنولوژی‌های موجود در کشور قرار بگیرند؟

به گفته نیک‌طبع، متأسفانه در اکثر واحدهای

مهندس نامی یادآور شد: بزرگ‌ترین رسالت دانشگاه‌ها، تربیت اساتید و نیروی متخصص است.



مومن - کارشناس نساجی



وحید قربانی - دانشجوی دکتری نساجی



وحید محمدی - مدیر گروه نساجی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر

■ استمرار جلسات هم‌اندیشی با دانشگاهیان به اعتقاد دکتر وحید محمدی - مدیر گروه نساجی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر - در عصر ارتباطات موثر، نیازمند کمک همدیگر - صنعت و دانشگاه - هستیم. وی ضمن تأکید بر نقش محوری دانشگاه، گفت: باید بپذیریم دانشجویان ما مهارت‌پذیر نیستند. دکتر محمدی خواستار حضور بیشتر صنعتگران در فضای دانشگاه و انتقال تجربیات و دانش فنی آنها به دانشجویان شد و افزود: دانشجویان دکترا و کارشناسی ارشد باید در طرح کارورزی چند روز در کارخانه به فعالیت بپردازند.

■ از هم‌زمانی به هم‌افزایی برسیم

مهندس وحید قربانی - دانشجوی دکتری نساجی - گفت: باید به یک ادبیات مشترک و نقطه شروع میان صنعت و دانشگاه برسیم در واقع از هم‌زمانی، هم‌فکری و همکاری به هم‌افزایی دست یابیم. وی اضافه کرد: هر کسی براساس نیازهای خود انتظاراتی از دانشگاه دارد اما دانشگاه توانایی برآورده کردن تمام این نیازها را ندارد. برای مثال صنعت نیازمند نیروی متخصص دانشگاه‌هاست و در عین حال می‌خواهد در مرزهای علم نیز حرکت کند در حالی که صنعت، هم‌پای مرزهای علم نیست.

مهندس قربانی تصریح کرد: وقتی در مورد صنعت سخن به میان می‌آید، کمپانی‌های مطرح مانند ایرپاس، کارل مایر و ... به ذهن می‌رسد که تحقیقات دانشگاهی آنان منجر به خلق چنین پدیده‌های عظیم علمی شده است در حالی که



■ فقدان آمار واحدهای نساجی در کشور مهندس عباس مومید - کارشناس صنعت نساجی - با اشاره به نبود آمار و اطلاعات در صنعت نساجی گفت: آیا می‌دانیم به چند نفر طراح پارچه یا طراح بافت پارچه در بخش ژاکارد نیاز داریم یا چند ماشین بافندگی ژاکارد یا دابی در کشور مشغول کار است؟ این در حالی است که برای برنامه‌ریزی دقیق نیازمند دسترسی به آمار و اطلاعات صحیح هستیم.

وی اضافه کرد: به یاد دارم آقای دکتر آیت‌اللهی - که افتخار شاگردی ایشان را دارم - در کلاس درس به ما گوشزد کردند «به این فکر نکنید که سود راه‌اندازی مجدد ماشین‌های متوقف کارخانه‌ها، نصیب چه کسانی خواهد شد بلکه بدانید شما نیز به صورت غیر مستقیم از مواهب انجام این کار منتفع خواهید شد.

به اعتقاد وی، آموزش‌های فشرده و کوتاه‌مدت در تربیت نیروی متخصص چندان موثر نیستند و آموزش باید به صورت کامل و در طول زمان صورت گیرد.

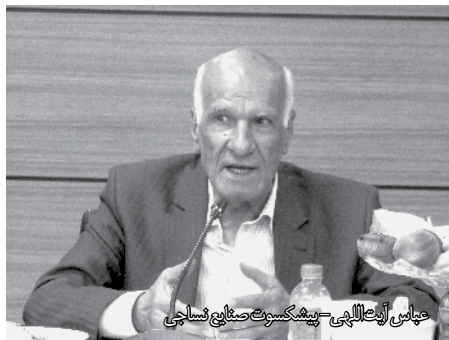
این کارشناس نساجی گفت: واحدهای نساجی کشور در دو بخش «مکانیک ماشین‌آلات» و «برق و الکترونیک» با کمبود جدی نیروی متخصص روبرو هستند.



به اعتقاد این فعال نساجی، نهایت آرزوی دانشجویان پوشاک، راه‌اندازی مزون است در حالی که چنین تفکری نمی‌تواند در رشد و رونق صنعت نساجی و پوشاک کشور موثر باشد، پس باید اساتیدی تربیت شوند تا در آینده از آنان به‌عنوان افراد متخصص و کارآمد در صنعت پوشاک یاد شود.

■ تدوین برنامه چهار ساله برای آینده صنعت نساجی و پوشاک، مهندس سید هوشنگ قادریان - مسئول بسیج نساجی و پوشاک کشور - سخنرانی خود را با یک پرسش آغاز کرد: آیا مرکزی در دانشکده‌های نساجی کشور وجود دارد که میزان نیاز واحدهای صنعتی به کارشناس نساجی، طراح، شیمی نساجی و ... را مشخص نماید؛ تا متأسفانه به جایی نرسیم که برخی دانشکده‌های نساجی در شروع ترم هفده نفر ثبت نام کنند و در پایان ترم دو نفر باقی بمانند؟ این ضربه مهلکی بر پیکر صنعت نساجی است و این صنعت دیگر طاقت چنین بی‌مهری‌هایی را ندارد.

وی ضمن تأکید بر تدوین برنامه چهار ساله برای آینده صنعت نساجی و پوشاک، گفت: در تمام کشورهای صنعتی، برنامه دانشگاه‌ها براساس نیازهای صنایع کشور شکل می‌گیرد.



عباس آیت‌اللهی - پیشکسوت صنایع نساجی



سومبات هاگوپیان - رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران



صنعت و دانشگاه کشور ما در مسیرهای متفاوت کاملاً گام برمی‌دارند.

این متخصص نساجی یادآور شد: آیا می‌خواهیم نیروی متخصص برای صنعت ایران آموزش دهیم یا تربیت نیروی ماهر در سطوح بین‌المللی مدنظر ماست؟

پیشنهاد برگزاری تور بازدید از واحدهای نساجی و پوشاک برای دانشجویان جدید الورد

سومبات هاگوپیان - رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران - سخنرانی خود را با چند نقل قول از مشاهیر جهان آغاز کرد و گفت: فرانسیس بیکن معتقد است «جامعه به خودی خود قدرت است» و به گفته وینستون چرچیل «امپراتوری آینده، امپراتوری مغزها خواهد بود.» پس می‌توان نتیجه گرفت پرورش مغزها مسئولیتی است که بر عهده دانشگاه‌ها قرار دارد و همگی موظفیم به دانشگاه یاری برسانیم.

وی افزود: در دنیای امروز ابتدا باید به مذاکره با مشتری پردازیم آنگاه براساس نیاز و خواسته وی به تولید پردازیم اما در کشور ابتدا تولید می‌کنیم و سپس به دنبال مشتری می‌رویم!

هاگوپیان خاطر نشان کرد: در کشور ما رشته مهندسی پوشاک برای اولین بار در دانشگاه صنعتی امیرکبیر دایر شد و چندسال از نزدیک با آن همکاری داشتیم اما پس از مدتی این رشته به یکسری اطلاعات نساجی در مورد سوزن، نخ دوخت و ... تبدیل شد در حالی که مباحث رشته مهندسی پوشاک به مراتب گسترده‌تر و عمیق‌تر است.

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران اذعان داشت: متأسفانه نمره کار فعالان صنایع نساجی و پوشاک به دلیل برنامه‌ریزی‌های نادرست وزارت صمت، به هدر رفت برای مثال تحت‌عنوان حمایت از صنعتگران نساجی، صنعت پوشاک را از دسترسی به مواد اولیه باکیفیت محروم کردند. از سوی دیگر صنایع نساجی، علی‌رغم سرمایه‌گذاری در بخش نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات مدرن، مصرف‌کننده‌ای نداشت در نتیجه قاچاق بر کشور حاکم شد و هر دو طرف سرمایه‌های خود را از دست دادند، متأسفانه دست‌هایی در کار است که برای فعالان صنعت پوشاک - به خصوص در زمینه تأمین مواد اولیه -

کشور و جلوگیری از سوءاستفاده دشمنان اشاره کرد. دکتر عباس آیت‌اللهی - پیشکسوت صنایع نساجی - که دارای ۴۰ سال تجربه تدریس و ۲۰ سال فعالیت در صنعت نساجی را دارد، به‌عنوان آخرین سخنران این مراسم گفت: نساجی در زمره صنایعی است که دانشجو از ابتدای تحصیل باید با کار در محیط صنعت و کارخانه آشنا شود.

وی که به‌عنوان اولین دانشجو و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی نساجی کشور شناخته می‌شود، افزود: دو ترم تاستانی به صورت کامل به کارآموزی می‌پرداختیم و ابتدا از جاروکنشی سالن‌های تولید کار را شروع کردیم تا به تنظیم ماشین‌آلات خطوط تولید رسیدیم؛ نکته مهم این که هیچ یک از فارغ‌التحصیلان دهه ۴۰، بیکار نماندند و در صنعت نساجی خوش درخشیدند.

دکتر رشیدی در جمع‌بندی پایانی نشست هم‌اندیشی «نقش دانشگاه در تربیت نیروی متخصص برای صنایع نساجی و پوشاک» از برنامه‌ریزی برای تشکیل دبیرخانه تخصصی در چهار بخش «کارگروه دوره‌های مهارتی»، «کارگروه طراحی دوره‌های جدید»، «کارگروه تحقیقات صنعتی» و «کارگروه بررسی سرفصل‌های رشته مهندسی نساجی و پوشاک» خبر داد و از تشکیل برخی کلاس‌ها در کارخانه‌ها و همچنین بهره‌گیری از تجارب صنعتگران در دانشگاه استقبال نمود.

مانع‌تراشی می‌کنند.

وی اضافه کرد: وقتی دانشجوی رشته مهندسی پوشاک در می‌یابد آینده صنعتی که در آن مشغول کار خواهد شد، روشن و مشخص نیست به تدریج انگیزه ادامه تحصیل را از دست می‌دهد.

هاگوپیان، پیشنهاد برگزاری تور بازدید از واحدهای تولیدی برای دانشجویان جدید الورد رشته نساجی و پوشاک توسط دانشگاه‌ها را مطرح کرد تا از نزدیک با فضای آینده شغلی خود آشنا شوند.

این پیشکسوت صنعت پوشاک بیان داشت: از سال اول تحصیل، دانشجویان بین یک تا دو ماه و در سال آخر بین سه تا چهار ماه در محیط صنعتی کارآموزی نمایند تا نیروی توانمند و حرفه‌ای برای کار در کارخانه‌ها تربیت شوند و تا وقتی نمره لازم در دوره کارآموزی را نگیرند، مدرک اتمام تحصیلات دانشگاهی به آنان اعطا نشود.

وی در پایان تأکید کرد: در کشور ما اجازه برند شدن به کسی داده نمی‌شود و تا وقتی این مشکل حل نشود، برندی شکل نخواهد گرفت کما این که در کشور ما «نام‌های تجاری» وجود دارند نه «برند»

دکتر مومن - کارشناس نساجی - نیز در سخنان خود به تأکید رهبر انقلاب به حضور جوانان به‌عنوان افسران جنگ نرم، حفظ ارزش‌های انقلاب، کار فرهنگی و خودجوش، حفظ قوانین، نظم و آرامش

واحدهای نمونه صنعت نساجی و پوشاک ایران در روز صنعت و معدن ۱۳۹۸

اشاره:

مراسم بزرگداشت روز ملی صنعت و معدن در استان‌های کشور با حضور مسئولان استانی و کشوری برگزار شد و طی آن واحدهای برتر صنعتی و معدنی موفق به کسب لوح تقدیر و نشان این مراسم شدند. در فهرست زیر، نام واحدها و پیشکشوتان برگزیده روز صنعت و معدن سال ۹۸ در گروه منسوجات و پوشاک از نظر تان می‌گذرد. نساجی امروز انتخاب شایسته این عزیزان را تبریک می‌گوید و برای تمام صنعتگران، تولیدکنندگان و کارآفرینان کشور به خصوص فعالان صنایع نساجی و پوشاک آرزوی سربلندی و موفقیت در تمام عرصه‌های تولیدی و صنعتی را دارد.



تهیه و تنظیم: ضیاءالدین امامی رئوف



استان	نام شرکت	مدیرعامل	زمینه فعالیت
آذربایجان شرقی	نساجی خامنه	آقای میرعمادی	ریسندگی و بافندگی
آذربایجان غربی	صنایع نساجی سلیمان نسج	آقای غلامرضا کنگرلویی	تولید انواع نخ‌های فیلامنت تابدار و رنگی
اردبیل	نساجی ستاره اردبیل	آقای احمد آقایی	تولید نخ پنبه‌ای با نمرات ۸ الی ۳۰
اصفهان	پشم‌بافی گل‌نثار بیدگلستان راوند کاشان فرش باگشای بیدگل الیاف‌سازان بهکوش صنایع اطلس ریس کاشان	آقای عبدالحسین اخوان مقدم آقای مجید گواهی آقای سیدجواد سجادی آقای اکبر لیاق آقای علی فرهی	تولید انواع پارچه های کت و شلوار مردانه تولید فرش ماشینی تولید فرش ماشینی تولید انواع نخ‌های فیلامنتی بافندگی و خطوط تکمیل بافت فرش
البرز	آران فرساد	آقای محمدجواد فرج‌اللهی	تولید کالای خواب
چهارمحال و بختیاری	نساجی حجاب شهرکرد	آقای محمدتقی دانایی	حریر پرده‌ای، روسری، پارچه‌پلی‌استر-ویسکوز، پلی‌استر-پنبه، پارچه چادر مشکی و...
خراسان رضوی	موکت نگین مشهد	آقای مجتبی زین‌العابدین زاده	تولید فرش ماشینی
	حواله یاس سپید مشهد	آقای پوریا ترابی	تولید انواع حوله و منسوجات
	چرمیران	آقای سیدمهدی غفاریان	تولید منسوجات چرمی
	کیسه ستاره طاها	آقای علی عابدی	تولید انواع کیسه‌های پلی پروپیلن
زنجان	فرش زمرد مشهد	آقای محمدرضا حمایت‌کار	تولید فرش ماشینی
	اطلس جین	طرح نمونه صنعتی برتر	تولید شلوار جین زنانه و مردانه
سمنان	کویر سمنان	آقای امیر رضا فیض	تولید انواع نخ ظریف پنبه‌ای و الیاف مصنوعی
	کویر سمنان	آقای حسن کاردان	پیشکشوت نمونه صنعتی
قزوین	پرنیا	آقای غلامرضا نخ‌باف	ریسندگی و بافندگی
قم	عطربین نخ قم	آقای حامد مقدم	تولید انواع نخ‌های یکسره تابیده پلی‌استر
کردستان	شاهین آزاد	آقای علی خلیلی	بافندگی تخت‌باف و پوشاک
کرمانشاه	فرش زاگرس کرمانشاه	آقای محسن قندی	تولید فرش ماشینی
گیلان	کارخانجات ایران برک	آقای مهدی پهلوان	تولید پارچه فاستونی و کت و شلوار
	فرش و موکت بابل	آقای محمدصفا میناگر	تولید منسوجات داخل خودرو، موکت تافتینگ و...
	ژئوشبکه پارسیان	آقای حمید رضا قادی	تولید محصولات ژئوتکستیل، ژئوتکتایل و...
	صنایع پوشاک آویشن	آقای رمضان موسوی	تولید انواع پوشاک مردانه و زنانه
مازندران	نساجی کیسه کاسپین شمال	آقای سعید محمدزاده	تولید کیسه‌های پلی پروپیلن
	خزر ریس	آقای علیرضا طاهر	به‌عنوان پیشکشوت نمونه صنعتی
	الیاف شیشه سینا دلیجان	آقای بهروز محمدی	تولید الیاف شیشه
	پرشین نوین چرم	آقای طالبی	تولید منسوجات چرمی
مرکزی	الیاف ساویس	آقای احمد نجفی	تولید انواع الیاف مصنوعی
	شیوا نساج یزد	آقای علی عشقیان	تولید پارچه مبلی و تکمیل انواع پارچه

دنییم و چشم اندازهایش



اطلاع رسانی

نویسنده: تهمینه مولانا

دنییم از الیاف فاکس^۷: پارچه دنییم که از الیاف پنبه رنگ شده ساخته می‌شود که این پنبه به صورت طبیعی پرورش یافته و مورد تایید تشکیلات پرورش پنبه کالیفرنیا sally fox قرار دارد.

دنییم کراشد^۸: پارچه‌ای که بافته شده و سپس فرآوری شده و به لحاظ ظاهر نیز چروک به نظر می‌رسد.

دنییم ویتتیج^۹: جین‌های ویتتیج، کلاسیک‌های همیشگی هستند اما در حال حاضر کمتر مورد توجه‌اند.

دنییم اکرو^{۱۰}: این دنییم با رنگ طبیعی پنبه یا دنییم تهیه می‌گردد و اصولاً عملیات رنگرزی روی آن انجام نمی‌شود. اکرو، ارجاعی به دنییم رنگ نشده و تصویر طبیعی پنبه است یا به عبارت ساده «جین رنگ نشده با نیل را جین اکرو می‌نامند»
دنییم ماربل^{۱۱}: دنییم اسید شوی شده را ماربل یا ماربل دنییم اطلاق می‌کنند یعنی از مرحله تکمیل پارچه دنییم با استفاده از سنگ خیساندن در کلورین chlorine گذشته است.

دنییم ریورس^{۱۲}: در کاربرد جدید؛ دنییم را پشت و رو می‌کنند تا محصول نهایی شکلی کاملاً متفاوت پیدا کند. ریورس دنییم فرآورده‌ای است که نخ‌های تار آن دیده شده و هیچ رنگی ندارند، در حالی که پشت آن نخ‌های پود رنگ شده‌اند.

دنییم استرچ^{۱۳}: این پارچه با الیاف مصنوعی لایکرا یا اسپاندکس تولید می‌شود که حالت کشسانی بیشتری ایجاد می‌کنند. کشسانی پارچه بسته به درصد ارتجاعی بودن آن دارد.

دنییم سلودج^{۱۴}: پارچه دنییم با حاشیه‌هایی از نوار زرد یا قرمز را دنییم سلودج می‌نامند. این دنییم محبوب‌تر و به نظر با کیفیت‌تر از هر دنییم دیگری است.

دنییم وکس ریورس^{۱۵}: زمانی که پشت پارچه دنییم با موم پوشانیده می‌شود تا ضد آب گردد محصولی تحت عنوان دنییم وکس ریورس تولید می‌شود. این دنییم در کیف و هرگونه ادواتی استفاده می‌شود که مصارف بیرون از منزل دارند.

پلی دنییم^{۱۶}: ر این پارچه درصد زیادی پلی‌استر استفاده شده است. پارچه نرم، راحت و با قابلیت کشسانی عالی می‌باشد. از این محصول برای تهیه کت و بلوز و کلاه هم استفاده می‌گردد. وجود پلی‌استر به منظور افزایش مقاومت و صافی پارچه قطعی است.

در واژه‌شناسی، دنییم برگرفته از ترکیب فرانسه «serge de Nîmes» است. در واقع serge نوعی پارچه و Nîmes منطقه‌ای واقع در جنوب فرانسه می‌باشد. از قدیم پارچه مذکور با نیل رنگ می‌شده تا جین آبی به دست آید. امروز، پارچه دنییم برای تهیه انواع البسه با عنوان مصطلح جین کاربرد دارد.

نخستین بار، جاکوب دیویس^۱ و لوی اشتراس^۲ در ۱۸۷۳ شلوارهایی از دنییم، یا پارچه زبر کتانی، ابداع کردند که هنوز محبوبیت و کاربری گسترده‌ای دارند، با این تفاوت که بافت‌های متنوع‌تری در قیاس با گذشته پیدا کرده‌اند. در خصوص واژه جین باید اشاره کنیم که از شهر جنوا در ایتالیا آمده، شهری که دیر زمانی مرکز تولید پارچه مخمل کبریتی از پنبه بوده است. به لحاظ ساختار؛ دنییم بافته‌ای محکم و سخت محسوب می‌شود که در آن پودها از بین ۲ تا ۳ بار بیشتر عبور می‌کنند. در فرآیند تهیه؛ الیاف تار در نیل رنگ می‌شوند حال آنکه پودها کاملاً سفید می‌مانند، در نتیجه نمود یک طرف دنییم آبی و طرف دیگر سفید است.

اما نگاهی داشته باشیم به انواع پارچه‌های دنییم

دنییم رنگ نشده^۳: پارچه‌ای که پس از رنگرزی هنوز شسته نشده است. اصولاً شستشو لازم است تا پارچه نرم شده و آب‌رفتگی هم مشخص گردد. در این مرحله پارچه کاملاً ساده است و شباهتی به جین رنگ و رو رفته و متداول ندارد. به هر حال قبل از دوخت شستشو ضروری است.

دنییم سانیفورایزد^۴: پارچه‌ای که فرآوری شده و پس از شستن، آب‌رفتگی بیشتری اتفاق نمی‌افتد. دنییم‌ها عمده‌تاً خام نیستند و به اصطلاح سانیفورایزر شده‌اند.

دنییم رنگ شده^۵: پارچه‌ای که تمام الیافش هم تار و هم پود رنگ شده یا اینکه امکان دارد طی فرآیند رنگرزی رنگ شوند.

دنییم بابلگام^۶: پارچه دنییم که حاوی لایکرا است و بین ۳۵ الی ۵۰ درصد حالت کشسان به خود گرفته است.



- 1-Jacob Davis
- 2-Levi Strauss
- 3- uncolored denim
- 4-Sanifirized
- 5-colored
- 6- Bubble gum denim
- 7- denim from fox fiber
- 8- Crushed denim

- 9- Vintage denim
- 10- Ecu denim
- 11- Marble denim
- 12- Reverse denim
- 13- Stretch denim
- 14-Selvedge denim
- 15-waxed reversed denim
- 16- Poly Denim



است لیکن همین سادگی اجازه داده تا وفق پذیر گردد و درست به مانند یک بوم نقاشی، طراح بتواند تا منطبق بر خواسته مصرف کنندگان و همراستا با گرایشات صنعتی و همچنین مد، در این محصول ناب تغییرات را اعمال نماید.

پوشاک دنیم، بابر خورداری از انعطاف پذیری و گستره وسیع کاربرد، تعجبی نیست که جزو حتمی هر کمد لباس باشند. امروزه پوشاک دنیم نه فقط محصول تولیدی‌های عمده، بلکه محصول خیاطی‌ها و تکدوزی‌ها هم شده‌اند و دیگر به شلوار محدود نشده و تنوع آن در کت و بلوز و سایر اقلام خیره کننده گردیده است. شکوفایی روزافزون در طراحی و تحقیق و توسعه به لحاظ ساختاری، دنیم نیازمند تخصص‌گرایی در ابعاد صنعتی می‌باشد، دقت کنید که این نیاز شاید مبحث خلاقیت را تا حدودی به تاخیر بیاندارد. تاکنون در تولید پارچه‌های جدید و بخش تکمیل دنیم روند توسعه و بهبود آغاز شده و ماشین‌آلات و بدیع‌ترین تکنولوژی‌ها در راه هستند یا عبارتی حوزه دنیم شاهد یک شکوفایی همه‌جانبه خواهد بود.

از نظر گرایشات نیز، در فصل‌های آتی ابداعات تازه‌ای هم در طراحی مد و هم در تکنولوژی‌های پایدار را می‌بینیم چرا که انعطاف‌پذیری و تنوع در دنیم و بهبود کیفی دنیم سرشار از پتانسیل می‌باشد. طیف گوناگون مواد اولیه، دوخت‌های ماهرانه، بافت‌های زیبا و آمیزه‌های جذاب با کشمیر و لینن و غیره، شاهد بهره‌وری روزافزون و کابردهای چندگانه هستیم و به‌زودی ایده‌های نوین در مراقبت و تمهیدات نگهداری این محصول معرفی می‌شوند.

روش‌های نوین تولید، نگاهداری و بازیافت با تکیه بر اصل پایداری

دنیم راه درازی را پیموده تا امروز برای همه سنین، جنسیت‌ها، در تمام کشورها و نیز هر سبک و سیاقی از پوشش، محبوب باشد. اما در گذشته تولید دنیم یک از «آب‌بر»ترین و «انرژی‌بر»ترین شاخه‌های صنعت نساجی محسوب می‌شد و مضرترین مواد شیمیایی در فرآیندهای رنگرزی یا تکمیل این محصول مورد استفاده بودند حال آنکه امروز به مدد بخشنامه‌های مختلف و پیگیری‌های متخصصین و سیاست‌گذاران، صنعت دنیم می‌رود تا در زمره پیشگامان توسعه پایدار قرار گیرد.

اینک، موسسات متعددی به‌ویژه در اروپا در تلاشند تا مدل‌های جدید به هدف بازیافت و چرخه سالم پارچه‌های دنیم و پوشاک جین را ارائه نمایند. به همین بهانه، سه دیدگاه پیرامون تحولات اخیر را در زیر مطرح می‌کنیم:

دنیم بول^{۱۷}: این نوع دنیم، بسیار با دوام و سخت ولیکن نه به زخامت کتان است. دنیم بول با بافت جناغی بیش از پوشاک، برای میلمان و دکوراسیون کاربرد دارد. **دنیم ترمو^{۱۸}:** این دنیم را دنیم دوپل هم می‌نامند. در این محصول پارچه‌ای سبک به دنیم چسبیده است و شکل آن باعث می‌شود تا لباس آستردار به نظر برسد. در حال حاضر، دنیم در صنعت مد و پوشاک بیش از هر زمان دیگری؛ نقش کلیدی را در اختیار گرفته است، اگر این حضور و نقش کلیدی را نوعی توفیق تلقی کنیم آنگاه این پرسش مطرح می‌شود که دلیل این موفقیت چیست و شرایط تداوم آن به چه ترتیب میسر می‌شود. در این راستا تحلیلی از گرایشات دنیم و نگاهی بر آینده آن داریم. در دورانی به سر می‌بریم که دنیم بیش از هر زمان دیگری به گرایشات پوشاک نزدیک شده، طراحان دنیم قربانت بیشتری با دنیای مد پیدا کرده و به متخصصین دنیم بهای بیشتری داده شود.

فلسفه ابداع و کاربری دنیم که روزگاری در سال‌های ۱۸۵۰، صرفاً به عنوان پارچه‌ای مقاوم برای شلوارهای کار و در حوزه معادن در ایالات متحده امریکا بود، صدسال بعد تبدیل به جین آبی محبوب جوانان گردید و طوری رواج یافت که تولید آن تضمینی برای فروش سالانه تولیدکنندگان شد. پس واضح است که با بر خورداری از توانمندی در طراحی کاربردی و زیباسازی بصری، جنبش دنیم در مد شکل گرفته باشد. دنیم به عنوان «پارچه»-متریال اصلی مد-می‌تواند کارکرد نوینی را در صنعت پوشاک ایجاد نماید. به‌معنایی دیگر، شناخت درست یک طراح لباس از قابلیت‌ها و انعطاف‌پذیری این نوع از پارچه، به موازات اشراف بر شرایط بازار هدف، دو اصل اساسی در مسیر توفیق خواهند بود.

لذا نمایشگاه‌های بین‌المللی نقش به‌سزایی در معرفی آخرین گرایش به طراحان، تولیدکنندگان و مصرف کنندگان خواهد داشت. نمایشگاه‌های اختصاصی دنیم، پتانسیلی برای شتاب بخشی به خلاقیت طراحان و کمک به تبیین راهکارهای جدید تولید اقلام پارچه‌های دنیم مهیا می‌کنند. الهام‌بخشی در این عرصه محبوب، به مثابه جاده‌ای دو طرفه است چرا که طراحان نیز ضمن مواجهه با تولیدکنندگان و مصرف کنندگان الهام می‌گیرند.

پس شکی نمی‌ماند که امروز دنیم جایگاه مهمی در صنعت مد دنیا به خود اختصاص داده اما امتداد راه دنیم چگونه توصیف می‌شود.

در حال حاضر پوشاک به اصطلاح «جین»، بیش از هر زمان مورد توجه هستند. پوشاک جین؛ ویژگی‌های مردانه، زنانه و حتی بین نسلی را در بر دارند. چنین امتیازی حاصل DNA پوشاک جین می‌باشد. دنیم محصولی منحصر به فرد و اصالتاً ساده



17- Bull Denim

18- Thermo denim



شستشو مداوم نزد مصرف کننده، مقادیری بیشتری نیز به این میزان آب می‌افزاید. پس به‌منظور به حداقل رسانیدن تاثیرات منفی، لازم است تا تولیدکنندگان تدابیر مبتنی بر تکنولوژی‌های خود را وسعت بخشند و از طرف دیگر، مصرف کنندگان هم اهمیت بیشتری به چرخه حیات این محصول بدهند. سازمان‌های بین‌المللی مشاوره محیط زیست مانند MADE-BY²⁰ تلاش‌های مستمری در ارائه الگوهای نوین و ارتقای دانش تولیدکنندگان مبدول می‌دارند. همچنین شرکت‌های تولیدی مثل Jean logia (شریک جین MUD) در فرآیند تولید تغییرات اساسی را اعمال می‌کنند از جمله اینکه؛ با ایجاد راهکار «تکنولوژی اوزن»²¹ به جای سنگ شور با آب، میزان قابل ملاحظه‌ای از انرژی و آب صرفه‌جویی کرده و ضمناً استفاده از مواد شیمیایی را در مرحله تولید کاهش داده است.

از میان راهکارهای جدید صرفه‌جویی؛ ابداع نوینی توسط محققین استرالیایی معرفی شده است؛ به این دلیل که رنگرزی دائم دنیم بازیافتی بسیار دشوار می‌گردد و نیاز به انرژی و آب قابل توجهی دارد، راهکار denim-dyed denim مطرح گردیده و با حمایت بنیاد H&M پیگیری شده تا تکنولوژی مذکور به عنوان شیوه نوین رنگرزی دنیم بازیافتی به مرحله تجاری شدن برسد.

نقش مصرف کنندگان

۱- مواد خاص، فرآوری نشده و مونومتریالی بخیرید. دنیم فرآوری نشده ۱۰۰ درصد پنبه است و آب کمتر و مواد شیمیایی کمتری در حین تولید نیاز دارد. کالای مونومتریالی بی‌شک پس از بی‌مصرف شدن با سهولت بیشتری وارد چرخه بازیافت خواهد شد.

۲- شستشو را به حداقل برسانید. نیازی نیست هر بار که پس از پوشیدن، پوشاک جین شسته شوند. چنانچه لکه‌ای ندارند، حتی می‌شود با ۲۴ ساعت قرار دادن در فریزر کلیه میکروب‌های آن را از بین برد.

۳- دنیم را ترمیم کنید. برندهایی مثل Nudie Jeans این خدمات را به مصرف کننده می‌دهند تا پوشاک را حتی پس از فروش در صورت نیاز، ترمیم کنند.

۴- جین‌های کهنه را در معرض استفاده مجدد یا بازیافت قرار دهید. بسیاری از برندها، جین‌های کهنه تولید خودشان را جمع‌آوری می‌کنند، در غیر این صورت می‌توان محصول بلااستفاده در سط‌های مخصوص بازیافت رها کرد.

صنعت دنیم راهی طولانی را تا اینجا آمده است و پیشرفت‌های تکنولوژیکی به کاهش تاثیرات منفی زیست محیطی فرآیند تولید دنیم مداوم بخشیده‌اند لیکن گام بعدی، تبیین مدل‌های چرخه‌ای مفیدتر و دقیق‌تر می‌باشد.

نکته آخر اینکه؛ از مجموع ۵۱۳ کارخانه متمرکز بر حوزه تولید دنیم؛ ۲۹۷ واحد در چین، ۲۳ واحد در هند و بقیه بخش‌های آسیا مجموعاً ۸۱ واحد، در امریکای شمالی ۹ واحد، اروپا ۴۱ واحد، امریکای لاتین ۴۶ واحد، آفریقا ۱۵ واحد و استرالیا ۱ واحد فعال می‌باشند.

دیدگاه اول - چرخه سالم

اندکی در حرکت سریع گرایشات دقیق باشید. سرعت تغییر «مد» گرچه انکارناپذیر است ولی روند رشد تقاضا برای محصولی «مونومتریال»¹⁹ مانند دنیم و حتی دنیم فرآوری نشده نیز جای تامل دارد. دنیم فرآوری نشده با همان ساختار بدون انعطاف و خشک برای مصرف کنندگان از اصالت خاصی برخوردار است. لیکن بیشتر پوشاک دنیم ارائه شده در بازار، تحت فرآیندهای شستشو و تکمیل و طراحی‌های جذاب قرار می‌گیرند. اما زمانی که نوبت به موضوع چرخه سالم می‌رسد، «اتلاف کمتر» آب است که مزیت عمده دنیم خام با دیگر محصولات فرآوری شده دنیم را مشخص می‌کند.

دیدگاه دوم - بازیافت

هدف از برنامه‌ریزی‌های آینده تولید، استفاده، جمع‌آوری و عرضه مجدد منسوجات، به زنجیره تامین مواد اولیه است. برای حصول به این هدف، دنیم نباید، به محض اینکه غیرقابل پوشیدن شد، دور انداخته شود. از دیدگاه یک کارشناس بازیافت، دنیم ماده‌ای ایده‌آل، با رنگ ماندگار و الیاف ترکیبی پنبه و البته ساختار زیپ و دکمه محسوب می‌شود، هر چند در مجموعه پوشاک برخی آن را درجه سوم قرار داده‌اند.

در این خصوص به یکی از تلاش‌های صورت گرفته در راستای بازیافت این پارچه اشاره‌ای داریم؛ دو شرکت جین MUD و Recover طی یک همکاری، جین‌های قدیمی MUD را به جین‌های جدید MUD تبدیل کنند. تحقیقات قبلی نشان داده که افزودن ۱۲ درصد محتوای بازیافت شده در هر سلولار جین جدید، استفاده از آب ۹/۸ درصد، مصرف انرژی را ۴/۲ درصد و اثر دی‌اکسیدکربن تا ۳/۸ درصد کاهش داده است. می‌توان تصور کرد افزودن ۴۰ درصد یا حتی بیشتر از مواد بازیافت به این فرآیند چه نتیجه‌ای خواهد داشت. ضمن اینکه، بازیافت کنندگان مواد شیمیایی نیز در اینجا نقش تازه‌ای یافته‌اند. دو شرکت Levi Strauss و Evmu (استارت‌آپ تکنولوژی شیمی)، برای تبدیل پنبه مصرف شده به دنیم همکاری نموده‌اند. طی این همکاری از طریق فرآوری مواد شیمیایی، الیاف پنبه قبل از تابانده شدن و تولید نخ جدید و سپس تبدیل به پارچه؛ ابتدا حل شده و دوباره به حال اول برگردانیده شده‌اند.

دیدگاه سوم - پاک‌سازی فرآیند تولید

در چرخه حیات، دنیم آب بسیار زیادی را مصرف می‌کند. براساس بررسی‌های انجام شده در شرکت Levi Strauss، طی تولید در حدود ۳،۷۸۱ لیتر آب مصرف می‌شود. این شامل پرورش پنبه، فرآوری دنیم و تکمیل می‌باشد به علاوه اینکه

19-Monomaterial

20- Made-By consulting group

موسسه مشاوره هلندی که «معیار فرآیند مرطوب» یا wet processing benchmark را به‌منظور اندازه‌گیری تاثیر زیست محیطی فرآیند مرطوب در زنجیره تولید را تدوین کرده است.

21- Ozone technology

ویتنام و هند همکاری خود را در صنعت نساجی و پوشاک افزایش می‌دهند

ترجمه: دکتر مزده قهرمانی هنرور - مدرس دانشگاه علم و فرهنگ

او ادعا کرد که اگرچه هند و ویتنام می‌توانند مکمل یکدیگر در زنجیره تامین و عرضه پوشاک باشند، تجارت دو جانبه در این منطقه نیز بی‌نظیر است. در سال ۲۰۱۷، میزان صادرات پوشاک هند به ویتنام ۴۲۹ میلیون دلار افزایش یافت که ۴۴ درصد بیشتر از سال ۲۰۱۶ بوده است در حالی که ویتنام فقط ۱۷۸ میلیون دلار محصول پوشاک را به هند ارسال نموده است.

هند به منظور گسترش همکاری و بهبود تجارت در این بخش، هند به طور هدفمند صادرات ۱ میلیارد دلار محصول نساجی را به ویتنام در آینده نزدیک تخمین زده است. در حالی که خواستار حضور فعال و موثر شرکت‌های ویتنامی در گسترش تجارت و تبادلات تجاری برای ایجاد همکاری نزدیک‌تر و موثرتر بین این دو همکار تجاری گردد.

Nguyen Thi Tuyet Mai، معاون دبیر کل انجمن نساجی و پوشاک ویتنام گفت که با وجود اینکه ویتنام یکی از پنج صادرکننده بزرگ پوشاک در جهان محسوب می‌شود، این کشور یکی از کشورهایی است که بیشترین میزان واردات مواد مربوط به نساجی و پوشاک را در جهان ثبت نموده است.

Mai گفت که صادرات نساجی و پارچه ویتنام دارای پتانسیل رشد با درآمد ۳۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ می‌باشد. بنابراین، تقاضا برای واردات مواد اولیه و تجهیزات نیز برای این بخش به میزان قابل توجهی افزایش خواهد یافت.

معاون دبیر انجمن صنایع نساجی و پوشاک ویتنام، Mai، از کیفیت و تنوع محصولات نساجی هند و همچنین تجهیزات و فن‌آوری این صنعت قدردانی نمود. معاون دبیر کل انجمن ویتنام نساجی و پوشاک اذعان داشت که ارتقاء همکاری در بخش پوشاک و نساجی بین ویتنام و هند راه را برای تولیدکنندگان هر دو کشور فراهم می‌کند تا نقاط قوت و مزایای خود را بهینه نمایند. ویتنام از مواد اولیه، فن‌آوری و تجهیزات بیشتری برای تولید بهره‌مند خواهد شد، در حالی که هند می‌تواند بازار خود را گسترش دهد، شرکت‌های ویتنامی پیشنهاد دادند که دولت‌های دو کشور مذاکراتی را برای امضای توافقنامه تجارت آزاد دو جانبه را برای ایجاد مبنایی برای کاهش تعرفه مواد اولیه و کالاهای نساجی و پوشاک، در نظر بگیرند.

منبع:

<http://en.nhandan.org.vn/business/item/6396002-vietnam-india-boost-cooperation-in-apparel-industry.html>



همکاری ویتنام و هند در بخش نساجی و پوشاک افزایش خواهد یافت تا این تجارت دوجانبه در سال ۲۰۲۰ به ۱۵ میلیارد دلار برسد

Parvathaneni Harish، سفیر هند در ویتنام گفت: تقویت همکاری بین ویتنام و هند در بخش نساجی و پوشاک یکی از اولویت‌هایی است که تلاش می‌شود تا ارزش این تجارت دوجانبه تا سال ۲۰۲۰ به ۱۵ میلیارد دلار برسد.

در یک سخنرانی مربوط به معرفی نمایشگاه هند ۲۰۱۸ در شهر Ho Chi Minh در تاریخ ۱۷ جولای، سفیر هند اعلام کرد که پارچه‌های نساجی یکی از صنایع سنتی است که نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی ویتنام و هند دارند.

او افزود که همچنین دولت ویتنام و هند برای توسعه و همکاری با هدف افزایش تجارت دوجانبه در این صنعت و ایجاد یک زنجیره تامین برای این بخش در آینده اولویت‌بندی نموده است.

در حال حاضر هند در صنعت تولید الیاف و نخ بسیار قوی می‌باشد که تقریباً قادر به تولید تمام انواع پارچه بوده و از مواد موجود در بازار حمایت می‌نماید و یکی از سه ارائه‌دهنده بزرگ خدمات نساجی در جهان محسوب می‌شود.

در ضمن، ویتنام جزو پنج کشور برتر صادرکننده پوشاک است که حجم صادرات آن در سال ۲۰۱۷ به ۳۱ میلیارد دلار رسیده است. با این حال، ویتنام مجبور شد حجم زیادی از مواد اولیه را برای این بخش وارد نماید و مبلغ ۱۹ میلیارد دلار ارزش واردات در سال ۲۰۱۷، ذکر شده است. او تأکید کرد که ویتنام یک بازار امیدوارکننده برای شرکت‌های هند است.

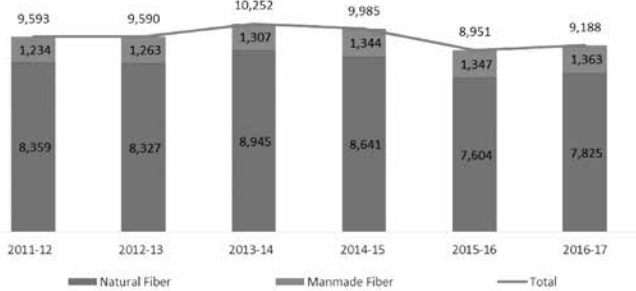
Anil Rajvanshi، رئیس شورای توسعه صادرات نساجی مصنوعی و منطقه‌ای هند اعلام کرد که هند در زمینه تولید و صادرات محصولات نساجی از نخ‌های مصنوعی بسیار قوی می‌باشد. پارچه‌هایی که به‌طور گسترده در صنعت پوشاک جهان با چشم‌انداز گسترده در آینده نامبرده می‌شود.



هندوستان در صنعت نساجی و پوشاک جهانی

ترجمه: دکتر مؤده قهرمانی هنرور

شکل ۱- تولید الیاف استیپل در هند (Mn. kg)



منبع: دفتر کمیته نساجی، دولت هند

۱-۲- تولید نخ Spun

هند یکی از رقبای اصلی در تولید نخ استیپل در دنیا محسوب می شود. تولید نخ رسییده شده در سال ۲۰۱۶-۲۰۱۷ به ۵۶۵۹ میلیون کیلوگرم رسید که از ۲۰۱۱-۲۰۱۲، ۳، ۲۰۱۲ درصد CAGR (نرخ رشد ترکیبی سالیانه) رشد مشاهده می شود.

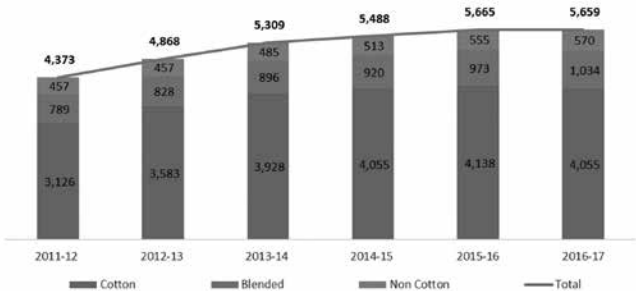
۱-۳- تولید نخ فیلامنت

تولید نخ فیلامنت ساخت بشر در هند از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۲، ۵ درصد CAGR (نرخ رشد ترکیبی سالیانه) کاهش یافته است. نخ فیلامنتی پلی استر بیش از ۹۰ درصد از کل تولید نخ های فیلامنتی را شامل می شود.

۱-۴- تولید پارچه

تولید پارچه در هند نسبت به سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۱، ۱، ۲۰۱۱ درصد CAGR (نرخ رشد ترکیبی سالیانه) افزایش یافته است. سهم تولید پارچه های پنبه ای حداکثر ۶۰٪

شکل ۲- تولید نخ رسییده شده در هند (Mn. kg)



منبع: دفتر کمیته نساجی

صنعت نساجی و پوشاک یکی از بخشهای اصلی اقتصاد هند و یکی از بزرگترین منابع درآمد ارز خارجی برای هند است. این صنعت حدود ۱۳ درصد کل درآمد صادرات کشور را تشکیل می دهد. این صنعت همچنین از دیدگاه اشتغال نیز اهمیت فراوانی دارد. صنعت نساجی و پوشاک بعد از صنعت کشاورزی دومین منبع اشتغال محسوب می شود. این صنعت باعث ایجاد اشتغال مستقیم ۵۲ میلیون نفر و استخدام غیرمستقیم ۶۹ میلیون نفر دیگر شده است. نقاط قوت اصلی هند در این بخش عبارتند از دسترسی به تمام انواع الیاف طبیعی و الیاف ساخت بشر، مجموعه ای از نیروی انسانی در سطح سلسله مراتب، حضور زنجیره تامین کامل، بازار داخلی بزرگ و در حال رشد و قابلیت طراحی. این عوامل هند را به عنوان یک منبع صادراتی ترجیحی برای سرمایه گذاری های نساجی در مقایسه با کشور های رقیب مانند بنگلادش، ویتنام، سریلانکا و غیره تبدیل نموده است.

۱- سناریوی تولید در صنعت نساجی هند

صنعت نساجی هند تمام بخش های زنجیره تامین را تحت پوشش قرار می دهد. تولید الیاف طبیعی و الیاف ساخت بشر، ریسندگی، بافندگی تار پودی، بافندگی حلقوی، تکمیل، پوشاک، منسوجات آماده و پارچه های صنعتی.

۱-۱- تولید الیاف استیپل

مجموع میزان تولید الیاف استیپل هند در سال ۲۰۱۶-۲۰۱۷ معادل با ۹۱۸۹ میلیون کیلوگرم می باشد. تولید الیاف طبیعی در هند یک درصد CAGR (نرخ رشد ترکیبی سالیانه) کاهش یافته است، اما تولید الیاف ساخت بشر از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۲، ۲، ۲۰۱۲ درصد CAGR (نرخ رشد ترکیبی سالیانه) افزایش یافته است.

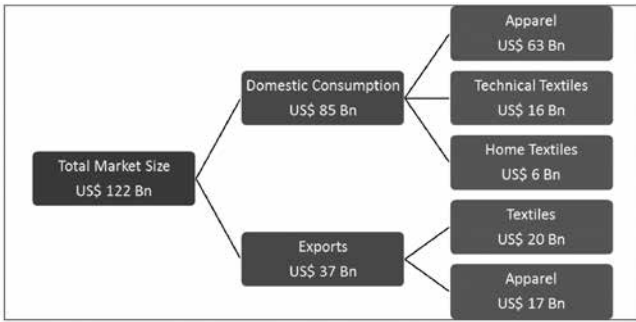
جدول ۱- ظرفیت های نصب شده در بخش نساجی هند (۲۰۱۶-۲۰۱۷)

Description	Capacities
Spindles	۵۲ Mn
Rotor	۰/۹ Mn
Looms (Including power looms)	۲/۶ Mn
Man Made Fiber	۱/۸ Bn. kg.
Man Made Filament	۲/۲ Bn. kg.

منبع: دفتر کمیته نساجی، دولت هند



شکل ۵: تجزیه بازار نساجی و پوشاک در هند (۲۰۱۶)



منبع: DGCI & S and Wazir Analysis

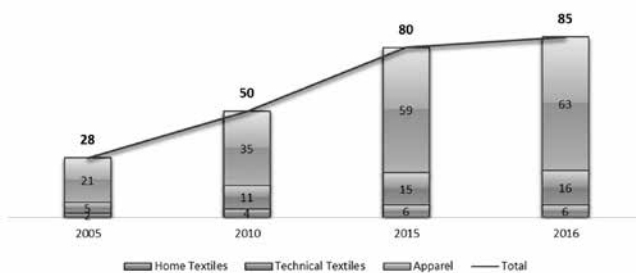
متروی غیر شهری؛ انتظار می رود سهم بازار های سازمان یافته در هند تا سال ۲۰۲۵ به ۳۱ درصد برسد. هند همچنین شاهد رشد طبقه متوسط مشتاقی است که تمایل به مصرف محصولات با ارزش و برتر را دارند. این تغییر روند در تعدادی از خانوارها در رده های مختلف درآمدی مشاهده می شود. که سبب بهبود بخشیدن به مصرف محصولات و خدمات می گردد. این اوضاع قطعاً در بخش نساجی و پوشاک نیز تاثیرگذار خواهد بود زیرا به انتخاب شیوه زندگی و گسترش مد در اجتماع بستگی مستقیم دارد. پایه جمعیت وسیع و اقتصاد رو به رشد هند باعث شده تا خرده فروشان و برندهای جهانی به طور مستقیم یا از طریق واسطه وارد بازار هند شوند.

۲-۲- بررسی صادرات هند

تجارت جهانی نساجی و پوشاک هند از سال ۲۰۰۵، ۴ درصد CAGR (نرخ رشد ترکیبی سالیانه) رشد نشان داده است و به ارزش ۷۴۳ میلیارد دلار آمریکا رسیده است. در سال ۲۰۱۶، در طی مدت مشابه، صادرات هند در بخش نساجی و پوشاک به میزان نسبتاً بالای ۷٪ افزایش یافت و به ۳۷ میلیارد دلار رسید.

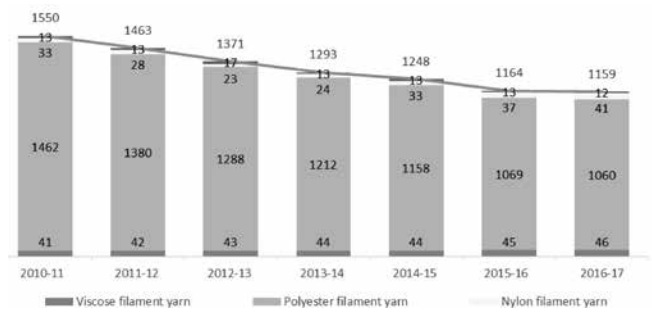
از لحاظ رتبه بندی جهانی، هند در رتبه دوم در صادرات نساجی با ۶ درصد سهم و ۵ امین صادرکننده پوشاک با ۴ درصد سهم است. در مجموع، هند رتبه دوم را با ۵ درصد از صادرات جهانی به خود اختصاص داده است. پوشاک بزرگترین گروه صادراتی از هند است که سهم ۴۶ درصدی از کل صادرات نساجی و پوشاک را دارد. تقسیم بندی صادرات نساجی و پوشاک هند در شکل ۸ نمایش داده شده است.

شکل ۶: نمودار رشد مصرف نساجی و پوشاک در بازار داخلی هند (ارزشها بر اساس CAGR ۱۱٪)



منبع: Wazir Analysis

شکل ۳: تولید نخ فیلامنتی ساخت بشر در هند (Mn. kg)



می باشد، در حالی که سهم تولید پارچه های تولید شده با الیاف ساخت بشر برابر با ۲۳٪ و سهم تولید پارچه های تهیه شده از مخلوط الیاف طبیعی و ساخت بشر برابر با ۱۷٪ می باشد.

۲-۲- بازار نساجی و پوشاک هند

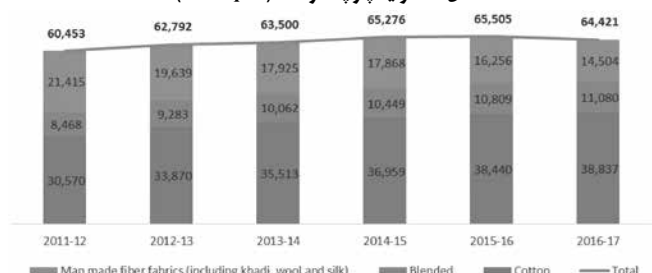
بازار نساجی و پوشاک هند در حال حاضر در حدود ۱۲۲ میلیارد دلار تخمین زده می شود. مصرف داخلی نساجی و پوشاک تقریباً ۷۰٪ از کل بازار را تشکیل می دهد در حالیکه صادرات ۳۰٪ از این سهم را به خود اختصاص داده است.

۲-۱- بررسی بازار داخلی

میزان مصرف داخلی ۸۵ میلیارد دلار آمریکا است که شامل سه بخش اصلی پوشاک (۶۳ میلیارد دلار)، منسوجات فنی (۱۶ میلیارد دلار) و منسوجات خانگی (۶ میلیارد دلار) می باشد. میزان مصرف کلی از سال ۲۰۰۵ تا سال ۲۰۱۶، ۱۰ درصد CAGR (نرخ رشد ترکیبی سالیانه) رشد نشان داده است. با مطالعه و بررسی بازار داخلی مشخص می شود که بخش پوشاک بزرگترین سهم مصرف را به خود اختصاص داده است، در حالی که مصرف منسوجات فنی با نرخ رشد بالایی در حال افزایش است.

وابستگی مصرف کنندگان هندی نسبت به برند ها و خرده فروشی های سازمان یافته در حال افزایش است، که به رشد مصرف تمام محصولات، از جمله نساجی و پوشاک کمک می کند. در حال حاضر خرده فروشی های سازمان یافته این بخش از صنعت در هند تنها ۹ درصد از سهم کل بازار خرده فروشی از ۶۵۰ میلیارد دلار آمریکا را به خود اختصاص داده است که در این مورد، سهم پوشاک تقریباً ۳۵٪ است. با رشد درآمدی قابل عرضه، جمعیت شناسی مطلوب، تغییر سبک زندگی و پتانسیل بالا برای نفوذ در بازارهای

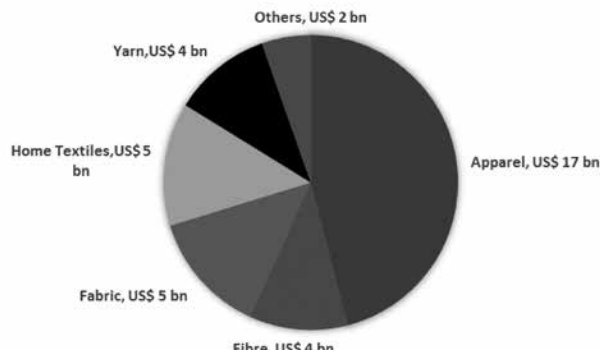
شکل ۴- تولید پارچه در هند (Mn. sq. m)



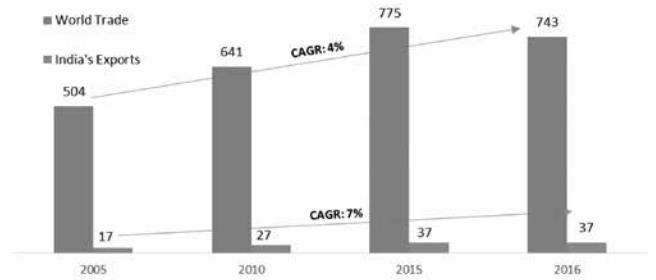
منبع: دفتر کمیته نساجی، دولت هند



شکل ۸: سهم بخش های مختلف در صادرات نساجی و پوشاک (۲۰۱۶-۲۰۱۷)



شکل ۷: عملکرد مقایسه ای صادرات T & A هند در برابر تجارت جهانی (Values in US\$ bn.)



منبع: آمار تجارت بین الملل و DGCIS

منبع: DGCIS
کوچکتر مانند بنگلادش، ویتنام، میانمار و سریلانکا در موقعیت مناسبتری قرار دارد که به طور انحصاری بر صادرات این صنعت تکیه دارند. در سال های اخیر، دولت هند حمایت ویژه ای را برای این بخش اعلام کرده است که هزینه های رقابتی را تا حد زیادی افزایش داده است. برای هر سرمایه گذار بین المللی که به دنبال تنوع است، هند به دلیل تمام مزایای ذکر شده به عنوان یک مقصد سرمایه گذاری ایده آل شناخته شده است. ثبات اجتماعی، سیاسی و مالی کشور به این جذابیت بیشتر افزوده می شود.

بخش مشاوره صنعت نساجی و پوشاک هند نیز توسعه یافته و هم اکنون مشاوران Wazir تقریباً در مدت یک دهه اخیر به مشتریان بخش نساجی و پوشاک مشاوره های بسیار مناسبی ارائه می دهند. در حال حاضر هند به دنبال صادرات توسعه یافته در سطح جهانی می باشد زیرا در شرایط کنونی هزینه های تولید در چین در حال افزایش است و مقصد های صادراتی در حال ظهور مانند میانمار و ایتوپیا با آشوب های سیاسی مواجه هستند، هند معتقد است که به زودی به عنوان یک نیروگاه نساجی و پوشاک جهانی تبدیل خواهد شد.

منبع:

<https://tssindia.com/blog/indias-standing-global-textile-apparel-industry/>

صادرکنندگان هند از طریق طرح های دولت و انگیزه هایی نظیر: رفع موانع کاری، تخفیف قوانین دولتی (ROSL)، صادرات بازرگانان از طرح هند (MEIS)، مجوز پیشرفته، سود زیرمجموعه، کمک توسعه بازار (MDA) و ابتکار دسترسی به بازار (MAI) حمایت می شوند. این طرح های حمایت کننده به صادرکنندگان هندی اجازه می دهد تا بخش بزرگی از مشکلات مالیاتی را که در بازارهای اتحادیه اروپا و ایالات متحده با آن مواجه هستند، از بین ببرند. اتحادیه اروپا بزرگترین بازار برای محصولات نساجی و پوشاک هند است که توسط ایالات متحده آمریکا نیز پیروی می شود. در سال های ۲۰۱۶-۲۰۱۷، سهم صادرات به اتحادیه اروپا ۲۵٪ بود در حالی که به ایالات متحده آمریکا ۲۱٪ بود. تجزیه و تحلیل دقیق صادرات هند به بازارهای کلیدی طی ۶ سال گذشته نشان می دهد که صادرات به امارات متحده عربی بالاترین میزان رشد ۱۷ درصد CAGR (نرخ رشد ترکیبی سالیانه) را داشته است. در حالی که صادرات به چین به میزان قابل توجه ۱۸٪ کاهش یافته است.

صنعت نساجی و پوشاک هند دارای مزیت دوگانه صادرات رقابتی و داشتن بازار بزرگ مصرف داخلی است که در حال رشد است. این امر سبب انعطاف پذیری صنعت نساجی هند در برابر بی ثباتی بازار جهانی و نیز کاهش نرخ تقاضا می گردد.

مزایای ذکر شده سبب می شود صنعت نساجی و پوشاک هند نسبت به رقبای

جدول ۲: روند صادرات T & A در بازارهای کلیدی

Share (۲۰۱۶-۱۷)	CAGR	۲۰۱۶-۱۷	۲۰۱۵-۱۶	۲۰۱۴-۱۵	۲۰۱۳-۱۴	۲۰۱۲-۱۳	۲۰۱۱-۱۲	Values in US\$ Mn
۲۵٪	-۱٪	۹/۳	۹/۳	۹/۹	۹/۵	۸/۵	۹/۶	EU
۲۱٪	۵٪	۷/۶	۷/۵	۷/۲	۶/۷	۶/۱	۶	USA
۱۳٪	۱۷٪	۴/۸	۴/۵	۳/۸	۲/۷	۲/۲	۲/۲	UAE
۶٪	۱۱٪	۲/۱	۲/۱	۲	۱/۹	۱/۸	۱/۳	Bangladesh
۵٪	-۱۸٪	۱/۷	۲	۲/۶	۴/۱	۳/۶	۴/۴	China
۰٪	۰٪	۰	۰	۰	۰	۰	۰	Others
	۱٪	۳۶/۶	۳۶/۷	۳۷/۷	۳۷/۶	۳۳/۱	۳۴/۵	Total

منبع: DGCIS

پوست‌هایی فوق‌العاده از دل دریا

منتشر شده توسط مجله تکستایل نت ورک | مترجم: مهندس بهاره ابطحی

طبیعی دباغی نانایی می‌باشد. اگرچه که چرم نانایی دارای پیشینه فرهنگی هزارساله می‌باشد، ولی همچنان علی‌رغم پیشرفت روزافزون و رو به رشد روش‌های رو به توسعه تولید و ماشین‌آلات و دستگاه‌های مدرن صنعتی، هنوز روش کهن قابل دفاع و مطابق با استانداردهای دنیای امروز می‌باشد.

پیش از پروسه دباغی، پوست‌های ماهی شسته و نمک از آنها زدوده می‌شود. متعاقباً فلس‌ها توسط ماشین جدا می‌گردند. جهت عملیات دباغی از نمک‌های معدنی از جمله نمک کروم استفاده نشده بلکه مواد گیاهی از جمله شاه بلوط مورد مصرف قرار می‌گیرد. زیر دست چرم بدست آمده بسیار انعطاف‌پذیر می‌باشد. چرم ماهی از جمله محصولات بسیار با کیفیت بالا و از جمله کالاهای لوکس به شمار می‌آید. در مقایسه با چرم‌های معمول و متداول، با ضخامت مشابه، مقاومت کششی چرم ماهی غالب است. در نگاه نخست ظاهر آن تداعی کننده چرم تهیه شده از پوست مار می‌باشد. تنها تفاوت چرم تهیه شده از پوست مار و ماهی در نگهداشتن و وجود فلس‌ها در پوست مار است.

جهت عملیات تکمیلی، پوست ماهی، توسط اتو و لاک براق، سطحی صیقلی و براق و یا تا حدودی شکل جیر را به خود می‌گیرد.

در کل زنجیره تولید بالاترین درجه استانداردهای کیفیتی مد نظر گرفته شده، در ۳۲ رنگ موجود می‌باشد و پیوسته نوآوری در پروسه صورت می‌گیرد. چرم‌ها را می‌توان در ابعاد ۱۶-۱۲×۵۵-۵۰ سانتیمتری برش و یا به صورت متری با توجه به درخواست در طول و عرض مد نظر دوخته و تدارک دید. چرم تولید شده از پوست ماهی محدوده وسیعی از محصولات اعم از کمر بند، کفش، کیف، پوشش دیوار و حتی روکش صندلی جت‌های خصوصی را شامل می‌شود. نانیا بازگشای دریچه جدیدی از تولید کالایی لوکس برگرفته از یک ایده دباغی سنتی به روش کاملاً طبیعی فراموش شده است. یکی از طرح‌های مهم شرکت، فلسفه‌ای مابین انسان و طبیعت و ساخته آلمان می‌باشد.

خیلی از ایده‌های جنجالی اقتصادی گاهی تنها از یک اتفاق ساده نشأت می‌گیرند. یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های تولید ماهی سالمون دودی در بیشه‌فوف مایس بود که در آن روزانه مقدار انبوهی از پوست ماهی تولید می‌شد. مدیر شرکت در صدد کاهش ضایعات یا حذف آن به نحوی و یا به عبارت دیگر استفاده بهینه از آنها بود. تا سرانجام در سال ۲۰۰۶ شرکت با هدف فرآوری کردن پوست‌های ماهی در شهر وایدا آلمان شکل گرفت. Fa. Salmo Leather GmbH

زمانی که صحبت از چرم می‌شود ذهن به‌طور ناخودآگاه معطوف به چرم حیوانی از قبیل گاو و گوسفند و ... می‌گردد درحالی که هر پوستی اعم از پوست ماهی قابلیت دباغی را داشته و حتی به عنوان رویه کفش و کیف قابل استفاده و جالب می‌باشد. خلاف تصور، چرم تولید شده از پوست ماهی متعفن نبوده و بوی زهم ماهی نمی‌دهد بلکه تداعی کننده همان بوی گس و تلخ متعارف چرم‌های معمول می‌باشد. لازم است که در این خصوص چرمی با کیفیت بالا با تولید انبوه با یک فرآیند دوستدار محیط زیست شکل گیرد. نام نانایی برگرفته شده از ریشه قوم سیبریایی است که سالیانی دراز در دباغی پوست ماهی سالمون ید طولانی را دارا هستند. شایان ذکر است که کیفیت بالا امری تصادفی نیست، بلکه حاصل از رعایت مجموعه‌ای از جزئیات بسیار دقیق است.

تمرکز بر تولید طبیعی و پایدار، در سراسر زنجیره تولید، با شروع از ماهی سالمون تا پایان چرخه و دستیابی به محصول نهایی با کیفیت مطلوب، امری الزامی است. پروسه بدین‌گونه است که ماهی‌های سالمون از شرکت‌های معتبر ایرلندی که تحت استانداردهای حمایت از حیوانات هستند تامین می‌شوند.

ماهی‌ها هنگام صید دارای طولی حدود ۵۰ تا ۵۵ سانتیمتر و وزنی حدود ۶ تا ۷ کیلو می‌باشند. پوست‌های جدا شده سپس جهت ارسال به آلمان در نمک با دوام به‌صورت کنسرو نگهداری می‌شوند. سالانه حدود ۱۰ تن پوست ماهی تحت عملیات دباغی قرار می‌گیرند.

ماهی با هدف تولید چرم به صورت جداگانه پرورش داده نمی‌شود، بلکه تولید چرم از پوست ماهی محصول جانبی صنایع تولید ماهی سالمون است.

یکی از هدف‌های اساسی و فلسفه شرکت به عهده گرفتن احیای مجدد روش

استفاده از نانوذرات نقره و نیتريد بور برای رهایی از انتشارات مونوکسید کربن

بنفش استفاده کرده‌اند. با این روش آن‌ها می‌توانند ذرات نقره یکپارچه با ابعاد تا ۱۰ نانومتر را تهیه کنند، این ذرات به‌طور یکنواخت بر روی سطح نیتريد بور لایه‌بندی شده و ماتریس پلیمری پلی‌اتیلن گلايکول ته نشین می‌شود.

موادی که دارای بیشترین غلظت نانوذرات نقره یعنی حدود ۱/۴ درصد وزن باشند، بیشترین تاثیر را دارند. این کاتالیست هیبریدی امکان تبدیل مونوکسید کربن به دی‌اکسید کربن را در دمای تنها ۱۹۴°C فراهم می‌کند. این دما همچنان تا دمای ایده‌آل فاصله دارد اما محققان گفته‌اند که در آینده می‌توان با افزایش غلظت نانوذرات نقره و به‌طور خاص با تغییر شکل آن‌ها از ماتریس پلیمری به نیتريد بور، دمای فرایند را باز هم کاهش داد.

البته دانشمندان تاکید کرده‌اند که پارامترهای فعلی کاتالیست جدید تنها امکان استفاده از آن را در پاک کردن انتشاراتی نظیر انتشارات مضر کارخانه‌ها، فراهم می‌کند. در آینده و با کاهش دمای تبدیل مونوکسید کربن می‌توان از این مواد در کاهش نسبت مونوکسید کربن در گازهای خروجی وسایل نقلیه نیز استفاده کرد. تولید کاتالیست‌ها برای اکسیداسیون مونوکسید کربن و تبدیل آن به دی‌اکسید کربن به پاک‌سازی انتشارات مضر و همین‌طور کاتالیست‌هایی برای سایر واکنش‌های گازی نظیر تجزیه متان یا احیای دی‌اکسید کربن به هیدروکربن‌ها مربوط است.

است. شیمی‌دان‌ها برای مقابله با این موضوع در جستجوی انواع جدید از کاتالیست‌ها برای اکسیداسیون مونوکسید کربن هستند که در دماهای نسبتاً پایین حدود ۲۰۰-۱۵۰°C هم کار کند. دانشمندان آمریکایی اخیراً کاتالیستی را برای اکسید کردن مونوکسید کربن تولید کرده‌اند که در آن اتم‌های پلاتین بر روی سطح اکسید سریم توزیع شده است. یک سری از مواد اولیه این امکان را برای دانشمندان فراهم می‌کنند تا مونوکسید کربن را با نرخ تبدیل پایین‌تر و در دماهای زیر ۱۰۰ درجه سانتی‌گراد، اکسید کنند.

یک گروه از دانشمندان روسی و استرالیایی به سرپرستی پروفیسور دیمیتریو گلبگ کاتالیست جدیدی را کشف کرده‌اند که می‌توان از آن برای تبدیل مونوکسید کربن استفاده کرد. دانشمندان پیش از این از قابلیت مواد اولیه هیبریدی بر پایه نیتريد بور و نانوذرات نقره برای منظور فوق‌خبر داده بودند. مواد مشابهی که در آن‌ها نیتريد بور به‌عنوان یک ماتریس حامل برای نانوذرات فلزی باشد نیز برای اکسیداسیون مونوکسید کربن پیشنهاد داده شده‌اند اما بهترین فلز برای انجام این کار طلا و پلاتین است.

مشخص است که مواد اولیه هیبریدی با نانوذرات نقره ارزان‌تر نیز کاتالیست بسیار موثری هستند. محققان برای تهیه نانوذرات نقره از روش تجزیه نیتترات نقره در محلول پلی‌اتیلن گلايکول و تحت تاثیر نور ماورای



شیمی‌دانان روسی از دانشگاه علوم و فناوری، کاتالیست هیبریدی جدیدی را برای اکسیداسیون مونوکسید کربن تولید کرده‌اند که از نیتريد بور و نانوذرات نقره تشکیل می‌شود. این ماده امکان تغییر شکل کامل مونوکسید کربن را در دمای ۱۹۴°C فراهم می‌کند. این دما به هیچ‌عنوان نزدیک به دمای ثبت شده برای فرایند نیست اما شیمی‌دانان در آینده می‌توانند با افزایش غلظت نقره در ماده هیبریدی دمای تجزیه شدن را باز هم کاهش دهند.

مونوکسید کربن یکی از مضرترین گازها برای انسان است اما از آنجایی که از آگروز ماشین‌ها خارج می‌شود پس در همه‌جا وجود دارد. مبدل‌های کاتالیستی که با اکسید کردن گازهای سمی و تبدیل آن به دی‌اکسید نیتروژن غیرسمی از طریق یک‌سری واکنش‌های شیمیایی باعث بی‌اثر کردن این گازها می‌شوند، تنها برای رهایی از مونوکسید کربن خارج شده از آگروز ماشین موثر هستند. البته کاتالیست‌ها به دلیل افزایش راندمان موتورهای جدید و کاهش دمای گازهای خروجی تا حد زیادی کارایی خود را از دست داده‌اند و در نتیجه محتوای مونوکسید کربن در آن‌ها افزایش یافته



از میوه تا پارچه

می‌دهد. با افزایش تقاضا برای پیناتکس میزان مشارکت در تولید نیز افزایش یافته و کمپانی آناناس آنام یک زنجیره تامین از شرکایی که سهمی در تولید این پارچه دارند، ایجاد کرده است. به گفته کمپانی، پیناتکس نرم، سبک، بادوام، انعطاف پذیر و تنفس پذیر است. این منسوج بی‌بافت دارای موارد کاربردی متعددی می‌باشد از پوشاک، اکسسوری‌ها و کفش گرفته تا مبلمان و منسوجات خودرو. تعدادی از برندها و طراحان به این پارچه علاقه نشان داده‌اند. برند هوگوباس اخیراً خط تولید کفش‌های مردانه را که در قسمت بالایی کفش از پیناتکس استفاده می‌شود، معرفی کرده است. به گفته کمپانی این پروژه بخشی از تعهد مداوم این شرکت به نوآوری و جستجو برای روش‌های پایای طراحی، تامین منابع، تولید و تکمیل محصولات می‌باشد. کفش‌های هوگوباس صددرصد و گان بوده و در رنگ‌های آن‌ها از رنگ‌های طبیعی گیاهی استفاده می‌شود و کفی آن نیز از پلی‌یورتان ترموپلاست بازیافتی تهیه شده است. به عقیده دکتر کارمن طراحی تنها در رابطه با یک محصول نیست بلکه طراحی، احساس مسئولیت است.

تولید کرد که در حال حاضر از طریق کمپانی انگلیسی Ananas Anam در دسترس می‌باشد. هر ساله حدود ۱۳ میلیون تن از برگ‌های درخت آناناس پس از برداشت میوه آن سوزانده می‌شوند و یاد اثر رها شدن می‌پوسند. استفاده از این برگ‌ها برای تهیه پیناتکس نیازی به زمین اضافی، آب، کود یا آفت‌کش‌ها ندارد و در ضمن می‌توان برای جوامع کشت آناناس فرصت‌های درآمدزایی جدیدی نیز ایجاد کرد. برگ‌های آناناس برای تبدیل به پیناتکس از هفت مرحله عبور می‌کنند: برداشت، پوست کنی، شستشو، خشک کردن، صمغ‌گیری، به شکل منسوج بی‌بافت در آوردن و تکمیل. پوست کنی عبارت است از استخراج الیاف بلند از برگ‌ها. از زیست توده تولید شده در طول فرایند می‌توان به عنوان کود طبیعی یا سوخت زیستی استفاده کرد در نتیجه هیچ ضایعاتی وجود نخواهد داشت. الیاف پس از جداسازی صمغ از آن‌ها به صورت یک شبکه بی‌بافت در می‌آیند و سپس در اسپانیا تحت عملیات تکمیلی قرار می‌گیرند. مرحله تخصصی تکمیل باعث ایجاد یک خاصیت منحصر به فرد در ماده اولیه بی‌بافت می‌شود و ظاهری چرم‌گونه به آن

منسوجات بی‌بافت Piñatex® با استفاده از الیاف بلندی که از برگ‌های آناناس به جا مانده پس از برداشت استخراج می‌شود، تهیه می‌شوند.

بی‌بافت‌های پیناتکس زندگی خود را از برگ‌های درخت آناناس آغاز می‌کنند. این منسوج گیاهی نوآورانه زاینده فکر دکتر کارمن هیجوسا، متخصص در زمینه کالاهای چرمی می‌باشد که پس از آگاهی یافتن از اثرات زیست محیطی تولید انبوه چرم و دباغی با مواد شیمیایی تصمیم به انجام این کار گرفت. او ناچار شد به بررسی جایگزینی پایا برای چرم که قابلیت تجاری‌سازی داشته باشد و در عین حال دارای تأثیرات اجتماعی و اقتصادی مثبتی باشد، بپردازد.

دکتر کارمن با الهام از الیاف طبیعی مورد استفاده در منسوجات تاری پودی سنتی فیلیپین نظیر بارونگ یا همان لباس ملی فیلیپینی‌ها، تحقیقات خود را آغاز کرد و در طول مدت تحقیقات دریافت که الیاف حاصل از برگ درخت آناناس که علی‌رغم ظرافت دارای استحکام و انعطاف پذیری هستند، ماده اولیه مناسبی برای تهیه پارچه می‌باشند. او پس از هفت سال منسوجات بی‌بافت پیناتکس را

تغییر شکل صنایع پوشاک با اتوماسیون

دیجیتال فراهم شده است. البته بک عقیده دارد که به زودی و حتی در آینده ی نزدیک احتمال این که بخش بزرگی از تولیدات جهانی پوشاک توسط ربات‌ها انجام شود، وجود نخواهد داشت. فدراسیون بین المللی پوشاک مهم ترین فدراسیون تولیدکنندگان پوشاک، انجمن‌های آن‌ها و صنایع پشتیبان در جهان است. در این فدراسیون، انجمن‌های پوشاک از بیش از ۴۰ کشور عضو هستند که نماینده ی بیش از ۱۵۰۰۰۰ شرکت تولید کننده محصولات و خدمات در صنایع پوشاک می‌باشند.

به کارگیری علم رباتیک این پتانسیل را دارد تا ساختار صنعتی را تغییر دهد.

به گفته ی رییس فدراسیون بین المللی پوشاک، هان بک پس از تولید یک محصول به سرعت می‌توان نمونه ی دیجیتال آن را به مشتریان بالقوه نشان داد و چنانچه مورد قبول مصرف کنندگان نباشد، آن محصول اصلاً تولید نخواهد شد. این تنها یک نمونه از نحوه ی بهبود عملیات از راه دیجیتالی شدن و ایجاد یک موازنه قدرت در زنجیره تامین است. در حال حاضر بخشی از فرایند کنترل کیفیت نیز دیجیتالی شده و امکان ارزیابی توسط خود تولیدکنندگان در یک محیط



دیجیتالی کردن فرایند توسعه محصول و رهایی یافتن از نمونه های فیزیکی نه تنها باعث صرفه جویی در هزینه ها بلکه باعث سرعت و انعطاف پذیری بیشتر زنجیره تامین نیز می شود که در نتیجه ی آن سودآوری افزایش پیدا می کند.

طراحی مفهومی کفش آدیداس و تقلید دویدن بر روی شن های نرم



طراحی مفهومی اغلب راه را برای راهکارهای ارایه شده در آینده هموار می کند و ایده های بلندپروازانه با خود به همراه می آورد. آیریش نیتروالا طراح مقیم کالیفرنیا اقدام به طراحی مفهومی کفش آدیداس گریت (Adidas Grit) کرده است.

این طراح ساکن آمریکا کفشی را طراحی کرده که با پوشیدن آن تجربه ی دویدن بر روی شن برای فرد به وجود می آید که یک روش ثابت شده برای اثربخشی بیشتر تمرینات و افزایش تناسب اندام است.

این کفش دارای یک کفی توری مانند است که باعث می شود پای شخص بر روی زمین ثابت نداشته باشد درست مانند راه رفتن بر روی شن نرم که پا در آن فرو می رود. این فرورفتگی اندک باعث ایجاد شکلی از مقاومت می شود و تمرینات شدیدتری را طلب می کند.

کفش آدیداس گریت با همکاری میان کمپانی آدیداس و کالج طراحی آرت سنتر واقع در شهر پاسادینای ایالت کالیفرنیا و با هدف گردآوری فناوری ها و طرح های مفهومی نوآورانه به منظور به حداکثر رساندن پتانسیل مواد اولیه طراحی شده است.

نیتروالا تحقیقات ورزشی خود را از منهن بیچ آغاز کرد جایی که سبک زندگی ساحلی و نزدیکی آن به لس آنجلس ورزشکاران زیادی را به خود جذب می کند. او با پیاده روی در ساحل و پرسش از ورزشکاران شروع به جمع آوری اطلاعات کرد. در یکی از این پیاده روی ها به طور تصادفی با مایک داد، برنده مدال المپیک در رشته والیبال ساحلی برخورد کرد. مایک از مزایای ورزش بر روی شن برای آیریش گفت نظیر استقامت در ورزش و بعد از آن بود که آیریش در مورد شن به

عنوان یک ماده اولیه کنجکاو شد.

آیریش پس از کسب آگاهی در این مورد از پارک شنی منهن بیچ که به دلیل مزایایی که دارد، به محل تمرین ورزشکاران زیادی از سراسر لس آنجلس تبدیل شده است، بازدید کرد. چیزی که باعث جلب توجه ورزشکاران شده بود این بود که آن ها می توانستند با یک تمرین کوتاه، فعالیت سنگینی را تجربه کنند و به مرور نتایج موثری به دست آورند. آیریش می گوید ممکن است چنین چیزی در انجام هر تمرینی بدیهی به نظر برسد اما نکته ی جالب توجه این است که شما در مدت زمان ۲۰ دقیقه تا سرحد مرگ خسته می شود. هدف آیریش این بود که چنین تجربه ای را برای هر کسی که به چنین مکان و امکاناتی دسترسی ندارد، فراهم کند و این منبع الهام او شد.

آیریش پس از تحقیقات گسترده بر روی افراد دریافت که حفظ تعادل برای ورزشکاران در هنگام تمرین بر روی توده های شنی دشوار است چون آن ها مدام در حال تغییر مکان و جابجایی هستند. کمپانی آدیداس با بازدید از کالج طراحی و مشاهده ی این تحقیق وارد عمل شد و همکاری خود را اعلام کرد.

به گفته ی کمپانی آدیداس ورزشکاران با عملکرد بالا که به دنبال تمرینات شدید و سنگین هستند به انجام تمرینات بر روی شن علاقه نشان می دهند و موفق می شوند به بهترین عملکرد خود دست پیدا کنند و نتایج مثبتی به دست آورند.

طراحی های نوآورانه

زمانی که پا از روی زمین بلند می شود ساختار توری یا شبکه ای این کفش ها در اثر ضربه و پیش از این که به حالت اولیه خود بازگردد، پایین می آید. این باعث می شود تا کفش بدون آن که انرژی را به شخص بازگرداند آن را جذب کند و در نتیجه میزان انرژی مورد نیاز برای تمرین را افزایش می دهد و باعث می شود فرد در مدت زمان کوتاه تر، تمرینات سنگین تری انجام داده باشد.

ساختار شبکه ای به پارچه ی قسمت رویه کفش بافته می شود و حالت فرورفتگی شست پا در آن

نیز باعث بازگشت کمتر انرژی به فرد می شود. در ضمن لایه ی میانی کفش که به دور پا می پیچد باعث ایجاد حرکات عرضی مداوم تر شده و در نهایت تاثیر دویدن بر روی شن را تقلید می کند. در کفی کفش دو ساختار شبکه ای وجود دارد، ساختار متراکم و مستحکم تر ضربه و وزن پاشنه را می گیرد در حالی که قسمت جلویی کفش یک شبکه فرورونده ایجاد می کند که حرکت رو به جلوی پا را جذب می کند.

فرایند پرایم نیت

قسمت رویه کفش با استفاده از فرایند Prime-knit کمپانی آدیداس تولید می شود. در این فرایند کل رویه کفش به صورت دیجیتال و در قالب یک تکه مورد عملیات کشفافی قرار می گیرد. آدیداس در وبسایت خود شرح می دهد که فرایند کشفافی نخ ها این امکان را برای طراح فراهم می کند تا به میزان دقیق انعطاف پذیری و پشتیبانی که در هر قسمت از کفش لازم است، دست پیدا کند. این امر باعث راحتی کفش شده و مصرف مواد اولیه کمتر نیز باعث تولید کمتر ضایعات می شود. نیتروالا ضمن توضیح در مورد چگونگی استفاده از روش پرایم نیت آدیداس می گوید: "ساختار این کفش با ساختارهای کفی و رویه ی کفش های متداول، متفاوت است. مواد اولیه ی کفش در خط تولید پرایم نیت تولید می شوند و ظاهری شبیه جوراب پیدا می کنند، سپس به درون ساختار شبکه ای کفی سر داده می شوند. این شبکه توسط فرایند چاپ سه بعدی سنتز نور دیجیتال تولید می شود و ماده اولیه نیز یک پلی یورتان الاستومری است."

اگرچه این کفش ها همچنان در مرحله س طراحی مفهومی قرار دارند اما نیتروالا عقیده دارد که در صورتی که فرصت مناسب پیش بیاید او مشتاق به تجاری سازی آن در آینده است.

در حالی که افراد به دنبال روش هایی برای تمرین و ورزش در شهرهای مختلف جهان و شرایط متفاوت هستند، چنین راهکارهای نوآورانه ای می تواند کلید کسب بهترین نتیجه از هر بار تمرین کردن باشد.



استفاده از پارچه به جای باتری

را ایجاد کرده است که در برابر سایش مقاوم بوده و در نتیجه امکان شستشوی لباس با ماشین لباسشویی را فراهم می کند.

ایر خازن ها گزینه مطلوبی برای مدارهای پوشیدنی ذخیره کننده انرژی هستند چون به طور ذاتی دارای چگالی نیروی بالاتری در مقایسه با باتری های می باشند.

لازم به ذکر است که به کارگیری مواد اولیه فعال از نظر الکتروشیمیایی با رسانایی الکتریکی بالا و انتقال سریع یون به پارچه، چالش برانگیز می باشد. اندرو و همکارانش نشان داده اند که فرایند پوشش دهی با بخار باعث ایجاد فیلم های پلیمری رسانای متخلخل بر روی نخ های تاب دار می شود که به آسانی توسط یون ها متورم شده و در مقایسه با الیاف اکستروود یا رنگرزی شده پیشین، شارژ بیشتری را در واحد طول ذخیره می کنند.

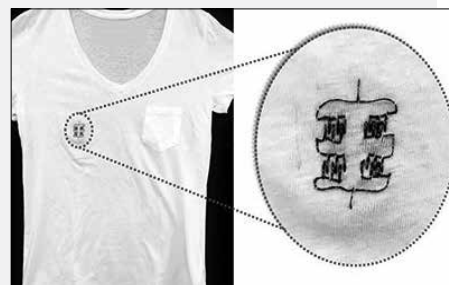
مهندسان نساجی به دلیل مشکلات فنی و هزینه بالا چندان مایل به استفاده از روش رسوب بخار نبوده اند اما محققان نشان داده اند که می توان با هزینه ای مقرون به صرفه از این فناوری در مقیاس های بزرگ تر نیز استفاده کرد.

دهی شده با بخار و یک فیلم پلیمری با یک روش دوخت ویژه برای ایجاد یک صفحه توری انعطاف پذیر از الکترودهای موازی و هم راستا در یک زمینه پارچه ای استفاده می شود. محصول به دست آمده یک جسم جامد با قابلیت بالا برای ذخیره شارژ در حد و اندازه خود می باشد. این ابزار همچنین دارای ویژگی های دیگری نیز هست که امکان تولید برق برای حسگرهای زیستی پوشیدنی را فراهم می کند. هر دستگاه $2 \times 2 \text{ mm}^2$ یک میکرو-ایر خازن است که به منزله منبع نیرو برای تراشه می باشد. اندرو شرح می دهد که چه تعداد از این دستگاه ها را می توان بر روی لباس قلابدوزی و مانند چراغ های رشته ای به هم مرتبط کرد تا قابلیت ذخیره سازی به صورت خطی افزایش پیدا کند.

یک تی شرت ساز مدیوم که کنار آن کاملاً با این دستگاه ها پوشیده شده قادر است یک تلفن همراه را شارژ کند.

ابداع این روش راه را برای دوخت آسان مدارهای الکترونیکی بر روی لباس های هوشمند خودتامین باز کرده است.

علاوه بر آن فرایند پوشش دهی با بخار پوششی



یکی از عوامل مهم بازدارنده در توسعه حسگرهای زیستی پوشیدنی برای کنترل سلامت، نبود منبع برق سبک و بادوام است. دانشمندان دانشگاه ماساچوست در شهر امهرست به سرپرستی تریشا اندرو روشی را برای ساخت یک سیستم ذخیره شارژ ابداع کرده اند که به آسانی قابل به کارگیری در پارچه است و می توان آن را به روش قلابدوزی بر روی هر لباسی به کار گرفت. اندرو می گوید باتری ها یا سایر وسایل قابل شارژ همچنان دارای محدودیت هایی برای استفاده در بیشتر فناوری های پوشیدنی، قابل حمل یا انعطاف پذیر هستند. وزن زیاد، بزرگی و انعطاف ناپذیری بعضی از این محدودیت هاست. در روش جدید از یک میکرو-ایر خازن استفاده می شود. از ترکیبی از نخ های رسانای پوشش

پروژه ای جدید در عرصه منسوجات خانگی هوشمند

متصل کرد که باعث ساده تر شدن زندگی روزمره شود. معمولاً امکان نصب وسایل مربوط به اینترنت اشیا نظیر سنسورهای حرارتی، میکروفون یا سیگنال های نوری بر روی اجزای ارتباطی وجود ندارد. برای تامین برق این سیستم ها از باتری هایی که از نظر اکولوژیکی مضر هستند و کابل های برق بدظاهر استفاده می شود. علاوه بر آن وسایل برای این که با هم در ارتباط باشند به برق و فناوری های رادیویی نیاز دارند.

هدف پروژه کانتکتست استفاده از یک راهکار بصری، کاربر محور و انعطاف پذیر است که بتوان آن را به آسانی و بدون زحمت در خانه

سیستم های فنی در هر جای مورد نیاز در خانه است هر چند که کابل برق و اجزای ارتباطی همیشه هم در دسترس نیستند.

در پروژه ConText به توسعه فناوری های زیست سازگار و بصری برای استفاده در سطوح منسوجات هوشمند پرداخته می شود. با این روش دیوارها و کف خانه برای به کارگیری کابل های برق و اجزای ارتباطی قابل استفاده می شوند.

شیوه های متعددی برای تبدیل محیط زندگی به محیطی هوشمند وجود دارد. به لطف وجود اینترنت اشیا (IoT) می توان اشیا را به نحوی در یک شبکه قرار داد و به هم



پروژه جدیدی با نام ConText که هماهنگی های آن توسط مرکز تحقیقاتی هوش مصنوعی آلمان انجام شده در حال حاضر برای انجام نوآوری در منسوجات خانگی هوشمند به کار گرفته می شود. ماهیت محیط های زندگی هوشمند نصب



ها به کار گرفت. برای این منظور محققان و فعالان صنعتی از جمله موسسه تحقیقاتی هوش مصنوعی آلمان (DFKI) در حال توسعه زیرساختی برای اینترنت اشیا هستند که از کاغذدیواری های هوشمند، فرش و سطوح نساجی که به آن ها منسوجات رابط می گویند، تشکیل می شود.

این رابط ها نه تنها تامین کننده نیرو از طریق کابل برق با جریان پایین برای اینترنت اشیا هستند بلکه از طریق پروتکل های ارتباطی استاندارد خانه های هوشمند، به یکدیگر نیز مرتبط می شوند. کاربران خودشان می توانند این وسایل را با روش های معمولی نظیر

چسب زدن به منسوجات رابط وصل کنند. محققان DFKI در پروژه کانتکتست مسوول تامین یک زیرساخت ارتباطی ایمن برای منسوجات الکترونیکی هستند که امکان ایجاد یک ارتباط موثر و قابل اطمینان را بین مراکز خانه های هوشمند و اجزای اینترنت اشیا فراهم کند. تضمین رمزگذاری و یکپارچگی داده ها بر اساس جدیدترین شیوه های روز از اهمیت زیادی برخوردار است. زیرساخت جدید باید با پروتکل های مختلف سازگار باشد و امکان ارتباط آسان با هریک از اجزای اینترنت اشیا را فراهم کند. علاوه بر آن محققان در حال توسعه نرم

افزاری هستند که برای تشخیص الگوهای اولیه از تعامل حرکتی بر روی سطح منسوجات از هوش مصنوعی استفاده کرده و امکان کنترل بصری ابزار خانگی هوشمند را فراهم کند. ساکنین خانه باید برای کنترل وسایل، حرکت مخصوص به خود را تعریف کنند.

محققان در این پروژه در صدد ایجاد یک فضای تعاملی لمسی و نوآورانه هستند تا حرکات بصری مناسب را در آن فضا تعریف و امکان ادغام آن ها با وسایل خانگی هوشمند را کشف کنند.

۸۶ درصد مصرف کنندگان خواهان پوشاک پایا



در تحقیقی که توسط شورای بین المللی پنبه و به رهبری کمپانی Harris Insights and Analytics انجام شده بود، مشخص شد که ۸۶ درصد افرادی که در کشورهای مختلف به پرسش های این تحقیق پاسخ داده بودند به مبحث پایایی و تاثیراتی که تصمیم آن ها بر محیط زیست به جا می گذارد، توجه نشان می دهند.

این تحقیق بر روی ۷۳۶۵ نفر از کشورهای آمریکا، انگلیس، هند، آلمان، ایتالیا، مکزیک و چین انجام شد و حداقل ۱۰۰۰ مصاحبه در هر کشور صورت گرفت.

تاثیرات صنعت پوشاک بر محیط زیست موضوع نگران کننده ای برای مصرف کنندگان است، ۵۷ درصد آن ها گفتند که طی دوازده ماه گذشته توجه بیشتری به محیط زیست نشان داده اند. ۶۱ درصد هم

گفتند موقع خرید یک لباس در مورد پایایی و تاثیرات زیست محیطی آن نگران هستند. دو سوم آن ها بیان کردند که سعی می کنند لباس های دارای برچسب "دوستدار محیط زیست" را خریداری کنند.

زمانی که از افراد در مورد علت توجه نشان دادن آن ها به پایایی لباس سوال شد، ۳۸ درصد آن ها گفتند که برندها و خرده فروشانی که تاثیر مثبتی بر محیط زیست دارند، از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند.

در مقابل ۳۵ درصد در مورد برندهایی که رفتار مناسبی با کارکنان خود ندارند و ۳۳ درصد در مورد تولیدکنندگانی که پایایی را در فرایندهای تولیدی خود به کار نمی گیرند، صحبت کرده اند. ۸۳ درصد مصرف

کنندگان جهانی عقیده دارند که پنبه برای محیط زیست ضرری ندارد و ۶۹ درصد نیز پنبه آمریکایی را انتخاب خوبی از نظر زیست محیطی دانسته اند. علاوه بر آن ۱۰۰ درصد مصرف کنندگان الیاف پنبه از جمله پنبه آمریکایی را در مقایسه با سایر پارچه ها نظیر پشم، ابریشم، پلی استر، ریون یا اسپاندکس پایا تر می دانند.

در پاسخ به پرسشی درباره درک آن ها از پنبه

آمریکایی، ۳۹ درصد آن را پایا تر، ۴۰ درصد دارای شیوه تولید مسئولانه تر و ۴۳ درصد دارای کیفیت بالاتر نسبت به پنبه های کشت شده در سایر نقاط جهان دانسته اند. ۶۹ درصد شرکت کنندگان در این تحقیق پنبه آمریکایی را نسبت به پنبه تولید شده در سایر بازارها زیست سازگارتر خواندند. در این مورد آمریکا مقام اول را کسب کرد و استرالیا (۶۵ درصد)، هند (۶۴ درصد)، آفریقا (۶۰ درصد)، چین (۵۶ درصد) و ازبکستان (۵۳ درصد) در مقام های بعدی قرار گرفتند. یکی از راه هایی که برندها و خرده فروشان جهانی می توانند در رابطه با پایایی با مصرف کنندگان ارتباط برقرار کنند احتمالاً استفاده از الیاف طبیعی است.

آن ها می توانند با استفاده بیشتر از پنبه در محصولات خود، رابطه ای ارزشمند و بر پایه اعتماد با مشتریان برقرار نمایند.

بر اساس تحقیق انجام شده واضح است که مصرف کنندگان هنگام خرید محصولات نساجی بیشتر به مبحث پایایی توجه نشان می دهند و در نتیجه برندها و تولیدکنندگان باید برای برآورده ساختن نیاز آن ها همچنان به سرمایه گذاری در این زمینه ادامه دهند.



دفع بوی عرق با پارچه های مخصوص

هستند، بسته بندی کردند. پس از آن پارچه های پنبه ای اصلاح شده را در معرض محلول اسیدی عرق قرار دادند، PH پایین محلول شبیه سازی شده باعث شد تا OBP و لیپوزوم ها، بتاسیترونلول از خود آزاد کنند. در مقایسه این دو روش با یکدیگر مشخص شد که OBP در مقایسه با لیپوزوم که فرایند آزادسازی بو در آن به آهستگی و کنترل شده است، با سرعت بیشتری بو را آزاد می کند. لیپوزوم ها در عوض می توانند بوی بیشتری را در خود نگهدارند. در نهایت هر دو روش برای موارد کاربردی متفاوت می توانند مفید و قابل استفاده باشد.

از آن جایی که پنبه یک لیف سلولزی است، استفاده از پارچه پنبه ای به دلیل فرایند اتصال آن با دومین پروتئین انتخاب خوبی بوده است اما محققان گفته اند سیستم دیگری را نیز می توان برای پارچه های مصنوعی که سریع بوی عرق را به خود می گیرند نظیر پلی استر و یا پلی آمید(نایلون)، طراحی کرد.

داده و از راه های مشخصی نظیر تغییر رنگ یا ارسال سیگنال الکتریکی به آن پاسخ می دهند. محققان همچنین روش های مختلفی را برای ساطع شدن بو از پارچه کشف کرده اند. کارلا سیلوا، آرتور کواکو و همکارانشان از مرکز مهندسی بیولوژیک دانشگاه مینهو در پرتغال دو استراتژی مختلف را برای آزادسازی یک رایحه-بتاسیترونلول، از مشتقات علف لیمو که در بعضی از حشره کش ها مورد استفاده قرار می گیرد-از پارچه پنبه ای در اثر تماس با عرق کشف و با هم مقایسه کرده اند.

استراتژی اول شامل یک پروتئین بو (OBP) است که در بینی خوک وجود دارد و به بتاسیترونلول و سایر ملکول های بو متصل می شود. محققان یک دومین پروتئین به نام ماژول متصل شونده به کربوهیدرات (CBM) را که به پنبه هم متصل می شود، به OBP وصل کردند. آن ها در استراتژی دوم ملکول های بو را درون لیپوزوم هایی که حاوی CBM



هوای گرم تابستان، موقعیت های پر استرس و فعالیت شدید همه و همه می تواند باعث ایجاد بوی ناخوشایند عرق در بدن انسان شود. لباس هایی را تصور کنید که با ساطع کردن بوی خوش از خود، بوی بد عرق را خنثی می کنند. محققان موفق شده اند با اصلاح پارچه پنبه ای کاری کنند که پارچه در اثر تماس با عرق بدن رایحه لیمویی گیاه سیترونلول را از خود متصاعد کند.

دانشمندان در سال های اخیر پارچه های هوشمندی تولید کرده اند که به محرک هایی نظیر نور، دما یا تنش مکانیکی واکنش نشان

تاثیر دیجیتالی شدن بر صنایع ماشین آلات نساجی ایتالیا

فروش بخش ماشین آلات نساجی شده که نتیجه آن بهبود چشمگیر وضعیت مالی سالانه تولیدکنندگان تجهیزات اصلی بوده است. این رویداد همچنین تعیین کننده ترند اصلی در صنعت ماشین آلات نساجی می باشد.

الکس زوچی رییس آچی میت عقیده دارد که صنعت ۴،۰ نقش بسیار مهم و حیاتی در آینده صنایع نساجی ایفا خواهد کرد و به کارگیری به موقع فناوری های موجود در صنعت ۴،۰ به نفع بازارهای داخلی و صادراتی ایتالیا خواهد بود. در حال حاضر شرکت های عضو آچی میت فناوری های فوق را هم در فرایندهای تولیدی و هم محصولات خود به کار می گیرند. بنابراین استفاده از روبات ها، چاپ سه بعدی و اینترنت اشیا در خطوط تولید بسیاری از تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی ایتالیا به آسانی قابل ردیابی است.

موقع و در حقیقت زودهنگام از فناوری های جدید موفق به کسب این جایگاه شده است. بازار چاپ منسوجات این کشور خانه بسیاری از تولیدکنندگان تجهیزات اصلی مهم و تاثیرگذار جهان است و صنعت ۴،۰ راهی برای رسیدن به جایگاه های بالاتر می باشد.

البته آچی میت-انجمن ماشین آلات نساجی ایتالیا-اعلام کرده که به دلیل ناآرامی های اقتصادی و سیاسی در جهان میزان سفارشات از ژانویه تا مارس ۲۰۱۹ در مقایسه با دوره مشابه سال قبل ۳ درصد افت داشته است. در واقع سفارش ماشین آلات نساجی از سوی کشورهای خارجی بیشترین افت را داشته و ۱۱ درصد کمتر شده است. آچی میت در مقابل اعلام کرده که میزان سفارشات داخلی در سه ماهه اول سال ۲۰۱۹، ۸۴ درصد افزایش داشته است. نمایشگاه های ایتما از قدیم باعث افزایش

زنجیره های تامین دیجیتال در طول دهه گذشته عامل افزایش بهره وری و ادغام مدل های تجاری جدید بوده اند. همان طور که می دانیم تکنولوژی همواره در حال پیشرفت است و تداوم نوآوری در فضاهای تولیدی منجر به پیدایش صنعت ۴،۰ یا همان انقلاب صنعتی چهارم شده است.

صنعت ۴،۰ یک مفهوم جامع است که هفت سال پیش برای نخستین بار در آلمان برای ساماندهی توسعه سیستم های فیزیکی سایبری یا مکانیزم های کنترل یا نظارت با الگوریتم های مبتنی بر کامپیوتر، ظهور کرد. تحلیل گران عقیده دارند که این فناوری ها تا حد زیادی چشم اندازهای تولید را متحول ساخته و خواهد ساخت و صنایع نساجی هم از این قاعده مستثنی نیست. ایتالیا دومین بازار بزرگ صنعت چاپ دیجیتال نساجی در جهان و اولین در اروپاست. ایتالیا با استفاده به

طراحی دوباره کفش های نمادین کانورس



قرار می گیرند. این فرایند ثابت می کند که کانورس قابلیت تبدیل منسوجات بهیافتی تک منبعی را به آل استار چاک تیلور یا چاک ۷۰ داراست.

در نهایت پنبه رینیو را داریم که طی یک فرایند اختصاصی، ضایعات کرباس پنبه ای به یک ماده کامپوزیتی حاوی ۴۰ درصد پنبه بازیافتی و پلی استر تبدیل شده و یک نخ جدید از آن تولید می شود. در فصل های آینده ترکیبات بازیافتی دیگری نیز تولید خواهد شد.

چاک تیلور آل استارز و چاک ۷۰ که در آن از پلی استر بازیافتی استفاده شده در ۵ ژوئیه ۲۰۱۹ رونمایی شده است. کانورس رینیو دنیم نیز در ماه اوت رونمایی خواهد شد. کانورس رینیو کاتن نیز تا اوایل سال ۲۰۲۰ به بازار عرضه می شود.

مواد اولیه و روش های جدید تولید هستیم. هدف، تولید کفش کانورس به شیوه ای جدیدتر و پایاتر می باشد. در تولید کانورس جدید از سه فرایند استفاده می شود. منسوجات آپسایکل یا بهیافتی، پلی اتیلین بازیافتی و کرباس پنبه ای بازیافتی می تواند به چندین تن از ضایعات، زندگی دوباره ببخشد

کانورس رینیو دارای ظاهر و زبردستی مشابه کانورس های قدیمی تهیه شده از کرباس است با این تفاوت که در ساخت آن از پلی استر ۱۰۰ درصد بازیافتی به دست آمده از بطری های پلاستیکی مصرف شده، استفاده می شود.

فرایند دوم دنیم رینیو است. در این فرایند شلوارهای جین از زمین های دفن زباله جمع آوری شده و در همان محل تحت فرایند بهیافت

کفش های آل استارز کمپانی کانورس که در ابتدا به عنوان کفش بسکتبال به بازار عرضه شده بود، سمبلی ماندگار در طراحی کفش به شمار می رود. در تولید کفش های کانورس رینیو که فصل جدیدی از طراحی کانورس می باشد، از ضایعات صنعتی یا ضایعاتی که توسط مصرف کننده نهایی تولید می شود، استفاده شده است.

در طراحی این کفش شاهد نگرش جدیدی به

تبدیل حرکت به انرژی توسط ژنراتورهای انعطاف پذیر

یک پوشش محافظ از پلی یورتان که به عنوان یک ماده تریبولکترونیک مثبت نیز عمل می کند، اسپری می کنند. زمانی که الکترودها در کنار هم قرار می گیرند، الکترون ها از پلی آمید به پلی یورتان منتقل می شوند. تماس و جداسازی بعدی باعث ایجاد بار می شود که از طریق یک مدار خارجی قابل ذخیره سازی است که این باعث ایجاد توازن مجدد بین بارهای استاتیک می شود. این گرافن قابلیت تولید حدود یک کیلوولت را دارد و پایداری و دوام خود را پس از ۵۰۰۰ بار خم شدن نیز حفظ می کند.

بهترین شکل از الکترودهای کامپوزیت پلی آمید-LIG و آلومینیوم قادر به تولید ولتاژی بیشتر از ۳/۵ کیلوولت هستند و بیک قدرت آن ها نیز بیشتر از ۸ میلی وات است.

به گفته مایکل استنفورد محقق ارشد دانشگاه رایس با قرار دادن این نانوزنراتور درون یک مدار فلیپ فلاپ امکان ذخیره ۰/۲۲ میلی ژول انرژی الکتریکی پس از طی مسافت یک کیلومتر وجود دارد. این میزان از انرژی برای تامین نیروی حسگرهای پوشیدنی و اجزای الکترونیکی کافی است.

الکترونیکی) باعث می شود تا شخصی که آن ابزار را پوشیده با هر قدم تولید انرژی کند چون تماس مداوم کامپوزیت گرافن با پوست جریانی ایجاد می کند که با آن می توان یک خازن کوچک را شارژ کرد.

تور می گوید با این روش می توان تنها با برداشتن گام های محکم تر و فشار بیشتر پاشنه پا به زمین در طول قدم زدن و یا افزایش حرکت نوسانی بازوها، تجهیزات کوچک را شارژ کرد.

گرافن القا شده با لیزر از حرارت دهی مواد شیمیایی با لیزر بر روی سطح یک پلیمر یا سایر مواد اولیه و بر جای ماندن تکه های کوچک کربن دو بعدی متصل به هم، تولید می شود. در آزمایشگاه دانشگاه رایس گرافن را نخست بر روی پلی آمید معمول تولید کرده و سپس آن را به گیاهان، مواد غذایی، کاغذ و چوب بسط داده اند.

پلی آمید، چوب پنبه و سایر مواد اولیه در آزمایشگاه به الکترودهای LIG تبدیل شده و عملکرد عالی آن ها در تولید انرژی و مقاومتشان در برابر سایش و برش مورد تایید قرار می گیرد. گرافن القا شده با لیزر که از پلی آمید تریبولکترونیک منفی تولید می شود را در حالت تا شده همراه با

درست است که تجهیزات پوشیدنی که انرژی خود را از حرکت دریافت می کنند ایده جدیدی به شمار نمی روند اما ماده اولیه ای که در دانشگاه رایس هیوستون ساخته شده باعث بهبود عملکرد این تجهیزات شده است.

جیمز تور از دانشگاه رایس، گرافن القا شده با لیزر (LIG) را در تجهیزات کوچک و فاقد فلز تولید کننده الکتریسیته، به کار گرفته است. در تماس قرار دادن کامپوزیت های LIG با سایر سطوح می تواند مشابه مالش یک بادکنک بر موی سر ایجاد الکتریسیته ساکن کند که می توان از آن برای تولید برق در وسایل مختلف استفاده کرد.

به دلیل اثر برق مالشی که در آن ماده ای خاص در اثر تماس با ماده ای دیگر باردار می شود، می توان از بارهای سطحی انباشته شده در تولید برق استفاده کرد.

محققان به صورت آزمایشی یک نوار تا شده از گرافن القا شده با لیزر را به رشته ای از دیوده های نوری متصل کرده و مشاهده کردند که ضربه زدن به نوار باعث تولید انرژی کافی برای روشن شدن آن می شود. استفاده از یک تکه بزرگ تر از گرافن القا شده در یک فلیپ فلاپ (نوعی مدار



عرضه تشک های هیبریدی پراپل توسط کمپانی بروکلین بدینگ

CopperGel که در لایه بالایی فوم تشک قرار گرفته باعث بهبود دمای تخت شده و به از بین بردن دمای اضافی بدن کمک می کند و در نهایت باعث خوابی آرام تر می شود. مس که یک ماده اولیه کاملاً طبیعی و زیست سازگار است و به عنوان یک ماده مغذی مورد نیاز در بسیاری از اکوسیستم ها عمل می کند، می تواند نقش حیاتی در بسیاری از عملکردهای سلولی بدن انسان داشته باشد. زمانی که این ماده در فوم تشک قرار می گیرد، خواص ضد میکروبی آن باعث می شود تا سطح تشک پاکیزه تر و سالم تر باشد.

طراحی پراپل به عنوان یک تشک هیبریدی به گونه ای است که لایه های فوم به کار رفته در آن دارای قابلیت پاسخگویی آهسته و سریع می باشند و در نتیجه بیشترین میزان راحتی را فراهم می کنند.

از مواد معدنی کپسولی شکل بر روی روکش تشک است که باعث تبدیل حرارت بدن به اشعه مادون قرمز می شود. امواج مادون قرمز که به صورت امواج نامرئی انرژی از بدن انسان منتشر می شود، دارای قابلیت منحصر به فردی در نفوذ به داخل جریان خون و تهییج و تسکین آن است و باعث بهبود کیفیت خواب می شود.

تشک پراپل یکی از چندین راه حلی می باشد که این کمپانی آمریکایی برای داشتن خوابی مناسب ارایه کرده است. در تولید این تشک فناوری هایی به کار گرفته شده که در کنار یکدیگر و به شیوه ای سیستماتیک، تجربه خوبی از خواب راحت را ایجاد می کنند. به کارگیری فناوری Titancool درست در زیر رویه اصلی تشک، دمای ایده آل برای خواب را فراهم می کند. علاوه بر آن رسانایی بالای



کمپانی بروکلین بدینگ راهکار جدیدی را برای داشتن خوابی آرام عرضه کرده و آن تشک جدید پراپل است. محصول جدید یک تشک هیبریدی بوده که در تهیه آن از یک پارچه کارکردی و مرغوب اروپایی و فناوری پیشرفته آپسایکل استفاده می شود. بروکلین بدینگ یک کمپانی مطرح در عرصه تولید و خرده فروشی تشک و پیشرو در زمینه فروش آنلاین تشک می باشد. آپسایکل تکمیل سطحی اختصاصی با استفاده

صنعت پوشاک همچنان قدرتمند اندونزی نیازمند تدابیر جدید

گذاری بیشتر دارد تا بخش پوشاک بتواند هزینه های خود را کاهش دهد و سفارشات بیشتری بگیرد.

رییس صنایع نساجی، چرم و کفش در وزارت نساجی اندونزی عقیده دارد که سرمایه گذاری قابل ملاحظه در بخش های بالادستی باعث رشد محسوس در صنایع نساجی و پوشاک می شود.

تلاش برای افزایش بهره وری از طریق پرورش نیروی کار ماهر و توجه به مسایل زیست محیطی نظیر آلودگی رودخانه ها نیز از عوامل موفقیت است.

صنایع نساجی و پوشاک اندونزی بین سال های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۹، ۶/۶ میلیارد دلار سرمایه مازاد به فناوری های جدید و تجهیزات تولیدی استاندارد اختصاص داده است. استفاده از ماشین آلات جدید در این دوره منجر به تولید مازاد ۴۵۲۰۰۰ تن الیاف، ۵۶۹۰۰۰ تن نخ و ۴۱۶ میلیون تکه لباس شده است ضمن این

است. صادرات نساجی و پوشاک اندونزی نیز در حال رشد می باشد و مقدار آن در سال ۲۰۱۸ به ۱۳/۵ میلیارد دلار رسیده است. علاوه بر آن پیش بینی می شود صادرات در سال جاری شاهد رشد چشمگیر ۱۱/۱ درصدی باشد و به ۱۵ میلیارد دلار برسد.

هرچند بنا بر گزارش منابع صنعتی، تولید منسوجات شاهد افت اندکی بوده است که به دنبال آن شاهد تقاضا برای آموزش و سرمایه گذاری بیشتر در بخش ماشین آلات بوده ایم تا از این طریق رقابت پذیری تولیدکنندگان بالادستی اندونزی نسبت به تامین کنندگان ویتنامی و بنگلادشی افزایش پیدا کند.

صنعت و دولت اندونزی علی رغم دیدگاه های مختلف دارای اهداف مشترکی هستند. دولت عقیده دارد سرمایه گذاری اخیر در بخش نساجی در افزایش قابل ملاحظه تولید پوشاک و صادرات آن موثر بوده است. بخش صنعتی موافق این دیدگاه است اما اعتقاد به سرمایه



متخصصان صنایع نساجی و پوشاک اندونزی و همچنین دولت این کشور عقیده دارند که برای ایجاد منابع بالادستی موثر همچنان نیاز به سرمایه گذاری مداوم در این بخش احساس می شود. این کار باعث افزایش رشد تقاضا برای صادرات پوشاک شده که به نفع کشور است. تولیدات نساجی و پوشاک اندونزی در سه ماهه اول سال جاری ۱۹ درصد نسبت به دوره مشابه سال قبل افزایش داشته است. بر اساس آمار و ارقام دولتی میزان رشد سالانه تولیدات نساجی و پوشاک در دوره مشابه سال قبل ۷/۵ درصد و رشد کلی آن در سال ۲۰۱۸، ۸/۷ درصد بوده

که ۴۲۰۰۰۰ کارگر جدید نیز در این بخش استخدام شده اند.

با وجود تمام این اقدامات خروجی بخش بالادستی صنایع نساجی به آرامی در حال کاهش است.

مشکل اینجاست که حجم زیادی از پارچه های مورد استفاده در صنعت پوشاک وارداتی می باشد در نتیجه این بخش رشد می کند ولی صنعت نساجی عقب می ماند. علی رغم وجود تامین کنندگان محلی رقابت پذیر باز هم مقدار

زیادی پارچه به کشور وارد می شود. با وجود رشد مثبت بخش پوشاک اندونزی این کشور همچنان از نظر صادرات از کشورهای نظیر بنگلادش و ویتنام عقب تر است. اندونزی تنها ۱/۸ درصد از بازارهای خارجی را در اختیار دارد. در زمینه اصلاح قوانین کار در اندونزی انتقاداتی به دولت وارد شده و از این قوانین به عنوان مانعی بر سر راه سرمایه گذاری در بخش نساجی یاد شده است. عدم تغییر در قوانین غیرواقعی گرایانه مانع از جذب سرمایه گذار می

شود. چالش های موجود در صنعت نساجی از جمله وجود ماشین آلات منسوخ، دستیابی به اهداف تولیدی مورد نظر و تولید محصولات با کیفیت را مشکل می کند. مشکل دیگر کمبود نیروی کار ماهر به دلیل کمبود آموزش است. دولت باید برنامه هایی را برای ارتقای سطح مهارت کارگران به ویژه در زمینه طراحی و مد در نظیر بگیرد تا از وابستگی به متخصصان خارجی کم شود.

عرضه پوشک های هوشمند توسط کمپانی پمپرز



پوشک های هوشمند به طور حتم یکی از نوآوری های جالب توجه به شمار می روند و اخیرا نیز اخبار زیادی پیرامون این محصول جدید منتشر می شود از پوشک های Simavita که به پدر و مادر و یا پرستار بچه زمان تعویض پوشک را اعلام می کند گرفته تا محصولات مربوط به بی اختیاری کمپانی Abena Nova. چندی پیش نیز محققان دانشگاه پردو در ایالت ایندیانا سنسور مستقلی ساخته اند که قادر است عفونت های ادراری را بهتر تشخیص دهد.

مهم ترین انگیزه برای تولید چنین محصولی سلامت و راحتی است چون با استفاده از آن می توان پوشک خیس را سریع تعویض و از تحریکات پوستی جلوگیری کرد و همچنین شرایطی را که به طور بالقوه منجر به بروز مشکلات جدی می شود، شناسایی کرد. این محصول به نحوی برای کاهش بار مسوولیت پرستاران به ویژه در رابطه با بی اختیاری افراد بزرگسال طراحی شده است.

پوشک های هوشمند علی رغم این که از لحاظ نوآوری جذابیت دارند اما تا کنون همچنان جنبه تبلیغاتی داشته و وارد زندگی واقعی نشده اند. گفته می شود نرخ پایین زانو ولد به ویژه در ایالات متحده آمریکا باعث کاهش تقاضا برای این محصول شده است. پوشک از جمله محصولات دارای طول عمر کوتاه است و در نتیجه والدین تمایل چندانی برای صرف هزینه بر روی انواع پیشرفته تر آن ندارند.

البته والدینی هم هستند که زمانی که صحبت از سلامت و راحتی فرزندانشان به میان می آید حاضر به پرداخت هزینه اضافی برای محصول جدید می باشند. علاوه بر آن مطالعات مختلف نشان داده که مصرف کنندگان حاضرند برای پوشاک پایا که با پوست آن ها و همچنین محیط زیست مهربان تر است، بهای بیشتری بپردازند. منطقی به نظر می رسد که این نتیجه گیری را به پوشک نیز تعمیم داد.

پوشک های جدید پمپرز با نام Lumi که قرار است این پاییز در آمریکا وارد بازار شود، از لحاظ راحتی و محافظت مشابه پوشک Swaddler محصول همین کمپانی بوده ولی از لحاظ موارد زیر بهبود یافته است:

- نشانگر خیسی گسترده تر با امکان شناسایی دقیق تر خیسی پوشک توسط سنسور
- محل اتصال ایمن برای سنسور
- گرافیک راهنمای والدین برای قرار دادن

سنسور در محل درست این سنسور برای راحتی کودکان طراحی شده و بر روی صدها کودک در موقعیت هایی نظیر بودن در ماشین در مسافت ها طولانی آزمایش شده است. والدین به طور میانگین به سنسورها صفت "بسیار راحت از لحاظ پوشیدن" نسبت داده اند.

سنسورهای جدید خوابیدن کودک، غذا دادن، تعویض پوشک و میزان خیسی آن (خشک، تر، بسیار خیس) را پیگیری می کنند. این کار با استفاده از حسگرهای نوری انجام می شود. دو دیود نوری (سنسور رنگ و سنسور نور) در قسمت عقبی سنسور قرار دارد و به نحوی طراحی شده است که بر روی نشانگر خیسی پوشک قرار بگیرد.

این سنسور با فناوری مشابه فناوری یک ساعت هوشمند، سطح فعالیت کودک را پیگیری می کند

سیستم مراقبتی جدید پمپرز شامل یک مانیتور، دو سنسور فعالیت، اپلیکیشن Lumi و دو بسته پوشک است. طول عمر سنسورهای فعالیت سه ماهه بوده و برای کودکان ۰ تا ۱۲ ماه توصیه می شود.

والدینی که از Lumi استفاده کرده اند، آن را یک محصول موثر برای پدر و مادرهای جدید به ویژه در شش ماه اول زندگی فرزندشان می دانند.



سیستم جدید ردیابی در صنایع نساجی

صورت باز و آشکار طراحی شده است به طوری که افراد و شرکت هایی که با آن مرتبط هستند می توانند شاهد تمامی مراحل تولید زنجیره تامین باشند از تولید ماده اولیه خام گرفته تا لباس تکمیل شده نهایی و حتی زمانی که لباس به دست مشتری می رسد.

در این سیستم از فناوری بلاک چین یا زنجیره بلوکی استفاده می شود که مشابه فناوری به کار رفته در معاملات ارز مجازی نظیر بیت کوین است که برای امنیت بیشتر انتقال اطلاعات مورد استفاده قرار می گیرد. با این کار خطر دستکاری اطلاعات توسط یک شخص یا شرکت کاهش می یابد. از آن جایی که سیستم برای تمامی افراد ذینفع در آن باز است، آن ها می توانند تمامی مراحل تولیدی را پیگیری کنند. این روش به ایجاد اعتماد به واسطه فناوری بین ذینفعان کمک می کند. در نهایت با استفاده از این سیستم مشتری نیز اطلاعات بیشتری از تاریخچه لباس خریداری شده خود پیدا می کند.

سیستم ردیابی فوق بسیار نویدبخش است و قدم بعدی، تولید آن در مقیاس انبوه و بهبود الگوریتم قابل استفاده می باشد.

در تولید آن اصول اخلاقی رعایت شده است یا خیر. در عین حال تولیدکنندگان نیز می خواهند به اطلاع مصرف کنندگان برسانند که محصول آن ها با کیفیت و پایا بوده و تقلبی نیست.

کومار در این پروژه به قابلیت ردیابی محصول در مرحله تولید و اطلاعات و این که چطور می توان قابل اعتماد بودن اطلاعات موجود در سیستم را تضمین کرد، توجه نشان داد. او یک کریپتوتگ منحصر به فرد طراحی کرد که بر روی لباس چاپ می شود.

این تگ حاوی اجزای ریزی است که به صورت رندوم یک طرح را تشکیل می دهند. با خواندن تصویر می توان این طرح ها را شناسایی کرد مانند شناسایی اثر انگشت. سیستم جدید داده ها را به تگ مرتبط می کند. این تگ در مقیاس آزمایشگاهی ساخته و آزمایش شده و نتایج خوبی را از نظر پایداری در برابر شستشو، مقاومت سایشی و قابلیت کش آمدن از خود نشان داده است.

پایداری و دوام تگ از اهمیت زیادی برخوردار است ضمن این که اجزای فرم دهنده طرح نیز باید خوانا باشند. سیستم ردیابی کاملا به

عدم تقارن اطلاعاتی، محصولات تقلبی، نبود شفافیت و در یک کلام نبود امکان ردیابی چالش بزرگی در زنجیره تامین جهانی منسوجات و پوشاک به شمار می رود. در حال حاضر از کیوآر کد (رمزیننه پاسخ سریع) و تراشه آر اف آی دی (سامانه بازشناسی با امواج رادیویی) به عنوان ابزارهای ردیابی استفاده می شود هر چند که این ابزار به آسانی قابل کپی کردن هستند. تارون کومار آگراوال، یکی از دانشجویان مدرسه نساجی دانشگاه بوریوس در سوئد طی یک پروژه تحقیقاتی، سیستم ردیابی جدیدی را برای حل این مشکل در صنایع نساجی ایجاد کرده است.

کومار می گوید: "زنجیره تامین نساجی یک شبکه پیچیده است و بین مراحل یا خط های تولید مختلف آن هر چیزی ممکن است اتفاق بیفتد از تولید الیاف و نخ گرفته تا مرحله بافندگی تار پودی یا کشفایی و تولید لباس و انتقال آن به خرده فروش و در نهایت مصرف کننده. علاوه بر آن مصرف کنندگان مایلند اطلاعاتی در مورد لباسی که خریداری می کنند، داشته باشند مثلا این که آن لباس از کجا آمده، مواد تشکیل دهنده آن چیست و آیا

عرضه فناوری جدید پوشش دهی توسط کمپانی آرکروما

محصولات صنعتی تولید شده بود، باعث بهبود خواص مکانیکی ماده اولیه عمل شده با آن نظیر استحکام کششی و مقاومت در برابر خراشیدگی می شود.

محصولات جدید در آینده هسته اصلی سیستم صندلی های ایمن آرکروما را تشکیل خواهند داد. این سیستم امکان ایجاد یک پوشش فاقد هالوزن و کندکننده شعله برای لوازم خانگی تهیه شده از چرم مصنوعی را فراهم می کند.

پوشش های جدید را می توان به روش اشباع سازی، پوشش دهی (خمیر یا فوم) و اسپری کردن به کار گرفت. این مواد همچنین با استانداردهای ZDHC و بلوساین مطابقت دارند.

هدف از تولید این پوشش ایجاد گزینه دیگری برای تولید کنندگان نساجی است که بر پایه آب باشد و به پارچه پوشش دهی شده کارایی بالایی برای استفاده در مواردی نظیر منسوجات بی بافت، کاغذ و منسوجات مورد استفاده در فضاهای داخلی و خارجی ببخشد.

پوشش های پلیمری جدید ضمن این که کالاهای نساجی با کارایی بالا در اختیار مصرف کنندگان می گذارند و باعث ایجاد ارزش افزوده در تجارت آن ها می شوند، به خوبی تعهد کمپانی آرکروما به مبحث پایایی را نیز نشان می دهند.

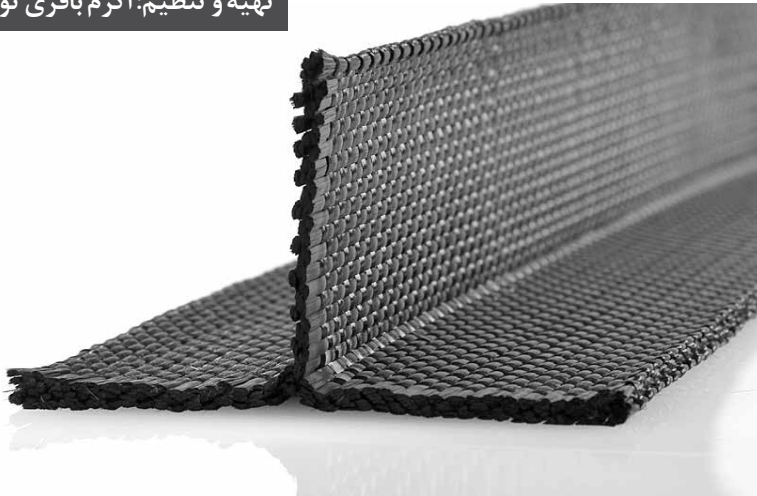
این پوشش ها که در ابتدا برای پیوندها شیمیایی و پوشش کوله پشتی و سایر



کمپانی آرکروما، پیشرو در عرضه پایا تر کردن مواد شیمیایی تخصصی و رنگرها اخیرا از پوشش های جدید خود با نام Lurapret N5396 و Liq N5396 که پوشش پلیمری پلی یورتان بر پایه آب و حاوی ترکیبات آلی فرار با محتوای ۱۵۰ گرم بر لیتر یا کمتر می باشد، رونمایی کرده است.

روش جدید گلدوزی برای منسوجات سه بعدی

تهیه و تنظیم: اکرم باقری توسنانی



یک دانشجوی کارشناسی ارشد از کالج رویال آرت و امپریال کالج لندن، روش جدیدی را برای خلق ساختارهای سه بعدی از منسوجات بر روی ماشین های گلدوزی صنعتی کشف کرده است.

هدف پاسکال رم از طراحی روش جدید، افزایش دسترسی و انعطاف پذیری طراحی در خلق منسوجات سه بعدی بوده است. کاربردهای احتمالی این روش دکوراسیون و موارد کارکردی است ضمن این که روش جدید نسبت به نمونه های مشابه تار پودی یا کشفافی مناسب تر بوده و باعث تخصصی تر شدن طراحی ها می شود.

در روش جدید بر خلاف پارچه های سه بعدی موجود که معمولاً تار پودی یا کشفافی هستند، امکان خلق ساختارهای مشابه از طریق گلدوزی دیجیتال فراهم می شود.

در حال حاضر روند تولید پارچه های سه بعدی به سمت تولید در مقیاس انبوه، حجم زیاد یا کاربردهای متعارف می باشد و معمولاً با استفاده از روش های موجود، سطوح یکنواخت ایجاد می شود. در نتیجه امکان تولید شکل های آزاد با ویژگی های طراحی شده برای طراحان و مهندسان وجود ندارد.

تخصصی تر شدن برای مثال امکان تولید کفی های کفش ارگونومیک را که دارای ویژگی های عایق بودن، هوادهی یا تکیه گاه بودن است، فراهم می کند.

گلدوزی دیجیتال انعطاف پذیری بیشتری را در خلق منسوجات سه بعدی به همراه می آورد: گفته می شود این روش برای تولیدات با حجم کم مناسب است و به دلیل امکان طراحی سفارشی در حال حاضر نیز محبوب و متداول می باشد. با وجود این که بهره وری گلدوزی دیجیتال نسبت به روش های کشفافی و تار

پودی برای تولید در مقیاس انبوه، کمتر است اما هنوز برای خلق اجزای سفارشی تخصصی مورد استفاده قرار می گیرد. با این روش امکان آرایش خطی الیاف و برهم نهی چندین لایه از مواد اولیه برای خلق ساختاری بهینه وجود دارد. در یک طراحی خاص درجات مختلفی از استحکام و کشسانی، سختی، رنگ های مختلف و شفافیت را می توان تعریف کرد. در نتیجه هنگامی که از مواد اولیه گران قیمت به عنوان یک تکنیک افزودنی استفاده می کنیم، گلدوزی دیجیتال از ارزش زیادی برخوردار می شود و نسبت به روش های کشفافی و تار پودی نیز مقرون به صرفه تر است.

هرچند که جزییات این فرایند محرمانه است اما می توان گفت که با استفاده از ماشین آلات و نرم افزارهای موجود می توان آن را انجام داد. این روش چه در مرحله آماده سازی مواد اولیه و چه مراحل تمیزکاری بعد از گلدوزی، بدون دخالت دست انجام می شود.

نمونه های اولیه با استفاده از نخ های پلی استر معمولی و فلزی، ویسکوز، مونوفیلament نایلون، نخ های انعکاسی و پشمی تولید شده است. هرچند که نوع نخ مورد استفاده بر نوع و خواص ساختار ایجاد شده تاثیرگذار است اما

در تئوری، استفاده از هر نوع نخ در دسترس برای گلدوزی دیجیتال ممکن می باشد. تکه های ایجاد شده در سه فرمت مختلف قابل تولید هستند: المنت های خود پشتیبان مشابه تورهای گلدوزی شده، گلدوزی بر روی یک پارچه از پیش موجود و یا به عنوان یک رابط بین دو سطح از پیش موجود. در حال حاضر زمان تشکیل نمونه مرجع مربعی شکل ۱۵ دقیقه با ارتفاع میانگین ۱ سانتی متر است. نمونه هایی نیز با قرار دادن اشیاء یا لایه های کوچک درون آن ها ایجاد شده اند. در نهایت انتظار می رود زمان تولید کاهش و ارتفاع نمونه افزایش پیدا کند. در این روش حجم های نفوذپذیر به گلدوزی های متراکم و تخت الحاق می شود. با این روش امکان اجرای خلاقیت های جدید در طراحی سطح برای استفاده در مد، طراحی داخلی و سایر کاربردهای منسوجات وجود دارد.

روش جدید این پتانسیل را دارد که بر کاربردهای موجود برای پارچه های سه بعدی نیز تاثیرگذار باشد برای مثال در پوشاک محافظ، پروتزها، لباس های ورزشی، کفی کفش یا کامپوزیت های تخصصی.

نسا.امروز



۸۷

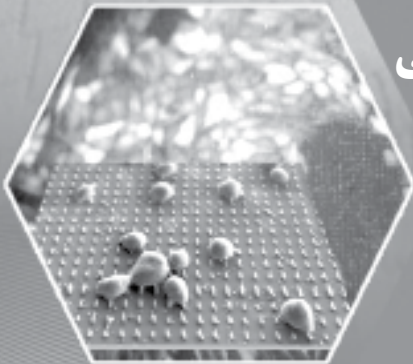
تاسیسات
شرکت‌های نسا.امروز

۶۶

وب‌نگار نسا.امروز
www.nassajiemrouz.com
[@nassajiemrouz](https://www.instagram.com/nassajiemrouz)

۸۲

تغییرات
شرکت‌های نسا.امروز





کاهش رتبه قاچاق پوشاک صحت ندارد

حجم قاچاق پوشاک کاهش یافته است.

به گزارش تسنیم، سعید جلالی قدیری با بیان اینکه این آمار به هیچ عنوان به معنای کاهش رتبه قاچاق پوشاک در کشور نیست، گفت: در سال ۹۶ آمار قاچاق پوشاک دو میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار بوده است اما با توجه به صحبت‌های ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز با کسر ۱۰۰ میلیون دلار رقم قاچاق پوشاک در سال گذشته به دو میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار رسیده که این آمار به هیچ عنوان کاهش قاچاق پوشاک را نشان نمی‌دهد. دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران تصریح کرد: در سال گذشته مرحله نخست اجرای برخورد با فروش پوشاک قاچاق محرز در مراکز توزیعی آغاز شد که در طی آن تاکنون فقط با ۱۱۰ مغازه برخورد شده است. این در حالی است که براساس ماده ۱۳ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز باید کد شناسایی کالا و رهگیری برای پوشاک وارداتی اجرائی شود اما هنوز این موضوع به صورت جدی دنبال نمی‌شود.



رایگان‌سی سخنگوی سازمان تعزیرات حکومتی

فدایق دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران

رایگان‌سی سخنگوی سازمان تعزیرات حکومتی چندین بار پیش اعلام کرد که رتبه قاچاق پوشاک از یک به پنج کاهش یافته در حالی که دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران معتقد است این آمار درست نیست چراکه بنا بر اظهارات ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز در سال ۹۷ فقط ۱۰۰ میلیون دلار از

مدیر امور حقوقی بانک تجارت: برای حل مشکلات سبلان پارچه آماده ایم

الی ۹۴ مبادرت شد. به گزارش روابط عمومی بانک تجارت، نور محمدی تصریح کرد: در سال ۹۴ اداره تصفیه امور ورشکستگی بدون اطلاع بانک نسبت به مزایده اجاره کارخانه با اشخاص ثالث اقدام و سپس با پلمپ کارخانه و اجاره آن به اشخاص ثالث عملاً مانع تداوم فعالیت شرکت تابعه به بانک گردید. مدیر امور حقوقی بانک تجارت در ادامه یادآور شد: در راستای تعیین تکلیف بدهی شرکت مذکور با توجه به توافقات انجام شده با مدیر محترم اداره تصفیه امور ورشکستگی تهران طی صورتجلسه مورخ ۹۶/۴/۱۹ مبنی بر پرداخت طلب تصدیق شده تعدادی از بستانکاران شرکت سبلان پارچه توسط این بانک تاکنون اداره تصفیه امور ورشکستگی نسبت به اجرای احکام صادره و همچنین تصدیق مطالبات بانک تجارت و تعیین تکلیف بدهی شرکت به عنوان قائم مقام ورشکسته اقدامی به عمل نیاورده است.

این در حالی است که آقای انور حجازی نیا به عنوان مدیر عامل شرکت سبلان پارچه علیرغم اطلاع از ورشکستگی شرکت طی سنوات گذشته با طرح دعاوی متعدد و شرکت در جلسات اداره تصفیه و مزایده اجاره کارخانه، اخیراً نیز با طرح دعوی اعتراض ثالث به حکم ورشکستگی با قصد اطاله پرونده، موجبات تاخیر در روند اجرائی امر تصفیه و وصول مطالبات بانک و سایر بستانکاران را فراهم نموده اند. این بانک تاکنون با تشکیل جلسات متعدد و با حضور مدیر کل محترم اداره تصفیه امور ورشکستگی، استاندار محترم اردبیل و نمایندگان محترم استان اردبیل در بانک از موضوع تعیین تکلیف بدهی ورشکسته استقبال نموده است به نحوی که به حقوق بانک و سهامداران آن خدشه ای وارد نشود.

مساعدت بانک تجارت در پرداخت تعدادی از مطالبات تصدیق شده بستانکاران ورشکسته اعلامی در لیست اداره تصفیه نمونه ای بارز از اقدامات این بانک برای تسریع تعیین تکلیف کارخانه سبلان پارچه است.



نورمحمدی با اشاره به سابقه همکاری بانک تجارت با این واحد تولیدی گفت: این بانک در سال ۱۳۸۳ تسهیلات قابل توجهی را به شرکت نساجی سبلان پارچه پرداخت کرد ولی ایفاء تعهدات از جانب شرکت مذکور در سررسیدهای مقرر صورت نگرفت و علیرغم مساعدتهای انجام شده از سوی بانک تجارت، در نهایت باستناد و تایق اخذ شده اقدام قانونی علیه شرکت انجام شد که این اقدام در راستای رعایت حقوق سهامداران و در جهت تامین مصالح بانک بوده است.

مدیر امور حقوقی بانک تجارت افزود: به موازات اقدامات قانونی، در سال ۱۳۸۶ به دلیل سوء مدیریت مدیران وقت شرکت، شورای تامین استان اردبیل، بهره برداری از کارخانه را به یکی از شرکتهای تابعه بانک واگذار کرد که در همین اثناء به دلیل صدور حکم ورشکستگی شرکت مذکور توسط شعبه ۲۳ دادگاه عمومی حقوقی تهران، امر تصفیه به اداره امور ورشکستگی تهران ارجاع شد که متعاقباً با انعقاد قرارداد اجاره فیما بین شرکت تابعه بانک با اداره تصفیه نسبت به ادامه فعالیت کارخانه از سال ۹۲



گودرزی در تشریح عملکرد فراکسیون «مبارزه با قاچاق»:

رتبه اول قاچاق پوشاک در بین کالاها

و این اصلاح قوانین قاچاق را به عهده کمیسیون اقتصادی گذاشتیم در نتیجه آنجا اقداماتی در زمینه اصلاحات قوانین انجام داده و با توجه به اینکه قوه قضائیه نظرش بر این بود که برخی از این اصلاحات جنبه قضائی دارد و باید نظر آنها نیز گرفته شود، به قوه قضائیه رفته و به صحن برمی گردد تا اصلاحات قانونی انجام شود.

وی ادامه داد: نکته بعدی مسائلی در حوزه اجرا بود و قوانینی را داشتیم که در اجرا ضعیف بود. به عنوان مثال در زمینه شفاف سازی ها، سامانه های ثبت سفارش، سامانه های ترددی در گمرک و وزارت صمت، «صنعت، معدن و تجارت» ضعیف بودیم که اینها را نیز تقسیم بندی و کالاهای قاچاق را بر اساس فراوانی تقسیم بندی کردیم. رئیس فراکسیون مبارزه با قاچاق با بیان اینکه قاچاق منسوجات و البسه از نظر میزان آن رتبه اول را داشت، اظهار داشت: این ظرفیت را در داخل داریم که البسه با کیفیت خوب تولید کنیم و این یکی از ایرادات کار بود و باید جلوی قاچاق آن را می گرفتیم چراکه ورود این کالا به صورت قاچاق می توانست تولید داخل را با مشکل مواجه کند به همین دلیل احساس کردیم که در بین کالاهای قاچاق، البسه مهمتر است.

عضو کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس شورای اسلامی گفت: کارخانه ای برای کالایی مثل موبایل، در داخل نداریم اما ظرفیت تولید البسه را داریم چراکه مواد اولیه، کارخانه، توانایی و نیروی آن موجود است و چرا چنین ظرفیتی را باید نادیده بگیریم اما شاید اگر موبایل را رها کنیم خیلی مهم نباشد.

این نماینده مردم در مجلس دهم عنوان کرد: در بحث قاچاق سوخت نیز وارد شدیم و اقداماتی نیز صورت گرفته است. همچنین در بحث طلا و اشیای قیمتی نیز کارهایی انجام شده و جلساتی با ستاد مبارزه با قاچاق خواهیم داشت. بازدیدهایی نیز از گمرکات داشته ایم که نتایج آن را اعلام خواهیم کرد.



رئیس فراکسیون مبارزه با قاچاق گفت: قاچاق البسه در بین سایر کالاهای قاچاق رتبه اول را دارد در حالی که ظرفیت و توانایی تولید پوشاک داخلی را داریم و باید جلوی قاچاق آن گرفته شود.

مسعود گودرزی، در تشریح عملکرد فراکسیون مبارزه با قاچاق گفت: بعد از فرمایشات مقام معظم رهبری درباره مبارزه جدی با قاچاق که باید کار عملیاتی انجام شود، ما نیز در کمیسیون امنیت ملی کارگروه مبارزه با قاچاق را تشکیل دادیم و با توجه به اینکه فکر کردیم قاچاق یک بحث بین کمیسیونی است به طوری که کمیسیون های مختلفی درگیر این جریان هستند، تلاش کردیم تا فراکسیون مبارزه با قاچاق را تشکیل دادیم؛ بررسی مبارزه با قاچاق به منظور کاهش زمینه های قاچاق و انسداد مجاری که قاچاق می تواند از آنجا انجام شود، هدف تشکیل فراکسیون بود. به گزارش فصل اقتصاد، نماینده مردم ممسنی و رستم در مجلس شورای اسلامی افزود: در جلسات ابتدایی دیدیم که ابتدا برای کاهش قاچاق باید قوانین اصلاح شود

ایجاد شهرک تخصصی نساجی با محوریت بخش خصوصی در مشهد

توسعه اقتصادی فرهنگی برنامه ریزی شده است. رسولیان افزود: مهمترین مانع امروز در مسیر سرمایه گذاری، فرایند صدور مجوزهای مرتبط است و به همین منظور با احصای ۴۰ فرایند سعی در کاهش زمان ها و بهبود فضای کسب و کار داریم.

معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار خراسان رضوی یکی از ضرورت های توسعه استان را تکمیل زنجیره صنعت نساجی دانست و گفت: با توجه به تجربه استان در این حوزه بخش خصوصی در خصوص ایجاد شهرک تخصصی نساجی اعلام آمادگی کرده و لازم است تمامی دستگاه های متولی از جمله شرکت شهرک های صنعتی در این خصوص مساعدت حداکثری را داشته باشد.

معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری خراسان رضوی گفت: شهرک تخصصی نساجی با محوریت بخش خصوصی در مشهد ایجاد می شود.

علی رسولیان معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری خراسان رضوی در مراسم آغاز عملیات اجرایی فاز اول بهسازی جاده حسن آباد گفت: این پروژه با محوریت شهرداری مشهد به عنوان معین اقتصاد مقاومتی مشهد در مدت ۱۴۰ روز اجرایی می شود. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، او ادامه داد: جاده حسن آباد نقش موثری در توسعه اقتصادی شهر مشهد به ویژه در مسیر ارتباطی به شهرک صنعتی توس دارد. معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری خراسان رضوی گفت: حدود ۳۰۰ پروژه سرمایه گذاری اقتصاد مقاومتی در مشهد توسط معین اقتصاد مقاومتی و در قالب الگوی مثلث



سهام نخست پوشاک در قاچاق فضای مجازی

غیر از شبکه های اجتماعی که عملاً هیچگونه نظارتی بر آن ها وجود ندارد و هیچ واحد صنفی دارای مجوزی در آنها فعال نیست، در باقی بسترها حداقل بخش مهمی از کسب و کارها که دارای سهم بازار بالایی هستند، مجوز فعالیت از اتحادیه دارند، اما متأسفانه برخی از این کسب و کارهای شناخته شده دارای مجوز نیز به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در حال عرضه کالای قاچاق هستند.



دبیر اتحادیه کشوری کسب و کارهای فضای مجازی گفت: بیشترین میزان عرضه قاچاق در فضای مجازی مربوط به پوشاک، کیف و کفش، لوازم خانگی، محصولات آرایشی است که عزم جدی برای برخورد آن وجود ندارد.

فرشاد وکیل زاده با اشاره به رشد عرضه کالاهای قاچاق و ممنوعه به صورت مستقیم و غیرمستقیم در فضای مجازی، گفت: این امر ضرورت نظارت نهادهای نظارتی مانند ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، پلیس فتا، پلیس اماکن و دیگر نهادهای نظارتی را دو چندان می کند.

به گزارش مهر، وی گفت: با توجه به رشد فضای مجازی در سال های اخیر و رشد کسب و کارهای اینترنتی و افزایش نقش آن ها در اقتصاد کشور به طور طبیعی شاهد افزایش مقدار عرضه قاچاق و کالاهای ممنوعه از طریق فضای مجازی هستیم و این امر طبیعی است. قطعاً زمانی که بستر راحتی برای عرضه کالای قاچاق وجود داشته باشد، عده ای افراد سودجو از آن سوءاستفاده خواهند کرد.

دبیر اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی در پاسخ به وضع نظارتی موجود تأکید کرد: تاکنون اتحادیه کسب و کارهای فضای مجازی چندین جلسه با معاونت پیشگیری ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز داشته اما متأسفانه تا امروز هیچ اقدام موثری در این بخش انجام نشده و ظاهراً عزم جدی برای برخورد و جلوگیری از عرضه قاچاق در فضای مجازی وجود ندارد.

وکیل زاده گفت: در حال حاضر ۴ بستر اصلی برای عرضه کالاهای قاچاق وجود دارد که شامل فروشگاه های اینترنتی، بازارچه های مجازی (مارکت پلیس)، سایت های نیازمندی یا درج آگهی و شبکه های اجتماعی است و در تمامی بسترها ما شاهد عرضه کالاهای قاچاق هستیم.

دبیر اتحادیه کشوری کسب و کارهای فضای مجازی تأکید کرد: البته



وی در پاسخ به اینکه چرا اتحادیه کسب و کارهای فضای مجازی به عنوان مرجع قانونی اعطای پروانه کسب و نظارت بر کسب و کارهای اینترنتی خود تاکنون اقدامی در راستای برخورد با عرضه کنندگان کالای قاچاق انجام نداده است، گفت: متأسفانه عزم جدی در هیئت مدیره برای برخورد با این مشکل وجود ندارد و حتی در مورد کسب و کارهای فاقد مجوز که طبق ماده ۲۷ قانون نظام صنفی موظف به نظارت و پیگیری هستیم، تاکنون غیر از چند مورد سلیقه ای، پیگیری خاصی انجام نشده است.

دبیر اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی ادامه داد: البته خوشبختانه دستگاه های نظارتی به دلیل اهمیت بالای این بخش تا حدی موضوعات این حوزه را پیگیری می کنند و امیدواریم این حساسیت ها بیش از پیش برطرف شود و با اقدامات سلبی جدی مانع از افزایش این جریانات شوند. وی گفت: در حال حاضر بیشترین میزان عرضه قاچاق در فضای مجازی مربوط به پوشاک، کیف و کفش، لوازم خانگی، محصولات آرایشی و بهداشتی و بعد از آن مواد غذایی و کالاهای زود مصرف می شود که البته در بحث پوشاک در سال ۹۷ اقدامات نسبتاً مناسبی توسط ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز انجام شد.



رئیس سازمان صنعت، معدن استان زنجان:

۸۰ واحد نساجی تولیدی در زنجان فعال است

کوچک و بزرگ فعالیت می‌کنند.

به گزارش مهر، وی اظهار کرد: ۳۰ درصد اشتغال استان زنجان در بحث صنعت نساجی است و در این میان زنجان جزو استان‌های برتر در حوزه صنعت نساجی است و موقعیت خوبی در سطح کشور دارد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان گفت: استان زنجان در بحث ریسندگی، رنگرزی و بافندگی در کشور جایگاه بسیار خوبی دارد.

فغفوری ابراز کرد: مزیت صنعت نساجی در استان این است که اگر ۱۰ سرمایه‌گذار در این زمینه در کشور فعال باشد ۶ سرمایه‌گذار حوزه صنعت نساجی در استان زنجان فعال است. وی به مشکلات واحدهای صنعت نساجی در استان اشاره کرد و گفت: سرمایه در گردش و مالیات بر ارزش افزوده مشکل عمده این صنعت در استان است. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان بر ارتقای کیفیت تولید صنایع نساجی در استان تأکید کرد و گفت: وضعیت صنعت نساجی استان زنجان سال به سال بهتر می‌شود. فغفوری تصریح کرد: واحدهای نساجی استان زنجان با مشکلاتی که دارند با ۶۰ درصد ظرفیت در حال فعالیت هستند و اگر موانع برداشته شود شاهد رونق تولید در صنعت نساجی خواهیم بود.



رئیس سازمان صنعت، معدن استان زنجان به وضعیت صنعت نساجی در استان زنجان اشاره کرد و گفت: در استان زنجان ۸۰ واحد نساجی تولیدی کوچک و بزرگ فعالیت می‌کنند.

ناصر فغفوری در محل سازمان صنعت و معدن استان زنجان، به وضعیت صنعت نساجی در استان زنجان اشاره کرد و افزود: در استان زنجان ۸۰ واحد نساجی تولیدی

رشد صادرات پنبه هند به ایران

صادرات پنبه هند به ایران، استفاده از سیستم پرداخت روپیه و تقاضای بالاتر خریداران ایرانی بوده است.

به گزارش پول نیوز، یک صادرکننده از بمبئی افزایش محموله‌های پنبه در ماه‌های اخیر را تأیید کرد. وی که مایل نبود نامش فاش شود، اظهار کرد: ایرانی‌ها به روپیه پول پرداخت می‌کنند و پرداخت‌های آنها مستقیماً به حساب بانک هندی واریز می‌شود. این امر احتمالاً به دلیل فروش نفت ایران به هند به روپیه است. یک صادرکننده پنبه از احمدآباد هم اظهار کرد: ابهامات ژئوپلیتیکی پیرامون ایران و تنش‌های تجاری ناشی از آن، برای فروش برخی کالاها مشکلاتی را ایجاد کرده است با این حال بسیاری از صادرکنندگان کوچک به صادرات محموله‌های پنبه به ایران پرداختند.

طبق آخرین آمار، در فاصله آوریل تا ژوئن سال مالی ۲۰۲۰-۲۰۱۹ هند ۵۰۳ میلیون کیلوگرم پنبه خام به ایران صادر کرده که بر مبنای سالانه ۸۱۳ درصد افزایش داشته است.

علاوه بر ایران، عمان تنها کشوری بوده که رشد صادرات پنبه هند به آن در مدت مذکور گزارش شده است. هند ۱۹۸ میلیون کیلوگرم پنبه خام در سه ماهه نخست سال مالی جاری به عمان صادر کرد که در مقایسه با ۰۰۲ میلیون کیلوگرم در مدت مشابه سال گذشته رشد داشت.



صادرات پنبه هند به ایران در سال مالی ۲۰۱۹-۲۰۱۸ به ۱۸۵ میلیون کیلوگرم رسید. پایگاه هندی «هندوبیزینس لاین» در گزارشی نوشت: در بحبوحه کندی صادرات پنبه خام در ماه‌های اخیر، هند با رشد چشمگیر تقاضا از سوی ایران مواجه شده است. پس از این که ایران هدف تحریم‌های غربی قرار گرفت خرید پنبه هند از سوی ایران طی ماه‌های گذشته چندین برابر شد.

طبق آمار اداره کل تجارت خارجی، هند در طول سال مالی ۲۰۱۸-۲۰۱۷ به میزان ۱۵ هزار و ۸۷۷ کیلوگرم پنبه خام صادر کرده بود. علت رشد چشمگیر



افتتاح نخستین مرکز تخصصی ارائه خدمات فنی و حرفه‌ای در صنعت پوشاک کشور در گیلان

فنی و حرفه‌ای آزاد و دارای مجوز در کشور فعالیت می‌کنند، افزود: بر اساس آمار طی دو سال اخیر شاهد رشد کنترل نشده آموزشگاه‌ها با نگاه اشتباه بوده‌ایم.

وی با اشاره به وجود نگاه بنگاهی به آموزشگاه‌ها و با بیان اینکه آموزشگاه‌ها باید دارای تأیید صلاحیت‌های فنی و حرفه‌ای برای مهارت آموزی و اشتغالزایی افراد جویای کار باشند، گفت: تنها ۱۸ درصد ظرفیت آموزشگاه‌ها به صورت صحیح استفاده شده و ۸۲ درصد ظرفیت‌ها به صورت اسمی بهره برداری می‌شود.

مدیرکل دفتر مؤسسات کارآموزی آزاد سازمان فنی و حرفه‌ای کشور در ادامه تصریح کرد: تا سال ۹۶ تنها در استان گیلان ۱۳ درصد ظرفیت آموزشگاه‌ها به صورت حقیقی استفاده شده در حالی که طی یک سال و نیم اخیر این میزان به ۱۶ درصد افزایش یافته است.

مصباح با اشاره به اینکه نخستین مرکز تخصصی ارائه خدمات فنی و حرفه‌ای صنعت پوشاک کشور در گیلان به بهره برداری خواهد رسید، افزود: در طول ۵ سال آینده ۳۰ مرکز تخصصی ارائه خدمات فنی و حرفه‌ای در کشور به مرحله بهره برداری می‌رسد که پیش بینی می‌شود گیلان تنها مرکز تخصصی در صنعت پوشاک را داشته باشد.

وی با تأکید بر اینکه رویکرد این مراکز رقابت با آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای آزاد نیست، بیان کرد: ۲۳۰ آموزشگاه آزاد در بخش صنعت پوشاک در استان گیلان فعالیت می‌کنند که این کارآموزان برای تکمیل مهارت‌های خود و ورود به بازار کار در مراکز تخصصی آموزش‌های لازم را می‌بینند.



مدیرکل دفتر مؤسسات کارآموزی سازمان فنی و حرفه‌ای داشتن رویکرد اشتغال محور را شرط تمديد پروانه فعالیت آموزشگاه‌ها عنوان کرد و گفت: ۸۲ درصد ظرفیت آموزشگاه‌ها به صورت اسمی استفاده می‌شود.

امیرحسین مصباح در جلسه شورای مهارت گیلان که در سالن شهید انصاری استانداری به مناسبت روز ملی مهارت و ترویج آموزش‌های فنی و حرفه‌ای برگزار شد با بیان اینکه یکی از مصداق‌های عملی حکمرانی محلی با چشم انداز ملی در سازمان فنی و حرفه‌ای گیلان با خرد و اراده جمعی رخ داده است، اظهار کرد: این عملکرد نتیجه تعامل متقابل بخش خصوصی و دولتی است.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی دیارمیرزا، مدیرکل دفتر مؤسسات کارآموزی آزاد سازمان فنی و حرفه‌ای کشور با بیان اینکه ۱۱ هزار و ۷۳۴ آموزشگاه

دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس تغییر کرد

مجتبی حسینی (معاون امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) طی حکمی حجت‌الاسلام مهدی سیف‌جمالی را به عنوان سرپرست کارگروه مد و لباس کشور منصوب کرد.

به گزارش ایلنا، در حکم سیف جمالی آمده است: به استناد تبصره ۳ ماده یک و ماده ۳ آیین‌نامه اجرایی قانون ساماندهی مد و لباس به موجب این حکم به عنوان سرپرست دبیرخانه کارگروه ساماندهی مد و لباس منصوب می‌شوید. امید است با استعانت از خداوند متعال و همکاری و همراهی سایر اعضای محترم کارگروه در تحول اهداف این بنیاد (بنیاد مد و لباس کشور) موفق و مؤید باشید. پیش از این حمید قبادی عهده دار این سمت بود.





چرا بزرگترین کشور مصرف کننده چادر فقط یک تولید کننده دارد؟

برای تامین حوزه تولید چادر مشکی تاسیس شد اما بعد از مدتی به دلیل تنوع در سلیقه چادر مشکی نتوانست در بازار ماندگار باشد.

کازمی اضافه کرد: برخی از محصولات تنها تولید کننده چادر مشکی کشور حتی با محصولات خارجی قابل مقایسه و حتی برتر بوده و به صورت سفارشی تولید می شود به نحوی که تاجر به کارخانه سفارش داده و او نیز براساس سفارشات فعالیت می کند.

وی تصریح کرد: به عنوان نمونه پارچه هایی مانند الگانس، دونه طلایی، عروس کویت، عروس خلیج، ماهاراجا، کن کن و قس علیهذا، اسامی هستند که تاجران فعال در این حوزه آنها را تعیین و انتخاب کرده و تولید کننده به سفارش تاجر این اسامی را برای روی پارچه ها چاپ می کند.

این عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در ادامه با اشاره به اینکه در ابتدا تکنولوژی این مدل پارچه در سوئیس ابداع و سپس ژاپنی ها در این حوزه توفیقات بسیاری کسب کردند و به عنوان مهمترین تولید کننده این محصول در جهان شناخته شدند، اظهار داشت: اما پس از آن به تدریج کره جنوبی حضور پررنگی در این بخش پیدا نمود، بعد از کره جنوبی تولید چادر مشکی در سایر کشورهای شرق و جنوب شرق آسیا نظیر ویتنام، اندونزی و ... نیز رونق پیدا کرده است.



وی در پاسخ به این پرسش که چرا با گذشت چندین دهه از عمر صنعت نساجی کشور هنوز نتوانسته ایم در حوزه تولید چادر مشکی توانمند باشیم، گفت: در این خصوص مسائل مختلفی در میان است برخی وجود شبهه مافیها را عاملی برای عدم تولید چادر مشکی در کشور مطرح می کنند به نحوی که منافع آنها در واردات است و با شگردهای خاص خود مانع از توجیه اقتصادی تولید داخلی این محصول در داخل کشور می شوند علاوه بر این دانش فنی این کالا نیز در کشور به نحو کافی وجود ندارد و مشکلات تولید عاملی شده تا کمتر فردی حاضر به سرمایه گذاری در این بخش باشد



چندین دهه از عمر صنعت نساجی در کشور می گذرد اما متأسفانه عدم حمایت از این صنعت باعث شده تا نه تنها نتوانیم در این بخش حرف قابل توجهی داشته باشیم بلکه تشدید مشکلات هم عاملی شده تا هر روز شاهد تعطیلی واحدهای تولیدی نساجی در کشور باشیم.

اما سوال اینجاست چرا این صنعت سودده که زمانی سهم مهمی در صادرات غیر نفتی داشت امروز در این اوضاع قرار دارد. کم کاری از کدام بخش است که نفس تولید کنندگان نساجی را گرفته و آنها قادر به فعالیت نیستند؟ به گزارش خبرگزاری تسنیم، سابقه تولید چادر مشکی در کشور نشان می دهد در سنوات گذشته چند شرکت برای تولید چادر مشکی افتتاح شده بودند اما مشکلات متعدد مانع فعالیت آنها شد.

شاهین کازمی عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران در همین ارتباط می گوید: براساس آمارهای مختلف حداقل نیاز چادر مشکی در کشور ۳۰ میلیون مترمربع و حداکثر ۷۰ میلیون مترمربع است. هرچند در ایران چندین واحد محدود با هدف تولید چادر مشکی تاسیس شدند و تعدادی واحد نیز با انجام تغییرات و اصلاحاتی درصدد تولید این محصول بودند، اما در واقع فقط یک تولید کننده جامع و تخصصی چادر مشکی آن هم با ظرفیت اسمی ۱۰ میلیون مترمربع در حوزه چادر مشکی فعالیت می کند که متأسفانه با توجه به شرایط موجود در حوزه تولید نمی تواند از تمام ظرفیت خود استفاده کند.

وی با اعلام اینکه اگر این کارخانه با ۷۰ درصد ظرفیت فعالیت کند می تواند ۱۰ درصد نیاز چادر مشکی کشور را تأمین نماید، افزود: اگر میزان نیاز چادر مشکی در کشور را به صورت حداقلی و حداکثری محاسبه کنیم نشان می دهد که تولید کننده ایرانی می تواند در بازه ۱۰ تا ۳۰ درصدی نیاز چادر مشکی کشور را در این واحد تولیدی تأمین نماید.

این عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران با بیان اینکه تأمین مواد اولیه و روش های فنی در تولید چادر عاملی شده تا حضور سایر تولید کنندگان در این بخش کم رنگ باشد، گفت: در دهه ۱۳۶۰ کارخانه کرپ ناز کرمانشاه



عضو هیئت مدیره جامعه صنعت کفش ایران:

فرصتهایی که با تحریمهای داخلی از دست رفت

کاهش صادرات، این نگرانی وجود دارد که تولید نیز کاهش پیدا کند یا سرریز تولید صادراتی وارد بازار داخل شود و تعادل عرضه و تقاضا را به هم بریزد. او به میزان صادرات کفش اشاره کرد و گفت: میزان صادرات کفش در سال ۱۳۹۷ حدود ۱۱۵ میلیون دلار برآورد شده که در مقایسه با ۹۲ میلیون دلار سال ۱۳۹۶ از رشد حدود ۲۵ درصد برخوردار بوده است. صادرات کفش در سال ۱۳۹۷ به لحاظ وزنی رشد ۶۱ درصدی را تجربه کرده اما متوسط قیمت هر کیلو کفش صادراتی، ۲۲،۴ درصد کاهش یافت. در مقابل، ارزش واردات رسمی کفش در سال گذشته ۸،۶ میلیون دلار برآورد شده، که در مقایسه با ۳۸ میلیون دلار سال ۱۳۹۶ حدود ۷۱ درصد کاهش یافته است.

به گفته لشگری، بیشترین سهم صادرات کفش ایران، متعلق به کشور عراق با ۶۳،۵ درصد، افغانستان با ۲۰ درصد و آذربایجان با ۶،۵ درصد است. مهم ترین مساله‌ای که در سال‌های گذشته، صنعت کفش را تهدید می‌کرد، قاچاق بود؛ بطوری که در سال‌های ۹۳ و ۱۳۹۲ ارزش قاچاق کفش به رقم ۵۰۰ میلیون دلار نیز می‌رسید.



اما پس از آن، به دلیل افزایش نرخ دلار هم واردات رسمی و هم قاچاق کاهش یافته و اقبال مصرف‌کنندگان ایرانی به مصرف محصول داخلی بیشتر شده و این یک فرصت طلایی و تاریخی برای برندهای کفش کشور است. اما مایه تاسف است که به دلیل خودتحریمی‌های داخلی، انتظاری که تولیدکنندگان داخلی از این موقعیت داشتند، محقق نشد و ما با افزایش شدید قیمت مواد اولیه و کاهش شدید قدرت خرید مردم مواجه شدیم.

او با بیان اینکه اشتغال موجود در صنعت کفش تا دو برابر قابل افزایش است، توضیح داد: اکنون بالغ بر ۵۰۰ هزار نفر در بخش تولید و توزیع کفش مشغول به کار هستند و این صنعت نقش لوکوموتیو را دارد که در صورت تحرک بیشتر می‌تواند سایر صنایع از جمله، پتروشیمی، چرم طبیعی و مصنوعی و همچنین نساجی را به حرکت درآورد.



عضو هیئت مدیره جامعه صنعت کفش ایران با اشاره به افزایش ۲۵ درصدی صادرات کفش در سال گذشته به دلیل افزایش نرخ ارز، عنوان کرد: در سال ۹۷ به دلیل افزایش نرخ ارز، واردات قاچاق کفش نیز طی این سال ۷۱ درصد کاهش یافته است.

علی لشگری درباره اثر افزایش قیمت ارز بر تولید و صادرات کفش به اتاق بازرگانی تهران گفت: وقتی ارز داخلی در برابر ارز خارجی تضعیف می‌شود، صادرات باید در مدار رشد قرار گیرد.

به گزارش تعادل، بر این اساس، در سال ۹۷ ما شاهد روند صعودی صادرات کفش بودیم؛ اما اکنون به دلیل روند رو به کاهش دلار، قیمت‌های صادراتی محصول ما برای طرف‌های خارجی افزایش پیدا کرده و سطح تقاضای آنها افت کرده است. در عین حال، بسیاری از شرکت‌های خارجی که نسبت به واردات کفش ایرانی اقدام می‌کردند، اکنون سعی می‌کنند، ریالی خرید کنند و این به نفع تولیدکننده‌های ایرانی نیست.

او با بیان اینکه مواد اولیه داخلی به ویژه موادی که از بورس کالا تامین می‌شود، تابع نرخ پایه نیمایی است و این نرخ از ابتدای فروردین ماه رو به افزایش گذاشته است، افزود: نرخ ارز در سامانه نیما از ۸ هزار تومان به ۱۱ هزار و ۶۰۰ تومان افزایش یافته و در بازار آزاد نرخ ارز روندی کاهشی داشته است.

با وجود اینکه انتظار عموم این است که با کاهش قیمت دلار، قیمت کالاها نیز کاهش پیدا کند، باید بگوییم که مواد اولیه صنعت با ارز نیمایی تهیه می‌شود و چون ارز نیمایی رو به رشد بوده، قیمت تمام شده افزایش یافته و انتظارات مصرف‌کنندگان برای کاهش قیمت محصول، باعث تشدید رکود شده و در واقع، آنها خریدهای خود را به عقب می‌اندازند.

این فعال اقتصادی گفت: این مساله باید به اطلاع مردم برسد که قیمت محصولات نهایی، تابع قیمت نیمایی است که هزینه‌های سربار مانند حمل و نقل، دستمزد و اجاره‌بها نیز به آن اضافه می‌شود. به همین دلیل در صورت



زرنندی در جلسه هم اندیشی با انجمن های صنعت چرم:

توازن در زنجیره ارزش صنعت ضروری است

سال گذشته تاثیر مستقیمی بر صنعت چرم گذاشت که باید زمینه واردات مواد اولیه آن را فراهم نماییم. وی افزود: با هم فکری با انجمن ها و تشکل های صنعت چرم مدلی برای تامین مواد اولیه مورد نیاز این صنعت تدوین می شود.

معاون طرح و برنامه همچنین تاکید کرد: صنعت کفش قابلیت های بالایی در کشور دارد و می تواند اشتغال زایی خوبی ایجاد کند.

زرنندی با اشاره به صادرات ۱۰۰ میلیون دلاری کفش تصریح کرد: کفش تولید ایران می تواند با یک جهش صادراتی روبه رو شود چرا که زیر ساخت مناسبی در این صنعت وجود دارد. معاون طرح و برنامه گفت: یکی از موضوعات در این صنعت، فعالیت زیاد واحدهای صنفی تولیدی با مجوز و یا بدون مجوز است که باید برای این بخش نیز تمهیدات لازم اندیشیده شود. وی در خصوص انتقادات صورت گرفته در جلسه در خصوص مالیات بر ارزش افزوده گفت: تقریباً در همه مسئولان کشور اتفاق نظر مشترک در خصوص مالیات بر ارزش افزوده شکل گرفته که این رویه ظلم به تولید است. معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: امیدواریم با همراهی مطلوبی که نمایندگان مجلس شورای اسلامی با تولید دارند، هر چه زودتر اصلاحات این قانون به نفع تولید انجام پذیرد.

در این جلسه انجمن ها و تشکل های صنعت چرم و کفش به بیان مسائل این صنعت، راهکارهای توسعه صادرات، تامین مواد اولیه و چگونگی داخلی سازی نیازهای خود پرداختند.



معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: یکی از مهمترین مسائلی که در برنامه ریزی و سیاستگذاری تولید مد نظر داریم توازن در زنجیره ارزش صنایع مختلف است.

سعید زرنندی در ادامه سلسله جلسات هم اندیشی با انجمن ها و تشکل های بخش خصوصی در جمع انجمن های صنعت چرم و صنایع وابسته افزود: صنعت چرم و کفش ایران، صنعتی قدیمی و دارای مزیت نسبی است که در صورت تکمیل حلقه تولید موجب ایجاد ارزش افزوده بسیار بالا می شود. به گزارش شاتا، معاون طرح و برنامه گفت: مشکلات مرتبط با کاهش کشتار دام در

دو واحد تولیدی-صنعتی با حضور نوبخت در ورامین به بهره برداری رسید

شرکت تولیدی رنگرزی تکمیل و چاپ پارچه به ظرفیت تولید ۲۰۰۰ تن در سال با سرمایه گذاری ۵۰۰ میلیارد ریال به بهره برداری رسید.

به گزارش خبرگزاری فارس، نقوی حسینی گفت: این شرکت به طور متوسط برای ۶۰ نفر مستقیم و برای ۱۲۰ نفر غیرمستقیم اشتغالزایی کرده است.

وی افزود: اگر حمایت کافی برای واحدهای صنعتی انجام شود، تولید و صادرات به کشورهای اروپایی و آسیای مرکزی در دستور کار قرار خواهد گرفت.

نماینده مردم شهرستان های قرچک، ورامین و پیشوا در مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: مساحت کل شرکت تولیدی ۵۶۰۰ مترمربع است و با زیربنا ۲۲۰۰ مترمربع احداث شده است. وی بیان داشت: واحد نساجی بافت و چاپ پارچه حلقوی دومین واحد نساجی با ظرفیت ۲۵۰۰ تن در سال تولید و این واحد نساجی است این واحد صنعتی با اعتباری بالغ بر ۸۴۵ میلیارد ریال به بهره برداری رسیده و برای ۴۰ نفر مستقیم اشتغال ایجاد کرده است.

گفتنی است، مساحت زمین این واحد صنعتی ۱۴۴۰۰ متر مربع می باشد و تولیدات این واحدهای صنعتی نساجی نیاز داخل را تامین می کند.



۲ واحد نساجی با حضور معاون رئیس جمهور و رئیس سازمان برنامه و بوجه، نماینده مردم شهرستان های قرچک، ورامین و پیشوا در شهرک سالاریه به بهره برداری رسید. سید حسین نقوی حسینی نماینده مردم شهرستان های قرچک، ورامین و پیشوا در مجلس شورای اسلامی در خصوص افتتاح پروژه های صنعتی گفت:



۵۰ درصد ظرفیت پوشاک کشور خالی است

تولید کنندگان ایرانی به خاطر سود بیشتر در پوشاک کلاسیک به سمت تولید پوشاک کژوال نمی روند. یعنی اگر سال های سال یک کت و شلوار با یک طراحی تولید شود، اما باز هم مردم خریداری می کنند. اما در پوشاک کژوال ضرورت دارد که یک محصول با طراحی جدید به بازار عرضه شود. بنابر این نیازمند پوشاک در کشور نیازمند طراحی است.

مدیر طرح ملی توسعه کسب و کار و اشتغال بیان کرد: از سوی دیگر چون پوشاک کژوال متنوع است نیازمند پارچه های جدیدی است. اما پارچه مورد نیاز برای پوشاک کلاسیک نیازمند به روز رسانی زیادی نیست.

وی بیان کرد: در کشورهای همسایه صنعت پوشاک در ۲۸ رشته دانشگاهی گنجانده شده است و ۱۱ رشته از آنها مخصوص مد و فشن و مدیا است. اما در ایران تنها ۳ رشته در صنعت پوشاک وجود دارد. در ایران متخصص فشن نداریم، و چون این موضوع مسئله مهمی در صنعت پوشاک است، باید مورد توجه قرار گیرد. تازیکی با انتقاد از عملکرد فنی و حرفه ای گفت: سازمان فنی و حرفه ای به جای اینکه پوشاک صنعتی آموزش دهد. خیاط خانگی آموزش می دهد گفت: روش های آموزش مهارتی کاملاً با روش های به روز دنیا فاصله دارد. در حال حاضر برخی از کشورها به صورت انگشت شمار از نرم افزارهای روز دنیا برای الگو کشی استفاده می کنند. اما در کشور ما هنوز نرم افزارهای بسیار قدیم برای الگو کشی استفاده می شود.

مدیر طرح ملی توسعه کسب و کار و اشتغال با تأکید بر اینکه جلوگیری از واردات پوشاک راه توسعه صنعت پوشاک نیست افزود: تنها ۵ درصد صنعت پوشاک در دست برندها است. ۹۵ درصد بازار در دست تولید داخل است. بیشتر از ۶۰ درصد ظرفیت پوشاک در کشور خالی است و تولید کنندگان می توانند از این فضا استفاده کنند. جلوگیری از ورود پوشاک وارداتی به کشور، باعث ایجاد یک صنعت انحصاری می شود. زمانی که برای صنعت پوشاک رقابتی وجود نداشته باشد، کیفیت کاهش و قیمت افزایش می یابد. یعنی رقابتی وجود ندارد.

وی ادامه داد: استاندارد اندازه گیری و تولید صنعت پوشاک در کشور رعایت نمی شود. این موضوع برای مشتری مهم است اما تولید کنندگان از آن غافل هستند. زمانی که می گوئیم باید با برند های خارجی رقابت کنیم نکته مهمی است. آیا صنعت پوشاک کشوری مانند ترکیه با ممنوعیت واردات رشد کرد؟! صنعت پوشاک ترکیه جز ۲ صنعت اول در صادرات این کشور است. شاید این سوال وجود داشته باشد که آیا واردات پوشاک به ترکیه آزاد است؟ بله، هیچ ممنوعیتی ندارد. تعرفه واردات پوشاک به ترکیه برای برخی کشورها ۰ و برای برخی کشورها حداکثر ۸ درصد است.

تازیکی گفت: اگر ممنوعیت واردات پوشاک ادامه دار باشد، رانت، فساد، بی کیفیتی، انحصار، قیمت گران و اجحاف به مشتری به وجود می آید. این تجربه را در مورد خودرو نیز داریم. ۴۰ سال از صنعت خودرو در کشور با ممنوعیت واردات



مدیر طرح ملی توسعه کسب و کار و اشتغال پایدار وزارت کار با اشاره به اینکه ۵۰ درصد ظرفیت پوشاک داخلی خالی است گفت: امکان اشتغال ۱.۵ میلیون نفر در این صنعت وجود دارد. در حال حاضر ۵۳۰ هزار نفر در این صنعت مشغول هستند

رضا تازیکی، مدیر طرح ملی توسعه کسب و کار و اشتغال پایدار (تکاپو) وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی درباره میزان اشتغالزایی در صنعت پوشاک گفت: طبق آمارهای رسمی نزدیک به ۵۳۰ هزار نفر در کل کشور (واحد های کوچک و بزرگ و خانگی) در پوشاک مشغول کار هستند که حداکثر ۴۰ تا ۵۰ درصد پوشاک کشور را تولید می کنند و بقیه ظرفیت ها خالی است.

به گزارش خبرگزاری تسنیم، وی درباره اینکه واردات پوشاک، باعث تهدید تولید کنندگان داخلی می شود گفت: زمانی که صنعت رقابت پذیر باشد، هیچ وارداتی این کار را نمی کند. اگر در حال حاضر واردات پوشاک داخلی را تهدید می کند به دلیل این است که پوشاک وارداتی ارزان تر و کیفیت بهتری دارد.

تازیکی بیان کرد: یک کت و شلوار دارای استاندارد مناسب در کشور همسایه تولید می شود که قیمتی حدود ۶۰۰ هزار تومان دارد. این در حالی است که همان کت و شلوار در ایران با قیمت حدود ۱ میلیون تومان تولید می شود، قطعاً پوشاک داخلی با آن قابل رقابت نیست. تولید کنندگان پوشاک داخلی در حال حاضر سودهای بسیاری خوبی از تولید داخلی می برند.

وی درباره مشکلات صنعت پوشاک گفت: از نظر دسته بندی در صنعت پوشاک مشکل داریم. حدود ۴۰ تا ۵۰ درصد صنعت پوشاک در دنیا، پوشاک کژوال یا روزانه است، اما در کشور ما این قضیه برعکس است و حدود ۶۰ درصد تولید پوشاک در کشور تولید پوشاک کلاسیک است. همواره پوشاک کژوال مصرف بالایی دارد، اما کت و شلوار و پوشاک کلاسیک مصرفی ندارد. ترکیب پوشاک در ایران نسبت به دنیا متفاوت است، متأسفانه تولید پوشاک در کشور متناسب با نیاز ما نیست. با وجود اینکه پوشاک کژوال بیشتر استفاده میشود، ولی چون در کشور تولید این محصول کمتر است مردم نیاز خود را از پوشاک وارداتی تأمین می کنند.



بدون جذب سرمایه گذار خارجی امکان ایجاد شغل مهیا نیست. بهره وری در صنعت پوشاک ما پایین است.

وی ادامه داد: وزارت صنعت در این قضیه موضع منفعلانه دارد و معتقد است با ممنوعیت واردات مشکلات حل می شود و هیچ سیاست فعالی در این قضیه ندارد. الان وزارت صنعت برنامه های پراکنده برای صنعت پوشاک دارد. یکی از برنامه ایجاد شهرک پوشاک است.

اما واقعیت این است که مشکل صنعت پوشاک ساختمان نیست. یکی دیگر از برنامه ها ممنوعیت برندهای خارجی در کشور است، که هیچ اتفاقی نمی افتد. با این کار تقلب بیشتر و محصولات بی کیفیت تر می شود. جذب سرمایه گذار خارجی باعث امنیت، اعتماد، انتقال دانش و تجربه می شود. اگر سند توسعه پوشاک به شرط گرفتن سفارش خارجی اجرایی شود می توانیم از ظرفیت صنعت پوشاک برای اشتغالزایی استفاده کنیم.

وی ادامه داد: کشور ترکیه ۸۰ میلیون نفر جمعیت دارد و در صنعت پوشاک حدود ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر اشتغال دارند، ما هم ۸۰ میلیون نفر جمعیت در کشور داریم بنابر این حداقل اشتغال در صنعت پوشاک در کشور باید یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر باشد، اما در حال حاضر ۵۳۰ هزار نفر است.

حمایت شده است، نتیجه آن گران شدن محصول بی کیفیت برای مشتری است و هیچ پیشرفتی نکرده است.

مدیر اجرایی طرح ملی تکاپو وزارت کار با اشاره به اینکه یکی از طرح هایی که در سال جاری انجام دادیم تهیه سند توسعه پوشاک کشور است گفت: این کار به طور کامل انجام و به صورت یک بسته سیاست گذاری برای سند پوشاک تدوین شده است، اما هنوز به مرحله ابلاغ و اجرا نرسیده است. نکته جالب این است که زمانی که سند توسعه پوشاک ترکیه را مطالعه کردیم متوجه شدیم بیش از ۹۰ درصد برنامه هایی که تهیه کرده بودیم بدون آنکه مطلع باشیم کاملاً شبیه به برنامه های کشور ترکیه بود.

تازیکی در بیان اهداف سند گفت: هدف از تهیه این سند این بود که توانایی تولید پوشاک کشور را برای ۴ تا ۴ سال آینده را داشته باشیم. در حال حاضر حدود ۴۰ تا ۵۰ درصد پوشاک کشور در داخل کشور تولید می شود و بقیه خارج از کشور تولید می شود. خود کفایی در تولید پوشاک، توسعه صادرات صنعت پوشاک دو موضوع مهم در حوزه پوشاک است. هدف گذاری مان ایجاد ۴۰۰ هزار شغل در صنعت پوشاک و صادرات ۵۰۰ میلیون دلار صادرات پوشاک است. برای این میزان زمان مشخصی را تعیین نکردیم. اگر حدود ۵۰۰ میلیون تومان جذب سرمایه از خارج داشته باشیم، در صنعت پوشاک بیش از ۱۵۰ هزار شغل جدید می توان ایجاد کرد.

محسنی بندپی اعلام کرد:

ورود سالانه سه میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار پوشاک قاچاق به کشور

کشت های گلخانه ای، ماهی های اکواریومی، ۶ پروژه با تکنولوژی بالا نظیر تولید کاتالیست ها، مکمل های دارویی در شهرک های صنعتی، دو پروژه شهرک فناوری و شهرک اختصاصی پوشاک و در بخش گردشگری هفت پروژه گردشگری نظیر دهکده سلامت، بوم گردی و صنایع دستی در نظر گرفته شده است.

محسنی بندپی تصریح کرد: سازمان های برق، استاندارد، آب و فاضلاب و منابع طبیعی نیز تاکنون پروژه های خود را اعلام نکرده اند که مقرر شد این دستگاه ها در اسرع وقت اقدام کنند. استاندار تهران با بیان اینکه کشور ما مزیت بسیار ارزشمندی در زمینه تولید پوشاک دارد، خاطر نشان کرد: سالانه سه میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار پوشاک به صورت قاچاق وارد کشور می شود که با راه اندازی شهرک پوشاک در استان و برندسازی می توانیم با قاچاق پوشاک مبارزه کنیم. محسنی بندپی افزود: با راه اندازی شهرک پوشاک می توان برای ۱۵ هزار نفر اشتغال به صورت مستقیم، برای ۶ صنعت با تکنولوژی بالا حدود یک هزار شغل به صورت مستقیم، در بخش خدمات هزار و ۸۸ شغل و در بخش کشاورزی نیز حدود دو هزار و ۵۰۰ شغل ظرف مدت یکسال ایجاد کرد. وی در مورد پروژه های اقتصاد مقاومتی که منطبق با سیاست های ابلاغی رهبر انقلاب و منطق با سند آمایش و توسعه استان است، گفت: هر استانی مکلف است ۳۳ پروژه خود را به ستاد اقتصاد مقاومتی کشور معرفی کند که از این میان تهران ۲۶ پروژه مصوب دارد.



استاندار تهران گفت: سالانه سه میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار پوشاک به صورت قاچاق وارد کشور می شود. **انوشیروان محسنی بندپی** در حاشیه پنجاهمین جلسه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی استان تهران افزود: تاکنون برخی سازمان ها نظیر صنعت، معدن و تجارت میزان اعتبار مورد نیاز برای اجرای ۶ پروژه خود را که به پیشرفت ۸۰ درصدی به بالا رسیده اند را یک هزار میلیارد تومان و سازمان گردشگری حدود ۸۰۰ میلیارد تومان اعلام کرده اند. به گزارش ایلنا، وی ادامه داد: همچنین ۱۱ پروژه در بخش کشاورزی، توسعه



مدیرکل دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صنعت:

نیاز ۹۰ میلیون متری کشور به چادر مشکی

مدیرکل دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: پارچه چادر مشکی از کشورهای مختلف به خصوص از چین و بنگلادش وارد می شود. وی همچنین در پاسخ به این پرسش که در حال حاضر واردات مواد اولیه چادر مشکی مشمول چه نوع تعرفه گذاری است، افزود: تعرفه واردات مواد اولیه چادر مشکی در کشور همانند سایر پارچه هاست.

محرابی اظهارداشت: مواد اولیه مورد نیاز تولید پارچه در صنعت نساجی شامل نخ، رنگ و مواد شیمیایی دیگر است. وی ادامه داد: «تولید و توسعه صنعت نساجی و پوشاک» از جمله پروژه های مهم و اولویت دار برنامه رونق تولید وزارت صنعت، معدن و تجارت است. مدیرکل دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: تولید چادر مشکی از جمله زیر پروژه های مهم برنامه تولید و توسعه صنعت نساجی و پوشاک کشور است. وی افزود: مطابق برنامه رونق تولید این وزارتخانه مشوق هایی برای سرمایه گذاری در تولید چادر مشکی با توجه به نیاز کشور پیش بینی شده است. محرابی در ادامه یادآور شد: واحدهای که مبادرت به تولید چادر مشکی کنند یکسری تسهیلات خاصی برای آنان در نظر گرفته خواهد شد تا ضمن توجیه پذیر شدن تولید نسبت به سرمایه گذاری در این زمینه بیشتر ترغیب و تشویق شوند.



مدیرکل دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: نیاز کشور به چادر مشکی در حال حاضر سالانه ۹۰ میلیون متر مربع است. افسانه محرابی از وجود یک واحد تولیدی چادر مشکی در کشور خبرداد و افزود: ظرفیت تولید این کارخانه ۱۰ میلیون متر مربع در سال است. به گزارش رادیو اقتصاد، وی اظهارداشت: کشور با این حساب با کمبود ۸۰ تا ۸۵ میلیون متر مربعی چادر مشکی مواجه است که باید از محل واردات تامین شود.

در خواست ممنوعیت واردات پارچه چادر مشکی بررسی می شود

به گزارش تسنیم، وی در خصوص ترکیب اعضای این کمیته گفت: وزارت صنعت، وزارت جهاد کشاورزی، وزارت اقتصاد (گمرک)، بانک مرکزی به همراه اتاق بازرگانی از اعضای فعال این کمیته هستند.

معاون فنی گمرک ایران گفت: از طرف دیگر کلیه وزارت خانه های تولیدی موظف اند پیشنهادات خود در خصوص شرایط صدور و واردات کالای مشابه تولید داخل با توجه به نیاز داخلی و مقتضیات کشور برای سال بعد تا ۱۵ بهمن ماه به وزارت صمت اعلام کنند. همچنین برای موارد خاص، در این کمیته جلسه فوق العاده تشکیل و حسب مورد تصمیم لازم اتخاذ خواهد شد.

به گفته این مقام مسئول در گمرک، پیشنهاد مطرح شده از سوی شورای فرهنگی و اجتماعی زنان و خانواده نیز از طریق دفاتر تخصصی مربوطه در وزارت صنعت و معدن جهت طرح در کمیته ماده یک آیین نامه مورد اشاره قابل پیگیری خواهد بود. ارونقی ادامه داد، با توجه به وظایف حاکمیتی گمرک، این سازمان در کمیته مقررات صادرات و واردات حضور فعال داشته و با استماع موارد مربوط به نماینده صنف موضوع را بررسی و اقدامات لازم در این خصوص انجام خواهد شد. وی تاکید کرد، در حال حاضر مکاتبه شورای فرهنگی زنان و خانواده شورای عالی انقلاب فرهنگی با وزیر اقتصاد به گمرک ایران ارجاع شده است و موضوع در وزارت صنعت جهت طرح در کمیته دائمی مقررات صادرات و واردات پیگیری می شود.



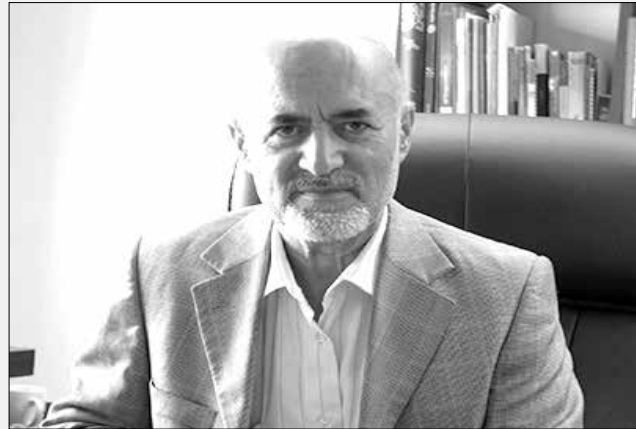
معاون فنی گمرک در واکنش به درخواست ممنوعیت واردات پارچه چادر مشکی گفت: موضوع تغییر حقوق ورودی یا ممنوعیت ورود کالاهای خاص از طریق کمیته دائمی مقررات صادرات و واردات پیگیری خواهد شد.

مهرداد جمال ارونقی، با بیان اینکه پیشنهادات مربوط به تغییر حقوق ورودی کالاها بر اساس ماده ۱ آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات در کمیته دائمی مقررات صادرات و واردات تعیین می شود، گفت: در صورت لزوم، پیش نویس مصوبات هیئت دولت در همین خصوص نیز در کمیته مورد اشاره آماده می شود.



واردات ۱۸۰ هزار تن نخ ریسندگی به کشور / کارخانه‌های داخلی فلج می‌شوند

شود و مصرفی در کشور نداشته باشد. کرمانی با بیان اینکه نیاز کشور به نخ ریسندگی در طول سال بیشتر از ۲۰۰ هزار تن نیست، گفت: هر چقدر نخ توسط تولیدکننده‌های داخلی به تولید برسد در انبارها خواهد ماند و خریدار ندارد. وی در پاسخ به این سوال که آیا امکان صادرات نخ تولید داخل وجود ندارد نیز گفت: صادرات این نخ‌ها امکان‌پذیر نیست، قبلاً به عراق صادرات داشتیم ولی حدود یک سال است که این کشور تحت تاثیر تحریم‌های آمریکا خریدی از ایران نمی‌کند. عضو انجمن صنایع نساجی ایران با اشاره به اینکه نخ‌های وارداتی عمدتاً پنبه‌ای هستند، اظهار داشت: این نخ‌ها تولید هند، چین و ازبکستان هستند که بابت هر کیلو از آن ۲,۵ تا ۳ دلار پرداخت شده است. وی در مقایسه قیمت تمام‌شده تولید نخ‌های وارداتی با نخ‌های تولید داخل نیز گفت: قیمت تمام‌شده نخ‌های داخلی مقداری بالاتر از نخ‌های وارداتی است که علت آن نیز به تخفیف ۲۰ درصدی نرخ پنبه برای ریسنده‌های ازبکستان بر می‌گردد؛ تنها جوابی که به ما دادند این بود که احتمالاً اشتباهی در واردات این نخ‌ها رخ داده است. به گفته کرمانی، در سال‌های گذشته نه واردات نخ به کشور صورت می‌گرفت و نه واردات پارچه، ولی امسال به یکباره شاهد واردات حجم بالایی از نخ‌های ریسندگی هستیم. کرمانی تاکید کرد: این حجم واردات باعث می‌شود طی یکی، دو ماه آینده ۲۰ درصد کارخانه‌های ریسندگی کشور تعطیل شوند.

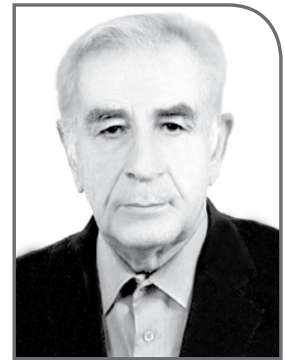


عضو انجمن صنایع نساجی ایران با اشاره به واردات ۱۸۰ هزار تن نخ ریسندگی به کشور، گفت: این واردات صنعت نساجی داخل را فلج خواهد کرد. احد کرمانی با اشاره به واردات ۱۸۰ هزار تن نخ ریسندگی به کشور، اظهار داشت: توزیع نخ‌های وارداتی در بازار در حال انجام است و با این واردات، کارخانه‌های ریسندگی دچار تعطیلی خواهند شد. به گزارش خبرگزاری فارس، وی ادامه داد: ۹۵ کارخانه ریسندگی در کشور وجود دارد که ۳۰ درصد آنها تعطیل شده‌اند و بقیه نیز با ظرفیت متوسط ۷۰ درصدی در حال فعالیت هستند. عضو انجمن صنایع نساجی ایران تصریح کرد: واردات ۱۸۰ هزار تنی نخ ریسندگی به کشور باعث شده تا نخ تولیدی در کارخانه‌های داخلی روانه انبار

بیشترین پرونده‌های قاچاق مربوط به ورود پوشاک است

عبدالمجید اجتهادی خاطر نشان کرد: ابتدا بحث امحای این خودروها مطرح شد اما بعدها مسئولان تصمیم گرفتند استفاده بهتری از این خودروها شود و تصمیم به صادرات خودروها مطرح شد. مدیر کل پیشگیری و نظارت بر قاچاق کالا و ارز سازمان تعزیرات افزود: در رابطه با صادرات این خودروها هم مشکلاتی ایجاد شد و در نهایت به عنوان کالای قاچاق هنوز در انبار سازمان اموال تملیکی نگهداری می‌شوند. وی در خصوص موضوع قاچاق کالا گفت: در بحث کالاهای ورودی منسوجات و پوشاک بیشترین آمار پرونده‌های قاچاق را تشکیل می‌دهد. وی افزود: تعدادی که تعیین تکلیف نشده بود مربوط به پرونده‌های تخلفات ارزی بود که کسانی که ارز دریافت کردند و تحت عنوان گرانفروشی رسیدگی شد که طبیعتاً پرونده که رسیدگی شود اموال باید به صاحبان برگردد.

عبدالمجید اجتهادی مدیر کل پیشگیری و نظارت بر قاچاق کالا و ارز تعزیرات اظهار کرد: در چهار ماهه نخست امسال در شعب ویژه رسیدگی به پرونده‌های قاچاق کالا و ارز، ورودی پرونده‌ها ۲۸ درصد افزایش داشته و همچنین رسیدگی به پرونده‌ها نیز ۲۶ درصد بیشتر از سال گذشته شده است. وی در نشست خبری افزود: در این مدت، کشف پرونده‌های کلان با ارزش یک میلیارد ریال ۴۷ درصد افزایش یافته و پرونده‌های ملی با ارزش ۵ میلیارد ریال، افزایش ۵۲ درصدی داشته است. همچنین در بحث وصولی پرونده‌ها نیز ۹۶ درصد افزایش وصولی داشته‌ایم. به گزارش اعتمادآنلاین، مدیر کل پیشگیری و نظارت بر قاچاق کالا و ارز تعزیرات در پاسخ به سوالی در خصوص آخرین وضعیت پرونده‌های خودروهای لوکس گفت: این خودروها همچنان در انبار سازمان اموال تملیکی فارس نگهداری می‌شوند.

تهیه و تنظیم:
مهندس اکبر شیرزاده

پژوهشی در سیر تکامل لباس ایرانیان در ادوار مختلف

ادامه اشکانیان (پارتیان) - اشک دوم

در کتاب تاریخ جامع ایران جلد دوم نوشته محمود جعفری دهقی این طور آمده است که اشک دوم فرزند ارشاک یا اشک یکم، برادر زاده تیرداد و دومین شاه اشکانی بود. پژوهشگران پیشین به تأسی از یوستی وی را اردوان یکم می خوانده اند لیکن نام ارشک دوم پس از کشف و قرائت اسناد نسا توسط کوشلنکو تایید شده است «فرای ۱۹۸۴: ۲۱۰»

عناوین پادشاهان هخامنشی موجب یک رشته مشکلات تاریخی گردیده است و پژوهشگران را بر آن داشته تا یک سری اظهار نظرهای متناقض را ارائه دهند. گروهی معتقدند که این امر ممکن است ناشی از علاقه مفراطی باشد که ایرانیان از جمله اشکانیان به پدران واجداد خویش داشته اند. بنابراین عنوان «فریپات به معنای پدر دوست» نیز مصداق همین موضوع می باشد. برخی دیگر این موضوع را ناشی از انتساب آن به نوعی آیین توتمی می دانند و شباهت لغوی نام واژه ارشک را نیز مؤید صحت این نظریه به شمار می آورند «زرین کوب ۱۳۷۷: ۳۲۵»

اشک دوم به زودی توانست با گسترش پرثوه، به متصرفات اشکانی بیفزاید شهرهای گرگان، استرکرت «ذره کرت، استرآباد» به تصرف وی درآمد. بدین ترتیب حوزه متصرفات اشکانی تا ولایت کومسینا «قومس / کومش» که بعدها به شهر صد دروازه شهرت یافت پیش رفت «ولسکی ۱۳۸۳: ۸۰» زرین

کوب لقب اشک دوم را به تیرداد برادر اشک اول نسبت داده است «۱۳۷۷: ۳۲۶»

از جمله فعالیت های سیاسی اشک دوم ایجاد توافق با دیودوت شاه باختر بود که بدین ترتیب خطر سلوکی ها را از دولت نو بنیاد اشکانی دور ساخت. هنگامی که اشک دوم در مقابل سپاه سلوکوس دوم قرار گرفت، متوجه اتحاد دیودوت و پادشاه سلوکی گردید و به این نکته پی برد که آنان هر دو مصمم هستند تا با تحت فشار قراردادن شاه پارت از دوسوی شرق و غرب، وی را مجبور به پذیرش شرایط مصالحه کنند «فرای ۱۹۸۴: ۱۷۳» اما ارشک پس از انعقاد قرارداد دوستانه با دیودوت در مقابل شاه سلوکی، همانند پدرش از سیاست عقب نشینی استفاده کرد و به بیابان های شمالی عقب نشست. «شیپمن ۱۹۸۰: ۵۰»

ظاهراً او می خواست همانند هخامنشیان دشمن را به بیابان بکشاند تا وی را در میان برف و سرما نابود سازد. در این میان دیودوت درگذشت و پسرش دیودوت دوم دست از مخالفت با اشک برداشت و بدین ترتیب اشک موفق شد شاه سلوکی را شکست دهد. شکست سلوکوس دوم به منزله پیروزی بزرگی برای مردم ایران به شمار می رفت.

پوزیدونیوس گزارش کرده است که در این جنگ سلوکوس به اسارت درآمد. سرانجام نیز درگیری های سلوکوس با اعضای خانواده اش در سوریه بر سر کسب قدرت به او فرصت نداد تا این شکست را

جبران کند «زرین کوب: ۱۳۷۷: ۳۲۸» شیپمن گزارش می دهد که اشک دوم پس از سال ۲۱۷ ق.م به جای پدر نشست «۵۰: ۱۹۸۰» وی از سوی آنتیوخوس سوم، یکی از سرداران سلوکی مورد تعرض واقع شد. ارشک در این تعرض به طور موقت به سوی استپ های شمالی عقب نشینی کرد. چندی بعد با انعقاد قراردادی، عنوان پادشاهی ارشک از سوی آنتیوخوس پذیرفته شد. شاهنشاهی سلوکی پس از شکست در برابر رومی ها در ماگنزا سقوط کرد و پارتیان توانستند در حدود سال ۱۵۵ ق.م سرزمین های خود را از سلوکیان باز پس بگیرند «شیپمن: ۲-۵۱»

آنچه مسلم است اشک دوم فرمانروایی دانا و شایسته می باشد زیرا او قادر بوده مابین دو قدرت در آن زمان سلوکیها در غرب و یونانیها در شرق قدرتی متوازن بوجود آورد که به مدت چند سده استمرار و دوام یابد شاید همین امر موجب شده تا برخی تاریخ نگاران اشک یکم را بطور کلی به چالش کشیده و آغاز پادشاهی اشک دوم را مبدأ پادشاهی اشکانی ذکر کنند. دیگر آن که اشک دوم سپاهی مقتدر و توانا فراهم آورد و تعدادی از شهرها را بازسازی نمود و از آن جمله می توان به بنای شهر «دارا» در نزدیکی ایبورد کنونی پرداخت که بعدها دارا یا داربوم خوانده شد، سپس پایتخت خود را در آن قرار داد «دبوواز ۱۹۶۸: ۱۶ و ۱۵»

سرانجام اشک دوم در سنین پیری و پس از یک دوره



اثری که مربوط به دوره اشکانی است و کمک بزرگی به شناسایی لباس آن زمان می‌کند، نقش برجسته‌ای است که در تنگه کوه سر پل ذهاب واقع است و یکی از پادشاهان پارت را نشان می‌دهد. پادشاه سواری بر اسب است و گلی را در دست دارد که از رعیتی می‌گیرد

به نظر می‌رسد که این لباس مخصوص سوارکاری است. همان‌طور که در تصویر شماره ۲ دیده می‌شود، قسمت فوقانی لباس این امیر، عبارت است از نیم تنه ضخیمی که لبه آن پهن و صاف است (گویی از جنس چرم است).

این نیم تنه دکمه ندارد و فقط با یک سال یا کمر بند بسته شده و در نوشته‌های قدیم نیز عنوان شده که پارتیان معمولاً نیم تنه‌ای بر تن می‌کردند که دکمه ندارد و دو لبه آن را روی هم می‌آوردند و به وسیله کمر بند آن را می‌بستند.

اکنون اگر نیم تنه امیر را با نیمه تنه‌های امروز روستاییان یا بعضی قبایل مقایسه کنیم، شباهت فوق‌العاده‌ای میان آنها خواهیم داد. باید توجه کرد تن امیر در زیر نیم تنه برهنه است و چیز دیگر جز این نیم تنه بر تن دارد به طوری که سینه قوی و ستر وی پیداست.

اشکال مهم در فهمیدن طرز آرایش شلوار امیر است. اولاً باید توجه کرد که شلوار مرکب از دو قطعه است به این معنی که ابتدا، امیر شلوار کوتاهی پوشیده که در شکل پیداست. بعد از این شلوار کوتاه، قسمتی از ران برهنه امیر دیده می‌شود. قسمت دوم شلوار که ظاهراً از قسمت اول به کلی مجزاست، از ران به پایین را پوشانده است.

مؤلف مقاله آثار ایران معتقد است قسمت دوم این شلوار را موقع سوار کاری می‌پوشیدند تا پاهای برهنه امیر بر پشت اسب، ساییده نشود اما بسیار عجیب است که مردم زمان اشکانی به یک شلوار کوتاه قناعت کرده باشند و تمام ران‌ها و ساق‌های پا را در معرض هوا و آفتاب قرار داده باشند. به هر حال واضح است که قسمت بالای این شلوار با بند به کمر بند متصل می‌شد و زیادی آن پشت ران‌ها می‌افتاد.

کوتاهی بر تن دارد که کمش تنگ شده و شلوارش برعکس شلوار شاه، اندکی تنگ و چسبان است و روی ساق چین‌هایی افقی دارد. کفش‌ها برخلاف کفش هخامنشی، ساده و بدون بند است.

مرحوم حسن پیرنیا در این مورد می‌نویسد: «شاه لباس تنگی در بردارد ولی شلوارش گشاد است به حدی که روی چکمه‌ها را می‌پوشاند. اسب کوچک اما قوی به نظر می‌رسد. اگرچه اندام شاه با اندازه اسب کمی نامتناسب است اما روی هم رفته بد ساخته نشده است. هیكل رعیت بسیار بد جکاری شده گویا صنعتگر فقط برای نقش شاه تلاش کرده و با بی‌اعتنایی از نقش رعیت گذشته است. (کتاب ایران باستان، جلد سوم، صفحه ۲۷۰۳)

از دوره اشکانیان آثار فراوانی به دست نیامده که بتوان از روی آنها به طرز لباس آن دوره پی برد؛ البته سکه‌های اشکانی مدرک خوبی برای پی بردن به طرز آرایش مو و ریش و کلاه سلاطین اشکانی است ولی از یک طرف جزئیات لباس آن سلاطین روی سکه‌ها مشخص نیست و از طرف دیگر این سکه‌ها فقط مربوط به سلاطین اشکانی است در صورتی که ما در جست‌وجوی جزئیات لباس عامه مردم در زمان بعد از اسکندر هستیم.

مجسمه‌ای که سال‌ها پیش در خوزستان کشف شد و امروز در موزه ایران باستان است، بهترین نمونه‌ای است که می‌توان پی به پوشش مردم برد. البته این مجسمه متعلق به یکی از بزرگان قوم یا یکی از امرای محلی است و لباس معمولی روزمره افراد نیست و

فرمانروایی طولانی بدود حیات گفت و نوه تیرداد که نوه عموی اشک دوم بود به فرمانروایی رسید «ولسکی ۱۳۸۳: ۸۷» برخی پژوهشگران اردوان را به عنوان جانشین اشک دوم معرفی کرده اند. «زرین کوب ۱۳۷۷: ۳۲۸»

هنرمند، صنعتگر و کارگر وقتی می‌تواند شاهکار به وجود آورد و به اصطلاح، خودی نشان دهد که از امنیت محل کار و سرمایه‌اش مطمئن باشد. در قصبه سرپل ذهاب نزدیک کرمانشاه بر سینه کوه، نقوشی کنده شده و یکی از این نقوش را متعلق به دوره اشکانی می‌دانند زیرا به نام اردوان است (مشخص نیست کدام اردوان) دو نقش دیگر از زمان‌های خیلی قبل تر متعلق به دوره‌های دوهزار سال قبل از میلاد یعنی پیش از آن که آریایی‌ها روی کار آمده باشند، دیده می‌شود.

اثری که مربوط به دوره اشکانی است و کمک بزرگی به شناسایی لباس آن زمان می‌کند، نقش برجسته‌ای است که در تنگه کوه سر پل ذهاب واقع است و یکی از پادشاهان پارت را نشان می‌دهد. پادشاه سواری بر اسب است و گلی را در دست دارد که از رعیتی رسته شرابه سلطنتی گرفته و گوشه‌های بلند آن روی شانرش افتاده است. وی لباس تنگی در بردارد اما شلوارش گشاد است به حدی که روی چکمه‌ها را پوشانده و نیم تنه چسبانی نیز بر تن دارد. شالی را اطراف گردن افکنده که یک طرف آن از پشت آویزان است. لباس رعیت با لباس شاه متفاوت است. کت



تصویر شماره یک - اشک دوم

مجسمه‌ای که سال‌ها پیش در خوزستان کشف شد و امروز در موزه ایران باستان است، بهترین نمونه‌ای است که می‌توان پی به پوشش مردم برد. البته این مجسمه متعلق به یکی از بزرگان قوم یا یکی از امرای محلی است و لباس معمولی روزمره افراد نیست

امیر از دو طرف دو خنجر بر کمر آویزان می‌کرد و شلوار او قسمتی از این خنجرها را می‌پوشاند. ظاهراً کلاه‌ی بر سر نمی‌گذاشت بلکه فقط نواری بر سر می‌بست تا موهایش پرباش نشود.

آستین نیم تنه امیر معلوم نیست زیرا دست‌های او شکسته و از بین رفته است اما از روی دست مجسمه‌های دیگر می‌توان حدس زد آستین لباس وی چگونه بوده است. این شلوار پهن چین‌دار در دوره ساسانی بسیار معمول بوده و در تمام نقوش برجسته سلاطین آن دوره، شلوارهای بسیار پهن چین‌دار دیده می‌شود. از دوره اشکانیان مدارک دیگری که بتوان به طرز آرایش آن دوران پی برد، وجود ندارد و نقوش دوره اشکانی که ایرانیان را لباس یونانی نشان می‌دهد نباید مدرک قرار بگیرد.

فریایپت (اشک چهارم)

فریایپت نوه تیرداد برادر ارشک اول بود و به فریایپت «پیری پاپتوس» شهرت داشت وی چهارمین پادشاه



تصویر شماره ۲- مجسمه مفرغی امیر اشکانی

اشکانیان بوده که از ۱۹۱ تا ۱۷۶ ق.م حکومت کرده است. از دوران حکومت وی آگاهی چندانی در دسترس نیست. ظاهراً دو سفال نوشته در نسا کشف شده که نام فریا پاتاک بر آن نوشته شده است، اما پژوهشگران درباره انتساب آن به فریایپت تردید دارند «کمون ۱۹۷۱:۱۴۵ شیپمن ۱۹۸۰: ۵۸» شواهدی در دسترس است که وی چندی با دولت یونانی باختر درگیر بوده و حتی مناطقی نظیر استوا و ایبورد را نیز به آنها واگذار کرده است «زرین کوب ۱۳۷۷: ۳۳۰» وی همچنین پدر سه تن از شاهان اشکانی بنام فرهاداول، مهردادیکم و اردوان یکم بود. بر روی اسناد نسا مربوط به سال ۱۹۱ ق.م از او به این عبارت یاد شده «شاه ارشاک، نوه فریایپت، پسر برادرزاده ارشاک» افزون بر این در یکی دیگر از این اسناد مخدوش نسا آمده است که ارشاک خلف فریایپت بود «فرای ۱۹۸۴:۲۰۹» حکومت او بدنبال حمله آنتیوخوس سوم شکل گرفت که به واسطه آن پادشاه اشکانی گریخت. پس از عقب نشینی آنتیوخوس، پارتیان ظاهراً توجه خود را بسوی

شرق، علیه یونانی- باختریان- بلخیان معطوف داشتند. فریایپت جای خود را به پسرش فرهاد یکم داد درباره فریایپت یا اشک چهارم گفته‌اند که وی حتی پس از مرگ نیز مورد احترام، تکریم و تعزیز ایرانیان بوده و این بدان علت بود که وی فرمانروایی با تدبیر بود که توانست قلمرو اشکانی را در مقابل دشمنان محفوظ بدارد و آنان را از دشمنی و کینه توزی نسبت به ایرانیان باز دارد «زرین کوب ۱۳۷۷: ۳۳۰»

فرهاد یکم (اشک پنجم)

پس از اشک چهارم، نوبت فرمانروایی به پسر او یعنی اشک پنجم (فرهاد یکم) رسید. فرهاد یکم بزرگترین پسر فریایپت بود که پس از پدر به پادشاهی اشکانیان رسید لقب او اشک پنجم است. وی مدت کوتاهی از سال ۱۷۶ تا ۱۷۲ ق.م سلطنت کرد «دبوواز: ۱۸» و در این مدت به جنگ و ستیز با طوایف سرکش داخلی، نظیر طوایف آمارد «مارد» در سواحل دریای مازندران و دامنه‌های البرز سپری شد این طوایف



اشک دوم فرمانروایی دانا و شایسته می‌باشد زیرا او قادر بوده مابین دو قدرت در آن زمان سلوکیها در غرب و یونانی‌ها در شرق قدرتی متوازن بوجود آورد که به مدت چند سده استمرار و دوام یابد

سپاه اشکانی عازم ماد گردید اما پارتیان از جبهه ای دیگر وارد میانرودان شدند. دوم اینکه مهرداد یکی از سرداران دمتریوس را در منطقه میانرودان شکست داد که این امر موجب دلسردی سلوکیان و دیگران گشته و مهرداد در سال ۱۴۱ ق.م بابل را تصرف کرد. «بوواز ۲۲-۲۳، ولسکی ۱۳۸۳:۹، زرین کوب ۱۳۷۷:۳۲۲» برعکس انتظار کار دمتریوس به پایان نرسیده بود و خود را برای مبارزه‌های دیگر آماده می‌کرد که در این زمان سکایی‌ها به ایالت‌های شمالی حمله کردند و مهرداد، قسمتی از سپاه را برای مبارزه با دمتریوس در منطقه برجای گذاشت و خود برای سرکوبی سکاها به آنجا عازم شد. «ولسکی ۱۳۸۳:۹۵، بوواز ۱۹۶۸:۲۴» دمتریوس با الیمایی‌ها و پارس و باختر که با گروهی جنگجو به او یاری می‌رسانند به اشکانیان حمله‌ور شد لیکن باقیمانده سپاه مهرداد با اقبال روبرو شده و سلوکیان را شکست دادند. پادشاه سلوکی در میدان نبرد اسیر اشکانیان گردید. مهرداد دستور داد که وی را در تمام ولایات در انتظار عمومی بگردانند تا مردم وی را مشاهده کنند که دیگر کسی به او دل نبندد و کار را تمام شده بدانند اما وقتی وی را در گرگان به پیشگاهش بردند او را عزت و احترام زیاد کرده و «رودگونه» دختر خود را به همسری وی داد. «شیپمن ۱۹۸۰:۶۲» مهرداد از طرف دیگر به الیمایی حمله برده و ده هزار تالان از معبد آتنا و آتمیس تصرف نمود. «استرابو کتاب شانزدهم، ۱-۱۸» سپس مهرداد به سوی جنوب، یعنی ایلام، شوش و پارس روی آورد. در متون تاریخی آمده که مهرداد از طریق ثروت و دارایی بعضی معابد مخارج جنگ خود را تأمین می‌کرده است. مهرداد در سال ۱۳۸ ق.م دچار بیماری شده و پس از مدت کوتاهی در گذشت «زرین کوب ۱۳۷۷:۳۳۳، ولسکی ۱۳۸۳:۹۶»

طوایف تورانی را برجای خود نشانید «دبوواز ۱۹۶۸:۱۹» اما شیپمن اعتقاد دارد که نخستین جنگ مهرداد در مصاف با فرمانروایی، یونانی بلخی در سال ۱۶۰ تا ۱۵۰ قبل از میلاد اتفاق افتاد و او در این نبرد سرزمینهای از دست رفته پارتی را در زمان اشک اول باز ستاند. «شیپمن ۱۹۸۰:۶۰»

مهرداد اول بر آن شد تا ولایت ماد را تسخیر کند. که این سرزمین توسط تیمارخوس یکی از شهربانهای دولت سلوکی اداره می‌شد، در حالی که سلوکیان گرفتار نواحی غربی کشور بودند، مهرداد نبرد سهمگینی را جهت شکست و تسخیر ماد در سال ۱۴۸ ق.م تدارک دید و به آنجا یورش برد و پس از چندی تمامی ماد را تا دامنه زاگرس زیر نفوذ خود برد. «یوستی، کتاب چهل و یکم، ۶» مهرداد اول ناچار بود با مادها بجنگد. فرای معتقد است که در سال ۱۴۸ ق.م سلوکیان تنها شهر اکباتان و سرزمین‌های غرب آن را حفظ کردند. «فرای ۱۹۸۴:۲۱۰»

پس از آن بهترین فرصت برای مهرداد یکم بوجود آمد که سپاه خود را جهت تسخیر سلوکیه بابل روانه آنجا نماید. در این اوضاع واحوال دمتریوس نیکاتور فرمانروای سلوکیان که از پیشروی اشکانیان نگران بود، خود را جهت رویارویی با آنان آماده کرد. لیکن یک سری مشکلات و معضلات باعث شکست دمتریوس گردید. اول اینکه دمتریوس جهت نبرد با



خود درصدد کسب استقلال بودند «یوستی، کتاب چهل و یکم، ۵۹» و این عمل می‌توانست منجر به تجزیه سرزمین‌های اشکانی شود لذا اشکانیان آن را نپذیرفتند این جنگ‌ها ادامه یافت تا سرانجام فرهاد آنها را آرام کرد و در نواحی مرزی میان قومس و ماد اسکان داد. او تپورستان را تسخیر کرده و طایفه مردها را مجبور نمود که دربند دریای مازندران و راهی که از خراسان به ماد می‌رفت را حفظ کنند این شاه، شهر خارکش در ری را بنا نهاد. نکته قابل ذکر این است که او را بر روی سکه‌هایش به فیلالدفوس «دوست برادر» ملقب کرده اند. وی به برادر خود علاقه بسیاری داشت لیکن پس از مرگ برادرش بر تخت پادشاهی جلوس کرد «زرین کوب ۳۳۰:۳۷۷، ولسکی ۱۳۸۳:۸۸»

مهرداد یکم و تبدیل حکومت به شاهنشاهی

مهرداد یکم برادر کوچکتر فرهاد یکم بوده و پس از مرگ برادر به سلطنت رسید، این در حالی است که مهرداد یکم چندین فرزند پسر داشت.

مهرداد یکم از سال ۱۷۱ تا ۱۳۸ ق.م حکومت کرد و در طول این مدت سلسله اشکانیان را به اوج قدرت رسانید و می‌توان گفت که او از بنیانگذاران واقعی این پادشاهی بوده است. تاریخ نگاران و نویسندگان اعتقاد دارند که وی قلمرو خاندان اشکانی را در حد یک شاهنشاهی مقتدر گسترش داده است با اینکه شواهد و گزارشات تاریخی در مورد وی موجود است، لیکن ترتیب تاریخی حوادث دوران او در هاله‌ای از ابهام وجود دارد. یوستی او را همزمان با اوکراتید، باختری، بلخی و آنتیوخوس چهارم اپیفان بر می‌شمرد در اواخر دوران مهرداد مرزهای جغرافیایی شاهنشاهی اشکانی شامل ایلام، ماد، بابل، آشور، پارت، فارس، هیرکانی و نیز لپوریا و ورارود «ماوراءالنهر» بوده است. «دبوواز ۱۹۶۸:۲۷»

مهرداد در ابتدا از وضع نابسامان بلخ استفاده برده و وقتی اوکراتید فرمانروای باختر در سال ۱۶۵ ق.م با دمتریوس پادشاه سلوکی سرگرم نبرد بود، ولایات باختر را متصرف گردید لذا مهرداد از یک طرف مرزهای شرقی را امنیت بخشید و از طرف دیگر

تهیه و تنظیم: مینا بیانی

تغییرات شرکت‌های نساجی**شرکت هدیه گلباف جهان (سهامی خاص)**

طبق صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۷/۱، محمد غریبی به سمت بازرس اصلی و عالی‌السادات فقیه به سمت بازرس علی‌البدل تعیین شدند.

شرکت تولیدی لائی اصل (بامسئولیت محدود)

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۶/۳۱، مرکز اصلی شرکت به پاکدشت، کیلومتر ۴۵ جاده امام رضا، بعد از پلیس راه شریف‌آباد، شهرک صنعتی خوارزمی، فاز دوم، خیابان نگارستان، خیابان نارون تغییر یافت.

شرکت ریسندگی و بافندگی یشم خورشید اصفهان (سهامی خاص)

طبق صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۵/۱۳، محمد حر به‌عنوان رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل، شیما حر به‌عنوان نایب رئیس هیئت مدیره، سیدحسین منصوری و سیدمجید منصوری به سمت بازرس اصلی و علی‌البدل انتخاب شدند. مرکز اصلی به اصفهان، میدان بزرگمهر، خیابان سلمان فارسی، پلاک ۱۴، طبقه همکف تغییر یافت. روزنامه نسل فردا جهت درج آگهی‌ها و دعوتنامه‌های شرکت تعیین شد.

شرکت الیاف سینا دلیجان (سهامی خاص)

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۶/۳۱، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۶ تصویب شد.

شرکت شیوا نساج یزد (سهامی خاص)

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۶/۲۵، علی محمد عادل‌زاده به سمت بازرس اصلی و محمدرضا نشابوری به سمت بازرس علی‌البدل مالی انتخاب شدند.

شرکت تولیدی بازرگانی امجد بافت قم (سهامی خاص)

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۹۵/۴/۳۰، موسسه حسابرسی آریا حسابرسان پارسا به‌عنوان بازرس اصلی و حسابرس و علی محصل یزدی به‌عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. صورت‌های مالی سال ۹۴ به تصویب رسید.

شرکت فرش الماس کویر کرمان (سهامی خاص)

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۵/۱۰، ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به ۹۶/۱۲/۲۹ مورد تصویب مجمع قرار گرفت. موسسه حسابرسی شاخص روش به‌عنوان بازرس اصلی و منیره اسلام‌پور به‌عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت بافت و تکمیل گلپوش (بامسئولیت محدود)

برابر صورت‌جلسه مجمع عمومی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۷/۲، سرمایه شرکت از مبلغ ۲۰ میلیارد ریال به مبلغ ۲۵ میلیارد ریال افزایش یافت.

شرکت آذر منسوجات سهلان (سهامی خاص)

طبق صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۵/۲۳، امید ابراهیم‌زاد به سمت مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره، مقصود ابراهیم‌زاد به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، رضوانه محرمی به سمت بازرس اصلی و حمید محرمی به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت رنگین نخ معین گرمسار (سهامی خاص)

برابر صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۴/۱۴، امیدعلی معین به‌عنوان مدیرعامل، محمد معین به‌عنوان رئیس هیئت مدیره، علی معین به‌عنوان نایب رئیس هیئت مدیره برای مدت دو سال انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت فرش داتیس ایرانیان (سهامی خاص)

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۶/۱۲/۱۸، حمید آزمون به سمت مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره، زهرا شفیعی‌نیا به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت سیاق نوین جهان به سمت بازرس اصلی و مهدی غلامحسینی به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت مهندسی آرمان شیمی افروز (سهامی خاص)

برابر صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۴/۱۹، شهرام جهانگیری به سمت رئیس هیئت مدیره، شاهین جهانگیری به سمت مدیرعامل، طلعت جهانگیریان به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، موسسه حسابرسی فرجام‌اندیشان محاسب به سمت بازرس اصلی و شیرین رهنا به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به اسفند ۱۳۹۶ به تصویب رسید. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی‌های مربوط به شرکت تعیین شد.

شرکت پارچه گرد بافت افرند نفیس مهمان (سهامی خاص)

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۴/۱۵، بهروز جاهدی به‌عنوان رئیس هیئت مدیره، امیرهوشنگ کیاکازمی به‌عنوان مدیرعامل و نایب رئیس هیئت مدیره، عبدالمحمد درخشان به‌عنوان بازرس اصلی و حسن درگاهی به‌عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت شیمیائی قرمز دانه (سهامی خاص)

طبق صورت‌جلسه مجمع عمومی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۷/۴، مرکز اصلی شرکت به زرنده، شهر صنعتی مامونیه، بلوار صنعت، تغییر یافت.

شرکت تولیدی نابلون نخ پوشهر (سهامی خاص)

برابر صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۱، عبدالزهراء وطن‌دوست به سمت رئیس هیئت مدیره، محمد کاظم زرین‌قلم به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و شهره زنونریان به‌عنوان مدیرعامل تعیین شدند.

شرکت روشاک بافت (سهامی خاص)

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۶/۱۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۴۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت گلچین نخ (بامسئولیت محدود)

طبق صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۶/۱۳، مجید عزیززاده فرد به سمت مدیرعامل، سروش سنائی به سمت رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند.

شرکت یاس بافت پویا (سهامی خاص)

طبق صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۴/۲۸، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به ۱۳۹۶ مورد تصویب قرار گرفت. موسسه حسابرسی آبان ارقام پارس شناسه به سمت بازرس اصلی و مجتبی نیکخواه به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت چاپ رنگ (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۵/۲۹، محمود زینی به سمت رییس هیئت مدیره، بهنام حسینزاده به سمت نایب رییس هیئت مدیره و کامبیز شاکر به سمت مدیرعامل تعیین شدند.

شرکت فرش زرین سهیل (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بهطور فوق العاده مورخ ۹۷/۵/۱، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ شرکت به تصویب رسید. روزنامه نسل فردا جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد. فاطمه سادات نجاتی به سمت رئیس هیئت مدیره، معصومه هوشمند به سمت نایب رئیس، سیدرضا نجاتی به سمت مدیرعامل، موسسه حسابرسی تلفیق نگار به سمت بازرس اصلی و کامران عبیدی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت نساجی شمس کاشان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بهطور فوق العاده مورخ ۹۷/۶/۴، محمد حسن فنائی به سمت بازرس اصلی و محسن تواضعی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد. ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ شرکت به تصویب رسید. مرکز اصلی شرکت به کاشان، خیابان ولی عصر، کوچه سادات، کوچه بیدمشک تغییر یافت.

شرکت تعاونی تولید پوشاک مشهور قاینات

به استناد صورتجلسه احکام و آراء قضایی دادگاهها یا مراجع، شرکت مذکور منحل اعلام شد.

شرکت صنایع فرش بافته های طبیعت کاشان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۸/۱، امیررضازاده به سمت رییس هیئت مدیره و مدیرعامل و عطیه سادات حلی به سمت نایب رییس هیئت مدیره، مجتبی سالم به عنوان بازرس اصلی و مهدی ملکوتی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد. حساب سود و زیان شرکت در سال ۹۱ به تصویب رسید.

شرکت گلچین نخ شرکت (بامسئولیت محدود)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی بهطور فوق العاده مورخ ۹۷/۶/۱۳، سرمایه شرکت از مبلغ ۹۰۰۰۰۰۰ ریال به ۵۰۰۰۰۰۰ ریال کاهش یافت.

شرکت هنرکده نیکزاد یزد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بهطور فوق العاده ۹۷/۶/۲۰، محمد میرو کیلی به سمت بازرس اصلی و اعظم تقوی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. سرمایه شرکت از مبلغ ۴۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۸۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت آراگل بافت نگین طبرستان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بهطور فوق العاده مورخ ۹۷/۷/۵، مجید بابویه به عنوان رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل، محبوبه داودی به عنوان نایب رئیس هیئت مدیره، فاطمه صفری به عنوان بازرس اصلی و عظمت صفری به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت حریر بافت امیر (با مسئولیت محدود)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۵/۱۷، شعبه شرکت در تهران، خیابان سهروردی شمالی، خیابان توپچی، پلاک ۲۲ واحد ۶ تعیین و محمدرضا اتنی عشری به سمت مدیر شعبه انتخاب شد.

شرکت پوشاک فرانک طلائی مهرک (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۷/۶/۲۴، سرمایه شرکت از مبلغ ۳۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۱۲۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت جمیل کرک بافت (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۶/۱۰/۲، حق امضاء کلیه اسناد و اوراق بهادار و تعهدآور از قبیل چک و سفته و بروات و کلیه قراردادهای و عقود اسلامی با امضاء مدیرعامل و یکی از اعضای هیئت مدیره و در غیاب مدیرعامل با امضاء دو نفر از اعضای هیئت مدیره متفقاً همراه با مهر شرکت و مکاتبات عادی و اداری با امضای مدیرعامل یا رئیس هیئت مدیره همراه با مهر شرکت معتبر است.

شرکت تولیدی نخ آبان تهران (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۴/۲۶، ترازنامه و سود و زیان سال مالی ۱۳۹۶ مورد تصویب قرار گرفت. عباس فرقانی به سمت رئیس هیئت مدیره، مریم صباغ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، محمدرضا منتظری به سمت مدیرعامل، موسسه حسابرسی آبان ارقام پارس به سمت بازرس اصلی و محسن گل رو به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت پوشاک گپ پارس پوشش قشم (سهامی خاص)

صورتجلسات مجمع عمومی عادی بهطور فوق العاده و هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۴، مهدی تاج امیری به سمت رئیس هیئت مدیره، رضا بیدرام به سمت مدیرعامل، ایران کاظمی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند.

شرکت نساجان پارسه مهرریس (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۴/۲۵، فاطمه اکبری به سمت بازرس اصلی و سید عطا آل داود به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال مالی ۱۳۹۶ به تصویب مجمع رسید.

شرکت فرش شهامت بیدگل (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۶/۲۷، زهرا ناظمی به سمت رئیس هیئت مدیره، سمانه اسماعیلیان به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، ابراهیم اسماعیلیان به سمت مدیرعامل، مجتبی اسلامی و جواد علی آبادی به سمت بازرس اصلی و علی البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا جهت چاپ و درج آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت صنایع بافت و تکمیل ایران (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی بهطور فوق العاده مورخ ۹۷/۶/۱۷، سرمایه شرکت از مبلغ ۸۹۳۷۵۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت شیوا نساج یزد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۶/۲۵، حمید خجسته به سمت رئیس هیئت مدیره، سیدمحمدحسینی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، علی عشقیان به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت فرش ستاره فروزان راوند (سهامی خاص)

پیرو صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۶/۵، سرمایه شرکت از مبلغ ۳۵ میلیارد ریال به مبلغ ۴۵ میلیارد ریال افزایش یافت. موسسه حسابرسی تلفیق نگار به سمت بازرس اصلی و محمد حق پرست به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت تعاونی دیبا بافت مسجده سلیمان

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۲/۲، آذین داراب‌پور به سمت مدیر عامل و نائب رئیس هیئت مدیره، الهام داراب‌پور به سمت رئیس هیئت مدیره، ندا ناصری و مهناز نیامدپور به عنوان بازرس اصلی و علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت داور الیاف فارس (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۵، یعقوب داوری به سمت رئیس هیئت مدیره، علیرضا داوری به سمت نائب رئیس هیئت مدیره و الهام سبزواری به سمت مدیر عامل انتخاب شدند.

:: شرکت صنایع ابریشم رنگ کاشان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۹۷/۶/۲۰، جواد شبانی بعنوان مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره، ابوالفضل رجیبان به عنوان نائب رئیس هیئت مدیره، ابوالفضل بهرامی فر و گل میر مهدی بسمت بازرس اصلی و علی البدل انتخاب شدند. روزنامه جمهوری اسلامی برای درج آگهی‌های شرکت تعیین شد.

:: اتحادیه خیاطان و تولیدکنندگان پوشاک کرج

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۶/۱۲/۱۳ علی لطفی به سمت رئیس اتحادیه، پوران انوری به سمت نائب رئیس اول اتحادیه، ولی‌اله خوش اخلاق به سمت نائب رئیس دوم اتحادیه، حسن یوسفی به سمت دبیر اتحادیه، جعفر اخلاقی اصل به سمت خزانه‌دار انتخاب شدند.

:: شرکت تولیدی بافت بهاره (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق العاده مورخ ۹۷/۷/۳، حسن پور عباس به سمت مدیر عامل و نایب رئیس هیئت مدیره، علیرضا پور عباس به سمت رئیس هیئت مدیره، ایرج معصوم‌زاده به سمت بازرس اصلی و احمد رضایی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت تولیدی پتوی نگار یزد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۵/۱۸، روزنامه ندای یزد جهت نشر آگهی‌های شرکت انتخاب شد. صورت‌های مالی منتهی به سال ۹۶ به تصویب رسید.

:: شرکت صنایع نساجی شمیم اردکان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به‌طور فوق العاده مورخ ۹۷/۵/۱۳، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۲۲۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت. محمدرضا حیدریان به سمت مدیر عامل، سیدامیر حمزه موسوی به سمت رئیس هیئت مدیره، محمود رحیمی به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت رایمند ایمن به سمت بازرس اصلی و سعید عابدی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه یمان یزد جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین شد.

:: شرکت نساجی آریا بافت کاشان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۹۷/۶/۲۶، سیدمرتضی منعمیان به سمت بازرس اصلی و حسین صابری به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین شد.

:: شرکت صنایع فرش و تکمیل ملل اصفهان (سهامی خاص)

پیرو صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۶/۲۲، هادی ابراهیمی مدیر عامل انتخابی از سمت خود استعفاء نمود و بهنام سرفراز به عنوان مدیر عامل انتخاب شد.

:: شرکت صنایع تولیدی تیسنا نخ نوین (بامسئولیت محدود)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۷/۶/۲۵، محل شرکت به خراسان رضوی، بینالود، دهستان طرقله، خیابان کارخانجات مشهد نخ تغییر یافت.

:: شرکت صنایع فرش باستان کویر یزد (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۱۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۱۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

:: شرکت تعاونی ماشین دوخت قهرود

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به‌طور فوق العاده مورخ ۹۷/۵/۹، این موارد به ماده ۳ اساسنامه اضافه شد «واردات و صادرات ماشین آلات، تجهیزات و لوازم یدکی و ملزومات خط تولید، دوخت و پوشاک تولید، توزیع و صادرات انواع پوشاک خدمات بازرگانی از قبیل صادرات و واردات خشکبار و مواد غذایی.»

:: شرکت صنایع فرش باستان کویر یزد (سهامی خاص)

پیرو صورتجلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق العاده مورخ ۹۷/۷/۹، موسسه حسابرسی تلفیق نگار حسابداران رسمی به سمت بازرس اصلی و سیدجواد سیدزاده به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت صنایع یلدای کویر زاگرس کاشان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۷/۳، روزنامه جمهوری اسلامی جهت نشر آگهی‌های شرکت انتخاب شد. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال ۱۳۹۶ مورد تصویب قرار گرفت. احمد فتاحی مقدم به سمت رئیس هیئت مدیره، محمد فتاحی مقدم به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و میلاد فتاحی مقدم به سمت مدیر عامل انتخاب شدند.

:: شرکت نساجی به بافت نجف آباد (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۷، سرمایه شرکت از مبلغ ۲۰۱۱۱۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۳۵۱۹۴۲۵۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

:: شرکت عطرین نخ قم (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۱۴، حامد مقدم به سمت رئیس هیئت مدیره، احسان صابری به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، امیرحسین شاه‌علی به سمت مدیر عامل انتخاب شدند.

:: شرکت ترمه آبیک (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق العاده مورخ ۹۷/۳/۲۹، موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت حساب گستر پویا به عنوان بازرس اصلی و موسسه حسابداران اقبال به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت منسوج نبافته نگین البرز (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۸، اصغر آقا کثیری به سمت رئیس هیئت مدیره، رضا کوپال به سمت مدیر عامل و نائب رئیس هیئت مدیره، حمیدرضا مطهری به سمت بازرس اصلی و راحله کشکول به سمت بازرس علی البدل تعیین شدند.

:: شرکت ریسنده گی و بافندگی اکر یلتاب (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق العاده مورخ ۹۷/۵/۲۲، احمد مستخدمین به سمت بازرس اصلی و مریم محمدی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت فرش طاووس کویر آران (سهامی خاص)

برابر صورت جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۱۵، محسن شبان به سمت رئیس هیئت مدیره، زینب آفتابی به سمت مدیرعامل، ایران بانوئی به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، عباس بهادری و منصور محمدرضائی به عنوان بازرس اصلی و علی البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۹۵ الی ۹۶ شرکت به تصویب رسید. روزنامه نسل فردا برای درج آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت تولیدی و ریسندگی ناز ریس سیاهان (سهامی خاص)

به استناد صورت جلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۷/۵/۱۷، محل شرکت به اصفهان، خیابان رسالت جنوبی، کوچه ششم، پلاک ۲۲، طبقه همکف تغییر یافت.

شرکت ره آورد ساینای دلجان (سهامی خاص)

برابر صورت جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۷/۶/۳۱، ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت در سال مالی ۱۳۹۶ تصویب شد.

شرکت الیاف پلی استر ساینای دلجان (سهامی خاص)

به استناد صورت جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۷/۶/۳۱، ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت در سال مالی ۱۳۹۶ تصویب شد.

شرکت تعاونی پنبه پاک کنی طلای سفید خواف

برابر صورت جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۷/۷/۱۰، محمد نادر نوبهار بعنوان مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره، حامد خورشیدی بعنوان نائب رئیس هیئت مدیره، فاروق محکم به سمت بازرس اصلی و نسیرین ماه نوبهار به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت فرش بیدگل فارابی (سهامی خاص)

به استناد صورت جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۶/۱۲/۱۵، موسسه حسابرسی تلفیق نگار به سمت بازرس اصلی و مریم صائمی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت الیاف ژاله دلجان (سهامی خاص)

پیرو صورت جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۵، هیئت مدیره کلیه اختیارات خود مندرج در ماده ۴۰ اساسنامه را به مدیرعامل تفویض نمود. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت در سال مالی ۱۳۹۶ به تصویب رسید. علیرضا صادقی به عنوان بازرس اصلی و رحمت اله شفیعی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه کار و کارگر جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت کارخانجات نساجی خوی (سهامی خاص)

برابر صورت جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۱۱، پرستو اصغرزاده به سمت رئیس هیئت مدیره، اکبر بلوری مقدم به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، احمد قصابی به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت صنایع فرش بافته های طبیعت کاشان (سهامی خاص)

به استناد صورت جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۱۷، امیررضازاده به سمت رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل، عطیه سادات حلی به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، مجتبی سالم به سمت بازرس اصلی و مهدی ملکوتی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. حساب سود و زیان شرکت در سال ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ به تصویب هیئت مدیره رسید. روزنامه اطلاعات جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت نساجی شمیمده (سهامی خاص)

برابر صورت جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۲/۳، محل شرکت به استان قزوین، تاکستان، خیابان کمربندی، خیابان صنعت ۱۴، پلاک ۱ طبقه همکف تغییر یافت.

گروه کارخانجات نساجی آرتا تجارت (سهامی خاص)

پیرو صورت جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۸، فریدون مختاری به عنوان رئیس هیئت مدیره، غلامرضا زمردیان بعنوان نایب رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل تعیین شدند.

شرکت تولیدی و صنعتی ابریشم طوس (سهامی خاص)

به استناد صورت جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۴/۳۰، تصویب صورت های مالی ۱۳۹۶ تصویب شد. سمیه غلام سلیم آبادی به عنوان بازرس اصلی و مهدی طاهرنیا به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه خراسان جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت سعیده الیاف نجف آباد (سهامی خاص)

طبق صورت جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۷، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۰۵۹۴۱۸۷۵۰۰ ریال به مبلغ ۱۸۶۲۱۶۸۷۵۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت چرم مشهد (سهامی عام)

به استناد صورت جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۴/۱۱، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به پایان اسفند ماه سال ۱۳۹۶ مورد تصویب مجمع قرار گرفت. موسسه وانیانیک تدبیر به سمت بازرس اصلی و موسسه حسابرسی آرمان نوین به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه خراسان جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت لیا نخ قزوین (سهامی خاص)

برابر صورت جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۶/۱۸، اکبر متقی نیا به سمت رئیس هیئت مدیره، حمزه سوزیزی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، رسول اله سوزیزی به عنوان مدیرعامل، موسسه پایش گستر حساب به عنوان بازرس اصلی و یونس اسدی فخر به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۱۳۹۶ به تصویب رسید.

شرکت لای بافت قزوین (سهامی خاص)

به استناد صورت جلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۹۷/۶/۲۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۴ میلیارد ریال به مبلغ ۲۴ میلیارد ریال افزایش یافت. محسن رشوند به سمت رئیس هیئت مدیره، فرهاد رشوند به سمت مدیرعامل، فرشاد تبریزی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، حمید کریمی به سمت بازرس اصلی و جلال برزگر به سمت بازرس علی البدل تعیین شدند.

شرکت پشم بافی عالی پوش روز (سهامی خاص)

به استناد صورت جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۶/۱۱/۲۶، علی فدوی به سمت رئیس هیئت مدیره، محمد رمضان قاسم به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، محمدمهدی فدوی به سمت مدیرعامل، موسسه حسابرسی و خدمات مالی آگاه نگر به عنوان بازرس اصلی و احمد عزیز خانی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

اتحادیه صنف فروشندگان پوشاک شهرستان کازرون

به استناد صورت جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۷/۱۲، عباس پیش بهار به سمت رئیس اتحادیه، احسان رزمی به سمت نایب رئیس اول، اسماعیل دونای به سمت نایب رئیس دوم و مجید رصافیانی به سمت دبیر اتحادیه، بهنام عباسی به سمت خزانه دار اتحادیه، علی سینا شهبازی به سمت بازرس اصلی اتحادیه و زهرا شکرانی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت بافته های جاویدان کاشان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۱۷ ناصر آموزاده به عنوان بازرس اصلی و مریم آموزاده به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت لاوان بافت (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۵/۲۸، حسین حقیقت منش به سمت رئیس هیئت مدیره، ماکان حقیقت منش به سمت مدیرعامل، مهرناز خرمی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند.

شرکت تولیدی پردیس بافت آذر (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۶/۶، امیر سامیر به سمت مدیرعامل، قاسم وفايي نژاد به سمت رئیس هیئت مدیره، مهدی وفايي نژاد به سمت نایب رئیس هیئت مدیره تعیین شدند.

شرکت سیس آرنگ کیان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۷/۲، موسسه حسابرسی تراز مشهود محتسب به سمت بازرس اصلی و مسعود نصرالهی‌نیا به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت صنایع فرش ماشینی جواهر کارون خوزستان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۶/۶، ناهید موسوی به سمت رئیس هیئت مدیره، سیدعبدالعفار موسوی به سمت مدیرعامل و سیده مریم موسوی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند.

شرکت ایران تاب (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۴/۱۳، صورت‌های مالی شرکت تا پایان سال ۹۶ مورد تصویب مجمع واقع شد. موسسه حسابرسی و خدمات مالی حافظ گام به سمت بازرس اصلی و علی مندگاری به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. روزنامه ندای یزد جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت بالران پلوش (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۴/۳۱، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به ۹۶/۱۲/۲۹ مورد تصویب قرار گرفت. حسین نیکویی به عنوان بازرس اصلی و محمد حاجی مظفری به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. روزنامه ابرار برای درج آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت نساجی شایسته مشهد (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۹/۱، الهام محبوبی به سمت رئیس هیئت مدیره، نیلوفر محبوبی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، حسین محبوبی به سمت مدیرعامل، موسسه حسابرسی تلفیق نگار و سجاد کمال آرانی به عنوان بازرس اصلی و علی‌البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان سال ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ شرکت به تصویب رسید.

شرکت کارا نخ نگین یزد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۹۷/۹/۲۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۳۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت صنایع فرش و موکت بابل (سهامی خاص)

پیرو صورتجلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۹۷/۹/۲۱، سرمایه شرکت از مبلغ ۲۵۹۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۵۶۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت تولیدی البسکو (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۷/۱۹، روزنامه قدس جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد. محمد گلابگیر به سمت مدیرعامل و نایب رئیس هیئت مدیره، خلیل گلابگیر به سمت رئیس هیئت مدیره، موسسه حسابرسی کارآمد حساب ایرانیان به عنوان بازرس اصلی و موسسه هرگان تراز و همکاران به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت صنایع نساجی حریر ریس ارومیه (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۷/۹/۷، صورت‌های مالی مربوط به سال مالی منتهی به ۹۷/۶/۳۱ مورد تصویب قرار گرفت. روزنامه اطلاعات جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین شد. موسسه حسابرسی شاخص اندیشان به عنوان بازرس اصلی و موسسه حسابرسی و خدمات مالی سنجیده روش آریا به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت پاکریس شهرضا (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۷/۲۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۳۰ میلیارد ریال به مبلغ ۶۰ میلیارد ریال افزایش یافت.

شرکت فرش نو بافت کاشان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۹/۱۰، عباس نجیب به سمت بازرس اصلی و مصطفی کویری به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. روزنامه کار و کارگر جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین شد. ترازنامه و حساب سود و زیان سالی مالی ۱۳۹۶ شرکت به تصویب رسید.

شرکت صنایع ریسندگی و بافندگی پیشرو تاب (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۹/۱۲، مرکز اصلی شرکت به رشت، دهستان اسلام آباد، شهر صنعتی، بلوار صنعت، بن‌بست چهارم، پلاک ۴۷، طبقه همکف انتقال یافت.

شرکت تعاونی ریسندگی نخ میامی

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۸/۱۳، محمداصادق حاجی‌پور به سمت رئیس هیئت مدیره، عبدالامیر توحیدی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، محمد حسن حاجی‌پور به سمت مدیرعامل، موسسه حسابرسی داوران به سمت بازرس اصلی و عفت طاهوی به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. تراز و صورت‌های مالی سال ۹۶ به تصویب رسید. سرمایه شرکت از مبلغ ۵۷۷۲۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۲۳۰۸۸۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت ره آورد ساینای دلیجان (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۷/۹/۲۸، بهروز محمدی به سمت رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل، بهرام محمدی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و مجتبی دلاوری به عنوان معاون مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت کارخانجات دسترنج رضا بافت (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۱۰/۱۲، زیبا راهنما به سمت بازرس اصلی و ساحره عرب به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. سرمایه شرکت از مبلغ ۷۸۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت مجتمع نساجی آسایش کاشان (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۷/۷/۲۲، موسسه حسابرسی تلفیق و محمد صباغ به عنوان بازرس اصلی و علی‌البدل انتخاب شدند. تراز مالی سال ۹۵ و ۹۶ به تصویب رسید. روزنامه نسل جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد.

تاسیسات شرکت های نساجی

موسسه غیر تجاری آزامد پارسین

طراحی پارچه و لباس، دوخت و متدهای طراحی دیجیتال و تأمین ملزومات لباس، برگزاری نمایشگاه مد و لباس، نمایش لباس، ایجاد نمایشگاه دائمی، موزه و نگارخانه های مد و لباس، مشاوره و ارائه خدمات هنری مد و لباس و برگزاری کارگاه های تخصصی جنبی زمینه فعالیت، ۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال سرمایه، اسماعیل کرمی مدیرعامل و همدان، خیابان آرام شرقی، کوچه ابوذر، پلاک ۲، طبقه همکف مرکز اصلی موسسه است.

شرکت گنجینه ممتاز خلیج فارس (سهامی خاص)

خرید و فروش، تولید و بافت، واردات و صادرات و پخش قالی، فرش ماشینی، نخ، الیاف، گلیم و همچنین تولید و واردات و صادرات ماشین آلات ریسندگی و بافندگی زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، مهدی عباسی صدر مدیرعامل و ری، شهرک علاییین، خیابان گلزار، کوچه گالایل، مجتمع برومند، بلوک ۵، ورودی ۳، طبقه اول مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تعاونی تن پوش ترنم

سری دوزی لباس و پوشاک زمینه فعالیت، اعظم کریمی مدیرعامل و کهریزک، خیابان شهید حسین محمودی، کوچه عدالت، پلاک ۵۱، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

شرکت رزین رزین زاویه مهام (با مسئولیت محدود)

تهیه، تولید و واردات و صادرات، اکریلیک، پنبه، پلی پروپیلین زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، زیبا حسین پور مدیرعامل و زرنده، دهستان حکیم آباد، شهر صنعتی زاویه مرکز اصلی شرکت است.

شرکت پیشگام تکمیل پارت (با مسئولیت محدود)

مشاوره در زمینه خط تولید نساجی زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، حسین معجل مدیرعامل و تهران، بازار، کوچه بازار حمام چال، کوچه بازار امیر، پلاک ۲۴۷، طبقه دوم، واحد ۱۱ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت جامه دوزان کشوبین مهر (با مسئولیت محدود)

طراحی، تولید، بسته بندی، خرید و فروش انواع پوشاک و لوازم نگهداری پوشاک زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، علی اصغر مهرعلیان مدیرعامل و قزوین، بلوار دانشگاه امام خمینی، کوچه حکمت هفتاد و سوم مرکز اصلی شرکت است.

شرکت جامه اطلس ویرا (با مسئولیت محدود)

تولید و توزیع، خرید و فروش، واردات انواع پوشاک، مردانه، زنانه و بچگانه، شال و روسری زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، محمد یعقوبی مدیرعامل و تبریز، خیابان فردوس غربی، کوچه ششم غربی، پلاک ۳۲۱، طبقه سوم، واحد جنوبی مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تعاونی زیبا طب سها

تولید لباس، پوشاک و منسوجات پزشکی و غیر پزشکی زمینه فعالیت، ۲۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، محمد تاران مدیرعامل و تهران، اسلامشهر، چهاردانگه، خیابان امام خمینی، بن بست شهید محمد جهان آراء، پلاک ۳، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

موسسه غیر تجاری معراج هنری شقایق

طراحی پارچه و لباس، دوخت و متدهای طراحی دیجیتال و تأمین ملزومات لباس زمینه فعالیت، ۱۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال، ملیحه رضائی مدیرعامل، تهران، مجیدیه، کوچه لاله، کوچه شهید قاسم حاجی آبادی، پلاک ۱۰، طبقه اول مرکز اصلی شرکت است.

شرکت آداک پوشش درسا (با مسئولیت محدود)

خرید و فروش انواع پارچه های تاری پودی، گردیاف، اکریلیک، پنبه ای، نابلونی، ویسکوز، منسوجات فیلامنتی، تولید انواع پارچه های تاری پودی زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، علیرضا مردفرد مدیرعامل و رباط کریم، شهرک صنعتی نصیرشهر، خیابان سرو، خیابان سرو ۹، پلاک ۲۱، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تولیدی پوشاک جامه پریان (با مسئولیت محدود)

تولید و پخش انواع لباس زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، پگاه محمدقلی ها مدیرعامل و قزوین، محمدیه، خیابان کمر بندی شهید بابایی، کوچه کاج یکم، پلاک ۱۹، طبقه همکف

شرکت تعاونی تولیدی پوشاک شش هزار و سیزده یسنا

تولید و توزیع انواع پوشاک زمینه فعالیت، ۱۰۵۰۰،۰۰۰ ریال سرمایه، فاطمه کوه کن مدیرعامل و سیستان و بلوچستان، شهرستان زهک، روستا حسین مسافر، خیابان محصور مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تعاونی تک دوخت پوشاک زینده

تولید و توزیع پوشاک بچه گانه، زنانه و مردانه زمینه فعالیت، ۱۰۵۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، علی بخشیان مدیرعامل، فارس، شهرستان ممسنی، روستا مورکی، خیابان امام خمینی، کوچه فردوسی مرکز اصلی شرکت است.

شرکت کالای خواب ماندگار نعیم (با مسئولیت محدود)

تهیه، تولید، بسته بندی، واردات و صادرات انواع تشک معمولی و طبی زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، نعیمه تقدیریان مدیرعامل و استان یزد، شهرستان اردکان، صدرآباد، کوچه آزادگان، پلاک ۴۲، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

شرکت صنایع آسمان تجارت نوید ایساتیس (سهامی خاص)

تهیه، تولید، پخش و خرید و فروش و صادرات و واردات انواع پوشاک مردانه و زنانه زمینه فعالیت، مرجان کیوانلو مدیرعامل، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، یزد، صفائییه، بلوار صیاد شیرازی، مجتمع مسکونی فرهنگیان، بلوک ۸ طبقه اول، واحد ۸۱۲ مرکز اصلی شرکت است.

موسسه غیر تجاری طراحی مد و لباس آتنا

طراحی پارچه، طراحی لباس، دوخت و تولید ملزومات لباس زمینه فعالیت، ۱،۰۰۰،۰۰۰ ریال سرمایه، صدیقه شول مدیرعامل و هرمزگان، بندرعباس، بلوار سیدجمال الدین اسدآبادی، کوچه مهیار، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

شرکت حریر الیاف زرین (سهامی خاص)

تولید الیاف پلی اتیلن، پلی استر، بازیافت الیاف نساجی، لایی بی بافت زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، زهرا اسفندیاری مدیرعامل است. مرکز اصلی شرکت در فارس، سپیدان، دهستان همایجان قرار دارد.

شرکت شهر فرش خرمدره (با مسئولیت محدود)

تهیه و توزیع انواع فرش های ماشینی و دست بافت، موکت، پشتی و پتو زمینه فعالیت، ۱۰۰۰۰۰۰ ریال سرمایه، اکبر مرتضائی مدیرعامل، زنجان، خرمدره، میدان قائم، خیابان سیدجمال الدین مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تعاونی پایدار دوخت الوار

تولید انواع پوشاک زمینه فعالیت، ۱۰ میلیون و ۵۰۰ هزار ریال سرمایه، سهیلا لک مدیرعامل خوزستان، اندیمشک شهر بیدروبه، خیابان بی نام مرکز اصلی شرکت است.



جنبه‌های پایداری دست‌بافته‌ها در مجموعه‌ای از طراحان مد

سکینه باقری کودکانی، اکرم ابراهیم بیکی چیمه

چکیده

منسوجات دست‌بافت بخشی از فرهنگ و تاریخ هر کشوری است که نقش مهمی در معیشت و زندگی مردم، به‌ویژه ساکنین روستاها و شهرهای کوچک با شیوه‌ای پایدار دارد. با پیشرفت مراکز صنعتی تولید پارچه، نقش منسوجات دست‌بافت به مرور کمرنگ شده است. هدف این پژوهش بررسی برخی از جنبه‌های پایداری پارچه‌های دست‌بافت از نظر سازگاری با محیط زیست و نگاهی بر استفاده برخی از طراحان مد جهان از منسوجات دست‌بافت و حمایت از بافندگان آن است. این بررسی با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی انجام شد. براساس یافته‌های پژوهش، به‌کارگیری دست‌بافته‌های سنتی در طراحی و مد، ضمن بهره‌مند شدن از ویژگی‌های پایدار این منسوجات، موجبات اشتغال پایداری بافندگان روستایی را نیز فراهم می‌کند.

مقدمه

در طول تاریخ بین لباس و منسوجات ارتباط وجود داشته است. این ارتباط یک وابستگی ساده نیست بلکه در بسیاری از موارد جدانشدنی است. زمانی که یکی مطالعه می‌شود نمی‌توان دیگری را نادیده گرفت و تغییرات یکی در نهایت بر روی دیگری نیز تأثیر می‌گذارد. کار طراحان فقط طراحی کردن لباس‌های زیبا نیست، طراح نیازمند تحقیق و شناخت انواع پارچه‌ها برای طراحی است. طراحان لباس می‌بایست در زمینه خصوصیات و کیفیت پارچه‌ها، نحوه اجرا و به‌کارگیری آن‌ها اطلاعات کافی داشته باشند. هنگامی که طراح در نظر می‌گیرد با توجه به شیوه زندگی امروز باعث ایجاد تقاضا برای مد جدید شود، انتخاب پارچه به‌عنوان جزئی جدایی‌ناپذیر در فرایند طراحی نقش دارد. طراحان مد با پارچه‌هایی که به‌طور اختصاصی برای آن‌ها طراحی شده‌اند، مرتبط هستند.

کریستین دیور افکار خود را اینگونه توصیف می‌کند: «پارچه نه تنها رویای طراحان را بیان می‌کند، بلکه باعث تحریک ایده‌هایشان می‌شود و این می‌تواند آغاز یک الهام باشد. بسیاری از لباس‌های من به تنهایی از پارچه متولد شده است.» از میان پارچه‌های مورد استفاده در طراحی و مد، منسوجات دست‌بافت با رنگ‌های طبیعی و طرح‌های سنتی، منبعی الهام‌بخش برای هنرمندان و طراحان است. این منسوجات شامل طیف گسترده‌ای از پارچه‌های بافته شده اند که از طریق اتصال دو مجموعه از عناصر تار و پود با کمک دستگاه پارچه بافی سنتی به دست می‌آیند و دارای نوعی بی‌نظمی هستند که معمولاً در پارچه‌های صنعتی دیده نمی‌شود. [۱۸] گرچه در بافندگی پارچه‌های دست‌بافت محدودیت‌هایی وجود دارد اما مانع تولید لباس با این پارچه‌ها نمی‌شود. طراحان لباس با خلاقیت خود پارچه دست‌بافت را درک کرده و متناسب با نقش آن طرحی می‌زنند. می‌توان گفت ادغام طراحی مد با پارچه‌های دست‌بافت می‌تواند به بازسازی فرهنگ جامعه و روستا، همچنین افزایش ارزش محصولات کمک کند.

از جمله ویژگی‌هایی که در منسوجات دست‌بافت نظر طراحان مد را به خود جلب

نموده، پایداری آن است. در بسیاری از موارد پایداری در حوزه طراحی و تولید لباس از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. ارزیابی دو مفهوم طراحی و پایداری و سپس بحث در مورد تأثیر آنها بر روی مد، همچنین نقش باز استفاده از ضایعات برش پارچه و ضایعات نساجی و منسوجات آسیب دیده در تولید پوشاک جدید به‌منظور جلوگیری از اتلاف مواد و آلودگی زیست محیطی و ایجاد توسعه پایدار، و یا نقش فناوری تولید افزودنی در دستیابی به مد پایدار، که بر تبیین قابلیت‌های روش تولید افزودنی در دستیابی به توسعه پایدار در زمینه پوشاک متمرکز شده است، تمام این موارد از مباحث پایداری در طراحی و تولید پوشاک هستند. اما در این پژوهش هدف اصلی نگاهی بر فعالیت برخی از طراحان مد جهان در زمینه استفاده از دست‌بافته‌های سنتی پایدار در طراحی مجموعه لباس‌هایشان و همچنین حمایت از بافندگان به منظور ایجاد اشتغال پایدار است. به‌طور کلی پایداری در منسوجات، امروزه موضوع جدیدی نیست. بسیاری از روش‌های پایدار برای تولید الیاف معمولی و رایج و همچنین مواد نساجی وجود دارد. [۱۹] در این مقاله، به‌کارگیری روش‌های پایدار تولید و مصرف، به حداقل رساندن آسیب به محیط زیست با استفاده از ضایعات کم و استفاده از روش‌های سازگار با محیط زیست موردنظر است که می‌توان آن را با استفاده از روش‌ها و تکنیک‌های تولید با دستگاه‌های قدیمی در فرآیند طراحی به دست آورد. همچنین پایداری اقتصادی صنایع دستی و شیوه زندگی روستایی که می‌تواند باعث تقویت روابط بین فرآیند طراحی مد و تولید منسوجات شود.

زیست پایداری دست‌بافته‌ها

در دوره‌ای که سطح آگاهی مردم از مسائل زیست محیطی زیاد شده است، اولویت مصرف‌کنندگان برای خرید لباس تغییر کرده است. آنها علاوه بر توجه به راحتی و زیبایی، به ویژگی‌های پایداری و سازگار با محیط زیست بودن لباس نیز توجه می‌کنند. نگرانی برای پایداری بیشتر به مد و صنعت نساجی مربوط می‌شود چراکه



رویکرد جدید در مورد چگونگی استفاده از البسه است. مد نقش مهمی در پایداری ایفا می‌کند زیرا جزئی از زندگی است که می‌تواند تأثیر بزرگی در محیط‌زیست داشته باشد.

اشتغال‌زایی پایدار به کمک دست‌بافته‌ها

صنایع دستی، اشتغال و معیشت را برای تعداد زیادی از مردم در روستاها فراهم می‌کند و به کاهش سطح فقر کمک می‌نماید همچنین باعث می‌شود صنعتگران صنایع دستی سنت خود را در جست‌وجوی فرصت درآمد بیشتر جایگزین نکنند. صنایع دستی انعکاسی از شیوه‌ی زندگی هنرمند و میراث و مهارتی است که از نسل‌های گذشته به او منتقل شده است. برای این صنعتگران، صنایع دستی وسیله معاش اقتصادی در زندگی روزمره است. با تقویت رابطه بین فرآیند طراحی مد و تولید دست‌بافته‌ها، صنایع دستی تقویت می‌شود و این تلاشی برای ایجاد فرصت‌های بیشتر برای معیشت بافندگان در روستاها است. همچنین مانعی است که از مهاجرت آنان به شهرها جلوگیری می‌کند و موجب ایجاد اشتغال در زمان بیکاری و فراغت می‌گردد. علاوه بر آن باعث ایجاد کار و درآمد مناسب برای شهر نشینانی می‌شود که دارای ذوق هنری هستند و می‌خواهند از رهگذر یکی از رشته‌های صنایع دستی امرار معاش کنند. هنر دست‌باف باید به‌عنوان هنر مقرون‌به‌صرفه لوکس در نظر گرفته شود و اطمینان حاصل شود که بافنده با داشتن مزایا از نظر اقتصادی به آن ادامه خواهد داد.

دست‌بافته‌ها در مجموعه طراحان مد جهان

هند دارای متنوع‌ترین دست‌بافته‌های سنتی است. «ریتو کومار» اولین طراح هندی است که در اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ در سرامپور و مرشیدآباد در غرب بنگال، احیای دست‌بافته‌ها را در هند به‌راه انداخت. کومار می‌گوید: «هدف توانمندسازی زنان است که به‌طور سنتی در این بخش کار می‌کنند. جهان به سمت مدرن شدن حرکت می‌کند هند تنها از طریق دست‌بافته‌ها می‌تواند طبیعی‌ترین شیوه زندگی را با توجه به شرایط زیست محیطی در جهان پرورش دهد». (تصویر ۱) «انیت آرورا» یکی از پیشگامان است که طراحان جوان را به همکاری در زمینه دست‌بافته‌های سنتی تشویق می‌کند. او هنرمندان، لباس‌های خواب و کت‌های راحتی را تولید کرده است که از پارچه‌های ارگانیک دست‌بافت در غرب بنگال ساخته شده‌اند. (تصویر ۲)



تصویر ۱- ریتو کومار [۱۴]

این دو صنایع باعث ایجاد حداکثر میزان آلودگی و زباله می‌شوند و تأثیر قابل توجهی بر محیط‌زیست می‌گذارند. بنابراین ضروری است که قوانینی برای بهبود سلامت و ایمنی محیط‌های انسانی و طبیعی طراحی شود. از آنجا که تقاضا برای محصولات پایدار از طرف مصرف‌کننده افزایش یافته است صنایع نساجی از پارچه‌های دوستدار طبیعت شروع کرده‌اند. الیاف قابل تجزیه اگر به اجزا و عناصر ساده شکسته شوند، به عنوان زیست تخریب‌پذیر تعریف می‌شوند. آن‌ها باید غیرسمی باشند و بتوانند در یک دوره نسبتاً کوتاه تجزیه شوند. محصولات شیمیایی مصنوعی گرچه بهبود قابل توجهی در کیفیت زندگی داشته‌اند، اما مشکل اصلی پلیمرهای شیمیایی این است که آنها غیرقابل تجزیه و غیرقابل تجدید هستند و استفاده از آن‌ها مصرف نفت و منابع نفتی را که غیرقابل احیاء هستند افزایش داده است. این بدان معنی است که مواد خام برای الیاف تغییر خواهند کرد. نکته مهم دیگر این است که الیاف پلیمر شیمیایی در محیط بدون تغییر باقی می‌مانند و راحت از بین نمی‌روند حجم دفع زباله زیاد می‌شود این در حالی است که اکنون فضای کمی برای دفع زباله وجود دارد. استفاده از انرژی‌های فسیلی که منبع غالب گازهای گلخانه‌ای و گرمایش جهانی هستند، می‌تواند منجر به رویدادهای مکرر و شدید آب و هوایی، افزایش بیماری‌ها، افزایش تعداد آتشفشان‌ها، از دست رفتن سطح زمین، مهاجرت اجباری افراد، گیاهان و حیوانات که می‌تواند باعث کاهش جدی تعداد گونه‌ها، کاهش رفاه و حتی گرسنگی شود.

در منسوجات دست‌بافت، زیست تخریب‌پذیر بودن الیاف مورد استفاده همچنین بازگشت‌پذیر بودن مواد رنگزای مورد استفاده به طبیعت، از اهمیت زیادی برخوردار است. به‌طور مثال در دست‌بافته‌های ابریشمی، الیاف آن زیست تخریب‌پذیر هستند و این یکی از پارامترهای مهم برای پایداری است. ابریشم به‌جای ایجاد یک چرخه در ۵۰۰ سال آینده، به یک کمپوست سفید در خاک تبدیل می‌شود.

تأثیر مد آهسته (Slow Fashion) در پایداری

اصطلاح «مد آهسته» ترکیب بسیاری از جنبه‌های پایداری است. از دیدگاه صنعت، مد آهسته به کم کردن سرعت چرخه تولید، توجه بیشتر به جزئیات تهیه هر لباس، تولید به‌صورت محلی و یا حمایت از حقوق عادلانه اشاره می‌کند. از زاویه مصرفی، به معنی کاهش سرعت مصرف و کاهش خرید است. تهیه لباس‌های کلاسیک و با کیفیت خوب که سال‌ها باقی می‌مانند. برخی تصور می‌کنند بعد از اینکه یک قطعه لباس با قیمت کم خریداری شد می‌توان آن را از بین برد. امروزه افراد اغلب به خرید لباس کم هزینه عادت کرده‌اند. این برای نوآوری نساجی سنتی محدودیت به حساب می‌آید زیرا نمی‌تواند با پوشاک مد سریع (Fast Fashion) از نظر سرعت و قیمت رقابت کند در نتیجه، محیط‌زیست و صنایع دستی بهای این دنیای سریع را می‌پردازند. حفظ صنایع نساجی بومی محلی، راهی برای حفظ یکپارچگی و هویت فرهنگی است. امروزه بجای افزایش کمیت تولید باید با کاهش تولید به افزایش کیفیت تولید کمک کرد. برندهای بزرگ برای ارائه مقادیر زیاد محصول با قیمت پایین، محصولاتی تولید می‌کنند که از طریق استفاده از الیاف مصنوعی و رنگ‌های شیمیایی در نهایت موجب آلودگی هوا می‌شود. برای جلوگیری از ایجاد زباله و فرسایش گسترده منابع حیاتی همچنین آلودگی سمی محیط زیست نیاز به یک



تصویر ۴- لباس آفریقایی در هفته مد نیویورک



تصویر ۲- دست بافته‌های ارگانیک، با طراحی انیت آرورا [۱۴]



تصویر ۵- طراح: دباشری سامانتا هفته مد روز Lakme



تصویر ۶- دست‌بافت ابریشمی Supezas از ابریشم صلح

در خط مد «پارادایز فشن» پارچه‌های دست‌بافت سنتی به‌منظور حفظ زیبایی‌های این سنت قدیمی و توانمندسازی زنان سراسر اتیوپی با فرصت شغلی پایدار ایجاد شده است. این خط مد ترکیبی از پارچه‌های دست‌بافت سنتی اتیوپی با طراحی معاصر است و آن شامل روسری‌های دست‌بافت، لباس‌های مدرن اتیوپی و دیگر لباس‌های دست‌بافت است. (تصویر ۳) پارچه‌های سفارشی از پنبه و ابریشم اری، برای هر مجموعه از لباس اتیوپی بافته می‌شود. پارچه‌های منحصر به فردی که نشان‌دهنده فرهنگ متفاوت اتیوپی است و این پارچه‌ها تبدیل به محصولات انحصاری مد اتیوپی می‌شوند. در هفته مد نیویورک در سپتامبر ۲۰۱۸، لباس‌های آفریقایی در مجموعه بهار و تابستان، استودیو ۱۸۹ به نمایش گذاشته شد که از دست‌بافته‌های پنبه‌ای تولید شده در بورکینافاسو و بریده و دوخته شده در غنا، با ویژگی مد پایدار تهیه شده بودند. (تصویر ۴) در حال حاضر تعدادی از کارآفرینان آفریقایی برای پیدا کردن هر آنچه که برای تولید لباس پایدار نیاز است و می‌تواند در مقیاس بین‌المللی فروخته شود تلاش می‌کنند. «دباشری سامانتا» لباس‌های هندی-غربی با پارچه‌های دست‌بافت، دارای حس و حال روستایی اما برای کمد لباس شهری طراحی می‌کند. این انتخاب یک شیوه زندگی است. (تصویر ۵) لباس طراحی شده توسط دباشری سامانتا هفته مد روز Lakme در پاییز زمستان ۲۰۱۶ است. Supezas یک شرکت سازگار با محیط‌زیست و مد الهام‌بخش است. این شرکت با زنان روستایی کار می‌کند تا لباس‌های ابریشمی سفارشی، از کرم ابریشم صلح‌آمیز اهی‌مسا و یا تاسار تولید کنند. (تصویر ۶) لباس‌های Supezas برای جوامع فقیرنشین، دست‌مزد منصفانه و توسعه پایدار به ارمغان می‌آورد و به احیای هنر در حال مرگ بافندگی کمک می‌کند.

نتیجه

به‌کار بردن پارچه‌های دست‌بافت با ویژگی‌های پایدار توسط طراحان در صنعت مد، با توجه به اهمیت ویژه این محصولات در جهان امروز، مورد توجه دوست‌داران محیط زیست قرار گرفته است. این کار می‌تواند ضمن ایجاد جهانی با آلودگی‌های زیستی کمتر به بهبود وضعیت صنایع دستی و امید به تلاش بیشتر بافندگان این منسوجات سنتی کمک نماید.

منابع در دفتر مجله موجود است.



تصویر ۳- خط مد Paradise Fashion در اتیوپی



حسگرها ابزارهایی هستند که تحت شرایط خاص، از خود واکنش‌های پیش‌بینی شده و موردانتظار نشان می‌دهند. شاید دماسنج را بتوان جزء اولین حسگرهای که بشر ساخت به حساب آورد. با توجه به وجود آمدن وسایل الکترونیکی و تحولات عظیمی که در چند دهه اخیر و در خلال قرن بیستم به وقوع پیوسته است، امروزه نیاز به ساخت حسگرهای دقیق‌تر، کوچک‌تر و با قابلیت‌های بیشتر احساس می‌شود.

اندازه‌گیری دقیق پارامترها در مقیاس بسیار ریز (نانو)، از قبیل تغییرات فیزیکی یا حضور گونه‌های شیمیایی مستلزم استفاده از حسگرهایی در مقیاس نانو است. نانو حسگرهای از عناصر حسگری در مقیاس نانو استفاده می‌کنند که حساسیت این نوع از نانومواد به حد کافی بالا می‌باشند.

همچنین موادی که از نانوحسگرها ساخته می‌شوند بایستی دوام و استحکام بالا و خواص الکتریکی خوبی داشته باشند. با پیشرفت علم در دنیا و پیدایش تجهیزات الکترونیکی و تحولات عظیمی که در چند دهه اخیر و در خلال قرن بیستم به وقوع پیوست، نیاز به ساخت حسگرهای دقیق‌تر، کوچک‌تر و دارای قابلیت‌های بیشتر احساس شد.

حسگرهایی که امروزه مورد استفاده قرار می‌گیرند، دارای حساسیت بالایی هستند به طوری که به مقادیر ناچیزی از هر گاز، گرما یا تشعشع حساسند. بالا بردن درجه حساسیت، بهره و دقت این حسگرها نیاز به کشف مواد و ابزارهای جدید دارد. با آغاز عصر نانو فناوری، حسگرها نیز تغییرات شگرفی داشته‌اند. یکی از نامزدهای ساخت حسگرها، نانولوله‌ها می‌باشد.

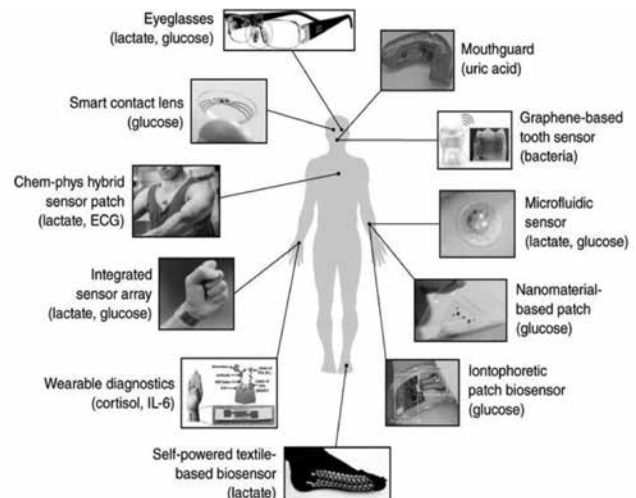
علاوه بر نانولوله‌های از نانو ذرات فلزی و نانوذرات مغناطیسی نیز استفاده می‌شود. تحقیقات نشان می‌دهد که نانولوله‌ها به نوع گازی که جذب آن‌ها می‌شود حساس می‌باشند؛ همچنین میدان الکتریکی خارجی، قدرت تغییر دادن ساختارهای گروهی از نانو لوله‌ها را دارد و نیز معلوم شده است که نانو لوله‌های کربنی به تغییر شکل مکانیکی از قبیل کشش حساس هستند. گاف انرژی نانولوله‌های کربنی به‌طور



نانوسنسور یا نانوحسگر وسیله‌ای است بسیار ظریف و در عین حال دقیق و حساس که قادر به شناسایی و ارائه پاسخ به محرک‌های فیزیکی است.

نانوحسگرها کاربردهای متعددی در علوم مختلف یافته‌اند. گستره عملکرد این حسگرها در ابعاد نانومتر است، به همین دلیل از دقت و واکنش‌پذیری بسیار بالایی برخوردارند؛ به طوری که حتی نسبت به حضور چند اتم از یک گاز هم عکس‌العمل نشان می‌دهند. از نانولوله‌ها، نانوذرات فلزی و نانوذرات مغناطیسی بیشتر برای ساخت حسگر استفاده می‌شود.

نانوحسگرها و حسگرهای توانمند شده با فناوری نانو کاربردهای مختلفی در صنایع گوناگون مانند حمل و نقل، ارتباطات، ساخت‌وساز و تسهیلات رفاهی، پزشکی، سلامتی، لباس و تجهیزات ورزشی و دفاعی دارند.

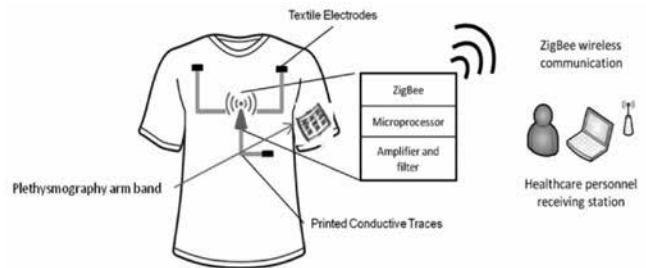




چشمگیری در پاسخ به این تغییر شکل‌ها می‌تواند تغییر کند. همچنین می‌توان با استفاده از مواد واسطه، مانند پلیمرها، نانولوله‌های کربنی را برای ساخت زیست حسگرها نیز توسعه داد. تحقیق در زمینه کاربرد نانولوله‌ها در حسگرها در حال توسعه و پیشرفت است و مطمئناً در آینده‌ای نه چندان دور شاهد بکارگیری آن‌ها در انواع مختلف حسگرها (مکانیکی، شیمیایی، تشعشی، حرارتی و ...) خواهیم بود.

حسگرهای نانویی

جهت کنترل وضعیت سلامت بدن طراحی شده‌اند:

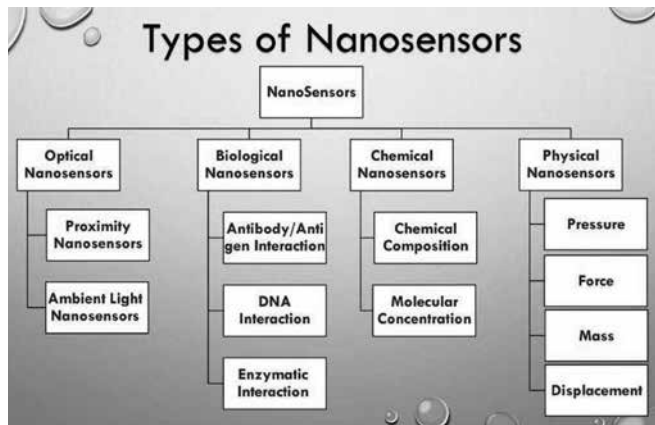


انواع نانوحسگرها

به چهار دسته طبقه‌بندی شده‌اند:

کاربرد نانوحسگرها

در زیر مثال‌هایی از کاربرد نانوحسگرها جهت آشنایی بیشتر آورده شده است:



حسگرها با استفاده از نانوسیم‌های نیمه‌هادی برای تعیین عناصر

این حسگرها قادر به تعیین یک گستره وسیع از بخارهای شیمیایی هستند. وقتی که پیوند مولکولی بین گاز مورد تجزیه و نانوسیم‌های ساخته شده از مواد نیمه‌رسانا برای مثال اکسید روی (ZnO) ایجاد می‌شود، هدایت سیم تغییر می‌کند. مقدار تغییر هدایت نانو سیم به میزان اتصال مولکول به سطح نانوسیم بستگی دارد. برای مثال، گاز دی اکسید نیتروژن هدایت نانو سیم را کاهش می‌دهد و منواکسیدکربن هدایت را افزایش می‌دهد.

نانولوله‌های کربنی و نانوسیم‌ها برای شناسایی باکتری و ویروس

این مواد اغلب می‌توانند برای شناسایی باکتری یا ویروس استفاده شوند. ابتدا نانولوله کربنی با اتصالات آنتی بادی (Antibody) عامل‌دار می‌شود. وقتی که باکتری یا ویروس با آنتی بادی پیوند برقرار می‌کند هدایت نانولوله تغییر می‌یابد. در روش دیگر نانولوله به فلز متصل می‌شود و یک ولتاژ از آن عبور می‌کند. وقتی یک باکتری یا ویروس با نانولوله پیوند برقرار می‌کند، جریان تغییر می‌یابد و یک سیگنال تولید می‌شود. دانشمندان معتقدند که این روش، یک روش سریع برای تشخیص باکتری می‌باشد.

نانوحسگرهای مولکولی مکانیکی

این وسیله جهت توسعه حسگرهایی که قادر به تعیین یک مولکول هستند استفاده می‌شوند. در این حسگرها وقتی که مولکول مورد تجزیه بر نوسانگر کانتیور قرار می‌گیرد، در فرکانس رزونانسی کانتیلیور تغییر ایجاد می‌شود. پوشش دادن کانتیور با مولکول‌های پذیرنده‌ای مانند آنتی بادی‌ها (که می‌توانند به‌صورت اختصاصی با باکتری، ویروس یا برخی زیست‌مولکول‌ها پیوند برقرار کنند)، کارایی سامانه را افزایش می‌دهد.

کاربرد نانوحسگرها در پارچه‌های هوشمند

نانولوله‌های کربنی جهت تهیه حسگرها در پارچه‌ها استفاده می‌شوند. از آنجا که ماهیت نانولوله‌ها توخالی می‌باشد، تحت فشار خارجی قطر نانولوله‌ها تغییر می‌کند. با سنجش این فشار شعاعی، فشار وارد شده بر روی نانولوله‌ها قابل اندازه‌گیری است.

همچنین از نانولوله‌های کربنی جهت ساخت حسگر حرارتی جهت استفاده در پارچه‌های هوشمند استفاده شده است. با تغییرات دمایی قطر و طول لوله تغییر می‌کند. همچنین ضریب انبساط حرارتی نانو لوله‌های کربنی تک دیواره در جهت محوری و شعاعی متفاوت هستند و وابسته به دما می‌باشد. از جمله از کاربرد این نوع حسگرها در لباس‌ها و کفش‌های ورزشی می‌باشد.



(در شماره آینده کاربرد نانوحسگرهای در لباس‌های ورزشی و تجهیزات ورزشی)

تأثیر تثبیت حرارتی پلی پروپیلن بر خواص بازگشت پذیری فرش خابدار تحت بارهای استاتیکی

فاطمه تقی پور^۱ | محمد قانع^۱ | سعید طالبیان^۱

چکیده

در سال‌های اخیر به طور گسترده‌ای از نخ‌های BCF پلی پروپیلن به عنوان نخ خاب و به عنوان بهترین جایگزین نخ‌های اکریلیکی یا پشمی در فرش‌های ماشینی استفاده شده است. خواص فشارپذیری فرش، عمدتاً متأثر از خواص فیزیکی نخ خاب مورد مصرف می‌باشد. هدف از انجام این مطالعه، بررسی اثر تثبیت حرارتی PP بر خواص بازگشت‌پذیری فرش (خابدار) تحت بارهای استاتیکی است. عملیات تثبیت حرارتی به همراه فریز با هدف ایجاد ارتجاعیت و جلوه‌های خاص در فرش ماشینی انجام می‌شود. در این تحقیق، خواص فشارپذیری فرش‌های تهیه شده از نخها، تحت بارهای استاتیکی اندازگیری و تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان می‌دهد که با افزایش دمای تثبیت حرارتی نمره نخ و میزان جمع‌شدگی موج نخ برای نخ‌های تثبیت شده افزایش می‌یابد، در حالیکه جمع‌شدگی، مدول اولیه و ازدیاد طول نخ‌هایی که تحت مراحل افزایش دما در تثبیت حرارتی قرار گرفته‌اند کاهش می‌یابد. به علاوه، با افزایش دمای تثبیت حرارتی ضخامت اولیه فرش و الاستیسیته فرش افزایش پیدا میکند. با افزایش فشار بخار، میانگین کاهش ضخامت میزان فشردگی کاهش پیدا میکند و فشار بخار بر روی سایر پارامترهای فشارپذیری فرش و خواص فیزیکی مکانیکی نخ‌ها بی‌تأثیر می‌باشد.

۱- مقدمه

امروزه به‌طور وسیعی از الیاف پلی پروپیلن به دلیل کیفیت مناسب و هزینه تولید پایین به عنوان یک جایگزین مناسب برای الیاف پشم، هم به‌صورت مخلوط با سایر الیاف و هم به شکل خالص به ویژه به صورت نخ BCF در صنعت فرش بافی استفاده می‌شود. لیف پلی پروپیلن (PP) در مقایسه با سایر الیاف، به‌ویژه پشم دارای جهندگی کمتری است. این خصوصیت در مورد استفاده خاص مانند نخ خاب در فرش ماشینی اهمیت بسیاری پیدا می‌کند. امروزه الیاف PP، با سطح مقطع دایره‌ای یا سه‌پره‌ای و یا به شکل توخالی و با هدف اصلی بهبود بخشیدن جهندگی آن تولید می‌گردند. این الیاف با داشتن حجم بیشتر، خواص ظاهری و قدرت پوشاندگی مطلوب‌تری خواهند داشت. فرآیند تثبیت حرارتی که به منظور ایجاد ثبات ابعادی در کالای نساجی و بهبود خواص مختلف آن صورت می‌گیرد، سبب تغییر در تبلور لیف، آرایش جدید زنجیرها و ... می‌گردد.

این تغییرات اعمال شده در ساختمان داخلی الیاف باعث به‌وجود آمدن تغییراتی در خواص آنها از جمله خواص رنگرزی، خصوصیات موج (برگشت‌پذیری)، حجم موج و ... تثبیت شدن نخ‌ها و ... می‌شود.

سرکشیک و همکارانش تأثیر پارامترهای دما و زمان بر ویژگی‌های نخ BCF پلی پروپیلن را مورد مطالعه و آزمایش قرار دادند. نتایج حاصل از آزمایشات آنها بیان می‌کند که عملیات تثبیت حرارتی سبب کاهش استحکام ویژه نخ‌های BCF می‌گردد. بر اساس نتایج حاصل، برخلاف استحکام ویژه، شرایط تثبیت حرارتی به خصوص دما در میزان کاهش مدول اولیه نخ‌ها تأثیر چشمگیرتری را داراست.

بر طبق این تحقیقات دو عامل زمان و دما در طی عملیات تثبیت حرارتی سبب کاهش جمع‌شدگی نخ‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای می‌شود، که این مورد مشابه یافته‌های میلر برای نخ‌های BCF نایلون است. همچنین بر اساس نمودارهای به دست آمده برای تغییرات برگشت‌پذیری نخ‌های BCF تثبیت حرارتی شده به مدت ۹۰ ثانیه در برابر دما، مشاهده شده که این فرآیند تأثیری مثبت بر روی برگشت‌پذیری نخ BCF پلی پروپیلن داشته است. نتایج حاصل از WAXS3 نشان می‌دهد که با افزایش

درجه حرارت، شاخص تبلور افزایش می‌یابد. از این تغییرات می‌توان دریافت که فرآیند تثبیت حرارتی بر روی ساختمان مولکولی نخ‌های BCF تغییر ایجاد می‌کند و عموماً عملیات تثبیت حرارتی سبب ساختار بندی یا تبلور مجدد می‌شود که نتیجه آن درجه تبلور بالاتر (تبدیل برخی از قسمت‌های آمورف به قسمت‌های بلورین) و آرایش یافتگی بهتر بلورهای کوچک در نخ می‌شود. یغمایی بر روی تأثیر برخی پارامترهای فریز بر روی خواص فیزیکی مکانیکی نخ - BCF پلی پروپیلن مطالعه کرد.

بررسی نتایج اندازه‌گیری شده نشان داد که با افزایش فشار محفظه فشاری جمع‌شدگی موج و در نتیجه آن، حجم نخ و خاصیت ارتجاعی افزایش می‌یابد و در نتیجه ظاهری مجعده‌تر با فاکت‌های بیشتر مهیا می‌گردد. اما در مقابل، کاهش در میزان استحکام و مدول، با افزایش فشار مشاهده شد. استحکام و مدول برای نخ‌هایی که تحت فرآیند فریز قرار نگرفته بودند بیشتر از بقیه نمونه‌ها بود. فشارپذیری؛ در واقع بررسی چگونگی تغییر ضخامت یا حجم ماده به علت تغییر نیرو یا فشار عمودی وارد بر سطح ماده است. نیروهای وارد بر فرش در طی مصرف شامل نیروهای استاتیکی (مانند نیروی وارد از سوی پایه‌های مبلمان) و دینامیکی (مانند نیروی ناشی از راه رفتن روی فرش) می‌باشند. یکی از تأثیرات این نیروها بر روی فرش، کاهش قابلیت ارتجاعی فرش (قدرت بازگشت‌پذیری به حالت اولیه با گذشت زمان) است. پارامترهای فشارپذیری شامل انرژی فشردگی WC، انرژی برگشت‌پذیری WC، خاصیت ارتجاعی RC و فاکتور فشارپذیری EMC هستند که به صورت زیر تعریف می‌شوند:

$$WC = \int_{T_{OR}}^{T_m} P dt \quad (1) \quad W'C = \int_{T_m}^{T_{OR}} P dt \quad (2)$$

$$RC = \frac{WC}{W'C} \quad (3) \quad EMC = 1 - \frac{T_m}{T_{OR}} \quad (4)$$

T_{OR} ضخامت اولیه فرش، T_m ضخامت فرش در بیشترین فشار و P تابع فشار می‌باشد



۲- تجربیات

تمامی نمونه‌های بافته شده به‌طور همزمان با هم و به‌صورت موازی تولید گردیدند تا از هرگونه اختلافی در مرحله تولید جلوگیری به عمل آید. جدول ۱-۲ نشان‌دهنده مشخصات ساختاری فرش‌های بافته شده است. جهت اندازه‌گیری میزان کاهش ضخامت فرش‌های تولید شده مطابق با استاندارد ISO 3416 با استفاده از دستگاه بارگذاری استاتیکی نمونه‌هایی به ابعاد $100\text{mm} \times 100\text{mm}$ تهیه شد. نمونه‌ها به مدت ۲۴ ساعت تحت شرایط آزمایشگاهی قرار گرفتند. پس از آن تحت فشار ۷۰۰ کیلوپاسکال به مدت ۲۴ ساعت تحت بارگذاری استاتیک قرار گرفتند. فشار استاندارد اندازه‌گیری ضخامت قبل از بارگذاری ۲ KPa و زمان‌های اندازه‌گیری ضخامت ۲ دقیقه، ۱ ساعت و ۲۴ ساعت بعد از برداشتن بار بود. این اندازه‌گیری ۵ بار برای هر نمونه فرش تکرار شد. ضخامت فرش‌ها طبق استاندارد ISO 1765 توسط دستگاه ضخامت‌سنج اندازه‌گیری شد. میانگین کاهش ضخامت برای هر یک از نمونه‌ها طبق رابطه زیر محاسبه شد:

$$\% \Delta D = \frac{D_0 - D_i}{D_i} \times 100 \quad (5)$$

جدول ۱- مشخصات ساختاری نمونه فرش‌های تولید شده

جنس نخ تار سفت بافت	پنبه- پلی‌استر
نمره نخ تار سفت بافت	۲۰/۵ انگلیسی
جنس نخ تار شل بافت	فیلامنت پلی‌پروپیلن
نمره نخ تار شل بافت	۱۴۰۰ دنیر
جنس نخ پود	جوت
نمره نخ پود	۱۶ LBS (lbs) وزن ۱۴۴۰۰ یارد نخ بر (حسب پوند است.)
تراکم تار در متر (نمره شانه)	۳۰۰
تراکم پودی	۱۰۰۰
ارتفاع خاب (تنظیم شده روی ماشین)	۱۳ میلی‌متر

برداشتن بار می‌باشد. علاوه بر میانگین کاهش ضخامت، سایر پارامترهای فشارپذیری فرش بر اساس روش نیهات و همکارانش محاسبه شد.

آنها برای بررسی نتایج استاتیکی فرش‌ها ۴ پارامتر کلی شامل میزان فشردگی S، میزان تغییر شکل پایدار D_p ، میزان الاستیسیته پس از بازگشت‌پذیری به مدت ۲۴ ساعت E و میزان بازگشت‌پذیری در هر دوره بازگشت‌پذیری R را به صورت زیر تعریف کردند:

که $\% \Delta D$ میانگین کاهش ضخامت به درصد، D_0 میزان ضخامت اولیه فرش و D_i ضخامت‌های اندازه‌گیری شده در دوره‌های ۲ دقیقه، ۱ ساعت و ۲۴ ساعت پس از

جدول ۲- نتایج حاصل از بارگذاری استاتیکی

کد نمونه	میانگین ضخامت اولیه (mm)	میانگین کاهش ضخامت برای ۲ دقیقه (%)	میانگین کاهش ضخامت برای ۱ ساعت (%)	میانگین کاهش ضخامت برای ۲۴ ساعت (%)
A1	۱۲/۵۸	۵۵/۱۱	۴۵/۱۷	۳۳/۷۹
A2	۱۲/۵۶	۵۲/۹۳	۴۳/۶۸	۳۰/۸۶
A3	۱۲/۵۰	۵۳/۰۲	۴۲/۵۳	۳۱/۰۱
A4	۱۲/۳۲	۵۲/۳۷	۴۳/۰۵	۲۸/۸۲
A5	۱۲/۷۴	۵۵/۲۹	۴۵/۲۹	۳۰/۲۱
A6	۱۳/۰۴	۵۰/۵۱	۳۹/۷۱	۲۸/۷۰
A7	۱۳/۶۶	۵۲/۱۳	۴۲/۷۹	۳۰/۰۶
A8	۱۳/۰۷	۵۲/۶۷	۴۲/۱۴	۳۰/۴۴
A9	۱۳/۰۵	۵۲/۱۴	۴۲/۲۲	۲۹/۰۶
A10	۱۳/۸۱	۵۰/۶۶	۴۰/۷۸	۲۷/۰۵
A11	۱۳/۶۲	۵۲/۱۳	۴۱/۱۲	۲۷/۸۸
A12	۱۳/۰۸	۵۰/۵۳	۴۰/۳۱	۲۶/۴۹
A13	۱۳/۳۶	۵۱/۹۶	۴۱/۹۷	۲۹/۰۳
A14	۱۳/۵۱	۵۱/۷۳	۴۱/۷۹	۲۷/۷۹
انحراف معیار	۰/۴۷۸	۱/۴۵۱	۱/۶۳۴	۱/۸۸۴
نمونه شاهد	۱۲/۳۰	۵۰/۸۹	۴۰/۸۹	۲۷/۷۸



درصدهای R_1, R_2, R_3 و درصد بازگشت پذیری پس از به ترتیب ۲ دقیقه، ۱ ساعت و ۲۴ ساعت می باشد. طبق مشاهدات، ضخامت اولیه فرش ها بر اثر عملیات تثبیت حرارتی و تحت تأثیر افزایش دما (به دلیل تغییرات ساختاری ایجاد شده در نخها) افزایش می یابد. با بررسی میانگین کاهش ضخامت بعد از ۲ دقیقه می توان دریافت که نتایج حاصل تفاوت معنی داری ندارند، زیرا ۲ دقیقه زمان کافی برای برگشت به حالت اولیه نمی باشد. در حالی که با بررسی نتایج این تحقیق و سایر مطالعات صورت گرفته، میانگین کاهش ضخامت پس از ۱ ساعت تحت تأثیر دما و فشار در طول عملیات تثبیت حرارتی، کاهش می یابد. همچنین دما، فشار و نیز اثر توأم این دو پارامتر موجب کاهش میانگین کاهش ضخامت پس از ۲۴ ساعت می گردند و این به این معنی است که با افزایش دمای تثبیت حرارتی، بازگشت پذیری به حالت اولیه بهبود پیدا کرده است. با توجه به نتایج حاصل، افزایش پارامترهای دما و فشار در کاهش میزان فشردگی تأثیر معنادار داشته است. همچنین با افزایش دما، میزان تغییر شکل D_p کاهش می یابد، چون با افزایش دما میزان جمع شدگی و در نتیجه میزان تغییر شکل کاهش می یابد. با بررسی نتایج حاصل می توان دریافت که با افزایش دمای تثبیت حرارتی، الاستیسیته E و نیز بازگشت پذیری پس از ۲۴ ساعت (R_3) افزایش پیدا کرده است.

۴- نتیجه گیری

بررسی نتایج نشان داد که با افزایش دما، نمره نخ و میزان جمع شدگی موج نخ افزایش می یابد، در حالی که جمع شدگی، مدول اولی و ازدیاد طول نخها کاهش می یابد. همچنین با افزایش دما، ضخامت اولیه و الاستیسیته فرش افزایش پیدا می کند، در حالی که میانگین کاهش ضخامت بعد از ۱ ساعت و ۲۴ ساعت و میزان تغییر شکل و نیز میزان فشردگی، روند کاهشی پیدا می کنند.

$$\delta_s = h_o - h_1 \quad (7) \quad \delta = h_o - h \quad (6)$$

$$\delta_R = h - h_1 \quad (9) \quad \delta_p = h_o - h_3 \quad (8)$$

$$S = \delta_s / h_o \times 100\% \quad (11) \quad h_1 = \delta / h_o \times 100 \quad (10)$$

$$E = \delta_E / \delta_s \times 100\% \quad (13) \quad D_p = \delta_p / h_o \times 100\% \quad (12)$$

$$R = \delta_R / \delta_s \times 100\% \quad (14)$$

که h ضخامت متوسط اندازه گیری شده پس از بازگشت پذیری بعد از حذف بارگذاری استاتیکی، h_o ضخامت متوسط اولیه فرش در فشار استاندارد ۲ KPa قبل از بارگذاری استاتیکی، h_1, h_2, h_3 ضخامت متوسط اندازه گیری شده پس از بازگشت پذیری به مدت به ترتیب ۲ دقیقه، ۱ ساعت و ۲۴ ساعت است. δ تفاوت بین ضخامت اولیه و ضخامت اندازه گیری شده پس از بازگشت پذیری، δ_p و δ_s تفاوت بین ضخامت اولیه و ضخامت اندازه گیری شده پس از بازگشت پذیری به مدت به ترتیب ۲ دقیقه و ۲۴ ساعت می باشد. δ_E تفاوت بین بازگشت پذیری ضخامت بعد از ۲۴ ساعت و ۲ دقیقه است. δ_R تفاوت بین بازگشت پذیری ضخامت در هر دوره بازگشت پذیری و ضخامت بعد از بازگشت پذیری به مدت ۲ دقیقه می باشد.

۳- بحث و نتایج

در جدول بالا که نتایج حاصل از بارگذاری استاتیکی بر روی نمونه ها را نشان می دهد

جدول ۳- نتایج حاصل از D_p, E و R و نیز R_1, R_2 و R_3 بدست آمده از بارگذاری استاتیکی

کد نمونه	(%) S	(%) DP	(%) E	(%) R1	(%) R2	(%) R3
A1	۵۵/۰۲	۳۱/۷۱	۴۲/۵۹	-	۱۸/۱۳	۴۲/۵۹
A2	۵۲/۸۵	۳۰/۸۳	۴۱/۶۶	-	۱۷/۵۵	۴۱/۶۶
A3	۵۲/۹۸	۳۰/۹۷	۴۱/۵۵	-	۱۹/۹۹	۴۱/۵۵
A4	۵۲/۳۶	۲۸/۷۸	۴۵/۱۰	-	۱۷/۸۷	۴۵/۱۰
A5	۵۵/۱۴	۳۰/۹۷	۴۴/۰۵	-	۱۸/۱۹	۴۴/۰۵
A6	۵۰/۵۱	۷۰/۲۸	۴۳/۲۶	-	۲۱/۴۲	۴۳/۲۶
A7	۵۲/۰۹	۳۰/۰۱	۴۲/۴۶	-	۱۷/۹۵	۴۲/۴۶
A8	۵۲/۶۹	۳۰/۴۵	۴۲/۲۰	-	۲۰/۰۴	۴۲/۲۰
A9	۵۲/۱۰	۲۹/۰۲	۴۴/۳۴	-	۱۸/۹۹	۴۴/۳۴
A10	۵۰/۶۶	۲۶/۹۹	۴۶/۷۴	-	۱۹/۵۹	۴۶/۷۴
A11	۵۲/۱۰	۲۷/۸۷	۴۶/۵۶	-	۲۱/۲۰	۴۶/۵۶
A12	۵۰/۴۹	۲۶/۵۰	۴۷/۵۵	-	۲۰/۲۱	۴۷/۵۵
A13	۵۱/۹۴	۲۹/۰۳	۴۴/۱۶	-	۱۹/۱۹	۴۴/۱۶
A14	۵۱/۷۴	۲۷/۸۳	۴۶/۱۹	-	۱۹/۱۲	۴۶/۱۹
نمونه شاهد	۵۰/۸۸	۲۷/۷۶	۴۵/۴۸	-	۱۹/۶۹	۴۵/۴۸



IN THE NAME OF GOD
NASSAJI EMROUZ
IRANIAN SCIENTIFIC, TECHNICAL
AND INDUSTRIAL TEXTILE JOURNAL
MONTHLY MAGAZINE
Vol.21, No. 198, August 2019
ISSN 1735-2177

Index

■ Editorial	
Industry and University continue to seek communication!/Publisher	2
■ Viewpoint	
Moving forward garment retailing/N.Esmaeilpour	3
■ analytical report	
Experience of government support for Turkish textile and apparel industry/ E. Soltani	7
■ Feedback	
19 Country record zero elimination of national currency	14
The impact of eliminating four zeros from the budget	15
■ Report	
ITMA, a manifestation for textile sciences application/M.Bayani	16
A monitoring plan for the sake of textile industry	24
We will stand at the top of the shopping malls	28
We stay altogether	34
The expert force training, the essential mission of universities	37
■ Special report	
Iran Superior Unites of textile and apparel on the Day of Textile & Mining 2019	45
■ Information	
Denim and its prospects/T.Molana	46
Vietnam and India boost corporation in apparel industry/M.Gahremani	49
India in global textile and apparel industry	50
Superb skins from the sea/B.Abtahi	53
World News	54
■ Textile by web	
■ History of Iran textile industry	
Research on development of Iranian apparel in different era/A.Shirzadeh	78
■ Apparel	
Handmade sustainability aspect among a group of fashion designers/ S.Bagheri, A.Ebrahimbeigi	88
■ Sport Textiles	
Nano sensors /F.Nayebmorad	91
■ Textile Technology	
Influence of stabilization of polypropylene on reversible properties of volatile carpets under static loads /F.Taghipour,M.Ghane,S.Talebian	93
■ Subscription	

Publisher and general director:

S.Sh. Emami Raouf

Editor in chief:

S.J.Ghadiri

Correspondents:

M.Bayani (Editor)

A.Emami

Editorial Board:

Sh. Kazemi

M. Shanbeh

M. A. Tavanaie

Information and scientific editor:

A. Movahed

International Relations manager:

T.Molana

Advisory Board:

Dr.Ekrem Hayri Peker

Public relations and advertising Director:

S.Z.Tabatabaee

Contributors:

H.Amini

A.H.Emami

Subscription:

M.Darvish

Design & Infographic:

S.Nezam Eslami

Lay out:

Nassaji Emrouz

Published:

Karafarinan

+98 (021) 88808229

Website:



Telegram:



Address:

IRAN, Tehran,
P.O.Box 13185-1639

Tel:

+98 (21) 66906820

info@NassajiEmrouz.com

www.NassajiEmrouz.ir