



به نام آنکه جان را فکرت آموخت
ماهنامه علمی، پژوهشی و صنعتی
نساجی امروز
سال بیست و سوم، شماره دویست و بیست و پنجم،
آذر ۱۴۰۰
 ISSN 1735-2177

فهرست عناوین مقالات

- سر مقاله**
 ۲..... یکپارچگی قوا در خدمت یکپارچگی مردم/ مدیرمسئول
- دیدگاه**
 ۳..... شرایط پیش از کرونا تکرار نخواهد شد/ بهرام شهریاری
 ۵..... تله افساید/ رضا و هادی باقری
 ۱۲..... مردم کجا هستند/ سیدعلی سجادیان
- گزارش**
 ۱۶..... به فکر برندسازی باشیم/ مینا بیانی
 ۲۸..... گزارشی از برگزاری وبینار تأمین مالی نوین زنجیره تأمین صنایع نساجی و پوشاک
- نساجی دیگران**
 ۳۰..... داستان غم‌انگیز کار آفرینان مستبد
- جامعه متخصصین نساجی ایران**
 ۳۲..... تداوم جولان البسه قاچاق پوشاک قاچاق بنگلادشی در حال تسخیر بازار/ علیرضا حانری
 ۳۴..... توان صنعت فرش ماشینی ایران برای رقابت با رقبای خارجی
- نساجی در وب**
 ۴۰..... وب‌نگار نساجی امروز/ مینا بیانی
 ۵۴..... تغییرات/ مینا بیانی
 ۵۷..... تاسیسات
- منسوجات فنی**
 ۵۸..... تولید و بررسی راحتی پارچه شبه گورتکس با لایه میانی نانوالیاف پلی‌یورتان/ مرضیه میرزایی باغینی، مریم یوسف زاده، علی‌اکبر قره‌آغاچی
- منسوجات ورزشی**
 ۶۱..... مواد ضد میکروب در صنعت نساجی/ فرناز نایب مراد
- نانو**
 ۶۵..... بررسی رنگرزی کالای پنبه‌ای با ماده رنگرزی ری اکتیو در حضور نانو ذره/ پروانه رهسپار رودباری و جواد مختاری
- اطلاع‌رسانی**
 ۶۹..... پیمان سبز (استراتژی اتحادیه اروپا برای منسوجات پایدار)/ تهمینه مولانا
 ۷۱..... قواعد بازار پنبه و چشم انداز قیمت/ آزاده موحد
 ۸۲..... راهکارهای نوآورانه و پایا در صنعت الیاف آمریکا
 ۸۳..... کاهش ۹۰ درصدی سود صنعت مد در جهان در سال ۲۰۲۰
 ۸۶..... اخبار جهان
- تاریخ نساجی ایران**
 ۹۴..... پژوهشی در بهره‌گیری از ابریشم در صنعت نساجی/ اکبر شیرزاد
- فرم اشتراک**

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

مهندس سید شجاع الدین امامی رئوف

سردبیر: مهندس سعید جلالی قدیری

سرویس خبر و گزارش: مینا بیانی

(دبیر سرویس)، شبنم سادات امامی رئوف

سرویس علمی و اطلاع‌رسانی:

دکتر شاهین کاظمی - مهندس محسن

شنبه - دکتر محمدعلی توانایی - مهندس

آزاده موحد (دبیر سرویس)

سرویس بین الملل: تهمینه مولانا

پذیرش آگهی و روابط عمومی:

مهندس سید ضیاء الدین طباطبایی

امور مشترکین:

مهندس مهدیه درویش کوشالی

همکاران تحریریه این شماره:

سید امیرحسین امامی - سید ضیاء الدین

امامی رئوف - منیره السادات مطهری فرد - نرجس

جمالی - اکرم باقری

طراح و گرافیک:

مهندس سارا نظام الاسلامی

چاپخانه: نفیس نگار

صحافی: آبتوس

طراحی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی:

آنتیه 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

نگاه اجمالی به دوره صد روزه ابتدایی دولت سیزدهم و مقایسه آن با دوره‌های مشابه در دولت‌های قبلی، اگر چه نمی‌تواند مقیاس خوبی برای پیش‌بینی آینده باشد اما می‌تواند تا حدودی روند کلی پیش‌رو را تصویر کند. اگر چه در این مجال کوتاه، قصد تحلیل این روندها را نداریم اما نکته مهمی که می‌توان به آن اشاره نمود لزوم توجه دولتمردان به خواست عمومی مردم است. متأسفانه در سالیان گذشته و با تغییر دولت‌ها شاهد تکرار سناریوهای مختلف و در نهایت عدم حصول نتیجه مطلوب و تشدید نارضایتی‌ها بوده‌ایم...

چندی پیش که دولت سزدهم به پاستور آمد؛ برخی کنشگران سیاسی امیدوار بودند تا با همگرایی سیاسی موجود بین قوای سه‌گانه شاهد اخذ تصمیم‌های قاطعانه و بزرگی در عرصه اقتصاد سیاسی و اقتصادی کشور باشیم و بعد از سال‌ها شاهد اعمال اصلاحات و اتخاذ تصمیمات با اجماع حداکثری در حاکمیت باشیم که مهم‌ترین آنها می‌تواند اتخاذ تصمیم در خصوص برجام در روابط بین‌المللی باشد که در دوره‌های گذشته همواره محل اختلاف جناح‌های مختلف سیاسی کشور بوده است و بسیار امیدواریم در دوره‌های جاری این موضوع به سرانجام مناسبی برسد که منافع ملی کشور را تأمین نماید.

موضوع دیگری که متأسفانه در روزهای اخیر شاهدیم موضوع کنترل دستوری قیمت‌هاست که متأسفانه دولتمردان با اخبار پوپولیستی به آن دامن می‌زنند. واقعیت این است که با رکود تورمی و بیماری‌های مزمن اقتصادی دست و پنجه نرم می‌کند، اصولاً سیاست‌های پایداری در اقتصاد ندارد و هنوز عزم و اراده‌ای برای اخذ تصمیمات تعیین‌کننده اقتصادی و قوانین موجود در خصوص ارز ۴۲۰۰ تومانی و مبنای محاسبات گمرک در این خصوص وجود ندارد؛ چطور می‌تواند با برخورد‌های پلیسی، امنیتی و قضایی قیمت‌ها را کنترل نماید و با اصول اساسی اقتصاد و عرضه و تقاضا در بازار مقابله کند؟

بدون شک برخورد‌های پلیسی و امنیتی جز فرار سرمایه‌ها و مغزها و بازگشت به عقب، دستاوردی برای دولت جدید نخواهد داشت. بسیار شایسته است اکنون که اتفاق نظر و اتحادی در بین قوای حاکم در اداره کشور صورت گرفته است؛ این اتحاد در خدمت خواسته مردم قرار گیرد و منجر به هم‌افزایی بیشتر و همیت ملی گردد نه این که خدای ناکرده این اتحاد به ایجاد تفرقه بین مردم و شکل‌گیری و سازماندهی طبقات اجتماعی و سیاسی مختلف و بعضاً در تضاد با یکدیگر منجر شود. امیدواریم یکپارچگی قوا در خدمت یکپارچگی ملت باشد.

مدیرمسئول

شرایط پیش از کرونا تکرار نخواهد شد



گفت‌وگو با مهندس بهرام شهریاری - مدیرعامل شرکت طرح بافت رایان و نایب رئیس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران

اشاره:

مهندس شهریاری بر این باور است دیگر روزهای پیش از کرونا را تجربه نخواهیم کرد چون فروش آنلاین به اوج خود رسیده و دیگر تجربه‌های خوب و ماندگار خرید در فروشگاه‌های فیزیکی تکرار نمی‌شوند اما به شخصه نسبت به آینده بازار مخصوصاً در روزهای پایانی سال و شب عید بسیار خوش بین هستیم.

وی ادامه داد: «به اعتقاد من در دو سال اخیر از نظر کیفیت رشد قابل توجهی تجربه کردیم علی‌رغم این که بازار چندان خوبی وجود نداشت. از سوی دیگر فروشگاه‌های آنلاین به رشد و توسعه مطلوبی رسیده‌اند که بسیاری از آنان عملکرد موفقی دارند و توانسته‌اند جایگاه خود را نزد مردم تحکیم کنند.»

وی در زمینه تهیه ماشین‌آلات صنعتی هم معتقد بود می‌توان ماشین‌آلات چینی را جایگزین ماشین‌های مستعمل و مستهلک اروپایی و ژاپنی کرد، این امر علی‌رغم تمایل قلبی صنعتگران ماست چون همیشه نسبت به خرید ماشین‌های اروپایی و ژاپنی تمایل بیشتری داشته و دارند اما باید پذیرفت که تحریم‌ها و FATF دیگر اجازه این کار را نمی‌دهند.

«در حال حاضر شرایط صنعت پوشاک را

چگونه ارزیابی می‌کنید؟

متأسفانه دو سال گذشته که می‌توانست سال طلایی برای صنعت پوشاک ایران باشد؛ گسترش کرونا شرایط نامطلوبی را به ما تحمیل کرد و کل زنجیره ارزش پوشاک متحمل صدمات فراوانی شدند. در حال حاضر سراسر کشور تحت پوشش واکسیناسیون قرار گرفته‌اند و بعید می‌دانم دولت بار دیگر به سمت قرنطینه و تعطیلی اجباری فروشگاه‌ها حرکت کند چون بزرگ‌ترین مشکل صنعت نساجی در این دو سال، تعطیلی مراکز خرید و بازارها بوده که طبعاً پس از چندین ماه تأثیرات خود را در تمام زنجیره صنایع نساجی و پوشاک گذاشت.

اطمینان دارم دیگر روزهای پیش از کرونا را تجربه نخواهیم کرد چون فروش آنلاین به اوج خود رسیده و دیگر تجربه‌های خوب و ماندگار خرید در فروشگاه‌های فیزیکی تکرار نمی‌شوند اما به شخصه نسبت به آینده بازار مخصوصاً در روزهای پایانی سال و شب عید

بسیار خوش بین هستیم.

مدتی است از نظر عدم تعطیلی‌های سراسری در بازار به ثبات نسبی رسیده‌ایم، اغلب فروشگاه‌ها فعالیت خود را از سر گرفته‌اند اما خسارتی که در این دو سال تحمل کرده‌ایم، به سادگی جبران پذیر نیست به خصوص این که رفتار مشتریان و مردم به دوران پیش از کرونا بازنگشته و همچنان با احتیاط در مراکز خرید حضور می‌یابند و به دلیل تنگناهای اقتصادی، کمتر به تهیه پوشاک به‌عنوان مایحتاج اصلی و ضروری خانواده خود توجه می‌کنند. امید داریم برای شب عید امسال بازار پر رونق و خوبی پیش رویمان قرار گیرد و بعد دو سال حق صنعت پوشاک است که شروع تازه‌ای تجربه کند.

از نظر کیفی هم محصولات ایرانی به رشد چشمگیری رسیده و توانسته خود را به سطح قابل قبول‌تری نزدیک کند البته نمی‌توان ادعا کرد کیفیت پوشاک در تمام بخش‌ها، همیشه مطلوب است چون کیفیت و قیمت دو امر نسبی هستند که در کنار هم ارزش کالا را

تعریف می‌کنند. به اعتقاد من در دو سال اخیر از نظر کیفیت رشد قابل توجهی تجربه کردیم. علی‌رغم این که بازار چندان خوبی وجد نداشت. از سوی دیگر فروشگاه‌های آنلاین به رشد و توسعه مطلوبی رسیده‌اند که بسیاری از آنان عملکرد موفقی دارند و توانسته‌اند جایگاه خود را نزد مردم تحکیم کنند.

نکته آزردهنده و آسیب‌رسان به زنجیره ارزش و تأمین پوشاک در آینده موضوع فروشگاه‌داری است. روزگاری لوکوموتیو کل صنایع نساجی، صنعت پوشاک بود ولی امروز فروش پوشاک ایرانی قادر به حرکت قطار صنایع نساجی است و ما را در رسیدن به اهدافمان یاری می‌نماید. اگر نتوانیم پوشاک باکیفیت خود را به سهولت بفروشیم، در آینده با مشکلات جدی روبرو خواهیم شد زیرا مقوله فروش به دو بخش داخلی و خارجی تقسیم می‌شود، صادرات که از دیدگاه من فعلاً منتفی است و نمی‌توانیم به راحتی ارز حاصل از صادرات را به سیستم بازگردانیم. می‌دانیم که هزینه‌های تولید بسیار بالاست و علی‌رغم این که فکر می‌کنیم به دلیل افزایش نرخ ارز، قادر به صادرات هستیم اصلاً این گونه نیست و مزیت صادراتی از نظر قیمت نداریم.

دوم این که ورود به بازارهای صادراتی به سهولت دهه‌های ۷۰ و ۸۰ نیست چون بازارهای دنیا به دلیل فعالیت گسترده کشورهایی مانند ویتنام، بنگلادش، ترکیه و ... از نظر پوشاک اشباع شده‌اند و ورود به یک بازار جدید مستلزم صرف هزینه‌های کلان و سرمایه‌گذاری هنگفت است و کمتر تولیدکننده پوشاک در ایران توان پرداخت چنین هزینه‌هایی را دارد. پس اگر دولتمردان خود را نیازمند ارزهای صادراتی از محل صنعت پوشاک می‌دانند باید سرمایه‌گذاری مناسب و موثر انجام دهند هرچند بعید می‌دانم چنین بینش و نگرشی در دولت وجود داشته باشد!

در صنعت خرده فروشی نیازمند آموزش عرضه‌کنندگان پوشاک و مدیران فروشگاه‌های

سطح کشور هستیم در غیر این صورت بازار داخلی به دلیل عدم توانمندی فعالان خرده‌فروشی از دست خواهد رفت.

۴ طی یک سال اخیر صنعتگران و فعالان پوشاک (و به طور اخص شاخه فعالیت جنابعالی) بیشتر با چالش‌هایی مواجه بودند و آیا راهکار/ راهکارهایی برای مقابله یا حل آنها دارد؟

طبعاً مهم‌ترین چالش، پاندمی کرونا بود و بعد از آن تهیه مواد اولیه. متأسفانه به دلیل محدودیت‌های ارزی و افت بازرگانی خارج کشور به دلیل کرونا و بحث تحریم‌ها و FATF بازار مواد اولیه صنعت پوشاک در شرایط دشواری قرار گرفت و همچنان ادامه دارد. متأسفانه هنوز در این صنعت به مواد اولیه باکیفیت و متنوع (مانند پارچه) دسترسی نداریم اگرچه در بعضی رسته‌ها مانند پارچه حلقوی- پودی کاملاً خودکفا هستیم اما تولیدکنندگان پارچه در مقطعی از زمان با مشکلاتی در تأمین نخ روبرو می‌شوند که در صورت عدم واردات نخ، واحدهای بافندگی دچار مشکل می‌شوند چون تولید داخل از نظر کمی و کیفی قادر به رفع نیازهای بازار داخلی نیست لذا واردات گریزناپذیر به نظر می‌رسد. در مجموع با دو چالش اصلی یعنی «کرونا» و «تهیه مواد اولیه» دست و پنجه نرم کردیم و در کنار این مشکلات عمده، طبعاً بازاری و نوسازی ماشین‌آلات خطوط تولید و تأمین قطعات یدکی رتبه‌های بعدی مشکلات تولیدکننده ایرانی را به خود اختصاص می‌دهد.

۴ تحریم‌ها و نوسانات نرخ دلار، چه تبعاتی بر تعامل و مراودات فنی و تجاری فعالان این صنعت گذاشته است؟

متأسفانه حدود ۹۵ درصد تعاملات بین‌المللی ما در تهیه ماشین‌آلات و قطعات یدکی متوقف شده و مجبوریم از طریق یک کشور واسط مانند

ترکیه با پرداخت هزینه‌های چندبرابری به واردات دستگاه‌های صنعتی بپردازیم در برخی مواقع نیز اصلاً قادر به تهیه ماشین‌آلات نیستیم و فکر می‌کنم در صورت تداوم این شرایط، طی یک سال آینده با بحران جدی واردات دستگاه‌ها و قطعات یدکی ساخت اروپا و ژاپن روبرو شویم. البته صنعت نساجی چین در حال توسعه روزافزون است و به دلیل روابط مطلوب با این کشور می‌توان ماشین‌آلات چینی را جایگزین ماشین‌های مستعمل و مستهلک اروپایی و ژاپنی کرد، این امر علی‌رغم تمایل قلبی صنعتگران ماست چون همیشه نسبت به خرید ماشین‌های اروپایی و ژاپنی تمایل بیشتری داشته و دارند اما باید پذیرفت که تحریم‌ها و FATF دیگر اجازه این کار را نمی‌دهند.

۴ تحلیل شما در مورد طرح شناسه کالا چیست و فکر می‌کنید تا چه میزان در مهار قاچاق موثر است؟

شناسه کالا به تنهایی نمی‌تواند در مهار قاچاق موثر باشد. به اعتقاد من این طرح در کنار کد رهگیری کالا و صندوق‌های مکانیزه فروش تا حد قابل قبولی جلوی قاچاق پوشاک را خواهند گرفت در واقع سه مولفه مذکور، پایه‌های اصلی مبارزه با قاچاق را شکل می‌دهند. اگر صندوق‌های مکانیزه به شناسه کالا متصل باشند و تعیین میزان فروش بر مبنای کد شناسه صورت گیرد؛ و کد رهگیری و مسیر جابجایی کالاها میان کارخانه یا گمرکات تا فروشگاه‌ها و انبارها بسیار ثمربخش است. طبعاً این سه مولفه در یک مقطع زمانی واحد نمی‌توانند راه‌اندازی شوند و نیازمند بسترسازی‌های مناسب هستیم فکر می‌کنم طرح شناسه کالا باید زودتر اجرایی می‌شد تا در ادامه سایر مولفه‌ها آماده و عملیاتی شوند و به‌عنوان یک نقطه مشترک موضوع قاچاق را تا حد قابل قبولی کنترل کنند.

تهیه و تنظیم: سیدضیاءالدین امامی رؤف



تله آفساید!

تهیه و تنظیم: مینا بیانی

اشاره:

وقتی می‌شنویم «تهیه مواد اولیه دو هفته زمان می‌برد اما خرید مواد مخدر بیشتر از پنج دقیقه طول نمی‌کشد»، به خود می‌لرزیم. وقتی از «تفکر راحت طلبانه و عدم مسئولیت‌پذیری نسل جوان» صحبت می‌شود به فکر فرو می‌رویم و سرانجام وقتی «عقل می‌گوید ورود به میدان تولید را به کسی توصیه نکنید اما دل حرف دیگری می‌زند» دچار تردید می‌شویم... برادران باقری حرف‌های زیادی برای گفتن دارند از امیدهایشان برای رشد و توسعه صنعت پوشاک تا دغدغه‌های تهیه به موقع مواد اولیه، از حکمرانی منافع شخصی بر منافع گروهی تا پیشرفت قابل‌تحسین صنعت پوشاک در بنگلادش و ما که هنوز درگیر خرید پنبه و دکمه و زیپ هستیم! شاید اگر این گفت‌وگو با بحث فوتبال و گری خوانی سرخابی‌های پایتخت شروع نمی‌شد؛ طعم تلخ حقیقت بسیار گزنده‌تر به نظر می‌رسید. دوستی می‌گفت «همیشه تولیدکننده در تله آفساید گرفتار می‌شود». تعبیر درستی بود؟! قضاوت با شماست...

«تمام کشورها از جمله ایران دو سال بحرانی را تجربه کردند و اغلب کسب و کارها دچار آسیب‌های شدید به خاطر کرونا شدند؛ ارزیابی شما از تبعات کرونا بر صنعت پوشاک کشور چیست؟

ابتدا از فرصتی که در اختیار مجموعه ما قرار دادید، سپاسگزارم و امیدوارم محصل این گفت‌وگو کمک کوچکی برای رفع موانع و مشکلات فراوان صنعت پوشاک ایران باشد. ای‌کاش پدرم هم در این گفت‌وگو حاضر بودند زیرا حرف‌های زیادی از اوضاع و شرایط تولید در گذشته و حال حاضر برای گفتن دارند. به دلیل اجرای واکسیناسیون و تطبیق مردم با زندگی در شرایط کرونایی، شرایط تا حدودی بهتر از دو سال گذشته شده البته سال قبل دلهره‌های پایان دولت دوازدهم را داشتیم و بلا تکلیفی بزرگی در صنایع به چشم می‌خورد اما در حال حاضر کشمکش‌های میان دولت و مجلس که شوک‌های متعددی به تولید و صنعت وارد می‌کرد؛ به حداقل رسیده است. کماکان مشکلات قبلی وجود دارند با این تفاوت که مانند گلوله برفی معروف در انیمیشن‌ها که هر اندازه

جلوتر می‌آیند، بزرگ‌تر و سهمگین‌تر می‌شوند، دامنه چالش‌های صنعت ما نیز افزایش پیدا می‌کند و هر روز معضلات بزرگ‌تر و جدیدتری به وجود می‌آید. این مورد مختص صنعت پوشاک نیست و تمام صنایع کشور درگیر این موضوع هستند که هیچ مشکلی حل نمی‌شود و فقط از یک دولت با حجم بزرگ‌تر و مصائب بیشتر به دست دولت بعدی می‌رسد. بارها و بارها مشکلات خود را با دولتمردان در میان می‌گذاریم اما نتیجه‌ای در بر ندارد. با توجه به افزایش قیمت جهانی پنبه و کمبود مواد اولیه و ملزومات تولید، صنایع نساجی و پوشاک، استمرار کشمکش‌های برجام، بی‌ثباتی بازار ارز و آشفتگی مصرف‌کننده، شرایط و اوضاع امسال نسبت به سال آینده بهتر است. کرونا، تأثیرچندانی بر وضعیت صنعت پوشاک نداشت چون شرایطمان پیش از پاندمی هم به دلیل تحریم‌های خارجی و خودتحریمی‌های داخلی مطلوب و ایده‌آل نبود و فارغ از هرگونه بحث جناحی و گرایش سیاسی معتمد از پایان دولت هشتم تا امروز شرایط تولید ما در مقایسه با صنعت و اقتصاد سایر کشورها، غیرعادی است و شاید کرونا موهبت بزرگی

برای دولت قبلی بود تا کاستی‌ها و سوءمدیریت‌های خود را به گردن آن بیندازد.

البته تعطیلی‌های سراسری، محدودیت‌ها و قرنطینه‌های سلیقه‌ای و غیرکارشناسی هم به اصناف و صنایع از جمله پوشاک لطمات بسیاری زد و از سوی دیگر استیجاری بودن فروشگاه‌ها و اماکن عرضه خرده فروشان پوشاک و هزینه‌های بسیار سنگین اجاره واحدهای تجاری، توزیع محصولات و گردش مالی از تولید تا مصرف را با اختلالات شدید مواجه کرد. آن قدری که کرونا در صنعت گردشگری و زیرمجموعه‌های آن اثرگذار بود برای صنایع پوشاک تأثیر نداشت اما باید معضلات پساکرونا را در نظر گرفت زیرا تولید پوشاک در کشورها مانند چین و بنگلادش در دوران کرونا همچنان ادامه داشت و هر چند تقاضا به دلیل محدودیت‌های گردشگری و رفت و آمد مسافران به پایین‌ترین سطح خود رسید بسیاری از برندهای بزرگ دنیا سفارشات خود را به حالت تعلیق درآوردند در نتیجه حجم گسترده‌ای از پوشاک ارزان قیمت خارجی پشت مرزهای کشور وجود دارند که تهدید آنها برای فعالان صنعت پوشاک صدها برابر خطرناک‌تر از کروناست. با ورود این قبیل محصولات، تمام صنایع پوشاک ایران را سونامی وار ریشه‌کن خواهد کرد.

«قاچاق و واردات غیرقانونی که پدیده جدیدی

نیست و همیشه در جریان بوده و هست!

این بار به معنای واقعی کلمه «سونامی» است زیرا همان‌طور که اعلام شد اکثر برندهای مطرح دنیا سفارشات خود را نزد تولیدکنندگان چین، بنگلادش و حتی ترکیه متوقف کرده‌اند؛ تولیدکننده هم نمی‌تواند محصولات خود را دور اندازد و حاضر است یک چهارم قیمت به هر خریداری بفروشد و برایش فرقی ندارد مقصد صادرات چه کشوری است. متأسفانه در کشور ما قاچاق یک موضوع ریشه‌ای، قدیمی و غیرقابل کنترل می‌باشد و الان که توان اکثر تولیدکنندگان پوشاک به دلائل مختلف به کمترین و پایین‌ترین حد ممکن رسیده مشکلات قاچاق در کشور ما نمود بیشتری دارد.

حتماً و حتماً مسئولان فرهنگی ما برای بیان تبعات قاچاق کالا و مشکلاتی که برای اقتصاد و جامعه یک کشور به وجود می‌آید باید اطلاع‌رسانی و آگاهی‌رسانی کنند شاید حتی خود آن شخصی که قاچاق کالا انجام می‌دهد نمی‌داند کارش چه تبعات مخربی بر اوضاع اقتصاد کشور و جامعه و خانواده خودش دارد، حتی هم‌مراز با قاچاقچی مواد مخدر.

«تکلیف قیمت این پوشاک (که به تعبیر شما، سونامی وار پشت مرزهای کشور ما هستند)؛ مشخص است اما از نظر کیفیت در چه سطحی قرار دارند؟

وقتی محصولی تحت لیسانس یک برند بین‌المللی تولید می‌شود، قطعاً کیفیت بالایی دارد. دسترسی تولیدکنندگان خارجی به مواد اولیه و با کیفیت و متنوع و تجهیزات مدرن موردنیاز برای تولید پوشاک، شک نکنید کیفیت این قبیل محصولات از مشابه تولیدات داخلی بالاتر خواهد بود. قبلاً اکثر قاچاقچیان پوشاک فیک وارد می‌کردند امروز پوشاک اورجینال!

«پس به این نتیجه می‌رسیم کیفیت و قیمت پوشاک خارجی مدنظر شما مطلوب و مناسب است. خب برای یک مصرف‌کننده عادی چه توجیه یا دلیلی وجود دارد که پوشاک مد روز خارجی، اورجینال و با قیمت ارزان را کنار گذارد و پوشاک داخلی را با قیمت بالاتر و تنوع پایین‌تر بخرد؟ تا کجا شعار میهن پرستی و «ایرانی، ایرانی بخر یا بیوش» کاربرد دارد؟ به هر حال در شرایط نامساعد اقتصادی، مردم به دنبال رفع نیازهای خود با مناسب‌ترین قیمت هستند و شاید حق دارند ابتدا به فکر جیب خود باشند...»

سوال بسیار خوبی است. تا امروز از تولیدکننده پوشاکی نشنیدیم که مخالف واردات قانونی پوشاک به کشور باشد، قراردادان پوشاک تولید ایران در داخل دایره انحصار و تحصیل آن به مصرف‌کننده آفت بزرگ برای صنایع پوشاک کشور هست، تولیدکننده ما استاندارد لازم برای تولید پوشاک با کیفیت را در رقابت

با پوشاک تولید شده خارجی بدست می‌آورد، عرضه پوشاک در کشور ما مثل بسیاری از کشورها مانند خود ترکیه که از بهترین و بزرگ‌ترین تولیدکنندگان پوشاک هست باید گسترده با تنوع فراوان در حق انتخاب برای خریدار و مصرف‌کننده باشد فقط یک اما وجود دارد دست تولیدکننده پوشاک هم برای تامین مواد اولیه لازم برای تولید پوشاک با کیفیت باز باشد، در حال حاضر تولید پوشاک نسبت به سال‌های قبل بسیار سخت‌تر شده، صرف‌نظر از تأمین پارچه، تهیه ریزترین اجزاء تولید پوشاک یعنی دکمه هم به سختی ممکن است، قبلاً در آنالیز قیمت و برآورد هزینه تولید قیمت اقلامی مثل نخ، دکمه، لوازم بسته‌بندی با هم محاسبه می‌شد اما امروز جدا از سختی فراوان تهیه این اقلام خود هزینه خرید آن هم رقم قابل توجهی است.

به‌عنوان مثال نخ دوخت مصرفی برای بعضی از شلوارهای کتان معادل ۱۱/۰۰۰ تومان است موردی که در سوالتان اشاره کردید کاملاً درست است علم و منطق حکم می‌کند مصرف‌کننده به سمت کالای بهتر برود، کالای بهتر یعنی نقطه عطف کیفیت بهتر و قیمت بهتر، اعتراف می‌کنم متأسفانه در بعضی از محصولات پوشاک نسبت به محصول خارجی کالای بهتر عرضه نمی‌کنیم. اینکه همیشه و فقط از مردم انتظار و توقع داشته باشیم که با حمایت از تولید ملی منافع ملی را تامین کنند؛ نادرست است،

از تصمیم‌گیران اقتصاد کشور خواهش می‌کنم با شعار و تحریک احساس مردم در این اوضاع بد اقتصاد توپ را به زمین مردم و مصرف‌کننده نندازند شما نیازهای اولیه تولید پوشاک را رفع کنید یا اجازه این رفع نیاز را به تولیدکننده بدهید، اجازه رقابت در شرایط برابر با محصول خارجی را به تولیدکننده بدهید، اطمینان دارم مردم کشور ما آن قدر به تولیدکننده داخلی لطف دارند که محصول ایرانی بخرند و از محصول ایرانی استفاده کنند.

«اذعان داشتید قیمت و کیفیت پوشاک داخلی قابل رقابت با پوشاک خارجی نیست و از اهرم تعرفه برای حمایت از تولید داخلی توسط دولت یاد کردید. آیا وظیفه دولت این است که با ایجاد

صنایع نساجی در میان گذاشته و متخصصین صنعت با توجه به این ایده و با اتکاء به دانش و توانمندی خودشان اقدام به تولید پارچه می کنند، موضوعی که در کشور ما حال به هر دلیلی کمتر اتفاق می افتد.

چرا در صنعت پوشاک ما این روند وجود ندارد؟ آیا دلیل را باید در توان مالی و سرمایه در گردش بالای کارخانه های نساجی در مقایسه با واحدهای تولید پوشاک دانست که اجازه مانور به صنعتگران نساجی را می دهد؟ یا ...؟

مهم ترین دلیل همین است. به هر حال در گذشته ایران از نامداران نساجی دنیا بود و پارچه فاستونی ما شهرت بین المللی داشت و به نوعی این صنعت در کشور ما آمیخته به هنر و ایران تولید کننده پارچه های منحصر به فرد در دنیا بود، خدارا شکر صنعت نساجی در کشور ما بزرگ با توان مالی بالاست، این توان مالی در مواردی که بین نساجی و پوشاک تعارض منافع وجود دارد حکم به پیروزی نساجی می دهد.

البته بخشی از واردات مربوط به نخ و پارچه هندی است که ایران در قبال مطالبات خود دریافت و روانه بازار می کند!

امیدوارم همین نخ یا پارچه به دست صنعتگر نیازمند واقعی آن برسد. ماه به عنوان تولیدکننده پوشاک برای افزایش تنوع محصولات خود، خواستار واردات ۴۰-۵۰ هزار متر پارچه (حداقل ۱۰ کالیته) هستیم البته از پارچه های باکیفیت ایرانی نیز استفاده می کنیم. کما این که بخش عمده ای از سفارشات پوشاک را با پارچه های تولید داخل تأمین می کنیم، اما مشکل عدم اطمینان نسبت به تهیه به موقع پارچه و موجود بودن پارچه مدنظر است اگر خیالمان بابت این موضوع آسوده باشد و مطمئن باشیم نزد مشتریان و سفارش دهندگان بابت عدم تحویل بموقع سفارش شرمنده نمی شویم، اوضاع خیلی بهتر خواهد شد و حتی می توانیم به پشتوانه این اطمینان سایت فروش اینترنتی خودمون را هم راه اندازی کنیم.

ای کاش بدانند شرکت تأمین کننده پارچه (نام مجموعه نزد نساجی امروز محفوظ است) به اعتبار

بی انصافی از این نظر که تمام فعالیت های ما شفاف، قانونی و رسمی است و هر برنامه جدید و سیاست کلی غلط یا درستی که ابتدای سال به سازمان های دولتی ابلاغ می شود روی امثال ما (دارای پرونده های شفاف) مورد آزمون و خطا قرار می گیرند!

منظوران از واردات مواد اولیه پوشاک، عمدتاً نخ و پارچه ای است که در ایران تولید داخل ندارد؟

مسئله ...

اما عملاً شاهد واردات نخ و پارچه هایی هستیم که اتفاقاً تولید داخل دارند! و چالش میان صنعتگران نساجی و تولیدکنندگان پوشاک پیرامون تعرفه واردات مواد اولیه از همین جا شکل می گیرد. شما (تولیدکنندگان پوشاک) خواهان تعرفه صفر واردات مواد اولیه هستید اما این کار اعتراض صنعتگران نساجی را به دنبال دارد زیرا به زعم آنان واردات، رکود بازار واحدهای ریسندگی و بافندگی را در پی دارد...

اگر نگران رکود بازار در صنعت نساجی هستید حق دارند ولی من فکر می کنم بیشتر نگران شکستن انحصار در صنعت نساجی هستید، مطمئن باشید با توجه به ارزش افزوده موجود در نساجی حتی با واردات پارچه با تعرفه صفر هم توانایی رقابت با پارچه خارجی دارند فقط باید در قیمت گذاری تنوع در تولید ایجاد شرایط بهتر خرید برای تولید کننده و ارتقاء دائمی کیفیت بیشتر دقت کنند.

این را هم عرض کنم به نظر من در صنعت نساجی از پایه و اساس شیپور از سر گشاد آن نواخته ایم! به این معنی که در دنیا، پوشاک لوکوموتیو صنعت نساجی است اما در کشور ما صنایع نساجی حاکم بر پوشاک است. باید ببینیم صنعت نساجی چه محصولی تولید می کند تا براساس آن به تولید بپردازیم ولی در سایر کشورها، کارخانه های ریسندگی و نساجی برحسب نیاز و خواسته تولیدکنندگان پوشاک به فعالیت می پردازند. تولیدکنندگان پوشاک بواسطه ارتباط مستقیم با مصرف کننده طبق صلاح و خواسته مردم ایده ها را با

یک فضای گلخانه ای، همه چیز را در اختیار صنعتگر داخلی بگذارد تا محصولی تولید کند که در نهایت قیمت و کیفیتش رقابتی نیست؟! آیا تولیدکنندگان پوشاک توقع دارند همه چیز برایشان گل و بلبل باشد؟!

جواب کلی سوال شما یک کلمه است بلی، البته تولید ننده ایرانی به سختی ها و سخت کوشی عادت کرده و دنبال شرایط گل و بلبل نیستیم فقط می خواهیم دولتمردان با تصویب قوانین دست و پاگیر و ضد تولید، مانع حرکت ما نشوند و به اصطلاح چوب لای چرخ ما نگذارند. همین! البته این را هم عرض کنم درک و فهم قوانین همین ایجاد فضای گلخانه ای هم کار راحتی نیست تولیدکننده در مسیر درست گام برمی دارد و خود را با شرایط جاری کشور وفق می دهد اما قوانین خلق الساعه و تبصره های مختلف که هر روز صادر می شوند و در تناقض با یکدیگر هستند، تولید را مشکل می کند، ما تولیدکننده ایم و کارمان خواندن تمام قوانین و مصوبات با تبصره و بندهای فراوان دولت و مجلس نیست. متن قوانین و لوایحی که برای تولیدکننده تصویب می شوند باید قابل درک و فهم من تولیدکننده باشد و باید دهها تبصره و بند را بخوانیم تا متوجه منظور قانون گذار شویم، آیا تولیدکننده برای چنین اموری وقت و زمان کافی دارد؟!

صحبت از تعرفه شد و به نظرم «باید» تعرفه واردات مواد اولیه برای «تولیدکنندگان» تاکید می کنم «تولیدکننده» و محصولی که می خواهد تولید کند صفر شود زیرا گردش مالی آنها طولانی است و گردش مالی محصول تجاری وارداتی در بدترین حالت، حدود یک ماه است ولی گردش مالی تولیدکنندگان در رسته های مختلف پوشاک از چهارماه تا یک سال می باشد. همه ما از کاغذبازی های اداری گمرک و سایر نهادهای دولتی مطلع هستیم و برای دریافت مجوز واردات مواد اولیه باید کفش آهنی بپوشیم، گرز آهنین در دست بگیریم، کلاه خود بر سر بگذاریم و از این سازمان دولتی به آن نهاد دولت در حال تردد باشیم! از هفتاد خوان ترخیص کالا عبور کنیم و تازه پس از تهیه مواد اولیه، تولید و عرضه باید پاسخگوی بی انصافی دارایی، تأمین اجتماعی، مالیات و ... باشیم.

و پشتوانه آنان سفارش داخلی یا خارجی می‌پذیریم. در نمایشگاه پوشاک سال گذشته با سفارش تولید ۵۰ هزار قطعه شلوار از ارمنستان روبرو شدیم که به دلیل عدم تأمین به موقع پارچه این فرصت ارزشمند را از دست دادیم. ای کاش بدانند بسیاری از وارد کنندگان و تولید کنندگان پارچه بر مبنای عرضه پارچه و قیمت‌های این شرکت محصولات خودشان را قیمت‌گذاری می‌کنند.

اجازه دهید به یک واقعیت تلخ اشاره کنم محل کار ما در خیابان صوراسرافیل قرار دارد که نزدیک به بازار بزرگ تهران - قطب اقتصاد ایران - است، در بهترین حالت و شرایط برای انتخاب، سفارش و خرید پارچه کتان تولید داخل ایرانی از دفاتر و نمایندگی‌های فروش تأمین‌کننده مواد اولیه حداقل به یک و نیم روز زمان نیاز داریم (صرف‌نظر از تعطیلات مناسبتی یا پایان ساعت کاری بازار) در بهترین شرایط حداقل باید ۲ هفته منتظر تحویل سفارشات بمانیم؛ اما در هر ساعت از شبانه روز، چه تعطیلات ملی، مذهبی و حتی روزهای قرنطینه، فاصله زمانی ما تا خرید و دریافت مواد مخدر فقط ۵ دقیقه است!

«آیا در جریان مشکلات این شرکت قرار دارید؟ طبعاً آنها هم نمی‌خواهند نزد مشتریان، بدقول شناخته شوند.»

بله. اعلام کردند کارخانه به دلیل نوسازی و بازسازی ماشین‌آلات، دچار وقفه در تولید شده ولی با بازگشایی کارخانه با افزایش قیمت مواجه شدیم البته می‌دانیم آنان هم برای تهیه مواد اولیه تولید پارچه با مشکلات

بسیاری مواجهند ولی انحصار به این شرکت یا سایر شرکت‌ها اجازه اعمال نظر و سیاست‌گذاری‌هایی در فروش می‌دهد که هیچ تناسبی با حقوق خریدار که همان تولید کننده‌های پوشاک هستند ندارد.

«دلیل تکنولوژیکی یا فنی خاصی وجود دارد که مصمم به تهیه پارچه از این شرکت هستید؟ مگر مشابه این پارچه در سایر کارخانه‌های کشور تولید نمی‌شود؟»

تولید کننده پارچه باز هم هست، گاهی خریدار محصول تولید شده با پارچه‌های این شرکت را سفارش می‌دهد البته اطمینان از کیفیت پارچه این شرکت بزرگ تولید کننده را مجاب به تولید پوشاک از پارچه‌های این شرکت معتبر ایرانی می‌کند خصوصاً تولید کننده پوشاکی که از نام خودش بر محصول استفاده می‌کند و یا سفارش و قرارداد تولید پوشاک با سازمان و نهاد دولتی منعقد می‌نماید.

«یعنی این اطمینان به اندازه‌ای است که تأخیر در تأمین مواد اولیه را تحت‌الشعاع قرار دهد؟!»

اول اطمینان و بعد انحصار موجود در تولید و عرضه پارچه و نبود حق انتخاب تولید کننده را ملزم به تطبیق شرایط خودش با شرایط این شرکت و یا سایر تولید کننده‌های پارچه می‌کند.

همان‌طور که مصرف‌کننده حق انتخاب برای خرید پوشاک داخلی و خارجی را دارد؛ تولیدکننده نیز حق دارد مواد اولیه مورد نیاز را از مرجعی مطمئن، با کیفیت مطلوب و قیمت مناسب‌تر تهیه کند. که در حال حاضر

تقریباً از این حق محروم هستیم، اینرو هم در نظر داشته باشید. وقتی خریدار لباسی را با علم بر اینکه دوخت ایران هست می‌خرد یعنی در مرحله اول جنس ایرانی را تأیید و خرید کرده، پس حتماً تولید کننده ایرانی باید بتواند به مواد اولیه با کیفیت چه ایرانی و چه خارجی دسترسی داشته باشد و برای تولید محصولش از آنها استفاده کند که این اعتماد و اطمینان خریدار و مصرف کننده نسبت به جنس ایرانی خدشه دار نکند و از بین نبرد.

«البته مصرف‌کنندگان امروز به دلیل حضور شبانه‌روزی! در فضای مجازی در جریان کیفیت پارچه قرار گرفته‌اند و مثلاً می‌دانند در پوشاک نوزاد نباید الیاف مصنوعی استفاده شود یا بهتر است جوراب و البسه زیر را از پنبه تهیه کنند. حتی برخی تشخیص می‌دهند فلان پوشاک دوخت ایران ولی پارچه‌اش خارجی است!»

بله مصرف‌کنندگان هوشمندانه خرید می‌کنند، خوشبختانه دانش و آگاهی بیشتر مصرف کننده داخلی تولید کننده را ملزم به ارتقاء کیفیت تولید می‌کند. و البته زاویه و نوع نگاهشان هم تغییر کرده است. اگر اجازه بفرمائید یک نظر درباره طیف خریداران پوشاک ایران عرض کنم که قبلاً بصورت مختصر دربارش حرف زدیم خریداران به سه گروه تقسیم می‌شوند. گروهی که دارای تمایلات ملی بیشتر هستند که کالای ایرانی می‌خرند و این موضوع را به سایرین پیشنهاد می‌کنند، گروه بعد افراد با تمایلات مذهبی بیشتر هستند که پس از تأکید رهبر انقلاب مبنی بر





و ساختار آشفته‌شان!) که در تیتراژ پایانی آنها فهرستی از تولیدکنندگان پوشاک، پارچه‌های برده‌ای، منسوجات خانگی، مبلمان و ... قید می‌شود.

بله. همانطور که سریال‌های ترکیه و بیشتر کشورها بر اساس حمایت مالی تولیدکنندگان این کشورها ساخته می‌شوند و مردم با محصولات مختلفی که توسط بازیگران مطرح در این سریال‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند؛ آشنا می‌شوند، خوب است سازندگان فیلم سریال و برنامه‌ها در تیتراژ خود اعلام کنند لباس‌های بازیگران و یا وسایلی که در این فیلم یا سریال یا برنامه استفاده شده ساخت و تولید ایران است.

تاکنون از جانب تهیه‌کننده، کارگردان یا طراح لباس سریال‌های تلویزیونی یا شبکه خانگی (که تعدادشان در حال افزایش است) پیشنهادی مبنی بر استفاده بازیگران از محصولات ایران پاکو داشته‌اید؟ یا از دوستان و سایر همکاران شنیده‌اید که چنین پیشنهادی به آنها شود؟

البته برای تهیه لباس بازیگران مرد بعضی سریال‌ها به فروشگاه ایران پاکو مراجعه می‌کنند، تخفیفات آن چنانی هم می‌خواهند اما تمایلی ندارند نام ما را در تیتراژ انتهای سریال قید کنند!

به یک گروه فیلمسازی طرح جالبی دادم که با همکاری تولیدکنندگان پوشاک یک برنامه بر محور پوشاک بسازیم و در کنار آن پوشاک باکیفیت داخلی را در معرض مشاهده مردم قرار دهیم تا اعتماد آنان جلب شود در صورتی که هنوز خیلی‌ها لباس ایرانی را به اسم خارجی می‌خرند و نمی‌دانند چه تولید کننده

بودند اما همگی پوشاک خارجی برتن داشتند! چرا از کاپشن خارجی برای این شخصیت استفاده شد تا به چشم مردم بیاید؟ آیا طراحان لباس این سریال نمی‌توانستند از کاپشن باکیفیت برندهای مطرح ایرانی استفاده کنند؟

فکر می‌کنید انتخاب و استفاده کاراکتر اصلی یک سریال ایرانی از کاپشن خارجی آگاهانه بوده یا اتفاقی و به صورت سهوی صورت گرفته است؟

خوش‌بینانه به موضوع نگاه می‌کنم! اما طبق فیلمنامه بازیگر اصلی و خانواده اش از طبقه فقیر جامعه بود ولی چطور این خانواده فقیر و گرفتار فقط لباس خارجی و گران قیمت می‌پوشیدند فکر می‌کنید اگر از صدا و سیما بخواهیم محصولات تولید داخل را برای بازیگران محبوب مردم استفاده کنند، در ابتدا میلیون‌ها تومان مطالبه نمی‌کنند؟! آیا بابت نمایش و تبلیغ این کاپشن از شرکت جیب هم پول گرفته‌اند؟ اگر برای مثال کاپشن ایران پاکو بر تن پژمان بازغی بود، سازمان امور مالیاتی، با این تفکر به شرکت ما مراجعه می‌کردند که حتماً از نظر مالی آن قدر متمول هستید که در سریال تلویزیونی تبلیغات دارید! آیا سراغ واردکنندگان کاپشن جیب رفته‌اند تا پول تبلیغات بگیرند؟ اگر لباس بازیگران، تولید داخل بود و در تیتراژ این سریال هم اعلام می‌شد لباس بازیگران ایرانی است تبلیغ می‌شد، صد درصد مورد توجه خریداران جامعه قرار می‌گرفت.

مانند سریال‌های ترکیه (صرف‌نظر از فیلمنامه

حمایت و تقویت توان تولیدکنندگان داخل، به تهیه پوشاک ایرانی روی آوردند، این عزیزان که می‌خواهند فرمان رهبر را اجابت کنند به حق نسبت به کیفیت پوشاک داخلی توقع به مراتب بیشتری از گروه اول دارند لذا تمام مسائل و مشکلات تولید پوشاک را نادیده می‌گیرند و خواستار خرید محصول ارزان قیمت و باکیفیت هستند در حالی که مواد اولیه باکیفیت و به موقع در اختیار تولیدکننده قرار نمی‌گیرد.

و طبقه متوسط جامعه چطور؟ آنهایی که درآمد بالایی برای خرید پوشاک گران داخلی ندارند اما مایل به تهیه پوشاک استوک وارداتی و قاچاق هم نیستند... فقط می‌خواهند البسه با قیمت و کیفیت مناسب به دستشان برسد... معتقدم گروهی از خریداران که در تصمیم خود مردد هستند از طریق تبلیغات گسترده رسانه‌های مختلف در جریان مدهای روز قرار می‌گیرند و به نوعی همراه با جریان بازار حرکت می‌کنند.

دو ماه پیش از طریق فروشندگان فروشگاه ایران پاکو متوجه شدیم بسیاری از خریداران و مشتری‌ها به دنبال کاپشن کتان چینی جیب هستند. برایمان بسیار عجیب بود که دلیل چنین استقبال گسترده‌ای چیست؟ این نوع کاپشن که همیشه وجود داشته و محصول جدید و خاصی هم نیست! خواستیم تولید کنیم ولی متوجه شدیم تولید آن هم در سرهای خاص خود را دارد زیرا زیپ آن به هیچ عنوان در کشور تولید نمی‌شود و قیمت زیپ خارجی ۸۰ هزار تومان است، بخش کشیاف نیز باید از خارج تهیه می‌کردیم، پارچه کتان آن هم که حدود ۱۰-۱۱ دلار است، در ایران پیدا نمی‌شود در نهایت به این نتیجه رسیدیم در صورت تولید باید چنین کاپشنی را (با حداقل سود) حدود ۶۵۰-۷۰۰ تومان به فروش برسانیم در حالی که قیمت کاپشن اورجینال چینی در بازار تهران بین ۶۰۰-۶۵۰ هزار تومان و در منطقه در گهان قشم ۵۰۰-۶۰۰ تومان است.

دلیل مد شدن و محبوبیت یکباره کاپشن کتان جیب این بود که «پژمان بازغی» در «سریال افرا» آن را برتن می‌کرد.

در این سریال خانواده بازغی قشر کم درآمد جامعه

های خوب و معتبری در ایران داریم. متأسفانه پس از کش و قوس‌های متعدد به دلیل خواسته‌های مالی زیاد و مسائل مربوط به تأمین منابع مالی، کار متوقف ماند و به جایی نرسید.

«به نظر شما در این میان تشکل‌ها، اتحادیه‌ها و انجمن‌های بخش خصوصی نساجی و پوشاک چه رسالتی دارند؟ آیا صدایشان به گوش آنهایی که باید بشنوند، می‌رسد؟ یا فقط انتقال دهنده مسائل و مشکلات به مسئولان هستند؟»



تا جایی که این گفت‌وگوها و بحث‌ها شکل شخصی به خود نگیرد اتحاد بین تشکل‌ها بسیاری از مشکلات پوشاک را حل خواهد کرد.

«دیدگاه شما در مورد طرح شناسه کالا چیست؟»

با هر طرح، نظر، لایحه و قانونی که خارج از چارچوب صنعت پوشاک به این صنعت تحمیل شود، کاملاً مخالفم مگر این که توضیحات لازم، جامع و کامل در مورد جوانب و اصولاً فلسفه یا منطق شکل‌گیری و ماهیت این طرح‌ها قانع کننده باشد. نظرات و



دیدگاه‌های صنعتگران بر حسب تجارب و اطلاعات آنان شنیده شود تا در نهایت آن طرح یا لایحه، شکل اجرایی به خود گیرد. بگذارید از شما بپرسم اصلاً طرح شناسه کالا برای چیست؟

«به نظر می‌رسد ساماندهی واردات پوشاک و مهار قاچاق؛ می‌گویند با اجرای طرح شناسه کالا می‌توان مبدأ، مقصد و قیمت فروش کالاها را مشخص کرد.»

بیست سال پیش اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان تهران بارکدی در اختیار ما قرار داد تا روی محصولاتمان نصب کنیم. جالب است بدانید مدتی این کار به اشتباه چاپ کرده بودیم ولی چه اتفاقی افتاد؟! هیچ!

بعدها طرح شبنم به منصفه ظهور رسید! (شبکه بازرسی

و نظارت مردمی با هدف استفاده از حضور مردم در عرصه بازرسی و ایجاد شفافیت در مبادلات اقتصادی مطرح شد. در این طرح کدیکتا به تمام کالاهای تولید داخل یا وارداتی اختصاص پیدا می‌کرد تا رهگیری آنها از مرحله توزیع تا مصرف در سامانه مرکزی قابل استعلام باشد- نساجی امروز) اما اجرای این طرح چه مشکلی را حل کرد؟ به یاد دارم در بازار تهران پک‌های طرح شبنم را می‌فروختند! آیا جلوی قاچاق پوشاک را گرفتند یا مشکل واردات غیرقانونی کالا حل شد؟! همین اعتقاد و نظر را در مورد طرح شناسه کالا دارم. چنین طرحی نه برای کنترل قاچاق بلکه برای کنترل و انتقال آمار و اطلاعات تولیدکنندگان به سازمان مالیات است! پس لطفاً ژست دلسوزی برای تولیدکننده پوشاک نگیرید.

اجرای شناسه کالا نیازمند استخدام اپراتور، تهیه پرینتر و دسترسی به اینترنت پرسرعت است اما پلت‌فرم آن نواقص بسیاری دارد و امکانی برای درج جزئیات تمام محصولات مدنظر قرار نگرفته است. این کار چه کمکی به حل قاچاق می‌کند؟ با استفاده از یک شماره سریال ساده می‌توان تمام تولیدات ایران پاکو را طبقه‌بندی کرد و دیگر نیازی به درج اطلاعات در یک پلت فرم ناقص و محدود نیست. اگر با اینترنت کم سرعت ایران نتوانیم کد شناسه یک کالا را به ثبت برسانیم، باید تولید را متوقف کنیم یا از کارگر روزمزد و کارمزد بخواهیم کار نکنند؟ شناسه کالا برای واحدهای بزرگی که حجم تولید روزانه آنان ۵ هزار قطعه پوشاک است؛ چگونه اجرا می‌شود؟ آیا مسوولان برای سهولت در ثبت شناسه این واحدها تدبیری اندیشیده‌اند؟

چرا تولیدکننده ایرانی ملزم به ثبت محصولات خود در پلت فرم شناسه کالا است ولی در مورد واردات چنین سختگیریهایی وجود ندارد؟ عرضه محصولات قاچاق که حد و مرز و محدودیتی ندارد و در اقصی نقاط شهر تهران مانند عبدال‌آباد، سرای ملی و ... با انبوهی از کالاهای قاچاق روبرو می‌شوید که آزادانه و به سهولت عرضه می‌شوند! آیا آنان هم کالاهای خود را در شناسه کالا ثبت می‌کنند؟! متأسفانه تصمیم‌گیران کشور نه شناخت کاملی از توانایی‌های صنعتگران و

شکل‌گیری اوضاع نامساعد و نامطلوب فعلی ندارند. اگر امروز در گرداب بالاتکلیفی دست و پا می‌زنیم ایراد کار از جای دیگر است.

اگر مسئولان، تصمیم‌گیران، نماینده مجلس و متولیان امور خواهان بهبود شرایط هستند باید بدانند ما گوش شنوا نمی‌خواهیم، دل شنوا می‌خواهیم. تا چندسال پیش وقتی نامی از بنگلادش می‌شنیدیم اولین تصویری که به ذهن شنونده می‌رسید افراد فقیری بودند که گوشه کنار خیابان‌ها روی برگ موز برنج می‌خوردند! اما امروز این تصویر جای خود را به صنعت پوشاک پیشرفته و قابل رقابت با ترکیه داده است. بنگلادش توانست به اصطلاح بار خود را با صنعت پوشاک ببندد و چشم انداز رشد و توسعه را برای اقتصاد خود ترسیم نماید اما کشور ما که سرشار از منابع و معادن خدادادی است، همچنان مجبور به واردات پنبه، پشم و ... هستیم و حتی مجتمع‌های پتروشیمی نیاز تولیدکنندگان داخلی را برطرف نمی‌کنند

اوسط دهه ۶۰ یکی از سوغاتی‌هایی مهم که مردم از ایران به اروپا و آمریکا می‌بردند شلوار جین تولید ایران با لبیل فارسی «دوخت خزر» بود.

در صورتی که امروز آرزوی ماست که بتوانیم محصولی مانند کیفیت ۳۵ سال پیش تولید کنیم و به آن درک و پیشرفت برسیم که با افتخار به زبان فارسی محصولات خود را عرضه نماییم. ای کاش زاویه دید و نگرش مسئولان تغییر کند و در گام نخست اقتصاد و سیاست را از همدیگر جدا نمایند.

و در پایان باید عنوان کنم قاچاق مانند دیواری است که کوه یخ تهیه و تأمین مواد اولیه پشت آن پنهان شده و در حال حاضر معضل اصلی ما نیست. کارشناسان از عقب ماندگی طراحی پارچه و لباس در ایران گلایه دارند در حالی که تهیه مواد اولیه مهم‌ترین و ضروری‌ترین رکن تولید است؛ در واقع تولیدکنندگان پوشاک یک لشکر بزرگ اما بدون سلاح و مهمات هستند. همان طور که اگر به بهترین نقاش دنیا یک مداد مشکی بدهید نمی‌تواند با آن رنگین‌کمان هفت رنگ بکشد؛ ما هم در مرحله اول تولید یعنی دسترسی به مواد اولیه گرفتار شده‌ایم.

جانبدارانه و در حمایت صرف از کارگر است. وجود چنین مسائلی کارفرما را ناخودآگاه از نظر روحی خسته و دلزده می‌کند زیرا می‌داند در هر دادگاهی محکوم است.

«آیا تولید در نسل سوم خانواده شما ادامه خواهد یافت؟»

فکر نمی‌کنم علاقه‌ای به تولید داشته باشند و من هم تمایلی ندارم آنها درگیر مسائل و مشکلات طاقت‌فرسای تولید شوند.

«به دوستان یا اطرافیان توصیه می‌کنید سرمایه

خود را به تولید پوشاک اختصاص دهند؟»

رضا باقری: نه!

هادی باقری: اگر عقل پاسخ دهد جواب منفی است اما تولید کار دل است و جوابش مثبت!

«و حسن ختام...»

هادی باقری: نخستین عامل فرهنگ‌ساز، صدا و سیماست. بیست سال پیش بستن کمربند ایمنی بسیار مضحک به نظر می‌رسید اما مسئولان «خواستند» و امروز اولین کاری که افراد پس از نشستن در خودرو انجام می‌دهند بستن کمربند ایمنی است پس «اگر بخواهند، می‌توانند»

مشکلات تولید گاهی تهیه مواد اولیه است و زمانی تأمین نیروی انسانی کارآمد اما همیشه یک مشکلی وجود دارد که ذهن ما را درگیر خود کند! البته بسیاری از مشکلات ما ربطی به تحریم‌های خارجی ندارد و ریشه داخلی دارند... نیازی نداریم دولتمردان دستان ما را بگیرند بلکه جلوی پایمان را بگیرند و اجازه دهند در شرایط مطلوب و بدون تنش به تولید بپردازیم.

مشکلات و موانع برای تولیدکنندگانی است که دارای عملکرد شفاف و روشن هستند، شفاف کار کردن یعنی در دسر، تبدیل به موش آزمایشگاهی سازمان‌ها و نهادهای دولتی! به همین دلیل در میان تمام اصناف، تولیدکننده گرفتارترین و مظلوم‌ترین قشر است و افق روشنی پیش رو مشاهده نمی‌کنم.

رضا باقری: درد دل فراوان است و در این میان تولیدکننده پوشاک و صنعتگر نساجی تقصیری در

تولیدکنندگان بخش خصوصی دارند و نه شناختی از توانایی‌های خودشان بر کنترل اوضاع. از آن بدتر مدت فعالیتشان در سمت‌های مختلف دولتی آن قدر کوتاه است که عملاً نمی‌توانند کار موثری انجام دهند زیرا به سرعت مدیر بعدی جایگزین می‌شود! مدیر یک سازمان عوض می‌شود و تمام دستورات و کارهای مدیر قبلی را کنار می‌گذارد و طرح و برنامه جدید ابلاغ می‌کند؛ تا تولیدکننده با موازین این مدیر آشنا شود، عمر سازمانی وی به پایان می‌رسد و این چرخه همچنان ادامه دارد. فکر می‌کنم شناسه کالا هم با تغییر افراد تغییر کند و به آخر خط نرسد.

«اغلب افراد فکر می‌کنند شغلشان بعد از کار

در معدن، خیلی سخت است ولی گویا تولید در

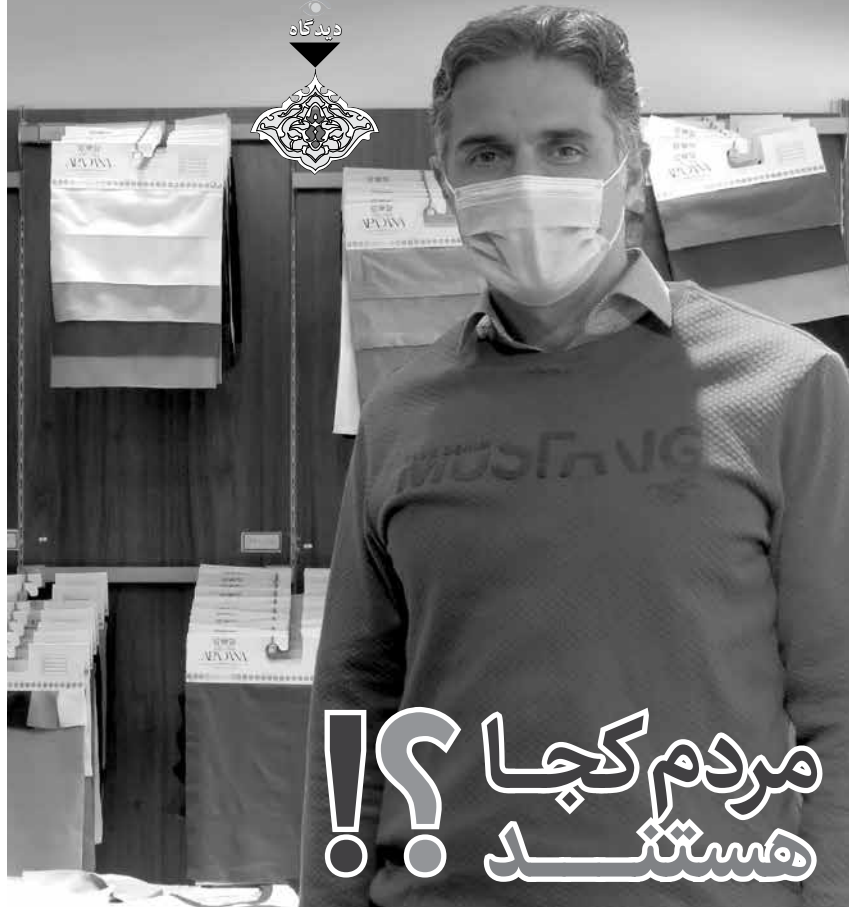
کشور ما رتبه دوم سختی کار را دارد!

بله. تولید خیلی سخت است و مشکلات خاص خود را دارد؛ یکی از معضلات ما کمبود نیروی انسانی توانمند است. کار هست اما کسی علاقه‌ای به کار کردن ندارد. طرز فکر نسل جدید نسبت به کار و فعالیت به شدت تنزل پیدا کرده و همه می‌خواهند به پول بادآورده کلان برسند بدون این که برای آن تلاش کرده باشند. ادعا و توقع بسیار بالا اما بازدهی پایین!

به نسل جوان نمی‌توان گفت برای ارتقای شغلی باید از پایین‌ترین رده کار را شروع کنید یا از آنان بخواهید مثلاً زیر پای خودشان را جارو بزنند! چون جمله «من لیسانس نگرفته‌ام که کف کارگاه شما را جارو بزنم» را می‌شنوید. حاضرند بیکار و بدون هدف در خانه بمانند اما کوچک‌ترین زحمتی به خود ندهند. تصور می‌کنند چون فارغ‌التحصیل دانشگاه هستند باید پشت میز مدیریت تکیه بزنند! همیشه هم سرشان در موبایل است و توجهی به خطرات جانی کار مانند شکست سوزن چرخ‌های خیاطی و ... ندارند! تنها و تنها راه حل این روند نابسامان، فرهنگ سازی است و بس...

زمانی می‌گفتند بیگاری بهتر از بیکاری است اما امروز کسی اعتقادی به این موضوع ندارد چون قانون کار نداریم، قانون بیکاری داریم؛ همانطور که وزارت بیکاری داریم نه وزارت کار... قانون کار یک‌طرفه،

دیدگاه



مردم کجا هستند؟!

گفت‌وگو با مهندس سیدعلی سجادیان - مدیر عامل شرکت بافت و تکمیل آپادانا (پرسپولیس)

اشاره:

نمی‌دانیم این دیدگاه تا چه میزان صحیح است که چهره بعضی انسان‌ها به خوبی بیانگر حرفه و شغلشان است. گاهی اوقات صرف نظر از نوع پوشش و حتی گفتار، در همان لحظات ابتدایی ملاقات با یک نفر به سادگی می‌توان حدس زد وی معلم است یا تاجر، مدیر است یا محقق... مهندس سجادیان نیز از انسان‌هایی است که چهره آرام، منسب و رفتارش به خوبی نشان می‌دهد یک مدیر مسلط، دقیق و دلسوز است که کم‌حرف می‌زند اما گزیده و کامل. کاستی‌های صنف خود را می‌پذیرد و تلاش نمی‌کند شرایط نامطلوب تولید را به گردن کسی یا جریانی بیندازد. وی می‌گوید: «جزو آرزوهایم است که در مورد پیش‌بینی بازار به توانمندی قابل قبولی برسیم. چند روز پیش خیابان‌ها بسیار خلوت بود و بین ما اصطلاحی رایج است که مردم کجا هستند؟! وقتی یک روز بازار خوب است یعنی اکثریت مردم به دلیلی که ما نمی‌دانیم، خرید انجام می‌دهند و فردای همان روز خبری از آنان نمی‌شود! باید بتوانیم این دلیل را پیش‌بینی کنیم که امروز یک معمای بزرگ برای ماست. گاهی از خلوتی خیابان متوجه می‌شویم تیم ملی فوتبال یا دربی بایتخت در حال برگزاری است!»

شرکت بافت و تکمیل آپادانا که در بازار و نزد مشتریان خود به عنوان «پرسپولیس» شناخته می‌شود طی سه نسل به کار خود ادامه داده و پیشینه تأسیس آن چندین سال قبل از تشکیل تیم فوتبال پرسپولیس در تهران است. (با این توضیح که مدیران مجموعه اهل فوتبال نیستند و نام‌گذاری این برند ارتباطی به طرفداری از تیم خاصی ندارد!) در این مجموعه که حجم تولید روزانه آن حدود ۳ تن است؛ بالغ بر ۵۰ نفر به صورت مستقیم مشغول کار هستند و مراحل بافت، تکمیل و رنگرزی پارچه انجام می‌شود.

۴ بیوگرافی و شروع فعالیت در صنایع نساجی کشور

متولد سال ۱۳۵۳ در تهران و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی نرم‌افزار از دانشگاه آزاد اسلامی (واحد تهران مرکز) هستیم. صنعت نساجی در خانواده ما موروثی است به طوری که پدر بزرگم در زمینه تولید پارچه‌های کشفاف (کشوبافی) به فعالیت می‌پرداختند، پدرم نیز همین مسیر را ادامه دادند و در دهه ۵۰ گردبافی و در دهه ۷۰ تکمیل غیر شیمیایی (خشک) را به مجموعه افزودند. در دهه ۷۰ فعالیت حرفه‌ای خود را در صنعت نساجی شروع کردم، در سال‌های بعد، سایر برادران به مجموعه پیوستند و در دهه ۹۰ کارخانه را به خارج از تهران انتقال دادیم؛ طبعاً هر سال به فراخور رشد اقتصادی و نیاز بازار به توسعه مجموعه می‌پردازیم. در حال حاضر زمینه فعالیت ما بافت، تکمیل، رنگرزی و فروش پارچه است.

۴ فعالیت در صنعت نساجی را به دلیل موروثی بودن و

اجبار پدر انتخاب کردید یا به آن علاقه داشتید؟

واقعیت این است که انتخاب رشته نرم‌افزار درست نبود و اگر به دوران گذشته بازگردم، بی‌تردید در رشته مهندسی نساجی تحصیل می‌کردم اما به هر حال در دهه ۷۰ رشته نرم‌افزار طرفداران بسیاری داشت و به اصطلاح مد بود!

۴ بسیاری از مدیرانی که مانند شما، صنعت نساجی را به

صورت خانوادگی ادامه می‌دهند از همان دوران کودکی و تعطیلات تابستانی به کارگاه یا کارخانه پدران خود می‌رفتند و داستان شیفتگی و علاقه به صنعت نساجی همان جا آغاز می‌شد... شما هم چنین تجربه‌ای داشتید؟ شاید فقط دوران نوجوانی سری به کارخانه می‌زدیم اما در مجموع رفت و آمد چندانی به محل کار پدر نداشتیم.

۴ دهه ۷۰ که به طور حرفه‌ای وارد صنعت نساجی شدید،

شرایط و وضعیت این صنعت چگونه بود؟

به مرور زمان نگرش انسان‌ها نسبت به مسائل مختلف بهتر و پخته‌تر می‌شود. این صنعت همواره در مسیر رشد قرار داشته و دارد. طبعاً در دهه ۷۹ دانشجوی کم تجربه‌ای بودم که در ابتدای زندگی حرفه‌ای خود قرار داشت و اطلاعات اقتصادی و صنفی بیشتری نسبت به آن سال‌ها کسب کرده‌ام. روند حرکت صنعت نساجی در این دوران چشمگیر و قابل توجه است. آن زمان داشتن تکمیل خشک یا دستگاهی شبیه دستگاه‌های خار زنی به وفور امروز نبود و یک شغل مستقل محسوب می‌شد اما در حال حاضر این عملیات به‌عنوان یک

داخلی تهیه می‌کنید یا خارجی؟

حجم عمده مواد اولیه مصرفی ما نخ پنبه‌ای است که ۹۰ درصد آن از تولیدات داخلی و مابقی از پنبه‌های وارداتی تأمین می‌شود. البته اگر نخ پنبه باکیفیت ایرانی در موعد مقرر به دستمان برسد، متأسفانه حدود ۲۰-۳۰ درصد آنها کیفیت قابل قبولی دارند.

۴ دلیل کیفیت پایین نخ‌های ایرانی چیست؟

واحد‌های ریسندگی اعلام می‌کنند الیاف پنبه از نوع مرغوب و به اندازه کافی در اختیارمان قرار نمی‌گیرد زیرا مجهز به ماشین‌آلات مدرن هستیم که به دلیل کمبود مواد اولیه متوقف مانده‌اند.

معتمد بافت و تکمیل ما توانسته مواد اولیه و ماشین‌آلات روز را تأمین نماید ولی واحد‌های ریسندگی به دلیل موانعی که پیش رو دارند؛ موفق به تهیه مواد اولیه مرغوب نشدند و در حال حاضر حدود ۶۰-۷۰ درصد نخ‌های تولید داخل مطلوب نیست و ناگزیر به استفاده از آنها هستیم که این امر به کیفیت پوشاک ایرانی لطمه خواهد زد.

۴ شاید مشکل از اینجاست که عمده پنبه مصرفی واحد‌های ریسندگی از پنبه ازبکستان تهیه می‌شود که این کشور به دلیل تمرکز بر توسعه واحد‌های ریسندگی خود، حجم صادرات پنبه به سایر کشورها را کاهش داده؛ همچنین شنیده ایم چین در حجم بسیار بالا اقدام به خرید پنبه می‌کند و محصول مرغوبی برای تجار ایرانی باقی نمی‌ماند لذا یکی از درخواست‌های مهم فعالان ریسندگی این است که مسئولان اجازه واردات آزادانه از تمام کشورهای تولیدکننده پنبه را به آنان بدهند.

بله کاملاً در جریان این مسائل هستیم و گویا وزارت جهاد کشاورزی برای جلوگیری از ورود آفت کرم سرخ، واردات پنبه از سایر کشورها را ممنوع اعلام کرده که این امر افت شدید کیفیت نخ‌های پنبه‌ای را به همراه دارد. جای تأسف است که امکان تولید پارچه‌های گردباف داخلی در سطح عالی و کم نظیر وجود دارد اما نخ‌های مرغوبی در اختیار واحد‌های بافندگی قرار نمی‌گیرد.

۴ کیفیت عالی و کم نظیر به این معناست که در بازارهای خارجی نیز قادر به عرضه اندام باشد. آیا این طور است؟

۴ مردم به دلیل تحریم، افزایش نرخ ارز و ... به زعم شما مجبور به خرید کالای داخلی هستند اما پس از باز شدن درب‌های کشور به روی واردات؛ بار دیگر شاهد هجوم آنان برای خرید محصولات خارجی خواهیم بود یا به دلیل کیفیت خوب محصولات داخلی، ترجیح می‌دهند همچنان خریدار تولیدات ایرانی باشند؟

این موضوع به ابعاد فرهنگی جامعه برمی‌گردد. امروزه کیفیت، طرح و تنوع پوشاک ایرانی حرف‌های زیادی برای گفتن دارد.

۴ تا چه میزان کرونا بر روند فعالیت‌های صنایع نساجی اثرگذار بود؟

شیوع کرونا و همزمانی آن با افزایش نرخ ارز ممکن است تحلیل ما را دچار خطا کند. بالا رفتن نرخ ارز فرصت فوق‌العاده خوبی برای تولیدکنندگان داخلی محسوب می‌شود اگرچه کرونا بازار تمام صنایع و تولیدات کشور را تحت تأثیر خود قرار داد.

۴ با افزایش نرخ ارز تهیه مواد اولیه و قطعات یدکی دشوارتر نمی‌شود؟

بله. بهتر است بگوییم واقعی شدن قیمت ارز؛ از اقتصاد دانان آموخته‌ام که قیمت ارز قابل دستکاری است که این عمل خیانت به تولید ملی است. مدیران ارشد هر کشوری باید اولویت‌های مملکت خود را مدنظر قرار دهند؛ بر این اساس آیا مسئولان ما می‌خواهند تولید انجام شود یا خیر؟ اگر قرار است تولیدی صورت نگیرد، طبعاً سیاست‌های کلان به سمت تجارت، پایین نگه داشتن نرخ ارز و ... حرکت خواهد کرد ولی در صورتی که تولید را اولویت می‌دانند، پس دستکاری قیمت ارز چه توجیهی دارد و اصولاً چه دستاوردی جز به زمین زدن تولیدکننده داخلی دارد؟ روی هم رفته همچنان منتظر فرا رسیدن دوران پساکرونا، بازگشایی مدارس، دانشگاه‌ها و .. هستیم.

۴ و فکر می‌کنید این انتظار چقدر ادامه خواهد داشت؟

شرایط جهانی مجدداً سخت شده و اروپا در حال قرنطینه مجدد است ولی فکر می‌کنم تا یک سال و نیم آینده درگیر این شرایط متزلزل خواهیم بود.

۴ مواد اولیه موردنیاز را برای تولید پارچه از منابع

شغل، پذیرفته نیست، تکمیل‌ها پیشرفت کرده و وجود دستگاه‌های خازنی در اکثر کارخانه‌های نساجی الزامی است. امروزه رشد اقتصاد، افزایش جمعیت و توسعه دانش فنی صنف قابل مقایسه با آن مقطع زمانی نیست. در کل اوضاع را بهتر و رو به رشد می‌بینم زیرا حکمرانان و متولیان کشور نسبت به مصالح مملکت آگاه‌تر شده‌اند البته بسیاری از همکاران به دلایل مختلف تولید را کنار گذاشته‌اند یا به خارج از کشور مهاجرت کرده‌اند ولی کسانی که ماندند و به تولید ادامه دادند در مسیر رشد و توسعه گام برداشتند. کیفیت محصولات روز به روز بهتر شده در حالی که روزگاری، آبرفت پارچه فاجعه بود و در همین زمان مردم اعتماد خود را نسبت به کیفیت پارچه‌های پنبه‌ای داخلی از دست دادند. معتمد زمانی که تکنولوژی آبرفت‌گیری پارچه‌های گردباف، دستگاه‌های خشک‌کن و در نهایت کامپکت مورد استفاده قرار گرفت؛ آبرفت پارچه‌ها به شدت کاهش پیدا کرد.

البته پیش از ما در اروپا این تکنولوژی وجود داشت و طبعاً با یک فاصله زمانی به ایران رسید ولی مردم ایران دیگر آن کیفیت از پارچه را به‌عنوان تولید ایرانی ندیدند و اگر هم دیدند تحت برندهای فیک به آنان عرضه شد؛ آن سال‌ها سهم کمی از بازار داشتیم به جز ۳-۴ سال اخیر که قیمت ارز واقعی شد؛ لذا تفکری که در ذهن مصرف‌کننده ایرانی از پارچه تریکو باقی مانده، متعلق به دهه ۷۰ است و آنان محصولات باکیفیت دهه‌های ۸۰ و ۹۰ اکثر کارخانه‌های نساجی که براساس ماشین‌آلات مدرن و تکنولوژی‌های روز دنیا تولید شده را ندیدند یا به اسم پوشاک خارجی خریدند! بارها به دوستان گفته‌ام دو سال گذشته فرصت طلایی و بسیار ارزشمندی برای برندسازی تولیدات ایرانی بود چون مردم مجبور به خرید محصولات ایرانی هستند و حتی می‌دانند اتیکت‌های خارجی که روی پوشاک نصب می‌شود؛ تقلبی است!

رسانه‌ها و مطبوعات باید به این موضوع بیشتر بها دهند. متأسفانه مردم ما به شدت خارجی پسند هستند. برای مثال می‌دانند لباسی که خریده‌اند دوخت ایران است نه تولید نایبک! ولی چون فکر می‌کنند جنس خارجی به آنان شخصیت می‌دهد؛ آن را می‌خرند! البته تعداد برندهای موفق داخلی مانند سله بن، سارک، کانی‌راش، تویکا و ... کم نیست و موفقیت آنان نشان می‌دهد تولید پوشاک باکیفیت و متنوع در ایران امکان‌پذیر است فقط نیازمند فرهنگ‌سازی و تلاش بیشتر تولیدکنندگان است.

بازار داخلی آن قدر تشنه است که مجالی برای پرداختن به صادرات وجود ندارد و کمتر تولیدکننده‌ای به صادرات فکر می‌کند.

❖ بیابید فرض کنیم بازار داخلی اشباع است؛ در این صورت چگونه؟

خیر.. قیمت تمام شده ما بالاتر از رقبای ترکیه است علی‌رغم قیمت پایین انرژی و دستمزد نیروی انسانی در کشور که باید به قیمت تمام شده کمتر منتهی شود. معتقدیم ریشه اصلی این قضیه از نخ و مواد اولیه آغاز می‌شود که تقریباً یک دلار بالاتر از رقبای ترکیه تهیه می‌کنیم و این امر منجر به بالا ماندن قیمت تمام شده محصولات ایرانی می‌شود. باید واحدهای ریسندگی تئوری ببینند و این مشکل را برطرف نمایند و گرنه در طولانی مدت با چنین قیمت‌هایی بالایی، امکان صادرات نخواهیم داشت.

❖ و دلیل قیمت تمام شده بالای بنبه در ایران؟

انحصار و سیاست‌گذاری‌های نادرست حکومتی باعث شد واحدهای ریسندگی به دلیل کثرت بالای بازار و تعرفه‌های ناکارآمد، مجبور به تولید رقابت محور نشوند! جالب است بدانید ماده اولیه را حدود ۳۰ درصد نسبت به تولیدکننده ترکیه گرانتر تهیه می‌کنیم.

❖ پس صادرات پارچه ایران از نظر اقتصادی مقرون به صرفه نیست و از نظر کیفی هیچ کمبودی ندارد؟

کیفیت بعضی از پارچه‌های تولید داخل کاملاً رقابت‌پذیر است و قابل صادرات هستند البته امکان تولید تمام ارقام پارچه را نداریم و باید وارد شوند.

❖ و صادرات به کدام کشورها؟

ممکن است برای صادرات به اروپا مسیر طولانی پیش رو داشته باشیم اما در صورت بهای تمام شده مناسب، به راحتی می‌توانیم بسیاری از بازارهای دیگر دنیا را به دست آوریم.

❖ این اطمینان برگرفته از چیست؟ آیا تاکنون نمونه تولیدات را به تولیدکنندگان خارجی نشان داده اید و آنان به کیفیت بالای پارچه‌های ایرانی اذعان داشته اند یا بر اساس استدلال و نتیجه گیری خود شماست؟

مراجعه کننده خارجی نداشتیم و در مقایسه با توانمندی‌ها و امکانات واحدهای بافندگی به این موضوع اطمینان دارم.

البته در جریان بازدید از نمایشگاه های خارجی کیفیت پارچه‌های عرضه شده را مورد تحلیل قرار می‌دهیم؛ از سوی دیگر متأسفانه یا خوشبختانه آن قدر پارچه وارداتی در کشور وجود دارد که یک تحلیل ساده نشان می‌دهد کیفیت تولیدات داخلی بسیار بالاست به طوری که مرتب با پارچه ترکیه مقایسه می‌شود.

❖ واحدهای پوشاک نسبت به عملکرد صنعتگران پارچه رضایت کاملی ندارند و معتقدند «تولیدکنندگان پارچه امکان تولید محصول مدنظر ما را از نظر قیمت، جنس، مدل، طرح، سرعت تولید و حتی تیراژ تولید ندارند، باید تیراژ بسیار بالایی از یک نوع پارچه را سفارش دهیم تا تولید برایشان مقرون به صرفه باشد در حالی که پوشاک به دلیل تغییر سریع مد، نیازی به چندصد متر پارچه ندارد به همین دلیل ترجیح می‌دهیم / مجبوریم از پارچه ترک استفاده کنیم» این موضوع را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در مورد قیمت باید بگویم تولیدکننده پوشاک باید سرمایه کافی (برای خرید مواد اولیه) در اختیار داشته باشد در حالی که اغلب اوقات خواهان خرید اعتباری و امانی هستند در حالی که چنین طرز تفکری متعلق به بیست سال پیش و به شدت قدیمی است. طی سال‌های اخیر آن قدر عملکرد این صنف ضعیف بوده و سودهای آنچنانی کسب کرده‌اند و به رشد مالی رسیده اند که باور نمی‌کنند برای مواد اولیه را باید به صورت نقدی بخرند. پس به طور کلی با واحدهای تولید پوشاک به شدت در زمینه نقدینگی مشکل داریم. در زمینه حجم تولید واقعیت این است که مشتریان چندین بزرگی (از نظر تیراژ تولید) نداریم که فرصت کافی برای انجام سفارشات آنها را نداشته باشیم اما شنیده ام برخی واحدهای تولیدی گلابه مندند که صنعت نساجی آنقدر قوی نیست تا مواد اولیه را به سرعت در اختیارمان قرار دهد. این موضوع که تولید پارچه در تیراژ پایین مقرون به صرفه نیست را می‌پذیریم، به واسطه نرخ بالای ارز و محدودیت واردات پوشاک با حجم انبوه و بسیار گسترده‌ای از تقاضای مشتریان ناخوانده روبرو شدیم در حالی که آمادگی قبلی نداشتیم؛ ولی اگر برنامه مشخصی در اختیارمان قرار می‌دادند و می‌دانستیم درب‌های کشور به روی واردات بسته می‌شود، قادر به رفع نیازهای آنان نسبت به پارچه باکیفیت بودیم.

❖ خوب تولیدکنندگان پوشاک هم نمی‌دانستند درب‌ها

کشور بسته و واردات محدود خواهد شد.

تولیدکننده پوشاک می‌خواهد تحت هر شرایطی بازار خود را حفظ کند. مردم ایران نیازمند پوشاک باکیفیت هستند و یک‌باره واردات متوقف شده در حالی که مردم به پوشاک خارجی عادت کرده‌اند. موضوع مانند داستان اول مرغ بوده یا تخم مرغ شده!!! از ابتدا واردات حجم گسترده پوشاک قاچاق به کشور اشتباه بود و کار نادرست، عُرف شده حال خواسته یا ناخواسته با این کار نادرست مبارزه شده که برای همگان تبعاتی دارد. به نظرم مصرف کننده، تولیدکننده پوشاک و واردکننده باید دور یک میز بنشینیم و ببینیم طرز تفکر اتمان تا چه میزان با هم تشابه و تفاوت دارد. در مورد «تعارض منافع» بحث شود، آیا صنعتگران پوشاک حاضرند سه سال صبر کنند تا تولیدکننده پارچه خود را به سطح مدنظر آنان برساند؟

❖ مشکل اینجاست که تعارض منافع حتی در میان اعضای یک تشکل هم وجود دارد و هیچ کدام حاضر نیستند از مواضع خود عقب‌نشینی کنند!

بله متأسفانه، یکی از همکاران ما در کنار تولید به واردات غیرقانونی پارچه (که مشابه داخلی ندارد) می‌پردازد و در کمال تعجب با وقاحت به ما هم پیشنهاد واردات می‌دهد. البته واردات اشکالی ندارد زیرا واحدهای ریسندگی امکان تأمین نخ‌های باکیفیت برای تمام فعالان بازار را ندارند اما معتقدم واردات نخ باید توسط اتحادیه‌ها و مصرف‌کنندگان واقعی تسهیل شود.

❖ از تعرفه به عنوان شمشیر دولبه یاد می‌شود؛ یعنی به نفع یک طرف و به زیان طرف مقابل. کاهش تعرفه واردات نخ اعتراض واحدهای ریسندگی را در پی دارد و افزایش آن، فریاد تولیدکنندگان پارچه را در می‌آورد!

طرح آمایش چنین مشکلاتی را برطرف می‌کند. در یک سیستم دموکرات سیاست‌گذاران و مسئولان باید نماینده واقعی تولید و صنعت باشند؛ بر اصلاح ما را بهتر می‌دانند. اگر تصمیم گرفته‌اند با تعیین تعرفه منطقی، از منافع یک صنعت دفاع کنند؛ باید تابع باشیم.

❖ به تعبیر بعضی صنعتگران نساجی، تکمیل و رن‌گری پاشنه آشیل این صنعت است... تولید نخ و پارچه در سطح قابل قبولی است ولی به مرحله تکمیل و رن‌گری که می‌رسد، نارسایی‌ها نمایان می‌شوند. در این مورد هم دیدگاه خود را اعلام نمایید.

طبعاً بافت پارچه از نظر مالی و فنی آسان تر از تکمیل و رنگرزی است. ضعف در بخش تکمیل را به طور نسبی قبول دارم. تعداد تکمیل کارهای با کیفیت در کشور ما هنوز انگشت شمار است چون تقاضایی وجود ندارد! شاید حدود ۲۰ درصد از تولید کنندگان پوشاک نسبت به کیفیت تکمیل پارچه گلایه دارند که آنها هم برندهای مطرح کشورند و مابقی به وضع موجود راضی هستند و بیش از آن مطالبه نمی کنند؛ وقتی تقاضایی نباشد، تکمیل با مواد و رنگ گرانی قیمت توجیهی ندارد. وقتی به مشتریان اعلام می کنیم مواد تکمیلی برای ضدچروک شدن یا ضدآبرفت پارچه وجود دارد؛ می گویند نیازی نیست چون مردم توقعی ندارند. این نکته، انسان را به تفکر وا می دارد که اصولاً چند درصد از مردم لیبیل های پوشاک را می خوانند؟ آیا به جنس پارچه توجه می کنند؟ اصلاً انتظارشان از پوشاک چیست و چقدر تأمین می شود؟

مردم از لحاظ سطح درآمد یکسان نیستند. قشر متمول دنبال برند و پوشاک اصیل خارجی است. قشر متوسط ممکن است به برند داخلی توجه کند و کیفیت برایش مهم تر از قیمت باشد. قشر کم درآمد توجهی به کیفیت، برند یا حتی کشور سازنده پوشاک ندارند چون دغدغه اش قیمت پایین است و بس...
علاقه دارم بدانم که در سایر کشورها وضعیت چگونه است؛ یعنی عامه مردم چقدر در مورد پوشاک اطلاعات دارند؟ برای خرید پوشاک به چه فاکتورهایی فکر می کنند و چه انتظاری از یک پوشاک دارند؟ یکی از دوستان تولید کننده می گفت «مردم از ما زره می خواهند نه لباس! قدرت خرید مردم بسیار پایین آمده و باید پارچه ای برای آنان تولید شود که استحکام و دوام زیادی داشته باشد.»

تصمیم ندادید دوخت را به مجموعه خود اضافه کنید؟

اگر تیم متخصص را داشته باشیم در ادامه کار وارد عرصه دوخت خواهیم شد. دوخت به برندسازی و هدف گذاری منتهی می شود این که محصول برای چه گروه سنی و کدام قشر جامعه تولید می شود. به دوخت فکر می کنیم اما فعلاً برنامه ای برای تحقق آن نداریم. اولویت ما تقویت بخش تکمیل و به روزرسانی ماشین آلات است. مثلاً تکمیل پارچه گردباف با عرض باز و عرض بسته انجام می شود که متأسفانه در کشور ما تجهیزات عرض بسته وجود دارد در حالی که تولید کنندگان پوشاک نیاز مبرمی به عرض باز دارند و باید نیاز آنان را برطرف نماییم.

واردات ماشین آلات به دلیل تحریم و نرخ بالای ارز سخت نیست؟

سخت هست اما در نهایت به صرفه است زیرا بازار بسیار خوبی دارد. البته به یاد داشته باشیم از ماشین آلات اروپایی به طرف ماشین های چینی و ترکیه روی آورده ایم و بخت با ما یار بوده که چین در تولید ماشین آلات صنعت رشد قابل توجهی دارد و چندان بابت نداشتن ماشین آلمانی تأسف نمی خورم زیرا ماشین چینی و ترکیه قیمت مناسب تری دارند هر چند عمر مفیدشان بسیار کمتر از مشابه آلمانی است.

منظورتان از ماشین های چینی یعنی آنهایی که تحت لیسانس برندهای اروپایی در این کشور تولید می شوند یا ماشین صد درصد تولید چین؟

منظورم ماشین آلات صد درصد تولید چین است؛ البته ماشین های تکمیل ترکیه هم عملکرد خوبی دارند.

بین ماشین دست دوم اروپایی و ماشین اورجینال چینی یا ترکیه کدام را انتخاب می کنید؟

ماشین آلات اورجینال چین و ترکیه... البته ماشین دست دوم چینی را پس از تأیید سلامت و اصالت آن خریدم. باید توان مالی بسیار بالایی داشته باشیم تا به خرید ماشین های اروپایی فکر کنیم چون تفاوت قیمت بسیار بسیار بالاست.

پیشنهاد رنگ پارچه از طرف شما به تولید کننده پوشاک پیشنهاد می شود یا آنان به شما سفارش رنگ می دهند؟

هر دو... بیشتر مشتری به ما خط می دهد که فالان رنگ مورد استقبال بیشتر مردم قرار دارد و بر این اساس رنگرزی انجام می شود اما بسیار علاقه داریم خودمان خط دهنده باشیم. دوستی تعریف می کرد: «نمی دانیم چه اتفاقی رخ می دهد که ناگهان مردم تصمیم می گیرند یک رنگ را نخرند!!!!»

رنگ و روانشناسی ارتباط تنگاتنگی با هم دارند و نگاهی به رنگ غالب در پوشش مردم جامعه می تواند بازتابی از روحیات مصرف کنندگان باشد. آیا تاکنون برای خود چنین تحلیلی انجام داده اید؟

بله همینطور است و جزو آرزوهایم است که نه فقط در مورد رنگ بلکه در مورد پیش بینی بازار به توانمندی قابل قبولی برسیم. چند روز پیش خیابان ها بسیار خلوت بود و بین ما اصطلاحی رایج است که مردم کجا

هستند؟! وقتی یک روز بازار خوب است یعنی اکثریت مردم به دلیلی که ما نمی دانیم، خرید انجام می دهند و فردای همان روز خبری از آنان نمی شود! باید بتوانیم این دلیل را پیش بینی کنیم که امروز یک معمای بزرگ برای ماست. گاهی از خلوتی خیابان متوجه می شویم تیم ملی فوتبال یا دربی پایتخت در حال برگزاری است!! بعضی علائم مانند بازی فوتبال، شب عید، اول هر ماه و امثال آن شناخته اند اما بسیاری از مواقع خلوتی یا شلوغی بیش از حد بازار دلایل نامشخصی برای ما دارد.

این گفت و گو را اواخر آبان ۱۴۰۰ انجام می دهیم؛ در حال حاضر چه رنگی بیشتر مورد استقبال مردم قرار دارد و به اصطلاح در بورس است؟

رسته کاری ما پوشاک مردانه و بچه گانه است و در این گروه متوجه شده ایم رنگ های پر و شارپ (به اصطلاح عامیانه جیغ) متداول است. رنگهایی که ۵-۶ سال پیش مد شده بودند و باز هم از سرعت بازار و مد جا ماندیم.

کسب و کار در مجموعه شما خانوادگی است. این مدل چه مزایا یا معایبی دارد؟

از نظر من عالی و مانند یک گنج ارزشمند است که نیاز به مدیریت دقیق و صحیح دارد. فرصت کم نظیری است که در کسب و کار خود با بستگان درجه یک و خانواده خود همراه باشید. نکات مثبت این نوع فعالیت به مراتب بیشتر از نقاط منفی است.

آیا به سرمایه گذار یا کارآفرین نوپا توصیه می کنید وارد بخش بافت، تکمیل و رنگرزی شود یا خیر؟

بله.. چون شیفته تولید و به سود اندک آن در مقابل ساخت و ساز و ... راضی هستیم هرچند از نظر منطقی، این حرف توجیهی ندارد! همان طور که هیچ نوع تولیدی در کشور ما مقرون به صرفه نیست. تولید حس بسیار خوبی دارد و اگر دنبال کسب سود سریع هستید، به هیچ عنوان گزینه خوبی نیست!

نکته پایانی

طی دو سال اخیر به واسطه فعالیت های گروهی و تشکیلاتی متوجه این موضوع شده ام که جای کار گروهی در صنعت نساجی و پوشاک بسیار خالی است. امیدوارم افراد، اهتمام بیشتری به کار گروهی داشته باشند.



خالی و افزایش صادرات فرش ماشینی است. به گفته مدیرکل دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صمت، فرش ماشینی ایران، سرآمد تولیدات فرش ماشینی دنیاست و این ویژگی به واسطه استفاده این صنعت از تکنولوژی روز دنیا و هنر و خلاقیت است و به جرئت می‌توان گفت نقش، طرح و رنگ فرش ماشینی ایران در دنیا، حرف‌های زیادی برای گفتن دارد. به علاوه، وزارت صمت از هر کمک و حمایتی در راستای شکوفایی بیش از پیش این محصول دریغ نخواهد کرد و تلاش می‌کند با تخصیص ارز مورد نیاز صنایع برای تأمین سرمایه در گردش و نوسازی صنایع، بخشی از مشکلات آن را حل نماید.

رضا فاطمی‌امین - وزیر صمت - از پیشنهاد دفتر کل صنایع نساجی و پوشاک وزارتخانه مبنی بر ایجاد کنسرسیوم صادراتی به منظور بررسی مشکلات و چالش‌های پیش روی آن‌ها استقبال کرد و قول برگزاری جلسه‌ای را با حضور نماینده اتاق ایران و اتاق کاشان و همراهی دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارتخانه و تولیدکنندگان فرش‌های ماشینی را داد. غلامحسین شافعی - رئیس اتاق ایران - نیز ضمن بازدید از غرفه‌های نمایشگاه، راه‌گذر از مشکلات را همراهی مسئولان و شنیدن مشکلات صاحبان کسب‌وکار دانست و گفت: صنعت فرش ماشینی ایران

در مراسم افتتاحیه این نمایشگاه، مهندس افسانه محرابی - مدیرکل دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صمت - به لزوم راه‌اندازی کنسرسیوم صادراتی با محوریت اتاق بازرگانی برای رفع مشکلات صنعت فرش ماشینی اشاره کرد تا به رونق صادرات فرش ماشینی منتهی شود.

وی یادآور شد: کنسرسیوم صادراتی متشکل از مجموعه متخصصین و کمیته‌های مختلف خواهد بود و طبق راهنمایی‌های راهبردی، مسیر صادرات را برای فعالان این حوزه تسهیل می‌کند.

محرابی در ادامه بیان داشت: ابراز داشت: نمایشگاه فرش ماشینی با توانمندی بالا و در راستای اهداف برگزاری نمایشگاه که به هم‌رسانی واحدها و عرضه و تقاضا است؛ برگزار شده است. این مقام مسئول، صنعت فرش ماشینی را همگام با تکنولوژی‌های روز دنیا برشمرد که در قالب کالای نهایی و مصرف‌کننده جزو لوازم خانگی محسوب می‌شود و در کیفیت و کمیت، به خودکفایی نیز رسیده است.

وی تصریح کرد: اگرچه ظرفیت تولید فرش ماشینی در کشور، سالانه ۱۳۵ میلیون متر مربع است اما تمام این ظرفیت به طور کامل در مدار تولید قرار ندارد. برای مثال طی سال گذشته تولید فرش ماشینی کشور به حداکثر ۹۴ میلیون متر مربع رسید؛ لذا یکی از نکات مورد توجه وزارت صمت دنبال، تکمیل ظرفیت‌های



به فکر برندسازی باشیم

اشاره:

سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی کف‌پوش، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران با حضور وزیر صمت، معاون امور صنایع وزارت صمت، مدیرکل دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صمت، رئیس اتاق بازرگانی کاشان، صنعتگران، تولیدکنندگان و دست‌اندرکاران فرش ماشینی و کف‌پوش افتتاح شد و ۱۰۵ غرفه در مساحتی حدود ۱۴ هزار مترمربع طی چهار روز به عرضه محصولات، دستاوردها و خدمات جدید خود پرداختند.



از تکنولوژی روز بهره‌مند است لذا شایسته رسیدگی بیشتر و تسهیل مسیر صادرات می‌باشد.

مهدی صادقی نیارکی - معاون امور صنایع وزارت صمت - در جریان بازدید از نمایشگاه مذکور گفت: بیش از یک‌هزار واحد صنعتی در صنعت فرش ماشینی، کفپوش، موکت و چمن مصنوعی مشغول به فعالیت هستند و طی ۶ماهه نخست سال جاری ۴۱ میلیون مترمربع فرش ماشینی، ۶۶ میلیون مترمربع موکت و ۳۸۰۰ تن چمن مصنوعی در کشور تولید شده است.

معاون امور صنایع وزارت صمت، ادامه داد: بیش از ۱۳۵ میلیون مترمربع ظرفیت تولید فرش ماشینی و ۲۸۱ میلیون مترمربع ظرفیت تولید انواع موکت در کشور وجود دارد و در سال گذشته صنعتگران در حوزه فرش ماشینی با بیش از ۷۰ درصد ظرفیت اسمی مشغول به فعالیت بوده‌اند. لازم به ذکر است در ۶ ماهه سال جاری ۲۸ هزار تن فرش ماشینی معادل ۱۱۰ میلیون دلار، ۱۰ هزار تن موکت معادل ۷ میلیون دلار و ۱۰ تن چمن مصنوعی معادل ۱۴ هزار دلار از کشور به آسیا، اروپا و اقیانوسیه صادر شده است.

بنابر اعلام صادقی، طبق دستور وزیر صمت مقرر شد با محوریت سازمان توسعه تجارت ایران و حضور تشکل‌های مرتبط با فرش ماشینی و دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی، برای توسعه صادرات و افزایش تولید تدابیر لازم اتخاذ گردد.

***گفت‌وگو با تعدادی از غرفه‌داران سیزدهمین نمایشگاه فرش ماشینی و کفپوش**

***صادرکننده، قاچاقچی نیست!**

محمود تولایی - رئیس اتاق بازرگانی کاشان - در پاسخ به این سوال که کرونا طی دو سال اخیر چه تأثیری بر روند تولید، فروش و بازار فرش ماشینی کشور داشت، گفت: کرونا در ابتدا محدودیت‌های فراوانی برای تمام دنیا به وجود آورد و کسب و کارهای مختلف از جمله فرش ماشینی را با مشکلات عدیده‌ای روبرو ساخت زیرا یکی از نخستین مراکزی که به اجبار تعطیل اعلام شد؛ فروشگاه‌ها و مراکز

انگیزه و اشتیاق بیشتری حضور یافته‌اند و تشکل‌های فرش ماشینی تولید نمایشگاه را برعهده گرفتند و با تشکیل شورای سیاست‌گذاری و ایجاد هماهنگی میان تشکل‌ها توسط اتاق بازرگانی کاشان به جرئت می‌توان گفت اکثر غرفه‌داران از شرایط برپایی نمایشگاه خرسند هستند و معتقدند سطح برگزاری این نمایشگاه را باید به سطح جهانی برسانیم. اگر نمایشگاه، واژه «بین‌المللی» را یدک می‌کشد، باید زمینه حضور غرفه‌داران و بازدیدکنندگان از کشورهای مختلف را فراهم نماییم

تولایی ابراز داشت: با هدف نمایش ظرفیت‌ها و توانمندی‌های تولیدکنندگان فرش ماشینی از تمام وابستگان بازرگانی، سفارت‌خانه‌های مختلف (به خصوص کشورهای مقصد صادرات) و مسئولان مرتبط وزارت امور خارجه یک ماه پیش از برپایی

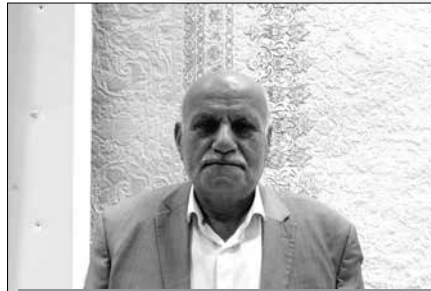
SHOW ROOM بود که به شدت بر تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان آسیب جدی رساند، در بخش تجارت خارجی نیز این معضل وجود داشت و رکود سنگینی را تجربه کردیم اما به تدریج شرایط به سمت بهبودی پیش رفت و وضعیت به حالت عادی خود باز خواهد گشت. البته در این میان کارخانه‌ها به تولید ادامه دادند و با حفظ نیروهای شاغل به آموزش آنها پرداختند، برخی به نوسازی و بازسازی خطوط تولید پرداختند و توانستند خود را به روز نگه دارند؛ در نتیجه امروز شاهدیم عقب ماندگی یک‌ساله خود را در بخش‌های مختلف مانند تکنولوژی، ماشین‌آلات، نوآوری، طراحی، نوع بافت و ... جبران و رشد خوبی کرده‌اند.

وی ادامه داد: بازدید کلی از نمایشگاه امسال نشان می‌دهد نسبت به دو سال گذشته، مشارکت‌کنندگان با

ملی، صادرات توسعه می‌یابد و روند صعودی به خود می‌گیرد اما در ایران این روند معکوس است یعنی به صورت همزمان هم با کاهش ارزش پول ملی و هم افت محسوس صادرات روبرو شدیم!

وی با اعلام این مطلب که متأسفانه حجم دخالت‌های دولت در اقتصاد کشور بالاست و اغلب مفاسد اقتصادی متأثر از مسائل دولتی می‌باشد، گفت: بخش خصوصی همیشه صادقانه پای میدان بوده و فراز و نشیب‌های بسیاری را پشت سر گذاشته است. امیدوارم دولت، آینده کشور را بر منافع قشری، قومی و جناحی ترجیح دهد، در مسیر درست به حرکت ادامه دهند و بدانند تا این اتفاق رخ ندهد، به سوی رشد و توسعه پیش نخواهیم رفت.

تولایی رقم صادرات فرش ماشینی کشور را حدود ۳۰۰ میلیون دلار برآورد کرد و گفت: به سال ۱۴۰۰ خوش‌بین هستیم و فکر می‌کنم شرایط بهتری پیش روی ماست؛ کما این‌که تجربه ۴۵۰ میلیون دلار صادرات را داریم که این رکورد در صادرات یک شاخه از صنایع نساجی رقم قابل ملاحظه‌ای است هرچند برای ما قانع‌کننده نیست و امیدوارم تا چند سال آینده به ۱/۵ میلیارد دلار برسد.



رحمانی - رئیس هیئت مدیره آسایش کاشان



تولایی - رئیس اتاق بازرگانی کاشان



*** باید با شرایط سخت تولید کنار بیاییم**

«مجتمع نساجی آسایش کاشان» سال ۱۳۸۰ در زمینه تولید فرش ماشینی تأسیس شد و با تمرکز بر صادرات توانست طی پنج سال (۸۹،۹۰،۹۱،۹۲،۹۳) به عنوان صادرکننده نمونه کشوری (ملی)، طی چهارده سال متوالی (از سال ۱۳۸۳ تا سال ۱۳۹۶) به عنوان صادرکننده نمونه و سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ به عنوان صادرکننده ممتاز استان اصفهان برگزیده شود. تولیدات این مجموعه با حدود ۹۰۰ نفر نیروی شاغل، انواع فرش ماشینی ۱۲۰۰، هزار، ۷۰۰ شانه، فرش کودک، فریز، گبه، گلیم و گلیم جاجیم را در برمی‌گیرد.

محمدتقی رحمانی - رئیس هیئت مدیره - که یکی از پیشکسوتان فرش ماشینی کشور به شمار می‌آید، عنوان کرد: در هر مقطع زمانی، تولید مشکلات خاص خود را دارد اما در حال حاضر هر روز شرایط سخت‌تر

صادرکنندگان را غافلگیر کرد و تولیدکنندگان و فعالان صادراتی دچار لطمات بسیاری شدند به طوری که برخی عطای صادرات را به لقای آن بخشیدند. پس از برگزاری جلسات متعدد با مدیران بانک مرکزی، وزارت اقتصاد، اتاق بازرگانی و ... این موضوع تفهیم شد که تولیدکننده و صادرکننده نه تنها قاچاقچی نیستند بلکه انسان‌های شریف، محترم، دلسوز نظام و صادق هستند و به قول معروف برادری خود را برای کشور و ملت به اثبات رسانده‌اند و متأسفانه به جای تکریم، مورد تخریب قرار گرفته‌اند.

وی تصریح کرد: به یاد داشته باشیم طی دو سال گذشته تلویحاً اعلام شد صادرکننده نمونه یعنی قاچاقچی! این واژه بسیار توهین‌آمیز و دلسردکننده است آن هم برای کشوری که قادر به فروش منابع نفتی خود نیست و نیاز جدی به دلار و ارز دارد! به گفته تولایی، در تمام کشورها با تنزل ارزش پول

نمایشگاه به طور رسمی دعوت به عمل آوردیم، تجار بین‌المللی در جریان برپایی این نمایشگاه قرار گرفتند و نهایت تلاش خود را به عمل آوردیم تا در سال نخست حضور اتاق بازرگانی کاشان - در کسوت مدیریت نمایشگاه - با دعوت این افراد از موقعیت پیش آمده به نفع صادرات بهره‌مند شویم. پس اگر بخش بین‌المللی نمایشگاه را با تمرکز و زمان بیشتری مورد توجه قرار دهیم فرصت‌های بسیار مثبت و خوبی در صنعت فرش ماشینی شکل خواهد گرفت زیرا از واردات این محصول به کشور تقریباً بی‌نیاز هستیم و رقیبان نمی‌توانند به شکل جدی وارد بازار داخلی ما شوند اما بیشترین مشکل در بخش تحریم‌ها، مسائل بانکی، رفع تعهدات ارزی و امثالهم است.

رئیس اتاق بازرگانی کاشان در مورد بازگشت ارزشهای صادراتی گفت: سال ۱۳۹۷ بانک مرکزی به صورت کاملاً شتاب‌زده و با تصویب قوانین خلق الساعه،

می‌شود برای مثال قیمت مواد اولیه به طور ناگهانی زیاد می‌شود، این امر قیمت تمام شده محصولات را افزایش می‌دهد اما تولیدکننده به دلیل عدم کشش بازار، قدرت خرید پایین مردم و حفظ مشتریان چاره‌ای جز کاهش حاشیه سود ندارد.

رحمانی با ذکر این جمله که نمی‌توان کارخانه را با ۹۰۰ کارگر متوقف کرد و باید با شرایط سخت تولید کنار بیاییم، اشاره کرد: ۸۰ درصد فروش محصولات فرش آسایش به صادرات اختصاص دارد که با دور زدن تحریم‌ها امکان‌پذیر است.

وی افزود: نیاز مبرم به نخ مرغوب، با قیمت مناسب و رقابت‌پذیر در بازارهای بین‌المللی باعث شد اقدامات لازم برای خرید، نصب و بهره‌برداری از ماشین‌آلات ریسندگی (نخ آکرلیک) انجام دهیم و به یاری خداوند به زودی نخ‌های قابل مصرف در صنعت فرش ماشینی را جهت تأمین نیاز بازار داخلی و صادراتی تولید خواهیم کرد.

* برندسازی مستلزم «دیدن شدن» است

«شرکت آزاد فرش کاشان» از سال ۱۳۷۸ با برند «فرش مجلل»، تولید را آغاز کرد و با توجه به مدرن شدن ماشین‌آلات در سال ۱۳۹۴ در شهرک سلیمان صباحی بیدگلی با عنوان فرش آزاد به تولید فرش ماشینی ۷۰۰ شانه با تراکم ۲۵۵۰ پرداخت. در حال حاضر حدود ۲۵ نفر به طور مستقیم و تا ۱۰۰ نفر به طور غیر مستقیم در این شرکت تولیدی مشغول فعالیت هستند.

حمید صابر - رئیس هیئت مدیره - ادامه داد: سال ۱۳۹۸ دستگاه ۱۵۰۰ شانه تراکم ۴۵۰۰ به مجموعه افزوده شد که به‌عنوان ریزبافت‌ترین فرش جهان به شمار می‌آید و جزو اولین تولیدکنندگانی هستیم که این نوع فرش را با پالت و نقوش کاملاً اختصاصی به بازار مصرف عرضه نمود. اغلب محصولات در داخل شرکت طراحی، رنگ‌آمیزی، ری‌ساز می‌شوند و سپس مراحل بافت آنها انجام می‌گیرد.

وی گفت: محصولات ما توسط نمایندگی‌های سراسر کشور (تهران، کرج، یزد، شیراز، اصفهان، تبریز، مشهد، کرمانشاه، سقز، مریوان، پیرانشهر، ارومیه، بندرعباس و



صابر - رئیس هیئت مدیره آزاد فرش کاشان



گفت: فروش آنلاین فرش ماشینی امری نادرست نیست اما اغلب محصولات ما از طریق نمایندگی‌ها فروخته می‌شوند زیرا فرش کالایی است که باید جلوه، کیفیت، رنگ و نقش آن از نزدیک و به صورت حضوری مشاهده و لمس شود.

صابر اذعان داشت: صادرات به قطر، عمان، امارات و عراق با موفقیت انجام می‌شد اما پس از شیوع کرونا، بسیاری از کشورها (به خصوص عمان) سیستم قرنطینه بسیار سختگیرانه‌ای مدنظر قرار دادند لذا ورود تجار و بازرگانان خارجی به ایران بسیار کاهش یافت و طی دو سال اخیر حجم صادرات ما روند نزولی به خود گرفت. البته در بازار داخلی نیز با کاهش تقاضای مردم روبرو شدیم که هرچند به تعدیل نیروهای انسانی کارخانه منتهی نشد اما حجم تولید را به دلیل تعطیلی‌های متعدد سراسر کشور و همچنین قطعی برق واحدهای صنعتی کم کرد.

(...) در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد و نکته مهم تفاوت‌های سلیقه‌ای شهرها و استان‌های مختلف در طرح، رنگ و نقش فرش‌هاست و سعی می‌کنیم با تولید طیف وسیعی از طرح و نقشه‌های مختلف، پاسخگوی نیاز مشتریان باشیم. ضمناً پالت‌های آزاد فرش، قابلیت ارائه هرگونه سبک، مدل و رنگ فرش ماشینی را دارد.

به گفته صابر، نخ خاب مصرفی ما اکریلیک، پود آن پنبه و نخ تار پلی‌استر است که به دلیل استحکام و مقاومت بالای پلی‌استر مورد استفاده قرار می‌گیرد. نخ پنبه و اکریلیک از تولیدات داخلی و الیاف اکریلیک عمدتاً از ترکیه تهیه می‌شوند. اگرچه قابلیت تولید الیاف اکریلیک در کشور وجود دارد اما ظرفیت تولید آن اندک و پاسخگوی نیاز گسترده تولیدکنندگان فرش ماشینی نیست.

وی در مورد فروش اینترنتی تولیدات آزاد فرش

دستگاه بافندگی فرش ماشینی و اشتغال‌زایی برای ۷۵ نفر به تولید فرش ۷۰۰ شانه با تراکم ۲۵۵۰ و ۱۲۰۰ می‌پردازد.

به اعتقاد امیر شریعت‌زاده - عضو هیئت مدیره و مدیر فروش - شیوع کوید ۱۹، باعث کاهش مشتریان فروشگاه‌های خانگی ما شد و هرچند مشتریان عمده همچنان به فعالیت ادامه می‌دادند اما به طور کلی افت ۳۰-۴۰ درصدی فروش محصولات و افزایش فزاینده چک‌های برگشتی را تجربه کردیم. البته در حال حاضر شرایط بهتر شده و اگر تا ۵ ماه پیش ۳۰-۴۰ درصد چک‌های وصولی برگشت می‌خوردند امروز این رقم به ۵-۱۰ درصد کاهش یافته است.

مدیرفروش قالی مهر آریا یادآور شد: اکثر مشتریان خانگی به دنبال نقش و نگار و تنوع بالایی هستند که تهیه آن دشوار است لذا تولیدات ما توسط عواملان فروش و فروشگاه‌های بزرگ (در سطح هایپرها) توزیع می‌شود و بیشتر با آنها در ارتباط هستیم تا تقاضای مشتریان خانگی را هم تحت پوشش قرار دهند. فروش از طریق سایت هم انجام می‌گیرد اما فرش ماشینی کالایی است که باید خریدار از نزدیک مشاهده کند لذا عرضه اینترنتی آن به مراتب از فروش موبایل و امثالهم که در دسترس همگان است و امکان مقایسه و انتخاب گسترده دارد؛ به مراتب سخت‌تر می‌باشد

شریعت‌زاده گفت: ۷۰-۸۰ درصد از مواد اولیه مصرفی مجموعه ما الیاف «تو TOW» و «تاپس TOPS» است که از شرکت آکسای ترکیه تأمین می‌شوند؛ البته شرکت پلی‌اکریل هم این مواد را تولید می‌کند اما تولیداتش پاسخگوی نیاز تولیدکنندگان داخلی نیست لذا اغلب مواد اولیه وارداتی (از هند و ترکیه) هستند. وی یادآور شد: هنگام صادرات و جهت انتقال پول به ایران در دسرها و مشکلات بسیاری وجود دارد لذا صادرات به سختی انجام می‌گیرد و امیدوارم با رفع تحریم‌ها، شرایط صادرات بهتر شود.

شریعت‌زاده در پایان اذعان داشت: فعالان صنعت فرش ماشینی و کف‌پوش باید در نمایشگاه‌های تخصصی شرکت کنند به همین دلیل در نمایشگاه فرش ماشینی تهران، با هدف اعلام حضور فعال



شریعت‌زاده - عضو هیئت مدیره قالی مهر آریا



نجف‌زاده - عضو تیم فروش فرش جم



بازار به تدریج توان خود را از سر گرفته است. وی گفت: در حال حاضر نمایندگی عرضه مستقیم نداریم زیرا تحقق آن مستلزم سرمایه‌گذاری بسیار بالاست لذا به فروشگاه‌ها و مغازه‌های سطح کشور محصولات خود را عرضه می‌کنیم، همچنین در سایت شرکت نیز فروش آنلاین انجام می‌گیرد.

نجف زاده دلیل حضور در نمایشگاه فرش ماشینی تهران را فروش بیشتر و آشنایی با مشتریان جدید اعلام کرد و گفت: نمایشگاه سال گذشته به دلیل کرونا بسیار خلوت بود و استقبال چندانی از آن صورت نگرفت اما در نمایشگاه امسال شاهد حضور شرکت‌های جدید و بازدیدکنندگان فراوان هستیم؛ اگرچه هنوز شرایط مانند نمایشگاه سال ۱۳۹۸ نیست!

امیدوارم به رفع تحریم‌ها و بهبود شرایط صادرات

«شرکت قالی مهر آریا» در سال ۱۳۷۵ با عنوان «فرش البرز راوند» در کاشان ثبت شده و با سه

رئیس هیئت مدیره آراد فرش در پایان گفت: به عنوان یک تولیدکننده و صنعتگر باید در بازار و نمایشگاه‌های تخصصی حضور داشته باشیم و برندسازی مستلزم «دیدن شدن» است.

هنوز شرایط مانند نمایشگاه سال ۱۳۹۸ نیست!

«شرکت فرش جم» فعالیت خود را از سال ۱۳۸۰ شروع کرد و امروز با اختیار داشتن ۵۰-۶۰ نفر نیروی انسانی به تولید فرش‌های ۷۰۰ شانه با تراکم ۲۵۵۰ و هشت رنگ می‌پردازد.

امیر رضا نجف‌زاده - عضو تیم فروش - ضمن اعلام مطالب فوق افزود: طی دو سال اخیر به دلیل کرونا و شرایط دشوار بازار، نهایت تلاش خود را به عمل آوردیم تا مانع تعدیل نیروهای شاغل مجموعه شویم هرچند معتقدم کرونا تأثیر آن‌چنانی در صنعت فرش ماشینی کشور نداشت و صرف‌نظر از سه ماه اول سال،



لاجوردی - رئیس هیئت مدیره آسمان کویر کاشان



خداوردی - مدیر عامل پدیده عمارت کاشان



امیدوار به افزایش صادرات

«شرکت فرش آسمان کویر کاشان» تولیدکننده انواع فرش ماشینی و گلیم است. سیدرضا لاجوردی - رئیس هیئت مدیره - سطح کمی و کیفی سیزدهمین نمایشگاه فرش ماشینی و کفپوش تهران را بسیار عالی، مطلوب و قوت قلب تولیدکنندگان فرش ماشینی و کفپوش توصیف کرد و گفت: خوشبختانه شاهد حضور پر رنگ مشتریان صادراتی از ۳۷ کشور هستیم و طی صحبت با تعدادی از غرفه‌داران متوجه رضایت و خرسندی آنان از این نمایشگاه شدم. امیدوارم شاهد رشد و توسعه بیشتر صنعت نساجی کشور باشیم و با حمایت دولتمردان (در بخش تهیه مواد اولیه، معافیت‌های مالیاتی، سهولت واردات ماشین‌آلات مدرن صنعتی و ...)، صادرات فرش ماشینی روند صعودی خود را طی کند؛ زیرا بیش از ۱۲۰۰ کارخانه تولید فرش ماشینی فقط در منطقه

از نزدیک را به مصرف‌کننده نمی‌دهد ولی امروزه با ظهور و توسعه پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، عرضه فرش ماشینی با سهولت و سرعت بیشتری انجام می‌شود. وی در خاتمه گفت: هدف ما از حضور در نمایشگاه صرفاً فروش و عرضه فرش نیست بلکه خواهان ملاقات و آشنایی با همکاران توانمند، متعهد و خوش قول و همینطور استمرار درخشش و شهرت نیک فرش ایرانی در بازارهای جهانی هستیم تا در نمایشگاه‌های خارجی به اصطلاح یک سر و گردن از سایرین بالاتر باشیم. این حجم از رقابت نه تنها ترسناک نیست بلکه لذت‌بخش هست. به گفته خداوردی امسال دوبرابر ظرفیت سالن‌های نمایشگاه بین‌المللی تهران، متقاضی جهت دریافت غرفه وجود داشت و متراژ غرفه‌ها را با هدف افزایش تعداد مشارکت‌کنندگان کم کردند اما باز هم بسیاری از صنعتگران موفق به حضور در این دوره نشدند.

و موثر قالی مهر آریا و یافتن مشتری‌های جدید مشارکت کرده‌ایم و نمایشگاه امسال بسیار خوب و پربار موثر شده و مشتریان مورد انتظار را ملاقات کرده‌ایم اما متأسفانه مسئولان برگزاری همکاری چندانی با ما نداشتند برای مثال به هیچ عنوان اعلام نکرده بودند فرش‌های عرضه شده باید اتیکت‌دار باشند لذا بازرسی سازمان استاندارد حکم توقیف غرفه را صادر کرده است!

یک رقابت لذت‌بخش!

آغاز فعالیت «شرکت پدیده عمارت کاشان» به بیش از ۵۰ سال پیش بازمی‌گردد و تولید فرش نسل به نسل منتقل شده و امروز نسل سوم سکان مدیریت آن را برعهده گرفته است.

میشم خداوردی - مدیر عامل - مهم‌ترین تأثیر کرونا را تعطیلات اجباری اصناف و صنایع مختلف از جمله فرش ماشینی اعلام کرد و گفت: هرچند افزایش قیمت محصولات مختلف به تنش‌های بازار دامن زد اما در کل مشکل خاصی برای این صنعت به وجود نیاورد و استقبال مشتریان و همکاران به راه‌اندازی خط تولید جدید و افزایش تعداد پرسنل منتهی شد. در سال‌های گذشته بخش عمده مخاطبان ما را قشر سالمند جامعه تشکیل می‌داد اما با تمرکز بر جوان‌گرایی و حفظ اصالت فرش ایرانی به ارائه فرش‌های وینتیج (کهنه‌نما) پرداختیم و تصمیم داریم خط کاری خود را تغییر دهیم و به سمت تولید این نوع فرش حرکت کنیم. وی اضافه کرد: سه سال پیش به تولید فرش‌های کلاسیک می‌پرداختیم و تصمیم گرفتیم فرش وینتیج را به سبد محصولات بیفزاییم اما چندان موفق نبودیم زیرا نیازمند دو گروه طراحی متفاوت، تحقیقات بازار متفاوت و مشتریان متفاوت است و هیچ ارتباطی با هم ندارند؛ ضمن این‌که مدیریت و برقراری تعادل میان فرش کلاسیک و وینتیج بسیار زمان‌بر و سخت است.

به گفته خداوردی، حجم فروش آنلاین در این مجموعه هنوز چشمگیر نیست اما آن را بسیار ضروری و واجب می‌دانیم هرچند بسیاری از همکاران مخالف این سبک فروش هستند زیرا امکان مشاهده

کاهش داد و به دلیل روحیه تنوع طلبی در مباحث کاری و طراحی، تصمیم گرفتیم وارد عرصه طراحی و تولید فرش ماشینی شوم.

وی ادامه داد: از پنج سال پیش که تکنولوژی چاپ دیجیتال وارد کشور شد، با توجه به همکاری بسیار نزدیک با یکی از تولیدکنندگان معتبر و خوش نام فرش ماشینی ایران از هنگام راهاندازی تا نصب ماشین آلات و آغاز تولید، تجارب ارزشمندی در این زمینه کسب کردم سپس در دوره‌های فوق تخصصی شرکت زیرم حضور یافتیم و پس از مدتی به صورت مستقل، برندی را به طور مستقل در زمینه چاپ دیجیتال فرش ماشینی به وجود آوردیم.

معروفی تصریح کرد: بروز کرونا در بازار فرش ماشینی بی تأثیر نبود اما به واسطه نبودن محصول با آسیب چندانی مواجه نشدم زیرا در مقام تولیدکننده قرار ندارم (در واقع طبق نیاز بازار و در قالب برون سپاری به فعالیت می‌پردازم)؛ شاید اگر در کسوت تولیدکننده با شما صحبت می‌کردم؛ به انعکاس مسائل و چالش‌های متعدد اثرگذار در روند تولید و فروش می‌پرداختم.

وی خاطر نشان کرد: اگرچه شروع فعالیت مستقلم با اپیدمی کرونا همراه بود اما وقفه‌ای در کارم به وجود نیاورد و بیشتر به‌عنوان یک تجربه آن را مدنظر قرار می‌دهم که توانستم در یک بازار ملتهب و نامساعد فعالیت را شروع کنم.

معروفی اظهار داشت: هدف از شرکت در نمایشگاه معرفی برند نوپای خود به فعالان و نمایندگان فروش فرش ماشینی کشور است. خوشبختانه بازخورد و استقبال خوبی از بازدیدکنندگان دریافت کرده‌ام و با تعدادی از نمایندگان صادراتی مذاکراتی انجام شد.

وی در پایان متذکر شد: اکثر تولیدکنندگان به سمت «طراحی محور» حرکت کرده‌اند و بسیار خوب است که دیگر شاهد تکرار طرح‌ها و پالت‌ها در غرفه‌های مختلف نیستیم. اگرچه در پالت رنگی تکرار مکررات صورت می‌گیرد!

فرش ایرانی باید هویت ایرانی داشته باشد

«شرکت آریا تدبیر» به‌عنوان یک آژانس تبلیغاتی بین‌المللی از سال ۱۳۷۶ فعالیت خود را آغاز کرده است



معروفی - مدیرعامل شرکت فرش بهراد



کرده‌ام و با تأسی از اعتقاد لاجوردی بزرگ که «هر زمان مدیر توانمند پیدا کردم، یک کارخانه راه‌اندازی کردم» من هم این سبک و سیاق را ادامه دادم و به زودی شاهد راه‌اندازی کارخانه رسیدگی الیاف پلی‌استر و در گام بعدی خط تولید پوشاک خواهیم بود.

حرکت تولیدکنندگان به سمت طرح محوری

ماهان معروفی - مدیرعامل شرکت فرش بهراد بیان داشت: تخصص، تجربه و تجارت خانوادگی ما طراحی، رنگرزی و تولید فرش دستباف است اما متأسفانه تولیدکنندگان فرش دستباف به دلایل مختلف مانند محدودیت در نوع رنگرزی، بافت و... چندان به دنبال نوآوری و به روز رسانی نیستند و همیشه این خلأ وجود داشته و دارد؛ از سوی دیگر به مرور زمان فرش ماشینی با اتکا به تکنولوژی‌های مدرن و بهره‌گیری از ماشین‌آلات جدید، مجال فعالیت فرش دستباف را

آران و بیدگل مستقر است، بیش از ۶۰ هزار نفر به صورت مستقیم در این صنعت فعال هستند و ان‌شاءالله این تعداد به صد هزار نفر برسد.

وی افزود: در دو سال گذشته به دلیل شیوع کرونا ظرفیت تولید کارخانه‌های فرش ماشینی به ۵۰ درصد نیز رسید اما به لطف خداوند با تلاش بی‌وقفه صنعتگران توانمند بخش خصوصی ظرفیت تولید به تدریج افزایش پیدا کرد. لاجوردی یادآور شد: همان‌طور که می‌دانید ایران، تنها کشوری است که با ۱۴ کشور همسایه است و هیچ‌یک از همسایگان دارای ظرفیت بالای تولید فرش ماشینی نیستند به این دلیل توانستیم ظرف چند ماه گذشته، میزان تولید را به حداکثر برسانیم و جایگاه خود را تثبیت نماییم.

عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی کاشان اذعان داشت: ۳۰ سال به‌عنوان تولیدکننده فرش ماشینی، تمام درآمد و سرمایه به دست آمده را به تولید اضافه



عنایتی بیدگلی - مدیر عامل آریا تدبیر



و به ارائه خدماتی مانند ساخت غرفه‌های نمایشگاهی در داخل و خارج کشور، طراحی وبسایت و بهینه سازی آن، تولید محتوا برای شبکه‌های اجتماعی، مشاوره و برندینگ کسب و کارها و ... می‌پردازد.

به گفته محمد عنایتی بیدگلی - مدیر عامل - کرونا فرصت بسیاری ارزشمندی برای تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان فرش ماشینی به وجود آورده است.

وی با بیان این مطالب که ۲۴ سال در صنعت فرش ماشینی به معنای واقعی کلمه «استخوان خُرد می‌کنم» افزود: در این صنعت، بخش تولید (بهره‌مندی از تکنولوژی‌های مدرن) بسیار قدرتمند است و حرف‌های زیادی برای گفتن دارد اما در حوزه‌های مالی، بازاریابی و منابع انسانی بسیار ضعیف می‌باشد.

عنایتی اذعان داشت: در تمام دنیا وقتی ملیت خود را اعلام می‌کنید، سراغ فرش ایران را از شما می‌گیرند زیرا برند و هویت ایرانیان با فرش عجین شده است اما در همین نمایشگاه اغلب طرح‌ها دودی، مشکی یا سفید هستند یا به سمت تولید فرش‌های وینتیج، فانتزی و ... حرکت کرده‌اند در صورتی که فرش ایرانی باید هویت ایرانی داشته باشد و کسی توقع ندارد طرح و تولیدکننده فرش ایرانی از طرح‌های ترکیه استفاده کند! شاید برخی بگویند این قبیل طرح‌ها، سلیقه بازار است اما مگر ذائقه بازار را چه کسی تعیین می‌کند؟! این مشاور بازاریابی و فروش خاطرنشان کرد: پیش از برگزاری نمایشگاه پیش‌بینی کرده بودم که این دوره شاهد برپایی یک نمایشگاه پرشکوه و استقبال چشمگیر بازدیدکنندگان خواهیم بود و خوشبختانه این پیش‌بینی به واقعیت تبدیل شد.

مدیرعامل آریا تدبیر گفت: فلسفه وجودی برپایی نمایشگاه، چیز دیگری بود، زمانی مدیران ارشد و عوامل موثر در فروش و تولید دور هم جمع می‌شدند، به جشن و پایکوبی می‌پرداختند و در کنار آن محصولات خود را عرضه می‌کردند اما به تدریج دید و باز دیده‌ها، جشن و پایکوبی‌ها حذف شدند و چیزی که امروز می‌بینم صرفاً غرفه‌سازی و ارائه محصول است.

به گفته عنایتی، ده سال پیش در اغلب سخنرانی‌ها عنوان می‌شد سازمان‌های وابسته به فرد محکوم به

فرش ماشینی در اصفهان راه‌اندازی شد. در سال ۱۳۹۱ خط تولید انواع نخ‌های BCF فریز، کیبل و هیت‌ست مورد بهره‌برداری قرار گرفت و حدود ۷۰ نفر در این مجموعه به تولید فرش‌های ۷۰۰ شانه هیت‌ست و BCF و همچنین ۱۲۰۰ شانه اکریلیک می‌پردازند.

مهیار محمدی - مدیر فروش - گفت: ارائه محصولات باکیفیت با استفاده از مواد اولیه مرغوب اولویت نخست مدیران مجموعه است اما طی دو سال اخیر به دلیل کرونا، صادرات دچار وقفه شد و محدودیت‌های بسیاری در بازار داخلی به وجود آمد اما سعی کردیم تمام پرسنل را حفظ نماییم؛ همکاری که در روزهای خوب همراه ما بودند، در روزهای نامساعد رها نشدند. خوشبختانه پس از واکسیناسیون سراسری شرایط اندکی بهتر شده است.

وی از حضور در نمایشگاه فرش ماشینی تهران

نابودی هستند اما امروز دوران بازاریابی به سر آمده و باید به فکر برندسازی بود، مردم برندها را دوست دارند، برند یعنی هویت، شخصیت، تعهد. یک تولیدکننده بدون تعهد هیچ جایی در بازار نخواهد داشت. وی اضافه کرد: در آریا تدبیر نسبت به سال‌های قبل تمرکز خود را افزایش داده‌ایم و بحث «بومچه» را مطرح کرده‌ایم. بومچه در واقع نیمچه تحلیلی بر آگهی‌های فرش ماشینی ایران و جهان است. به اعتقاد ما آگهی‌های چاپی، تیزرهای تلویزیونی و تصویری فقط ساخته می‌شوند، هدف و هویت و تفکر آن مورد توجه قرار نمی‌گیرد لذا تصمیم داریم به نکات مثبت تبلیغات فرش ماشینی در ایران و جهان از طریق سایت و اینستاگرام بپردازیم.

حفظ همکاری در روزهای بد

«شرکت فرش آراکو» در سال ۱۳۷۰ با هدف تولید

و آزاد بسیار فاحش است لذا صادرات در شرایط فعلی، توجیه پذیر نیست.

این صنعتگر نساجی اضافه کرد: سرمایه گذاری جدید برای احداث کارخانه فرش ماشینی را به کسی توصیه نمی کنم اما فعالانی که در این بازار حضور دارند برای تکمیل سبد کالاهای خود و حفظ مشتریان مجبور به ادامه فعالیت و افزودن دستگاه های جدید هستند.

سید سعید سجادی - مدیر صادرات - نیز گفت: هرچند نمایشگاه امسال بسیار پر بار و موفق است و بزرگان صنعت حضور دارند اما تعداد مشتریان صادراتی به دلیل تحریم ها و محدودیت های کرونا چندان چشمگیر نیست.

سجادی ابراز داشت: امسال با تعطیلی دوماهه مغازه ها و فروشگاه های شهرهای بزرگ و وضعیت قرمز کرونایی آنها روبرو بودیم به تبع درخواست مشتریان هم به حداقل رسید، شاهد نوسان قیمت های کاذب در سطح بازار بودیم و مردم برنامه های خرید خود را به تعویق می انداختند؛ البته امیدوارم تمام این ظرفیت های خالی تا پایان سال جبران شوند.

جایگاه فرش ماشینی ایران در کشورهای همسایه

«شرکت بافته های مهستان (فرش پرنیان)» از سال ۱۳۷۷ فعالیت خود را در زمینه تولید انواع فرش ماشینی آغاز نمود و در سال جاری با واردات ماشین آلات ۱۵۰۰ شانه، ظرفیت تولید را دو برابر و تعداد نیروی انسانی را ۵۰ درصد افزایش داده است. به اعتقاد **محمد جلالیان - مدیرعامل** - شیوع کرونا نه تنها تأثیر منفی بر بازار فرش ماشینی ایران نگذاشت بلکه طی دو سال اخیر وضعیت آن به مراتب بهتر از سال های قبل است؛ شاید به این دلیل که مردم خانه نشین شدند و تصمیم گرفتند دکوراسیون منازل خود را تغییر دهند!

وی ابراز داشت: فرش ماشینی ایران جایگاه خود را در کشورهای همسایه پیدا کرده و بخش بزرگی از تولیدات صادر می شود و در صورت بازاریابی قدرتمند و موثر، دستیابی به بازارهای جهانی و عرض اندام در مقابل رقیبان خارجی دور از دسترس نیست.

جلالیان حضور مستمر در نمایشگاه های تخصصی را



موکت پردیس



مدیران گروه نساجی اطمینان



محمدی (سمت چپ) - مدیر فروش آراکو



اجباری را پشت سر گذاشتیم اما در حال حاضر شرایط کمی در حال بهبودی است. وی ادامه داد: قیمت مواد اولیه (داخلی و خارجی) به شدت افزایش یافته و در مقابل قدرت خرید مردم پایین آمده که این روند، ادامه کار را برای تولیدکنندگان سخت تر می کند، حاشیه سود بسیار پایین آمده و سرمایه گذاری جدید به هیچ عنوان مقرون به صرفه نیست. به گفته مدیرعامل نساجی اطمینان، منطقه آران و بیدگل به دلیل محوریت و مرکزیت فرش ماشینی ایران خوشبختانه در دوران اوج کرونا با تعطیلی کارخانه های روبرو نشد؛ هرچند بعضی واحدها حجم تولید را کاهش دادند.

سجادی در مورد صادرات و رفع تعهدات ارزی گفت: صادرات مجموعه را کم کرده ایم زیرا باید رفع تعهد ارزی انجام دهیم و به دلیل مراد به کشورهای همسایه براساس ریال، باید دلار آزاد بخریم و به سنا تحویل دهیم در حال حاضر اختلاف میان نیما

ابراز رضایت نمود اما زمان برگزاری آن را نامناسب دانست و گفت: این رویداد باید مرداد و شهریورماه برگزار می شد که زمان بسیار خوبی برای فعالان فرش ماشینی است.

صادرات در شرایط فعلی، توجیه پذیر نیست

«گروه نساجی اطمینان» سال ۱۳۷۴ در شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی تاسیس شد و تولیدکننده انواع فرش ۱۲۰۰، ۱۰۰۰ و ۷۰۰ شانه دستبافت گونه است. در سال ۱۳۹۶ نیز تولید فرش ماشینی (در شانه پایین) و گبه و گلیم را با بهره گیری از دستگاه های بافندگی ۵۰۰ شانه و گلیم آغاز کرد.

سیدجواد سجادی - رئیس هیئت مدیره - ابراز داشت: در مقطعی که فروشگاه های عرضه فرش به اجبار (کرونا) تعطیل و دستگاه های پوز غیرفعال شدند؛ با مشکلات بسیاری روبرو شدیم و حتی ۲۰ روز تعطیلی



جلالیان - مدیر عامل بافته‌های مهستان



خسروی کااوند - مدیر عامل فرش رجال کرمانشاه

موثر و مفید دانست که جان تازه‌ای به صنعت فرش ماشینی می‌بخشد و مایه دلگرمی تولیدکنندگان و فعالان این صنف محسوب می‌شود؛ ضمناً محل مناسبی برای ارزیابی عملکرد یک‌ساله شرکت‌هاست و می‌توان توان فنی، دستاوردها و محصولات جدید تمام تولیدکنندگان را در یک فضا مشاهده کرد.

نوسان قیمت‌ها آزاردهنده است

«شرکت فرش رجال کرمانشاه» تولیدکننده انواع فرش دستباف گونه ۷۰۰ شانه با تراکم ۳۰۰۰ و ۱۲۰۰ شانه با تراکم ۳۶۰۰ است.

جواد خسروی کااوند - مدیر عامل - گفت: روزی که در کرمانشاه کارخانه تولید فرش ماشینی احداث کردیم همه می‌گفتند موفق نخواهید شد اما علی‌رغم تمام مشکلات در بازار باقی ماندیم و تبدیل به یک برند در صنعت فرش ماشینی دنیا شدیم. به طوری که ماهیانه حدود ۱۵۰۰ تخته از فرش‌های تولیدی را به کشورهای مختلف مانند کانادا، دانمارک، ایتالیا و انگلیس صادر می‌کنیم. به‌تازگی بیست هزار متر فرش به لیبی صادر کرده‌ایم که با استقبال فراتر از انتظار اتمان روبرو بود.

وی افزود: افزایش قیمت‌ها در فرایند تولید، مانع فروش می‌شود؛ همچنین نوسان قیمت‌ها آزاردهنده است زیرا هیچ تضمینی وجود ندارد که آیا فردا هم می‌توانیم با قیمت امروز تولید کنیم یا نه! نمی‌دانیم محصولات را با چه قیمتی برای مشتری فاکتور کنیم که فردا متضرر نشویم! با این اوصاف برای تولیدکنندگان داخلی انگیزه و علاقه‌ای به فروش باقی نمی‌ماند. علاوه بر این، بازگشت ارز در صادرات هم دشوار است و طبق شنیده‌ها احتمالاً برخی صادرکنندگان به جرم عدم بازگشت ارز دولتی زندانی شوند؛ در حالی که ما از طریق صراف‌های غیرمجاز ریال را به کشور برمی‌گردانیم.

به اعتقاد خسروی، نمایشگاه بین‌المللی فضایی فراهم کرد که از تمام نقاط ایران و حتی سایر کشورها تولیدکنندگان حضور پیدا کنند. هرچند کرونا باعث شد کمی این نمایشگاه کم‌رنگ شود اما باز هم استقبال مردم خوب بود. برگزاری این نمایشگاه باعث شناخته

۱۰ میلیارد تومان، صادرات به عراق، اقلیم کردستان، ترکیه، روسیه، قزاقستان، ارمنستان، آذربایجان، افغانستان، پاکستان، استرالیا، آلمان، کشورهای حوزه خلیج فارس و... داشتیم.

به گفته بکتاشی، صنعت فرش متأثر از پیشرفت تکنولوژی به سرعت در حال تغییر است لذا سعی کرده‌ایم در محصولات خود از جهت طراحی، رنگ‌آمیزی، تنوع نقشه‌ها و... نوآور باشیم، متناسب با نوآوری‌های روز دنیا عمل کنیم و همیشه به‌روزترین مدل‌ها را ارائه کنیم.»

این صنعتگر نمایشگاه امسال را بسیار بهتر از دوره‌های قبل دانست و تاجران بیشتری در این دوره حضور دارند.

تهیه و تنظیم: مینا بیانی و سارا نظام‌الاسلامی
عکس: مهدیه درویش

شدن محصولات ایرانی در جهان می‌شود و همچنین زمینه‌ای فراهم می‌کند تا مشتری‌ها به راحتی به نمایشگاه بیایند و محصولات را ببینند.

مشکل تراشی تعهدات ارزی در مسیر صادرات

عزیز بکتاشی - رئیس هیئت مدیره فرش افشار زرینه و ستاره افشار - با اعلام این مطلب که تعهدات ارزی در مسیر صادرات مشکل تراشی می‌کند؛ گفت: در حال حاضر مشکل اصلی ما رفع تعهدات ارزی است که در فرایند صادرات مشکل تراشی می‌کند. امیدوارم مسئولین بانکی و دولتی، تولیدکنندگان و صادرکنندگان واقعی را شناسایی کنند و به آن‌ها باور داشته باشند تا مشکلات مربوط به رفع تعهد آسان‌تر حل شود و صادرات توسعه پیدا کند.

وی ابراز داشت: سال گذشته، ۶۰ درصد از تولیدات خود را به خارج از کشور صادر کردیم و تقریباً







اشاره:

وبینار تأمین مالی نوین زنجیره تأمین صنایع نساجی و پوشاک توسط اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران و همکاری شرکت سکوی کشوری کسب و کار الکترونیک (سکوک) برگزار شد. سکوک سامانه‌ای است که به ایجاد یک زنجیره تولید تا مصرف و همچنین تأمین مالی در تمام بخش‌ها از جمله تأمین مواد اولیه و ایجاد اعتبار برای مصرف‌کنندگان می‌پردازد.

این سامانه دارای سه بخش عملیاتی شامل B2C (BUSINESS-TO-CUSTOMER)، B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS) و LOY- (ALTY CLUB) باشگاه مشتریان است.



گزارشی از برگزاری وبینار تأمین مالی نوین زنجیره تأمین صنایع نساجی و پوشاک

این فرایند از نگاه پلتفرمی به سه زیرساخت مرتبط است. نخست سیستمی که دو بنگاه بتوانند به طور دیجیتالی در آن به معامله بپردازند و مهمترین رکن این معامله دیجیتالی، مسأله فاکتور الکترونیکی است. مدیرعامل این شرکت مالی ابراز داشت: زیرساخت دوم به ابراز پرداخت اختصاص دارد و رابطه میان هر بنگاه با بانک تحلیل می‌کند و زیر ساخت سوم از طریق پلتفرمهایی مانند سوئیفت تأمین می‌شوند تا بانک‌ها بتوانند در یک شبکه اسناد تجار مشتریان، فروشندگان و خریداران را مشاهده کنند.

با ایجاد این فضا مفهومی به نام جمع‌آوری اسنادی یا مدل‌های اعتبار اسنادی تسهیل می‌شود و سرعت عمل در این مدل‌ها بالا می‌رود. بنگاه‌هایی که زنجیره نهاده‌ها و مواد اولیه‌شان به واردات وابسته است، دقیقاً درگیر این مسأله هستند و زمانی که اعتبار اسنادی در کشور ما قبل استفاده بود و با مشکلات تحریم و مسائل حاشیه‌ای آن روبرو نبودیم؛ به راحتی اعتبار اسنادی در اختیار بنگاه قرار می‌گرفت هرچند جمع‌آوری اسناد، ارائه به بانک عامل، آزادسازی و ... فرایندی طولانی بود.

وی ادامه داد: در حال حاضر چرخه تأمین مالی اعم از صدور فاکتور، مبادله اسناد و تأمین مالی آن در حوزه

به گفته وی، از زاویه دید یک کارشناس امور مالی ۳ چرخه اطلاعاتی مشتمل بر اطلاعات مالی، اطلاعات عمومی بنگاه و اطلاعات لجستیکی بنگاه باید در کنار همدیگر قرار گیرند تا شاهد تأمین مالی هدفمند با کمترین ریسک باشیم اما زمانی که از منظر بنگاه‌ها به موضوع نگاه می‌کنیم با فرایندی بسیار پیچیده مواجه می‌شویم که چالش‌های عمده آن اعتبارسنجی و اتکا به وثایق در سطح بسیار وسیع و هزینه‌های تأمین مالی (مستقیم و غیرمستقیم) می‌باشد.

دکتر باقری اذعان داشت: آنچه پلتفرم‌ها در شبکه تأمین مالی به روز دنیا نقش آفرینی می‌کنند یک ساختار درهم تنیده است که بتواند سه چرخه اطلاعاتی فوق را برای متخصص امور مالی تأمین نماید و به نوعی پیچیدگی تأمین مالی را برای بنگاه‌ها کاهش دهد و از سوی دیگر با کاهش نرخ تمام شده تأمین مالی در افزایش بهره‌وری سازمان موثر باشد. وی خاطرنشان کرد: کاهش نرخ و ارتقای کیفیت مالی مسأله‌ای است که از اتکای کمتر به پول نقد ایجاد می‌شود. در شبکه‌های اقتصادی دنیا بسیار بیشتر از تصور ما، بنگاه‌ها به اعتبار روی آورده‌اند تا پول نقد و تسهیلات نقدی جای خود را به مدل‌های اعتباری می‌دهد.

در ابتدا مهندس سارا خیاطزاده - سرپرست دپارتمان تبادل فناوری اتحادیه - یکی از نکات مورد نیاز صنعت را تأمین منابع مالی، بانکی و سرمایه در گردش جهت تهیه مواد اولیه اعلام کرد و افزود: خرید مواد اولیه در صنعت نساجی و پوشاک اغلب به صورت مدت دار انجام می‌شود که بسیار هزینه‌بر است و در نهایت افزایش قیمت تمام شده کالا را در بر دارد.

دکتر فردوس باقری - مدیرعامل شرکت سکوک - ابراز داشت: طبق آمار نهادهای ناظر داخل کشور بیش از ۳۵ درصد موانع توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط در حوزه تأمین سرمایه در گردش است. ادبیات تأمین مالی سرمایه در گردش در نظام بنگاه‌داری دنیا بعد از آخرین بحران بانکی به خصوص ۱ سال ۲۰۰۸ به بعد، دچار تغییرات جدی شد و یکی از مهم‌ترین تکنیک‌هایی که به کمک سیستم مالی دنیا آمده؛ بحث تأمین مالی زنجیره تأمین است.

وی افزود: اغلب صنعتگران زمانی که جهت اعتبارسنجی اسناد و معاملات به بانک مراجعه می‌کنند؛ فرایند زمان بری را برای دریافت تسهیلات پشت سر می‌گذارند که این امر به دلیل نقص شبکه تأمین مالی بانکی کشور است که تحت عنوان «عدم تقارن اطلاعات» شناخته می‌شود.

رشد اقتصادی و مالی در ۴۰ درصد شرکت‌ها و کمبود نقدینگی در ۴۹ درصد شرکت‌ها را از مهم‌ترین نتایج عدم استفاده از SCF در زنجیره تأمین دانست. شرکت یونیپور در سال ۲۰۰۵ با بهره‌گیری از SCF توانست ۲ میلیارد دلار از نیاز خود به سرمایه در گردش را کاهش دهد. این اتفاق با اتصال زنجیره پایین دست و بالادست شرکت و تأمین سرمایه تأمین‌کنندگان و خریداران شرکت رخ داد. برنامه SCF در مکزیک نیز توسط بانک NAFIN اجرا و باعث شده ۸۰ هزار شرکت در این کشور تأمین مالی ارائه شوند. ۸۰ درصد این شرکت‌ها توانایی دسترسی به منابع بانکی را نداشتند. این بانک برای بهبود روند توسعه‌ای، سیستم آنلاین جهت ارائه تأمین‌های ارزان به واحدهای کوچک و متوسط ایجاد کرد. در این برنامه بیش از ۴۵۵ تولیدکننده و خریدار بزرگ عضو شدند که باعث تأمین مالی بیش از ۸۰ هزار شرکت به ارزش ۶۰ میلیارد دلار به وسیله ۲۰ موسسه مالی و پولی شد. مدیرعامل سکوک، با بیان اینکه پلتفرم‌های SCF باعث کاهش چشمگیر قیمت تمام شده کالا در زنجیره‌هایی نظیر پوشاک شده‌اند، گفت: طبق آمار منتشر شده توسط SCF FORUM، ۲۴ درصد قیمت تمام شده کالاهای تولیدی در زنجیره پوشاک صرف تأمین مالی می‌شود. استفاده از SCF توانسته ۱۷ درصد از این هزینه را کم کند؛ که این آمار در صنعت خودروسازی به ۱۴ درصد می‌رسد و با بکارگیری SCF این رقم به حدود ۶ تا ۷٪ رسیده است. در واقع نقش زنجیره تأمین مالی، به نوعی کاهش ۵۰ درصدی از هزینه تأمین مالی در قیمت تمام شده کالا را در پی دارد.»

باقری با اشاره به اینکه پیوستگی بازارهای B2B و B2C و تأمین مالی هدفمند این دو بازار بدون ایجاد اثرات توری در عین تحریک تقاضا منجر به افزایش تولید خواهد شد، گفت: باید کارت‌های اعتباری که تا به امروز به صورت منفرد توسط نظام بانکی در شبکه خرید تریقی می‌شد را هدفمند کرد تا از این طریق مانع خروج منابع و وام‌های خرد از چرخه تولید شد.

تهیه و تنظیم: اکرم باقری توستانی

کرد و مخاطبان آن را کسب و کارهای کوچک، متوسط، خانگی و بزرگ، صنایع، صنوف، تعاونی‌ها و بازرگانان برشمرد. به گفته دکتر باقری، زنجیره تأمین زنجیره‌ای است که تمام فعالیت‌های مرتبط با جریان کالا و تبدیل مواد از مرحله تهیه مواد اولیه تا مرحله تحویل کالای نهایی به مصرف‌کنندگان را شامل می‌شود و در این زنجیره عناصری مانند مواد اولیه، تأمین‌کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان، عمده‌فروشان، خرده‌فروشان و مصرف‌کنندگان نهایی حضور دارند. وی، گام نخست در مدیریت زنجیره تأمین (SCF) را شناسایی رشته‌های سه‌گانه تأمین و گام دوم را شناسایی کامل زنجیره تأمین در گام‌های بعدی با استفاده از رشته سه‌گانه اولیه (تأمین‌کننده، بنگاه کوچک و متوسط و خریدار) اعلام کرد و به ارائه توضیحات تخصصی در زمینه اختصاص اعتبار با بهره‌گیری از برات الکترونیک، تأمین اعتبار از طریق کارت‌های اعتباری و مزایای آنها پرداخت.

بخش دیگر سخنرانی دکتر باقری به معرفی تعدادی از SCF های موفق در عرصه جهانی اختصاص داشت و نمونه اول مربوط به شرکت والمارت بود. این شرکت در سال ۲۰۰۹ به استفاده از SCF روی آورد که روشی جهت ایجاد تداوم در تأمین مواد اولیه توسط تأمین‌کنندگان خرد بود.

والمارت به هزار تأمین‌کننده خود این فرصت را داد تا همه ۱۰ تا ۱۵ روز پس از ارسال کالا به والمارت سرمایه در گردش به مراتب با هزینه پایین‌تر از بازار را دریافت نمایند. در مقایسه با زمان محصول ۶۰ تا ۹۰ روز این اقدام والمارت به معنای ۷۰ درصد کاهش زمان دریافتی‌های برای تأمین‌کنندگان شد.

شرکت کاترپیلار هم به عنوان یکی از پیشروان تولید ابزارآلات ساختمانی از SCF جهت جلوگیری از کمبود مواد اولیه بهره می‌برد. این روش از کمبود عرضه تأمین‌کنندگان به دلیل کمبود سرمایه در گردش جلوگیری می‌کند.

کاهش موجودی انبار به دلیل کمبود سرمایه در گردش از دلایل تأمین نامطمئن تأمین‌کنندگان در این زنجیره است.

وی تأخیر در وصول مطالبات، ورشکستگی ۲۵ درصد شرکت‌ها از سال ۲۰۰۹ تا سال ۲۰۱۳، جلوگیری از

بنگاهی و بانکی یک مساله مبتنی بر فناوری به شمار می‌آید. بروز و ظهور آن با امضای دیجیتال، فاکتور و برات الکترونیک در دنیا رایج شده و به نقطه‌ای رسیده که تأمین مالی یک امر با سرعت بالا، کیفیت مناسب و قابل اعتماد شده است. به گفته دکتر باقری، متأسفانه نبود ابزارهای الکترونیکی در حوزه تأمین مالی در کشور ما باعث شده که مواد اولیه به موقع در اختیار واحدهای تولیدی و صنعتی قرار نگیرد و سرعت عمل بانک‌های ما به مصوبات کاغذی وابسته هستند که عملاً نمی‌تواند نیاز بنگاه‌های ما را برطرف نماید. وی با اعلام این مطلب که تأمین مالی مبتنی بر زنجیره (SCF) مجموعه‌ای از فرایندهای تجاری و مبتنی بر فناوری است که جهت تأمین مالی خرید و انتقال کالا و محصولات از ابتدا به مقصد در طول زنجیره تأمین مورد استفاده قرار می‌گیرد، گفت: در واقع SCF سیستمی جهت حضور اعضای متعدد در قالب خریدار و فروشنده، بانک‌ها و نهادهای مختلف به عنوان تأمین‌گر مالی است.

وی روش‌های تأمین مالی موسسات کوچک و متوسط را به شرح زیر اعلام کرد:

- عاملیت (Factoring)
 - عاملیت معکوس (Reverse Factoring)
 - لیزینگ
 - تبدیل به اوراق بهادارسازی
 - گرنت (کمک مالی)
 - سهام
 - پرداخت دیجیتالی وام (Digital Lending)
 - جمع‌سپاری (Crowdsourcing)
- به اعتقاد مدیرعامل شرکت سکوک، مزایای تأمین مالی در زنجیره تأمین SCF در بخش فروشنده شامل امکان فروش اعتباری و اقساطی به مشتریان تضمین شده و کاهش ریسک است، در بخش خریدار کاهش هزینه‌های تأمین مالی، تقویت سرمایه در گردش بنگاه‌ها، تسریع تأمین مالی بنگاه‌های اعتبارسنجی شده را به همراه دارد و در بخش مصرف‌کننده نهایی امکان خرید اقساطی و خرید ارزان‌تر را فراهم می‌کند. وی مواردی مانند «خدمات ابزارهای مالی نوین»، «خدمات لجستیک» و «خدمات بازارسازی» را از خدمات ویژه پلتفرم تحت مدیریت خود اعلام



داستان غم انگیز کارآفرینان مستبد

بر مبنای خودشان و زندگی شان بر اساس کسب و کارشان تعریف می شود» انگشت‌نماترین مصادیق سال‌های اخیر این گروه از کارآفرینان، داو چارنی است؛ بنیانگذار جنجالی شرکت خرده‌فروشی پوشاک امریکن اپرول (American Apparel) که چندی پیش شاهد فروپاشی امپراتوری خود بود. امریکن اپرول شرکتی بزرگ در حوزه پوشاک و فرهنگ حاکم بر دهه نخست قرن ۲۱ بود.

تبلیغات آنها به دلیل خلاقیت و منحصر به فرد بودنشان به چشم می‌آمد. فروشگاه‌هایشان در بهترین خیابان‌ها و مناسب‌ترین شهرها برای تجارت آنها بود. پوشاک این شرکت در یک کارخانه بزرگ و قدیمی در مرکز لس‌آنجلس تولید می‌شد، اما برای یک دهه کامل در همه جای آمریکا و تن هر فردی به چشم می‌خورد. حتی من هم هنوز تعدادی از تی‌شرت‌ها و سویشرت‌های آن را دارم که هرازگاهی تن می‌کنم. امریکن اپرول از یک تولیدکننده و عمده‌فروش پوشاک محلی به یک برند خرده‌فروشی بین‌المللی تبدیل شد. این اوج‌گیری به سرعت سقوطش صورت

شرکت شروع می‌شود. غیرممکن است که فرد دیگری بتواند مثل شما آن کسب و کار و مشکلاتش را ببیند. بنابراین اگر یکی از اعضای تیمتان، شما را متهم کند که همه کار را به نفع و خواسته خود پیش می‌برید، درکش نخواهید کرد. شما هر چه کرده‌اید، به خاطر آن کسب و کار بوده است. هر چه را لازم بوده، برای آن انجام داده‌اید.

اگر لازم بود پول و انرژی و وقت بیشتری بگذارید، دریغ نمی‌کردید. اما زمانی که شما و کسب و کارتان از یکدیگر قابل تفکیک نباشد، ممکن است نظر دیگران درست باشد؟ ممکن است به جای آنکه همه شما وقف کسب و کار شده باشید، کسب و کارتان متمرکز بر شما (و خواسته‌هایتان) باشد؟

مشخص شده است بنیانگذارانی که به این دام می‌افتند، با اصطلاحی خاص نامیده می‌شوند. آنها را «مدیران عامل مستبد» می‌نامند. این اصطلاح را جفری سانفلد استفاده کرده است؛ استاد مدرسه مدیریت ییل که به مطالعه مدیران عامل پرداخته است. او به واشنگتن پست گفت: «کسب و کار آنها

واگذاری مسئولیت‌ها برای بسیاری از کارآفرینان دشوار است. حتی بسیاری از خوش‌قلب‌ترین کارآفرینان نیز نمی‌توانند چنین کنند.

برای سال‌ها خودتان و خودتان بوده‌اید. با این شرایط طبیعی است که احساس کنید تمام کسب و کارتان، شما و ایده‌تان هستید. بذرها را شما در ذهن خود کاشتید؛ آنها را با الهام‌هایتان آبیاری کردید تا به یک ایده تبدیل شوند؛ آن را با پژوهش‌هایتان تغذیه کردید تا بالاخره سر از خاک درآورد و به عنوان محصولی جدید روشنایی روز را مشاهده کرد. در آن زمان بالاخره مورد توجه مخاطبان قرار گرفت و اگر خوش‌شانس باشید، شاخ و برگ می‌یابد و به شکل یک کسب و کار کامل به شکوفایی می‌رسد.

رسیدن به مرحله ثمردهی، نیازمند وقف همه چیز است. فرآیندی دشوار است که همه وقت، انرژی و توجه شما را می‌خواهد. همواره در خواب و بیداری به ایده خود فکر می‌کنید تا جایی که دیگر به سختی خواهید توانست مرز خود و ایده‌تان را تشخیص دهید. دشوار است بفهمید که کجا شما تمام می‌شوید و

نساجی دیگران



گرفت.

آنها در سال ۲۰۰۰ به کارخانه معروف خود در لس آنجلس نقل مکان کردند. تا سال ۲۰۰۵، به یکی از پررشدترین شرکت‌های آمریکا تبدیل شدند. تا ۲۰۱۱، بیش از ۲۵۰ فروشگاه و درآمدی بسیار بالاتر از ۵۰۰ میلیون دلار در سال داشتند.

سپس تا ۲۰۱۴، مجموعه‌ای از پرونده‌های آزار جنسی و قراردادهای مالی زیان‌ده باعث اخراج داو از هیات‌مدیره و شرکتی شد که خودش بنیان گذاشته بود. در سال ۲۰۱۵، امریکن اپرول مشمول بند ۱۱ قانون ورشکستگی شده بود. تا ۲۰۱۷، به جز نامی از این شرکت باقی نمانده بود: پیوند آن با داو چارنی (و پرونده‌هایش) شرایط را وخیم‌تر کرد و پس از آنکه تمام مالکیت معنوی آن در حراجی به یک شرکت رقیب با نام گیلان و با رقم نازل ۱۰۰ میلیون دلار واگذار شد، فروشگاه‌ها تعطیل شدند.

داستان غم‌انگیز و هشداردهنده‌ای است. داو چارنی امریکن اپرول بود. امریکن اپرول هم داو چارنی بود. تمام مشکل همین بود. همه این مشکل را می‌دیدند. نیویورک تایمز تشریح کرد: «خود چارنی هیچ علاقه‌مندی خارج از شرکتش نداشت. او خود را ضرورتی برای فعالیت شرکت می‌دید.»

فایننشال تایمز در این باره نوشت: «یکی از مهم‌ترین اتهامات و انتقادات از چارنی این است که هویت و پیوندی ناگسستگی با برند امریکن اپرول پیدا کرده بود.» این ادعا توسط چارنی رد نشد. او به گزارشگر فایننشال تایمز گفت: «من بخش بزرگی از این برند هستم.»

میزان همپوشانی مدیرعامل و شرکت، تاجایی بود که مشکلات را آغاز کرد. در بسیاری از مواقع تاریخ این شرکت، چارنی مدیرعامل بود، طراح، عکاس اصلی، مدل پوشاک مردانه، قاب تبلیغات و مهم‌ترین دارایی و دیون آنها (و نه فقط از نظر حقوقی) بود. در بسیاری از مواقع، اگر مشکلی در کار پیش می‌آمد، چارنی به هم می‌ریخت. مدیران فروشگاه‌ها به طور مستقیم به خودش زنگ می‌زدند.

داستان معروفی از نقل مکان او به انبار شرکت و نصب یک دوش حمام وجود دارد تا به این صورت بتواند ۲۴

درمی‌آمدند. او به جای فرهنگ سازمانی، یک فرقه ساخته بود. همه چیز و همه کس خودش بود. با سقوط او، سقوط شرکت نیز اجتناب‌ناپذیر بود. نه مدیر توانمند و رشد یافته‌ای برای هدایت شرکت در نبود او باقی مانده بود و نه فرهنگ سازمانی مجزایی دیده می‌شد. چارنی درخت تنومندی کاشت اما در حالی که شاخ و برگ‌هایش به سرعت رشد می‌کردند، ریشه‌هایش محدود مانده بود.

ساعته بر کارها نظارت کند. یک بار هم در پارکینگ ساختمان شرکت، ترافیک می‌شود و خود او برای هدایت ماشین‌ها پایین می‌رود.

شاید چنین داستان‌هایی را بتوان ناشی از فروتنی و علاقه یک کارآفرین و بنیانگذار به شرکتش دانست. چنین فردی درختی را که کاشته است، با تمام وجود مراقبت می‌کند. اما مشکل آنجا است که همین رفتارها می‌تواند نشان از وسواس کنترل باشد.

چارنی تمام اتفاقات ریز و درشت شرکت را کنترل می‌کرد. مدیران ارشد عملاً مسوولیتی نداشتند و نمی‌توانستند رشد کنند. کار به جایی رسید که افراد فقط از سر ناچاری به استخدام چنین شرکتی

نوشته: GUYRAZ مترجم: مهدی نیکوئی برگرفته از کتاب: چگونه این (کسب و کار) را ساختم

عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران مطرح کرد:

تداوم جولان البسه قاچاق پوشاک قاچاق بنگلادشی در حال تسخیر بازار



مهندس علیرضا حائری - عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران و عضو هیئت مدیره خانه صنعت و معدن استان تهران

کردن معضل قاچاق نینجامیده است و امروز افزایش حجم پوشاک قاچاق در بازار به وضوح احساس می‌شود.

وی، خواستار آزادسازی واردات پوشاک به داخل کشور با حداقل تعرفه شد و افزود: ممنوعیت واردات در حالی که همچنان تقاضا وجود دارد، در کنار مشکلاتی همچون دشواری واردات، اعمال تعرفه‌های بالا و بوروکراسی اداری، به قاچاق دامن می‌زند.

حائری ادامه داد: برخی نگران آن هستند که ورود پوشاک خارجی سبب نابودی صنایع داخلی شود، در حالی که این چنین نیست و آزادسازی یا کاهش تعرفه‌های ورود کالا می‌تواند به کاهش قاچاق بیانجامد.

وی در عین حال اضافه کرد: به این طریق می‌توان آمار دقیقی از واردات پوشاک و کشورهای مبدا واردات به دست آورد و در کنار آن دولت نیز به حق و حقوق خود خواهد رسید.

صادرات بیش از ۱۴۰ میلیون دلاری پوشاک اما از سوی دیگر، نایب رییس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، سیاست ممنوعیت واردات را موثر می‌داند.

«مجید نامی» گفت: سال گذشته بیش از ۱۴۰ میلیون دلار صادرات پوشاک به ثبت رسید و به دلیل افزایش نرخ ارز، شرکت‌های زیادی متمایل به حضور در بازارهای صادراتی هستند.

منتقدان است که می‌گویند: راه قدرتمند کردن صنایع داخلی در رقابت سالم با دیگر رقبا می‌گذرد و ایجاد محدودیت و ممنوعیت نمی‌تواند چندان تاثیرگذار باشد.

«علیرضا حائری» اظهار داشت: با تامین مواد اولیه مورد نیاز صنعت پوشاک با قیمت‌های مناسب، ارائه تسهیلات و تامین نقدینگی، همچنین ایجاد شهرک‌های تخصصی پوشاک با قابلیت ارائه خدمات مناسب به تولیدکنندگان، می‌توان به حمایت واقعی از فعالان این صنعت پرداخت.

حائری همچنین بر لزوم ایجاد بسترهای مناسب صادراتی تاکید دارد که بر مبنای آن تولیدکنندگان قادر به صادرات کالاهای خود به بازارهای جهانی شوند.

تجربه بنگلادشی‌ها را مطالعه کنیم

وی ضمن تایید وفور پوشاک بنگلادشی در بازار کشور در ماه‌های گذشته، تصریح کرد: ما نیز باید راه بنگلادش را در حوزه پوشاک دنبال کنیم و در این خصوص انجام مطالعاتی توسط وزارت صنعت و تولیدکنندگان در خصوص موفقیت‌های این کشور که امروز به یکی از تولیدکنندگان ممتاز تبدیل شده، می‌تواند مفید باشد.

این کارشناس صنعت نساجی و پوشاک ادامه داد: در سال‌های گذشته استفاده از سیاست‌هایی نظیر برخورد در سطح عرضه، بستن مغازه‌ها، جریمه و غیره گرچه در مقطعی موثر بوده، اما به ریشه‌کن

گشتی در بازار پوشاک پایتخت حاکی از فراوانی اجناس قاچاق از چین، ترکیه و به‌تازگی بنگلادش است. این مساله نگرانی‌هایی را در بین تولیدکنندگان داخلی ایجاد کرده است.

به گزارش ایرنا، افزایش نرخ ارز، ممنوعیت‌های وارداتی، ساماندهی واردات و محدود کردن حضور برندهای خارجی در کشور و مبارزه دولت با قاچاق در سال‌های گذشته، سبب کاهش قاچاق پوشاک شده، اما نکته مهم این است که با این وجود، برخی کارشناسان چشم‌انداز تولید را خوب توصیف نمی‌کنند.

هرچند با اقدام‌های انجام شده و حمایت از برندها و تولیدکنندگان داخلی از طریق ممنوعیت واردات در دو سال گذشته، آمارهای رسمی از کاهش حجم و میزان قاچاق پوشاک به کشور حکایت دارد، اما برخی کارشناسان راه حمایت از تولیدکنندگان داخلی پوشاک و توانمندسازی آنها را ایجاد ممنوعیت و محدودیت نمی‌دانند.

آنان عنوان می‌کنند که این محدودیت‌ها حتی می‌تواند به شکل‌گیری شرایط انحصاری در کشور، افت کیفیت محصولات به دلیل دور ماندن از رقابت بین‌المللی و تنزل یافتن آن به یک صنعت محلی منجر شود.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که بخشی از پوشاک قاچاق بنگلادشی به اسم دوخت داخل در داخل کشور در حال عرضه در فروشگاه‌هاست.

عضو جامعه متخصصین نساجی ایران یکی از این



دولار به عنوان قاچاق پوشاک از سوی ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز عنوان می‌شود، این رقم در سال ۹۸ به ۱۸ میلیارد دلار و در سال گذشته به حدود ۶۰۰ تا ۷۰۰ میلیون دلار کاهش یافت؛ «هرچند معتمد اندازه‌گیری قاچاق به شکل دقیق ممکن نیست و

این ارقام بر اساس گمانه‌زنی و حدس است.»

این مقام صنفی تاکید کرد: اگر قرار باشد بار دیگر شاهد آزاد شدن واردات باشیم، بهتر است از برندهای خوب و باکیفیت و فناوری بالا باشد، زیرا ورود برندهای درجه دوم و سوم سبب ورشکستگی صنعت ما خواهد شد.

وی اظهار داشت: سند راهبردی و نقشه راه صنعت پوشاک که از سال ۹۵ توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت آماده و تیرماه پارسال از آن رونمایی شد، تاکنون اجرایی نشده است و تا زمانی که این استراتژی شکل اجرایی به خود نگیرد، آینده خوبی در این صنعت نخواهیم داشت.

نامی همچنین خواستار اجرایی شدن دستورالعمل واردات پوشاک و فعالیت برندها که اکنون مسکوت مانده، شد.

پوشاک ایران خاطر نشان کرد: سیاست‌های دو سال اخیر و ممنوعیت واردات پوشاک و همچنین ممنوعیت فعالیت برندهای خارجی در کشور سبب شده که تا اندازه‌ای تولیدکنندگان داخلی رشد کرده و با وضعیت بهتری مواجه شوند.

وی ادامه داد: این در حالی است که تحریم‌ها بر سرتاسر زنجیره تامین پوشاک کشور از الیاف و نخ تا محصول نهایی تاثیر گذاشته و در پی آن قیمت مواد اولیه به شدت بالا رفته، واردات اقلام و تجهیزات مورد نیاز به سختی و صرف هزینه‌های بیشتر انجام شود و سختی نقل و انتقال پول بر این دشواری‌ها بیافزاید.

نامی مدعی شد: حتی پیش از دو سال قبل که واردات پوشاک به کشور آزاد بود، بیش از ۹۵ درصد واردات از طریق قاچاق انجام می‌شد، با این حال اجرای سیاست ممنوعیت واردات سبب شده تا در تهران و شهرهای بزرگ شاهد جایگزین شدن بسیاری از برندهای ایرانی به جای خارجی‌ها، برندسازی و قوی‌تر شدن آنها باشیم.

وی یادآور شد: تا چند سال گذشته رقم ۲۶ میلیارد

وی بیان داشت: این در حالی است که بخشی از صادرات به دلیل حضور تجاری عراقی و افغانستانی و همچنین بازرگانانی از کشورهای آسیای میانه در کشورمان و خرید پوشاک ایرانی به ریتال و خارج کردن آن از طریق بازارچه‌های مرزی، ثبت نمی‌شود.

نامی ادامه داد: آنچه امروز از رصد بازارهای مختلف داخل کشور احساس می‌شود، افزایش واردات قاچاق به ویژه اجناس بی کیفیت از چین، بنگلادش و همین‌طور ترکیه از طریق مسافری، بازارچه‌های مرزی، مناطق آزاد جنوب کشور و غیره است و در برخی بازارهای نام‌آشنای پوشاک پایتخت نیز به صورت رسمی شاهد فروش اجناس قاچاق هستیم.

وی بر لزوم پیگیری موضوع شناسه کالا تاکید کرد و گفت: باید هر کالایی که شناسه کالا ندارد، به عنوان کالای قاچاق جمع‌آوری و ضبط شود و در کنار آن، باید از صندوق‌های مکانیزه متصل به وزارت امور اقتصادی و دارایی در فروشگاه‌ها استفاده شود تا تراکنش‌های مالی بر اساس اقلامی که فروخته می‌شود ثبت شود.

نایب رییس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و

عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران مطرح کرد:

توان صنعت فرش ماشینی ایران برای رقابت با رقبای خارجی



مهندس علیرضا حائری - عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران و عضو هیئت مدیره خانه صنعت و معدن استان تهران

عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران گفت: تولیدات فرش ماشینی کشورمان قابلیت رقابت با برترین محصولات از کشورهای ترکیه، بلژیک و چین را دارا است.

«علیرضا حائری» در گفت‌وگو با ایرنا با اشاره به برگزاری سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی کفپوش، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته افزود: فرش ماشینی یکی از رشته‌های بخش نساجی است که در سال‌های اخیر از نظر کیفی و کمی رشد قابل توجهی داشته و جزو محصولات ممتاز بخش نساجی است.

عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران خاطر نشان کرد: بیش از ۳۰ هزار نفر در صنعت فرش ماشینی اشتغال به کار دارند که ۱۰ درصد اشتغال صنایع نساجی را تشکیل می‌دهد. با توجه به سهم ۵۰ درصدی آن از صادرات، نشان‌دهنده وضعیت ممتاز این صنعت در کشور است.

وی بیان داشت: پیش از همه‌گیری کرونا رکورد سالیانه ۹۵ میلیون مترمربعی در تولید این محصول به ثبت رسید، با این حال مسوولان وزارت صنعت خبر از تولید ۴۱ میلیون متر مربع فرش ماشینی در نیمه نخست امسال داده‌اند که در نهایت تا پایان سال ۱۴۰۰ به ۸۲ میلیون مترمربع خواهد رسید.

حائری با بیان اینکه در گذشته دست کم نیمی از صادرات بخش نساجی مربوط به فرش ماشینی بود، یادآور شد: در سال‌های گذشته حتی به رکورد صادرات ۷۵۰ میلیون دلاری محصولات بخش

نساجی و ۵۰۰ میلیون دلاری فرش ماشینی دست یافتیم، اما اعداد و ارقامی که اکنون ارائه می‌شود چشمگیر نیست. وی تصریح کرد: شایسته نیست صنعت فرش ماشینی با این کیفیت تولید، راهی به بازارهای جهانی نداشته باشد و کارخانجات آن با ۶۰ تا ۶۵ درصد ظرفیت خود کار کنند.

عضو هیئت مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران با اشاره به درج نشدن آمار تولید و صادرات فرش ماشینی در آمار تولیدات منتخب صنعتی که همه ماهه از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت ارائه می‌شود، گفت: اگر آمار ارائه شده از سوی مسوولان را مبنای قرار دهیم، صادرات کل محصولات نساجی نیز باید در یکی دو سال گذشته با کاهش مواجه شده باشد و در نهایت به ۵۰۰ میلیون دلار برسد که به هیچ عنوان در شان این صنعت نیست، در حالی که قابلیت صادرات تا پنج میلیارد دلاری در این صنعت وجود دارد.

حائری خاطر نشان کرد: کشورهایی نظیر ترکیه، ویتنام، هند، بنگلادش و چین که صنعت نساجی قدرتمندی دارند، برنامه‌محور حرکت می‌کنند، اما یکی از مشکلات صنعت نساجی ما این است که برنامه و هدف مشخص سالیانه‌ای ندارد.

وی افزود: وقتی برنامه‌ها از قبل مشخص باشد، مسوولان مربوطه تلاش خواهند کرد تا به این اهداف دست یابند و در نهایت دلایل توفیق یا عدم توفیق‌شان، راهکارهای رفع مشکلات یا استمرار موفقیت‌ها مشخص می‌شود.

عضو هیئت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت استان تهران ابراز امیدواری کرد: با حرکت برنامه‌محور در این عرصه و رفع مشکلات پیش‌رو، بار دیگر صنعت نساجی و به‌ویژه فرش ماشینی را به جایگاه خوب گذشته آن برسانیم. در جریان افتتاح سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی کفپوش، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته که با حضور ۱۰۰ شرکت داخلی و خارجی آغاز به کار کرده است، معاون امور صنایع وزارت صنعت گفت: بیش از یک‌هزار واحد صنعتی در صنعت فرش ماشینی، کفپوش، موکت و چمن مصنوعی مشغول به فعالیت هستند.

«مهدی صادقی‌نیارکی» افزود: در ۶ ماهه نخست امسال ۴۱ میلیون مترمربع فرش ماشینی، ۶۶ میلیون مترمربع موکت و سه هزار و ۸۰۰ تن چمن مصنوعی در کشور تولید شده است.

معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: بیش از ۱۳۵ میلیون مترمربع ظرفیت تولید فرش ماشینی و ۲۸۱ میلیون مترمربع ظرفیت تولید انواع موکت در کشور وجود دارد و در سال گذشته صنعتگران در حوزه فرش ماشینی با بیش از ۷۰ درصد ظرفیت اسمی مشغول به فعالیت بوده‌اند.

وی با اشاره به توسعه صادرات در این بخش، افزود: در ۶ ماهه نخست سال جاری ۲۸ هزار تن فرش ماشینی معادل ۱۱۰ میلیون دلار، ۱۰ هزار تن موکت معادل هفت میلیون دلار و ۱۰ تن چمن مصنوعی معادل ۱۴ هزار دلار از کشور صادر شده است.

آگهی جذب نیرو

کارشناس فروش

خانم

فعال، پیگیر با روابط عمومی خوب

آشنا با آفیس و فضای مجازی حقوق ثابت + درصد از فروش

محل کار تهران

مدیرک تحصیلی کارشناسی

۰۹۹۰۴۲۴۴۰۲۴-۸۸۶۳۹۳۲۶

برای اطلاعات بیشتر با دبیر خانه جامعه در تماس باشید.

استخدام

۱- مسئول دفتر خانم

مسلط به کامپیوتر

ودارای روحیه کار تیمی

۲- نیروی بازاریاب

۸۸۶۳۹۳۲۶-۰۹۹۰۴۲۴۴۰۲۴

برای اطلاعات بیشتر با دبیر خانه جامعه تماس حاصل فرمایید.

آگهی استخدام

نیروی کارشناس فروش خانم

دارای روابط عمومی خوب

پیگیر و دقیق **فعال**

مسلط به نرم افزار آفیس

دارای مدرک کارشناسی

حقوق ثابت و درصد از فروش

در حوزه نساجی، سلولزی، بهداشتی

۰۹۹۰۴۲۴۴۰۲۴_۸۸۶۳۹۳۲۶

برای اطلاعات بیشتر با دبیر خانه جامعه متخصصین نساجی ایران تماس حاصل فرمایید

کارخانه بزرگ نساجی

در رده های زیر نیرو جذب میکند

مدیر کارخانه | خرمه تهران

مدیر مالی | تهران

مدیر بازرگانی | ستارشات خارجی | تهران

۸۸۶۳۹۳۲۶_۰۹۹۰۴۲۴۴۰۲۴

برای اطلاعات بیشتر با دبیر خانه جامعه در تماس باشید.



جامعه متخصصین نساجی ایران در راستای حمایت از کسب و کار از کارخانجات و شرکت هایی که تمایل به تبلیغ محصولات خود در کانال های جامعه را دارند اعلام آمادگی می نماید. لطفا جهت اطلاعات بیشتر با دبیرخانه تماس حاصل فرمایید.

۰۹۹۰۴۲۴۴۰۲۴_۸۸۶۳۹۳۲۶

Iran Textile Specialists Association



سررسید های ۱۴۰۱ جامعه متخصصین نساجی ایران

مشخصات سررسید :

رقعی، روز شمار، جلد جرم شایان، کاغذ سفید اندونزی، درج لوگو جامعه روی جلد، ته دوخت با صحافی اعلاء حاوی مطالب مفید و کاربردی در خصوص برنامه ریزی

و سررسید اختصاصی شما :

۸صفحه آگهی کلاسه تمام رنگی، درج لوگو در صفحات متن، روپان اختصاصی، چاپ تمام رنگی لوگو، آستر بدرقه اختصاصی، حداقل سفارش ۳۰۰ جلد که ۲۵ جلد آن رایگان خواهد بود.

برای اطلاعات بیشتر با دبیر خانه جامعه
۰۹۹۰۴۲۴۴۰۲۴_۸۸۶۳۹۳۲۶ تماس حاصل فرمایید.



جامعه متخصصین
نساجی ایران

WWW.ITSA.ir

@Itsa.tex

۰۹۹۰۴۲۴۴۰۲۴

۸۸۶۳۹۳۲۶



هیچکج اعزام گروه های تجاری

۴ شب و ۵ روزه



روز	برنامه سفر (اقامت در هتل ۵ ستاره درجه یک)
روز اول	پرواز از تهران به دبی - ترانسفر فرودگاهی به هتل
روز دوم	ترانسفر به نمایشگاه تخصصی
روز سوم	ترانسفر به کسبو با تور اختیاری
روز چهارم	تور اختیاری
روز پنجم	گشت بیرون روزه - ترانسفر به فرودگاه دبی و پرواز به تهران

- ✓ اقامت در هتل ۵ ستاره درجه یک در بهترین منطقه دبی (۱۰۰۰ متر مربع) نزدیک به نمایشگاه های تخصصی اوقات (بهار مسجده)
- ✓ ترانسفر رفت و برگشت کسبو و نمایشگاه تخصصی (اتوبوس اختصاصی شرکت به دعوت (تاکس سروس)
- ✓ پرواز با شرکت هواپیمایی اوقات
- ✓ ترانسفر رفت و برگشت فرودگاهی دبی
- ✓ بلیط نمایشگاه کسبو Expo
- ✓ گشت شهری بیرون روزه به همراه راهنما
- ✓ کسبو توریستی (TAXI) برای رفتی هر شب ۲۰۰۰۰ تومان (به صورت رایگان)

نکات مهم :

- ◀ در صورت درخواست جلسه B2B تخصصی هزینه هر نفر ۱۰۰۰ دلار می باشد با حداقل تعداد ۲۵ نفر
- ◀ جواب تست منفی PCR ۲۸ ساعت قبل از پرواز رفت و برگشت به هفده ساعت می باشد
- ◀ ثابت بودن نرخ بلیط یکسج اوقات، پرواز و ... (ارائه شده از کسبو و نمایشگاه های تخصصی جزئیات مسافرت)
- ◀ افراد بالای ۲۰ سال مسافر به پرواز نیستند (اگر همسایه یا همسایه همسایه باشند و در صورت عدم حضور روز مسافرت و پرواز مسافر کابل مسافرت)

نوع اقامت	قیمت
DBL	\$1198
SGL	\$1597

برای اطلاعات بیشتر با دبیر خانه
جامعه تماس حاصل فرمایید
۰۹۹۰۴۲۴۴۰۲۴_۸۸۶۳۹۳۲۶

فرم عضویت در جامعه متخصصین نساجی ایران

نام و نام خانوادگی: شماره عضویت:

جنسیت: مذکر مونث وضعیت تأهل: مجرد متأهل کدملی:

نام:

نام خانوادگی:

تاریخ تولد: ۱۳ / / محل تولد: محل صدور: شماره شناسنامه:

شماره ملی: نام پدر: شماره کارت بازرگانی:

محل
چسباندن
عکس

First Name:

Last Name:

سال فراغت	سال شروع	نام دانشگاه	گرایش تحصیلی	رشته تحصیلی	مدرک تحصیلی
					۱ کاردانی
					۲ کارشناسی
					۳ کارشناسی ارشد
					۴ دکتری

سوابق شغلی:

نام (شرکت/مؤسسه/نهاد) محل کار: سمت فعلی:

مهارت‌های اصلی: مهارت‌های جانبی:

زمینه فعالیت شرکت: تولیدالیاف تولید نخ تولید پارچه رنگرزی چاپ و تکمیل فرش و کفپوش پتو و حوله پوشاک

رنگ و مواد تعاونی ماشین آلات و قطعات بازرگانی و خدمات چرم و کفش اتوماسیون و مشاوره سایر:

نشانی محل کار: استان: شهر: شهرستان:

ادامه آدرس:

کدپستی: صندوق پستی:

تلفن ثابت: تلفن همراه:

فکس: وبسایت:

ایمیل:

نشانی منزل: استان: شهر: شهرستان:

ادامه آدرس:

کدپستی: صندوق پستی:

تلفن ثابت: تلفن همراه:

فکس: وبسایت:

ایمیل:

مدارک مورد نیاز جهت عضویت:	هزینه حق عضویت	مدت عضویت
۱- تکمیل فرم عضویت	۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال	یکساله
۲- واریز نمودن حق عضویت و تصویر فیش بانکی مربوطه		
۳- تصویر صفحه اول شناسنامه و همچنین کارت ملی	۶,۰۰۰,۰۰۰ ریال	سه ساله
۴- تصویر مدارک تحصیلی		
۵- دو قطعه عکس پرسنلی ۳×۴ رنگی	۱۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال	پنج ساله
۶- تصویر کارت بازرگانی (در صورت دارا بودن)		

اینجانب در تاریخ / / صحت اطلاعات وارد شده در این فرم را تأیید می نمایم.

امضا

چنانچه مایل به پرداخت وجهی نیز تحت عنوان همت عالی برای حمایت مالی از جامعه می باشید مبلغ آن را قید فرمایید.....ریال
 متقاضیان عضویت در جامعه متخصصین نساجی ایران می توانند فرم عضویت و سایر مدارک مربوط را به همراه اصل فیش بانکی واریز
 حق عضویت به حساب جاری شماره ۴۶۷۳۷۷۸۴ بانک تجارت یا شماره کارت ۵۸۵۹۸۳۱۱۲۴۴۷۸۹۲۹۷ به نام خانم سیما
 کاظمی (نایب رئیس هیأت مدیره) و آقای کامیار صفی نژاد (خزانه دار)، را از طریق آدرس یا شماره های درج شده در ذیل صفحه به دبیرخانه
 جامعه تحویل دهند یا ارسال فرمایند.

چنانچه آدرس و شماره تلفنی از دوستان خود در اختیار دارید فرم مشخصات زیر را تکمیل فرمایید تا از طریق دبیرخانه جامعه متخصصین
 نساجی ایران با آن ها مکاتبه صورت گیرد.

پیشاپیش از همکاری شما در تکمیل این بانک اطلاعات متشکریم.

نام: نام خانوادگی: مدرک تحصیلی: تلفن تماس:

نام: نام خانوادگی: مدرک تحصیلی: تلفن تماس:

نام: نام خانوادگی: مدرک تحصیلی: تلفن تماس:

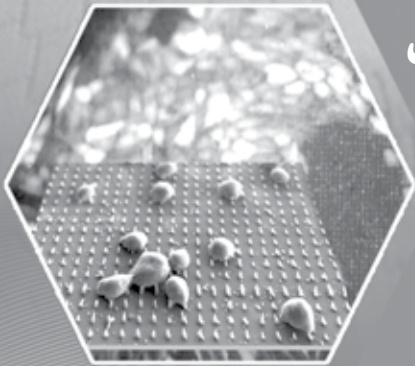
کلیه توجه: کلیه عزیزانی که مایل به عضویت یا همکاری در کارگروه های تخصصی جامعه (۱- آموزش و پژوهش،
 ۲- ارتباطات، رسانه تبلیغات، ۳- خدمات رفاهی و نمایشگاهی، ۴- صنعت ۵- اشتغال ۶- نظام مهندسی) می باشند، باید درخواست کتبی خود
 را به دبیرخانه تحویل نمایند.

با هم بودن آغاز است، با هم ماندن شرف است، و با هم کار کردن موفقیت است.

آدرس: خیابان یوسف آباد، خیابان جهان آرا، کوچه شریفی (۳۱)، پ ۲۵، طبقه دوم شرقی

نسا.امروز

تہیہ و تنظیم: مینا بیانی
سارا نظام الاسلامی



۵۷

تاسیسات
شرکت‌های نسا.امروز



۴۰

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

۵۴

تغییرات
شرکت‌های نسا.امروز

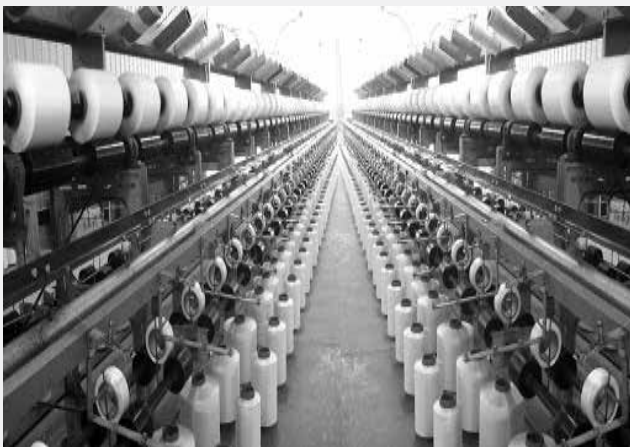




شرایط بفرنج، بی تدبیری متولیان امر

می‌شد و این روند منافع تولیدکنندگان را دربرمی‌گرفت اما در حال به دلیل تحریم‌ها این چرخه برعکس شده! به طوری که برای واردات مواد اولیه یا ماشین‌آلات مورد نیاز ابتدا باید وجوه نقد را از طریق صرافی واریز نماییم آن‌گاه شرکت خارجی اقدام به تولید کالا و سپس ارسال آن می‌کند و عملاً سرمایه در گردش کارخانه‌های خارجی را تولیدکنندگان ایرانی فراهم می‌کنند! بماند که به دلیل عدم دسترسی به سیستم اعتبارات اسنادی (ال‌سی) در بسیاری از موارد پول‌های واریزی به دست شرکت‌های خارجی نرسیده (یا ادعا می‌کنند نرسیده!) و طبعاً جنسی هم ارسال نمی‌کنند!

عبدلی ضمن بیان این نکته که تحریم‌ها محدودیت‌های بسیاری به وجود آورده و بهانه‌های زیادی برای تضييع حقوق خریداران ارانی به دست شرکت‌های خارجی داده و متأسفانه برخی از آنان از چنین وضعیت نامطلوبی، سوءاستفاده می‌کنند؛ اذعان داشت: متأسفانه تحریم‌های داخلی بسیار مخرب‌تر و بدتر از تحریم‌های خارجی هستند؛ وقتی با زحمات فراوان و صرف هزینه‌های گزاف تحریم‌های بین‌المللی را دور می‌زنیم و موفق به خرید و واردات ماشین‌آلات صنعتی می‌شویم، تازه ماجرا شروع می‌شود!!! به نحوی که سال گذشته تریخص یک دستگاه از گمرک برای مجموعه ما حدود یک‌سال به طول انجامید آن هم فقط به دلیل سنگ‌اندازی‌های قوانین دست و پاگیر...



این صنعتگر خاطرنشان کرد: شیوع کرونا بر صنعت نساجی مانند تمام صنایع تأثیرات نامطلوب و بسیار مخربی مانند رکود بی‌سابقه بازار، حجم بالای چک‌های برگشتی، ابتلای کارگران خط تولید و تعطیلی موقت بعضی ماشین‌آلات را به همراه داشت اما نهایت تلاش خود را به عمل آوردیم تا زبان‌های ناشی از کرونا را در مجموعه خود به حداقل برسانیم. خوشبختانه با توجه به واکسیناسیون سراسری شاهد کاهش کرونا در سطح ایران و جهان خواهیم بود و امیدوارم هر چه سریع‌تر سایه منحوس ویروس کرونا از سر جهان برداشته شود.



وحید عبدلی - مدیرعامل شرکت صنایع نساجی سانتِه - ابراز داشت: صنعت نساجی کشور به خصوص در بخش رنگرزی، چاپ و تکمیل پارچه، شرایط بسیار سخت و بفرنجی را تجربه می‌کند و باید بگویم این بخش از نساجی علاوه بر تحمل مشکلات عمومی صنایع کشور مانند فرسودگی ماشین‌آلات خطوط تولید و عدم نوسازی آنها، بحران آب، کمبود نقدینگی و نیروی انسانی و رکود بازار با مشکلات عدیده دیگری هم دست و پنجه نرم می‌کند.

وی ادامه داد: برای مثال طی ماه‌های اخیر با ورود حجم انبوهی از کالاهای قاچاق به صورت سازمان‌یافته و کانتینری از چین و ترکیه با قیمت بسیار نازل و رقابت نابرابر آنها در کشور، افزایش سه برابری هزینه گاز و افزایش سه تا چهار برابری محصولات پتروشیمی (از مواد اولیه اصلی بخش چاپ و رنگرزی پارچه) مواجه شده‌ایم و با توجه به رکود شدید بازار ناشی از ضعف قدرت خرید مردم و وجود کالاهای ارزان قیمت وارداتی، عملاً امکان افزایش قیمت محصولات متناسب با هزینه‌های تولید نیست لذا کارخانه‌ها مجبور به کاهش تولید و در نهایت تعطیلی و توقف فعالیت می‌شوند که بهتر است مسئولان مربوطه در این خصوص تدبیر موثری بیندیشند زیرا با بالا رفتن هزینه‌های تولید در کشور حتی امکان صادرات به کشورهای همسایه نیز از بین خواهد رفت.

مدیرعامل سانتِه با اشاره به تبعات تحریم‌ها بر صنعت نساجی گفت: تحریم‌ها لطمات بسیار جبران‌ناپذیری به صنایع کشور وارد کرده به نحوی که دیگر امکان تأمین ماشین‌آلات و قطعات یدکی از منابع معتبر و شناخته شده وجود ندارد و حتی امکان دور زدن تحریم‌ها نیز با هزینه‌های گزاف و چندبرابری انجام می‌شود.

به گفته وی، پیش از تحریم‌ها شرکت‌های معتبر اروپایی و آسیایی در خصوص فروش ماشین‌آلات به صورت فاینانس سه تا پنج‌ساله بدون بهره و در بخش فروش رنگ و مواد تعاونی مورد نیاز خطوط تولید به صورت یوزانس‌های شش ماهه تا یک ساله از همدیگر سبقت می‌گرفتند که در آن سال‌ها به دلیل ثبات نسبی اقتصاد و تثبیت نرخ ارز بخشی از سرمایه در گردش کارخانه‌ها تأمین



خاندوزی اعلام کرد:

ارائه گزارش عملکرد بودجه، ۴ ماه زودتر از موعد

هیات وزیران بود. به گزارش خبرگزاری فارس، وزیر اقتصاد افزود: بخش قابل توجهی از فرآیند تهیه گزارش تفریح بودجه، توسط وزارت اقتصاد و خزانه‌داری کل کشور صورت می‌پذیرد و چون امسال با همت وزارت اقتصاد این گزارش چند ماه زودتر از سال‌های قبل تهیه و به دیوان محاسبات ارائه شد، این دیوان هم در تسریع در اجرای وظیفه قانونی خود نسبت به سال‌های قبل موفق شد و گزارش تفریح بودجه سال ۱۳۹۹ را در نیمه اول سال ارائه کرد که قطعا آسیب‌شناسی آن نقش مهمی در تدوین لایحه بودجه سال آینده خواهد داشت. خاندوزی با اشاره به سابقه تنظیم گزارش صورتحساب عملکرد سالانه بودجه کشور توسط خزانه‌داری کل کشور در سالیان قبل افزود: در سال‌های قبل و به خصوص در دولت گذشته، هیچ‌گاه سابقه نداشته که گزارش صورتحساب عملکرد سالانه بودجه سال قبل در نیمه اول سال تنظیم شود و معمولا این اقدام در پایان آذرماه صورت می‌گرفت و پس از آن دیوان محاسبات اقدام به نهایی کردن گزارش تفریح بودجه می‌کرد. اما امسال وزارت اقتصاد به منظور ارتقای شفافیت مالی و پاسخگویی مناسب‌تر درباره نحوه هزینه بودجه کشور، این گزارش را چند ماه زودتر تهیه و به دیوان محاسبات ارسال کرد. این اقدام دولت جدید در راستای تحقق شعار مبارزه با فساد و شفافیت مالی است که مورد تاکید همه اعضای دولت خصوصا رییس‌جمهوری بوده است.



سخنگوی اقتصادی دولت گفت: گزارش عملکرد بودجه را با هدف مبارزه با فساد و افزایش شفافیت مالی چهار ماه زودتر از موعد قانونی به دیوان محاسبات تحویل دادیم. سیداحسان خاندوزی با بیان اینکه گزارش تفریح بودجه سال ۱۳۹۹ کل کشور برای نخستین بار، چهار ماه قبل از موعد مقرر قانونی توسط دیوان محاسبات تهیه و در ۳۱ شهریور سال ۱۴۰۰ به مجلس شورای اسلامی ارسال شد، اظهار کرد: علت موفقیت در این موضوع، تسریع وزارت اقتصاد در تنظیم صورتحساب عملکرد سالانه بودجه کل کشور و تصویب فوری آن در

خدمات مالیاتی در پنجره واحد متمرکز می‌شود

ارث و دیگر مالیات‌ها در سامانه ثبت کنند.

به گزارش اکسپورتنا، منظور گفت: همچنین مراحل رسیدگی دادرسی و پرداخت نیز در سامانه انجام خواهد شد و تکمیل این سامانه با اولویت تا پایان سال انجام خواهد شد. وی افزود: در حال حاضر در اجرای سامانه مالیاتی با لختی‌ها و سرعت پایین مواجه هستیم که باعث کندی ورود اطلاعات می‌شود.

رئیس سازمان امور مالیاتی گفت: در تلاش هستیم به سرعت اشکالات سامانه مالیاتی برطرف شود. وی در ارتباط با سامانه پایانه‌های فروشگاهی گفت: برای اجرای گسترده قانون مربوطه حدود ۶۰ درصد فرایندها انجام شده است و بنا داریم با همکاری مجلس به صورت مرحله‌ای این سامانه را فعال کنیم.

رئیس سازمان امور مالیاتی گفت: هم اکنون آمادگی کامل داریم که فراخوان را برای ثبت نام و عضویت مودیان در این سامانه انجام دهیم و البته این کار را برای فعالان اقتصادی با تراکنش‌های بالای ۱۰۰ میلیارد تومان در سال آغاز می‌کنیم. منظور افزود: برای سایر مودیان نیز برنامه داریم تا پایان سال فراخوان کامل را انجام دهیم و سامانه بطور کامل راه اندازی شود و ما برای اجرای این قانون آمادگی کامل داریم.



رئیس سازمان امور مالیاتی گفت: انجام خدمات مختلف مالیاتی در قالب یک پنجره واحد از طریق سامانه مودیان تا پایان سال بصورت الکترونیکی و متمرکز عملیاتی می‌شود. داود منظور با بیان اینکه بخش‌هایی از این سامانه عملیاتی شده است گفت: در این پنجره واحد مودیان می‌توانند اظهارنامه‌های خود را برای پایه‌های مختلف مالیاتی از جمله مالیات بر نقل و انتقال ملک یا مالیات بر



نشانه‌ای از دو برابر شدن صادرات نمی‌بینیم

سوخترانزیتی از این کشور وارد مرزهای ما می‌شد اما اکنون این کشورها تولیدات خود را گسترش داده که می‌توانیم از ظرفیت آنها استفاده کنیم. وی ایجاد تعامل بین واردات و صادرات را زمینه‌ساز افزایش قدرت چانه‌زنی ایران برای صادرات دانست و اظهار کرد: یکی از مهم‌ترین مواردی که می‌توانیم درباره آن چانه‌زنی کنیم، برقراری حمل یکسره و رفع مشکلات ناشی از تخلیه و بارگیری در مرزهاست. کاشفی با بیان اینکه خودرو یکی از مهم‌ترین کالاهایی است که می‌تواند از طریق عراق و از مرزهای کرمانشاه به ایران وارد شود، ادامه داد: در حالی که عمده خودروها از بحرین و عمان وارد کشور ما شده، امکان واردات اکثر این خودروها از عراق وجود دارد.

وی اضافه کرد: پیگیری زیادی برای واردات خودرو از عراق صورت گرفت و حتی رویه آن در گمرک استان هم برقرار شد اما به دلیل ممنوعیت فعلی واردات خودرو، امکان استفاده از این رویه وجود ندارد. یکی دیگر از معضلات حوزه صادرات که کاشفی به آن اشاره کرد، فراهم‌نبودن زیرساخت‌های مرزی مناسب در کرمانشاه بود. عضو هیات‌رئیس اتاق ایران درباره لزوم دوبرابر کردن صادرات غیرنفتی ایران نیز گفت: این امر نیازمند ملزوماتی است که فعلا علائمی از آن نمی‌بینیم اما می‌توانیم رشد دوبرابری صادرات را به‌عنوان یک استراتژی برای آینده دنبال کنیم. کاشفی ایجاد کارخانه‌های صادراتی جدید را برای افزایش صادرات ضروری دانست و در عین حال یادآور شد: با شرایط فعلی نرخ ارز کار بسیار دشواری است، از همین رو باید تلاش کنیم برای افزایش صادرات واحدهای تولیدی موجود را برای صادرات آماده کنیم.

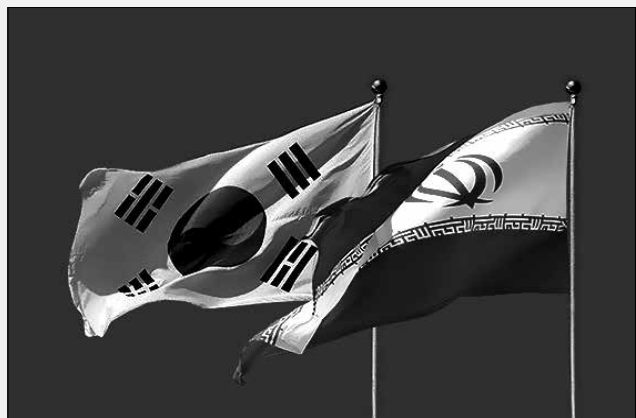


عضو هیات‌رئیس اتاق ایران درباره مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی صادرات، گفت: رفع تعهدات ارزی در چند سال اخیر، بسیاری از صادرکنندگان را با چالش جدی مواجه کرده است. کیوان کاشفی در نشست خبری روز ملی صادرات کرمانشاه ابراز امیدواری کرد با پیگیری‌های صورت گرفته و بر اساس وعده‌هایی که دولت سیزدهم داده، گشایشی در سیاست‌های پیمان‌سپاری و قوانین و مقررات مربوط به آن رخ دهد. کاشفی یکی دیگر از چالش‌های حوزه صادرات را عدم توازن صادرات و واردات خصوصا در زمینه تعاملات تجاری با عراق به‌عنوان شریک تجاری اصلی ایران دانست که می‌تواند آینده صادرات را به‌خطر بیندازد. به گزارش اتاق ایران، وی بر لزوم توجه به واردات از عراق تاکید کرد و ادامه داد: اگرچه در گذشته، عراق محصولات زیادی برای صادر کردن نداشت و عمدتا

رئیس اتاق ایران و کره جنوبی اعلام کرد:

پولی از سوی کره جنوبی آزاد نشده است

اتاق مشترک بازرگانی ایران و کره جنوبی در این خصوص گفت که ۳/۵ میلیارد دلار پولی که ادعا می‌شود آزاد شده از محل دارایی‌های ایران در کره جنوبی نبوده است. به گزارش ایلنا، وی همچنین درباره آخرین وضعیت مبادلات دو کشور اظهار کرد: مبادلات دو کشور بسیار کم است و بیشتر شرکت‌های کوچک و متوسط به صورت غیررسمی کار می‌کنند ولی شرکت‌های بزرگ در کره جنوبی از آنجا که بیشتر با آمریکا کار می‌کنند، با ایران کار نمی‌کنند. حجم مبادلات کشور بسیار اندک و کمتر از ۱۵۰ میلیون دلار است. تنهایی تصریح کرد: بیشتر واردات ما از کره جنوبی مربوط به کالاهای پزشکی و کاغذ است. میزان صادرات ما به این کشور بسیار محدود بوده و بیشتر مربوط به مواد نفتی و پتروشیمی است که به صورت غیرمستقیم به این کشور صادر می‌شود. وی تصریح کرد: سفیر جدید کره جنوبی در ایران دید اقتصادی داشته و سعی می‌کند به جای برنامه‌های سیاسی، برنامه‌های اقتصادی را پیش بگیرد. بر همین اساس مذاکراتی با آمریکا دارند تا کره جنوبی را در مورد تحریم‌ها علیه ایران مستثنی کند.



به تازگی اخباری منتشر شد مبنی بر اینکه ۳/۵ میلیارد دلار از دارایی‌های بلو که شده ایران آزاد شده است. بیشترین میزان پول بلو که شده ایران در کره جنوبی بوده و رقم هفت میلیارد دلار را به خود اختصاص داده است. حسین تنهایی رئیس



واردات ماشین آلات یکی از مشکلات اساسی صنایع چرم است

۸۰ میلیون فوت پوست گاوی و سنگین در کشور تولید می‌شود. این معضل باعث کمبود پوست و مواد اولیه برای تولید محصولات چرمی شده است. لازم به ذکر است که در پوست گوسفندی بدلیل کشتار بالا بیش از نیاز پوست در اختیار داریم.

حسن زاده با انتقاد از بروکراسی اداری برای واردات پوست گاو، عنوان کرد: با وجود کمبود پوست گاو، واردات وت بلوی گاوی معضلات و موانع خاص خود را دارد.

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع چرم ایران، معتقد است: اگر موانع از سر راه صنایع تولید چرم کشور برداشته شود، توان تولید بیش از ۳۰۰ میلیون فوت مربع کاملاً وجود دارد.

وی با بیان اینکه صنعت چرم می‌تواند برای کشور ارزآوری بسیار خوبی داشته باشد، گفت: امروزه با ۱۵ میلیون جلد صادرات پوست گوسفندی بشکل سالامبور ۳۵ تا ۴۰ میلیون دلار برای کشور ارزآوری می‌شود. اگر این میزان جلد را به چرم و سپس به البسه چرمی تبدیل کنیم این میزان ارزآوری به ۸۰۰ میلیون تا یک میلیارد دلار خواهد رسید.

وی ادامه داد: در صورت اصلاح سیاست‌ها و تکمیل زنجیره ارزش و اجتناب از خام فروشی در مرحله چرم‌سازی باعث اشتغالزایی ۵۰۰ نفر در ۳۰۰ روز کاری و در صورت ورود به تولید ۴ میلیون البسه چرمی، برای ۱۴ تا ۱۵ هزار نفر اشتغال ایجاد می‌شود. در واقع با این روش، ارزش افزوده ۳۰ برابر و اشتغال زایی ۳۰ برابر بیشتر خواهیم داشت.

رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع چرم ایران، از دولت درخواست کرد: قبل از صدور هر لایحه یا دستور العملی با تشکل‌های تخصصی مشورت کرده و از آنها نظرخواهی کند، زیرا انجمن‌ها و اتحادیه‌های صنعتی و صنفی در بطن مشکلات بوده و از اثرات مثبت یا منفی تصمیمات بر تولید کنندگان و بازار آگاهی بیشتری دارند.



رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع چرم ایران، معتقد است: اگر موانع از سر راه صنایع تولید چرم کشور برداشته شود، توان تولید بیش از ۳۰۰ میلیون فوت مربع کاملاً وجود دارد.

علی حسن زاده دبیر وضعیت اقتصادی صنایع چرم را مانند تمام صنایع دیگر دانست و گفت: واردات ماشین آلات به یکی از معضلات حال حاضر صنایع چرم تبدیل شده است. از سویی، زمان بهره برداری از ماشین آلات چرم سازی بخاطر شرایط محیطی بسیار کوتاه بوده بین ۷ تا ۱۰ سال است. از سوی دیگر، هزینه خرید و وارد کردن این نوع ماشین آلات بسیار بالا است و هر تولیدکننده‌ای توان واردات آن‌ها را ندارد.

به گزارش ایلنا، وی با بیان اینکه استفاده از دستگاه‌های فرسوده باعث کاهش سطح تولید و کیفیت آن شده است، اظهار کرد: ماشین آلات چرم سازی تولیدات داخلی، جوابگوی نیاز داخل نیست. بر همین اساس دولت باید مشکلات واردات ماشین آلات صنایع چرم را حل و آن را تسهیل کند.

وی در خصوص کارگاه‌های فعال چرم در تهران گفت: حدود ۴۰۰ کارگاه چرم در تهران، تبریز و مشهد همدان فعالیت می‌کنند. آنها حداقل سالیانه به ۲۰۰ میلیون فوت مربع پوست گاوی نیاز دارند. این در حالی است که سالیانه ۷۰ تا

افزایش لباس های بنگلادشی در بازار تهران

کالاها از کدامین مرز وارد می‌شود که کسی جلوی ورودش را نمی‌گیرد؟ به داد تولیدکنندگان داخلی برسید. به گزارش دنیای اقتصاد، وی افزود: از سوی دیگر گرانی انواع رنگ و کاغذ برای تولید، به قدری است که تولیدکننده هراس دارد به آن مواد نزدیک شود. چرا که نمی‌داند می‌تواند جنس تولید شده را با احتساب مخارج و هزینه‌ها در بازار بفروشد یا خیر.

اخیرا لباس های تولید بنگلادش، بیش از گذشته در سطح خرده فروشی‌های تهران به چشم می‌خورد. حسن سلیمی از فعالان بازار پارچه و لباس در این خصوص گفت: کارگاه های تولیدی در سال مانع زدایی و پشتیبانی از تولید، خالی از کار و فعالیت و کارگران بیکار و کارفرما ورشکسته؛ اما ممالک دیگر به راحتی محصولات استوک و بنجل خود را به بازار های ایران تزریق می‌کنند. چه کسانی مسولند تا جلوی این واردات را چه اصولی و چه قاچاق بگیرند؟ این



دولت، دوباره در مورد استقرار از بانک مرکزی وسوسه می شود

بدن این اقتصاد شده و نقش بسیار مهمی در تضعیف و رنجور شدن جامعه ایران داشته است. آنچه در سطور بالا مطرح شد، تکرار بدیهیات است که جامعه ایران در سالهای گذشته با تحمل هزینه فراوان آموخته است و در این مقطع بسیار حساس باید مورد توجه سیاستمداران حاکم بر دولت و مجلس نیز قرار گیرد.

هر چند رئیس سازمان برنامه و بودجه تأکید کرده که مسیرهای تشدید کسری بودجه مسدود خواهد شد اما از آنجا که چنین وعدههایی را به کرات از سیاستمداران پیشین هم شنیده ایم و خلاف آن عمل شده، امید به اصلاح امور مالی دولت کم رنگ است. موضوع این است که قطعا دولت در ماههای آینده برای ایفای تعهدات و وظایف خود دچار مشکل مالی می شود که حاصل آن کسری بودجه است. کسری بودجه می تواند دولت را وسوسه کند که از منابع بانک مرکزی برداشت کند که نتیجه این اتفاقات افزایش پایه پولی و حجم نقدینگی خواهد بود که نتیجه قطعی اش تشدید تورم خواهد بود.

تحریک پایه پولی در عصر تنگنای درآمدهای نفتی، بسیار خطرناک تر از تحریک پایه پولی در عصر وفور درآمدهای نفتی است و خبر بد این که ما در بدترین تنگنای مالی چند دهه گذشته قرار داریم اما شاهد بیشترین تحریک پایه پولی چند دهه گذشته هستیم.



واقعیت این است که نیروهای سیاسی موسوم به اصولگرا که با شعار عدالت اجتماعی شناخته می شوند و عموماً مدافع سیاستهای توزیعی هستند، معمولاً در دورانهایی قدرت را در دست داشته اند که قیمت نفت در سطوح بالا قرار داشته و تحریمها تا این حد پیچیده و سخت گیرانه نبوده است.

شرایط فعلی از اساس با همه دورانهای گذشته متفاوت است و اقتصاد ایران در شرایط بسیار شکننده ای قرار دارد که این وضعیت باعث شده غالب اقتصاددانان نسبت به وخیم تر شدن اوضاع هشدار دهند. اقتصاد ما هنوز به نقطه غیر قابل بازگشت نرسیده اما بیم آن می رود که با تلاطم رشد پرشتاب نقدینگی به مرحله ای برسیم که اقتصاددانان از آن به عنوان ابرتورم یاد می کنند.



رئیس سابق اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران معتقد است که قطعا دولت در ماههای آینده برای ایفای تعهدات و وظایف خود دچار مشکل مالی می شود که حاصل آن کسری بودجه است؛ بنابراین کسری بودجه می تواند دولت را وسوسه کند که از منابع بانک مرکزی برداشت کند که نتیجه این اتفاقات افزایش پایه پولی و حجم نقدینگی خواهد بود که نتیجه قطعی اش تشدید تورم خواهد بود. محسن جلال پور، در یادداشتی نوشت: لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ که نخستین بودجه تدوین شده توسط دولت سیزدهم است، چند صباح دیگر روانه مجلس می شود و بررسی و تحلیل آن نشان می دهد قوای حاکم در قوه مجریه دنبال چیست و چه اهدافی را مد نظر دارد.

به گزارش تجارت فردها، پس از آن که این لایحه به مجلس تقدیم شود، به طور قطع، نمایندگان نیز منویات و اهداف سیاسی و منطقه ای خود را بر آن تحمیل می کنند و به اصطلاح بر تعهدات مالی و سیاسی بودجه می افزایند و از ابتدای سال ۱۴۰۱ جامعه نیز ناچار است آثار اقتصادی این بودجه را تحمل کند و هزینه منویات سیاسی و افزایش محبوبیت سیاستمداران را بپردازد.

این رویه سالهای متمادی است که تکرار می شود و در پایان هر سال که عمر یک بودجه به پایان می رسد، همچون زلزله ای ویرانگر، جز خرابی چیزی به جا نمی ماند. قاعدتا بودجه باید خونی تازه در رگهای اقتصاد کشور جاری کند و هر بودجه باید پیام خوبی برای احاد اقتصادی به دنبال داشته باشد اما در فرآیند تدوین و تصویب بودجه اتفاقاتی رخ می دهد که آن را تبدیل به تهدیدی برای اقتصاد کشور می کند. به همین دلیل است که هر سال موعود تدوین و تصویب بودجه، اقتصاددانان و ناظران اقتصادی مضطرب و نگران می شوند که با تدوین یک لایحه بودجه دیگر، دوباره دردی روی دردهای اقتصاد ایران گذاشته می شود.

در چند دهه گذشته اقتصاد ایران بدترین و کاری ترین ضربه ها را از بودجه های سالانه خورده است. مثلاً ریشه ابرچالش کسری بودجه که منجر به متاستاز سرطان تورم در بدن اقتصاد ایران شده، در چند دهه گذشته عمدتاً از طریق بودجه وارد



صنعت پوشاک و نساجی در لیست تحریم مستقیم است

بحث تغذیه مردم هم وجود دارد و سفره مردم کوچک شده است. همچنین به دلیل اینکه بخش زیادی از درآمد مردم را هزینه مسکن می‌بلعد، مردم مجبور به مصرف هر چه کمتر کالاهایی مانند پوشاک شده‌اند.

نایب رییس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران در خصوص وضعیت تولید پوشاک در داخل می‌گوید: زنجیره تامین صنعت نساجی و پوشاک بسیار وابسته به واردات است. بخشی از الیاف لازم برای تولید از صنایع پتروشیمی داخل تامین می‌شود، اما بسیار ناکافی است و نیازمند واردات هستیم.

او تاکید می‌کند: به جز الیاف و نخ پلی استر که عمدتاً در کشور تولید می‌شود و آن هم به دلیل سود پتروشیمی‌ها با قیمت بالا به دست تولیدکننده می‌رسد، بقیه مواد اولیه در این صنعت تماماً وارداتی است. الیاف اکریلیکی ۹۰ درصد با واردات تامین می‌شود، پنبه‌ای که با کیفیت باشد و داخل کشور بشود از آن نخ باکیفیت تولید کرد عمدتاً وارداتی است. در چنین شرایطی دو سال و نیم است که صنعت پوشاک و نساجی به جز تحریم کلی، در لیست تحریم مستقیم است و همین باعث شده هزینه تولید بسیار بالا رود. ضمن اینکه قیمت جهانی هم در یک سال اخیر با افزایش قیمت روبه رو بوده است. به گفته نامی در حال حاضر صنعت پوشاک با کمبود مواد اولیه روبه رو است و به همین دلیل هم است که می‌بینیم بسیاری از پوشاک ایرانی حتی از نمونه خارجی گران‌تر عرضه می‌شود.

او اضافه می‌کند: چون برنامه ریزی درستی هم در این زمینه انجام نشده، اکنون دچار کمبود هستیم و مواد اولیه‌ای که به دست تولیدکننده داخل می‌رسد بسیار گران‌تر از قیمت جهانی است.



مجید نامی، نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران توضیح می‌دهد: در حال حاضر به دلیل مشکلات عدیده با کم سابقه‌ترین تورم‌های بزرگ و سقوط قدرت خرید در بازار پوشاک مواجه هستیم.

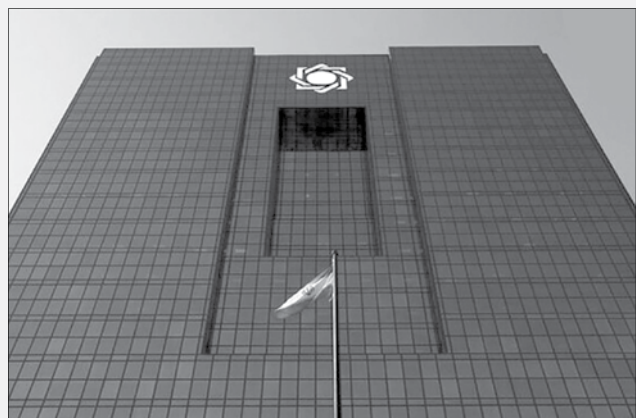
این تورم به چند دلیل بازمی‌گردد. یکی از آن‌ها بحث افزایش قیمت مواد اولیه و عدم دسترسی به مواد اولیه است که ناشی از مشکلات ارزی و تحریم بوده و بخشی هم به قیمت مواد اولیه جهانی بازمی‌گردد که دست به دست هم داده و وضعیت فعلی را به وجود آورده است. به دلیل اینکه قدرت خرید مردم کاهش پیدا کرده بازار کفش لازم و تحرک در سطح خرده فروشی را ندارد.

به گزارش رویداد۲۴، نامی ادامه می‌دهد: طبق آمار بانک مرکزی مصرف مردم در زمینه پوشاک کمتر از نصف شده و البته این وضعیت نه تنها برای پوشاک بلکه

بدهی خارجی ۹ میلیارد دلاری ایران در پایان شهریور ۱۴۰۰

۱۴۰۰ براساس سررسید اولیه بدهی‌ها ۹ میلیارد و ۳۱ میلیون دلار است که ۶ میلیارد و ۵۷۴ میلیون دلار آن بدهی‌های میان‌مدت و بلندمدت و ۲ میلیارد و ۴۵۷ میلیون دلار از این میزان بدهی‌های کوتاه مدت است.

به گزارش اکسپورت‌نا، این تعهدات بالفعل ایران بر مبنای یورو نیز رقمی بالغ بر ۷ میلیارد و ۷۰۳ میلیون یورو محاسبه شده که ۵ میلیارد و ۴۰۷ میلیون یورو از این میزان حجم بدهی‌های میان‌مدت و بلندمدت و دو میلیارد و ۹۶ میلیون یورو حجم بدهی‌های کوتاه‌مدت است. حجم بدهی‌های خارجی ایران در پایان اسفندماه سال ۹۹ معادل ۹ میلیارد و ۱۴۲ میلیون دلار بوده است که این آمار حکایت از کاهش حجم بدهی‌های خارجی ایران در پنج ماهه سال ۱۴۰۰ دارد. لازم به ذکر است که نسبت بدهی‌های خارجی ایران به تولید ناخالص داخلی رقم پایینی به شمار می‌رود و مقایسه شاخص نسبت بدهی خارجی ایران به تولید ناخالص داخلی با سایر کشورها نشان می‌دهد که ایران در زمره کشورهایی است که کمترین میزان بدهی خارجی را در جهان دارد.



میزان بدهی‌های خارجی ایران در پایان شهریور ۱۴۰۰ به ۹ میلیارد و ۳۱ میلیون دلار رسید که نسبت به پایان سال ۹۹ معادل ۱.۲ درصد کاهش داشته است. براساس آخرین آمار بانک مرکزی میزان بدهی خارجی ایران در پایان شهریور



سخنگوی اجرای قانون جدید چک:

از پذیرش چک‌های ثبت نشده در سامانه صیاد خودداری کنید

عمل آوردن استعلام‌های لازم از ثبت چک به نفع خود در سامانه صیاد اطمینان حاصل کرده و با تطبیق اطلاعات مندرج در متن چک با اطلاعات ثبت شده در سامانه صیاد مراتب تأیید یا عدم تأیید خود را در سامانه اعلام کند.

سخنگوی اجرای قانون جدید چک، وجود سامانه صیاد در کنار فیزیک چک را امری مفید و مثمر خواند و گفت: ثبت اطلاعات چک در سامانه صیاد و نگهداری سیستمی زنجیره‌ای انتقال چک در این سامانه می‌تواند راهکار مناسب برای مقابله با جعل یا کلاهبرداری باشد. از سوی دیگر چنانچه فیزیک چک مفقود شود، باتوجه به ثبت سیستمی اطلاعات چک توسط صادرکننده، پیگیری روند قضایی آن ساده‌تر از گذشته خواهد بود. در این خصوص می‌توان به حادثه حریق ساختمان پلاسکوی تهران اشاره کرد که در آن حادثه برخی اسناد تجاری و از جمله چک‌ها طعمه حریق یا مفقود شدند. در گذشته با توجه به عدم وجود چنین سیستمی پیگیری امور مربوط به چک‌های مفقود شده دشوار بود، لیکن با وجود این سامانه قاعدتاً مشکلاتی از این دست کاهش می‌یابد. ضمن این که این سامانه شفافیت اطلاعاتی را در کشور ایجاد می‌کند، که در امر مبارزه با پولشویی اقدامی موثر قلمداد می‌شود. نادعلی‌زاده با بیان اینکه هر تغییر در ابتدا با چالش‌های خاص خود همراه است، تصریح کرد: در گذشته روند کارسازی، تبادل و ظهرنویسی چک به صورت دستی بود، اما در حال حاضر ثبت چک در سامانه صیاد نیز افزوده شده است. در این باره قطعاً در ابتدا مقاومت‌هایی وجود دارد و آن هم به این دلیل است که فرایند صدور چک نسبت به گذشته متفاوت‌تر شده است، اما به مرور و هنگامی که مردم با عواید سیستمی شدن ثبت اطلاعات آشنا شوند، اقبالشان به این امر بیشتر می‌شود.

معاون اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی در خصوص آمار چک‌های صادر شده از ابتدای سال جاری گفت: از ابتدای سال جاری تا پایان مهر ماه بالغ بر دو میلیون و پانصد هزار دسته چک معادل ۱۰۰ میلیون فقره چک توزیع شده است که از این میزان تقریباً ۲۳ درصد یعنی حدود ۲۳ میلیون فقره چک در سامانه صیاد ثبت شده و به گردش افتاده است. همچنین از ۲۳ میلیون فقره چکی که به گردش افتاده است، در حدود ۸۹ درصد توسط گیرندگان تأیید شده است، این آمار قابل ملاحظه‌ای است و روند صعودی دارد. همچنین به طور متوسط در هر روز حدود ۱۱۰ هزار فقره چک در سامانه صیاد ثبت می‌شود که آمار قابل توجه و امیدوارکننده‌ای است.

سخنگوی اجرای قانون جدید چک ضمن تأکید بر اینکه بر اساس قانون جدید چک محدودیت‌هایی متوجه دارندگان چک برگشتی است، یادآور شد: قانون یاد شده تشبیهات انضباطی را برای شخص صادرکننده چک برگشتی در نظر گرفته است. به عنوان مثال در زمان اعطای دسته چک به فرد، وی اهلیت‌سنجی می‌شود و در صورت دارا بودن چک برگشتی، دسته چک به وی تعلق نمی‌گیرد. علاوه بر این زمانی که قرار است چک در سامانه صیاد ثبت شود، سابقه چک



مردم چک‌های جدید صیادی که ثبتش در سامانه صیاد انجام نشده است را نپذیرند، چراکه در غیر این صورت بانک به موجب اصلاحیه اخیر قانون صدور چک نمی‌تواند در زمان نقد کردن چک، وجهی را به فرد پرداخت کند.

آمنه نادعلی‌زاده سخنگوی اجرای قانون جدید چک، با اشاره به تصویب قانون اصلاح قانون صدور چک در سال ۱۳۹۷ در مجلس شورای اسلامی گفت: محتوای این قانون به سیستمی شدن نقل و انتقالات چک اشاره دارد. یعنی زمانی که چک بین شخص صادرکننده و گیرنده چک تبادل می‌شود، حتماً باید ثبت الکترونیکی آن نیز در سامانه صیاد اتفاق افتد.

به گزارش اینپنا، وی افزود: این طرح از ابتدای فروردین ماه سال ۱۴۰۰ با توزیع چک‌های جدید بنفش رنگ صیادی آغاز شد. از ویژگی‌های این چک‌ها می‌توان به رنگ این چک‌ها و تمایز آنها از چک‌های قدیمی اشاره کرد، همچنین بر روی این چک‌ها نیز عبارتی تحت عنوان «کارسازی این چک منوط به ثبت صدور و تأیید آن در سامانه صیاد است» درج شده است.

سخنگوی اجرای قانون جدید چک در خصوص تبادل چک‌های جدید نیز یادآور شد: صادرکننده زمانی که چک جدید صیادی بنفش رنگ را صادر می‌کند ابتدا باید مشخصات چک شامل تاریخ، مبلغ و نام گیرنده چک را بر روی فیزیک چک درج کند و همان اطلاعاتی که بر روی فیزیک چک درج شده است را باید الزاماً در سامانه صیاد نیز وارد کند.

وی افزود: ذکر این نکته ضروری است که برای ثبت چک، صادرکننده می‌تواند به درگاه‌های نوین بانک خود شامل اینترنت بانک و موبایل بانک و یا برنامه‌های موبایلی مراجعه کند که فهرست ۵ برنامه موبایلی پرداخت فعال در این زمینه بر روی وب سایت شرکت شاپرک نیز موجود است و در دسترس عموم قرار دارد. نادعلی‌زاده با بیان اینکه مراحل فوق تنها به معنای ثبت اولیه چک در فرایند ثبت صدور چک است، تصریح کرد: با ثبت چک در سامانه صیاد فرایند ثبت صدور چک پایان نیافته است، بلکه گیرنده چک نیز باید از طریق همراه بانک، اینترنت بانک یا برنامه‌های موبایلی پرداخت به سامانه صیاد مراجعه کند و با به



حاضر نیز شعب بانکی در خصوص فرایندهای مرتبط با چک به مردم به صورت حضوری خدمت رسانی می‌کنند. وی افزود: از ابتدای سال جاری تاکنون نزدیک به پنج درصد از ثبت چک‌ها در سامانه صیاد از طریق شعب انجام شده است. این در حالی است که بالغ بر ۷۷ درصد از چک‌ها ثبت و تأییدشان از طریق درگاه‌های بانکی اینترنت بانک و همراه بانک اتفاق افتاده است و ۱۸ درصد نیز از طریق برنامه‌های موبایلی ثبت شده است.

وی با بیان اینکه دو سرویس استعلام در سامانه صیاد وجود دارد، تأکید کرد: در سامانه صیاد دو سرویس «سوابق اعتباری چک» و نیز «سرویس استعلام ارقام اطلاعاتی چک» وجود دارد. «سرویس سوابق اعتباری چک» که از سال ۱۳۹۷ راه‌اندازی شده، سرویس شناخته شده‌ای است که سابقه چک برگشتی صادرکننده را بر اساس رنگ‌بندی خاص و تعداد چک برگشتی نمایش می‌دهد؛ اما در سرویس استعلام ارقام اطلاعاتی چک، فرد با مراجعه به این سامانه می‌تواند متوجه شود که چک به نفعش در سامانه صیاد ثبت شده یا خیر.

سخت‌گیری قانون در زمینه تخصیص دسته چک و صدور چک موثر بوده است. نادعلی‌زاده درباره زمان جمع‌آوری دسته چک‌های قدیمی گفت: قاعدتاً دسته چک‌های قدیمی نیز باید جمع‌آوری شوند اما بانک مرکزی برنامه زمان‌بندی قطعی را در این خصوص اعلام نکرده و فعلاً دسته چک‌های قدیمی می‌توانند در کنار دسته چک‌های جدید هم‌زیستی داشته باشند و در موعدی که به تشخیص بانک مرکزی مناسب تلقی شود و مردم در مرادوات خود به مشکل برخوردند، این دسته چک‌های قدیمی نیز توسط بانک مرکزی جمع‌آوری خواهد شد.

معاون اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی با بیان اینکه در حال حاضر تمام درگاه‌های شبکه بانکی اعم از اینترنت بانک، همراه بانک فعال است و به سامانه صیاد مجهز شدند، تصریح کرد: کلیه فرایندها شامل ثبت، تأیید، انتقال و استعلام به واسطه درگاه‌های یاد شده در حال انجام است و البته سایر برنامه‌های پرداخت موبایلی که برای بهره‌مندی از امکان سامانه صیاد اعلام آمادگی کنند، پس از گذراندن مراحل و آزمون‌های لازم می‌توانند به سامانه صیاد متصل شوند. البته راه‌های دیگری نیز برای انجام فرایندهای مرتبط با سامانه صیاد و چک در حال آزمایش است. از جمله این موارد می‌توان به پیامک اشاره کرد که تقریباً در حال نهایی شدن است و البته تجهیز خودپردازها نیز در دست اقدام است. در حال

طبق جدیدترین آمار وزارت صمت بررسی شد؛

وضعیت اعطای تسهیلات به تولیدکنندگان

بر اساس جدیدترین آمار منتشر شده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) در شش ماهه نخست امسال حدود ۲۱ درصد از کل ثبت‌نام‌کنندگان دریافت تسهیلات رونق تولید و حدود ۵۳ درصد از ثبت‌نام‌کنندگان تسهیلات برنامه تولید و اشتغال (تبصره ۱۸) موفق به دریافت آن شده‌اند. بر اساس این آمار در شش ماهه امسال بیش از ۶۳۱۱ میلیارد تومان در قالب ۱۷۹۴ فقره تسهیلات برای تأمین مالی بنگاه‌های تولیدی کوچک، متوسط و طرح‌های نیمه‌تمام با پیشرفت بالای ۶۰ درصد، در راستای اقتصاد مقاومتی و بیش از ۱۹۶۷ میلیارد تومان تسهیلات برنامه تولید و اشتغال (تبصره ۱۸) در قالب ۲۱۵ فقره به استان‌های مختلف پرداخت شده است. به گزارش ایسنا، در این مدت ۸۴۶۹ مورد ثبت‌نام برای استفاده از تسهیلات رونق تولید انجام شده که ۴۰۰۶ مورد برای دریافت بیش از ۲۳ هزار میلیارد تومان تسهیلات به بانک‌ها معرفی

شدند و در نهایت ۱۷۹۴ فقره تسهیلات به ارزش بیش از ۶۳۱۱ میلیارد تومان پرداخت شده است. یعنی حدود ۲۱ درصد از کل ثبت‌نام‌کنندگان در فروردین امسال موفق به دریافت این تسهیلات شدند. همچنین در شش ماهه اول امسال ۴۰۴ مورد ثبت‌نام برای استفاده از تسهیلات برنامه تولید و اشتغال انجام شده که ۲۵ مورد برای دریافت تسهیلات ۳۸۹ میلیارد تومانی به بانک معرفی شده‌اند. در نهایت ۲۱۵ مورد پرداخت تسهیلات به ارزش ۱۹۶۷ میلیارد تومان صورت گرفته است. یعنی حدود ۵۳ درصد از کل ثبت‌نام‌کنندگان موفق به دریافت این تسهیلات شدند. لازم به یادآوری است که تسهیلات تبصره ۱۸ قانون بودجه با بهره ۱۴ درصد پرداخت می‌شود که متقاضیان می‌توانند با ثبت‌نام در سامانه پهن‌یاب از این ظرفیت در راستای تأمین سرمایه در گردش، نوسازی و بازسازی و یا تکمیل واحدهای تولیدی بالای ۶۰ درصد پیشرفت فیزیکی استفاده کنند.



دولت برای اتحاد هر تصمیمی در صنعت چرم با صنوف مشورت کند

وی ادامه داد: برای مثال قیمت سولفور تولید داخل در چند ماه اخیر شش برابر شده است.

مجیدی افزود: از سوی دیگر در وزارت صنایع اخیرا موضوعی را مطرح کرده اند که هر تولیدکننده‌ای اگر می‌خواهد مواد شیمیایی از خارج وارد بکند، باید ضمن ارائه آمار تولید، باید بر اساس میزان مصرف درخواست واردات مواد شیمیایی مورد نیاز خود را بدهد. به بیان دیگر این چند صد کارخانه تولید کننده چرم که بیش از ۹۵ درصد آنها اصولا توان ارتباط برقرار کردن و سفارش به تامین کنندگان خارجی مواد شیمیایی را ندارند باید معطل سیاستگذاری‌های مسئولین مربوط در وزارت صنایع در سال مانع زدایی‌ها بنشینند و تولید خود را تعطیل کنند، چون موادی نیست که خریداری کرده و به مصرف تولید برسانند. این در حالی است در کشور ترکیه بخاطر نداشتن مشکلات در روابط بین الملل خود و حضور شرکت های شیمیایی بین المللی از یک کیلو تا چند تن مواد شیمیایی را در انبار آن شرکت های شیمیایی در شهرک های چرم شهر خود غیر مستقیم در اختیار دارند. پیامد این سیاستگذاری غلط این بوده است که قیمت کروم وارداتی مورد نیاز کشور طی یک سال اخیر حداقل سه برابر کرده است. مجیدی با اشاره به راهکارهای متحده از طرف دولت جدید برای حل مشکلات گفت: دولت هر تصمیمی که می‌خواهد در هر زمینه ای بگیرد بهتر است تا با تشکل های تخصصی همچون انجمن صنایع چرم ایران بدون هیچ هزینه ای مشورت کند تا تصمیمات کارشناسی تر با بهره وری و اثر گذاری بالا اتخاذ کند.

وی ادامه داد: مسئله دیگر مشکل گمرک است امروز ما و ترکیه بصورت همزمان از ایتالیا مواد اولیه مورد نیاز خود را وارد می‌کنیم. بعنوان مثال برای یک نوع مواد شیمیایی که هر کیلو یک یورو ارزش جهانی دارد، گمرک ایران از ما به عنوان وارد کننده مواد اولیه بیست و پنج درصد عوارض و ۹ درصد ارزش افزوده می‌گیرد، در حالی که وارد کننده ترک برای همان مواد شیمیایی فقط ۷ درصد به گمرک ترکیه می‌پردازد. آیا این روش اعمال تعرفه و مالیات در شروع کار رقابت پذیری صنعت ما را نسبت به تولیدکنندگان ترک ۲۵ درصد کاهش نمی‌دهد.



دولت هر تصمیمی که می‌خواهد در هر زمینه‌ای بگیرد بهتر است تا با تشکل‌های تخصصی همچون انجمن صنایع چرم ایران بدون هیچ هزینه‌ای مشورت کند

جهانگیر مجیدی، دبیر انجمن صنایع چرم ایران با اشاره به وضعیت واردات مواد اولیه صنعت چرم و مشکلاتی که وجود دارد گفت: ما در صنعت چرم از مواد متعدد شیمیایی استفاده می‌کنیم که یک بخش کوچکی از آنها از داخل تامین می‌شود و مابقی را باید حتما وارد کنیم چون تکنولوژی تولید آنها را متأسفانه هنوز نداریم و یا سرمایه گذاری لازم برای تولید آنها انجام نگرفته است. بنابراین صنعت چرم اگر بخواهد تولید کند، صد درصد نیاز به مواد شیمیایی وارداتی دارد.

به گزارش ایلنا، متأسفانه در حال حاضر با دو سیاست غلط و دو مانع بزرگ سیاستگذاران مواجه هستیم، یکی در مورد مواد شیمیایی تولید داخل که قیمت‌هایشان طی یک سال و نیم اخیر بشکل غیر منطقی و شدیدی تا چند برابر افزایش پیدا کرده‌اند.

قیمت مواد شیمیایی تولید داخلی که با سرمایه ملت، و با ارز دولتی و آب و برق و گاز یارانه ای بنیاد آنها گذارده شده است، به یکباره طی این مدت چندین برابر افزایش یافته است و این واقعا برای کشوری که می‌خواهد در صنعت رقابت پذیر باشد به هیچ وجه قابل قبول نیست.

قابل توجه مودیان مشمول مقررات ارزش افزوده

ماده ۵۷: این قانون از تاریخ ۱۴۰۱/۷/۱ لازم الاجرا است. تبصره: تا تاریخ لازم الاجرا شدن این قانون، قانون مالیات بر ارزش افزوده مصوب ۱۳۸۷/۲/۱۷ با اصلاحات و الحاقات بعدی تمدید می‌شود و لازم الاجرا است.

پیشنهاد اصلاح ماده ۵۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده مصوبه ۱۴۰۰/۳/۲ (از حیث زمان اجرای این قانون) که پس از تصویب هیات وزیران و مجلس شورای اسلامی اجرایی خواهد بود. ماده واحده: ماده ۵۷ قانون مالیات بر ارزش افزوده مصوب ۱۴۰۰/۳/۲ به شرح ذیل اصلاح می‌شود:



قاچاق کالاهای وارداتی با ارز ۴۲۰۰ تومانی

بازار به فروش می‌رود و بسیاری نیز به کشورهای دیگر قاچاق می‌شود. عباد با تاکید بر اینکه ارز ۴۲۰۰ تومانی در بسیاری از موارد باعث متضرر شدن تولید کننده شده است، افزود: به عنوان مثال در کالایی مانند دارو، تمام چرخه واردات از جمله حمل و نقل و بسته‌بندی با ارز ۴۲۰۰ تومانی صورت می‌گرفت، حال آنکه تولیدکننده مشابه همان دارو برای تولیدات خود می‌بایست از ارز آزاد استفاده می‌کرد. از آنجایی که قیمت تمام شده برای تولیدکننده بسیار زیاد می‌شد، کالای او به فروش نمی‌رفت و این موضوع با رفع موانع تولید کاملاً در تضاد بود. مهرداد عباد در پاسخ به نگرانی‌هایی که بابت حذف ارز ۴۲۰۰ وجود دارد، بیان داشت: باید در دولت تدبیری اندیشید که حذف ارز ۴۲۰۰ به شکل تدریجی انجام شود تا تبعات اجتماعی نداشته باشد و از سوی دیگر آینده خوبی برای مردم به همراه داشته باشد، لذا در صورت حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی بهتر است که از محل درآمد حاصل از آن یارانه نقدی به مردم تعلق بگیرد.

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی تهران افزود: البته می‌توان یارانه حاصل از حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی را در حوزه دارو صرف تقویت بیمه‌ها کرد زیرا در این حوزه داروهای بسیاری موجود است که مشمول بیمه نمی‌شود. بنابراین در صورتی که این بیمه‌ها تقویت شوند، هزینه‌های پزشکی که برای خانواده‌های ایرانی نیازمند داروهای کمیاب بسیار سرسام‌آور است و با اعطای یارانه ارزی به بیمه‌ها، هزینه‌های خانوارهای درگیر با این بیماری‌ها با کاهش چشمگیری مواجه خواهند شد.

عباد اظهار داشت: اگر در خصوص حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی به صورت تدریجی و اعلام کامل موضع دولت به همه ذی‌نفعان حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی اطلاع‌رسانی دقیق صورت بگیرد و به نظر کارشناسان مبنی بر ارائه یارانه به مردم توجه شود، کنار گذاشتن سیاست ارز ترجیحی به خوبی انجام خواهد شد.



عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی تهران با تاکید بر اینکه یارانه پرداختی به ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات کالاهای اساسی به مصرف کننده نمی‌رسد، گفت: اکثر کالاهای وارداتی با قیمت ارز آزاد در بازار عرضه می‌شود.

مهرداد عباد در رابطه با لزوم حذف ارز ۴۲۰۰ اظهار داشت: برخلاف انتظار متأسفانه یارانه اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به واردات برخی کالاها از جمله کالاهای اساسی و نهاده‌های دامی به مصرف کننده نهایی نمی‌رسد، این در حالی است که مدت‌هاست که در اتاق بازرگانی در مورد ارز ۴۲۰۰ تومانی هشدار می‌دهیم و اعتقاد داریم هر کالایی که نرخ‌گذاری و قیمت‌گذاری دستوری شود، باعث ایجاد رانت و فساد می‌شود.

نایب رئیس کمیسیون انرژی و محیط زیست اتاق تهران با بیان اینکه ما در طول سال‌ها انتقادات زیادی نسبت به ارز ۴۲۰۰ تومانی داشتیم، افزود: مسئولان دولتی به تازگی پی برده‌اند که ارز ۴۲۰۰ تومانی به جیب مصرف کننده نهایی نمی‌رسد. در واقع اکثر کالاهای وارداتی نهایتاً با قیمت ارز آزاد و براساس شرایط

دولت «لایحه حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی» را پس گرفت

احسان ارکانی عضو کمیسیون برنامه و بودجه اعلام کرد، با توجه به تصمیم دولت برای استرداد لایحه دو فوریتی حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی، این لایحه از چرخه بارگذاری در سامانه قوانین خارج شد. در صورت تصویب نهایی لایحه «تامین مطمئن کالاهای اساسی، نهاده‌های دامی، دارو و تجهیزات پزشکی و سیاست‌های جبرانی برای حمایت از معیشت اقشار آسیب‌پذیر» ارز ۴۲۰۰ حذف می‌شد و دولت در قالب کارت اعتباری از اقشار آسیب‌پذیر برای خرید کالاهای اساسی حمایت می‌کرد. حسینی، معاون پارلمانی رئیس‌جمهور نیز از تقاضای بازگشت لایحه دو فوریتی «تامین مطمئن کالاهای اساسی، نهاده‌های دامی، دارو و تجهیزات پزشکی و سیاست‌های جبرانی برای حمایت از معیشت اقشار آسیب‌پذیر» برای حذف ارز ترجیحی اعلام بی‌اطلاعی کرد.





سالانه ۱۸ میلیارد دلار ارز از کشور خارج می شود

مراجعه کنید. بیشترین گالیه و شکایت و دادخواست‌های مطروحه از طرف صاحبان کسب و کار علیه سازمان تامین اجتماعی است. وی در مورد اینکه در راستای توسعه سه جانبه‌گرایی، چه قدم‌هایی برداشته شده است، تصریح کرد: باید در مقام عمل دید که چه اتفاقی افتاده است، منظور از سه جانبه‌گرایی، برابر شدن سهم سه گروه مشارکت‌کننده در همه سازوکارهای مرتبط است، مثلاً در سازمان تامین اجتماعی آیا شرکای اجتماعی (کارگر، کارفرما و دولت) در همه ارکان تصمیم‌گیری سازمان اعم از هیات امناء، هیات نظارت بر سازمان، هیات‌مدیره و... سهم و تاثیر مساوی دارند؟ البته که خیر. سلاح ورزی گفت: تاکید سازمان بین‌المللی کار (ILO) و فلسفه تشکیل‌دهنده این سازمان، رعایت سه‌جانبه‌گرایی است.

رییس کانون عالی کارفرمایی ایران در ادامه اظهار کرد: تصور من این است که در طول ادوار همه دولت‌ها و مجلس‌ها از سازمان تامین اجتماعی به عنوان ابزاری برای کسب محبوبیت و جلب آرا استفاده کرده و با تحمیل و تکلیف وظایف و مأموریت‌های متعددی بار هزینه‌ای فراوانی به این صندوق تحمیل کرده‌اند. وی افزود: از طرف دیگر هم دولت‌ها از پرداخت بدهی به این سازمان خودداری کرده و مدیران مربوطه جهت بقای سازمان و ادامه خدمت‌دهی و در جهت تامین هزینه‌ها و منابع مورد نیاز، عملاً دست در جیب فعالان اقتصادی کرده و به اشکال و انحای گوناگون، نیاز منابع را از جهت بنگاه‌ها و واحدهای اقتصادی تامین می‌کرده‌اند، که این باعث اختلال در فضای کسب و کار و نارضایتی فعالان اقتصادی شده است. به گفته رییس کانون عالی کارفرمایی ایران، بهترین راهکار و سریع‌ترین مسیر برای سازمان تامین اجتماعی، تن دادن به موضوع سه‌جانبه‌گرایی واقعی و استفاده از ظرفیت تشکلهای اصلی کارفرمایی و کارگری در نظام تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی سازمان تامین اجتماعی و ارکان آن است. سلاح‌ورزی تاکید کرد: در صورت مشارکت واقعی کارفرمایان و کارگران در نظام تصمیم‌گیری و اداره این صندوق بین‌المللی، چند فایده مشخص از جمله افزایش درآمدهای سازمان، جلوگیری از ریخت و پاش و هزینه‌های زائد، سرمایه‌گذاری‌های موثرتر و بهتر، جلوگیری از دخالت‌های بیش از حد دولت‌ها و ممانعت از تحمیل وظایف جدید از طرف مجلس‌ها و... وجود خواهد داشت.



نایب رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران گفت: صرفاً نارضایتی سیاسی باعث پدیده خروج سرمایه از ایران نیست، بلکه نوعی از نارضایتی طبقه کارآفرینان به خاطر شرایط نا اطمینانی و ناپایدار حکمرانی اقتصادی کشور است.

حسین سلاح‌ورزی رییس کانون عالی کارفرمایی ایران در پاسخ به این سوال که به نظر شما سازمان تامین اجتماعی در حال حاضر در خدمت نظام تولید است یا خیر؟ اظهار کرد: متأسفانه در همه سال‌های اخیر سازمان تامین اجتماعی نقش حیاط‌خلوت دولت‌ها را ایفا کرده است. در حالی که سازمان تامین اجتماعی به عنوان یک صندوق بین نسلی، باید حافظ و حامی منافع عائله ۴۲ میلیون نفری جمعیت و خانوارهای مرتبط با نظام تولید کشور باشد. به گزارش جهان صنعت، وی افزود: متأسفانه در تمام سال‌های گذشته تحت‌تاثیر و تصمیم دولت‌ها و به صورت ۱۰۰ درصد دولتی اداره می‌شده و شرکای اصلی و ذی‌نفعان واقعی سازمان یعنی کارفرمایان، کارگران و بازنشستگان فقط به شکل موردی در هیات امنای سازمان که البته نقش مشورتی و تشریفاتی دارد، حضور دارند و عملاً در اداره این نهاد نقش موثری ندارند. نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران گفت: اگر می‌خواهید دریابید که تامین اجتماعی در فضای کسب و کار و نظام تولید کشور چه نقشی دارد، کافی است به میزان دعای و شکایت‌های طرح شده در دیوان عدالت اداری

موافقت دولت با ترخیص کالاهای معاف از پرداخت تمام یا قسمتی از حقوق گمرکی و سود بازرگانی

کالاهایی که طبق قوانین و مقررات مربوط و با شرایط مصوب از پرداخت تمام یا قسمتی از حقوق گمرکی و سود بازرگانی معاف هستند، نبوده و گمرک جمهوری اسلامی ایران موظف است کماکان نسبت به ترخیص کالاهای یاد شده طبق شرایط مقرر در قوانین و مقررات مربوط اقدام نماید.

هیات وزیران در اجرای تکلیف قانونی خود مبنی بر ثبت معافیت‌ها و تخفیف‌های گمرکی به نرخ صفر (جمع و خرجی) و به منظور پیشگیری از ایجاد اشکال در روند ترخیص کالاهای وارده مشمول معافیت، مصوب کرد اعتبار پیش بینی شده از محل مندرج در قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور مانع از ترخیص



تراز تجاری ۶۵۰ میلیون دلاری در مهر ۱۴۰۰

شهریور ماه رتبه نخست مقاصد صادراتی کالاهای ایرانی را به خود اختصاص داده بود در مهر ماه با سه میلیون و ۷۸۲ هزارتن به ارزش یک میلیارد و ۸۸ میلیون دلار در رتبه سوم قرار گرفت، امارات متحده عربی هم با ۷۸۸ هزار تن کالا به ارزش ۳۴۷ میلیون دلار در رتبه چهارم و نهایتاً افغانستان با ۲۷۴ هزار تن خرید کالا از ایران به ارزش ۱۲۷ میلیون دلار در مهر ماه پنجمین مقصد صادرات کالای ایرانی بود که متأسفانه کاهش محسوسی در خرید از کشورمان در چند ماه اخیر داشته است.

لطیفی در خصوص میزان واردات در مهر ماه گفت: در مهر ماه امسال چهار میلیون و ۳۶۷ هزارتن کالا به ارزش چهار میلیارد و ۶۱۸ میلیون دلار از گمرکات اجرایی کشور ترخیص قطعی شد که نسبت به واردات در مهر ماه سال ۹۹ از لحاظ وزن ۶۴ درصد و از لحاظ ارزش ۴۸ درصد رشد داشته است. اما در مقایسه با شهریور ماه ۱۴۰۰ که جهش دوبرابری در ترخیص کالا نسبت به معدل پنج ماه گذشته را شاهد بودیم کاهش ۱۸ درصدی در وزن و ۲۹ درصدی در ارزش به ثبت رسیده که با وجود کاهش نسبت به ماه قبل، اما میزان مناسبی از ترخیص در این ماه را شاهد بودیم که بسیار بالاتر از معدل ماهیانه ترخیص در گذشته است. وی در خصوص کشورهای طرف معامله تأمین کالاهای مورد نیاز کشورمان گفت: امارات با ۹۴۹ هزار تن به ارزش یک میلیارد و ۲۹۱ میلیون دلار، چین با ۳۷۳ هزارتن کالا به ارزش یک میلیارد و ۶۵ میلیون دلار، ترکیه با ۳۸۲ هزار تن کالا به ارزش ۴۲۶ میلیون دلار، سوئیس با ۱۷۷ هزارتن کالا به ارزش ۱۳۵ میلیون دلار و آلمان با ۳۷ هزار تن کالا به ارزش ۱۳۴ میلیون دلار، پنج کشور اول طرف معامله با کشورمان در مهر ماه بودند.

لطیفی درخصوص میزان کالاهای عبوری از ایران در مهر ماه گفت: در هفتین ماه امسال یک میلیون و ۹۲ هزارتن کالای خارجی از مسیر ایران عبور کرده است که نسبت به مهر ماه سال قبل که ۷۱۶ هزار تن کالای خارجی از مسیر کشورمان عبور کرده بود ۵۲.۵ درصد رشد داشته است.



در مهر امسال ۹ میلیارد و ۸۸۶ میلیون دلار بین ایران و کشورهای جهان تبادل شد که با ثبت رکورد صادرات پنج میلیارد و ۲۶۸ میلیون دلاری در این ماه، تراز تجاری کشور مثبت ۶۵۰ میلیون دلار شد. سید روح اله لطیفی افزود: سرجمع تجارت غیر نفتی کشور در رویه‌های صادرات و واردات در هفتمین ماه سال ۱۴۰۰ از لحاظ وزنی ۱۹ میلیون و ۵۵۴ هزار تن به ارزش ۹ میلیارد و ۸۸۶ میلیون دلار بوده است که سهم صادرات در این ماه (۳۰ روز)، ۱۵ میلیون و ۱۸۷ هزار تن به ارزش پنج میلیارد و ۲۶۸ میلیون دلار بوده است که نسبت به صادرات کشور در مهر ماه سال ۹۹ از لحاظ ارزش رشد هشت درصدی داشته است.

به گزارش اینپنا، وی اضافه کرد: صادرات کشور در مهر ماه نسبت به شهریور ماه امسال نیز با رشد پنج درصدی در وزن و ۲۷ درصدی در ارزش همراه بوده است. سخنگوی گمرک در خصوص مقاصد کالاهای ایرانی در شهریور ماه گفت: عراق با پنج میلیون و ۸۵۲ هزار تن به ارزش یک میلیارد و ۶۴۳ میلیون دلار در رتبه نخست قرار دارد، بعد از عراق، چین با دو میلیون و ۵۶ هزار تن کالا به ارزش یک میلیارد و ۱۲۰ میلیون دلار در رتبه دوم قرار گرفت، در صورتی که عراق و چین در ماه گذشته رتبه‌های دوم و سوم را دارا بودند، کشور ترکیه که در

جهش تجارت خارجی در شهریور ماه

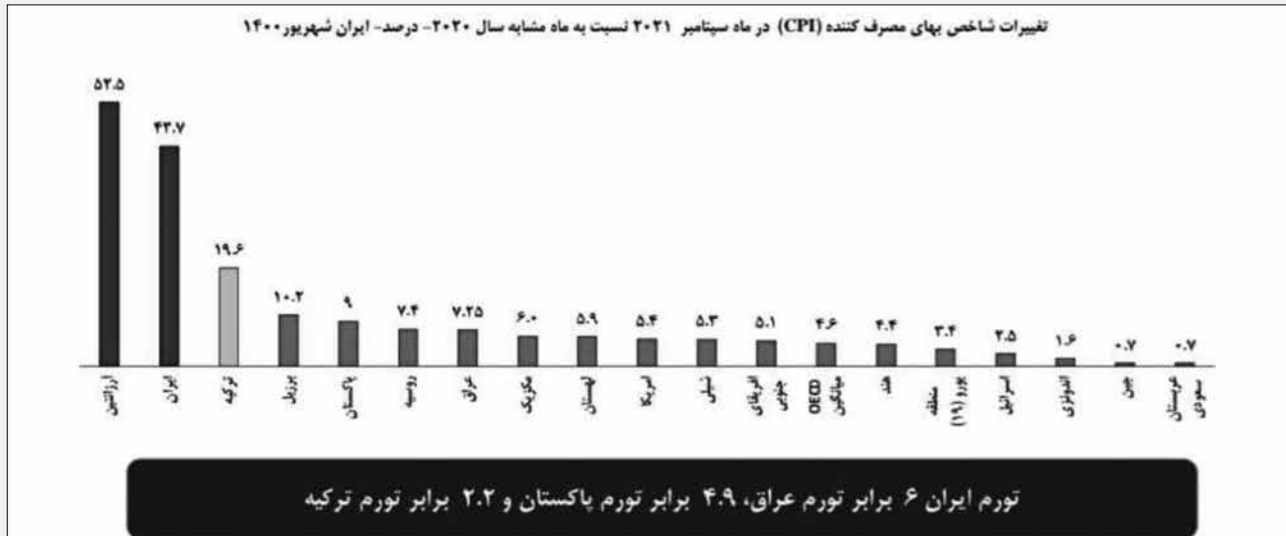
ارزش دلاری صادرات نیز در شهریور برابر با چهار میلیارد و ۱۴۵ میلیون دلار بوده که نسبت به مرداد افزایش ۲۴.۷ درصدی را نشان می‌دهد. بیش از ۲۴ درصد ارزش کل صادرات در شش ماه نخست سال مربوط به شهریور بوده‌است. همچنین ارزش صادرات در شهریور ۱۴۰۰ نسبت به ماه مشابه سال گذشته ۵۴ درصد رشد را نشان می‌دهد. به طور کلی ارزش صادرات در شش ماه نخست سال برابر با ۲۱ میلیارد دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۶۱ درصد افزایش داشته‌است

بر اساس اعلام بانک مرکزی: ارزش دلاری واردات در شهریور امسال برابر با ۶ میلیارد و ۴۹۰ میلیون دلار بوده که نسبت به ماه مشابه سال گذشته افزایش بیش از دو برابری را نشان می‌دهد. ارزش دلاری واردات نسبت به مرداد نیز رشد ۲۱۶ درصدی را تجربه کرده و در مجموع بیش از ۲۸ درصد ارزش واردات در شش ماه نخست سال مربوط به شهریور بوده‌است به طور کلی ارزش واردات در شش ماه نخست امسال برابر با ۲۳ میلیارد و ۱۲۱ میلیون دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۳۸ درصد افزایش یافته‌است.



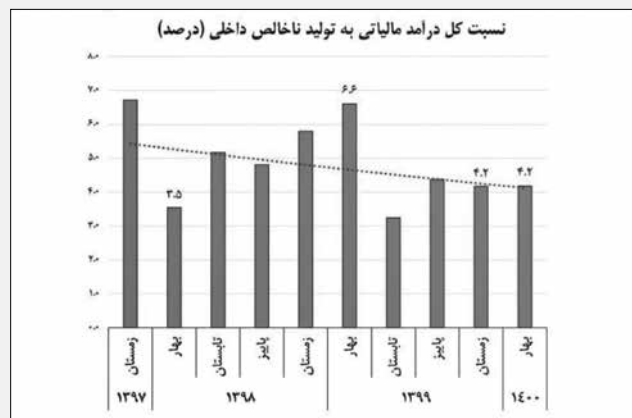
تورم ایران ۶ برابر تورم عراق و ۲ برابر تورم ترکیه

گزارش معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران از تغییرات شاخص بهای تورم ایران ۶ برابر تورم عراق ۴.۹ برابر تورم پاکستان و ۲.۲ برابر تورم ترکیه شده مصرف‌کننده در ماه سپتامبر ۲۰۲۱ نسبت به ماه مشابه سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد است.



تنزل نسبت درآمدهای مالیاتی به تولید ناخالص داخلی

در این گزارش، یکی از دلایل رشد درآمدهای مالیاتی، تصمیمات دولت در راستای کمک به بنگاه‌های اقتصادی آسیب‌دیده از همه‌گیری کووید-۱۹ در سال قبل و به تعویق انداختن دریافت درآمدهای مالیاتی بود، ضمن اینکه به دلیل تشدید تحریم و همه‌گیری، بسیاری از بنگاه‌ها با افت تولید و فروش مواجه شده بودند. اما طی نیمه نخست سال جاری، عامل مسلط بر افزایش ۶۲.۵ درصدی درآمد مالیاتی نسبت به نیمه نخست سال قبل، افزایش درآمد مالیات‌های مستقیم با مشارکت ۳۷.۵ واحد درصدی بوده است. در میان زیر مجموعه‌های مالیات‌های مستقیم نیز مالیات بر اشخاص حقوقی با مشارکت ۲۷.۱ واحد درصدی بیشترین اثر را در افزایش درآمد مالیاتی مستقیم طی نیمه نخست ۱۴۰۰ در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته را به خود اختصاص داده است. به عبارتی سهم شرکت‌ها از افزایش درآمدهای مالیاتی طی نیمه نخست ۱۴۰۰ حدود ۴۳ درصد بوده است.



ایران جزو اقتصادهایی است که کمترین نسبت درآمدهای مالیاتی به تولید ناخالص داخلی را داراست و تغییرات فصلی نسبت مزبور، نشان می‌دهد که روند فصلی این نسبت طی ده فصل منتهی به بهار ۱۴۰۰ نزولی بوده است.

در این گزارش همچنین به نسبت درآمدهای مالیاتی به تولید ناخالص داخلی اشاره شده و در آن آمده است: ایران جزو اقتصادهایی است که کمترین نسبت درآمدهای مالیاتی به تولید ناخالص داخلی را داراست. تغییرات فصلی نسبت مزبور نشان می‌دهد که روند فصلی این نسبت طی ده فصل منتهی به بهار ۱۴۰۰ نزولی بوده است. نسبت درآمدهای مالیاتی به تولید ناخالص داخلی در فصل بهار ۱۴۰۰ حدود ۴.۲ درصد بوده که در مقایسه با رقم فصل مشابه در سال قبل، با افت ۲.۴ واحد درصدی همراه است. نسبت مزبور برای کل سال ۱۳۹۹ هم رقم بسیار کم و حدود ۳.۸ درصد بوده که در مقایسه با سال ۱۳۹۸ معادل ۰.۳ واحد درصد کاهش داشته است.

معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران طی گزارشی، روند فصلی درآمدهای مالیاتی دولت را بررسی کرده است؛ گزارشی که از رشد درآمدهای مالیاتی دولت در نیمه نخست سال ۱۴۰۰ حکایت می‌کند و البته نشان دهنده تداوم روند نزولی نسبت درآمدهای مالیاتی به تولید ناخالص داخلی است. در این گزارش آمده است که درآمدهای مالیاتی طی نیمه نخست ۱۴۰۰ با افزایش ۶۲.۵ درصدی نسبت به نیمه نخست ۱۳۹۹ به حدود ۱۳۹ هزار میلیارد تومان رسیده است.



جرمانگاری عدم بازگشت ارز صادراتی منتفی شد

شد و متن اصلاحی کمیسیون اقتصادی و آنچه در صحن مجلس به تصویب رسید نتوانست نظر شورای نگهبان را جلب کند.

یکی از بندهای ایرادی شورای نگهبان در سومین رفت و برگشت این مصوبه مربوط به جرمانگاری عدم بازگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی بود که نمایندگان ذیل ماده ۱۷ این لایحه آن را به تصویب رسانده بودند. اما مطابق نظر شورای نگهبان «مجرم دانستن افرادی که مطابق ضوابط تعیینی شورای پول و اعتبار ارز حاصل از صادرات را به چرخه اقتصادی بازنگردانند، مغایر اصول سی و ششم و هشتاد و پنجم قانون اساسی است.» بر اساس اصل سی و ششم قانون اساسی، حکم به مجازات و اجرای آن باید تنها از طریق دادگاه صالح و به موجب قانون باشد.

همین طور، بر اساس اصل هشتاد و پنجم قانون اساسی هم سمت نمایندگی، قائم به شخص بوده، در نتیجه این صلاحیت قابل واگذاری به نهاد دیگری نظیر شورای پول و اعتبار نیست، بنابراین شورای نگهبان از این مصوبه ایراد گرفت و اعضای کمیسیون اقتصادی مجلس هم برای رفع این ایراد، حکم مربوط به جرمانگاری بازنگرداندن ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی را حذف کردند.



جرمانگاری عدم بازگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی که با اعتراض گسترده فعالان اقتصادی روبه رو شده بود، از مصوبه اصلاحی کمیسیون اقتصادی مجلس حذف شد. اصل ماجرا به لایحه اصلاح قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز بازمی گردد که اردیبهشت ماه ۹۹ به تصویب مجلس رسیده بود، اما این مصوبه با ایرادات شورای نگهبان دوباره به مجلس بازگشت. این موضوع سه بار دیگر هم تکرار

عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران مطرح کرد:

خانه نشینی فرش ماشینی ایرانی

را به دلیل مشکلات ناشی از تحریم و اف ای تی اف از دست دادیم. امروز به بازار کشورهای همسایه مثل عراق و کشورهای حاشیه خلیج فارس محدود شدیم.» به گفته این فعال اقتصادی به دلیل کاهش قدرت خرید مردم و شرایط اقتصادی، بازار داخل هم راکد است و بیشتر صنایع، از جمله صنایع تولید فرش ماشینی با چالش رکود بازار دست و پنجه نرم می کنند.

صادقیان درباره سرمایه گذاری جدید برای توسعه صنایع گفت: «هیچ دهه ای به اندازه دهه ۹۰ برای تولیدکنندگان و صنعتگران پر تلاطم نبوده است. به نظر من، اکنون در سخت ترین شرایط اقتصادی قرار گرفته ایم. بی ثباتی سیاست ها باعث شده سرمایه گذار امکان برنامه ریزی را از دست بدهد. زمانی که نمی توانید آینده را پیش بینی و هزینه ها را برآورد کنید، امکان سرمایه گذاری به کمترین میزان می رسد. صنعتگران اکنون روزانه تصمیم می گیرند درحالی که یک سرمایه گذار باید بتواند برای بلند مدت برنامه ریزی کند و نسبت به تحقق بخش عمده ای از برنامه اطمینان پیدا کند.» به گفته این فعال اقتصادی، فرار سرمایه، مهاجرت نخبگان و متخصصان به دلیل عدم توسعه فرصت های شغلی، از پیامدهای عمده فرصت سوزی ها در حوزه به کارگیری سرمایه های داخلی و بی ثباتی سیاست های اقتصادی و عدم رفع تحریم ها و جذب سرمایه خارجی است.

ایران می تواند ۱۶۰ تا ۱۷۰ میلیون متر مربع فرش ماشینی مرغوب تولید کند. مصرف داخلی کمتر از نصف این مقدار است و امکان صادرات ۶۰ درصد از فرش ماشینی تولید شده در ایران وجود دارد.

با این حال به دلیل مشکلات عمده که ناشی از تحریم هاست، تجارت فرش ماشینی ایران به کشورهای همسایه محدود شده است. احمد صادقیان، عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران گفت: «بسیاری از نمایندگی های فروش فرش ماشینی ایرانی در بازارهای خوب را از دست دادیم. این درحالی است که ظرفیت تولید فرش ماشینی در ایران بسیار بالاست و مرغوب ترین نوع فرش ماشینی در جهان را تولید می کنیم.» به گفته صادقیان «ایران می تواند ۱۶۰ تا ۱۷۰ میلیون متر مربع فرش ماشینی مرغوب تولید کند. مصرف داخلی کمتر از نصف این مقدار است و امکان صادرات ۶۰ درصد از فرش ماشینی تولید شده در ایران وجود دارد. با این حال به دلیل مشکلات عمده که ناشی از تحریم هاست، تجارت فرش ماشینی ایران به کشورهای همسایه محدود شده است.»

به گزارش اتاق تهران، این عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران گفت: «به بازارهای خوب مثل ژاپن، عربستان و اروپا فرش ماشینی صادر می کردیم و در دوره هایی حتی به آمریکا هم فرش ماشینی صادر کردیم. متأسفانه فرصت حضور در این بازارها

تهیه و تنظیم: مینا بیانی

تغییر شرکت های نساجی

شرکت زرین حریر سپاهان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۲۵، موارد ذیل به موضوع شرکت اضافه شد و ماده مربوطه در اساسنامه اصلاح گردید: «تولید نخ، پارچه والیاف، بافت، رنگ، چاپ و تکمیل انواع پارچه - خرید و فروش، واردات و صادرات مواد اولیه و ماشین آلات مرتبط، واردات کالاهای مجاز بازرگانی.»

شرکت رنگین بافت طلایی (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۷، نازیلا نسابوری به سمت رئیس هیئت مدیره، محمد مهدی مرادی به سمت مدیر عامل و نائب رئیس هیئت مدیره، سید حسن میرجلیلی به سمت بازرس اصلی و ماندانا سعادت به سمت بازرس علی البدل برای مدت یک سال مالی انتخاب شدند.

شرکت نساجی حجاب شهر کرد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۶/۶، اعضای هیأت مدیره به شرح ذیل انتخاب شدند: شرکت گسترش پایا صنعت سینا، بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی، شرکت ره نگار خاورمیانه پارس، شرکت مادر تخصصی مالی و سرمایه گذاری سینا و شرکت پیوند تجارت آتیه ایرانیان

شرکت تعاونی کشاورزی پنبه کاران

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۴، الماس کشاورز به عنوان رئیس هیئت مدیره، ماشاله آسالان به عنوان نائب رئیس هیئت مدیره، جواد فتحی به عنوان منشی هیات مدیره، غلامرضا انصاری به عنوان مدیر عامل، علیرضا زارع به سمت بازرس اصلی و صابر رنجبر به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. ترازنامه و صورت سود و زیان منتهی به سال مالی ۱۳۹۹ تصویب گردید.

شرکت صنایع ریسندگی گلدشت نجف آباد (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۹/۷/۱۹، سرمایه شرکت از مبلغ ۲۸۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۷۸۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

اتحادیه تولید کنندگان و صادر کنندگان چرم مصنوعی ایران

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۴۰۰/۷/۱۴، محل اتحادیه به تهران، سپهرودی، جنوبی خیابان شهید حسام زاده حجازی، پلاک ۲۳، طبقه اول، واحد ۱ انتقال یافت. ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۹۹ به تصویب رسید. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی های مربوطه تعیین شد. علیرضا ملک پوری به سمت بازرس اصلی و علی محمد قاسمی با به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت فرش نفیس آفرینش (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۴۰۰/۶/۹، شرکت آفتاب ریحانه نشان به نمایندگی محمود افضلی به سمت رئیس هیئت مدیره، شرکت ریحانه گستر آفرینش به نمایندگی از محمد علی اسکندری به سمت نائب رئیس هیئت مدیره و عطاء اله شفیعی پور به سمت مدیر عامل انتخاب گردیدند.

شرکت تسمه های صنعتی پیوند (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۲۲، موسسه تدبیر ارقام اسپادانا به سمت بازرس اصلی و سید امین غفاری به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال ۹۹ مورد تصویب قرار گرفت.

شرکت کارخانجات دسترنج رضا بافت (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۱۲، سیدحسین فلک فرسای به سمت مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره، محسن کاظمی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت مهر آفرین بصیر به سمت بازرس اصلی و شیوا سلطانی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت کارخانجات پشمبافی افشار (سهامی عام)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۴۰۰/۴/۲۸، ترازنامه، صورت سود و زیان سال مالی منتهی به ۹۹/۱۲/۳۰ مورد تصویب قرار گرفت. موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت نو اندیشان به عنوان بازرس اصلی و موسسه حسابرسی ارقام نگر آریا به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی های مجامع عمومی شرکت تعیین گردید.

شرکت تولیکا طرح (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۱۵، شعبه شرکت در تهران، بزرگراه شهید خرازی، خیابان پژوهش، مجتمع تجاری ایران مال، طبقه همکف واحد ۲۵۶ تاسیس گردید

شرکت میهن پوش ساحل (با مسئولیت محدود)

طبق مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۱/۲۲، مرکز اصلی شرکت به تهران، بزرگراه نواب صفوی، کوچه شهید رجعی بنیادی، ساختمان سبلان، پلاک ۱۳۷، طبقه ۴، واحد ۱۴ انتقال یافت.

شرکت نصر دوخت ماشین (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۴۰۰/۸/۱، محمدرضا صادقی به سمت مدیر عامل و رئیس و عضو هیئت مدیره طاهای صادقی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند.

اتحادیه صنف پوشاک و خرازان شهرستان آبادان

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹/۱۱/۲۵، کاظم خلف نژاد به سمت رئیس، محمد خنکسار به سمت نائب رئیس اول، اسمعیل شاکرمی به سمت نائب رئیس دوم، جواد دمی زاده به سمت دبیر اتحادیه و مهدی دشتی نژاد به سمت خزانه دار اتحادیه تعیین شدند.

شرکت گسترش فن آوران رنگین نخ دلبران (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۸/۸، حمید نظری به سمت بازرس اصلی و مرتضی صفری به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه عطر یاس جهت درج آگهی های سالیانه شرکت تعیین شد.

شرکت گسترش فن آوران رنگین نخ دلبران (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۴۰۰/۸/۸، محمد حسینی به سمت رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل، سجاد عبادیان به سمت نائب رئیس هیئت مدیره تعیین شدند.

:: شرکت پایا پلی استر یزد (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۴۰۰/۱/۲۴، موسسه حسابرسی و خدمات مالی البرز پندار به سمت بازرس اصلی و محمد خلفی به سمت بازرس علی البدل انتخاب گردیدند. صورت های مالی منتهی به سال ۹۹ به تصویب

:: شرکت نیما ریس (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۶/۱، احمد پور محمودیان به سمت رئیس هیات مدیره، محمد پور محمدیان به سمت نایب رئیس هیات مدیره و مدیرعامل، لیلا بهزادی به سمت بازرس اصلی و حسین نجار به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت نشر آگهی های شرکت انتخاب شد. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به ۱۳۹۹/۱۲/۳۰ مورد تصویب قرار گرفت

:: شرکت منسوجات گل دوخت لیا (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۴۰۰/۷/۱۱، میرحسن نقی نژاد به سمت رئیس هیئت مدیره، محمدحسین بختیاری به سمت مدیرعامل، حسین نیکی پور به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، سیما گل کرمی به سمت بازرس اصلی و محدثه مافی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت تولیدی البسه آراسته گتوند

برابر صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۱۳۹۴/۹/۴، مرکز اصلی شرکت به اندیمشک، بلوار شهدای شهرداری بین خیابان منتظری و جهاد تغییر یافت.

:: شرکت آریا بی بافت کاسپین (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۱۴، شرکت مذکور در تاریخ فوق منحل اعلام و ابراهیم گنجه به سمت مدیر تصفیه گردیدنشانی محل تصفیه چالوس، رادیو دریا، کوچه شبین می باشد.

:: شرکت ریسندگی و بافندگی مهر تابان کویر کاشان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۱۱، مسعود سماواتی به سمت رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل، محمدرضا هنرپیشه به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، محمدحسین وحیدیان به سمت بازرس اصلی و حمیدرضا متین راد به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا جهت نشر آگهی های شرکت انتخاب شد.

:: شرکت صنایع آور شیمی (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۳، علی ریحانی به سمت رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل، حسین ریحانی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، مسعود غیاث یگانه به عنوان بازرس اصلی جعفر قدیانی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. صورت های مالی سال ۱۳۹۹ به تصویب رسید.

:: شرکت تولیدی صنعتی فواد الیاف (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۶/۱۳، سرمایه شرکت از مبلغ ۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به ۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال افزایش یافت. موسسه حسابرسی آزمون سامانه به سمت بازرس اصلی و اصغر غفاری به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه ابرار جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد. ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به ۱۳۹۹ مورد تصویب قرار گرفت.

:: شرکت بافت اختر ثریا (بامسئولیت محدود)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۸/۴، شعبه شرکت در تجریش، باغ فردوس، خیابان شهید امیر ابراهیم دربندی، پلاک ۸۸، طبقه همکف منحل شد.

:: شرکت تولیدی نخ کوثر البرز (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۴۰۰/۴/۲۶، موسسه حسابرسی آبان ارقام پارس به سمت بازرس اصلی و مجتبی نیکخواه به سمت بازرس علی البدل انتخاب گردیدند. روزنامه رسالت جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت صنایع بافت و تکمیل ایران (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۱۱، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۲۴۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

:: شرکت تولیدی نخ آبان تهران (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۴۰۰/۴/۲۷، موسسه حسابرسی آبان ارقام پارس به عنوان بازرس اصلی و محسن گل رو به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

:: شرکت پتروشیمی شیمی بافت (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۴۰۰/۷/۴، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به ۱۳۹۹/۱۲/۳۰ مورد تصویب قرار گرفت. موسسه حسابرسی فریوران راهبرد به عنوان بازرس اصلی و موسسه حسابرسی هوشیار ممیز بعنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه دنیای اقتصاد جهت درج آگهی ها تعیین شد.

:: شرکت تولیدی کشفاف آذر تهران (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۱۲، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۵۲۸۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۱۷۲۸۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

:: شرکت تولیدی تجاری یکتا فلاح سپاهان (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۲، محل شرکت به اصفهان، کوهپایه، بلوار شهید ایت اله مدنی، پلاک ۱، طبقه همکف انتقال یافت.

:: شرکت فرش شاپرک تهران (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۴۰۰/۳/۱، حسین بارفروش به سمت رئیس هیئت مدیره، فاطمه علیمی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، علی بارفروش به سمت مدیرعامل، الهه حداد به سمت بازرس اصلی و سعید احمدی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

:: شرکت پوشاک ساتر اروند آسیا (بامسئولیت محدود)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۷/۲۰، محل شرکت به اهواز، کوی فرهنگیان، خیابان گالایل، پلاک ۵۶، طبقه همکف تغییر یافت.

:: شرکت ریسندگی و بافندگی ماهوت شمال (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۰/۳/۱۷، شعبه شرکت در تجریش، مجتمع تجاری اداری اطلس مال، طبقه ۱۰، واحد ۱۰۰۳ تاسیس و نسرین حمایتکار به سمت مدیر شعبه انتخاب شد.

شرکت سیمین پتو (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده مورخ ۱۳/۸/۱۴۰۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۶۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال به مبلغ ۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت نساجی اعلا ریس البرز (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۰/۶/۱۴۰۰، ترازنامه و حساب سود و زیان مالی ۱۳۹۹ به تصویب رسید. موسسه حسابرسی آریا روش به سمت بازرس اصلی و جمشید شفاعت طلب بسمت بازرس علی البدل برای انتخاب شدند. روزنامه جمهوری اسلامی جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت گیلان پلی استر ملکان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۲۹/۷/۱۴۰۰، علیرضا ذوالقدر بعنوان مدیرعامل، محمود زینالو بعنوان رئیس هیئت مدیره، امیرحسین صمیمی بعنوان نائب رئیس هیئت مدیره، حسین ایرانخواه بعنوان بازرس اصلی و محمدجعفر صمیمی بعنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به ۱۴۰۰ مورد تصویب قرار گرفت. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی های شرکت تعیین گردید.

شرکت فرش فرین بافت کاشان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۱/۸/۱۴۰۰، حسین رضائی به سمت مدیرعامل، الهه لطفیان به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، علی اکبر رضائی به سمت رئیس هیئت مدیره، سمیه قاسمی به سمت بازرس اصلی و سیدابراهیم زهری به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه کیمیای وطن جهت نشر آگهی های شرکت انتخاب شد. ترازنامه و صورتهای مالی شرکت منتهی به سالهای ۱۳۹۷ الی ۱۳۹۹ مورد تصویب قرار گرفت.

شرکت نگین تره مشهد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۸/۹/۱۴۰۰، محمد اکرمیان بسمت رئیس هیئت مدیره، فاطمه ستاری به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و سعید اکرمیان به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت صنایع نساجی پامچال (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۸/۸/۱۴۰۰، شکوه آسیابان به سمت رئیس هیئت مدیره، مریم رضائی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و حسنعلی رضائی به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت ایلاف سازان گردیه (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۲۷/۶/۱۴۰۰، شعبه شرکت در شهر قدس، بلوار ۴۵ متری انقلاب، بن بست صنعت، پلاک ۱۴ طبقه همکف تاسیس و امیرحسین امینی به سمت مدیر شعبه تعیین شد.

شرکت تولیدی نخ گل شهر شکوهیه (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۲۷/۴/۱۴۰۰، موسسه حسابرسی آبان ارقام پارس به سمت بازرس اصلی و مجتبی نیکخواه به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت نشر آگهی های شرکت انتخاب شد سرمایه شرکت از مبلغ ۷۰۰,۰۰۰ ریال به مبلغ ۶۷۰,۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت تولیدی ناهید نخ شکوهیه (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۶/۴/۱۴۰۰، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۹ به تصویب رسید. عباس فرقانی به سمت رئیس هیئت مدیره، امیرحسین فرقانی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، فرهاد کاظمی به سمت مدیرعامل، مجتبی نیکخواه به سمت بازرس اصلی و محمدعلی صباغ به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت تولیدی ترمه بافت صبا (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۱/۷/۱۴۰۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۲,۰۵۲,۰۰۰ ریال به مبلغ ۲۲,۵۵۲,۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت صنعتی لایی ساز (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۲۶/۴/۱۴۰۰، علی محمد سعادت به سمت رئیس هیئت مدیره، علیرضا موبد به سمت مدیرعامل و نایب رئیس هیئت مدیره و محمود زینی به سمت عضو هیئت مدیره انتخاب شدند.

شرکت صنایع بافت و تکمیل ایران (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۲۶/۴/۱۴۰۰، موسسه حسابرسی آبان ارقام پارس به سمت بازرس اصلی و مجتبی نیکخواه به سمت بازرس علی البدل برای مدت یکسال مالی انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت تولیدی نخ کوثر فرد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۲۶/۴/۱۴۰۰، 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 تولیدی نخ پاسارگاد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۲۷/۴/۱۴۰۰، روزنامه کنیرالانتشار رسالت جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد. موسسه حسابرسی آبان ارقام پارس به سمت بازرس اصلی و مجتبی نیکخواه به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت تولیدی نخ تندیس شکوهیه (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۶/۴/۱۴۰۰، عباس فرقانی به سمت رئیس هیئت مدیره، امیرحسین فرقانی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، حمیدرضا ذوالفقاری به سمت مدیرعامل، مجتبی نیکخواه به سمت بازرس اصلی و محمدعلی صباغ به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت نشر آگهی های شرکت انتخاب شد. ترازنامه و سود و زیان سال مالی ۱۳۹۹ مورد تصویب قرار گرفت.

شرکت یاس بافت پویا (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۲/۷/۱۴۰۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۳۰۰,۰۰۰ ریال به مبلغ ۴۱۰,۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت تولیدی نخ کوثر البرز (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۲/۷/۱۴۰۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۳۵۳,۰۰۰ ریال به مبلغ ۶۰۳,۰۰۰ ریال افزایش یافت.

تاسیس شرکت های نساجی

موسسه غیر تجاری طراحان مد و دوخت هنر ورزان نوین

طراحی پارچه و لباس، دوخت و منتهای طراحی دیجیتال و تأمین ملزومات لباس زمینه فعالیت، ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، مریم کوهساری مدیرعامل و تهران، خیابان زرتشت غربی، خیابان شهید عباسقلی عزیززاده (پنجم)، پلاک ۷۳، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

موسسه غیر تجاری طراحی دوخت مد یافت

طراحی پارچه و لباس، دوخت و منتهای طراحی دیجیتال و تأمین ملزومات لباس زمینه فعالیت، ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، آفاق امیریان مدیرعامل و تهران، شهرآرا، خیابان فرزین، خیابان باقرخان، پلاک ۶۹ ساختمان یکتا، طبقه اول، واحد ۳ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت بازرگانی پارچه فاتح (با مسئولیت محدود)

خرید و فروش نخ، پارچه و پوشاک زمینه فعالیت، ۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، محمدمامیر کرمانی مدیرعامل و تهران، بازار، کوچه کبابی ها، کوچه بازار شهیدسعیدالذاکرین، پلاک ۵۳، ساختمان امیر کبیر، حیاط وسط، طبقه همکف، واحد ۲۳۰ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت آرکا دوخت آنام (با مسئولیت محدود)

طراحی و دوخت انواع پوشاک زمینه فعالیت، ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، پروین حسنلو مدیرعامل و تهران، شهر قدس، روستا هفت جوی، خیابان ۱۵ متری گلستان، بن بست ۱۲ متری گلابیل، پلاک ۶۸، قطعه ۶۶، طبقه همکف، واحد ۱ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت فرش فرداد کاشان (سهامی خاص)

تولید و ریسندگی انواع نخ، بافندگی انواع فرش ماشینی، موکت، پارچه بافی، پوشاک و کلیه منسوجات، آهار و تکمیل محصولات نساجی، ارائه خدمات تابندگی، نخ تابی و چله پیچی، تهیه، خرید و واردات مواد اولیه، ماشین آلات، قطعات و لوازم مرتبط زمینه فعالیت، ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، اسماعیل گلچین مدیرعامل و آران و بیدگل، عباس آباد، خیابان خسروی حسینی، خیابان عباس آباد، پلاک ۱۶۱، طبقه همکف کدپستی مرکز اصلی شرکت است.

شرکت ریسندگی رسن ریس آریا (سهامی خاص)

ریسندگی و بافندگی انواع الیاف مصنوعی و طبیعی، انواع پارچه پنبه ای، مصنوعی، پردهای، رومبلی، چادری، فرش، روفرشی، تولید انواع منسوجات، رنگرزی، چاپ و تکمیل الیاف نخ و پارچه، تهیه و توزیع ملزومات نخ رسی، خرید و فروش و راه اندازی خطوط تولید پارچه و نخ و پوشاک اتوماتیک و صنعتی و رنگرزی انواع نخ، پارچه، چاپ روی انواع پارچه، طراحی انواع مدل پارچه و منسوجات و پوشاک و الیاف مصنوعی زمینه فعالیت، ۶۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، محمدحسین قانعان مدیرعامل و یزد، صفائیه، خیابان ملاصدرا، خیابان دانشگاه، پلاک ۸-، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

شرکت کرشمه نگار کاشان (سهامی خاص)

احداث کارخانجات ریسندگی و بافندگی صنایع نساجی، تولید انواع فرش ماشینی، گلیم، فریز، پلی استر، موکت و پستی، واردات مواد اولیه، خرید و فروش، واردات و صادرات قطعات ماشین آلات ریسندگی، بافندگی، تکمیل فرش ماشینی، واردات ماشین آلات، کلیه محصولات نساجی مانند الیاف، نخ، انواع فرش ماشینی، گلیم، فریز، موکت، پلی استر و پستی زمینه فعالیت، ۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، احمد مهدی زاده مدیرعامل و آران و بیدگل، خیابان دکتر غلامرضا اسلامی بیدگلی ۱۰ متری شهید میرزاجانی، مرکز اصلی شرکت است.

شرکت صنایع نساجی مادریس کاشان (سهامی خاص)

احداث کارخانجات ریسندگی، بافندگی، رنگرزی و تکمیل صنایع نساجی - تولید انواع فرش ماشینی و نخ، موکت، پستی و پارچه، تابندگی و چله پیچی انواع نخ خرید و فروش، صادرات و واردات انواع نخ، الیاف، فرش، مواد اولیه، ماشین آلات و قطعات یدکی زمینه فعالیت، ۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، محسن عصار کاشانی مدیرعامل و کاشان، شهرک صنعتی امیرکبیر، بلوار کاوه، خیابان کاوه مرکز اصلی شرکت است.

شرکت ریسندگی و بافندگی دارا ریس یزد (سهامی خاص)

تولید انواع نخ و پارچه و رنگ زمینه فعالیت، ۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، محمود غلامی پور مدیرعامل و یزد، خیابان آیتاله کاشانی، پلاک ۴۰۲، پاساژ شهاب، طبقه سوم مرکز اصلی شرکت است.

شرکت ریسندگی آلا پلیمر اسپادانا (سهامی خاص)

ذوب ریسسی و تولید نخ POY و پلی استر و استرچ و تکسچرایزینگ و بسته بندی و توزیع آنها زمینه فعالیت، ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، امیر خسروی مدیرعامل و اصفهان، نجف آباد، شهرک صنعتی دهق، خیابان دهم، خیابان فرعی سوم، پلاک ۱۰، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.

شرکت عمارت قالی ایساتیس (با مسئولیت محدود)

تولید فرش ماشینی و دستباف، واردات ماشین آلات، قطعات، مواد اولیه و صادرات محصولات شرکت، انجام امور خرید و فروش فرش و قالی زمینه فعالیت، ۱۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، سیهیلا کوچک یزدی مدیرعامل و تهران، شهرک غرب، خیابان مسعود، خیابان کاتبی، پلاک ۷، طبقه همکف، واحد ۱ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت بازرگانی پیام مهر کهن (با مسئولیت محدود)

تهیه، تولید، توزیع، پخش و بسته بندی واردات و صادرات و خرید و فروش فرش ماشینی زمینه فعالیت، ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، حسین سعیدی منش مدیرعامل و شیراز، کوی آزادگان، کوچه سعیدی منش مرکز اصلی شرکت است.

شرکت الیاف سبز خاورمیانه (سهامی خاص)

تولید واردات و صادرات و خرید و فروش انواع نخ های جوت کتفی و نخ های فرش و فرش ماشینی و واردات ماشین آلات و مواد اولیه مرتبط زمینه فعالیت، ۲۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، ابوالفضل حسن زاده مدیرعامل و کاشان، خیابان شهیدمفتح، کوچه قلم، کوچه رشد مرکز اصلی شرکت است.

شرکت سرزمین فرش ایرانیان (با مسئولیت محدود)

خرید و فروش انواع فرش ماشینی زمینه فعالیت، ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، حمیدرضا کرد مدیرعامل و تهران، مرزداران، خیابان سرسبز جنوبی، خیابان گلدیس هشتم، پلاک ۵، ساختمان قطعه ۲۱۱۷، طبقه اول مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تک بافان سپهر البرز (با مسئولیت محدود)

خرید و فروش و صادرات و واردات انواع فرش ماشینی زمینه فعالیت، ۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال سرمایه، میرغفور موسوی مدیرعامل و نظرآباد، شهرک صنعتی سپهر، خیابان دکتر محمدعلی مجتهدی، خیابان پروفیسور هشتوردی غربی، پلاک ۲۷-، ملک ضرغام، طبقه همکف مرکز اصلی شرکت است.



تولید و بررسی راحتی پارچه شبه گورتکس با لایه میانی نانوالیاف پلی یورتان

مرضیه میرزایی باغینی^۱ | مریم یوسف زاده^۱ | علی اکبر قره آغاچی^۱

پارچه‌های چندلایه مانند گورتکس که دارای ویژگی‌هایی همچون ضدآب، ضدباد و تنفس پذیری هستند در کاربردهای مختلفی از جمله پوشاک محاذ بسیار مورد توجه است. در این پژوهش از یک پارچه تجاری استفاده شده است که با تغییر لایه میانی به لایه نانولیفی پلی یورتان و تغییر ضخامت آن و نیز استفاده از الکتروپاشی پلیمر پلی وینیل استات به منظور ایجاد چسبندگی و انجام عملیات فیوزینگ جهت برقراری اتصالات میان لایه‌ها، نمونه‌ای از پارچه سه لایه شبه گورتکس تولید شد. سپس خواص راحتی پوشاک با استفاده از آزمایش‌های فیزیکی و مکانیکی بررسی شد. استفاده از لایه نانولیفی در مقایسه با پارچه تجاری، میزان سختی خمشی را ۷۷٪ کاهش و تنفس پذیری را به دو برابر افزایش و در مقایسه با پارچه مبنا، میزان گذردهی هوا را به ۷۲٪ کاهش رسانده است. مشاهده شد که افزایش ضخامت غشاء نانولیفی، منجر به کاهش گذردهی هوا شده است و در میزان تنفس پذیری، سختی خمشی و چسبندگی لایه تغییراتی ایجاد نکرده است که می‌تواند انتخاب مناسبی برای لباس‌های محافظ ضدباد نیز باشد.

۱- مقدمه

کرد که پوشاک تهیه شده از پارچه‌های گورتکس، ویژگی‌های مؤثر برای راحتی را دارا هستند. کاربرد به تنهایی غشاء نانولیفی به علت استحکام پایین، در مصارف پوشاک توصیه نمی‌شود. بنابراین لازم است در میان لایه‌های مختلف پارچه‌های مناسب با استفاده از فرآیند لایه‌گذاری استفاده شود. یکی از ساده‌ترین و پرمصرف‌ترین روش‌های لایه‌گذاری و اتصال لایه‌ها به یکدیگر، استفاده از فیوزینگ است. دمای فیوزینگ باید بهینه باشد، اگر دما بالا انتخاب شود، سبب آسیب رسیدن به لایه‌ها می‌شود و اگر دما پایین انتخاب شود، استحکام اتصال ایجاد شده کافی نخواهد بود. در این پژوهش لایه نانولیفی پلی یورتان به عنوان غشاء محافظ بین دو لایه پارچه دیگر در شرایط مشابه پارچه تجاری قرار داده شد و برخی از مهم‌ترین عوامل راحتی بررسی شد.

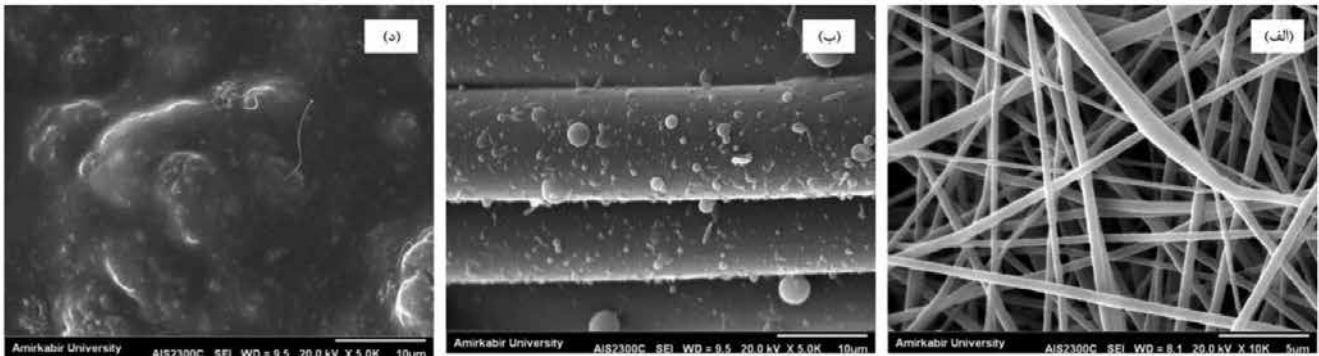
پلیمر ترموپلاستیک پلی یورتان (TPU) یکی از پلیمرهای پر کاربرد در صنایع نساجی و پزشکی است. مزایای مورد توجه آن، مقاومت کششی عالی، انعطاف پذیری خوب در برابر ازدیاد طول و خواص خوب چسبندگی می‌باشد. در صنعت نساجی از این پلیمر در ساختارهای نانولیفی در پارچه‌های تنفس پذیر و ضدآب، فیلتراسیون و پارچه‌های نظامی استفاده می‌شود. پلیمر پلیوینیل استات (PVAc) برای ایجاد استحکام غشاء نانولیفی و همچنین چسبندگی لازم بین لایه‌های پارچه، نقش به‌سزایی دارد. پارچه‌های تنفس پذیر و ضدآب چندلایه، همچون گورتکس در پوشاک ورزشی (کوهنوردی، اسکی، دو و میدانی و ... پوشاک حفاظتی و منسوجات پزشکی استفاده می‌شود. معمولاً لایه بیرونی، یک پارچه تارپودی از جنس پلیمر آگریز مانند پلی استر با تراکم بسیار بالا، لایه میانی یک غشاء بسیار متخلخل از پلی تترافلورواتیلن (PTFE) و لایه داخلی یک پارچه حلقوی از جنس پلیمر آب‌دوست مانند نایلون است. تنفس پذیری پارچه‌های گورتکس به این منظور است که بتواند عرق بدن را به شکل بخار مرطوب از بدن دور کند. ضدآب بودن پارچه‌های گورتکس این امکان را می‌دهد که پارچه، هنگام برخورد با آب نشسته نداشته باشد و قطره آب به داخل پارچه نفوذ نکند. با فناوری ضدآب کردن این پارچه‌ها، بدون اتلاف حرارت از بدن، بدن همواره خشک و راحت باقی می‌ماند. ضدباد بودن پارچه‌های گورتکس به قابلیت گذردهی هوا توسط این پارچه‌ها بازمی‌گردد.

۲- تجربیات/تئوری‌ها

برای تهیه محلول الکترورسی ترکیبی از پلیمر ترموپلاستیک پلی یورتان (PU) ۲۰wt% با وزن مولکولی ۶۵۰۰۰ گرم برمول در حلال دیمتیل فرم آلدئید (DMF) و برای محلول الکتروپاشی از پلیمر پلی وینیل استات (PVAc) ۷wt% با وزن مولکولی ۷۵۰۰ - ۵۵۰۰ گرم برمول در حلال‌های استیک اسید و آب مقطر (با نسبت ۱:۱) تهیه شد. هر کدام به ترتیب به مدت ۱۲ و ۲ ساعت بر روی هم‌زن مغناطیسی هم‌زده شد.

بر روی لایه بیرونی (مبنا) پارچه تجاری (بعد از جداسازی لایه‌ها) به مدت ۱۵ دقیقه الکتروپاشی PVAc و در سه مدت زمان مختلف (۲، ۴ و ۶ ساعت) برای تولید سه ضخامت لایه نانولیفی متفاوت، محلول PU الکترورسی شد. مجدد به مدت ۱۵ دقیقه، الکتروپاشی PVAc انجام شد. شرایط بهینه محلول‌های الکترورسی و

در مورد پارچه‌های گورتکس ادعا می‌شود که تمامی محصولات، دارای مقیاس گذردهی هوا به مقدار 1 CFM^2 (حجم هوای عبوری از یک فوت مربع پارچه در مدت زمان یک دقیقه) و حتی کمتر از آن می‌باشد. به این ترتیب می‌توان ادعا



شکل ۱. تصاویر SEM (الف)، نانوالیاف PU، (ب) نانوذرات پاشش شده PVAc و (ج) غشاء پلیمری PU برای پارچه تجاری

در پارچه تجاری لایه رو، بافت تار پودی متراکم از جنس پلی استر داشت (کد P-F) لایه میانی غشاء فیلم متخلخل پلیمری (G-M) PU و لایه زیرین بافت حلقوی باز و از جنس نایلون (N-F) داشت. لایه‌های نانولیفی PU در سه ضخامت مختلف بین دو لایه رو و زیرین قرار گرفت که نتایج آزمایش‌ها در جدول ۲ خلاصه شده است.

نمونه PUT2 هم‌ضخامت با غشای لایه میانی پارچه تجاری می‌باشد. در شکل (۲-الف) تصویر جانبی پارچه سه لایه تهیه شده نشان داده شده است. لایه نانولیفی همچون یک غشاء متخلخل در بین دو لایه محبوس شده است.

با توجه به نتایج جدول ۲ و نمودار شکل (۲-ب) مشخص شد که با افزایش ضخامت لایه نانولیفی -PU، میزان گذردهی هوا کاهش یافته و بی‌تأثیر بر روی نرخ عبور بخار آب بوده است. استفاده از لایه نانولیفی PU در مقایسه با پارچه مینا، میزان گذردهی هوا را تا ۷۲/۵٪ کاهش داده است و می‌تواند ویژگی‌های ضدباد پارچه را بهبود دهد. نرخ عبور بخار آب در نمونه دارای لایه نانولیفی PU در مقایسه با پارچه تجاری به دو برابر رسیده است و علت این امر حضور غشاء پلیمری بسیار متراکم در پارچه تجاری است. در این پژوهش با توجه به نتایج آماری مشخص شد که افزایش ضخامت غشاء نانولیفی، تأثیری در نفوذپذیری بخار آب ندارد. مطابق شکل ۳، استفاده از لایه نانولیفی PU سبب کاهش سختی خمشی به میزان ۷۷٪ و ۴۳٪ نسبت به پارچه تجاری و مینا شد که خود مزیت لایه نانولیفی را از منظر راحتی در تغییر شکل‌پذیری پارچه نشان می‌دهد.

با توجه به نتایج تحلیل آماری، افزایش ضخامت لایه نانولیفی PU، تفاوت معناداری بر میزان سختی خمشی و چسبندگی لایه‌ها نداشته است. میزان چسبندگی لایه در پارچه تجاری حدود ۸۲٪ از نمونه‌های نانولیفی PU بیشتر است و لازم است در ادامه تحقیق راهکارهای افزایش مقاومت چسبندگی مطالعه و بررسی شود.

۴- نتیجه‌گیری

در این پژوهش حذف لایه میانی پارچه سه لایه تجاری و جایگزینی لایه نانولیفی PU در سه ضخامت مختلف جهت بررسی تأثیر ساختار نانولیفی و ضخامت آن انجام شد. مشاهده شد با افزایش مدت زمان الکتروریسی، ضخامت لایه نانولیفی، تنفس‌پذیری و چسبندگی لایه در این پارچه سه لایه افزایش می‌یابد و میزان گذردهی هوا کاهش و سختی خمشی بدون تغییر بوده است، اما سختی خمشی

الکتروپاشی در جدول ۱ ارائه شده است. برای اتصال لایه داخلی به دولایه قبلی از عملیات حرارتی فیوزینگ Gygli، PR8M/۶۰ سوئیس) در شرایط دمایی ۱۳۰ درجه سلسیوس، فشار ۳ بار و زمان ۱۰ ثانیه استفاده شد.

برای بررسی ساختار ظاهری نانوالیاف PU و ذرات اسپری شده PVAc از میکروسکوپ الکترونی روبشی (SEM) به منظور اندازه‌گیری ضخامت لایه‌های پارچه گورتکس تجاری و لایه نانولیفی PU از میکروسکوپ دیجیتالی Dino-Lite و نرم افزار Dino capture استفاده شد. اندازه‌گیری گذردهی هوا بر اساس استاندارد ASTM D737 انجام شد. اندازه‌گیری نفوذپذیری بخار آب طبق استاندارد ASTM E96-00 و روش فنجان آب انجام شد. در تعیین سختی خمشی نمونه‌ها از دستگاه اندازه‌گیری طول خمشی که یک روش عینی برای تعیین طول خمش است طبق استاندارد ASTM D1388 استفاده شد و اندازه‌گیری میزان چسبندگی لایه‌ها، با دستگاه مقاومت‌سنج اینسترون طبق استاندارد BS-2576 صورت گرفت. در تمامی آزمون‌های مورد بررسی، دما و رطوبت نسبی محیط به ترتیب ۲۴ درجه سلسیوس و ۳۵ درصد بود و آزمایش‌ها ۵ بار تکرار شده است و میانگین و ضریب تغییرات گزارش شده است و از آزمون آماری ANOVA در سطح اطمینان ۹۵٪ برای بررسی آماری نتایج استفاده شد.

۳- بحث و نتایج

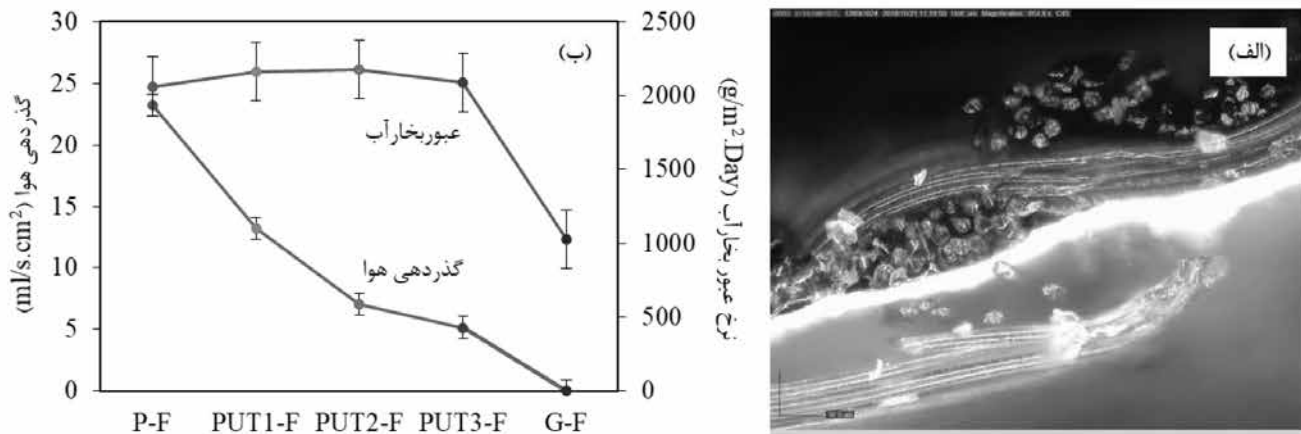
بعد از تعیین شرایط بهینه الکتروریسی و الکتروپاشی نمونه‌های لازم تهیه شد. مطابق شکل (۱) نانوالیاف الکتروریسی شده PU دارای سطحی صاف و بدون دانه‌های تسبیحی و نانوذرات PVAc به شکل نانوذراتی کروی شکل تولید شدند. متوسط قطر و ضریب تغییرات نانوالیاف PU و قطر ذرات اسپری شده PVAc به ترتیب ۴۳۸ نانومتر، ۲۸/۳٪ و ۶۹۰ نانومتر، ۶۰/۴٪ است. با توجه به تصویر SEM غشاء پلیمری PU، می‌توان دریافت که این غشاء بسیار متراکم است.

جدول ۱- شرایط بهینه الکتروریسی PU و الکتروپاشی PVAc

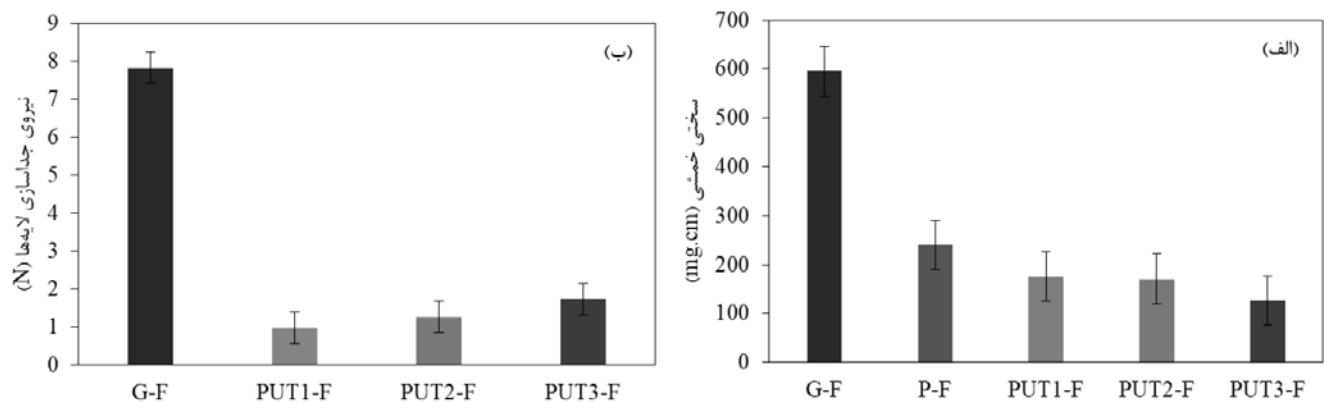
فرایند	نرخ تغذیه (mL/h)	ولتاژ (kV)	فاصله سوزن تا جمع‌کننده (cm)
الکتروپاشی PU	۰/۲۵	۲۶	۱۲
الکتروپاشی PVAc	۰/۳	۱۷	۱۲

جدول ۲- متوسط قطر لایه‌های مختلف و داده‌های به دست آمده از آزمایش‌های انجام شده بر روی نمونه‌های مورد بررسی

کد نمونه	توضیحات	ضخامت		گذردهی هوا		عبور بخار آب		سختی خمشی		نیروی چسبندگی لایه	
		cv (%)	(μm)	cv (%)	(mL/s.cm^2)	cv (%)	($\text{g/m}^2.\text{day}$)	cv (%)	(mg.cm)	cv (%)	(N)
P-F	لایه بیرونی پارچه تجاری	۳۶/۲	۱۴۷/۶	۳/۶	۲۲/۲	۴/۳	۲۰۶۲/۵	۳۹/۱	۲۳۹/۹	-	-
G-F	غشای میانی پارچه تجاری	۰/۵	۱۷/۷	۰	۰/۰۱	۱۱/۴	۱۰۲۵	۱۵/۷	۵۹۵/۲	۷/۸	۸/۴
PUT1-F	پارچه شبه‌گورتکس با ضخامت کمتر از ضخامت لایه میانی تجاری	۱/۵	۹/۵	۸/۳	۱۳/۲	۱۲/۵	۲۱۶۱	۸/۲	۱۷۵/۸	۰/۹	۳۱/۸
PUT2-F	پارچه شبه‌گورتکس با ضخامت یکسان ضخامت لایه میانی تجاری	۷	۱۷/۱	۹/۳	۷	۹/۶	۲۱۷۷	۷/۰۲	۱۷۰/۵	۱/۳	۲۷/۳
PUT3-F	پارچه شبه‌گورتکس با ضخامت بیشتر از ضخامت لایه میانی تجاری	۸/۵	۲۷/۴	۱۲/۷	۵/۲	۸/۷	۲۰۸۹	۷/۴	۱۲۶/۸	۱/۷	۲۶/۳
N-F	لایه زیرین پارچه تجاری	۱۹/۶	۱۰۷/۴	-	-	-	-	-	-	-	-



شکل ۲- (الف) تصویر عرضی پارچه شبه گورتکس تهیه شده و (ب) نمودار گذردهی هوا و عبور بخار آب نمونه‌های مورد بررسی



شکل ۳. نمودار ستونی (الف) سختی خمشی پارچه و (ب) چسبندگی لایه میانی در نمونه‌های مورد بررسی

پارچه تولید شده در مقایسه با پارچه تجاری نزدیک به ۷۷ درصد کاهش قابل توجهی داشته‌است. با توجه به نرخ عبور بخار آب برای پارچه تجاری و شبه‌گورتکس که به ترتیب 1025 و 2177 $\text{g/m}^2.\text{day}$ بود، می‌توان ادعا کرد که پارچه تجاری

در پوشاک ورزشی گلف و پارچه شبه‌گورتکس تولید شده در پوشاک ورزشی گلف

۱- دانشکده مهندسی نساجی، دانشگاه صنعتی امیرکبیر

مواد ضد میکروب در صنعت نساجی



تهیه و تنظیم: دکتر فرناز نایب مراد

این عوامل اندک است. همچنین به دلیل پیوند شیمیایی، این گروه از عوامل ضد میکروب در برابر شستشو مقاومتر از گروه leaching agents هستند. با این وجود ثبات شستشویی گواه پایداری خاصیت ضد میکروب منسوج نیست. زیرا جذب مواد آلاینده، میکروارگانیزم‌های مرده یا ایجاد کمپلکس میان مواد تکمیل کننده و شوینده‌های آنیونیک می‌تواند منجر به کاهش اثربخشی ضد میکروب این منسوجات شود. در صنعت نساجی، عدم آلودگی محیط زیست، سلامت و ایمنی افراد به اندازه کارایی منسوجات ضد میکروب حائز اهمیت می‌باشد. رهايش مواد ضد میکروب به محیط پیرامون می‌تواند بر سلامت موجودات زنده موثر باشد. با این رویکرد، استفاده از مواد پیوند دهنده به دلیل عدم رهايش ترکیبات به پیرامون مناسبتر می‌باشد.

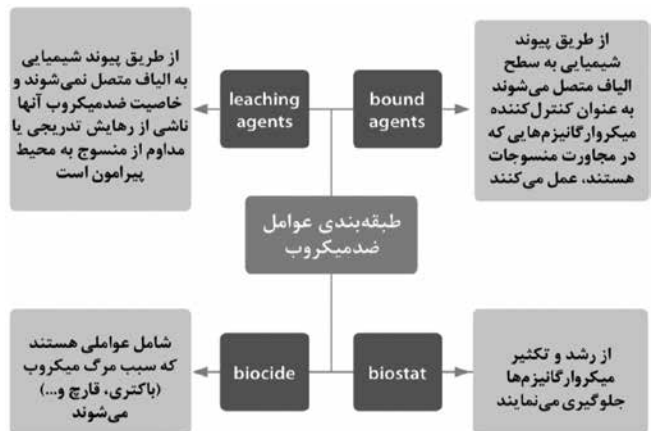


نانوساختارهای ضد میکروب مورد استفاده در نساجی

از آنجایی میانگین اندازه انواع باکتری در حدود چند میکرون (6-10 m) است، بنابراین استفاده از مواد ضد میکروب با ابعاد نانومتری زمینه به کارگیری فناوری نانو در ایجاد ترکیبات ضد میکروب موثر را فراهم ساخته است. سازوکار ضد میکروب نانومواد به سطح جانبی زیاد این مواد در مقایسه با مواد در ابعاد بزرگتر باز می‌گردد. تحقیقات نشان می‌دهند که کاهش ابعاد نانوذرات با افزایش کارایی ضد میکروب آنها ارتباط مستقیم دارد. فعالیت ضد میکروبی نانوذرات ناشی از سطح جانبی زیاد، ساختار کریستالی غیر معمول این ذرات و وجود مناطقی با احتمال واکنش بیشتر (لبه و گوشه نانوذرات) است.



طبقه‌بندی متفاوتی از مواد ضد میکروب بر اساس کارایی، سازوکار فعالیت ضد میکروب و ثبات شستشویی وجود دارد. طبقه بندی عوامل ضد میکروب بر اساس سازوکار فعالیت ضد میکروب:

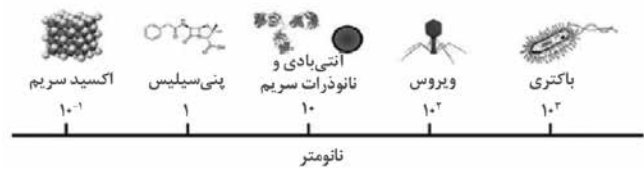


از آنجایی که مواد ضد میکروب (bound agents) به محیط پیرامون منسوجات نفوذ نمی‌کنند، بنابراین احتمال مقاوم شدن میکروارگانیزمها در برابر



- نانوذرات طلا

نتایج حاصل از تحقیقات اخیر، نانوذرات طلا را به عنوان یک ماده ضد میکروب موثر معرفی نموده است. خاصیت ضدقارچ این نانوذرات در برابر آکنه و شوره سر و عدم مقاوم شدن باکتری نسبت به این ماده سبب به کارگیری این نانوذرات در صنایع آرایشی شده است. خاصیت ضدباکتری این نانوذرات علیه دو باکتری *Escherichia coli* و *Salmonella typhi* به اثبات رسیده است.



به طور کلی شش رویکرد برای تاثیر نانو ذرات بر میکروارگانیسم‌ها وجود دارد:

- ۱- تخریب دیواره سلولی و لایه پپتیدوگلیکان در اثر تماس مستقیم با نانوذرات
- ۲- رهایش یون‌های سمی
- ۳- اختلال در انتشار پروتئین در اثر تغییر pH و تغییر باز سطحی سلول
- ۴- تولید اکسیژن فعال (ROS)
- ۵- تجزیه DNA, RNA و پروتئین و تاثیر بر سنتز پروتئین
- ۶- تولید اندک آدنوزین تری فسفات (ATP) ناشی از اسیدی شدن در اثر حضور ترکیبات اکسیژن

- نانوذرات مس

از دیرباز مس و ترکیبات مس به عنوان مواد ارزان قیمت و موثر در تولید مایعات ضد عفونی کننده و منسوجات ضد میکروب به کار گرفته می‌شدند. مهمترین چالش در استفاده از نانوذرات مس، تولید نانوذرات مس پایدار است. زیرا این نانوذرات در هوا یا محیط مرطوب به سرعت به کاتیون مس اکسید می‌شوند.

نانوساختارهای طبیعی ضد میکروب:

۱- کیتوسان:

مادهای طبیعی، غیرسمی و ضد میکروب است که از پوسته سخت پوستانی نظیر میگو، خرچنگ و... تهیه می‌شود. خاصیت ضدباکتری و قارچ این ماده ناشی از گروه‌های کاتیونی (بار مثبت) موجود در این ترکیب می‌باشد که امکان اتصال با بار منفی موجود بر سطح سلول را فراهم آورده و مانع رشد باکتری و قارچ می‌شوند.

۲- سیرسین:

سیرسین ابریشم، یک پروتئین درشت مولکول طبیعی است که از پنبه کرم ابریشم استحصال شده و ۳۰-۲۵٪ پروتئین ابریشم را تشکیل می‌دهد. این ماده که به عنوان پوشش فیامنت ابریشم (فیبروئین) عمل می‌کند، در مراحل صمغ‌گیری از روی الیاف ابریشم زوده می‌شود. از این ماده به منظور بهبود خواص برخی الیاف مصنوعی استفاده می‌شود.

۳- عصاره نیم:

عصاره نیم از درخت (آزاد درخت *Azadiracta indica*) که در مناطق گرم و مرطوب می‌روید مشتق شده است و حاوی چندین ترکیب حشره‌کش و ضد میکروب طبیعی است. ترکیبات موثر این گیاه در تمام بخش‌های گیاه یافت می‌شود، لیکن از دانه، برگ و ریشه این درخت برای تهیه عصاره نیم استفاده می‌شود. از این ماده برای تکمیل ضد میکروب پارچه پنبه، پنبه/پلی‌استر و پشم استفاده شده است.

۴- رنگینه‌های طبیعی:

برخی از رنگینه‌های طبیعی تهیه شده از گیاهان مختلف از خاصیت ضد میکروبی برخوردار هستند. برای مثال رنگ حاصل از انار به دلیل وجود مقادیر قابل توجه تانن *Tannin* از خاصیت ضد میکروب برخوردار است. منابع گیاهی حاوی

نانوذرات ضد میکروب پر کاربرد در صنعت نساجی در ادامه معرفی می‌شوند:

- نانوذرات دی اکسید تیتانیوم (TiO₂)

نانوذرات دی اکسید تیتانیوم از ویژگی‌های منحصر به فردی نظیر ثبات و کارایی زیاد، ایمنی و قابلیت تاثیر بر طیف وسیعی از میکروارگانیسم‌های بیماری‌زا برخوردار است. به این منظور از این نانوذرات در مصارفی نظیر خودتمیزشوندگی، ضد میکروب و محافظت در برابر پرتو فرابنفش استفاده می‌شود. دی اکسید تیتانیوم با دارا بودن خاصیت فوتوکاتالیستی قادر به تولید اکسیژن فعال است که این ماده قادر به اکسید کردن ترکیبات آلی موجود در سلول باکتری و تولید دی اکسید کربن و آب می‌باشد.

- نانوذرات روی

نانوذرات روی در سلول‌های خورشیدی، حسگر، نمایشگرها و کرم‌های ضد آفتاب، جاذب پرتو فرابنفش، پوشش‌های ضد بازتاب نور، ضد باکتری و فوتوکاتالیست استفاده می‌شود. نانوذرات روی نسبت به نانوذرات نقره از مزایایی نظیر بهای کمتر، سفیدرنگی و خاصیت ضد پرتو فرابنفش برخوردار است.

- نانوذرات نقره

نقره از قدیمی‌ترین ترکیبات ضد میکروب است. در حال حاضر تحقیقات زیادی بر خواص ضد باکتری و چندگانه نانوذرات نقره انجام شده است. نقره در مقایسه با برخی مواد ضد میکروب آلی که دارای اثرات مخرب بر سلامت انسان است، از مواد ضد میکروب ایمن به شمار می‌رود. در حال حاضر خاصیت ضد میکروب نقره علیه بیش از ۶۵۰ گونه میکروارگانیسم بیماری‌زا شناخته شده است. یون‌های نقره از قابلیت تخریب پروتئین، غشاء و ایجاد اختلال در تنفس سلولی باکتری برخوردار می‌باشد.



در الکتروریسی امکان افزودن دارو و مواد ضد میکروب به محلول پلیمری به منظور تولید نانوالیاف حاوی این مواد وجود دارد.

۲- الیاف ضد میکروب:

افزودن نانومواد ضد میکروب در مرحله تولید الیاف به منظور تولید الیاف ضد میکروب پیشنهاد شده است. به این منظور در مورد الیافی که به روش ذوب ریسی تهیه می شوند، ماده ضد میکروب در مرحله پیش از ذوب شدن به گرانولهای پلیمری افزوده شده و در اثر ذوب شدن و اختلاط به وسیله اکسترودر، مذاب یکنواختی حاوی مقدار مشخص ماده ضد میکروب تهیه می شود که پس از گذر از رشته ساز به فیامنت های ضد میکروب تبدیل می شوند.

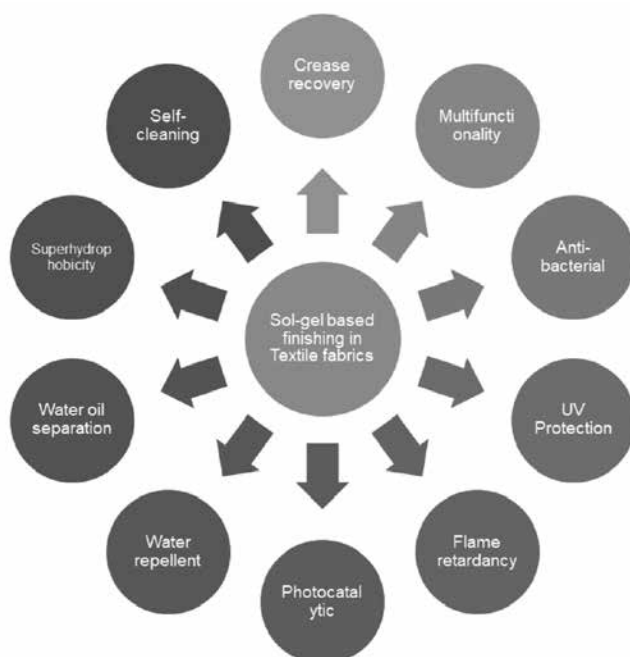
از مزایای این روش استفاده از ماشین آلات ذوب ریسی برای تولید الیافی با خاصیت ضد میکروب و عدم نیاز به تجهیزات اضافه است.

از این روش برای تولید الیاف پلی استر و نایلون حاوی نانوذراتی نظیر نقره و روی استفاده می شود. تولید الیاف ضد میکروب با استفاده از نانوذرات از طریق فرایند ترریسی نیز امکان پذیر است.

۳- پارچه های ضد میکروب:

این محصولات عموماً با فرایندهای مختلف تکمیل تولید می شوند. برای تولید پارچه های ضد میکروب می توان نانوذرات را به رنگزای پارچه اضافه نمود و پارچه در فرآیند رنگرزی یا چاپ عاملدار شده و دارای خواص مورد نظر می شود.

همچنین می توان عامل ضد میکروب را به مواد مورد استفاده در فرآیند تکمیل نهایی اضافه کرد. به منظور تکمیل پارچه با مواد ضد میکروب نانومتری روش های مختلفی وجود دارد که برخی از آنها:



نفتو کینون نظیر حنا، گردو از خاصیت ضدباکتری و قارچ برخوردار هستند. استفاده از زردچوبه به منظور رنگرزی و تکمیل پارچه پشمی سبب ایجاد خاصیت ضد میکروب در این منسوج شده است. استفاده از مواد ضد میکروب طبیعی دیگر نظیر آلوئه ورا، عصاره درخت چای، عصاره گل کاه خاردار و اکالیپتوس نیز برای ضد میکروب کردن منسوجات گزارش شده است.

در سال های اخیر از فناوری نانو در تولید حامل های نانومتری نظیر نانو کپسول ها به منظور افزایش ماندگاری و کارایی مواد ضد میکروب طبیعی استفاده شده است.

- فرایندهای ضد میکروب کردن منسوجات:

به منظور ضد میکروب کردن منسوجات از روش های مختلفی نظیر افزودن ماده ضد میکروب در مرحله تولید الیاف و یا تکمیل منسوجات استفاده می شود.

- الیاف مصنوعی ضد میکروب

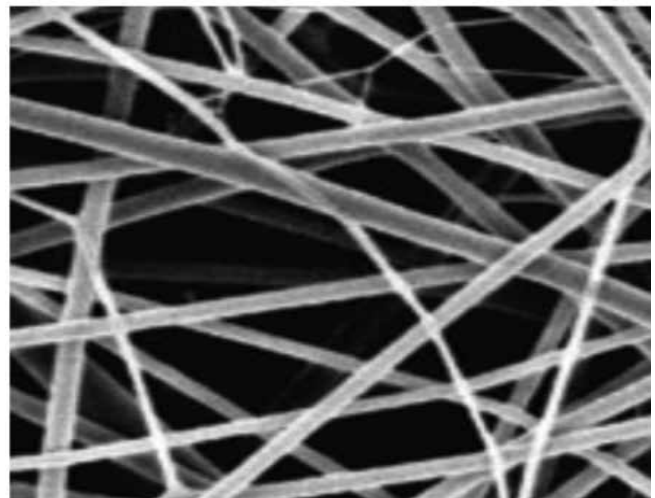
یکی از روش های تولید الیاف ضد میکروب، افزودن ترکیبات ضد میکروب در مرحله تولید الیاف می باشد. در روش های مختلف تولید الیاف نظیر ذوب ریسی، ترریسی، خشکریسی و الکتروریسی می توان با افزودن مواد ضد میکروب به محلول یا مذاب ریسندهای الیافی با خاصیت ضد میکروب تولید کرد.

- تکمیل ضد میکروب منسوجات

الیاف طبیعی و منسوجاتی نظیر پارچه و منسوجات بی بافت که امکان ضد میکروب کردن آنها در مرحله تولید الیاف وجود نداشته باشد را می توان در مرحله تکمیل، ضد میکروب کرد.

۱- منسوجات ضد میکروب:

نانوالیاف ضد میکروب الکتروریسی به عنوان اصلی ترین روش برای تولید نانوالیاف پیوسته در مقیاس صنعتی و محدوده وسیع قطر (از چند نانومتر تا چند میکرومتر) شناخته می شود.



روغنی حاوی عامل‌های ضد میکروب بر سطح چرم پاشیده شده و در نهایت چرم ضد میکروب تولید خواهد شد.

تکمیل ضد میکروب محصولات نهایی:



به منظور ایجاد خاصیت ضد میکروب در منسوجات تمام شده نظیر پوشاک می‌توان از روش‌هایی نظیر غوطه‌وری و افشانه حاوی نانومواد ضد میکروب استفاده کرد. هر چند این روش یکی از ساده‌ترین روش‌ها برای تولید منسوجات ضد میکروب است، لیکن عدم اتصال نانوذرات به منسوجات منجر به سهولت رهایش این مواد می‌شود. در نتیجه علاوه بر کاهش خواص مورد نظر در منسوجات، سبب آلودگی محیط زیست و افزایش احتمال ورود این مواد به بدن انسان و ایجاد بیماری‌های ناشی از حضور این ذرات در بدن می‌شوند.

- پوشش دهی لایه به لایه

- گرافت کردن پلیمری

- پد-خشک-پخت

- س ل - ژ ل

- رسوب نشانی فیزیکی با بخار PVD

- تکمیل ضد میکروب پارچه

- رسوب نشانی اتمی

- رسوب نشانی شیمیایی با بخار CVD

تولید چرم آنتی باکتریال:

افزودن نانوذرات ضد میکروب (معمولاً نانوذرات نقره) به چرم با روش‌های مورد کاربرد برای منسوجات متفاوت است. بدین منظور از فرایند تخلیه الکتریکی کرونا corona discharge استفاده می‌شود. در این روش، گازهای محیط توسط تخلیه الکترونی کرونا به رادیکال، الکترون و یون تبدیل شده و ذرات تهییج شده می‌توانند سطوح پلیمری را تحت تاثیر واکنش شیمیایی و تخریب ساختار سطحی قرار دهند. این فرایند سبب عاملدار شدن زنجیره‌های پلیمری چرم، ایجاد حفره‌های میکروسکوپی شده که جذب نانوذرات را امکان پذیر می‌سازد. سپس

مراجع

- 9- Fang, J., Wang, H., Niu, H., Lin, T. & Wang, X. (2010). Evolution of fiber morphology during electrospinning. *Journal of Applied Polymer Science*, Vol.118, No.5, pp 2553-2561.
- 10- Hong, K.H. (2007). Preparation and properties of electrospun poly(vinyl alcohol)/silver fiber web as wound dressings. *Polymer Engineering and Science*, Vol.47, No.1, pp 43- 49.
- 11- www.nami.org.hk
- 12- <http://www.sciencedaily.com/releases/2014/05/140512142213.htm>
- 13- Mangesh D. Teli and Ravindra D. Kale, Polyester Nanocomposite fibers with Antibacterial Properties, *Advances in Applied Science Research*, 2011, 2. 491-502:(4)
- 14- Aysin Dural Erem et al, Antibacterial Activity of PA6/ZnO Nanocomposite Fibers, *Textile Research Journal* July 11, 2011.
- 17- Idris, A; Majidnia, Z; Valipour, P; Antibacterial Improvement of Leather by Surface Modification using Corona Discharge and Silver Nanoparticles Application, *Journal of Science and Technology*, Vol 5, No 2, 2013
- 16- Mauro Pollini, Alessandro Sannino, Alfonso Maffezzoli, Antonio Licciulli, Antibacterial surface treatments based on silver clusters deposition, *WO2007074484 A2*, Jul 5, 2007.
- 18- <http://www.agactive.com/products.html> [19] <https://www.nanosilver.eu>
- 20- Paolo Pianezza, Antibacterial neck-tie, *US20090081268 A1*, Mar 26, 2009
- 21- <http://www.jonesyam.com/Products/antimicrobial-yam.html>
- 22- <http://www.newlifeyarns.com>
- 23- www.danfloor.co.uk

- 1- Leroueil PR, Hong S, Mecke A, Baker JR Jr, Orr BG, Banaszak Holl MM. Nanoparticle interaction with biological membranes: does nanotechnology present a Janus face. *Acc Chem Res*. 2007;40:335- 42
- 2- Moustafa M. G. Fouda (2012). Antibacterial Modification of Textiles Using Nanotechnology, A Search for Antibacterial Agents, Dr. Varaprasad Bobbarala (Ed).
- 3- Enrique Lima et al, Gold nanoparticles as efficient antimicrobial agents for Escherichia coli
- 9- Prickly Chaff Flower 10 Jones
- 11- Danfloor
- 12- Radici Group
- 13- Bliss
- 14- Microban
- 15- Nucryst Pharmaceuticals Acticoat and Salmonella typhi, *Chemistry Central Journal* 7:11, 2013
- 4- Younsook Shin et al, Antimicrobial finishing of polypropylene nonwoven fabric by treatment with chitosan oligomer, *Journal of Applied Polymer Science*, 1999, Vol 74, No 12, pp. 2911-2916.
- 5- Yamada H & Matsunaga A, *Jap Pat 06-017373A*, 1994
- 6- Wakabayashi S & M Sugioka, *Jap Pat 06-017372A*, 1994
- 7- M. Joshi et al, Antibacterial finishing of polyester/cotton blend fabrics using neem (*Azadirachta indica*): A natural bioactive agent, *Journal of Applied Polymer Science*, Vol 106, Issue 2, pp. 793-800, 2007.
- 8- Gupta, Deepti, Laha Ankur, Antimicrobial activity of cotton fabric treated with *Quercus infectoria* extract, *IJFTR* Vol.32(1), pp 88-92, 2007.



بررسی رنگری کالای پنبه‌ای با ماده رنگزای ری اکتیو در حضور نانو ذره

چکیده

پارچه پنبه‌ای معمولاً با رنگزای ری اکتیو رنگ می‌شود. در طی فرآیند رنگری، مقدار زیادی نمک برای دستیابی به رمق کشی بیشتر رنگ از رنگری بر روی فیبر، لازم است. رنگری پارچه پنبه‌ای با رنگ‌های ری اکتیو به دلیل تخلیه حجم زیادی از پساب‌های بسیار رنگی و نمک، تأثیر زیادی در محیط زیست دارد. در این مقاله پارچه پنبه‌ای با استفاده از ماده N، N-dimethyl dodecylamine (NDDA) دی متیل دودسیل آمین به روش پد خشک اصلاح شده و سپس با رنگزای ری اکتیو رنگری شد. تغییرات پس از کاتیوناسیون و اثرات آن بر کاربرد عملی رنگ ری اکتیو، با روش‌های مختلف مشخص شد. قابلیت رنگ‌پذیری پارچه پنبه‌ای کاتیونی، با رنگزای ری اکتیو بلک دی ان، بدون حضور نمک به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود یافت.

۱- مقدمه

با توجه به محبوبیت روزافزون رنگ‌های ری اکتیو برای رنگری پنبه، مشکلات زیست محیطی با استفاده از آنها، مورد توجه قرار گرفته است. الیاف پنبه وقتی در آب قرار می‌گیرد، به علت یونیزه شدن گروه‌های هیدروکسیل، از بار منفی برخوردار می‌شود. بنابراین در طی فرآیند رنگری، نیروی دافعه الکتریکی بین رنگزا و لیف باعث کاهش رمق کشی رنگزا می‌گردد و برای بر طرف کردن دفع بین فیبر و رنگزا، مقادیر زیاد نمک در حمام رنگری، خصوصاً رنگ‌های ری اکتیو استفاده می‌شود. نمک کافی باعث رمق کشی و جذب رنگزا بر سطح الیاف می‌گردد و در بعضی از رنگ‌ها، رمق کشی و تثبیت رنگ ممکن است ۵۰٪ باشد؛ بنابراین فاضلاب، حاوی مقدار قابل توجهی رنگ و نمک است که منجر به مشکلات جدی زیست محیطی می‌شود.

مشخص شده است که اصلاح پنبه قبل از رنگری می‌تواند یک روش ساده و مؤثر در بهبود جذب رنگ فیبر، ارائه دهد و از نیاز به نمک به عنوان الکترولیت موجود در حمام رنگ، جلوگیری کند. اصلاح شیمیایی پنبه برای بهبود رنگری با رنگ‌های مستقیم، ری اکتیو، گوگردی یا خمی، بیشتر به معرفی گروه‌های کاتیونی به الیاف پنبه معطوف شده است. چنین اصلاحاتی، که معمولاً به عنوان کاتیونیزاسیون نامیده می‌شوند، با اصلاح پنبه با مواد شیمیایی کاتیونی با وزن کم مولکولی یا با پلیمرهای کاتیونی (رزین) حاصل می‌شود. اکثر گروه‌های کاتیونی مشتق آمینه‌های کواترنر، سوم یا ثانویه هستند. در رنگری ری اکتیو پنبه کاتیون شده، رنگ‌های آنیونی با بارهای کاتیونی روی فیبر جذب می‌شوند. در نتیجه، راندمان بالاتر تثبیت و کاهش استفاده از نمک (یا بدون) ممکن است حاصل شود. اخیراً، تعدادی از رنگ‌های ری اکتیو حاوی گروه واکنش دهنده کاتیونی در ساختار آنها برای رنگری بدون نمک با رمق کشی و تثبیت فوق العاده، به عنوان رنگ ری اکتیو کاتیونی مورد بررسی قرار گرفته است. گرچه تحقیقات زیادی در

این زمینه چندان برجسته نیست.

محققان انواع مختلفی از معرف‌های کاتیونی را برای کاتیون سازی پنبه بررسی کرده‌اند. هر دو اصلاحات شیمیایی و فیزیکی پنبه با ترکیبات شامل مونومرها و پلیمرها به کار گرفته شدند. ترکیبات اپوکسی، ترکیبات کواترنر نوع کلروترازین، NDDA متیلوکربیل آمید، کولین کلرید و غیره از جمله مونومرهای هستند که معمولاً در اصلاح فیبر پنبه مورد استفاده قرار می‌گیرند.

پلیمرهای مصنوعی، پلی اپی کلرو هیدرین دی متیل آمین، پلیمرهای نوع پلی آمید، اپیکلروهیدرین، پلیمرهای نوع، پلی (۴-وینیل پیریدین) آمونوم کواترنر و پلیمرهای دندریتیک، و بیوپلیمر کیتوسان، نشاسته و مشتقات آنها ترکیبات معمولی هستند که در اصلاح پنبه استفاده می‌شوند. اصلاح شیمیایی پنبه، بیشتر توسط بسیاری از محققان به روش‌های مختلف مورد مطالعه قرار گرفته است، که به طور گسترده در مقالات موجود است.

بیشتر مواد شیمیایی مورد استفاده برای معرفی سایت‌های کاتیونی در پنبه، از لحاظ زیست محیطی ایمن نیستند. با این حال، با بهبود کیفی جذب رنگ بر روی پنبه در صورت عدم وجود نمک یا با افزودن نمک کم، می‌توان این مشکلات را بر طرف کرد.

۲- تجربی

۲-۱- مواد

پارچه پنبه‌ای بافت ساده و سفیدگری شده برای این کار استفاده شده است. کربنات سدیم، اسید استیک و NDDA، N-dimethyl dodecylamine از آزمایشگاهی Merck بودند. رنگزا از Reactive Black DN و کلرید سدیم NaCl از شرکت سمنان ایران و مواد پاک کننده آنیونی از Delisol Ro7 استفاده شده است.

۲-۲- اصلاح پارچه پنبه‌ای با N, N-dimethyl dodecylamine

پارچه پنبه‌ای از قبل سفیدگری شده به مدت ۱ دقیقه در محلول‌ها با غلظت



های مختلف به طور جداگانه خیس شدند (۱ گرم در لیتر، ۲ گرم در لیتر، ۳ گرم در لیتر) فرآیند پد با پیک آپ ۸۰ درصد تکمیل شد. سرانجام، پارچه پنبه ای به مدت ۱۰ دقیقه در دمای ۱۴۰ درجه سانتیگراد خشک شدند.

۲-۳- رنگ‌رزی ری اکتیو

در یک حمام رنگی حاوی ۸% Reactive Black DN با نسبت حمام ۱:۱۵، پارچه پنبه ای با دمای ۳۰ درجه سانتیگراد افزوده شد و دما در مدت ۳۰ دقیقه به ۶۰ درجه سانتیگراد افزایش یافت. سپس ۱۵ گرم در لیتر کربنات سدیم به آن اضافه شد. دمای رنگ‌رزی به مدت ۱۰ دقیقه در ۶۰ درجه سانتیگراد نگه داشته شد، دما با شیب ۱ درجه سانتیگراد در دقیقه به ۸۰ درجه سانتیگراد افزایش یافته و رنگ‌رزی به مدت ۹۰ دقیقه ادامه یافت. برای مقایسه، رنگ‌رزی معمولی بر روی پارچه پنبه ای اصلاح نشده انجام شد. نمونه های رنگ شده در دمای جوش شسته شدند، سپس با محلول حاوی ۱ گرم بر لیتر مواد شوینده غیر یونی و ۱ گرم بر لیتر کربنات سدیم در ۶۰ درجه سانتیگراد به مدت ۱۵ دقیقه شستشو داده شدند و در آخر با آب سرد شستشو داده و هوا خشک شدند.

۲-۴- ارزیابی پارچه پنبه ای رنگ‌رزی شده

طیف سنج انعکاسی در جهت تعیین مشخصه های رنگی کالاهای رنگ‌رزی شده مورد استفاده قرار گرفت. دستگاه طیف سنجی انعکاسی با برخورد دادن نور سفید با طیف کامل رنگی به سطح نمونه، بر اساس طیف های منعکس شده از سطح نمونه، مشخصه های رنگی کالا را ارائه می دهد. در این مقاله از دستگاه طیف سنجی انعکاسی مدل color eye7000A ساخت شرکت X-rite از کشور امریکا، در محدوده مرئی ۴۰۰ الی ۷۰۰ نانومتر استفاده شد. مشخصات رنگی کالاها در فضای رنگی CIE Lab تحت روشنایی استاندارد D65 و مشاهده کننده ۱۰° اندازه گیری و ارزیابی شد.

در این فضای رنگی، L^* بیانگر روشنایی، a^* بیانگر قرمزی سبزی، b^* بیانگر زردی-آبی، c^* بیانگر خلوص رنگی و h نشان دهنده فام رنگی نمونه ها می باشد. با استفاده از رابطه ۱-۲ میزان اختلاف رنگ نمونه ها با نمونه شاهد محاسبه گردید و برای بررسی میزان تابع انعکاس نمونه ها از رابطه ۲-۲، رابطه کیوبلکا مانک استفاده شد. بدین منظور از داده های انعکاسی، مقادیر تابع انعکاس یا k/s هر یک از نمونه ها در طول موج غالب (طول موجی که حداقل انعکاس در آن نشان داده می شود) محاسبه گردید.

در این رابطه، R میزان انعکاس در هر طول موج، K ضریب جذب و S ضریب پراکندگی می باشد.

$$\Delta E^2 = (\Delta a^*)^2 + (\Delta b^*)^2 + (\Delta L^*)^2 \quad (1)$$

$$\frac{K}{S} = \frac{(1-R)^2}{2R} \quad (2)$$

استحکام رنگ (K/S) با استفاده از طیف سنج انعکاسی با حداکثر طول موج جذب اندازه گیری شد. مقدار بالاتر K/S پارچه تیره تر را نشان می دهد و K/S پایین تر، نشان دهنده پارچه روشن تر است.

۲-۵- مشاهده مورفولوژی سطح توسط SEM

برای توصیف تغییرات مورفولوژیکی سطح، از میکروسکوپ الکترونی روبشی استفاده شد، که می تواند تأثیر فرآیند اصلاح بر روی پارچه ها را نشان بدهد.

۲-۶- اندازه گیری ثبات شست و شویی

برای اندازه گیری ثبات رنگزا در برابر شست و شوی هر یک از کالاهای رنگ‌رزی شده، از روش استاندارد ISO 105: A 03:1995 و ISO 105: A -105 استفاده شد. پارچه ها در ابعاد 40×100 میلی متر تهیه شدند. پارچه مورد نظر در بین یک قطعه پارچه سفید پنبه ای (هم جنس) و یک قطعه پارچه پشمی (غیر هم جنس) قرار داده شد و از یک سمت دوخت خورد. سپس شست و شوی با 1 g/l صابون آنیونی و 1 g/l کربنات سدیم در دمای ۸۰ درجه سانتی گراد به مدت ۳۰ دقیقه انجام شد. پس از اتمام شست و شوی کالاها از حمام خارج و با آب سرد شست و شوی داده شد. پارچه ها در دمای ۱۴۰ درجه خشک شدند. تغییر رنگ و اثر لکه گذاری با معیار خاکستری مورد ارزیابی قرار گرفتند.

۳- نتایج و بحث

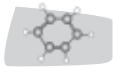
۳-۱- بررسی تاثیر (N، N دی متیل دودسیل آمین) در جذب رنگزای ری اکتیو با غلظت مختلف نمک

در فرایند رنگ‌رزی رملی، بیشتر مولکول های رنگ ری اکتیو به راحتی با جذب بارهای متضاد به پارچه پنبه ای اصلاح شده منتقل می شوند. بار مثبت پنبه اصلاح شده می تواند به طور موقت حرکت آنیون ها، به خصوص آنیون هیدروکسیل را محدود کند و بر این اساس هیدرولیز رنگهای ری اکتیو را کاهش دهد.

بنابراین استفاده از رنگ های ری اکتیو تا حد زیادی بهبود می یابد. قابلیت افزایش رنگ پذیری پارچه اصلاح شده، احتمالاً ناشی از کاهش دافعه کولومبیک بین سطح پارچه و مولکول های رنگ آنیونی در حضور N، N دی متیل دودسیل آمین با بار مثبت بر روی سطح است.

گروه های آمینه با بار کاتیونی ممکن است در جذب کروموسفرهای آنیونی رنگهای ری اکتیو نقش داشته باشند. توانایی بهبود رنگ‌رزی به دلیل وجود گروه آمین موجود از N، N دی متیل دودسیل آمین است که تمایل به بهبود ساختار سلولزیک دارد.

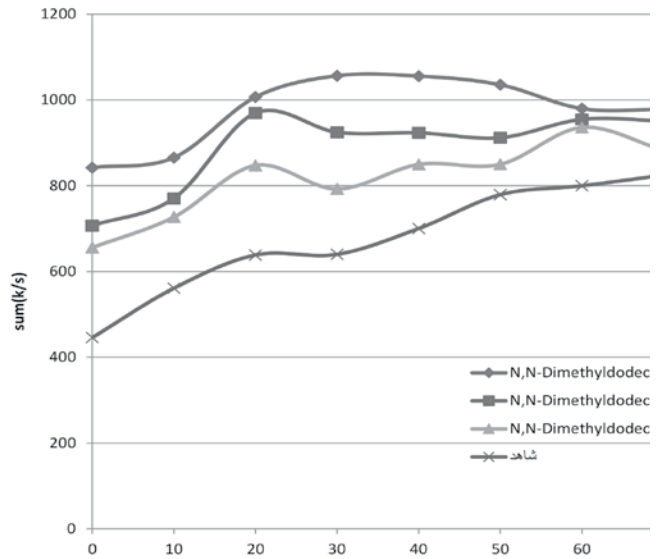
شکل ۱ تاثیر N، N دی متیل دودسیل آمین در جذب رنگزای ری اکتیو با مقادیر مختلف نمک بر روی پارچه پنبه ای را نشان می دهد. رنگ‌رزی بدون نمک و در حضور ۱٪ ماده آلی (N، N دی متیل دودسیل آمین) مقدار نسبتاً خوب $\sum (k/s) = 655$ را نشان داد.



نشان می‌دهد که این لایه مثبت ایجاد شده، به خوبی روی سطح پارچه پنبه ای منتقل شده است و نتیجه موفقیت آمیزی را در رابطه با جذب رنگزای ری اکتیو با حذف نمک و یا کاهش آن بدست آورده است.

با افزایش غلظت نمک، سرعت افزایش $\sum(k/s)$ در نمونه عمل شده، افزایش یافته است. دلیل این اتفاق را می‌توان اینگونه بیان کرد که وقتی غلظت نمک در حمام رنگرزی کم است، سایت های مثبت ایجاد شده توسط N,N دی متیل دودسیل آمین روی سطح پنبه پوشانده شده است و در نتیجه رنگزا به خوبی جذب پنبه شده است و به این ترتیب مقادیر $\sum(k/s)$ در غلظت های بالاتر نمک برای نمونه اصلاح شده بیشتر از نمونه عمل نشده می باشد و نمونه عمل شده با ۳ درصد ماده N,N دی متیل دودسیل آمین (به همراه ۲۰ گرم در لیتر نمک مقدار $\sum(k/s)=1006.7$ گزارش شده است و نتیجه دیگر اینکه هر چه غلظت ماده N,N دی متیل دودسیل آمین بیشتر شد $\sum(k/s)$ نیز افزایش یافت و این نتیجه حاصل جذب بیشتر رنگزا بر روی کالا می باشد.

این نتایج نشان می‌دهد رنگرزی ری اکتیو در حضور ماده آلی N,N دی متیل دودسیل آمین را می‌توان بدون حضور نمک انجام داد و برای افزایش جذب بیشتر رنگزا و یا عمق رنگی بیشتر، از ۲۰ گرم بر لیتر نمک استفاده نمود. جدول ۱ مقدار $\sum(k/s)$ پارچه رنگرزی شده با ۸ درصد رنگزای ری اکتیو بلک دی ان را نشان می‌دهد.

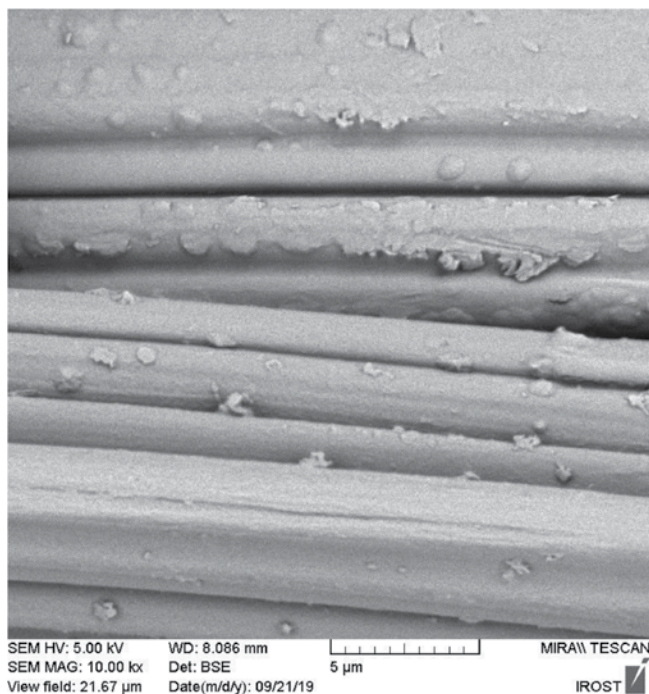


شکل ۱- تاثیر N,N دی متیل دودسیل آمین در جذب رنگزای ری اکتیو بلک دی ان بر روی پارچه پنبه‌ای

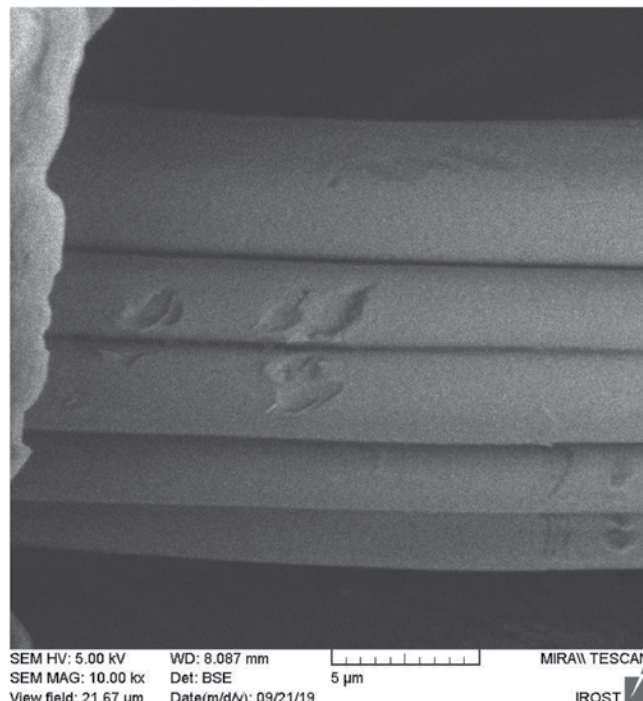
با افزایش غلظت N,N دی متیل دودسیل آمین تا ۳٪ این مقدار بدون حضور نمک به $\sum(k/s) = 842$ رسید، در حالیکه نمونه شاهد با ۱۰۰ گرم در لیتر نمک مقدار $\sum(k/s) = 868$ را ارائه داده است. نتایج بدست آمده

جدول ۳-۳- مقدار $\sum(k/s)$ پارچه پنبه ای رنگرزی شده با ۸ درصد رنگزای ری اکتیو بلک دی ان

N,N-Dimethyldodecylamine Concentration (%)	NaCl Concentration (g/l)	ΔE	Sum(k/s)
1	0	4.2	655
1	10	2.86	727
1	20	2.92	847
1	30	2.19	792
1	40	1.81	849
1	50	0.96	849
1	60	1.76	935
1	70	0.87	882
2	0	4.96	706
2	10	3.41	770
2	20	4.23	969
2	30	3.63	924
2	40	2.75	923
2	50	2.08	911
2	60	1.93	954
2	70	1.72	951
3	0	6.61	842
3	10	4.23	865
3	20	4.6	1006
3	30	4.78	1056
3	40	4.36	1055
3	50	3.02	1035
3	60	2.1	979
3	70	1.72	978



شکل ۳- پارچه پنبه‌ای سفیدگری شده و اصلاح شده و رنگریزی شده



شکل ۲- پارچه پنبه‌ای سفیدگری شده

توسط پیوند کووالانسی است زیرا هیچ رنگی از نمونه رنگ شده، خارج نمی‌شود؛ این امر از طریق ویژگی‌های ثبات نشان می‌دهد.

۴- نتیجه‌گیری

پارچه‌های پنبه‌ای با ۱،۲، ۳ گرم در لیتر ماده کاتیونی N، N دی متیل دودسیل آمین اصلاح شد. کربنات سدیم ۱۵ گرم در لیتر برای رنگریزی پنبه کاتیونی با ۸% Reactive Black DN مناسب بود.

مقادیر K/S و میزان تثبیت رنگ پارچه پنبه‌ای کاتیونی رنگ شده در مقایسه با پارچه پنبه‌ای اصلاح نشده افزایش یافته است. شستشوی پارچه پنبه‌ای رنگی به ترتیب برابر و بیش از ۴-۵ درجه بود.

تصاویر SEM نشان داد که مواد N، N-دی متیل دودسیل آمین به طور تصادفی توزیع و یک فیلم مداوم بر روی سطوح فیبر پنبه کاتیونی تشکیل نمی‌دهد. با استفاده از روش اصلاح پنبه، مزایای زیر مشاهده شد:

- حذف نمک به عنوان الکترولیت
- حداکثر تثبیت رنگ
- حداقل هیدرولیز رنگ
- صرفه جویی در هزینه‌های فرآیند رنگریزی
- زیست سازگار با محیط زیست

پی‌نوشت

- ۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه گیلان
- ۲- عضو هیئت علمی دانشکده نساجی، دانشگاه گیلان

۳-۲- بررسی ساختار سطح پنبه با استفاده از میکروسکوپ الکترونی روبشی ساختار سطح پنبه با استفاده از میکروسکوپ الکترونی روبشی مورد بررسی قرار گرفت تا تأثیر بهبود سطح فعال کاتیونی در مورفولوژی سطح در مقیاس میکرو ارزیابی شود. شکل ۲ یک میکروگراف سطح پارچه پنبه‌ای اصلاح نشده را نشان می‌دهد که دارای سیستمی به صورت روبان و میله‌های موازی و دارای سطح صاف است.

شکل ۳ میکروگراف سطح پارچه پنبه‌ای اصلاح شده است که سطح ناصاف و خشن را نشان می‌دهد. با توجه به میکروگراف‌های الیاف اصلاح شده می‌توان نتیجه گرفت که هیچ تغییر اساسی در مورفولوژی سطح وجود ندارد. و واضح است که ماده آلی سطح پارچه پنبه‌ای را پوشانده شده است و ماده N، N دی متیل دودسیل آمین در سطح فیبر پنبه اصلاح شده وجود دارد.

۳-۳- ارزیابی ثبات شست و شویی نهایی پارچه پنبه‌ای رنگریزی شده برای اندازه‌گیری ثبات شست و شویی پارچه‌های رنگریزی شده از روش استاندارد، استفاده شد. پس از پایان شست‌وشوی و خشک کردن نمونه‌ها با مقیاس خاکستری (grey scale) و میزان لکه‌گذاری روی نمونه‌های همجنس و غیر همجنس ارزیابی شد.

در مقیاس خاکستری و لکه‌گذاری عدد ۱ نشان دهنده کمترین ثبات و عدد ۵ نشان دهنده بالاترین ثبات می‌باشد. طی تحقیقات انجام شده، پارچه پنبه‌ای اصلاح شده و رنگریزی شده با رنگزای ری‌اکتیو بلک دی ان، ثبات شست‌وشویی ۵ را نشان داد.

بنابراین اتصال مولکول‌های رنگی بر روی بستر پارچه پنبه‌ای اصلاح شده

پیمان سبز (استراتژی اتحادیه اروپا برای منسوجات پایدار)

نویسنده: تهمینه مولانا

رقابت، پایداری و انعطاف‌پذیری بخش نساجی اتحادیه اروپا روشن شده بود که همزمان به تأثیرات زیست محیطی و اجتماعی صنعت نساجی اشاره می‌کرد. علاوه بر مقررات مدون، در این نقشه راه، نحوه حمایت از حقوق بشر و اهتمام لازم در سراسر زنجیره تامین نیز مطرح گردیده بود و نکته جالب اینکه طی چندماه، نظر خواهی عمومی جهت تصویب نهایی، نسبت به این برنامه باز بود.

چالش‌های زیست محیطی

نخ و الیاف

پلی‌استر - همانطور که می‌دانید، پلی‌استر که از سوخت‌های فسیلی ساخته شده و زیست تخریب‌پذیر است، ۱۶ درصد الیاف مصرفی را تشکیل می‌دهد. مزایای اصلی آن این است که بر خلاف پنبه، ردپای آب کمتری دارد، در دمای پایین شسته می‌شود، سریع خشک می‌شود و نیاز کمتری به اتو کردن دارد. لیکن تحقیقات نشان داده که هر وعده شستشو البسه پلی‌استر، نایلون یا اکریلیک می‌توانند معادل ۷۰۰ هزار فیبر میکرو پلاستیک ایجاد کنند که احتمال ورود آن به چرخه خوراک انسان وجود دارد. برآوردها مشخص کرده هر ساله حدود نیم میلیون تن میکرو فیبر پلاستیک از شستشوی البسه وارد اقیانوس می‌گردد. صنعت نساجی در حال حاضر، پلی‌استر با پایه زیستی را بررسی می‌کند که به آن بیوسینتتیک هم اطلاق می‌شود و عمدتاً از منابع تجدیدپذیر تهیه می‌گردد، منابعی همچون نشاسته و لیبیدهای حاصل از ذرت، نیشکر، چغندر یا روغن‌های گیاهی و در این اثنا توجه به دو نکته ضروری است؛ اول پیدا کردن مواد اولیه که با مواد غذایی در رقابت و تداخل نباشند و دوم نیاز زیادی به آب و آفت‌کش‌ها در فرآیند رشد نداشته باشند.

الیاف سلولزی - سلولزهای مصنوعی^۵ مشتق شده از سلولز خمیر چوب درختان، حدود ۹ درصد از الیاف مورد استفاده لباس در بازار اتحادیه اروپا را تشکیل می‌دهند. ویسکوز بیشتر از همه مورد استفاده است. الیافی معروف به ابریشم مصنوعی نیز زیست تخریب‌پذیر است. صنعت نساجی با چالش قابل توجهی جهت تامین الیاف سلولزی پایدار روبه می‌باشد، چنانچه تولید جهانی این الیاف از سال ۱۹۹۰ تا کنون بیش از دو برابر بوده و طبیعی است مواد نوآورانه نیز مورد آزمایش و بهره‌برداری قرار گرفته‌اند. مثلاً لیوسل، که با نام تجاری Tencel شناخته می‌شود، از سلولز اکالیپتوس تهیه می‌گردد، به سرعت رشد می‌کند و نیازی به آبیاری یا آفت‌کش ندارد. پیناتکس نیز نمونه بسیار جدیدی از محصولات غیر قابل تجزیه‌زیستی، از برگ آناناس تهیه می‌گردد.

فرآوری و تولید لباس

ریسندگی نخ، بافتن پارچه و استفاده از تکنیک‌های تکمیل پارچه از جمله رنگرزی یا استحکام و درخشندگی پارچه، فرآیندهای انرژی بر محسوب می‌گردند به طوری که رنگرزی می‌تواند تا ۱۵۰ لیتر آب در هر کیلوگرم نیاز داشته باشد. بالغ بر از ۱۹۰۰ نوع ماده شیمیایی در این فرآیندها استفاده می‌شوند. متأسفانه حجم بالایی از تولید پارچه در کشورهای در حال توسعه انجام می‌گردد که قوانین زیست محیطی در آنها به اندازه اتحادیه اروپا سختگیرانه نیست. در مرحله تهیه مواد اولیه - راهکارهای کاهش اثرات زیست محیطی فرآیند تولید، از جمله کاهش مصرف مواد شیمیایی، جایگزینی آنها با آنزیم‌ها، بهره‌گیری از ماشین‌آلات رنگرزی

موافقتنامه سران و رهبران کشورهای عضو اتحادیه اروپا در قالب کمیسیون اروپا، «پیمان سبز» نام دارد که مشمول بر عملکردهای هماهنگ و گسترده‌شان تا سال ۲۰۵۰، در راستای رسیدن به پایداری و خاتمه مصرف سوخت‌های فسیلی در منطقه اروپا می‌گردد. لیکن در این جا تمرکز ما بر پایداری در بخش نساجی و پوشاک خواهد بود. طی چند دهه اخیر، میزان پوشاک خریداری شده در اتحادیه اروپا ۴۰ درصد افزایش داشته و علت آن نیز به روشنی در کاهش قیمت‌ها و سرعت رسیدن محصول به دست مصرف‌کننده نهفته است. براساس پژوهش‌ها در اروپا، بین ۲ تا ۱۰ درصد از تأثیرات منفی زیست محیطی را پوشاک برجای می‌گذارد. البته این تأثیرات بیشتر بر کشورهای سوم وارد است. یعنی مناطقی که عمده فرآیند تولید در آنها شکل می‌گیرد. بدیهی است که مراحل تولید مواد خام، ریسندگی الیاف، بافندگی پارچه و رنگرزی نیازمند حجم بالایی از آب و مواد شیمیایی هستند، ضمن اینکه مضرات آفت‌کش‌ها در حین کشت پنبه را نیز نباید از قلم انداخت. از دیگر سو، مصرف‌کنندگان با مصرف بالای آب و انرژی، مواد شوینده، خشک‌شویی و اتو کشی، همچنین دور ریز میکروپلاستیک‌ها در آلودگی محیط زیست نقش به‌سزایی دارند.

در نهایت، کمتر از نیمی از پوشاک دست دوم به هدف استفاده مجدد یا بازیافت جمع‌آوری شده، بازیافت می‌شوند، یا به واسطه تکنولوژی‌های نوین که امکان بازیافت پوشاک را به نخ خام میسر ساخته‌اند، چیزی حدود یک درصد به لباس تازه تبدیل می‌گردند. در برنامه اجرایی اقتصاد چرخه‌ای سال ۲۰۲۰، کمیسیون اروپا خبر از اجرایی شدن استراتژی نساجی اتحادیه اروپا در ۲۰۲۱ داد. چراکه صنعت نساجی به عنوان یکی از حوزه‌های مهم، آنهم به علت استفاده بالا از منابع و تأثیرات مخرب بر محیط زیست، در الویت قرار دارد. براساس گزارش آژانس محیط زیست اروپا^۶ EEA وقتی نوبت به مصرف خانگی در اتحادیه می‌رسد، مجموعه‌ای مشتمل بر لباس و کفش و انواع منسوجات خانگی، یکی از چهار آلوده‌کننده محیط زیست پس از غذا، مسکن و حمل و نقل محسوب می‌شوند، همچنین پنجمین منشاء نشر گازهای گلخانه‌ای هستند. باز تاکید می‌کنیم که بیشتر تأثیرات متوجه مناطق تولید است که عمدتاً نیز در خارج از اروپا قرار دارند. قابل ذکر اینکه نساجی اتحادیه اروپا ۱,۷ میلیون شاغل در ۱۷۶ هزار شرکت را پوشش داده است. در برنامه اجرایی اقتصاد چرخه‌ای، استراتژی نساجی اتحادیه بر طبق تعریف کمیسیون اروپا شامل مقررات زیر می‌باشد:

- به‌کارگیری روش‌های نوین تولید محصول پایدار، طراحی دوست‌دار محیط زیست و میسر برای بازیافت، حذف هرگونه مواد شیمیایی مضر، تقویت کسب و کارها و اطمینان از انتخاب منسوجات پایدار توسط مصرف‌کننده و دسترسی آسان به استفاده مجدد و ترمیم محصول. - بهبود فضای قانونگذاری و حمایت کسب و کارها؛ برای تولید و عرضه منسوجات پایدار و چرخه، تولید مواد خام چرخه‌ای و همکاری‌های بین‌المللی باهدف شفافیت روزافزون فرآیند تولید. - اجرایی ساختن دستورالعمل پسماند؛ برای مدیریت زباله و بازیافت. براساس این دستورالعمل تا سال ۲۰۲۵، کشورهای عضو، ملزم به راه اندازی مجموعه‌های جداگانه از دورریز منسوجات خود خواهند بود.

در ژانویه ۲۰۲۱، کمیسیون مذکور، نقشه راهی را منتشر ساخت که استراتژی برای چهارماه سوم ۲۰۲۱ مشخص می‌کرد. بر طبق این نقشه راه، شرایط و مشوق‌ها در جهت بالابردن

که به آب کمتری نیاز دارند و روش‌های بازیافت آب در نظر گرفته شده است. برخی از شرکت‌ها در حال آزمایش فرآیندهای رنگرزی جدید هستند، مانند استفاده از CO₂ به عنوان محیط رنگرزی به جای آب. در مرحله تولید پوشاک-ابزارهای کامپیوتری کنترل شده برای الگوسازی، طراحی لباس یکپارچه، بدون نیاز به برش و خیاطی مفصل، برش با ابزارهای جدید و صرفه‌جویی در دورریز پارچه، لباس‌های بدون درز یا با درز کمتر، بهره‌گیری از شیوه‌های چسباندن به جای دوخت، تکنولوژی‌های پیشرفته چاپ و نظیر آن.

انتقال و تحویل

عمدتاً هم مواد خام نساجی و هم محصولات نهایی به اتحادیه اروپا ارسال می‌شوند که به معنای مسیر طولانی تحویل تلقی می‌گردد. در مسیر انتقال به مقاصد مختلف در منطقه اروپا، مصرف سوخت، استهلاک وسایل نقلیه، آلودگی هوا، پسماندهای حاصل از بسته‌بندی، برچسب‌ها، چوب لباسی‌ها، ساک‌های محتوی کالا و نهایتاً پوشاک باقیمانده یا فروخته نشده و موارد دیگر، تأثیرات منفی بر محیط زیست و بازدارنده‌های چرخه پایدار به شمار می‌روند.

عادات مصرف کننده

شاید بتوان مرحله مصرف را واضح‌ترین ردپای زیست محیطی معرفی نمود. با توجه به صرف آب و انرژی و دورریز فراوان، ایجاد میکرو پلاستیک‌ها در حین شستشو، خشک کردن و اتو کردن البسه، متقاعد کردن مصرف کنندگان به ایجاد تغییراتی در سبک نگهداری و استفاده از پوشاک، گامی حیاتی در کاهش اثرات زیست محیطی مخرب خواهد بود. تغییراتی همچون؛ کم کردن درجه حرارت آب، شستشو با بار کامل ماشین لباسشویی، اجتناب از خشک‌کن، خرید الیاف دوستدار محیط زیست و اهدای پوشاکی که دیگر استفاده نمی‌شوند. ضمن اینکه کاهش دفعات شستشو و پرهیز از اتو کشی غیر ضروری هم موثر می‌باشند.

پایان زندگی پوشاک

اطلاعات کافی و مستندات مدونی مرتبط با عاقبت پوشاک مستعمل، حتی در اتحادیه اروپا در دسترس نیست. به نظر می‌رسد اکثر لباس‌ها در اتحادیه اروپا دور ریخته و سوزانده می‌شوند، بابه محل دفن زباله (که در آن متان آزاد می‌کنند) ختم می‌شوند. از طرفی باید مشخص شود چه حجم از لباس‌های جمع‌آوری شده قابل استفاده مجدد و چه حجم غیر قابل استفاده مجدد هستند. پس از جمع‌آوری لباس‌ها، چه مقدار به عنوان لباس دست دوم هنوز قابل استفاده خواهند بود یا لازم است روانه مرحله بازیافت گردند. اساساً بازیافت با مشکلات متعددی مواجه است و نتیجه این شده که نه فقط در اروپا، بلکه در سطح جهانی صرفاً یک درصد از مواد به کار رفته در لباس به‌گونه‌ای بازیافت گردند که دوباره از آن لباس جدید تهیه شود. به این معنا که تکنولوژی در این موضوع ویژه با کاستی‌های زیادی مواجه می‌باشد. مراحل مرتب کردن البسه جمع‌آوری شده، جدا کردن الیاف مخلوط در آن‌ها، جداسازی موادشیمیایی از الیاف از جمله رنگ، جای کار زیادی دارد ضمن اینکه شماری از راهکارها مورد نیازند مثلاً تعیین اینکه کدام ماده شیمیایی در وهله نخست در تولید استفاده شده است. بعضی الیاف هم که کیفیت پایین تری دارند اصولاً فاقد پتانسیل بازیافت به الیاف پوشاک هستند و پس از بازیافت در مواردی همچون عایق‌سازی به کار گرفته می‌شوند. البته پیشرفت‌هایی در تکنولوژی بازیافت شیمیایی ایجاد شده تا مواد خام برای پلی استر و نایلون میسر شوند اما هنوز از لحاظ اقتصادی جهت تولید عمده مقرون به صرفه نیستند.

راهکارهای احتمالی پیشرفت

نسب، امرین

۷۰ شماره ۲۲۵ | آذر ۱۴۰۰

شرکت‌های صاحب نام پوشاک ورزشی و برندهای مشهور مد همواره در سرمایه‌گذاری تکنولوژی‌های جدید پیشرو هستند. بسیاری از شرکت‌های متوسط و fast fashion‌ها هم برای بقا در عرصه کسب و کار اقدامات قابل توجهی را در راستای پایداری پیگیری می‌کنند. باید پذیرفت که مسیری دشوار در پیش رو است زیرا برای مثال، تلاش به‌منظور کاهش اثرات زیست محیطی ممکن است منجر به افزایش قیمت برای مصرف کنندگان و نیز متقاعد کردن مصرف‌کنندگان برای خرید لباس‌های کمتر گردد.

علی‌رغم هزینه بر بودن راهکارهای بازیافت و همسو شدن با جریان پایداری، اگر موسسات تولیدکننده اقدامات عملی را دنبال نکنند به طور یقین از میدان رقابت کنار خواهند رفت.

آینده و هدف قراردادن مصرف کنندگان

مستراً از راهکارهای تولید و بازیافت مانند استفاده از پارچه‌هایی با ترکیب الیاف پایدارتر مانند پنبه معمولی، توسعه روش‌های جمع‌آوری و مرتب‌سازی جهت بازیافت، بهبود مراحل شستشو و خشک کردن مواد در حین بازیافت، افزایش بهره‌وری از انرژی‌های تجدیدپذیر در فرآیندها صحبت می‌شود. حال بدنیست به بهینه‌سازی چرخه زندگی پوشاک و افزایش کارایی آنها هم اشاره کنیم. تلاش برای پایدارتر کردن پوشاک مستلزم پذیرش توسط مصرف‌کنندگان به واسطه تدابیر افزایش آگاهی میسر خواهد گشت. تحقیقات نشان می‌دهند که مصرف‌کنندگان عموماً طرفدار محیط زیست می‌باشند. اما این گرایش عملاً در رفتارهای خرید آنها منعکس نمی‌شود. باید توجه داشت که عواملی مثل قیمت بالاتر، مصرف‌کنندگان را از مد پایدار دور می‌کنند. در آگاهی‌رسانی به مصرف‌کنندگان؛ افزایش شفافیت و برچسب‌های استاندارد محصولات سازگار با محیط زیست به طور یقین موثر شمرده می‌شوند.

همچنین درج دستورالعمل‌های شستشو و خشک کردن نیز سودمند هستند. گسترش ایده «مدآهسته»^۶ به جای «مدسریع»^۷ مدت‌هاست که توسط جریان‌های طرفدار محیط زیست پیگیری می‌شود. مد آهسته تلاشی برای قانع کردن مصرف‌کنندگان است تا لباس‌های کمتر با کیفیت مرغوب‌تر خریداری نموده و برای مدت طولانی‌تری نگاه دارند. در اروپا بازار بزرگی از اجاره لباس پدید آمده، برخی از برندها و تولیدکنندگان مانند Drex code اکنون خدمات اجاره لباس به جای فروش را در خدمات بازار پوشاک قرارداده‌اند. حتی این اجاره در مقاطع ماهیانه امکان‌پذیر است، پس مصرف‌کننده بدون خرید لباس جدید قادر خواهد بود تا کم‌لباس‌هایش را به طور مرتب تغییر دهد.

برندهایی مانند Filippa K نیز با فروش لباس‌های مستعمل خود در مغازه‌های معمولی، حرکت تازه‌ای را شروع کرده است. مدهوشمند، چشم‌انداز امیدبخشی را در پیش‌روی صنعت قرار داده است. در تکنولوژی نوین، ضایعات به‌طرز چشمگیری کاهش یافته‌اند چون منطبق با خواسته‌های مصرف‌کننده فقط یک نسخه از لباس تهیه می‌شود و همزمان با روش‌هایی مانند چاپ سه‌بعدی، محصولی کامل و مطلوب در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌گیرد. مد چرخه‌ای^۸ همانند اقتصاد چرخه‌ای هدفی ندارد جز به حداقل رسانیدن دورریز و راهی است اجتناب‌ناپذیر برای نجات کره زمین.

منابع:

European Parliamentary Research Service
ec.europa.eu

- 1-European Commission
- 2-Green Deal
- 3-EEA: European Environment Agency
- 4-Framework Waste

- 5-manmade cellulosic
- 6- slow fashion
- 7-fast fashion
- 8-Circular fashion

قواعد بازار پنبه و چشم انداز قیمت

ترجمه: آزاده موحد

قیمت های جهانی پنبه در مقایسه با ماه گذشته همچنان در حال طی کردن مسیر صعودی است. و با توجه به شرایط اقلیمی و بارندگی های سالهای اخیر، میزان کشت و برداشت پنبه دنیا با تغییراتی همراه بوده است. سرمایه گذاری های کشور ازبکستان در صنعت نساجی و بخصوص صنایع ریسندگی و حمایت های دولت از این صنعت در جهت ایجاد ارزش افزوده سبب شده که ازبکستان که همواره یکی از بزرگترین تامین کنندگان پنبه ایران بود اکنون صادرات پنبه خود به ایران را متوقف نماید. اجرای قانون انتزاع و انتقال ثبت سفارشات پنبه از وزارت صنعت معدن و تجارت به وزارت جهادکشاورزی از دیگر مشکلات ایجاد شده در ثبت سفارشات پنبه سالجاری بود که دقیقا در فصل برداشت و معاملات صورت گرفت و باعث شد خریداران ایرانی نتوانند همچون رقبای خود در بازار خرید حضور یابند بطوری که بسیاری از خریداران پنبه خود را به یکماه تاخیر و با نرخ های بالاتر خرید نمودند. مشکلات قرنطینه ای و سخت گیری های سازمان حفظ نباتات از جمله دیگر مشکلات خریداران پنبه کشور است که محدودیت های زیادی را در خرید پنبه از اقصی نقاط دنیا ایجاد نموده است. آنچه ذیلا میخوانید یادداشت با عنوان قواعد بازار پنبه و چشم انداز قیمت است که اگرچه مربوط به ماههای گذشته است و آمار ماههای اخیر را شامل نمیشود ولی از این دیدگاه که به تحلیل روندهای اخیر در سالهای گذشته پرداخته است میتواند برای فعالین این حوزه کاربردی باشد.

عرضه، تقاضا و دادوستد

عدل می باشد. پیش بینی فعلی از پاکستان حدود نیمی از میانگین محصول برداشت شده در سال های اخیر است (میزان تولید در سال زراعی گذشته پایین و میانگین آن از ۲۰۱۴/۱۵ تا ۲۰۱۷/۱۹، ۸۲ میلیون عدل بوده است). در زمینه مصرف کارخانجات بیشترین تغییرات مربوط به چین (+۵۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۳۸/۵ میلیون عدل)، ترکیه (+۲۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۷/۲ میلیون عدل)، ایالات متحده آمریکا (-۱۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۲/۴ میلیون عدل)، ویتنام (-۱۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۶/۷ میلیون عدل) و اندونزی (-۲۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۲/۷ میلیون عدل) بوده است.

پیش بینی جهانی از میزان داد و ستد پنبه با افزایش ۳۸۰۰۰۰ عدل، ۴۳/۶ میلیون عدل می باشد. از نظر میزان واردات بیشترین تغییرات مربوط به چین (+۵۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۱۰/۵ میلیون عدل)، پاکستان (+۲۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۴/۹ میلیون عدل)، مکزیک (+۱۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۰/۸ میلیون عدل)، ترکیه (+۱۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۴/۵ میلیون عدل)، ویتنام (-۱۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۶/۷ میلیون عدل) و اندونزی (-۲۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۲/۶ میلیون عدل) بوده است. از نظر صادرات بیشترین تغییرات مربوط به ایالات متحده آمریکا (+۲۵۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۱۵/۳ میلیون عدل)، استرالیا (+۱۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۱/۵ میلیون عدل)، مکزیک (+۱۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۰/۳ میلیون عدل) و مالی (-۱۵۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۰/۶ میلیون عدل) بوده است.

جدیدترین گزارش دپارتمان کشاورزی ایالات متحده آمریکا نشان دهنده کاهش تولید جهانی (۱/۰- میلیون عدل و رسیدن آن به ۱۱۲/۹ میلیون عدل) و افزایش اندک مصرف جهانی کارخانجات (+۱۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۱۱۵/۷ میلیون عدل) می باشد. یک سری از بازنگری های جزئی بر روی برآوردهای مربوط به ۲۰۱۹/۲۰ منجر به کاهش اندک در موجودی اولیه پنبه در انبارها پس از برداشت در ۲۰۲۰/۲۱ (۱۴۳۰۰۰- عدل و رسیدن آن به ۹۹/۳ میلیون عدل) شده است. نتیجه نهایی کاهش ۱/۲ میلیون عدلی در مقایسه با پیش بینی موجودی نهایی پنبه در انبار در ۲۰۲۰/۲۱ (رسیدن به ۹۶/۳ میلیون عدل) می باشد.

در سطح کشوری شاهد تغییرات گسترده ای در میزان تولید بوده ایم. بیشترین آن مربوط به ایالات متحده آمریکا بوده که میزان برداشت محصول ۱/۰ میلیون عدل کمتر از مقدار برآورد شده است. این دومین کاهش چشمگیر پیاپی نسبت به میزان پیش بینی شده می باشد (میزان کاهش در ماه گذشته ۱/۲ میلیون عدل بوده است). در حال حاضر پیش بینی برداشت ۱۵/۰ میلیون عدل نشان دهنده کاهش سالانه ۵ میلیون عدلی برای محصول در ایالات متحده آمریکاست.

بازنگری های قابل توجه دیگر برای تولید مربوط به یونان (+۱۵۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۱/۴ میلیون عدل)، استرالیا (+۱۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۲/۵ میلیون عدل)، ترکیه (+۱۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۲/۹ میلیون عدل)، مالی (-۱۱۵۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۰/۳ میلیون عدل) و پاکستان (-۲۰۰۰۰۰ عدل و رسیدن آن به ۴/۳ میلیون



۱- داده های مربوط به قیمت های اخیر

۱۲ ماه گذشته (۲۰ ژانویه-۲۱ دسامبر)	آخرین ماه (دسامبر)	آخرین مقدار (۱۲ ژانویه)	Cents/lb
۶۴/۲	۷۴/۸	۸۱/۷	NY Nearby
۷۱/۹	۸۱/۰	۸۶/۹	A Index
۸۵/۳	۱۰۲/۸	۱۰۷/۵	CC Index
۶۵/۱	۷۲/۲	۷۵/۴	Indian Spot
۶۷/۲	۷۳/۸	۸۰/۶	Pakistani Spot

۲- ترازنامه جهانی

۲۰۲۰/۲۱		۲۰۱۹/۲۰	۴۸۰ میلیون پوند. عدل
ژانویه	دسامبر		
۹۹/۳	۹۹/۴	۸۰/۳	موجودی اولیه
۱۱۲/۹	۱۱۳/۹	۱۲۲/۱	تولید
۱۱۵/۷	۱۱۵/۶	۱۰۲/۶	مصرف کارخانجات
۹۶/۳	۹۷/۵	۹۹/۳	موجودی نهایی
%۸۳/۲	%۸۴/۳	%۹۶/۸	نسبت انبار به مصرف

۳- ترازنامه چین

۲۰۲۰/۲۱		۲۰۱۹/۲۰	۴۸۰ میلیون پوند. عدل
ژانویه	دسامبر		
۳۶/۹	۳۶/۹	۳۵/۷	موجودی اولیه
۲۷/۵	۲۷/۵	۲۷/۲	تولید
۱۰/۵	۱۰/۰	۷/۱	واردات
۳۸/۵	۳۸/۰	۳۳/۰	میزان مصرف کارخانجات
۰/۱	۰/۱	۰/۲	صادرات
۳۶/۳	۳۶/۳	۳۶/۹	موجودی نهایی
%۹۳/۹	%۹۵/۱	%۱۱۱/۳	نسبت انبار به مصرف

۴- ترازنامه جهانی منهای چین

۲۰۲۰/۲۱		۲۰۱۹/۲۰	۴۸۰ میلیون پوند. عدل
ژانویه	دسامبر		
۶۲/۴	۶۲/۵	۴۴/۶	موجودی اولیه
۸۵/۴	۸۶/۴	۹۴/۹	تولید
۰/۱	۰/۱	۰/۲	واردات از چین
۷۷/۲	۷۷/۶	۶۹/۶	میزان مصرف کارخانجات
۱۰/۵	۱۰/۰	۷/۱	صادرات به چین
۶۰/۰	۶۱/۲	۶۲/۴	موجودی نهایی
%۶۸/۴	%۶۹/۹	%۸۱/۳	نسبت انبار به مصرف



چشم انداز قیمت

بالاترین مقدار خود که تا کنون به صورت رسمی اندازه گیری شده، می رسد. پیش بینی میزان مصرف حدود ۵ میلیون عدل کمتر از دوران قبل از پاندمی است (۱۲۰/۲) میلیون عدل در سال ۲۰۲۰/۲۱).

حجم بالای موجودی و مصرف پایین نشان از افزایش ارزش نسبت انبار به مصرف دارد و رقم فعلی (۸۳/۲٪) چهارمین رکورد در دهه های اخیر است. در اوایل دهه ۲۰۰۰ نسبت های انبار به مصرف نزدیک به ۵۰ درصد بیشتر شده بود. بین سال های ۲۰۰۴/۰۵ تا

بازنگری های اخیر دپارتمان کشاورزی ایالات متحده آمریکا ممکن است فاصله بین قیمت ها و برآوردهای مربوط به موجودی نهایی را تا حدی کم کرده باشد اما بین آن ها همواره یک شکاف باقی خواهد ماند. از ماه اوت پیش بینی دپارتمان کشاورزی برای موجودی نهایی ۲۰۲۰/۲۱ از ۱۰۴/۹ میلیون عدل به ۹۶/۳ میلیون عدل افت پیدا کرده است. با این وجود در جدیدترین گزارش این دپارتمان پیش بینی شده است که حجم موجودی نهایی به چهارمین

۵- تولید پنبه در جهان

۲۰۲۰/۲۱		۲۰۱۹/۲۰	۴۸۰ میلیون پوند. عدل
ژانویه	دسامبر		
۲۹/۵	۲۹/۵	۲۹/۵	هند
۲۷/۵	۲۷/۵	۲۷/۳	چین
۱۵/۰	۱۵/۹	۱۹/۹	ایالات متحده آمریکا
۱۲/۰	۱۲/۰	۱۳/۸	برزیل
۴/۳	۴/۵	۶/۲	پاکستان
۲۴/۶	۲۴/۵	۲۵/۵	سایر نقاط جهان
۱۱۲/۹	۱۱۳/۹	۱۲۲/۱	جهان

۶- میزان مصرف کارخانجات در جهان

۲۰۲۰/۲۱		۲۰۱۹/۲۰	۴۸۰ میلیون پوند. عدل
ژانویه	دسامبر		
۳۸/۵	۳۸/۰	۳۳/۰	چین
۲۴/۰	۲۴/۰	۲۰/۰	هند
۱۰/۰	۱۰/۰	۹/۲	پاکستان
۷/۳	۷/۳	۶/۹	بنگلادش
۷/۲	۷/۰	۶/۶	ترکیه
۲۸/۷	۲۹/۳	۲۶/۹	سایر نقاط جهان
۱۱۵/۷	۱۱۵/۶	۱۰۲/۶	جهان

۷- صادرات پنبه در جهان

۲۰۲۰/۲۱		۲۰۱۹/۲۰	۴۸۰ میلیون پوند. عدل
ژانویه	دسامبر		
۱۵/۳	۱۵/۰	۱۵/۵	ایالات متحده آمریکا
۱۰/۰	۱۰/۰	۸/۹	برزیل
۵/۰	۵/۰	۳/۲	هند
۱/۵	۱/۴	۱/۴	استرالیا
۱/۴	۱/۴	۱/۲	جمهوری بنین
۱۰/۵	۱۰/۵	۱۱/۰	سایر نقاط جهان
۴۳/۶	۴۳/۲	۴۱/۲	جهان



زراعی برای NY Nearby از ۷۲/۹ تا ۷۴/۴ cents/lb بوده است. نسبت انبار به مصرف پایین تر و قیمت های کمتر در سال های اخیر نشان می دهد که چگونه ممکن است قیمت ها فراتر از محدوده قابل توجیه توسط برآوردهای فعلی از عرضه و تقاضا افزایش پیدا کرده باشد. با این وجود احتمالاً انجام تجدید نظرهای بیشتر بر روی عرضه و تقاضا ضروری به نظر می رسد. علاوه بر آن ممکن است اصلاح نزولی نیز در قیمت ها اتفاق بیفتد. با این حال افزایش اخیر در قیمت های پنبه می تواند بر تصمیم گیری های مربوط به کشاورزی در سال زراعی پیش رو (۲۰۲۱/۲۲) تاثیرگذار باشد. بر اساس مطالعه ای که اخیراً توسط یک نشریه بازرگانی بر روی پرورش دهندگان پنبه در ایالات متحده آمریکا انجام شده، سطح زیر کشت این کشور در سال مالی آینده می تواند تا حدود ۵ درصد کاهش پیدا کند. شورای ملی پنبه در نشست سالانه خود (۱۴-۱۲ فوریه) نتایج مطالعات بر روی اهداف پرورش دهندگان پنبه در آمریکا را منتشر خواهد کرد. دپارتمان کشاورزی آمریکا نیز در بزرگ ترین گردهمایی سالانه خود (AOF) در روزهای ۱۸ و ۱۹ فوریه، برآوردهای اولیه از عرضه و تقاضای جهانی در سال ۲۰۲۱/۲۲ را ارایه خواهد داد.

۲۰۰۶/۰۷ زمانی که میانگین موجودی به استفاده، ۵۳/۲ درصد بود، میانگین NY Nearby، cents/lb ۵۱/۲ بوده است (معادل ۶۸/۹ cents/lb) با توجه به ارزش فعلی دلار و فرض ۲ درصد تورم سالیانه). ارزش فعلی NY Nearby، cents/lb ۸۲ و نسبت فعلی انبار به مصرف، ۸۳/۲ درصد می باشد. در آن زمان تغییرات مهمی در بازار رخ داد برای مثال افزایش تولید در برزیل. موجودی نهایی به صورت حجم پنبه در دسترس در پایان ماه ژوئیه تعریف می شود. زمان برداشت در برزیل (نیمکره جنوبی) باعث می شود تقریباً تمامی محصولات آن به عنوان موجودی نهایی در نظر گرفته شوند. دپارتمان کشاورزی آمریکا پس از افزایش قیمت در سال ۲۰۱۰/۱۱، در تخمین های خود از موجودی هند تجدید نظر کرد و آن را افزایش داد. این امر به مدت چندین سال باعث تخمین بیش از اندازه از موجودی هند شد. پس از جبران افزایش ۶ میلیون عدلی محصول در برزیل در طول پانزده سال گذشته و امکان کاهش موجودی هند به همان میزان، برآوردهای جهانی از موجودی باعث شد تا نسبت انبار به مصرف به ۷۲/۸ درصد برسد. این نسبت در جهان بین سال های ۲۰۱۶/۱۷ و ۲۰۱۸/۱۹ کمتر از ۷۰/۰ درصد بوده است (بین ۶۶/۰ درصد و ۶۹/۱ درصد در این سه سال زراعی). در این دوران میانگین های سال

۸- واردات پنبه در جهان

۲۰۲۰/۲۱		۲۰۱۹/۲۰		۴۸۰ میلیون پوند. عدل
ژانویه	دسامبر	ژانویه	دسامبر	
۱۰/۵	۱۰/۰	۷/۱	۷/۱	چین
۶/۹	۶/۹	۷/۵	۷/۵	بنگلادش
۶/۷	۶/۸	۶/۵	۶/۵	ویتنام
۴/۹	۴/۷	۴/۰	۴/۰	پاکستان
۴/۵	۴/۴	۴/۷	۴/۷	ترکیه
۱۰/۰	۱۰/۴	۱۰/۹	۱۰/۹	سایر نقاط جهان
۴۳/۵	۴۳/۲	۴۰/۷	۴۰/۷	جهان

۹- موجودی نهایی پنبه جهان

۲۰۲۰/۲۱		۲۰۱۹/۲۰		۴۸۰ میلیون پوند. عدل
ژانویه	دسامبر	ژانویه	دسامبر	
۳۶/۳	۳۶/۳	۳۶/۹	۳۶/۹	چین
۱۳/۴	۱۳/۴	۱۴/۴	۱۴/۴	برزیل
۱۹/۴	۱۹/۴	۱۷/۹	۱۷/۹	هند
۴/۶	۵/۷	۷/۳	۷/۳	ایالات متحده آمریکا
۲/۵	۲/۵	۳/۴	۳/۴	پاکستان
۲۰/۱	۲۰/۲	۱۹/۴	۱۹/۴	سایر نقاط جهان
۹۶/۳	۹۷/۵	۹۹/۳	۹۹/۳	جهان



نمودارها

۱۰- ترازنامه جهانی

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	۲۸۰ میلیون یوند. عدل
زانویه	دسامبر					
۹۹/۳	۹۹/۴	۸۰/۳	۸۱/۱	۸۰/۳	۹۰/۳	موجودی اولیه
۱۱۲/۹	۱۱۳/۹	۱۲۲/۱	۱۱۸/۶	۱۲۴/۰	۱۰۶/۷	تولید
۲۱۲/۱	۲۱۳/۳	۲۰۲/۴	۱۹۹/۷	۲۰۴/۳	۱۹۷/۰	عرضه
۱۱۵/۷	۱۱۵/۶	۱۰۲/۶	۱۲۰/۲	۱۲۲/۹	۱۱۶/۳	مصرف کارخانجات
۹۶/۳	۹۷/۵	۹۹/۳	۸۰/۳	۸۱/۱	۸۰/۳	موجودی نهایی
%۸۳/۲	%۸۴/۳	%۹۶/۸	%۶۶/۸	%۶۶/۰	%۶۹/۱	نسبت انبار به مصرف

۱۱- ترازنامه چین

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	۲۸۰ میلیون یوند. عدل
زانویه	دسامبر					
۳۶/۹	۳۶/۹	۳۵/۷	۳۸/۰	۴۵/۹	۵۶/۷	موجودی اولیه
۲۷/۵	۲۷/۵	۲۷/۳	۲۷/۸	۲۷/۵	۲۲/۸	تولید
۱۰/۵	۱۰/۰	۷/۱	۹/۶	۵/۷	۵/۰	واردات
۷۴/۹	۷۴/۴	۷۰/۱	۷۵/۴	۷۹/۱	۸۴/۵	عرضه
۳۸/۵	۳۸/۰	۳۳/۰	۳۹/۵	۴۱/۰	۳۸/۵	مصرف کارخانجات
۰/۱	۰/۱	۰/۲	۰/۲	۰/۱	۰/۱	صادرات
۳۸/۶	۳۸/۱	۳۳/۲	۳۹/۷	۴۱/۱	۳۸/۶	تقاضا
۳۶/۳	۳۶/۳	۳۶/۹	۳۵/۷	۳۸/۰	۴۵/۹	موجودی نهایی
%۹۳/۹	%۹۵/۱	%۱۱۱/۳	%۸۹/۸	%۹۲/۴	%۱۱۹/۱	نسبت انبار به مصرف

۱۲- ترازنامه تجاری جهان منهای چین

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	۲۸۰ میلیون یوند. عدل
زانویه	دسامبر					
۶۲/۴	۶۲/۵	۴۴/۶	۴۳/۱	۳۴/۴	۳۳/۶	موجودی اولیه
۸۵/۴	۸۶/۴	۹۴/۹	۹۰/۸	۹۶/۵	۸۳/۹	تولید
۰/۱	۰/۱	۰/۲	۰/۲	۰/۱	۰/۱	واردات از چین
۱۴۷/۹	۱۴۹/۰	۱۳۹/۶	۱۳۴/۲	۱۳۱/۰	۱۱۷/۶	عرضه
۷۷/۲	۷۷/۶	۶۹/۶	۸۰/۷	۸۱/۹	۷۷/۸	مصرف کارخانجات
۱۰/۵	۱۰/۰	۷/۱	۹/۶	۵/۷	۵/۰	صادرات به چین
۸۷/۷	۸۷/۶	۷۶/۷	۹۰/۳	۸۷/۶	۸۲/۸	تقاضا
۶۰/۰	۶۱/۲	۶۲/۴	۴۴/۶	۴۳/۱	۳۴/۴	موجودی نهایی
%۶۸/۴	%۶۹/۹	%۸۱/۳	%۴۹/۴	%۴۹/۲	%۴۱/۵	نسبت انبار به مصرف

۱۳- ترازنامه هند

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	۲۸۰ میلیون یوند. عدل
زانویه	دسامبر					
۱۷/۹	۱۷/۹	۹/۳	۹/۲	۷/۹	۷/۰	موجودی اولیه
۲۹/۵	۲۹/۵	۲۹/۵	۲۵/۸	۲۹/۰	۲۷/۰	تولید
۱/۰	۱/۰	۲/۳	۱/۸	۱/۷	۲/۷	واردات
۴۸/۴	۴۸/۴	۴۱/۱	۳۶/۸	۳۸/۶	۳۶/۸	عرضه
۲۴/۰	۲۴/۰	۲۰/۰	۲۴/۰	۲۴/۲	۲۴/۴	مصرف کارخانجات
۵/۰	۵/۰	۳/۲	۳/۵	۵/۲	۴/۶	صادرات
۲۹/۰	۲۹/۰	۲۳/۲	۲۷/۵	۲۹/۳	۲۸/۹	تقاضا
۱۹/۴	۱۹/۴	۱۷/۹	۹/۳	۹/۲	۷/۹	موجودی نهایی
%۶۶/۸	%۶۶/۸	%۷۷/۱	%۳۳/۸	%۳۱/۵	%۲۷/۳	نسبت انبار به مصرف



۱۴- ترازنامه ایالات متحده آمریکا

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	۲۸۰ میلیون پوند. عدل
زانویه	دسامبر					
۷/۳	۷/۳	۴/۹	۴/۲	۲/۸	۳/۸	موجودی اولیه
۱۵/۰	۱۵/۹	۱۹/۹	۱۸/۴	۲۰/۹	۱۷/۲	تولید
۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	واردات
۲۲/۲	۲۳/۲	۲۴/۸	۲۲/۶	۲۳/۷	۲۱/۰	عرضه
۲/۴	۲/۵	۲/۲	۳/۰	۳/۲	۳/۳	مصرف کارخانجات
۱۵/۳	۱۵/۰	۱۵/۵	۱۴/۸	۱۶/۳	۱۴/۹	صادرات
۱۷/۷	۱۷/۵	۱۷/۷	۱۷/۸	۱۹/۵	۱۸/۲	تقاضا
۴/۶	۵/۷	۷/۳	۴/۹	۴/۲	۲/۸	موجودی نهایی
%۲۶/۱	%۳۲/۶	%۴۱/۰	%۲۷/۲	%۲۱/۵	%۱۵/۱	نسبت انبار به مصرف

۱۵- ترازنامه پاکستان

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	۲۸۰ میلیون پوند. عدل
زانویه	دسامبر					
۳/۴	۳/۴	۲/۵	۲/۸	۲/۳	۲/۶	موجودی اولیه
۴/۳	۴/۵	۶/۲	۷/۶	۸/۲	۷/۷	تولید
۴/۹	۴/۷	۴/۰	۲/۹	۳/۴	۲/۵	واردات
۱۲/۶	۱۲/۶	۱۲/۷	۱۳/۳	۱۳/۹	۱۲/۸	عرضه
۱۰/۰	۱۰/۰	۹/۲	۱۰/۷	۱۰/۹	۱۰/۳	مصرف کارخانجات
۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۲	۰/۱	صادرات
۱۰/۱	۱۰/۱	۹/۳	۱۰/۸	۱۱/۱	۱۰/۴	تقاضا
۲/۵	۲/۵	۳/۴	۲/۵	۲/۸	۲/۳	موجودی نهایی
%۲۵/۰	%۲۵/۰	%۳۶/۶	%۲۳/۲	%۲۵/۶	%۲۲/۲	نسبت انبار به مصرف

۱۶- تولید پنبه در جهان

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	۲۸۰ میلیون پوند. عدل
زانویه	دسامبر					
۲۹/۵	۲۹/۵	۲۹/۵	۲۵/۸	۲۹/۰	۲۷/۰	هند
۲۷/۵	۲۷/۵	۲۷/۳	۲۷/۸	۲۷/۵	۲۲/۸	چین
۱۵/۰	۱۵/۹	۱۹/۹	۱۸/۴	۲۰/۹	۱۷/۲	ایالات متحده آمریکا
۱۲/۰	۱۲/۰	۱۳/۸	۱۳/۰	۹/۲	۷/۰	برزیل
۴/۳	۴/۵	۶/۲	۷/۶	۸/۲	۷/۷	پاکستان
۳/۵	۳/۵	۳/۵	۳/۳	۳/۹	۳/۷	ازبکستان
۲/۹	۲/۸	۳/۵	۳/۸	۴/۰	۳/۲	ترکیه
۲/۵	۲/۴	۰/۶	۲/۲	۴/۸	۴/۱	استرالیا
۱/۴	۱/۳	۱/۷	۱/۴	۱/۲	۱/۰	یونان
۱/۴	۱/۴	۱/۴	۱/۴	۱/۱	۰/۹	جمهوری بنین
۱/۱	۱/۱	۱/۶	۱/۷	۱/۶	۰/۸	مکزیک
۱/۰	۱/۰	۱/۰	۰/۹	۰/۸	۰/۶	ساحل عاج
۱/۰	۱/۰	۰/۹	۰/۹	۱/۳	۱/۳	ترکمنستان
۹/۹	۱۰/۱	۱۱/۳	۱۰/۴	۱۰/۴	۹/۴	سایر نقاط جهان
۴/۵	۴/۵	۵/۶	۵/۱	۵/۱	۴/۹	کشورهای افریقای غربی و میانها یا واحد پول فرانک ۲۷ کشور اتحادیه آروفا
۱/۷	۱/۷	۲/۰	۱/۷	۱/۵	۱/۳	
۱۱۲/۹	۱۱۳/۹	۱۲۲/۱	۱۱۸/۶	۱۲۴/۰	۱۰۶/۷	جهان



۱۷- صادرات پنبه در جهان

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	۴۸۰ میلیون پوند. عدد
زانویه	دسامبر					
۱۵/۳	۱۵/۰	۱۵/۵	۱۴/۸	۱۶/۳	۱۴/۹	ایالات متحده آمریکا
۱۰/۰	۱۰/۰	۸/۹	۶/۰	۴/۲	۲/۸	برزیل
۵/۰	۵/۰	۳/۲	۳/۵	۵/۲	۴/۶	هند
۱/۵	۱/۴	۱/۴	۳/۶	۳/۹	۳/۷	استرالیا
۱/۴	۱/۴	۱/۲	۱/۴	۱/۱	۰/۸	جمهوری بنین
۱/۴	۱/۳	۱/۵	۱/۴	۱/۱	۱/۰	یونان
۱/۰	۱/۰	۰/۶	۰/۹	۰/۶	۰/۶	ساحل عاج
۰/۸	۰/۸	۰/۹	۰/۸	۱/۲	۱/۲	بورکینا
۰/۶	۰/۸	۱/۲	۱/۴	۱/۳	۱/۱	مالی
۰/۶	۰/۶	۰/۵	۰/۶	۰/۴	۰/۵	کامرون
۰/۶	۰/۶	۰/۴	۰/۵	۰/۲	۰/۳	آرژانتین
۰/۵	۰/۵	۰/۴	۰/۴	۰/۴	۰/۳	سودان
۰/۵	۰/۵	۰/۵	۰/۷	۰/۵	۰/۵	ترکیه
۴/۷	۴/۶	۵/۱	۵/۶	۵/۵	۵/۸	سایر نقاط جهان
۴/۵	۴/۵	۴/۶	۵/۱	۴/۹	۴/۴	کشورهای آفریقای غربی و میانه با واحد پول فرانک
۱/۶	۱/۶	۱/۸	۱/۷	۱/۴	۱/۳	۲۷ کشور اتحادیه اروپا
۴۳/۶	۴۳/۲	۴۱/۲	۴۱/۶	۴۱/۷	۳۸/۱	جهان

۱۸- میزان مصرف کارخانجات در جهان

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	۴۸۰ میلیون پوند. عدد
زانویه	دسامبر					
۳۸/۵	۳۸/۰	۳۳/۰	۳۹/۵	۴۱/۰	۳۸/۵	چین
۲۴/۰	۲۴/۰	۲۰/۰	۲۴/۰	۲۴/۲	۲۴/۴	هند
۱۰/۰	۱۰/۰	۹/۲	۱۰/۷	۱۰/۹	۱۰/۳	پاکستان
۷/۳	۷/۳	۶/۹	۷/۲	۷/۵	۶/۸	بنگلادش
۷/۲	۷/۰	۶/۶	۶/۹	۷/۶	۶/۷	ترکیه
۶/۷	۶/۸	۶/۳	۷/۰	۶/۶	۵/۴	ویتنام
۳/۲	۳/۲	۳/۰	۲/۸	۲/۵	۲/۰	ازبکستان
۳/۰	۳/۰	۲/۷	۳/۴	۳/۴	۳/۲	برزیل
۲/۷	۲/۹	۲/۴	۳/۲	۳/۵	۳/۳	اندونزی
۲/۴	۲/۵	۲/۲	۳/۰	۳/۲	۳/۳	ایالات متحده آمریکا
۱/۶	۱/۶	۱/۵	۲/۰	۱/۹	۱/۸	مکزیک
۰/۸	۰/۸	۰/۷	۰/۸	۰/۷	۰/۷	ترکمنستان
۰/۷	۰/۷	۰/۸	۱/۱	۱/۱	۱/۲	تایلند
۷/۷	۷/۹	۷/۴	۸/۷	۸/۸	۸/۹	سایر نقاط جهان
۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	کشورهای آفریقای غربی و میانه با واحد پول فرانک
۰/۷	۰/۷	۰/۶	۰/۷	۰/۷	۰/۷	۲۷ کشور اتحادیه اروپا
۱۱۵/۷	۱۱۵/۶	۱۰۲/۶	۱۲۰/۲	۱۲۲/۹	۱۱۶/۳	جهان



۱۹- واردات پنبه در جهان

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	۲۸۰ میلیون پوند. عدل
ژانویه	دسامبر					
۱۰/۵	۱۰/۰	۷/۱	۹/۶	۵/۷	۵/۰	چین
۶/۹	۶/۹	۷/۵	۷/۰	۷/۶	۶/۸	بنگلادش
۶/۷	۶/۸	۶/۵	۶/۹	۷/۰	۵/۵	ویتنام
۴/۹	۴/۷	۴/۰	۲/۹	۳/۴	۲/۵	پاکستان
۴/۵	۴/۴	۴/۷	۳/۶	۴/۴	۳/۹	ترکیه
۲/۶	۲/۸	۲/۵	۳/۱	۳/۵	۳/۴	اندونزی
۱/۰	۱/۰	۲/۳	۱/۸	۱/۷	۲/۷	هند
۰/۹	۰/۹	۰/۹	۰/۷	۰/۷	۰/۴	مالزی
۰/۸	۰/۷	۰/۶	۰/۹	۰/۹	۱/۰	مکزیک
۰/۷	۰/۷	۰/۷	۱/۱	۱/۱	۱/۲	تایلند
۰/۶	۰/۶	۰/۵	۰/۵	۰/۶	۰/۵	مصر
۰/۶	۰/۶	۰/۶	۰/۸	۰/۹	۱/۰	کره جنوبی
۰/۴	۰/۴	۰/۴	۰/۶	۰/۶	۰/۶	تایوان
۲/۷	۲/۸	۲/۶	۳/۰	۳/۴	۳/۳	سایر نقاط جهان
۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	کشورهای آفریقا، غربی و میانه یا واحد پول فرانک
۰/۶	۰/۶	۰/۶	۰/۶	۰/۷	۰/۷	۲۷ کشور اتحادیه اروپا
۴۳/۵	۴۳/۲	۴۰/۷	۴۲/۴	۴۱/۶	۳۷/۹	جهان

۲۰- ترازنامه جهانی

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	میلیون تن
ژانویه	دسامبر					
۲۱/۶	۲۱/۶	۱۷/۵	۱۷/۷	۱۷/۵	۱۹/۷	موجودی اولیه
۲۴/۶	۲۴/۸	۲۶/۶	۲۵/۸	۲۷/۰	۲۳/۲	تولید
۴۶/۲	۴۶/۴	۴۴/۱	۴۳/۵	۴۴/۵	۴۲/۹	عرضه
۲۵/۲	۲۵/۲	۲۲/۳	۲۶/۲	۲۶/۸	۲۵/۳	مصرف کارخانجات
۲۱/۰	۲۱/۲	۲۱/۶	۱۷/۵	۱۷/۷	۱۷/۵	موجودی نهایی
%۸۳/۲	%۸۴/۳	%۹۶/۸	%۶۶/۸	%۶۶/۰	%۶۹/۱	نسبت انبار به مصرف

۲۱- ترازنامه چین

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	میلیون تن
ژانویه	دسامبر					
۸/۰	۸/۰	۷/۸	۸/۳	۱۰/۰	۱۲/۳	موجودی اولیه
۶/۰	۶/۰	۵/۹	۶/۰	۶/۰	۵/۰	تولید
۲/۳	۲/۲	۱/۶	۲/۱	۱/۲	۱/۱	واردات
۱۶/۳	۱۶/۲	۱۵/۳	۱۶/۴	۱۷/۲	۱۸/۴	عرضه
۸/۴	۸/۳	۷/۲	۸/۶	۸/۹	۸/۴	مصرف کارخانجات
۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	صادرات
۸/۴	۸/۳	۷/۲	۸/۶	۹/۰	۸/۴	تقاضا
۷/۹	۷/۹	۸/۰	۷/۸	۸/۳	۱۰/۰	موجودی نهایی
%۹۳/۹	%۹۵/۱	%۱۱۱/۳	%۸۹/۸	%۹۲/۴	%۱۱۹/۱	نسبت موجودی به استفاده



۲۲- ترازنامه جهانی منهای چین

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	میلیون تن
ژانویه	دسامبر					
۱۳/۶	۱۳/۶	۹/۷	۹/۴	۷/۵	۷/۳	موجودی اولیه
۱۸/۶	۱۸/۸	۲۰/۷	۱۹/۸	۲۱/۰	۱۸/۳	تولید
۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	واردات از چین
۳۲/۲	۳۲/۵	۳۰/۴	۲۹/۲	۲۸/۵	۲۵/۶	عرضه
۱۶/۸	۱۶/۹	۱۵/۲	۱۷/۶	۱۷/۸	۱۶/۹	مصرف کارخانجات
۲/۳	۲/۲	۱/۶	۲/۱	۱/۲	۱/۱	صادرات به چین
۱۹/۱	۱۹/۱	۱۶/۷	۱۹/۷	۱۹/۱	۱۸/۰	تقاضا
۱۳/۱	۱۳/۳	۱۳/۶	۹/۷	۹/۴	۷/۵	موجودی نهایی
%۶۸/۴	%۶۹/۹	%۸۱/۳	%۴۹/۴	%۴۹/۲	%۴۱/۵	نسبت انبار به مصرف

۲۳- ترازنامه هند

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	میلیون تن
ژانویه	دسامبر					
۳/۹	۳/۹	۲/۰	۲/۰	۱/۷	۱/۵	موجودی اولیه
۶/۴	۶/۴	۶/۴	۵/۶	۶/۳	۵/۹	تولید
۰/۲	۰/۲	۰/۵	۰/۴	۰/۴	۰/۶	واردات
۱۰/۵	۱۰/۵	۸/۹	۸/۰	۸/۴	۸/۰	عرضه
۵/۲	۵/۲	۴/۴	۵/۲	۵/۳	۵/۳	مصرف کارخانجات
۱/۱	۱/۱	۰/۷	۰/۸	۱/۱	۱/۰	صادرات
۶/۳	۶/۳	۵/۱	۶/۰	۶/۴	۶/۳	تقاضا
۴/۲	۴/۲	۳/۹	۲/۰	۲/۰	۱/۷	موجودی نهایی
%۶۶/۸	%۶۶/۸	%۷۷/۱	%۳۳/۸	%۳۱/۵	%۲۷/۳	نسبت انبار به مصرف

۲۴- ترازنامه ایالات متحده آمریکا

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	میلیون تن
ژانویه	دسامبر					
۱/۶	۱/۶	۱/۱	۰/۹	۰/۶	۰/۸	موجودی اولیه
۳/۳	۳/۵	۴/۳	۴/۰	۴/۶	۳/۷	تولید
۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	واردات
۴/۸	۵/۱	۵/۴	۴/۹	۵/۲	۴/۶	عرضه
۰/۵	۰/۵	۰/۵	۰/۶	۰/۷	۰/۷	مصرف کارخانجات
۳/۳	۳/۳	۳/۴	۳/۲	۳/۵	۳/۲	صادرات
۳/۸	۳/۸	۳/۸	۳/۹	۴/۲	۴/۰	تقاضا
۱/۰	۱/۲	۱/۶	۱/۱	۰/۹	۰/۶	موجودی نهایی
%۲۶/۱	%۳۲/۶	%۴۱/۰	%۲۷/۲	%۲۱/۵	%۱۵/۱	نسبت انبار به مصرف

۲۵- ترازنامه پاکستان

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	میلیون تن
ژانویه	دسامبر					
۰/۷	۰/۷	۰/۵	۰/۶	۰/۵	۰/۶	موجودی اولیه
۰/۹	۱/۰	۱/۳	۱/۷	۱/۸	۱/۷	تولید
۱/۱	۱/۰	۰/۹	۰/۶	۰/۷	۰/۵	واردات
۲/۷	۲/۷	۲/۸	۲/۹	۳/۰	۲/۸	عرضه
۲/۲	۲/۲	۲/۰	۲/۳	۲/۴	۲/۲	مصرف کارخانجات
۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	صادرات
۲/۲	۲/۲	۲/۰	۲/۳	۲/۴	۲/۳	تقاضا
۰/۵	۰/۵	۰/۷	۰/۵	۰/۶	۰/۵	موجودی نهایی
%۲۵/۰	%۲۵/۰	%۳۶/۶	%۲۳/۲	%۲۵/۶	%۲۲/۲	نسبت انبار به مصرف



۲۶- تولید پنبه در جهان

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	میلیون تن
ژانویه	دسامبر					
۶/۴	۶/۴	۶/۴	۵/۶	۶/۳	۵/۹	هند
۶/۰	۶/۰	۵/۹	۶/۰	۶/۰	۵/۰	چین
۳/۳	۳/۵	۴/۳	۴/۰	۴/۶	۳/۷	ایالات متحده آمریکا
۲/۶	۲/۶	۳/۰	۲/۸	۲/۰	۱/۵	برزیل
۰/۹	۱/۰	۱/۳	۱/۷	۱/۸	۱/۷	پاکستان
۰/۸	۰/۸	۰/۸	۰/۷	۰/۸	۰/۸	ازبکستان
۰/۶	۰/۶	۰/۸	۰/۸	۰/۹	۰/۷	ترکیه
۰/۵	۰/۵	۰/۱	۰/۵	۱/۰	۰/۹	استرالیا
۰/۳	۰/۳	۰/۴	۰/۳	۰/۳	۰/۲	یونان
۰/۳	۰/۳	۰/۳	۰/۳	۰/۲	۰/۲	بنین
۰/۲	۰/۲	۰/۳	۰/۴	۰/۳	۰/۲	مکزیک
۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۱	ساحل عاج
۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۳	۰/۳	ترکمنستان
۲/۲	۲/۲	۲/۵	۲/۳	۲/۳	۲/۱	سایر نقاط جهان
۱/۰	۱/۰	۱/۲	۱/۱	۱/۱	۱/۱	کشورهای آفریقای غربی و میانه با واحد پول فرانک
۰/۴	۰/۴	۰/۴	۰/۴	۰/۳	۰/۳	۲۷ کشور اتحادیه آفریقا
۲۴/۶	۲۴/۸	۲۶/۶	۲۵/۸	۲۷/۰	۲۳/۲	جهان

۲۷- صادرات پنبه در جهان

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	میلیون تن
ژانویه	دسامبر					
۳/۳	۳/۳	۳/۴	۳/۲	۳/۵	۳/۲	ایالات متحده آمریکا
۲/۲	۲/۲	۱/۹	۱/۳	۰/۹	۰/۶	برزیل
۱/۱	۱/۱	۰/۷	۰/۸	۱/۱	۱/۰	هند
۰/۳	۰/۳	۰/۳	۰/۸	۰/۹	۰/۸	استرالیا
۰/۳	۰/۳	۰/۳	۰/۳	۰/۲	۰/۲	بنین
۰/۳	۰/۳	۰/۳	۰/۳	۰/۲	۰/۲	یونان
۰/۲	۰/۲	۰/۱	۰/۲	۰/۱	۰/۱	ساحل عاج
۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۳	۰/۳	بورکینا
۰/۱	۰/۲	۰/۳	۰/۳	۰/۳	۰/۲	مالی
۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	کامرون
۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۰	۰/۱	آرژانتین
۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	سودان
۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۲	۰/۱	۰/۱	ترکیه
۱/۰	۱/۰	۱/۱	۱/۲	۱/۲	۱/۳	سایر نقاط جهان
۱/۰	۱/۰	۱/۰	۱/۱	۱/۱	۱/۰	کشورهای آفریقای غربی و میانه با واحد پول فرانک
۰/۴	۰/۴	۰/۴	۰/۴	۰/۳	۰/۳	۲۷ کشور اتحادیه آفریقا
۹/۵	۹/۴	۹/۰	۹/۱	۹/۱	۸/۳	جهان



۲۸- مصرف پنبه در جهان

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	میلیون تن
ژانویه	دسامبر					
۸/۴	۸/۳	۷/۲	۸/۶	۸/۹	۸/۴	چین
۵/۲	۵/۲	۴/۴	۵/۲	۵/۳	۵/۳	هند
۲/۲	۲/۲	۲/۰	۲/۳	۲/۴	۲/۲	پاکستان
۱/۶	۱/۶	۱/۵	۱/۶	۱/۶	۱/۵	بنگلادش
۱/۶	۱/۵	۱/۴	۱/۵	۱/۶	۱/۴	ترکیه
۱/۵	۱/۵	۱/۴	۱/۵	۱/۴	۱/۲	ویتنام
۰/۷	۰/۷	۰/۷	۰/۶	۰/۵	۰/۴	ازبکستان
۰/۷	۰/۷	۰/۶	۰/۷	۰/۷	۰/۷	برزیل
۰/۶	۰/۶	۰/۵	۰/۷	۰/۸	۰/۷	اندونزی
۰/۵	۰/۵	۰/۵	۰/۶	۰/۷	۰/۷	ایالات متحده آمریکا
۰/۳	۰/۳	۰/۳	۰/۴	۰/۴	۰/۴	مکزیک
۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۱	ترکمنستان
۰/۱	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۳	تایلند
۱/۷	۱/۷	۱/۶	۱/۹	۱/۹	۱/۹	سایر نقاط جهان
۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	کشورهای آفریقای غربی و میانه با واحد پول فرانک
۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۲۷ کشور اتحادیه اروپا
۲۵/۲	۲۵/۲	۲۲/۳	۲۶/۲	۲۶/۸	۲۵/۳	جهان

۲۹- واردات پنبه در جهان

۲۰۲۰/۲۱	۲۰۲۰/۲۱	۲۰۱۹/۲۰	۲۰۱۸/۱۹	۲۰۱۷/۱۸	۲۰۱۶/۱۷	میلیون تن
ژانویه	دسامبر					
۲/۳	۲/۲	۱/۶	۲/۱	۱/۲	۱/۱	چین
۱/۵	۱/۵	۱/۶	۱/۵	۱/۷	۱/۵	بنگلادش
۱/۵	۱/۵	۱/۴	۱/۵	۱/۵	۱/۲	ویتنام
۱/۱	۱/۰	۰/۹	۰/۶	۰/۷	۰/۵	پاکستان
۱/۰	۱/۰	۱/۰	۰/۸	۱/۰	۰/۸	ترکیه
۰/۶	۰/۶	۰/۵	۰/۷	۰/۸	۰/۷	اندونزی
۰/۲	۰/۲	۰/۵	۰/۴	۰/۴	۰/۶	هند
۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۱	مالزی
۰/۲	۰/۱	۰/۱	۰/۲	۰/۲	۰/۲	مکزیک
۰/۱	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۳	۰/۳	تایلند
۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	مصر
۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۲	۰/۲	۰/۲	کره جنوبی
۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	تایوان
۰/۶	۰/۶	۰/۶	۰/۷	۰/۷	۰/۷	سایر نقاط جهان
۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	کشورهای آفریقای غربی و میانه با واحد پول فرانک
۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۲	۰/۲	۲۷ کشور اتحادیه اروپا
۹/۵	۹/۴	۸/۹	۹/۲	۹/۰	۸/۲	جهان

راهکارهای نوآورانه و پایا در صنعت الیاف آمریکا

ترجمه: سیدامیر حسین امامی رئوف

بازیافت-ابتدا و انتهای زنجیره تامین

کمپانی یواس فایبرز سالانه حدود ۱۳۵ میلیون پوند از ضایعات صنعتی و مصرفی را بازیافت می‌کند. علت پیشرفت این کمپانی سرمایه گذاری مداوم بر روی فناوری های جدید و نیروی کار بوده است. محصولات یواس فایبرز از جهاتی هم به هنر وابسته است و هم به علم؛ هنر از لحاظ توانایی ترکیب کردن مواد اولیه برای ایجاد خصوصیات مورد نظر در محصول و علم از لحاظ توسعه و بهبود روش های بازیافت برای تولید یک محصول باثبات با بیشترین اثرات مثبت زیست محیطی. بنابراین داشتن نیروی کار ماهر و با تجربه ضروری می باشد.

بازیافت، قابلیت ردیابی در مسیر اصلی

مدل تجاری کمپانی یوای فایبرز منجر به ایجاد ترندهای صنعتی قابل توجهی از پایایی و زیست سازگاری در زنجیره تامین می شود. فرایند بازیافت به دلیل استفاده از ترکیب پلیمرها در جریان تولید دچار تغییرات و پیشرفت های فنی چشمگیری شده است. تمرکز یواس فایبرز بر روی روش ها و فناوری های جدید است. از آن جایی که این کمپانی ضایعات خود را بازیافت می کند پس پایایی عامل مهمی در موفقیت آن می باشد.

علاوه بر آن باید امکان ردیابی منشأ تمامی الیاف تولید شده نیز وجود داشته باشد. با گذشت زمان تقاضا برای محصولات بازیافتی نیز بیشتر و بیشتر می شود. با ارزش یافتن استفاده از مواد اولیه بازیافتی، بخش های مختلف مربوط به این محصولات در بازار نیز رونق می یابند.

تعهد به بازیافت برای داشتن یک زنجیره تامین پایا

یواس فایبرز به عنوان مجموعه ای که تلاش دارد با مشکل آلودگی از ریشه مقابله کند و برای این کار به بازیافت پلاستیک ها پیش از ورود آن ها به زمین های دفن زباله می پردازد، به مشتریان خود کمک می کند تا مجموع ردپای کربن را در زنجیره تامین صنایع نساجی آمریکا کاهش دهند.

کمک به مشتریان به سود خود آن هاست ضمن این که کاهش ضایعات کمپانی و تاثیر آن بر زمین های دفن زباله به خودی خود تحسین برانگیز است.

مرجع

“USFibers: Innovative and Sustainable Fiber Solutions Made In the USA”, November 2019



کمپانی آمریکایی US Fibers تمرکز و توجه خود را به رفع تقاضای رو به رشد برای الیاف پایا و بازیافتی در زنجیره تامین منسوجات آمریکا معطوف کرده است که این باعث پیشرفت کمپانی در آینده خواهد شد. کمپانی یواس فایبرز در زمینه تولید الیاف پلی استر بازیافتی برای بخش های مختلف نظیر خودرو، فیلتراسیون، منسوجات بی بافت، میلمان یا ژئوتکستایل فعالیت می کند. این کمپانی در حال رشد بیشتر از ۲۵ سال است که با رویکرد «بازیافت برای داشتن سیاره ای بهتر» که بخشی از برنامه آن با عنوان «برتری یافتن با انجام نوآوری» است، به تولید در شهر ترنتن ایالت کارولینای جنوبی می پردازد. تخصص یواس فایبرز در تولید الیاف استتیل پلی استر و برچین و بازیافتی با تاکید بر استفاده از آن ها در بخش های فنی و صنعتی است. چشم انداز آن تامین راهکارهای نوآورانه و پایا برای تولید الیاف برای تمامی بخش ها در بازار جهانی می باشد. یواس فایبرز قصد دارد با بازیافت پلاستیک پیش از ورود آن به زمین های دفن زباله به صورت ریشه ای با مشکل آلودگی برخورد کند. این کمپانی همچنین با کمک به کمپانی هایی که به جای مصرف انرژی و منابع بیشتر برای تولید محصولات از مواد اولیه جدید به اصلاح و استفاده مجدد از پلاستیک های خود می پردازند، سعی در کاهش ردپای کربن دارد.

نزدیکی به مشتریان

یواس فایبرز فعالیت خود را از سال ۱۹۹۴ به عنوان یک کمپانی محلی فعال در زمینه تجارت پلی استر آغاز کرد. موسس و رییس کمپانی، ادوارد اوه عقیده داشت که محصولات کمپانی به دلیل نزدیکی نسبی با مصرف کنندگان نهایی باید در بخش های جنوب شرقی آمریکا توزیع شود. در سال ۲۰۰۲ نخستین واحد تولید الیاف استتیل نصب و راه اندازی شد و به طور مداوم گسترش یافت. از آن زمان به بعد نه تنها ظرفیت تولید الیاف افزایش یافت بلکه خط تولید الیاف نیز در راستای تامین نیازهای بازار بهبود پیدا کرد. این کمپانی موفق به دریافت جایزه برتری از سوی فرماندار ایالت کارولینای جنوبی شد.



کاهش ۹۰ درصدی سود صنعت مد در جهان در سال ۲۰۲۰

ترجمه: شبیم السادات امامی رؤف

که به طور بالقوه طولانی شده است، عمل خواهد کرد. سرعت بهبود در بخش های مختلف مد و بازارهای مختلف در نقاط مختلف جهان متغیر خواهد بود. فعالان عرصه مد تمرکز خود را بر روی استفاده از راهکارهای دیجیتال گذاشته اند؛ آسیا (به طور خاص چین) و برندهای لاکچری در این زمینه دارای برتری هستند. عمران عامد، موسس و مدیرعامل BoF می گوید: «در حالی که صنعت مد بدترین سال خود تا به امروز را تجربه کرده، پاندمی اخیر نیز منجر به یک سری هزینه های موقه در این بخش شده و فرصتی برای راهکارهای جدید در این صنعت ایجاد کرده است. پاندمی کووید-۱۹ مانند یک کاتالیزور برای نوآوری و به کارگیری راهکارهای دیجیتال عمل کرده و حتی با افزایش آگاهی مصرف کنندگان نسبت به شرایط بد کارگران آسیب پذیر در زنجیره ارزش باعث ایجاد توقعات برای رفتار مناسب و عادلانه با این کارگران شده است. سیستم مد در دنیای پس از کووید-۱۹ باید از نو تعریف شود تا مسوولیت پذیری، پایداری و انسان دوستی در آن افزایش پیدا کند.»

در این گزارش برای بهبود صنعت مد دو سناریو تعرف می شود:

- در سناریوی اول که سناریوی بهبود زود هنگام است فرض بر

شرکت مشاوره ای مکینزی اند کامپنی و پایگاه بیزنس آو فشن (BoF) در دومین روز از گردهمایی سالانه این پایگاه با نام VOICES، گزارشی از وضعیت صنعت مد در سال ۲۰۲۱ منتشر کرده اند. در این گزارش بر اساس مصاحبه انجام شده با مدیران اجرایی مطرح در این صنعت و مطالعه بر روی بیش از ۳۲۰ متخصص مد، در مورد آینده این صنعت ۲/۵ تریلیون دلاری مطالبی نوشته شده است.

ویروس کووید-۱۹ علاوه بر تأثیری که بر جان انسان ها و معیشت آن ها گذاشته باعث رکود اقتصادی در جهان نیز شده است؛ صنعت مد امسال بدترین سال خود را پشت سر گذاشته است. این صنعت با کاهش فروش و تغییر سریع رفتار مصرف کنندگان و با وجود زنجیره های تامین از هم گسسته پس از افزایش ۴ درصدی سود در سال ۲۰۱۹ با ۹۰ درصد کاهش سود در سال جاری روبرو بوده است.

آکیم برگ، شریک ارشد و مدیر جهانی پوشاک، مد و لاکچری در کمپانی مکینزی می گوید: «صنعت مد به دلیل کاهش سود اقتصادی تحت فشار زیادی قرار دارد. در چنین شرایطی مدیران باید استراتژی های جدیدی وضع کرده و در عرضه محصولات خود به شیوه ای متفاوت، بسیار سریع عمل کنند.»

سال ۲۰۲۱ به عنوان پلی بین دوران پیش از پاندمی و دوران بهبود



مهار ویروس از طریق واکسیناسیون و یا مداخله دولت هاست که باعث برداشته شدن محدودیت های مسافرتی طی چند ماه آینده می شود و در پی آن بهبود اقتصادی سریع تر اتفاق می افتد و میزان فروش جهانی صنعت مد در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۲ به سطح فروش در سال ۲۰۱۹ خواهد رسید.

- در سناریوی دوم که سناریوی بهبود دیر هنگام است پیش بینی می شود که ویروس به صورت دوره ای در نقاط مختلف جهان تشدید شود که منجر به قرنطینه های بیشتر شده و میزان فروش این صنعت در جهان در سه ماهه آخر سال ۲۰۲۳ به میزان فروش سال ۲۰۱۹ خواهد رسید.

پیش بینی می شود میزان فروش جهانی صنعت در سال ۲۰۲۰ در مقایسه با سال ۲۰۱۹، ۳۰-۱۵ درصد کمتر شود اما تاثیر آن در مناطق مختلف یکسان نیست. برای مثال پیش بینی می شود اروپا با ۳۵-۲۲ درصد افت فروش بیشترین آسیب را ببیند هر چند که بر اساس برنامه ریزی ها قرار است با برقراری دوباره سفرها و توریسم تا اوایل سه ماهه دوم سال ۲۰۲۰ بهبود پیدا کند. در آمریکا میزان فروش ۳۲-۱۷ درصد افت خواهد کرد که بازگشت آن به حالت اولیه کمی آهسته تر و در سه ماهه اول سال ۲۰۲۳ خواهد بود. احتمالاً چین با ۲۰-۷ درصد افت فروش کمترین آسیب را از این اوضاع خواهد دید و تا سه ماهه چهارم سال ۲۰۲۰ و نهایتاً سه ماهه اول سال ۲۰۲۱ فروش آن به زمان پیش از بحران خواهد رسید.

در طول سه ماه بین فوریه تا ژوئن سال ۲۰۲۰ میزان فروش برندهای لاکچری و لاکچری اقتصادی به طور میانگین ۳۰ درصد و میزان درآمد قبل از بهره، مالیات و استهلاک (EBITA) به طور میانگین ۲۰ درصد در مقایسه با دوره مشابه سال ۲۰۱۹ کاهش یافته است. بازار محصولات زیبایی نسبت به مد انعطاف پذیری بیشتری داشته و انتظار می رود فروش آن در سال ۲۰۲۱ معادل فروش در سال ۲۰۱۹ و حتی بیشتر از آن شود.

لورن شرم، خبرنگار ارشد در BoF می گوید: «در حالی که ثابت شده که برندهای لاکچری در مقایسه با سایر بخش های صنعت مد انعطاف پذیری بیشتری از خود نشان می دهند، برندها باید ضمن بهره گیری از هوش مصنوعی ارتباط مستقیم خود با فروشندگان را نیز حفظ کنند تا هر مشتری تجربه مخصوص به خود را داشته باشد. برندها همچنین باید ارتباط با مشتریان محلی را توسعه ببخشند تا در مناطقی که پیش از این وابسته به توریسم بود نیز رونق ایجاد شود.»

در عین حال که صنعت مد بدترین سال عمر خود را تجربه کرده است اما خبرهای مثبتی هم در این صنعت هست. برای مثال در

دوران پاندمی فروش آنلاین تقریباً دو برابر شده و از ۱۶ درصد کل درآمد به ۲۹ درصد آن رسیده است؛ در حال حاضر نیز مدیران اجرایی این صنعت پیش بینی می کنند که کسب و کار آنلاین آنها در سال ۲۰۲۰ تا ۲۰ درصد و یا بیشتر رشد پیدا کند.

با این حساب ۱۰ حالت برای وضعیت صنعت مد در سال ۲۰۲۱ قابل تصور است که هر کدام از آن ها پیامدهای ناشی از ویروس کووید-۱۹ را مشخص کرده و اولویت بندی های لازم برای سال پیش رو را ارائه می دهد:

۱. زندگی با ویروس: بحران کووید-۱۹ بر زندگی و معیشت میلیون ها نفر از سراسر جهان تاثیر گذاشته، تجارت های بین المللی، سفرها و اقتصاد را مختل کرده و باعث تغییر در رفتار مصرف کنندگان شده است. شرکت ها باید برای مدیریت شرایط نامعلوم و بلا تکلیف در سال ۲۰۲۱ مدل های اجرایی خود را از نو بچینند تا بتوانند انعطاف پذیرتر باشند و سریع تر تصمیم گیری کنند. آن ها همچنین برای رسیدن به نوآوری باید بین نظم و سرعت تعادل برقرار کنند.

حدود ۴۵ درصد از مدیران و سهامداران عرصه مد عقیده دارند که چالش های مربوط به پاندمی کووید-۱۹ در سال ۲۰۲۱ نیز ادامه خواهد یافت.

۲. کاهش تقاضا: انتظار می رود در سال آینده اقتصاد جهانی تا حدی بهبود پیدا کند اما رشد اقتصادی نسبت به دوران قبل از پاندمی کمتر خواهد بود. از آن جایی که به دلیل افزایش بیکاری و کاهش قدرت خرید افراد احتمال بازگشت تقاضا در صنعت مد به میزان آن در دوران پیش از پاندمی ضعیف است، پس مهم این است که شرکت ها از فرصت های جدید استفاده کرده و در مناطق و بخش هایی که عملکرد بهتری در این دوران داشته اند تمرکز کنند.

احتمال دارد فروش جهانی صنعت مد در سال ۲۰۲۱ تا ۱۵ درصد کمتر از فروش در سال ۲۰۱۹ باشد.

۳. فناوری دیجیتال: استفاده از روش های دیجیتال در دوران کووید-۱۹ افزایش یافته است و بسیاری از برندها در نهایت به فروش آنلاین روی آورده اند و از نوآوری های دیجیتال نظیر پخش زنده، خدمت رسانی به مشتری از طریق تماس تصویری و سوشال شاپینگ یا خرید اجتماعی استقبال کرده اند. با افزایش نفوذ شیوه های خرید آنلاین در برندها و تقاضای بیش از پیش خریداران برای تعاملات دیجیتالی پیچیده، فعالان عرصه مد باید تجربه فروش آنلاین خود را بهبود ببخشند و به روش های جذاب و خلاقانه ای دست پیدا کنند تا از این طریق بتوانند تجربه مشتری را هر چه بیشتر سفارشی سازی کنند.



ادغام‌ها و اکتساب‌ها نیز بیشتر شود.

بر اساس گزارش، ۴۵ درصد مدیران اجرایی در صنعت مد پیش‌بینی می‌کنند که توزیع مجدد سهم بازار موضوع اصلی سال ۲۰۲۱ باشد.

۸. شراکت‌های عمیق‌تر: افشا شدن آسیب‌پذیری شرکای زنجیره تامین، ضعف‌های قراردادهای و خطرات خرید از چند تامین‌کننده محدود باعث شده تا شرکت‌ها با سرعت بیشتری تغییراتی را که قرار بود برای ایجاد تعادل دوباره در زنجیره تامین خود ایجاد کنند، اعمال نمایند. فعالان عرصه مد باید برای کم کردن آسیب‌های احتمالی در آینده از روابطی که پایه و اساس آن معامله است دوری کرده و به شراکت‌های عمقی‌تر که با خود مسوولیت‌پذیری و سرعت عمل به همراه می‌آورد، روی آورند. ظاهراً ۳۵ درصد از مدیران اجرایی در صنعت مد انتظار دارند که انعطاف‌پذیری و شراکت در زنجیره تامین موضوع اصلی سال ۲۰۲۱ باشد.

۹. بازگشت سرمایه در خرده‌فروشی: سال‌هاست که خرید فیزیکی روند رو به کاهشی دارد و در دوران پاندمی نیز تعداد فروشگاه‌های دائمی که تعطیل می‌شوند، مرتب در حال افزایش است. این موضوع فعالان مد را به فکر واداشته تا از نو در مورد فضای فروشگاه‌های خود فکر کنند. کمپانی‌ها باید با توجه به ضرورت موجود در رابطه با استفاده یکپارچه از راهکارهای دیجیتال، انتخاب‌های سختی را برای بهبود بازگشت سرمایه خود در فروشگاه‌ها انجام دهند.

حدود نیمی از مصرف‌کنندگان اروپایی از زمان شروع قرنطینه خرید کمتری را از فروشگاه‌های فیزیکی انجام داده‌اند.

۱۰. تغییر و تحول در کار کردن: تحولات اساسی در شیوه فعالیت شرکت‌ها در دوران پاندمی امکان ظهور یک مدل کاری جدید در سال‌های آتی را متصور می‌سازد. بنابراین شرکت‌ها باید مدل ترکیبی کار از راه دور و کار در محل را اصلاح و بر روی پرورش مهارت‌های جدید سرمایه‌گذاری کنند و همچنین حس تعلق و داشتن هدف مشترک را در بین کارکنان بیشتر القا نمایند.

به گفته آیتا بالچاندانی، سرپرست بخش پوشاک، مد و لاکچری در کمپانی EMEA/UK در مکزیک، بحران همچنان ادامه دارد و تا سال ۲۰۲۲ نیز از این رکود خارج نخواهیم شد. بازیابی زمان می‌برد و در مناطق مختلف نیز روش‌های مختلفی را می‌طلبند.

مرجع:

Jessica Owen, "Global fashion industry suffers 90% profit decline in 2020", WTIN, December 2020

بر اساس گزارش، ۷۱ درصد مدیران عرصه مد پیش‌بینی می‌کنند که فروش آنلاین آن‌ها تا سال ۲۰۲۱، ۲۰ درصد یا بیشتر افزایش پیدا کند.

۴. جستجوی عدالت: مصرف‌کنندگان با مشاهده کارگران پوشاک، دستیاران فروش و سایر کارگران با دستمزد پایین در دوران پاندمی از شرایط بد کارگران آسیب‌پذیر در زنجیره ارزش مد آگاهی بیشتری پیدا کرده‌اند. آن‌ها در کنار کمپین‌های خواهان تغییر در وضعیت کارگران و پایان دادن به استثمار آن‌ها، از شرکت‌ها انتظار دارند تا ایمنی، عدالت و کرامت بیشتری برای کارگران این صنعت جهانی فراهم کنند.

در واقع ۶۶ درصد مصرف‌کنندگان اظهار داشتند که اگر برندی با کارگران یا تامین‌کنندگان خود رفتار درستی نداشته باشد، خرید از آن برند را متوقف کرده یا تا حد زیادی کم می‌کنند.

۵. ممنوعیت سفر: در دوران پاندمی خریدهایی که در طول مسافرت انجام می‌شد به شدت تحت تاثیر قرار گرفته است. با توجه به این که احتمالاً وضعیت گردشگری در سال آینده نیز به همین منوال باقی خواهد ماند و خریداران با محدودیت در سفر و خرید کردن روبرو خواهند بود، پس شرکت‌ها باید تعامل بیشتری با مشتریان بومی داشته باشند و با سرمایه‌گذاری‌های مناسب و استفاده از فرصت‌های جدید با قدرت بیشتری از شرایط رکود خارج شده و بهبود پیدا کنند.

حدود ۵۶ درصد از مدیران اجرایی در صنعت مد پیش‌بینی می‌کنند که خریدهای انجام شده در سفر در طول مدت زمان دو تا سه سال به مقدار اولیه خود در دوران پیش از پاندمی باز خواهد گشت. ۶ هرچه کمتر بهتر: پس از آن که در دوران پاندمی مشخص شد که محصولات و کالکشن‌های بیشتر لزوماً به معنای نتایج مالی بهتر نیست، نیاز به ایجاد تغییر در نگرش مربوط به سودآوری نیز احساس شد. شرکت‌ها باید از پیچیدگی‌های خود بکاهند و با داشتن نگرشی متمرکز بر تقاضا به استراتژی دسته‌بندی خود، سطح موجودی انبار را کم کنند و در عین حال انعطاف‌پذیری خود را در واکنش نشان دادن به محصولات فصلی جدید یا محصولات قدیمی مجدد شارژ شده افزایش دهند.

۷. سرمایه‌گذاری فرصت طلبانه: در دوران پاندمی فاصله بین شرکت‌های فعال در صنعت مد از نظر عملکرد آن‌ها افزایش یافته است. بعضی از شرکت‌ها ورشکست شده و مابقی با کمک بودجه‌های دولتی تنها موفق به پرداخت قبوض خود و ادامه فعالیت‌هایشان شده‌اند. پیش‌بینی می‌شود در این دوران با توجه به این که شرکت‌ها برای داشتن سهم بازار، استفاده از فرصت‌های جدید و گسترش قابلیت‌های خود تلاش می‌کنند،



اخبار نساجی جهان

ایتالیا و ارایه نوآوری‌های دیجیتال و پایدار در ایتمای آسیا

که آچیمیت و ایتا تمایل به سرمایه گذاری برای درخشش شرکت های ایتالیایی در این نمایشگاه داشته باشند. ماریتزیو فورته از اعضای ایتا می گوید: "از آن جایی که آسیا مهم ترین بازار ماست، ایتمای آسیا یکی از مهم ترین رویدادهای تجاری برای ما به شمار می رود. چین، بنگلادش، ویتنام و هند مقاصد صادراتی مهمی برای ماشین آلات نساجی ایتالیایی به شمار می روند."

علی رغم این که آچیمیت و ایتا اعلام کرده اند که درآمد حاصل از صادرات به بازارهای اروپایی در سال ۲۰۲۰ افزایش یافته است اما به گفته رییس انجمن آلساندرو زوجی، آسیا به ویژه چین همچنان بازار هدف تولیدکنندگان تجهیزات اصلی ایتالیا می باشد.

زوجی می گوید: "شاید اگر پاندمی همچنان ادامه پیدا می کرد شاهد دورسپاری واقعی می بودیم اما علی رغم این واقعیت که تقاضا برای ماشین آلات نساجی در سال ۲۰۲۰ به دلیل پاندمی کاهش قابل ملاحظه ای پیدا کرد، چشم انداز بازارهای آسیایی مثبت به نظر می رسد."

چین قبل از سایر کشورها مسیر رشد اقتصادی خود را از سر گرفته است. سرمایه گذاری ها در بخش نساجی هیچ گاه متوقف نشده است. بنابراین در بازار چین کمبود موقعیت وجود ندارد و این دوره از نمایشگاه به خوبی توقعات را برآورده خواهد کرد.

نوآوری های مربوط به اتوماسیون ماشین آلات ایفا خواهد کرد. این دوره از نمایشگاه ایتمای آسیا هیچ شباهتی به سال های پیشین ندارد. ادامه روند منع سفرهای بین المللی مانع از حضور بسیاری از شرکت ها در نمایشگاه شده است. شرکت هایی که حاضر به سفر به شانگهای شده اند نیز احتمالاً محصولات و تیم های کمتر و محدودتری را به نمایشگاه خواهند فرستاد.

تعداد شرکت های ایتالیایی حاضر در نمایشگاه در مقایسه با دوره قبل ۵۰ درصد کمتر شده است، با این وجود ۶۶ شرکت ایتالیایی حاضر ۵ درصد کل غرفه گذاران و ۵ درصد کل فضای سالن نمایشگاه را به خود اختصاص می دهند.

در نمودار زیر کاهش حضور شرکت های ایتالیایی در نمایشگاه به تفکیک نشان داده شده است.

نمودار

سال گذشته سال بسیار سختی برای صادرکنندگان ماشین آلات نساجی در ایتالیا بوده است. به گزارش آچی میت درآمد این بخش در مقایسه با سال ۲۰۱۹، ۲۱ درصد کمتر شده که معادل ۱/۵ میلیارد یورو کاهش درآمد سالانه می باشد. بیشترین افت درآمد ناشی از کاهش شدید صادرات ماشین آلات به بازارهای آسیایی بوده است. از آن جایی که ایتمای آسیا یکی از بزرگ ترین نمایشگاه های تجاری نساجی در بازار آسیا به شمار می رود پس منطقی به نظر می رسد



انجمن تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی ایتالیا (آچیمیت) و آژانس بازرگانی ایتالیا (ایتا) پیش بینی می کنند که دو عامل مهم که شرکت های ایتالیایی در نمایشگاه ITMA Asia+CITME امسال بر آن تمرکز خواهند کرد، پایداری و نوآوری های دیجیتال است. به گفته رییس آچیمیت و اعضای هیات مدیره ایتا نمایش تولیدات دیجیتال، زیست سازگار و مقرون به صرفه شرکت های ایتالیایی حاضر در این نمایشگاه زبانزد بازدیدکنندگان آسیایی خواهد بود.

یکی از ابتکاراتی که انجمن مشتاق به ارایه آن بوده گرین لیبل است که در واقع تاییدیه آچیمیت برای ماشین آلات پایدار می باشد. گرین لیبل اخیراً از نو نامگذاری شده و شرکت های ایتالیایی حاضر در نمایشگاه نظیر ساویو، ای اف آی رجانسی و ام اس پرینتینگ محصولات و راهکارهای خود را که دارای مهر تایید گرین لیبل است به بازدیدکنندگان ارایه خواهند داد.

علاوه بر آن انجمن فاش کرد که به دنبال ثبت یک تاییدیه واحد برای ارزش های دیجیتالی محصولات بوده است. این تاییدیه پیشنهادی در واقع نقش گرین لیبل را برای



طراحی کفش های تنیس جدید برای کاهش سر خوردن پا در کفش

سایزهای مختلف نیز آن را بررسی می کرد. برای این کار پدهای پاشنه سه بعدی تبدیل به یک الگوی دوبعدی شدند و اندازه گیری های سه بعدی مربوط به اسکن پا برای اشکال دو بعدی مورد استفاده قرار گرفتند. مرحله آخر آوردن نمودار دو بعدی بر روی نرم افزار ادوبی ایلاستریتور بود تا بتوان فایل مورد نظر را برای تولید مجدد به کارخانجات تولیدکننده در آسیا ارسال کرد. پس از تولید نمونه اولیه و انجام آزمایشات مختلف بر روی آن تیم تحقیقاتی به این بازخوردها رسیدند: کاهش ارتفاع جیب، استفاده از فوم تراکم تر و اولویت بندی موقعیت پدها بر اساس ضخامت آنها. کفش باریکد جدید در حال حاضر در دسترس بوده و حتی بازیکنان تنیس در المپیک توکیو از آن استفاده کردند. استیون عقیده دارد که می توان از این سیستم در سایر کفش های ورزشی نظیر فوتبال نیز استفاده کرد. در ضمن این تحقیق تنها بر روی کفش های مردانه انجام شده و می توان آن را بر اساس آناتومی کفش های زنانه نیز انجام داد.

پاشنه و زانوی پا بود که دارای ساختار استخوانی با قسمت های خالی که در این جا به آن ها "جیب" می گوئیم، می باشد. استیون با در نظر گرفتن این ساختار در ذهن به این فرضیه رسید که با پر کردن جیب ها با یک فوم می تواند مانع از سر خوردن پاشنه درون کفش شود. او با همکاری تیم خدمات ورزشکاران در آدیداس اسکن های سه بعدی از پای ورزشکاران تهیه کرد و یک مجموعه داده حاوی اطلاعاتی نظیر طول، عمق و عرض جیب های مختلف درست کرد. پس از آن با ادغام کردن اسکن پای ۷۰ ورزشکار به یک اسکن سه بعدی واحد دست پیدا کرد و بر اساس آن تعداد و محل قرار گیری پد پاشنه را تعیین کرد. او با دسترسی به مواد اولیه مختلف موجود در آزمایشگاه شرکت، نمونه های اولیه متنوعی از کفش درست کرد. استیون برای بررسی ایده کلی با استفاده از یک کفش تنیس که سایز پای خودش بود، قالب های خاک رس از پدهای پاشنه تهیه نمود. او با استفاده از مواد اولیه مختلف و ملاک قرار دادن پای خودش دریافت که ایده کلی موثر است اما باید در مورد کفش های دیگر با

جدیدترین کفش های تنیس کمپانی آدیداس به گونه ای طراحی شده است که از سر خوردن پا جلوگیری می کند. کفش متناسب نقش مهمی در عملکرد یک تنیسور ایفا می کند. در واقع کفش مناسب می تواند باعث کاهش آسیب دیدگی و مصرف انرژی و همچنین بهبود راحتی شود. اگر پاشنه کفش به خوبی درون کفش "قفل" شده باشد، شخص ثبات بیشتری پیدا می کند که مانع از سر خوردگی او می شود. کمپانی آدیداس ادعا می کند که در طراحی جدید کفش های تنیس Barricade خود به راه حل این موضوع دست پیدا کرده است. سیحون استیون، کارآموز توسعه کفش های ورزشی در کمپانی آدیداس و سرپرست پروژه تحقیقاتی باریکید می گوید: "مساله قفل شدن پاشنه در کفش همواره برای توسعه دهندگان این محصول مطرح بوده است چون آناتومی پاشنه هر فرد با دیگری متفاوت است. هدف ما این بوده که در طراحی جدید کفش های باریکید به این موضوع توجه کنیم." گام نخست تجزیه و تحلیل شکل عمومی قسمت

فناوری های کنترل و اندازه گیری در تولید منسوجات بی بافت

بیشتر می شود. با استفاده از فیلترهای بی بافت از تمیز بودن آب آشامیدنی اطمینان حاصل می شود، در بخش سلامت از منسوجات بی بافت برای جلوگیری از عفونت استفاده می شود و ژئوتکستایل های بسیار بادوام نیز نقش حیاتی در ساخت و ساز سدها ایفا می کنند. ماهلومی گوید زمینه کاربردی منسوجات بی بافت مهم نیست بلکه عملکرد آن ها باید همواره صددرصد تضمین شده باشد. این امر ممکن نمی شود مگر این که تمامی مراحل تولید این محصولات بدون خطا اجرا شود. پارامترهای مهم در فرایند تولید عبارتند از وزن در واحد مساحت، رطوبت یا ضخامت لایه. ماهلو با در اختیار داشتن راهکارهای مناسب و به ثبت رسیده می تواند بدون تماس و با اطمینان این مقادیر را تعیین کند

نیز وجود دارد. از امواج مادون قرمز نزدیک در جدیدترین محصول کمپانی یعنی سنسور رطوبت و وزن پایه Infracot IMF-T نیز استفاده می شود. در این محصول برای نخستین بار از روش انتقالی برای اندازه گیری استفاده می شود که آن را برای مواد اولیه ضخیم تر تا 500 g/m^2 مناسب می سازد. علاوه بر آن در این سیستم بر خلاف روش های متداول از یک چرخ گردان فیلتر استفاده می شود. با استفاده از سیستم فیلتر همزمان جدید ماهلو، تمامی طول موج ها به طور هم زمان و در یک نقطه اندازه گیری می شوند. در عوض نور به طور هم زمان بین شش دیتکتور یا آشکارگر توزیع می گردد. با این روش بی دقتی در اندازه گیری نخواهیم داشت. منسوجات بی بافت تقریباً در تمامی بخش های صنعتی کاربرد دارد و اهمیت آن ها روز به روز

کمپانی آلمانی ماهلو در نمایشگاه INDEXTM ۲۰۲۳ راهکارهای جدیدی را برای اندازه گیری و کنترل پارامترهای اساسی در تولید منسوجات بی بافت عرضه خواهد کرد. این کمپانی در میان سایر محصولاتش، جدیدترین محصولات مربوط به سیستم کنترل کیفی ثبت شده خود را که Qualiscan QMS-۱۲ نام دارد، به نمایش خواهد گذاشت. این سیستم مدولار که شامل سنسورها و فریم های اندازه گیری است، پارامترهای اساسی نظیر وزن پایه، رطوبت یا ضخامت لایه را در کل عرض پارچه اندازه گیری، ثبت و کنترل می کند. به گفته کمپانی روش های اندازه گیری متفاوتی بسته به نوع کاربرد و فرایند وجود دارد. در این سیستم امکان اندازه گیری با اشعه ایکس و ذرات بتا، تداخل نور سفید یا مادون قرمز نزدیک

مزایای ماشین رنگری Dyrama

و شکل ماده اولیه می باشد. این دستگاه دارای برچسب سبز آپیمیت (انجمن تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی ایتالیا) می باشد که نشان دهنده تعهد کمپانی به مسایل زیست محیطی است.

این ماشین در کنار سیستم دوز اند دای قابلیت رنگری نمونه هایی از ۲۵۰ تا ۵۰۰ گرم را دارد. واحد حل کننده DWS در این سیستم نیز امکان حل کردن و انتقال پودرهای رنگزا به دیگ های مجزا را فراهم می کند. رنگزاهای پودری با استفاده از یک سیستم گرانشی کنترل شده، توزیع و وارد سیستم DWS می شوند. در آن جا با یک مقدار حداقلی از آب حل شده و به دیگ ها فرستاده می شوند.

با سیستم دوز اند دای است که با استفاده از پمپ های برگشت پذیر (ورودی/خروجی و خروجی/ورودی) امکان گردش در حمام را فراهم می کند. در این حالت می توان فرایند رنگری به دست آمده در ماشین رنگری توده ای را به شیوه ای عالی تکرار کرد به ویژه در مورد رنگری نخ. این ماشین با اتوکلاوهای مستقل کار می کند، با برنامه های جداگانه قابل مدیریت است و بر اساس ظرفیت ماکزیمم و مینیمم در نسخه های متعددی در دسترس می باشد. بیشترین دمای ممکن در این ماشین ۱۴۰°C است و فرایند خنک کردن نیز به صورت غیرمستقیم و با استفاده از چرخش آب با فشار زیاد انجام می شود. حداقل نسبت مایع ۱:۶ و بر اساس وزن، نوع الیاف

کمپانی ایتالیایی تکنوراما تولیدکننده سیستم های شناخته شده Dos&Dye® برای دادن دستورالعمل صحیح به ماشین آلات رنگری توده ای است تا از این طریق نیازی به تصحیح فرایند و رنگری مجدد نباشد. سیستم دوز اند دای از دستگاه Dosorama تشکیل می شود که وظیفه توزیع حجمی محلول رنگزا و مواد شیمیایی را بر عهده دارد. این سیستم با یک یا تعداد بیشتر ماشین رنگری رباتیک کار می کند و قابلیت اجرای مستقل به صورت ۲۴ ساعته و هفت روز هفته را دارد. ترکیب ماشین آلات دوزوراما و واحدهای رنگری بر اساس نیاز مشتری است. تکنوراما در ماشین رنگری Dyrama ارایه دهنده مدول های رنگری یکپارچه

تولید پارچه جین دیجیتال توسط محققان آمریکایی

شستشویی متفاوت نیز برای نمونه در نظر گرفته شد و مشاهده شد که با استفاده از چاپ دیجیتال می توان تمامی آن افکت ها را مجدداً ایجاد کرد.

محققان کیفیت خط، بافتار، سبکی و همانندی کلی را نیز در کنار رنگ نمونه ها مورد بررسی و ارزیابی قرار دادند. آن ها دریافتند که به دست آوردن بافتار و کیفیت خط مشابه بسیار دشوار است. دلیل آن ممکن است نفوذ بالای جوهر در رنگری متداول باشد. در چاپ دیجیتال، فرایند چاپ بر روی سطح پارچه انجام می شود و جوهر چندان به عمق پارچه نفوذ پیدا نمی کند. این امر می تواند باعث بروز اختلاف در کیفیت خط و بافتار نمونه ها شود.

چاپ دیجیتال در مقایسه با چاپ اسکرین دارای مزایایی از جمله کاهش مصرف انرژی، مواد شیمیایی و پساب ها می باشد.

به استایل های دیگر و همچنین تکرار یک سری ویژگی های مشخص مانند رنگ نسبت به ویژگی های دیگر ساده تر است. پیش بینی آن ها این است که چاپ دیجیتال یک روش جایگزین مناسب برای تولید محصولات جین جدید در آینده می باشد که نیاز به مصرف آب کمتری هم دارد.

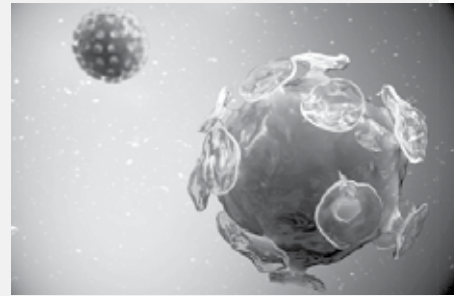
مینگ وانگ-سرپرست نویسندگان این تحقیق-گفت که برای اسکن یک تصویر با وضوح بسیار بالا از اسکنر با رزولوشن بالا استفاده شده است. پس از آن تصویر به یک فایل کامپیوتری با قابلیت نگهداری اطلاعات مربوط به رنگ و شفافیت منتقل شده است. در مرحله بعد یک پارچه از پیش عمل شده که دارای وزن و بافتاری مشابه نمونه های سنتی جین بود، انتخاب شد. چاپگر مورد استفاده چاپگر لاتکس زیست سازگار بوده است. شش نوع مختلف از جین با افکت های



محققان دانشگاه ایالتی کارولینای شمالی در ایالات متحده آمریکا موفق شده اند از طریق چاپ جوهر بر روی پارچه پنبه ای، پارچه جین دیجیتال تولید کنند. این پارچه با شش استایل مختلف از جین مشابهت دارد. نمونه هایی که با استفاده از یک کامپیوتر و چاپگر آماده شده بودند، شباهت خوبی با پارچه های جین تولید شده توسط نیروی کار انسانی و به روش متداول داشته اند. به گفته محققان تکرار استایل های مشخصی از جین به روش چاپ جوهرافشان نسبت



توسعه ماده افزودنی ضد میکروبی برای منسوجات بی بافت توسط کمپانی پارکس متریالز



استارتاپ پارکس متریالز راهکاری جدیدی را برای ضد میکروبی کردن منسوجات ارائه کرده که از پوست بدن انسان الهام گرفته شده است. بازار منسوجات ضد میکروبی بر خلاف سایر بخش های صنایع نساجی و پوشاک این روزها تحت تاثیر ویروس کووید-۱۹ در حال شکوفا شدن است. امروزه بسیاری از مصرف کنندگان در کنار تقاضا برای محافظت بیشتر در برابر این ویروس خاص، ارزش بیشتری نیز برای سلامت و ایمنی خود قابل هستند که همین صنایع نساجی و پوشاک را برای ارائه راهکارهای نوآورانه تشویق می کند. بر اساس پیش بینی موسسه تحقیقاتی Allied Market Research، بازار منسوجات ضد میکروبی بین سال های ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۷ شاهد نرخ رشد ترکیبی سالانه ۷/۴ درصد خواهد بود و ارزش آن تا آن زمان به ۱۸/۲ میلیارد دلار خواهد رسید. در حال حاضر عملکرد بیشتر منسوجات ضد میکروبی موجود در بازار بر اساس افزودنی های ضد میکروبی بر پایه نقره و مس و تکمیل هایی است که هدف آن ها کشتن، غیرفعال کردن و یا ممانعت از تکثیر باکتری و ویروس می باشد برای مثال محصولاتی کیو و پلیجین. استارتاپ پارکس متریالز رویکرد متفاوتی در پیش گرفته و با الهام از پوست بدن انسان افزودنی ضد میکروبی جدیدی خلق کرده و نام فناوری جدید را Saniconcentrate™ نهاده است.

در این فناوری از روی به فرم یونی و نه فلزی آن استفاده می شود. یون های روی در خون، پوست، مو، استخوان، ناخن و غیره یافت می شوند. آن ها از روی برای ایجاد یک مکانیزم دفاعی در برابر ویروس ها و باکتری ها استفاده می کنند اما نحوه عملکرد آن با بیوسیدها

متفاوت است. در این روش به جای کشتن میکروارگانیسم ها از چسبیدن آن ها به سطح پوست جلوگیری می شود. این مهم ترین گام است چون در مورد باکتری ها بدین معناست که آن ها نمی توانند بر روی سطح ساکن شده و از مواد مغذی استفاده کنند و تکثیر شوند. زمانی که مقدار باکتری های موجود بر روی سطح به یک حد مشخص برسد، یک بیوفیلم (لایه بسیار نازک سطحی) تشکیل می دهند. باکتری ها می توانند از این بیوفیلم برای پنهان شدن از سایر مواد ضد میکروبی استفاده کنند. به همین دلیل است که جراحان از تشکیل بیوفیلم بر روی ایمپلنت به شدت هراس دارند چون به خوبی می دانند که می تواند باعث ایجاد عفونت شود. باکتری ها برای همیشه زنده نمی ماند، طول عمر بعضی از آن ها ۱۲ دقیقه و بعضی ۱۲ ساعت است. بنابراین اگر از چسبیدن آن بر روی سطح جلوگیری کنیم خود به خود پس از مدتی کوتاه از بین خواهند رفت. علاوه بر آن از آن جایی که در روش جدید هدف آسیب رساندن به باکتری یا به چالش کشیدن آن نیست، ریسک افزایش مقاومت باکتری و تبدیل آن به یک سوپر باگ یا ابر میکروب بسیار کمتر است.

فناوری جدید تا کنون بر روی طیف گسترده ای از محصولات به کار گرفته شده و بر اساس استانداردهای بین المللی نظیر ISO ۲۲۱۹۶ و ISO ۲۰۷۴۳ مورد آزمایش قرار گرفته است. محصولات مجهز به این فناوری پس از ۲۴ ساعت دارای ۹۹/۹ درصد باکتری زنده کمتری بر روی سطح خود در مقایسه با محصولات عمل نشده بوده اند. علاوه بر آن فناوری جدید ضد قارچ هم هست و با استانداردهای ISO ۲۱۷۰۲ و ISO ۱۸۱۸۴ سازگاری دارد که به این معناست که در طول ۲۴ ساعت قابلیت سرعت بخشیدن به فرایند کاهش ویروس هایی نظیر کووید-۱۹ را تا ۹۹ درصد داراست.

همان طور که مشاهده می کنید فناوری Saniconcentrate™ یک فناوری نوید بخش است که در حال حاضر کاربردهای

مختلفی دارد برای مثال یک منسوج پوشش دهی شده با پی وی سی برای استفاده در مبلمان فضای بیرونی، جوراب، کالاهای محصولات پزشکی و در آخر بی بافت های مورد استفاده در ماسک های صورت و تجهیزات محافظت شخصی کاربرد دارد.

برای تولید یک منسوج بی بافت ضد میکروبی ۳ درصد از ماده اولیه جدید را با ۹۷ درصد ماده اولیه معمولی درون سیستم دوزینگ ترکیب می کنند که باعث می شود محموله به طور یکنواخت در تمام ماده اولیه توزیع شود.

محصول نهایی در پایان از نظر استحکام، رنگ، طول عمر، مقاومت در برابر اشعه فرابنفش و غیره هیچ تغییری نخواهد کرد. قیمت تمام شده آن نیز بسته به مورد کاربردی متفاوت خواهد بود اما افزایش قیمت تنها ۵۰ سنت در هر کیلوگرم از ماده اولیه می باشد.

در حال حاضر پارکس متریالز در حال همکاری با تولید کنندگان منسوجات بی بافت در چین و ژاپن بوده و قرار است از ماده اولیه جدید برای تولید ماسک های صورت و گان های بیمارستانی استفاده شود. کمپانی همچنین درخواست هایی نیز از تولید کنندگان اروپایی داشته است. از فناوری جدید می توان در سایر بخش های صنایع بی بافت مانند پوشاک، پدهای بهداشتی خانم ها و پوشک های بزرگسالان نیز استفاده کرد.

فناوری Saniconcentrate™ بسیار ایمن است و حتی مزایایی نیز برای افراد دارد برای مثال ماسک های تهیه شده با استفاده از این فناوری به کم شدن آکنه های پوستی کمک می کند و یا باعث کاهش بو می شود.

پارکس متریالز ادعا می کند که پاندمی کووید-۱۹ شرکت ها را ترغیب کرده تا درخواست های جدیدی داشته باشند حتی درخواست هایی که هیچکس تا کنون تصور آن را هم نمی کرد. استفاده از فناوری جدید در موارد کاربردی متعدد اگر به معنی ایجاد محافظت بیشتر باشد، بسیار منطقی هم به نظر می رسد.

ایجاد خاصیت ضد آتش در الیاف پنبه بدون از بین بردن سازگاری آن با پوست



دانشمندان آزمایشگاه های فدرال فناوری و علوم مواد سوییس (Empa) موفق به ابداع روش جدیدی شده اند که بدون از بین بردن خواص نرمی پنبه و سازگاری آن با پوست، پنبه را ضد آتش می کند. منسوجات پنبه ای که دارای خاصیت کندکنندگی شعله شده اند به دلیل کاهش یافتن قابلیت پنبه در جذب آب دارای راحتی پوشش نیستند ضمن این که در محیط فرمالدهید آزاد می کنند.

دانشمندان Empa شبکه ای از کندکننده های شعله درون الیاف پنبه ایجاد کرده اند که دارای وابستگی فیزیکی و شیمیایی نیست. این دیدگاه باعث می شود تا خصوصیات مثبت و ذاتی الیاف پنبه حفظ شود. سه چهارم تقاضاها برای الیاف طبیعی در جهان برای پنبه است. پنبه با پوست بدن انسان سازگار است چون این لیف قادر به جذب مقدار قابل توجهی آب بوده و شرایط اقلیمی مناسبی را بر روی پوست ایجاد می کند. لباس های محافظ برای آتش نشان ها و سایر پرسنل بخش خدمات اورژانسی از اهمیت زیادی برخوردار است. در این لباس ها معمولاً از پنبه به عنوان لایه داخلی استفاده می شود چون این قسمت از لباس نیازمند این است که از ویژگی های خاصی برخوردار باشد برای مثال باید ضد آتش بوده و یا در برابر آلاینده های بیولوژیکی مقاوم باشد. همچنین نباید آبریز باشد تا شرایط مساعد و راحتی را فراهم کند. با استفاده از اصلاح شیمیایی مناسب می توان این ویژگی های تکمیلی را در الیاف پنبه ایجاد کرد.

سایباساچی گان، شیمیدان و متخصص پلیمر می گوید: «تا به امروز ضد آتش کردن الیاف

پنبه باعث آسیب به ویژگی های دیگر این الیاف می شد. انجام تکمیل ضد شعله در الیاف پنبه که در برابر شستشو نیز مقاوم باشد از راه عمل کردن پارچه با کندکننده های شعله انجام می شود که از طریق ایجاد پیوند شیمیایی با سلولز پنبه صورت می گیرد. در حال حاضر انتخاب دیگری در صنایع نساجی وجود ندارد به جز استفاده از مواد شیمیایی بر پایه فرمالدهید. این ماده در دسته مواد سرطان زا قرار می گیرد. برای دهه ها راه حلی برای این مشکل وجود نداشت. با وجود این که تکمیل های بر پایه فرمالدهید برای ایجاد خاصیت کندکنندگی شعله بادوام هستند اما دارای معایب متعددی نیز می باشند؛ این تکمیل گروه های OH- در سلولز را مسدود می کند که باعث کاهش قابلیت پنبه در جذب آب و در نتیجه از بین رفتن راحتی منسوج پنبه ای می شود.

گان که به خوبی با شیمی الیاف پنبه آشناست، سال ها در زمینه توسعه کندکننده های شعله بر پایه فسفر که در حال حاضر نیز دارای کاربردهای صنعتی متعددی می باشند، فعالیت کرده است. او دریافته که می توان فسفر را به صورت یک شبکه مستقل درون الیاف پنبه نگه داشت.

ساختار جدید را همچنین می توان برای توسعه سایر مواد اولیه نظیر هیدروژل هایی که با تغییر PH دارو آزاد می کنند نیز به کار گرفت. این ژل ها در درمان زخم هایی که دارای روند بهبودی کندی هستند، موثرند. در چنین زخم هایی افزایش PH سطح پوست سبب می شود تا ژل های جدید بر پایه فسفر از خود دارو یا رنگ آزاد کرده و به این وسیله پزشکان و پرستاران را متوجه مشکل کنند.

گان و تیمش از یک ترکیب فسفری سه کاره (تری وینیل فسفین اکسید) بهره گرفتند. این ترکیب قابلیت این را دارد که تنها با ملکول های مشخص (ترکیبات نیتروژن مانند پپرازین) وارد واکنش شود تا شبکه خود را

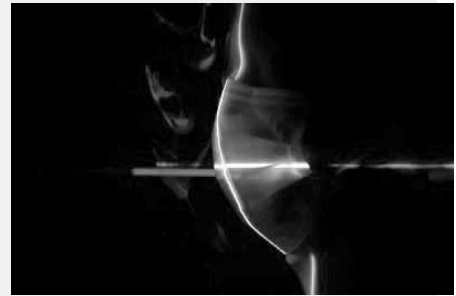
درون پنبه تشکیل دهد. این عمل باعث می شود بدون مسدود شدن گروه های OH-، پنبه ضد آتش شود. علاوه بر آن شبکه اکسید فسفین آبدوست است. این تکمیل کندکننده شعله حاوی فرمالدهید سرطان زا نمی باشد و در نتیجه برای کارگران خط تولید خطری ندارد. شبکه های اکسید فسفین با شستشو از بین نمی روند. پس از ۵۰ بار شستشو، هنوز ۹۵ درصد شبکه کندکننده شعله در پارچه وجود دارد. تیم تحقیقاتی به منظور ایجاد خواص محافظتی بیشتر در پنبه ای که تکمیل ضد آتش بر روی آن انجام شده، از نانوذرات نقره درون پارچه استفاده کرده اند. این عمل در یک فرایند یک مرحله ای و هم زمان با ایجاد شبکه های اکسید فسفین انجام می شود. نانوذرات نقره باعث ایجاد خواص ضد میکروبی در الیاف می شوند و پس از ۵۰ بار شستشو همچنان عملکرد خود را حفظ می کنند.

گان می گوید آن ها برای تثبیت شبکه های اکسید فسفین درون سلولز از یک روش ساده استفاده کرده اند. ابتدا از یک محلول آبی از ترکیبات فسفر و نیتروژن بر روی پنبه استفاده کرده و سپس با استفاده از یک زودپز آن را تحت فشار بخار قرار دادند تا امکان ایجاد اتصالات عرضی بین ملکول های فسفر و نیتروژن تسهیل شود. این فرایند با تجهیزات مورد استفاده در صنایع نساجی سازگار است. بخار دادن منسوجات پس از فرایندهای رنگرزی، چاپ و تکمیل یک فرایند عادی در نساجی می باشد. بنابراین برای انجام فرایند جدید نیازی به نصب تجهیزات اضافی نیست.

به گفته گان دو مانع اصلی در این روش وجود دارد. نخست این که برای تجاری سازی این فرایند در آینده نیاز به یک تولیدکننده مناسب مواد شیمیایی برای تولید و تامین تری وینیل فسفین اکسید است. علاوه بر آن این ماده باید مطابق با قوانین ثبت، ارزیابی، صدور مجوز و محدودیت مواد شیمیایی (REACH) در اروپا باشد.



روشی جدید برای بررسی عملکرد ماسک های صورت



محققان مرکز تحقیقات مربوط به راحتی و محافظت منسوجات (TPACC) در دانشگاه ایالتی کارولینای شمالی موفق به توسعه روشی جدید برای بررسی ماسک های تنفسی، ماسک های جراحی و در کل پوشش های صورت شده اند. هدف از این پروژه کمک به محققان برای توسعه روش های بهتر انجام آزمایش بر روی ماسک های صورت است.

به گفته برایان اورموند، استادیار مهندسی نساجی و شیمی در دانشگاه ایالتی کارولینای شمالی این تحقیق از نظر تعیین میزان موثر بودن و کارایی ماسک ها و پوشش های صورت از اهمیت زیادی برخوردار است. در بیشتر آزمایش های مربوط به این محصولات تمرکز اصلی بر روی ماده اولیه (کارایی فیلتراسیون و مقاومت در برابر تنفس) است. اگر تنها این عامل ملاک سنجش ماسک های صورت باشد و عملکرد محصول نهایی در هنگام استفاده مورد توجه قرار نگیرد، تاثیر عامل انطباق ماسک با صورت که از اهمیت زیادی برخوردار است نیز نادیده گرفته می شود.

تمرکز این تحقیق که در مارس ۲۰۲۱ آغاز شد بیشتر بر روی توسعه مورفولوژی شکل سر انسان برای ارزیابی محصول به صورت کلی است تا تاثیر عوامل مختلفی مانند کارایی فیلتراسیون، تنفس پذیری و انطباق با صورت بر عملکرد کلی محصول نهایی مشخص شود. این عوامل عینی بر راحتی و پذیرش محصول نهایی از سوی مصرف کننده نیز تاثیر چشمگیری دارند.

توسعه و تولید شکل سر انسان که در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفت، بر عهده

کمپانی i-Bodi زیرمجموعه کمپانی Crawley Creatures بوده است که در زمینه مانکن های ساخته شده به روش انیماترونیک (دانش و فناوری ساخت مدل های متحرک موجودات و اشیا به شکل طبیعی یا فانتزی آن ها) تخصص دارد. سر ساخته شده توسط این کمپانی قابلیت برنامه ریزی برای چهار حرکت مختلف را دارد: بالا و پایین رفتن، حرکت به چپ و راست، حرکت از گوش به سمت شانه و باز و بسته کردن فک. علاوه بر آن مانکن دارای نرخ تهویه قابل تنظیم برای اندازه گیری میزان تنفس است، محققان می توانند برای بررسی تاثیر مدت زمان استفاده از ماسک بر عملکرد آن، زمان را در آزمایشات متغیر کنند. اورموند می گوید در حال حاضر برای بررسی اثرات حرکتی، یک سری تست های مربوط به کارایی کلی فیلتراسیون محصول و نشستی به داخل در حالت ایستا انجام می شود. پس از آن مقادیر به دست آمده با مقادیر مربوط به حالتی که سر حرکت می کند، مقایسه می گردد.

این تست مشابه تست انطباق است که بر روی دستگاه های تنفسی انجام می شود. بر اساس داده های مقدماتی تیم تحقیقاتی بعضی از محصولات پوشش دهنده صورت در ابتدا عملکرد خوبی دارند اما ممکن است در حین حرکت سر جای خود باقی نمانند و باعث نشت ذرات بیشتری شوند. از طرفی به نظر می رسد بعضی دیگر از محصولات در حین حرکت سر جابجا شده و بهتر بر روی صورت قرار می گیرند.

هدف تیم تحقیقاتی بسط این تست ها برای مدت زمان های بیشتر از ۵ تا ۱۰ دقیقه است چون بیشتر افراد در طول فعالیت های روزمره خود برای ساعات طولانی از ماسک استفاده می کنند.

تیم تحقیقاتی علاوه بر بررسی انطباق ماسک با صورت، ماسک ها را از جنبه نشت به داخل و خارج نیز مورد بررسی قرار می دهد. در حال حاضر بیشتر روش های موجود تنها نشت داخلی را آزمایش می کنند چون از قدیم به

همین صورت بوده است. این بدان معناست که محصول تنها برای بررسی میزان ذراتی که از خارج می توانند به محدوده تنفسی شخص نفوذ کنند، مورد آزمایش قرار می گیرد. در بررسی نشت خارجی با توجه به ابروسل های تولید شده در داخل ماسک، عملکرد ماسک در جلوگیری از بازدم و انتقال احتمالی ذرات مورد بررسی قرار می گیرد. به گفته اورموند این مورد جای پیشرفت زیادی دارد. اگر واقعا بخواهیم به این سوال که کدام یک از مواد اولیه و طراحی ها در محدود کردن انتقال بیماری های عفونی موثرترند، پاسخ دهیم لازم است تا در مورد عملکرد ماسک در جلوگیری از بازدم و انتشار ذرات و ابروسل ها بیشتر بدانیم.

قرار است این تحقیق تا پایان سپتامبر ۲۰۲۲ تکمیل شود. به کارگیری روش های استاندارد شده یکی از اهداف کلی این پروژه می باشد. پروژه فوق نه تنها در مورد روش های تست استاندارد شده اطلاع رسانی می کند بلکه به طراحی و تولید پوشش های صورت اصلاح شده نیز کمک می نماید. در حال حاضر تیم تحقیقاتی حجم زیادی از داده ها را جمع آوری کرده که در زمینه عملکرد کلی محصول به روشن شدن مواردی نظیر عملکرد فیلتراسیون ماده اولیه، تنفس پذیری و انطباق کمک می کند. با این حال عوامل انسانی نظیر راحتی و پذیرش نیز باید در محاسبات آن ها و نحوه طراحی ماسک های صورت مورد توجه قرار گیرد.

اورموند می گوید در آینده برای بهبود روش های آزمایش بر روی ماسک های صورت، اندازه صورت در افراد مختلف و به ویژه کودکان نیز در نظر گرفته خواهد شد. در حال حاضر بیشتر محاسبات با توجه به تنظیمات شغلی انجام شده و در نتیجه هنوز کارایی محصول بر روی کودکان در اولویت قرار نگرفته است.

خرید پایدار پس از دوران پاندمی



زمین های زیر کشت به کار می گیرند. به همین دلیل است که تراست پروتکل به شش حوزه پایداری در کنار اهداف توسعه پایداری سازمان ملل در زمینه مصرف آب، انتشار گازهای گلخانه ای، مصرف انرژی، کربن خاک و کارایی استفاده از زمین متعهد می باشد.

کاتن تراست پروتکل با انجام این تعهدات به بیش از ۳۰۰ برند، کارخانه، خرده فروش و تولیدکننده از جمله کمپانی گپ و برندهای آن یعنی اولدنوی، گپ، بناناریپابلیک و آلتا و همچنین برند خرده فروشی انگلیسی نکست و بافورد خوشامد گفته است. تراست پروتکل در لیست ۳۶ ماده اولیه و الیاف برتر تکستایل اکسچنج قرار دارد که بیش از ۱۷۰ خرده فروش و برند شرکت کننده می توانند از میان آن انتخاب کنند. علاوه بر آن بخشی از ائتلاف پوشاک پایدار، انجمن پنبه آینده ۲۰۴۰ و راهنمای Cottonup نیز هست.

با واکنش شدن افراد بیشتری در سرتاسر جهان، مصرف کنندگان کم کم در حال بازگشت به زندگی عادی با یک "ترمال جدید" هستند و در این میان نیمی از برندها و خرده فروشان انتظار دارند هزینه ای که مصرف کنندگان طی ۱۲ ماه آینده صرف پوشاک پایدار می کنند، افزایش یابد. کاتن تراست پروتکل در آمریکا در دوره ای که بررسی زنجیره تامین از همیشه مشکافانه تر است و تقاضا برای شفافیت برندها روز به روز بیشتر می شود، استاندارد جدیدی را برای پنبه پایدارتر تعیین کرده است.

زیست محیطی شرکت ها هستند و تراست پروتکل نیز داده های مورد نیاز برای اندازه گیری تعهد به پایداری را برای برندها و خرده فروشان فراهم می کند.

تحقیقات همچنین نشان می دهد که ۶۳ درصد برندها و خرده فروشان عنوان کرده اند که پاندمی تاثیر مثبتی بر سرمایه گذاری فعال آن ها در زمینه پایداری داشته است؛ ۴۲ درصد آن ها تمرکز خود را بر روی تامین مواد اولیه خام تولید شده به روش پایدار گذاشته اند. کاتن تراست پروتکل از طریق مجموعه داده های پیشرفته و تاییدیه های مستقل این امکان را برای برندها و خرده فروشان در سرتاسر جهان فراهم می کند تا با اطمینان بیشتری پنبه مورد نیاز خود را تامین کنند.

کشاورزان پنبه در آمریکا در طول ۳۵ سال گذشته تلاش و کوشش بسیاری را در جهت پایداری فعالیت های خود به خرج داده اند و نتایج نیز همین را نشان می دهد. در آن زمان آن ها ۷۹ درصد آب و ۵۴ درصد انرژی کمتری مصرف می کردند و انتشار گازهای گلخانه ای را تا ۴۰ درصد و کاربری زمین را تا ۴۲ درصد کاهش داده بودند. تدابیر حفاظتی در رشد این محصول باعث بهبود بیشتر سلامت خاک، کاهش ۳۷ درصدی از دست رفتن و فرسایش زمین و افزایش سطح کربن خاک می شود.

در حال حاضر تقریباً دوسوم کشاورزان پنبه در آمریکا برای بهبود مداوم پایداری فرایندهای خود بعضی از انواع فناوری ها را برای انجام اندازه گیری و اتوماسیون در

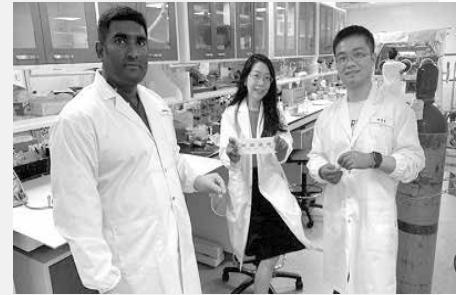
زندگی پس از دوران پاندمی ممکن است صاحبان صنایع پوشاک را وادار کند تا تصمیمات مهمی اتخاذ کنند. در این دوران پایداری مهم ترین دغدغه مصرف کنندگان خواهد بود که برندها و خرده فروشان نمی توانند به سادگی تنها ادعای پایداری در تولیدات خود را داشته باشند بلکه باید به طریقی آن را به اثبات برسانند. اینجاست که استاندارد US Cotton Trust Protocol برای تولید پنبه های پایدارتر مطرح می شود.

بر اساس نظرسنجی که اخیراً توسط این سازمان انجام شد، ۶۱ درصد برندها و خرده فروشان عقیده دارند که از زمان شروع پاندمی تقاضای مصرف کنندگان برای محصولات پایدار نیز افزایش یافته است. مطلب دیگری که در کنار تلاش شرکت ها برای پاسخ به این تقاضا و تحویل محصولات پایدارتر مشخص شد این بود که ۶۵ درصد پاسخ دهندگان موافق هستند که داده ها نقش مهمی در رسیدن آن ها به اهداف مربوط به پایداری در آینده ایفا می کنند.

دکتر گری آدامز، رییس این مجموعه می گوید: "اهمیت پایداری و شفافیت در صنعت مد روز به روز بیشتر می شود. مصرف کنندگان خواستار کاهش ردپای



باتری های کشسانی که نیروی خود را از عرق بدن می گیرند



یک تیم از دانشمندان دانشگاه فنی نانیانگ در سنگاپور موفق به توسعه باتری های نرم و کشسانی شده است که نیروی مورد نیاز آن از عرق بدن انسان تامین می شود. آن ها عقیده دارند که این باتری ها برای تامین برق فناوری های پوشیدنی انتخاب زیست سازگارتری هستند.

نمونه اولیه این باتری از پرک های نقره و پلی یورتان اکریلات آبدوست که به عنوان الکترودهای باتری عمل می کند، تشکیل شده است.

در این باتری از فلزات سنگین یا مواد شیمیایی سمی مضر استفاده نشده است. پرک های نقره نیز به صورت نانوذرات نیستند بلکه میکروذراتی هستند که با یک بایندر پلیمری پوشیده شده اند. در این حالت آزادسازی Ag^+ در مقایسه با نانوذرات نقره به مراتب کمتر و در نتیجه از نظر زیست سازگاری بهتر است.

تولید این باتری مقرون به صرفه و مقیاس پذیر است چون می توان آن را به طور مستقیم و به روش چاپ دیجیتال یا اسکرین بر روی یک منسوج پلی استری کشفاب چاپ کرد.

زمانی که پرک های نقره با عرق بدن

تماس پیدا می کنند، اسیدی بودن و یون های کلرید عرق باعث می شود تا پرک ها در کنار هم جمع شوند و قابلیت تولید الکتروسیته آن ها افزایش پیدا کند. این واکنش شیمیایی همچنین موجب می شود تا بین الکترودها جریان الکتریکی به وجود آید.

زمانی که مواد اولیه باتری کشسان باشند، مقاومت باتری کمتر می شود. این بدان معناست که در شرایط کشیدگی برای مثال زمانی که فرد در حال ورزش کردن است نیز قابل استفاده می باشد.

علاوه بر آن از آن جایی که منسوجات کشسان جاذب هستند و عرق را در خود نگه می دارند پس حتی زمانی که نرخ عرق کردن بدن یکنواخت نباشد، نیروی باتری همچنان تامین می شود. این امر در داشتن عملکردی یکنواخت بسیار موثر است چون میزان عرق بدن افراد متغیر بوده و به شرایط محیطی و این که در چه زمانی از روز باشند، بستگی دارد.

ولتاژ این باتری زمانی که بر روی مچ فردی که به مدت ۳۰ دقیقه در حال انجام دوچرخه ثابت می باشد، $4/2$ ولت و توان خروجی آن $3/9$ مگاوات است. این ولتاژ مشابه ولتاژ باتری سکه ای لیتیوم متداول بوده ولی توان آن اندکی پایین تر از باتری های معمولی است.

با این حال لیو جیان یکی از محققان این پروژه می گوید این توان برای بیشتر سنسورهای پوشیدنی کافی است و داده ها را به طور مداوم و از طریق بلوتوث به

تلفن همراه ارسال می کند.

توسعه این باتری ها که جایگزینی پایدارتر نسبت به باتری های معمولی هستند و تولید ضایعات الکترونیکی مضر را کاهش می دهند، نشان دهنده تعهد دانشگاه نانیانگ به یافتن راهکای به منظور کاهش اثرات منفی ما بر محیط زیست می باشد.

این یکی از چهار چالش بزرگ مربوط به بشریت است که دانشگاه نانیانگ قصد دارد در قالب برنامه استراتژیک ۲۰۲۵ دانشگاه فنی نانیانگ انجام دهد. جیان می گوید: "با دنبال کردن چند مرحله می توانیم زیست سازگاری باتری ها را از این هم بیشتر کنیم. اول می توانیم از یک بایندر سبز و دوستدار محیط زیست استفاده کنیم. دوم می توانیم حلال را با یک حلال سبز جایگزین کنیم و سوم می توانیم مواد اولیه مورد استفاده در باتری را از میان مواد با قابلیت بازیافت بیشتر انتخاب نماییم."

تیم تحقیقاتی در تلاش است تا با همکاری با صنایع دیگر باتری ها را بر اساس نیازمندی های مشخص مربوط به انرژی برای استفاده در سنسورهای پوشیدنی طراحی کند. آن ها همچنین قصد دارند موارد دیگری را نیز کشف کنند: تاثیر سایر عناصر تشکیل دهنده عرق بدن بر باتری، چگونگی اثرگذاری عواملی نظیر دمای بدن بر عملکرد باتری و بهبود شکل ظاهری باتری برای افزایش ظرفیت انرژی آن.

بخش دوم



تهیه و تنظیم:
مهندس اکبر شیرزاده

پژوهشی در بهره‌گیری از ابریسم در صنعت نساجی

ترکان خاتون

ملکه ترکان خاتون، مادر سلطان محمد خوارزمشاه بود. نام وی به معنی ملکه و شهبانو لقب زنان سلجوقی و خوارزمشاهی است. نفوذ اشراف لشگری قبچاق تحت فرمانروایی بانوی زیرکی چون ترکان خاتون قوت گرفت و دیری نگذشت که اعتبار تخت سلطنت را متزلزل ساخت. قبچاق‌ها سرزمین‌های تحت اشغال خود را و حتی سرزمین‌هایی را که به نام آزادسازی، گرفته بودند بلامانع تاراج می‌کردند و کین و نفرت اهالی را علیه شهریار خود برمی‌انگیختند. ترکان خاتون، زنی بسیار باسیاست، لجوج، کینه‌توز، مکار، بانفوذ و قهار بود که بر سلطان محمد خوارزمشاه (فردی بسیار ترسو، بی‌عرضه، پرمدها و خودخواه) تسلط کامل داشت.

بازگردیم به موضوع چنگیزخان و بازگشت دو ایلچی از سه ایلچی اعزام شده به خوارزم و باز آمدن آنها... سر و روی دو تن از نورسیدگان کهنه پیچ بود، رخسارشان ورم کرده و از زخم پوشیده شده بود؛

چنان مسخ شده بودند که چون خاقان سربرگردانید و آنها را دید، شناخت و پرسید: «کیستید؟» آنها گفتند: خاقان اعظم ما پیش از این امیران هزاره تو بودیم و اینک از گوربرخاستگانیم. خوارزمشاه برای تحقیر و خفت ما فرمان داد ریش‌هایمان - نشان شرف و مردانگی‌مان - را بسوزانند. خاقان پرسید: «پس ابن کفرج کجاست؟» پاسخ دادند: «وقتی او پیغامت را با لحنی موکد به سلطان خوارزم بازگفت سگانی که با گراز خوارزم هم‌آوایی می‌کنند؛ او را دریدند...» خاقان عصبانی شد و پرسید: «چه می‌گویید؟ ایلچی من را کشتند؟ ابن کفرج دلیر و وفادار مرا به قتل رساندند؟» سپس نعره‌ای زد و مشت‌های خاک برداشت و سر سر ریخت و رخسار خود را که اشک بر آن جاری بود؛ چنگ کشید و سپس با هیکل تنومند و سنگین از جا برجست و به سوی راه دوید.

خاقان، نفس زنان به پایگاه اسپان رسید و افسار اسب بدون زینتی را از مسمار باز کرد و چنگ بر یال آن زد، به پشت اسب

جهید و چون باد به سوی کوه کبود تاخت. پلوجوئسای (مشاور چینی) و پسران چنگیز نیز بر اسب نشستند و از پی او شتافتند. چون به صخره‌های کوه رسیدند از دور دیدند که خاقان در موضع برآمده‌ای از کوه میان درختان کاج ایستاده است. چنگیزخان کلاه از سر بر گرفت و کمر بند خود را به گردن آویخت (در حالت خلسه) قطرات درشت و رشخنده اشک بر گونه‌های تیره‌فام و خاک‌آلودش فرو ریخت. خاقان فریاد زد: «ای آسمان جاوید، تو درستکاران را رستگاری می‌دهی و گنهکاران را به کیفر می‌رسانی. تو این مسلمان تبهکار را کیفر خواهی داد. بهادران دلیر من بشنوید... مسلمانان اوسون، ایلچی مرا به چهارصد و پنجاه بازرگان غیور خفه کردند، تمام امتعه آنان را به تاراج بردند و اینک بر ما ریشخند می‌زنند. ایلچی دیگر من، ابن کفرج بغرای دلاور را کشتند و ریش‌ها دو ایلچی همراه او را چون موم سوزاندند. اسپانشان را گرفتند و چون آوارگان از خود راندند. آیا ما این رفتار را تحمل خواهیم

کرد؟»

تاتارها خروشیدند: «ما را به جنگ مسلمانان ببر، شهرهای آنان را ویران می‌کنیم و سنگ بر سنگ آن نمی‌گذاریم. همه را با زن و کودک از دم تیغ می‌گذرانیم و رمه‌ها و اسبهایشان را به تاراج می‌بریم.» چنگیز خان با آوای پرطنین بانگ زد: «در آن دیار نه یخبندان هست و نه باد و بوران سرد. هوایش همیشه تابستانی است میوه‌های شیرین مانند انگور به عمل می‌آید، پنبه کشت می‌کنند و علفزارهای آن هر سال سه چین علف می‌دهد. آیا سزاوار است چنین سرزمین پر نعمتی در دستان تبهکاران باشد؟ ما کشتزارهایشان را می‌گیریم، شهرهایشان را با خاک یکسان می‌کنیم، بر جای جای ویرانه‌ها جو می‌کاریم تا اسبان زورمند ما در آنجا چرا کنند و جز یورت با خاتون‌های وفادار و کودکان هیچ خانه‌های نماند.»

وضعیت تولید پارچه در این زمان

از مقایسه و مقابله مینیاتورهای گوناگون که از قرون وسطی به یادگار مانده، می‌توان به وضع لباس و پوشش مردم آن زمان پی برد. شهرنشینان ممالک شرق، در حدود قرن

دوازدهم پیراهنی از کرباس یا از کتان سفید که از ۹ قسمت ترکیب شده بود؛ بر تن می‌کردند. این پیراهن به وسیله دکمه‌ای چوبی، شیشه‌ای یا فلزی کروی شکل که بر روی شانه قرار داشت؛ بسته می‌شد. مردم آن روزگار زیرشلواری بلند از کرباس یا کتان سفید می‌پوشیدند که به وسیله بندی گران‌بها (طلا یا نقره) بسته می‌شد و بالاخره مردان قبای صوف (پشمی) خوش‌رنگ می‌پوشیدند که اطراف آن را قیطان ابریشمی دوخته بودند. بلندی نیم تنه‌ای که بر تن می‌کردند تا بالای زانو بود. این قبا نیز از ۹ قسمت تشکیل می‌شد. آستین‌ها کم و بیش دراز و جیب بزرگ نیز قسمت‌هایی از آن را تشکیل می‌داد.

هنگام پوشیدن، چین‌های آن روی هم می‌افتاد و به وسیله شال ظریفی که دور کمر می‌بستند؛ به بدن می‌چسبید. در قسمت پایین این لباس شکاف‌هایی بود و با دست قسمت پایین لباس را می‌توانستند به راحتی زیر شال قرار دهند تا بدین تدبیر بتوان از جایی که می‌خواستند بالا بروند یا سوار کشتی شوند. علاوه بر این با بالازدن قسمت پایین قبا به ریر شال، هرگونه حرکت و

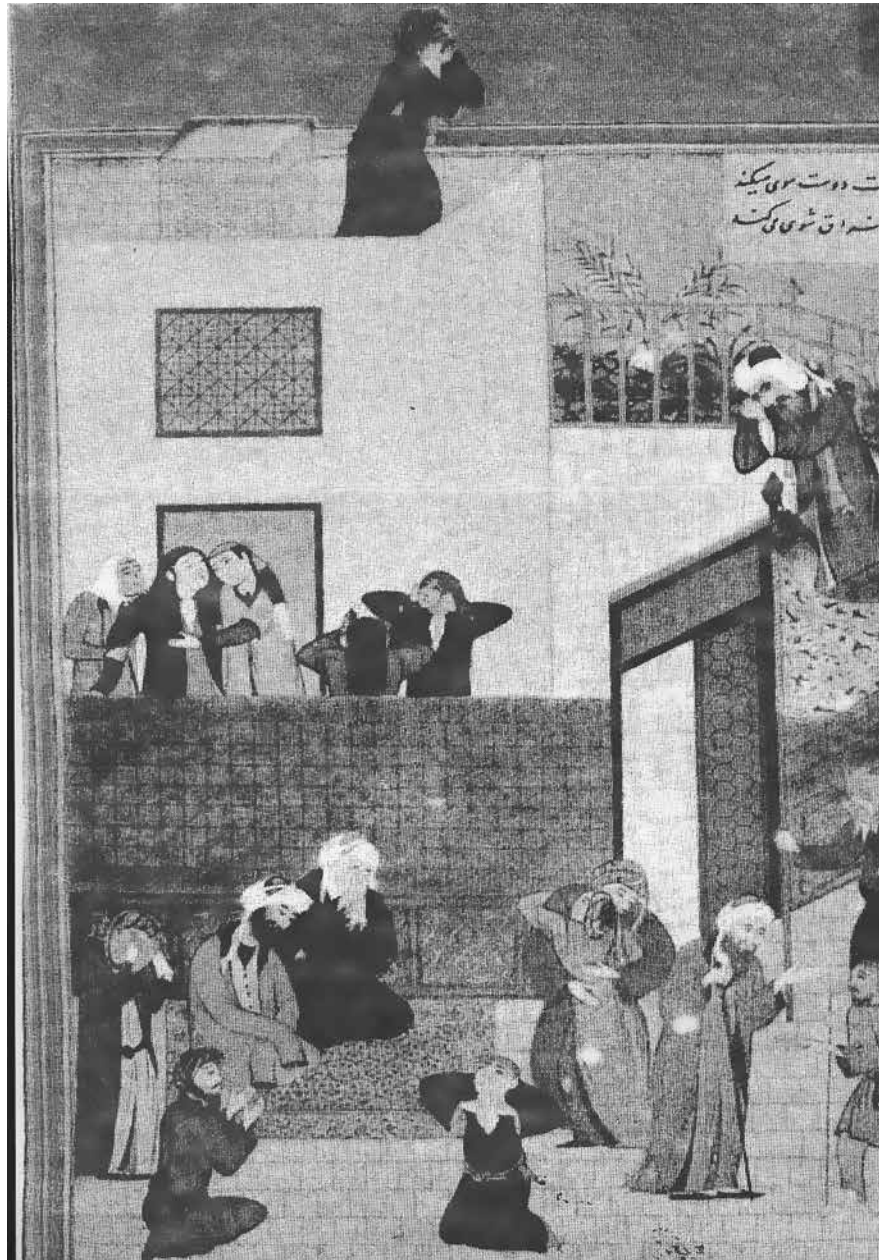
جنب و جوش امکان پذیر می‌شد و محل مناسبی برای گذاشتن دستمال و سایر اشیای کوچک بود. قبا بر حسب فصل ممکن بود از پشم ضخیم یا پارچه نازک باشد.

به قدرت رسیدن چنگیز:

اجداد وی، مدت‌ها خراجگذار سلطان چین شمالی بودند. پدرش که مردی مدبر و کاردان بود، در راه وحدت و یگانگی مغول‌ها کوشش بسیار کرد تا جایی که سلطان چین از بسط قدرت او نگران شد. در جنگی که میان او و قوای مغول در گرفت، پیروزی نصیب مغولان شد. چنگیز هنگامی که پدرش درگذشت، ۱۳ ساله بود. در آغاز کار جمعی از سران مغول سر از اطلاعات او پیچیدند اما چنگیز به شدت آنها را سوکوب کرد و مخالفان را در دیگ‌های آب‌جوش انداخت. در فاصله سال‌های ۵۷۱ تا ۶۰۰ حدود متصرفات خود را از شرق به سرزمین خاقان و از مغرب به منطقه تحت نفوذ قراختائیان رساند. چنگیز پس از سرکوب کردن طوایف مغول، به کمک چهار فرزند خود به چین حمله برد و طی ۵ سال قسمت اعظم چین و شهرهای تاریخی آن مانند پکن را به تصرف درآورد و خاقان را مغلوب



ت دوست روی میکند
شماره اول شوی گشته



می‌پروراند در حالی که چنگیز پیش از او
پکن را تسخیر کرده بود.

وضعیت اجتماعی و سیاسی ایران هنگام حمله
مغول:

چنگیز پیش از حمله به ایران، برای
نیروی نظامی خوارزمشاه ارزش فراوانی قائل
بود به همین مناسبت قبل از حرکت،
تمام نیروی خود را بسیج کرد و غیر از
فرزندان خود، امرای محلی را نیز برای
جنگ عظمی آماده کرد. با این‌که تعداد
لشگریان خوارزمشاه به مراتب بیشتر از
سپاهیان مغول بود ولی در داخل سپاهش
از نظم و انضباط خبری نبود، سران ارتش
با هم توافق نداشتند و از فرماندهی
واحدی تبعیت نمی‌کردند.

خوارزمشاه به دلیل بی‌کفایتی و مداخلات
ناروای مادرش -ترکان خاتون- در بین
سران سپاه نفوذ چندانی نداشت. خلیفه
بغداد و روحانیون محلی به جهاتی با وی
دشمنی داشتند و خان مغول و دشمنان
خوارزمشاه را به حمله به ایران تحریک
می‌کردند به طوری که عطاءالملک جوینی
نوشته «خلیفه در خفا به خانمان قراختایی
جهت دفع سلطان محمد پیغام‌ها می‌داد
و به سلاطین غور نیز مکاتبات و مراسلات
می‌فرستاد.»

توده مردم، تجار و بازرگانان که برای
ادامه زندگی بازرگانی بیش از همه
چیز به امنیت و آرامش نیاز داشتند از
روش ماجراجویانه خوارزمشاه و سیاست
تجاوزکارانه او ناراضی بودند لذا به
دشمنی با او برخاسته و به قوای چنگیز
پیوستند. پیرامون دربار سلطان و شرایط
آن پادشاه تیره‌روز اطلاعات بسیاری
وجود دارد. رنه گروسه -تاریخ‌نگار
فرانسوی- در مورد چنگیز و پیروانش
چنین می‌نویسد: «تناقضی که در تاریخ
دوره چنگیزخان مشاهده می‌شود، تضاد

را بین خود را سلطان محمد تقسیم کرد.
چنگیز پس از مدتی به جنگ کوچلک
خان شنافت و او را شکست داد و سراسر
ترکستان شرقی را به ممالک خود ملحق
ساخت. وی پس از آن که منطقه تحت
نفوذ خود را به آسیای مرکزی بسط داد؛
سعی کرد با خوارزمشاه روابط دوستانه
برقرار کند ولی سلطان محمد پس از
فتوحاتی که در آسیای مرکزی به دست
آورده بود؛ خیال تسخیر چین را در سر

ساخت.
در این ایام، کوچلک خان سرکرده قوم
نایمان و از مخالفان چنگیز- پس از
شکست نزد گورخان پادشاه قراختایی
رفت. گورخان او را با مهر فراوان پذیرفت
و دختر خود را به او داد اما کوچلک خان
پس از تجدید قوا به مخدوم خود خیانت
کرد و به کمک سلطان محمد خوارزمشاه
و حکمران سمرقند از جنوب به سرزمین
قراختاییان هجوم برد و مناطق نفوذ آنان



بین او و عشیره‌اش است. چنگیزخان عنصری است عاقل و مسلط بر نفس که رفتار و کردار خود و اطرافیانش را با استوارترین مواعظ عقل سلیم هماهنگ می‌سازد. ملت او چنان است که گویی تازه از ابتدایی‌ترین مرحله وحشی‌گری بیرون آمده، دارای حیوانی‌ترین عکس‌العمل‌هاست و می‌خواهد با تولید وحشت و رعب و ترس عمومی، دشمن را به تسلیم وا دارد. برای قوم مغول، جان انسانی اصلاً و مطلقاً ارزشی ندارد چون اساساً صحراگرد است به طور کلی نمی‌داند وضع زندگی شهر نشینان و مردم مقیم چگونه است. آنها فقط و فقط از زندگی بیابان‌گردی خود اطلاع دارند و جز آن دگر از هر چه هست بی‌خبرند... صحرانوردان نمی‌توانند درک کنند شهر بزرگ به چه کار می‌آید. حیرت و تعجب بیابان‌گردان وقتی بدون فاصله زمانی و به طور ناگهانی خود را مالک و صاحب ممالک کهن سال متمدنی می‌بینند که در آن شهرها و شهر نشینان وجود دارند. بیابان‌گردان هر چه هست می‌سوزانند و هر چه می‌بینند، می‌کشند. بدون شک علت آن شهوت خرابکاری و خانه‌سوزی و قتل و نهب نیست بلکه علت این است که وجود آن شهرها و آبادی‌ها ما فوق فهم و ادراک این صحرانوردان است. چنگیز می‌خواست در اقصی حدود جنوب غربی یک نوع زمین بایر، غیرمسکون، مرغزار و شن‌زار مصنوعی ایجاد کند که از آنجا کسی به امپراطوری او تجاوز نکند؛ به همین جهت بود که «زمین را کُشت» و اراضی آباد و دایر را خراب و بایر کرد؛ چون مردی بود صحرانورد و نمی‌توانست معنی و حقیقت زندگی شهر نشینی را درک کند، از همین سبب با تخریب تمدن‌های شهری و حذف اراضی

فلاحتی و تبدیل مزارع به مرغزار موافق بود؛ زیرا وجود مرغزار با طرز زندگی او بیشتر دمساز بود.» در این‌که چنگیز، مردی عاقل و کاردان بود، تردید نیست ولی هرگز نمی‌توان این مرد شقی را چنانکه گروسه پنداشته، عنصری دانست که رفتار و کردار خود و اطرافیانش را با استوارترین مواعظ عقل سلیم و حق توأم می‌سازد) وی در مقام مقایسه چنگیز با محمد خوارزمشاه می‌گوید: «چنگیزخان مردی بود با طبعی متعادل، محتاط، سمج، معتقد به ظن و ترتیب و در مقابل، محمد خوارزمشاه مردی بود ماجراجو، گردنکش، سبک‌مغز، با افکاری درهم گسسته و سازمانی بی‌نظم و ترتیب. او پس از شکست‌هایی که به قراختائیان وارد کرده بود؛ از غرور و تکبر سرشار بود اما در نخستین شکست، چنان روحیه خود را از دست داد که دیگر هیچ وسیله‌ای برای مقاومت نمی‌یافت. آن مرد قهرمان تبدیل به بیچاره‌ای عاجز و عنصری فاقد غیرت و حمیت شد. از این دو نفر آن بدوی صحرانورد، تنها مردی بود که قدرت حکومت و مملکت‌داری داشت اما آن ترک ایرانی شده که خود را امپراتور اسلام و پادشاه ممالک و ملل شهرنشین می‌دانست؛ روح و اخلاق و صفات سواران سرگردان واله و سرگردان را داشت که به هر طرف می‌روند و در راه می‌مانند!»

حرکت جنگی چنگیزخان و فتح بخارا

چنگیز پس از کسب اطلاعات لازم در سال ۶۱۶ به جانب بخارا لشکر کشید و پس از عبور از چند شهر کوچک این شهر تاریخی را محاصره کرد. مدافعین پس از سه روز محاصره به قشون مغول حمله کردند ولی تاب مقاومت نیاوردند

و به وسیله نماینده خود امان خواستند. عطاءملک جوینی، ورود قشون چنگیز و طرز رفتار آنان را پس از ورود به مسجد جامع بخارا چنین توصیف می‌کند: «ائمه و معارف شهر بخارا به نزدیک چنگیزخان رفتند. چنگیزخان به مطالعه حصار و شهر در اندرون آمد، و در مسجد جامع راند و در پیش مقصوره ایستاد. پسر او تولی پیاده شده و بر بالای منبر برآمد. چنگیزخان پرسید «سرای سلطان است؟» گفتند: «خانه یزدان است.» او نیز از اسب فرو آمد و بردو سه پایه منبر برآمد و فرمود که صحرا از علف خالی است؛ اسبان را شکم پر کنند. انبارها که در شهر بود گشاده کردند و غله می‌کشیدند و صنایع مصاحف به میان صحن مسجد می‌آوردند و مصاحف را در دست و پای می‌انداخت و صندوق‌ها را آخور اسبان می‌ساخت و کاسات نیبذ پیایی کرده و مغنیات شهری را حاضر آورده تا سماع و رقص می‌کردند و مغولان، بر اصول غنای خویش، آوازه‌ها برکشیده. ائمه و مشایخ و سادات و مجتهدان عصر بر طویله آخورسالاران به محافظت ستوران قیام نموده و امتثال حکم آن قوم را التزام کرده. بعد از یک دو ساعت چنگیزخان بر عزیمت مراجعت با بارگاه برخاست و جماعتی که آنجا بودند روان می‌شدند و اوراق قرآن در میان قاذورات لگدکوب اقدام و قوایم گشته، در این حالت، مقتدای سادات ماوراءالنهر روی به امام رکن‌الدین امامزاده، آورد و گفت: «مولانا، چه حالت است، اینکه می‌بینم، به بیداری است یارب یا به خواب؟!» مولانا امامزاده گفت: «خاموش باش، باد بی‌نیازی خداوند است که می‌وزد. سامان سخن گفتن نیست.» چون چنگیزخان از شهر بیرون آمد، به مصلاهی عید رفت و به منبر برآمد و عامه

شهر را حاضر کرده بودند. خطبه سخن، بعد از تقریر در آن آغاز نهاد که «ای قوم بدانید که شما گناه‌های بزرگ کرده‌اید و این گناه‌های بزرگ را بزرگان شما کرده‌اند از من بپرسید که این سخن، به چه دلیل می‌گویم. سبب آنکه من عذاب خدایم، اگر شما گناه‌های بزرگ نکرده بودید، خدای، چون من را برای عذاب به سر شما نمی‌فرستاد.»

پوشاک مغولان در ایران

مغولان پس از آن که در ایران استقرار یافتند؛ پوشاک خود را تغییر دادند و تابع لباس‌های ابریشمی و پشمی برای لباس رو و پنبه‌ای برای لباس زیر استفاده نمودند. این قوم که قبل از ظهور چنگیز، لباسی از پوست داشتند با قدرت رسیدن او از پارچه، لباس کیسه‌مانندی می‌دوختند، زنان پارچه‌های ابریشمی مصرف می‌کردند و در زیر این لباس، شلوار بلند می‌پوشیدند. آنان این لباس را بر روی شانه راست گره می‌زدند. مردان از کلاه پوستی استفاده می‌کردند اما بزرگ آنان سعی کرد عمامه را جایگزین کلاه خود کند که ظاهراً در این امر توفیق نیافت. زنان، کلاه و دستمال سر به کار می‌رودند. به تدریج مغولان در پوشیدن لباس راه تجمل را پیش گرفتند و گذاشتن دستمال در جیب بین آنها معمول شد. لباس‌های قومی و ملی مغولی جای خود را به لباس‌های ایرانی و محلی داد.

فتح سمرقند

پس از بخارا، نوبت فتح سمرقند رسید. سلطان محمد خوارزمشاه پیش از حمله مغول در ظرف یک‌سال سه بار مالیات و خراج سالیانه را به طور کامل از مردم گرفت ولی در راه ایجاد حصاری برای

سمرقند قدمی برنداشت. این شهر پس از چند روز مقاومت مجبور به تسلیم شد. چنگیز خان فجایع بخارا را در سمرقند نیز تکرار کرد. سپس فتح بلاد شمالی ماوراءالنهر، خراسان و سایر نقاط ایران را شروع کرد. در میان مبارزات توده‌ای و جنگ‌های پارتیزانی مقاومت تیمورملک در خجند بیشتر جلب نظر می‌کند که کاملاً غیورمندان، جدی و کارا بود.

در مسیر حرکت به سوی سمرقند، روستاهایی که اطاعت می‌کردند از تعرض در امان ماندند، اما مناطقی چون سرپل و دبوسیه مقاومت کردند و چنگیز برای زودتر رسیدن به سمرقند، عده‌ای را مأمور محاصره این نواحی کرد و خود به راهش ادامه داد. سرانجام پس از رسیدن به «کوکسرا» اردو زدند و پسرانش هم که از فتح اترار فارغ شده بودند، در این محل به وی ملحق شدند.

چنگیز دو روزی را به اندیشه و تدبیر برای گشودن سمرقند سپری کرد و در همین زمان سیهزار نفر را برای دستگیری سلطان محمد خوارزمشاه فرستاد. جوینی درباره روز سوم محاصره گفته است: «تعداد لشکریان و پیشمرگها (سپر انسانی که از میان مردمان نواحی متصرفی در پیشاپیش لشکر حرکت میدادند) که در اطراف سمرقند جمع شده بود قابل شمارش نبود. وی تعداد لشکر را به ریگ بیابان و نزول باران تشبیه کرده است. همچنین اشاره کرده است که تعدادی از مدافعین از شهر بیرون آمده و با سپاه مغول به مقابله پرداختند و در این بین تعدادی از دو طرف کشته شدند. مغولان با ایستادن بر دروازه‌های شهر، مانع خروج نیروهای سواره‌نظام از میدان کارزار شدند و صفوف پیاده‌نظام را برهم زدند. بر اثر این نبرد، تشست و بی‌نظمی در میان مردم سمرقند

حاکم شد و سرانجام گروهی برای حفظ جان خود به همراه قاضی و شیخ‌الاسلام شهر، نزد چنگیز رفته و با او وارد مذاکره شدند و پیشنهاد آنها مبنی بر اینکه در مقابل حفظ جانشان دروازه را به روی مغولان باز کنند، از سوی چنگیز پذیرفته شد. با باز شدن دروازه، قوای چنگیز به قتل و غارت و ویران کردن دیوار شهر پرداختند و هر که را یافتند کشتند و به صغیر و کبیر رحم نکردند.

با باز شدن دروازه نوبت به قلعه (ارگ سلطانی) سمرقند رسید که در این بین گروهی هزارنفری از قلعه خارج شدند و خود را به سلطان محمد رساندند. در ادامه جوینی به توصیف فتح قلعه می‌پردازد. پس از تصرف قلعه، مغولان، با به آتش کشیدن مسجد جامع سمرقند، هر کس را که در آن پناه گرفته بود در آتش قهر خود سوزاندند. کسانی که از این هجوم جان به در برده بودند به صحرا رانده شدند تا میان سپاهیان تقسیم و از دم تیغ گذرانده شوند. کسانی هم که همراه قاضی و شیخ‌الاسلام تسلیم شده بودند می‌بایست دو بیست هزار دینار به مغولان پرداخت می‌کردند. سرانجام شحنة‌ای برای شهر تعیین کردند و جماعت پیشمرگ را با خود به سوی خراسان حرکت دادند. سمرقند در ربیع‌الاول سال ۶۱۸ زیر سم ستوران مغول گرفتار شد و نصف بیشتر مردم شهر در این هجوم از بین رفتند. از آن جماعت سی‌هزار مرد را به اسم پیشه‌وری تعیین کردند که این مطلب نشان می‌دهد با وجود تخریب و کشتار اهالی، پیشه‌وران از قتل عام در امان ماندند زیرا مغولان به ارزشی که این گروه داشتند واقف بودند و به جای کشتن آنها از حرفه و دانشی که داشتند، استفاده می‌کردند.

نمایه موضوعی
مقالات، مصاحبه‌ها و گزارش‌های
ماهنامه نساجی امروز
در طول دویست و بیست و چهار
شماره گذشته

ویژه دویست و بیست و پنجمین شماره ماهنامه نساجی امروز
(پرمخاطب‌ترین رسانه نساجی ایران)



ماهنامه بین‌المللی صنعت نساجی ایران

نساجی امروز

NASSAJI
E M R O U Z

Iranian Textile Magazine

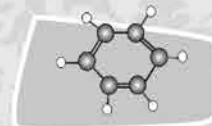
WWW.ITMA.CO

پرمخاطب‌ترین رسانه صنعت نساجی ایران

Your Global Media Partner

info@NassajiEmrouz.com

۰۲۱-۶۶۹۰۶۸۲۰





minutes under ideal conditions, meaning that one single bacteria cell can increase to 1,048,576 cells in just seven hours. Textiles' large surface area and ability to retain moisture enable microorganism growth. This growth leads to a host of unpleasant effects for both the material and the end user. The growth of microorganisms reduces the textile's mechanical strength, stains the fabric and lets other, more pernicious microbes breed. This is one of the reasons apparel is packaged in airtight bundles; one bad microbe in a moisture rich cargo container can ruin a whole shipment of textiles.

The effect on the end user's health is even more important. Unchecked microbe growth leads to odors, infection, and the possibility of contamination. Since textile goods, particularly those made from natural fibers provide an excellent environment for microorganisms to grow, the need to protect and preserve them became fundamental. Therefore, these fibers are of key importance in sanitation and medical applications.

Antimicrobial protection range includes antimicrobial additives for textiles. These additives can be introduced into a textile during the manufacturing process to make it resistant to microbes. An additive will encompass a specific antimicrobial active, such as silver, and can be formulated to suit the material type, the manufacturing process employed and the desired end-use of your textile product.

Antimicrobial treatments can be easily and cost effectively applied to textiles & fabrics at any stage of the production process, without affecting the inherent characteristics of the fibre. In addition to being added into the material itself, our antimicrobial additives can also be applied to any textile as a topical or finishing treatment.

Antimicrobial additives are suitable for addition to both synthetic and natural fibres including:

- Polypropylene (PE)

Reference:

1. Tomšič B, Simončič B, Orel B, Žerjav M, Schroers H, Simončič A, Samardžija Z (2009) Antimicrobial activity of AgCl embedded in a silica matrix on cotton fabric. *Polymers* 75:618–626 Google Scholar
2. Turner SL, Bailey MJ, Lilley AK, Thomas CM (2002) Ecological and molecular maintenance strategies of mobile genetic elements. *FEMS Microbiol Ecol* 42:177–185
3. Walsh CT, Wright G (2005) Introduction: antibiotic resistance. *Chem Rev* 105:391–394
4. Wang ZL (2000) Characterizing the structure and properties of

- Polyethylene terephthalate (PET)
- Nylon (PA)
- Wool
- Cotton
- Silk

What are the Benefits of Antimicrobial Textiles?

Wash after wash, antimicrobial textiles are proven to resist harmful bacteria by up to 99.9%. This inbuilt protection means fabrics benefiting from our antimicrobial treatments are less susceptible to staining, bad odours and degradation. Research has also shown that antimicrobial textiles maintain high levels of antibacterial performance for their expected lifetime, making them ideal for manufacturers of sportswear, hospital scrubs, non-wovens, bedding, technical fabrics, workwear and a range of other textile products.

Where Antimicrobial Products Are Used

Antibacterial textiles are used where moisture and microbes meet. The materials see use in a variety of applications including healthcare; hygiene; medical devices; sportswear; food packaging; storage; thermal and mechanical protection; automotive textiles; heating, ventilation and air conditioning; air filters; and water purification systems. They are used to protect healthcare personnel with functional clothing as well as fabrics all around the home, including socks, mattresses, baby diapers and coverings. Anywhere there are substances for the microorganism to feed on, antimicrobial fibers can be seen in some shape or fashion. For example, substances added to fibers, such as lubricants, antistatics, natural-based auxiliaries — including sizes, thickeners and hand modifiers — and dirt provide a food source for microorganisms. Antimicrobials of varying strength are used in order to prevent, inhibit, remove or kill microbes.

individual wire-like nanoentities. *Adv Mater* 12:1295–1298

5. Weitz JS, Hartman H, Levin SA (2005) Coevolutionary arms races between bacteria and bacteriophage. *PNAS* 102:9535–9540

6. Whitman WB, Coleman DC, Wiebe WJ (1998) Prokaryotes: the unseen majority. *Proc Natl Acad Sci USA* 95(12):6578–83

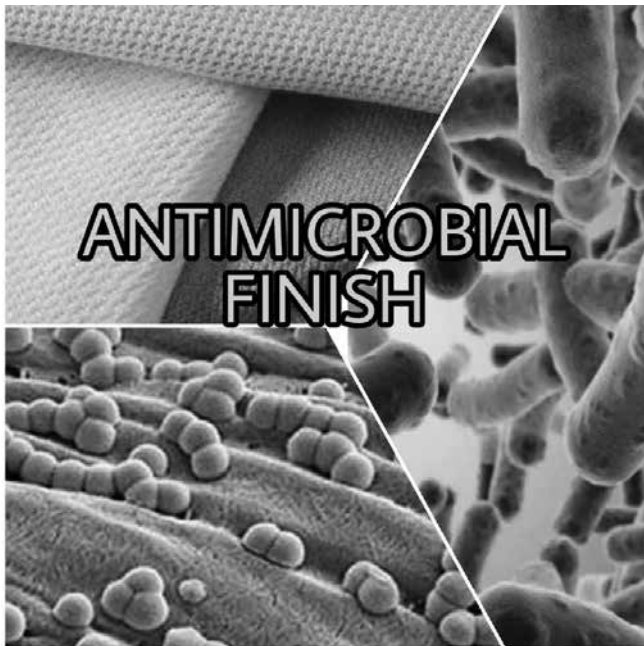
7. Yurieva O, Kholodii G, Minakhin L, Gorlenko Z, Kalyaeva E, Mindlin S, Nikiforov V (1997) Intercontinental spread of promiscuous mercury-resistance transposons in environmental bacteria. *Mol Microbiol* 24:321–329



Dr. F. Nayeb Morad

Antimicrobial Textiles & Fabrics

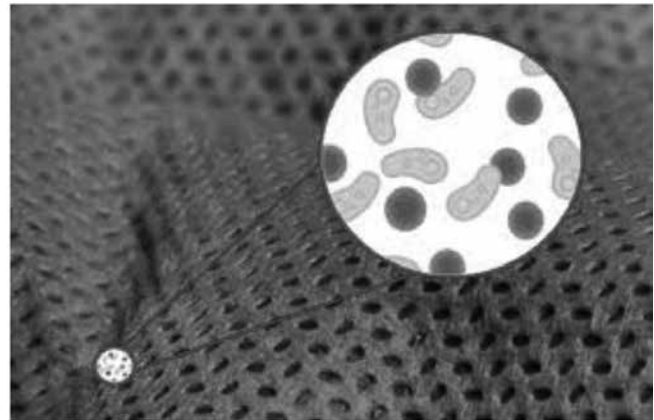
Antimicrobials Throughout History



Application of natural antimicrobial agents on textiles dates back to antiquity, when the ancient Egyptians used spices and herbs to preserve mummy wraps. Hundreds of years ago, the Chinese used bamboo — which contains an antimicrobial substance called bamboo-kun — in housing structures and design.

During World War II, both the Allied and the Axis powers used antimicrobials to prevent textiles from rotting. Tentage, tarpaulins, and truck covers needed to be protected from microbes born of heavy rain and snow that would eat through the fibers. Cotton duck, webbing, and other military fabrics were treated with mixes of chlorinated waxes, copper and antimony salts

that stiffened the fabrics and gave them a distinct odor.



Antimicrobial is an agent that kills microorganisms or inhibits their growth. Antimicrobial fibers then are textiles to which antimicrobial agents have been applied, either at the surface or within the fibers. Additives can be introduced to the fiber during spinning or extrusion, combined with dyes or pigments or applied as a finishing process. The chosen method is determined by a variety of factors including final use of the fabric, the capability of the manufacturer and budget.

The Fight Against Microbes

The National Institutes of Health reports that microbes actually outnumber a human's cells by 10 to 1. To be fair, not all microbes are bad, but inhibiting the unchecked growth of microbes in contemporary society can be of critical importance as these pathogens, bacteria, and fungi quickly multiply and can lead to adverse health effects. A 2016 study by Morais and colleagues found that some bacteria populations can double every 20 to 30



IN THE NAME OF GOD
NASSAJI EMROUZ
IRANIAN SCIENTIFIC, TECHNICAL
AND INDUSTRIAL TEXTILE JOURNAL
MONTHLY MAGAZINE
Vol.23, No. 225, December 2021
ISSN 1735-2177

Index

■ Editorial	
Integrity of state for the integrity of the people/Publisher.....	2
■ Viewpoint	
Pre-Covid 19 conditions don't recure/B.Shahriari	3
Off- side trap/R.Bagheri, H.Bagheri.....	5
Where people are? /A.Sajadian	12
■ Report	
Let's think about branding/M.Bayani.....	16
A report on "new financial supply for textile and apparel supply chain" webinar.....	28
■ Others	
Sad story of tyrannical entrepreneurs	30
■ Iran Textile Specialists Association	
Bangladeshi clothing smuggling continues to dominate the market/A.Haeri	32
The ability of Iran machine-made carpet to compete with foreign competitors	34
■ Textile by web	
■ Technical Textiles	
Fabrication and evaluation of gortex-like fabric with middle layer of polyurethane nanofibers/M.Baghini, M.Yousefzadeh,A.Ghareaghaji.....	58
■ Sport Textiles	
Anti-bacterial materials in textile industry/F.Nayebmorad.....	61
■ Nano	
Investigation of dyeing of cotton fabric with reactive dye in the presence of nanoparticles/P.Rasepar, J.Mokhtari	65
■ Information	
Green deal. EU strategy for sustainable textile/T.Molana	69
Cotton market rules and price perspective/A.Movahed.....	71
Innovative and sustainable solutions in the US fiber industry.....	82
Global reduction in fashion industry profit in 2020	83
■ World news	
■ History of Iran textile industry	
Research in the silk application in textile industry/A.Shirzad.....	94
■ 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