



به نام آنکه جان را فکرت آموخت
 ماهنامه علمی، پژوهشی و صنعتی
 نساجی امروز
 سال نوزدهم، شماره صد و هفتاد، بهمن ۱۳۹۵
 ISSN 1735-2177

فهرست عناوین مقالات

- ▼
- **سرمقاله**
 منافع ملی را فدای رقابت‌های جناحی نکنیم / مدیرمسئول ۲
- **دیدگاه**
 منتظر حمایت دولت نمایم / سعید حسین زاده ۳
 تجارت یک جنگ است / شاهرخ کشاورز ۹
 کیفیت، رمز جاودانگی است / محمد امجد محمودی ۱۵
- **گزارش**
 آسیب‌پذیری‌های اقتصاد ایران / مینا بیانی ۲۱
 به جای خصوصی سازی، خصولتی سازی شده است! ۲۵
- **نساجی دیگران**
 هدف‌گیری نیازهای مشتریان / دکتر نصری ۳۲
- **بازتاب**
 سه‌گانه مشکلات صنعت نساجی، نگاه دولت باید تغییر کند / علیرضا حائری ۳۵
 تقلبی‌های گران در بازار پوشاک ۳۷
- **تاریخ نساجی ایران**
 ایران در عصر صفویه: تجدید حیات صنعت نساجی / اکبر شیرزاده ۳۹
- **نساجی در وب**
 وب‌نگار نساجی امروز / مینا بیانی ۴۴
 Nano Textile ۵۴
 Textile DB ۶۰
- **برندهای نساجی و پوشاک** ۶۶
- **تاسیسات و تغییرات شرکت‌های نساجی**
 تغییرات / مینا بیانی ۷۰
 تاسیسات ۷۵
- **منسوجات ورزشی**
 کفیوش ورزشی / Sport Flooring / فرناز نایب‌مراد ۷۶
- **نانو تکنولوژی**
 کاربرد فناوری نانو در منسوجات خانگی / ستاد ویژه توسعه فناوری نانو ۷۹
- **اطلاع‌رسانی**
 بررسی تاثیر گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در فرآیند انتخاب کالا توسط مشتری / امیرعباس فیضی، بهناز خوش‌طینت ۸۷
 اخبار جهان ۹۳
- **فرم اشتراک**
 ■ **بخش انگلیسی**

■ صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

مهندس سید شجاع الدین امامی رثوف

■ **سر دبیر:** مهندس سعید جلالی قدیری

■ **سرویس خبر و گزارش:** مینا بیانی

(دبیر سرویس)، اشرف السادات امامی

■ **سرویس علمی و اطلاع‌رسانی:**

دکتر شاهین کاظمی - مهندس محسن

شنبه - دکتر محمدعلی توانایی - مهندس

آزاده موحد (دبیر سرویس)

■ **سرویس بین الملل:** ته‌میننه مولانا

■ **پذیرش آگهی و روابط عمومی:**

مهندس سید ضیاء الدین طباطبایی

فاطمه سعیدی

■ **امور مشترکین:**

الهام بهاری

■ **همکاران تحریریه این شماره:**

نیما قیاسی - سید امیر حسین امامی

سید ضیاء الدین امامی رثوف - منیره

السادات مطهری فرد - ربابه جعفری - نگین

اسفندیاری - اکرم باقری - ناصر رحیمی گرکانی

■ **طراح و گرافیک:**

مهندس سارا نظام الاسلامی

■ **صفحه آرایی:**

آتلیه طراحی کارا آفرینان

■ **چاپخانه:** نفیس نگار

■ **صحافی:** آبتوس

■ **امور طراحی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی:**

آتلیه نساجی امروز

■ **تلفن:** ۰۶۸۲۰۶۶۹

■ **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:** ۰۶۸۲۰۶۶۹

www.NassajiEmrouz.ir

info@nassajiemrouz.com

- مقالات و اخبار و مطالب خود را جهت درج در مجله به آدرس دفتر ماهنامه ارسال فرمایید.
 ■ نساجی امروز در ویرایش و اصلاح مقالات و مطالب ارسالی آزاد می باشد.
 ■ دیدگاه ها و نظرات چاپ شده در مجله لزوما دیدگاه نساجی امروز نمی باشد.
 ■ نقل مطالب ماهنامه با ذکر مأخذ مجله نساجی امروز و سایت www.ITMA.co مجاز می باشد.

منافع ملی را فدای رقابت‌های جناحی نکنیم

۱- هر چه به ماه‌های پایانی دولت یازدهم نزدیک‌تر می‌شویم، تحریکات و فعالیت‌های دستگاه‌های دولتی برای رونق بخشی به اقتصاد و معیشت مردم رنگ و روی اجرایی‌تر به خود می‌گیرد و دولت محترم می‌کوشد تا به نوعی رکود حاکم بر اقتصاد بیمار کشور را کمرنگ‌تر کند. دولت تدبیر و امید که در طول سال‌های گذشته بسیار کوشید تا تورم افسارگسیخته حاصل از برنامه‌های اقتصادی دولت نهم و دهم را سر و سامان دهد، اکنون در ماه‌های منتهی به انتخابات با جبهه‌ای از منتقدینی مواجه است که مشکلات اقتصادی ناشی از رکود و شرایط ناگوار تولید و اشتغال را به مثابه پاشنه آشیل دکتر روحانی می‌دانند و مترصد فرصتی هستند تا بتوانند توفیقات حاصله دولت در این سال‌ها را یک‌جا به چالش بکشانند. ناکارآمد خواندن تلاش‌های تیم مذاکره‌کننده در برجام و بزرگ‌نمایی مشکلات اقتصادی ناشی از سیاست‌های دولت در کنترل تورم، مهم‌ترین دستاویز رقابتی دولت فعلی در انتخابات پیش رو خواهد بود.

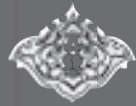
گرچه جناح رقیب هنوز هم به جمع‌بندی نهایی برای معرفی نامزدهای انتخاباتی خود نرسیده؛ لیکن پروژه رقابت در انتخابات از ماه‌ها پیش کلید خورده و بدون تردید ماه‌های پیش رو شاهد افزایش تنش‌ها و نزاع‌های سیاسی در این خصوص خواهیم بود.

آنچه در این میان حائز اهمیت است؛ توجه به این موضوع است که رقابت‌های جناحی و حزبی نباید منجر به آسیب‌های اجتماعی و اقتصادی به آحاد مردم شود. ناکارآمد خواندن سیاست‌های اقتصادی و اجرایی دولت و افزایش احساس ناراضی‌عمومی با بزرگ‌نمایی مسائل و مشکلات اقتصاد بیمار کشور که ریشه در سال‌های طولانی دارد؛ اگرچه ممکن است به‌عنوان دستمایه‌های تبلیغات انتخاباتی قابل استفاده باشند اما در نهایت منجر به کاهش سطح امید و اعتماد ملی مردم به نظام اسلامی خواهد شد؛ لذا شایسته است که رقابتی انتخاباتی با نگاهی ملی و فراجناحی و درک صحیح موقعیت سیاسی و بین‌المللی کشور، معیشت و صلاح ملت را قربانی اهداف انتخاباتی خود نکنند و حداقل شرایط نسبتاً پایدار فعلی، در آستانه رقابت‌های انتخاباتی دچار تنش و تلاطم نگردد.

۲- بهمن ماه امسال، مجله نساجی امروز، نوزدهمین سالگرد انتشار خود را جشن می‌گیرد. فرصت را مغتنم شمرده و در این مجال کوتاه از همکاران سالیان دور و نزدیک مجله و مخاطبین فهیم و ارزشمندی که همواره با نظرات و دیدگاه‌های گرانمای خود، یار و یاور ما بوده‌اند؛ تشکر و قدردانی نموده و امیدواریم بتوانیم همچون گذشته بر عهدی که با ایشان بسته‌ایم، پایبند باشیم و تریبونی مستقل برای پیشرفت و توسعه صنایع نساجی و پوشاک کشور باشیم. ان شاءالله

دستخط حمایت دولت و سرمایه

دیدگاه



تاساره:

سعید حسین زاده یکی از تولیدکنندگان و صادرکنندگان قدیمی پوشاک کشور است که در دهه ۷۰ توانست بخش عمده‌ای از تولیدات خود را به بازار روسیه صادر نماید اگرچه این صادرات به دلایل مختلف از جمله وعده‌های بی سرانجام دولت مبنی بر حمایت از صادرکننده و ... متوقف ماند و به گفته وی، بازار را دو دستی تقدیم چین و ترکیه کردیم. حسین زاده، ریشه در صنعت نساجی و پوشاک دارد و علاقه خاصی به فعالیت‌های گروهی و تشکلی و همین علاقه موجب شد در کنار چهره‌های دیگر پوشاک کشور همچون آقایان هاکوپیان، نبوی، رهبری و ... ایده تشکیل اتحادیه‌ای برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان نساجی و پوشاک را عملی نمایند. وی می‌گوید: آرزو دارم کلویی از صنعتگران نساجی و پوشاک تشکیل شود تا هر هفته دور هم جمع شویم، مشکلاتمان را با همفکری هم حل کنیم و در کنار یکدیگر بزرگ شویم.

گفت‌وگوی ما با سعید حسین زاده از شکل‌گیری اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک آغاز می‌شود و در ادامه به فعالیت‌های تولیدی، صادراتی و حرفه‌ای وی اختصاص پیدا می‌کند.

گفت‌وگو با سعید حسین زاده - مدیرعامل شرکت تولیدی و صادراتی بافران

جمع کنید و تشکل پوشاک را راه‌اندازی نمایید. این موضوع را با دوستانی مانند آقایان هاکوپیان، محمود نبوی، مهدی رهبری و ... در میان گذاشتم؛ در ابتدا ۱۰ نفر و سپس ۳۰ نفر تمایل خود را به حضور در یک تشکل تخصصی پوشاک اعلام کردند و تصمیم گرفتیم این اتحادیه را در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران به ثبت برسانیم؛ منتها در آن زمان اتحادیه کشف اجازه این کار را به ما نمی‌داد جلسات متعددی را با مدیران وقت اتاق ایران برگزار کردیم اما با لابی‌های مسئولان اتحادیه کشف این تصور به وجود آمده بود که ما قدرت و توان راه‌اندازی یک تشکل منسجم و قدرتمند را نداریم؛ بنابراین انجمن صنایع دوخت در وزارت کشور ثبت شد.

به تدریج تعداد اعضا افزایش پیدا کرد زیرا متوجه فعالیت‌های گسترده و ارتباطات موثر هیئت موسس

انقلاب کشور قرار گیرند. مدیران یکی از این کمیته‌های تخصصی در اواخر سال ۱۳۶۱ تصمیم گرفت کمیته را از پوشش شورای صنایع همگن نساجی خارج نموده و اتحادیه‌ای کاملاً مستقل، تحت عنوان «اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنایع کشف» راه‌اندازی نمایند. اوایل دهه ۷۰ و در اوج دوران صادرات و اعتبار در بخش بین‌الملل، مدیرکل وقت صادرات وزارت صنایع توصیه کردند تشکل قدرتمند پوشاک راه‌اندازی کنیم و مثال زدند تشکل پوست و سالامبور به اندازه‌ای توانمند است که بدون واسطه با وزیر قرار ملاقات می‌گذارند و مسائل و مشکلات صنعت خود را به‌صورت مستقیم با وی مطرح می‌کنند؛ چرا تولیدکنندگان پوشاک نباید به چنین جایگاهی برسند؟

با توجه به حسن شهرت شما در زمینه صادرات، می‌توانید دوستان و همکاران خود را دور یکدیگر

تفکر شکل‌گیری اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران چگونه و چه زمانی ایجاد شد؟

سال ۱۳۶۰ تشکل جدیدی با حضور اکثریت دست‌اندرکاران صنایع نساجی و پوشاک کشور با همت و برنامه‌ریزی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران تحت نام «شورای صنایع همگن نساجی» تشکیل شد که در آن شورا مدیران و صاحبان واحدهای تولیدی ۲۹ رشته تخصصی نساجی مانند تولیدکنندگان انواع سیستم‌های ریسندگی، انواع بافندگی‌ها، انواع تولیدکنندگان پتو، فرش ماشینی، موکت، الیاف و نخ‌های مصنوعی، کشف‌ها، حوله، منسوج نفاخته، جوراب، البسه و ... اقدام به تشکیل کمیته‌های تخصصی، ویژه هر یک از رشته‌های نساجی کردند تا هر یک از رشته‌های نامبرده بالا، در مسیر جدید هماهنگ با قوانین پس از

تا دوران انقلاب به تولید و صادرات ادامه دادیم اما هیچ‌گاه تصور نمی‌کردیم انقلاب بتواند تأثیری بر فعالیت‌های ما داشته باشد و به جایی برسیم که تولید را متوقف کنیم.

با نهادها و سازمان‌های مختلف دولتی شده بودند و توانستیم طرف مشورت وزارت صنایع قرار بگیریم. به این ترتیب روسای اتاق ایران جلسه مشترکی با هیئت موسس برگزار کردند و از ما خواستند با توجه به عدم فعالیت گسترده اتحادیه کشفاف، در انتخابات آنان شرکت کنیم و بتوانیم سکان هدایت این اتحادیه را به دست بگیریم. پس از مشورت و همفکری با دوستان، تصمیم گرفتیم به پیشنهاد روسای اتاق ایران عمل کنیم و با حضور در انتخابات اتحادیه کشفاف، به هدف اصلی خود یعنی شکل‌گیری یک تشکل قدرتمند و موثر در صنعت پوشاک کشور دست یابیم و از یک اتاق کوچک در اتاق بازرگانی ایران کار را شروع کردیم تا امروز که دفتر اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک ایران به‌صورت مستقل و با تمام توان در خدمت تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنایع پوشاک کشور به فعالیت ادامه می‌دهد.

قطعاً طی کردن این مسیر دشوار جز با همدلی، همراهی و دوستی میان اعضا امکان‌پذیر نبود ضمن

این‌که نیاز میرم به یک تشکل فعال در صنعت پوشاک بسیار ملموس به نظر می‌رسید. خوشبختانه مسیر حرکت اتحادیه به سمتی پیش رفت که جلب اعتماد مسئولان مرکز توسعه صادرات را به همراه داشت و رسیدگی به پرونده‌های جوایز صادراتی صنعتگران نساجی و پوشاک به این تشکل سپرده شد.

۴ مورد فعالیت‌های حرفه‌ای، تولیدی و صادراتی خود توضیحاتی ارائه نماید.

سال ۱۳۵۰ برند شینتال را با هدف تولید پوشاک زنانه به همراه دو برادر بنیان نهادیم و ظرف یک‌سال به سطحی از اعتبار و موفقیت در بازار رسیدیم که برند ما جزو برندهای معروف و معتبر شناخته شد و کاپ بهترین طراحی را دریافت کردیم. این روند، سرآغاز موفقیتی بود که براساس آن توانستیم در تمام شهرستان‌های کشور، نمایندگان توانمند فروش مستقر کنیم و با پوشاک خارجی به رقابت می‌پرداختیم.

سال ۱۳۵۰ با هدف صادرات پوشاک، می‌خواستیم نامی برای برند خود انتخاب کنیم که هم یک اسم ایرانی باشد و هم مخاطبان خارجی بتوانند آن را تلفظ نمایند. شینتال را از لغت‌نامه دهخدا پیدا کردیم و نام یکی از روستاهای آذربایجان شرقی است.

شینتال در پیش از انقلاب به تولید پوشاک روز اداری،

پوشاک عصر و پوشاک شب زنانه می‌پرداخت. گروه طراحی دانش‌آموختگان دانشگاه‌های معتبر خارج از کشور بودند که به‌طور مرتب به طراحی محصولات متنوع می‌پرداختند. این امکان برایمان فراهم بود که از تمام نمایشگاه‌های بین‌المللی مد و پوشاک مرتبط بازدید به عمل آوریم. پوشاک با مد و طراحی عجین شده بود زیرا نمی‌توان این بخش را از صنعت پوشاک جدا کرد. مسلماً موفقیت ما مرهون توجه خاص به طراحی و مد بود. آن زمان که در نمایشگاه‌های پوشاک و هفته‌های جهانی مد شرکت می‌کردیم، بسیار جلوتر از کشورهایی مانند ترکیه بودیم. از این نمایشگاه‌ها صرفاً ایده می‌گرفتیم و مد‌های روز دنیا را طبق سلیقه و فرهنگ ایرانی، بومی‌سازی می‌کردیم و به این ترتیب محصولی روانه بازار می‌شد که علاوه بر حفظ فرهنگ و تمدن ایرانی و ساختار آناتومی خانم‌های ایرانی، طبق آخرین مد روز دنیا بود و یک خانم ایرانی زمانی که پوشاک شینتال را تهیه می‌کرد، اطمینان کامل داشت که تمام بخش‌های پوشاک برآزنده اوست اما متأسفانه اغلب طراحی‌های امروز پوشاک، کپی‌کاری است.

۴ محصولات شینتال چگونه توزیع می‌شد؟

هیچ‌گاه با سیستم بنکداری کار نمی‌کردیم زیرا اعتقاد به این شیوه فعالیت نداشتیم. پیش از آن که مرا به دلیل تنگ‌نظری‌ها و بهانه‌تراشی‌های واهی مجبور به توقف فعالیت کنند، ۸۵ شعبه شینتال در سراسر کشور فعال بود.

شرایط آن قدر خوب پیش می‌رفت که متوجه شدیم بازار داخلی جوابگوی توانمندی‌های ما نیست لذا به فکر صادرات افتادیم و در گام نخست به آمریکا رفتیم و شعبات شینتال را در این کشور راه‌اندازی کردیم. بازار پوشاک آمریکا بسیار وسیع و پرمصرفی بود ضمن این‌که برادر بزرگم نیز مطالعات بسیاری در مورد بازار پوشاک آمریکا انجام داده بود.

تا دوران انقلاب به تولید و صادرات ادامه دادیم اما هیچ‌گاه تصور نمی‌کردیم انقلاب بتواند تأثیری بر فعالیت‌های ما داشته باشد و به جایی برسیم که تولید را متوقف کنیم.





دارد. در هتل با یک ایرانی مقیم مسکو آشنا شدم که بازار روسیه را به خوبی می‌شناخت؛ پس از مذاکرات اولیه پیشنهاد کار با حقوق بسیار خوب را به وی مطرح کردم؛ قرار شد دفتری در مسکو راه‌اندازی کنیم و به فروش محصولات خود بپردازیم. در مرحله نخست موفق شدیم قرارداد ۳ میلیون دلاری منعقد نماییم؛ پس از ۴۵ روز به ایران بازگشتیم در حالی که انگیزه‌ام برای فعالیت صادراتی در بازار روسیه افزایش یافته بود.

وضعیت صادرات در آن مقطع زمانی چگونه بود؟

در آن زمان میزان صادرات و فعالیت تولیدکنندگان و مدیران بخش خصوصی در این بخش به مراتب بیشتر از امروز بود و هر اندازه قوانین و مقررات به نفع صادرات وضع شد، متأسفانه به یک مانع برای مدیران صادرات محور تبدیل شد! دهه ۷۰ دوران اوج صادرات غیرنفتی بود اگرچه آن سال‌ها جوایز صادراتی وجود نداشت اما تولیدکنندگان با تمایل و علاقه خاصی به صادرات محصولات باکیفیت خود می‌پرداختند.

یعنی فقط به دلیل قوانین و مقررات دست و پاگیر شاهد کاهش صادرات هستیم؟

بله اگرچه تحریم‌های پیاپی نیز آسیب‌های بسیاری به پیکر صادرات کشور وارد کرد و با بلوکه شدن

می‌رود... گفتم پس فروشگاه را جمع خواهیم کرد... گفت: اگر این کار را انجام بدهی که لطف بزرگی خواهی کرد! مگر من عامل فساد بودم که بابت آن شرمسار باشم؟ مگر برای عده‌ای از هموطنان زمینه اشتغال سالم و حلال به وجود نیورده بودم؟ مگر تولید ایران را با افتخار راهی بازارهای صادراتی نکرده بودم؟ مگر در تمام تابلوهای فروشگاه و برجسب محصولات ما عبارت ساخت ایران درج نشده بود؟ چرا باید چنین رفتاری با من می‌شد؟ تا سال ۱۳۶۷ که فروشگاه‌های شینتال به فعالیت خود ادامه می‌داد، لحظه‌ای از ارائه محصولات باکیفیت دریغ نکردیم؛ آیا این رفتار و برخورد نامناسب و خصمانه در شأن یک تولیدکننده بود؟ شرایط به نحوی پیش رفت که تصمیم گرفتیم تولید را فقط به صادرات اختصاص دهیم و دیگر کاری به بازار داخل نداشته باشیم!

فرصتی پیش آمد تا به تحقیق و مطالعه بازار شوروی بپردازم و در چندین نمایشگاه پوشاک این کشور شرکت کردم، در همین زمان، شاهد تجزیه شوروی و استقلال جمهوری‌های آن شدیم. در تاجیکستان سه میلیون دلار قرارداد صادراتی منعقد کردم، در آذربایجان نیز موفق به انعقاد قرارداد قابل توجهی شدم اما نگران بودم به دلیل عدم ثبات اقتصادی و سیاسی پس از فروپاشی شوروی با مشکل مواجه شوم لذا به همراه بخشی از محصولات از آذربایجان به مسکو رفتم. در یکی از هتل‌ها به بازاریابی پرداختم و متوجه شدم بازار بسیار بکری برای پوشاک وجود

تنگ‌نظری‌هایی که اشاره کردید به حال و هوای خاص اوایل انقلاب و تفکر خاص آن زمان در مقابله با مظاهر غربی ارتباط دارد؟

دقیقاً... پس از انقلاب نمی‌توانستیم به تولیدات قبلی خود ادامه دهیم ضمن این که ارتباطات ما با آمریکا قطع شد اما به تلاش‌های خود در راستای صادرات ادامه دادیم؛ در کانادا شرکتی ثبت کردیم تا محصول را در ایران به صورت خام تولید، به کانادا ارسال و پس از تکمیل وارد بازار آمریکا کنیم. اما این روند به دلیل بروز مشکلاتی متوقف شد و به بازار داخلی متمرکز شدیم. پس از انقلاب، شینتال بسیار معروف شده بود و فروشگاه‌های آن همواره مملو از خریداران مختلف بود. زمانی که حراج پنج روزه اعلام می‌کردیم از شهرستان‌های مختلف راهی تهران می‌شدند و پشت درب فروشگاه می‌خوابیدند تا صبح بتوانند زودتر از سایرین خرید کنند و استقبال مردم از محصولات ما به اندازه‌ای بود که تا پایان شب دیگر هیچ لباسی برای فروش باقی نمی‌ماند. کیفیت محصولات بسیار مطلوب بود زیرا نخ و مواد اولیه مرغوب اروپایی وارد می‌کردیم، مدل‌ها طبق مد روز دنیا بود ضمن این که قیمت مناسبی برای مصرف‌کنندگان داشت.

اما این موفقیت‌ها برای برخی غیرقابل تحمل بود. برای فروش تبلیغات گسترده‌ای انجام می‌دادم و برخی در نشریات می‌نوشتند این برند برای کیست که چنین فعالیت‌های طاغوتی دارد و تبلیغات انجام می‌دهد؟ چرا کسی جلوی فعالیت آن را نمی‌گیرد! یک روز در اوج شلوغی فروشگاه و نزدیک شب عید، عده‌ای از اماکن به فروشگاه مراجعه و ما را بازخواست کردند و گفتند در اسرع وقت به اداره اماکن بیایم. به این اداره رفتم، مسئول وقت گفت: اسم طاغوتی شینتال را از کجا پیدا کرده‌اید؟! گفتم این نام اصیل ایرانی است و مجوز آن را از وزارت ارشاد گرفته‌ام. مجوز را به وی نشان دادم؛ نگاهی به آن انداخت و سپس در کمال تعجب آن را پاره کرد و گفت: دیگر مجوز نداری! به‌عنوان یک تولیدکننده و فعال صنعتی چه احساسی باید داشته باشید وقتی اسمی که یک عمر برای اعتبار آن تلاش کرده‌اید و در ایران و جهان موفق بود به دلیل تنگ‌نظری از بین

سال ۱۳۷۹ به دلیل افت شدید صادرات نساجی و پوشاک، دولت به فکر حمایت جدید از صادرکننده این صنعت افتاد و طبق مصوبه هیئت وزیران، ۲۰ درصد جایزه صادراتی برای سال ۱۳۸۰، ۱۵ درصد برای سال ۱۳۸۱ و ۱۰ درصد برای سال ۱۳۸۲ تعیین و بودجه‌های آن نیز مشخص شد اما هنوز ابلاغ نشده بود.

سیستم‌های بانکی، نتوانستیم به صادرات ادامه دهیم. دهه ۷۰ جمهوری‌های شوروی سابق به تازگی استقلال خود را اعلام کرده بودند و علی‌رغم وجود دفتری در مسکو، مراودات بانکی و پولی برایمان مشکل به نظر می‌رسید اما به مراتب بهتر و روان‌تر از امروز قادر به صادرات بودیم.

با تعیین جوایز صادراتی و وضع قوانین و مقررات سختگیرانه برای صادرکنندگان، شاهد کاهش تدریجی روند صادرات شدیم. برای مثال پوشاک را جهت صادرات قیمت‌گذاری می‌کردند و اگر می‌خواستید محصولی را با قیمت بالا صادر کنید، بانک مرکزی به بهانه گرانفروشی، میلی به صادرکننده پرداخت نمی‌کرد و پس از پیگیری‌های مستمر در نهایت رقم ناچیزی به ما رسید!

در دوران‌های مختلف هر قانونی که به نام حمایت از صادرات وضع شد، ضربه‌ای به قامت صادرکننده وارد کرد. مثلاً هنگام صادرات پوشاک به روسیه، وجود قوانین تهاوتر، صادرات به روسیه را بسیار تسهیل کرده بود. بازار این کشور بسیار گسترده بود و در همان زمان می‌توانستیم مانند ترکیه فعلی، بازار روسیه را به انحصار پوشاک ایرانی درآوریم اما متأسفانه مسئولان دولتی هیچ همکاری و حمایتی از امثال ما در بازارهای بین‌المللی به عمل نیاوردند. بارها به مسئولان وزارت صنایع وقت عنوان کردم که توان صادرات محصولات ۲۷۰ کارخانه را دارم فقط از نظر مسائل قانونی و مالی از من حمایت نمایید.

از نظر ثبت شرکت، دفتر مسکورا به نحوی ثبت کرده بودیم که امکان تعرض به حساب‌های شرکت وجود نداشت و به کمک بسیاری از فعالان و صنعتگرانی

که بعدها در مسکو، شرکت تأسیس کردند، شتافتم زیرا از همان ابتدا به انجام کارهای گروهی اعتقاد کامل داشتیم و بر این باور بودم که قطره‌ای در مقابل دریای این بازار گسترده (روسیه) هستیم و در این بازار وسیع، دلیلی ندارد شاهد رقابت ناجوانمردانه شرکت‌های ایرانی با همدیگر به بهانه تصاحب سهم بیشتر بازار باشیم. تصور می‌کردم هر اندازه بتوانیم قدرت و توانمندی ایران را در بازار روسیه تقویت کنیم بازار بهتری به دست خواهیم آورد کما این که شاهد تحقق چنین تفکری بودیم و در مقطعی از زمان، تولیدکنندگان ایرانی توانستند بازار جمهوری‌های تازه استقلال یافته شوروی را به انحصار خود درآورند.

برای رفع مشکلات تبادلات پولی و مالی به سفارت ایران در روسیه مراجعه کردیم، موضوع را با مسئولان سفارت در میان گذاشتیم و پاسخ شدیم «هنوز مسائل سیاسی ما حل نشده هستند و نمی‌توانیم کاری برای شما انجام دهیم!» با تکیه بر توانمندی‌ها و سرمایه‌های بخش خصوصی، شاهد افزایش فعالیت‌های صادراتی به روسیه شدیم اما ضربه مهلک بعدی به پیکره صادرات هنگام کاهش ناگهانی نرخ ارز در سال ۱۳۷۳ وارد شد. مسئولان هیچ‌گاه فکر نکردند تکلیف صادرکنندگانی که قرارداد صادراتی را براساس دلار ۶۰۰ تومانی منعقد کرده‌اند اما با افت شدید نرخ دلار به ۳۰۰ تومان مواجه شده‌اند؛ چیست و چگونه می‌توانند این مابه‌الفاوت را جبران کنند؟ اصلاً چگونه می‌توانستند محصولات خود را به بازار صادراتی تحویل دهند؟!

سال ۱۳۷۵ با توجه به افت شدید صادرات، قانونی به تصویب رسید مبنی بر این که ۵۰ درصد هزینه‌های صادرات را وزارت صنایع وقت و مابقی را نیز بانک‌ها پرداخت خواهند کرد؛ به این ترتیب ارزش دلاری صادرکنندگان حفظ می‌شد. اوایل وزارت صنایع این مبالغ را به ما می‌پرداخت اما سال ۱۳۷۶ به دلیل کاهش جهانی قیمت نفت، بانک مرکزی با مشکلات مالی متعددی روبرو شد اما قربانی اصلی این روند، صادرکنندگانی بودند که با تلاش فراوان بازار خوبی در روسیه پیدا کرده بودند و با پشتوانه حمایت‌های قانونی دولت به فعالیت می‌پرداختند.

طلب‌های صادرکنندگان از بانک مرکزی تا امروز به قوت خویش باقی مانده و ۲۰ سال از آن دوران سپری می‌شود، در حالی که این مبلغ می‌توانست صرف احداث کارخانه‌های بیشتر، صادرات گسترده‌تر و یافتن بازارهای جدیدتر شود. اما این دردی است که ۲۰ سال صادرکنندگان و تولیدکنندگان می‌کشند و جفایی است که به صنعت نساجی و پوشاک روا شده است...

با توجه به شرایط نامساعد در زمینه صادرات، تا چه زمانی به فعالیت در بازارهای خارجی ادامه دادید؟

دفتر مسکو را نمی‌توانستیم به سادگی آن را رها کنیم و به کشور بازگردیم اما به تدریج بنیه و توان ما کاهش یافت تا این که شاهد ظهور چین در بازارهای جهانی شدیم؛ به این ترتیب دوران طلایی صادرات را به آسانی از دست دادیم و بازار گسترده روسیه را که با تلاش و سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه کسب کرده بودیم، دو دستی تقدیم ترکیه و چین کردیم. از نزدیک می‌دیدم که این بازار کاملاً در انحصار ما بود و پس از کالاهای آمریکایی، هیچ کالایی در بازار به اندازه محصولات ایرانی خریدار نداشت، پوشاک و کفش ساخت ایران در روسیه از ریشه بسیار قدرتمند و معتبری بهره‌مند بود و با توجه به وسعت مرزهای مشترک با روسیه، فرصت بسیار مغتنم و ارزشمندی به وجود آمد تا کارخانه‌های نساجی و پوشاک به نوسازی و بازسازی تکنولوژی و ماشین‌آلات خطوط تولید خود بپردازند و در بازارهای صادراتی حرف‌های زیادی برای گفتن داشته باشند... حتی برای نزدیک‌تر شدن به مرزهای روسیه، سه کارخانه در شهرک صنعتی میامی شاهرود راه‌اندازی کردم. دولت در آن زمان قرار بود به دلیل قرارگرفتن کارخانه در منطقه محروم، تسهیلات خوبی در اختیار ما قرار دهد.

با سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه، سوله‌هایی در این شهرک صنعتی تأسیس کردیم و طبق وعده مسئولان دولتی، قرار شد پس از اتمام مراحل ساخت و احداث تأسیسات، ارز مناطق محروم جهت خرید، نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات به ما تعلق بگیرد. ۵-۶



اسفند ماه کار تأسیسات به اتمام رسد، موضوع را با مسئولان در میان گذاشتیم، اعلام کردند پایان سال نزدیک است و تقاضای خود را اوایل سال بعد مطرح نمایند. ابتدای سال مراجعه کردیم گفتند هنوز بودجه‌ای اختصاص پیدا نکرده است! این بهانه‌تراشی‌ها و امروز و فردا کردن‌ها همچنان ادامه داشت و به این سادگی فعالیت سه کارخانه بزرگ تولید پوشاک، پتو و پارچه نیمه کاره باقی ماند و ماند و ماند... در آن زمان نه تشویقی وجود داشت نه قانونی برای حمایت واقعی از صادرکننده وضع می‌شد و نه جوایز صادراتی پرداخت می‌شد... صادرکنندگان با دست خالی و تکیه بر توانایی‌ها و سرمایه‌های خود مشغول فعالیت بودند و به دلیل فقدان قوانین و مقررات حمایتی، روز به روز ضعیف و ضعیف‌تر می‌شدند و در مقابل رقبای چین و ترکیه قدرت بیشتری پیدا می‌کردند تا جایی که بدون هیچ‌گونه مشکلی، بازار جمهوری‌های شوروی را از صادرکننده ایرانی گرفتند و به انحصار خود درآوردند. کجا و چه زمانی از ما حمایت شد؟!

علی‌رغم وضعیت دشوار فعالیت صادراتی، دفتر مسکو همچنان به فعالیت خود ادامه می‌داد و هزینه‌های گزافی بابت حضور در نمایشگاه‌های مختلفی شرکت می‌کردیم. شرایط مانند گذشته مطلوب نبود و توان ما نیز کاهش یافته بود.

سال ۱۳۷۹ به دلیل افت شدید صادرات نساجی و پوشاک، دولت به فکر حمایت جدید از صادرکننده این صنعت افتاد و طبق مصوبه هیئت وزیران، ۲۰ درصد جایزه صادراتی برای سال ۱۳۸۰، ۱۵ درصد برای سال ۱۳۸۱ و ۱۰ درصد برای سال ۱۳۸۲ تعیین و بودجه‌های آن نیز مشخص شد اما هنوز ابلاغ نشده بود. سال ۱۳۸۰ به نظر می‌رسید مرکز توسعه صادرات تصمیم دارد از صادرکننده حمایت کند و میزهایی برای دور هم نشستن صادرکنندگان و تولیدکنندگان با مسئولان تعبیه کرده بود که به اصطلاح مشکلات ما شنیده و برطرف شوند اما فقط جلسه، شعار و حرف بود و نتیجه موثر و مثبتی برای صنعت نساجی و پوشاک کشور به همراه نداشت!

خرداد ۱۳۸۰، رئیس وقت مرکز توسعه صادرات، جلسه‌ای با حضور صادرکنندگان بخش نساجی

و پوشاک و خانم نصراللهی - مدیرکل وقت دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنایع - برگزار کرد و این نوید را داد که با مصوبه اخیر هیئت وزیران به رشد صادراتی چشمگیری دست یابیم. عنوان کردیم «اعتمادی به این اجرایی شدن مصوبه نداریم زیرا سال‌های ۷۶-۷۵ نیز چنین مسائلی عنوان شد اما هیچ حمایتی صورت نگرفت و هنوز از دولت طلبکار هستیم...» وی با اطمینان گفت «این بار مصوبه هیئت وزیران را در اختیار داریم و به شما قول خواهیم داد اجرایی می‌شود؛ پس با اکتفا به این مصوبه به صادرات بپردازید و اطمینان داشته باشید بخشی از هزینه‌های شما توسط دولت تقبل خواهد شد»

هر سال با تورم فزاینده ۲۵-۲۰ درصدی روبرو بودیم، در حالی که نرخ دلار ثابت باقی مانده بود قیمت تمام شده منسوجات و پوشاک ایران روند صعودی به خود گرفته بود پس مبلغی که دولت تحت عنوان «جایزه صادراتی» به صادرکننده وعده داده بود در واقع «جایزه» نبود بلکه جبران افزایش نرخ تورم و تثبیت نرخ ارز بود!

براساس وعده رئیس مرکز توسعه صادرات، به صادرات پرداختیم و می‌دانستیم با تکیه بر جوایز صادراتی، هنگام مذاکرات تجاری با خریداران، امکان مانور بیشتری داریم. اما بسیار تأسف‌آور است که بگویم این وعده نیز به سایر وعده‌های تحقق نیافته دولت پیوست و باز هم داستان امروز فردا کردن‌ها شروع شد... ۱۹ مهر ۱۳۸۰، شورای پول

و اعتبار شروع مصوبه هیئت وزیران مبنی بر پرداخت جوایز صادراتی را از همان روز اعلام کرد؛ این یعنی زیان حداقل یک میلیون دلاری، رقمی که برای تولیدکننده بسیار بزرگ است و طبق قانون به وی تعلق نمی‌گیرد! به این ترتیب ضربه محکم دیگری از سوی متولیان دولتی به بدن صادرکننده زده شد. به دفعات با مسئولان دولتی جلسه برگزار کردیم و گفتیم «شما که قرار نبود جایزه‌ای بپردازید چرا چنین وعده‌ای به ما دادید؟» به این صورت بخش عمده‌ای از صادرکنندگان واقعی، راه خود را جدا کردند و جای آنان را صادرکنندگان ابن‌الوقتی گرفت که به سودای گرفتن جایزه صادراتی پا پیش می‌گذاشتند و هیچ تدبیری برای صادرکنندگان واقعی، متعهد و معتبر پیش از ۱۹ مهر ۸۰ که سرمایه خود را به صادرات اختصاص داده بودند؛ اندیشیده نشد. در آن دوران شاهد رشد قارچ‌گونه شرکت‌های صادراتی بودیم بدون این که شاهد رشد و توسعه خاصی در صادرات غیرنفتی باشیم و هیچ یک از صادرکنندگان قدیمی دیگر نتوانستند قدم علم کنند.

تا سال ۱۳۸۵ به صادرات ادامه دادم اما شرایط به نحوی پیش رفت که دیگر ادامه فعالیت صادراتی غیرممکن به نظر می‌رسید. هیچ حمایتی از صادرکننده وجود نداشت و جوایز صادراتی نیز در هیچ سالی در موعد مناسب به دست تولیدکننده نرسید؛ زمانی هم می‌رسید که عملاً کسی روی آن حساب نمی‌کرد و گویی دولت تمام مخارج کشور را پرداخته

فکر می‌کنم باید دهه ۷۰ را تکرار کنیم، روزگاری که منتظر هیچ‌گونه کمک و حمایت دولتی نبودیم و توقع دریافت جایزه صادراتی هم نداشتیم، دست در دست همدیگر قرار دهیم و صنعت خودمان را احیا کنیم. آرزو دارم کلویی از صنعتگران نساجی و پوشاک تشکیل شود تا هر هفته دور هم جمع شویم، مشکلاتمان را با همفکری هم حل کنیم و در کنار یکدیگر بزرگ شویم.

و مازاد آن را به صادرکننده می‌دهد! صادرکننده‌ای که از شدت ناتوانی مالی قادر به فعالیت نبود، دو سال بعد جایزه صادراتی را در شرایطی می‌گرفت که هیچ فایده‌ای به حالش نداشت. در حال حاضر هم که بازار نساجی و پوشاک ایران عرصه تاخت و تاز کالاهای چین و ترکیه شده است، ریشه در مسائلی دارد که به آن اشاره کردم. مسائلی مانند ندانم‌کاری مسئولان، عدم تدبیر و توجه به تولید و صادرات غیرنفتی. در مجموع آغاز فعالیت صادراتی ما در روسیه شروعی بسیار خوب اما پایانی تلخ داشت... زندگی و سرمایه خود را برای صنعت پوشاک فروختیم، قطعه زمینی که در منطقه ولنجک تهران، امروز میلیاردها ارزش دارد آن زمان به ۶۰ میلیون جهت خرید مواد اولیه صادرات فروخته شد.

سال ۱۳۷۴ شرکت بافران را ثبت کرده بودیم اما به دلیل تمرکز بر فعالیت‌های صادراتی شینتال، عملاً از آن استفاده‌ای نمی‌شد تا این که سال ۱۳۸۰ پروانه فعالیت و تمام امور شرکت شینتال را به‌طور رسمی به بافران منتقل کردیم.

سال ۱۳۸۲ تصمیم گرفتیم بزرگ‌ترین کارخانه تولید پوشاک زنانه (تاپ و تی‌شرت) را با برند شینتال راه‌اندازی نمایم و قرار بود در فاز نخست ده هزار قطعه و در فاز دوم ۲۰ هزار قطعه پوشاک در روز تولید شود. تصمیم بر این بود که کارخانه با همکاری بانک احداث گردد اما متأسفانه سال ۱۳۸۴ تمام اعتبارات بانکی به اصطلاح فریز شد و این کار تحقق پیدا نکرد.

در زمینه پوشاک مردانه حجم قاچاق به مراتب کمتر از پوشاک زنانه است و حجم قابل توجهی

تکرار شود؟

بله، به آینده این صنعت بسیار امیدوارم و در حال انجام مطالعه هستم تا فعالیت در یک رشته خاص نساجی را شروع کنم؛ رشته‌ای که کمتر به آن توجه شده در حالی که جای کار بسیاری دارد. فکر می‌کنم باید دهه ۷۰ را تکرار کنیم، روزگاری که منتظر هیچ‌گونه کمک و حمایت دولتی نبودیم و توقع دریافت جایزه صادراتی هم نداشتیم، دست در دست همدیگر قرار دهیم و صنعت خودمان را احیا کنیم. آرزو دارم کلویی از صنعتگران نساجی و پوشاک تشکیل شود تا هر هفته دور هم جمع شویم، مشکلاتمان را با همفکری هم حل کنیم و در کنار یکدیگر بزرگ شویم. باید تشکل‌گرا شویم زیرا تلاش‌های دسته جمعی به مراتب کارسازتر و موثرتر از حرکات انفرادی است. منتظر حمایت دولت نمایم و بهتر است خودمان سنگ‌های سر راه تولید را برداریم به جای این که در انتظار حرکت موثری از دولت، سال‌های ارزشمند عمرمان را تلف کنیم.

اگر خودمان، توانایی‌ها و استعدادهای خود را باور کنیم قادر به ثمر نشانیدن برجام خواهیم بود. اگر حساب شده، منطقی و دور از احساس عمل کنیم، صنعت قدرتمند و مستحکمی خواهیم داشت که هیچ عامل خارجی قادر به ایجاد کوچک‌ترین ضربه به آن نخواهد بود.

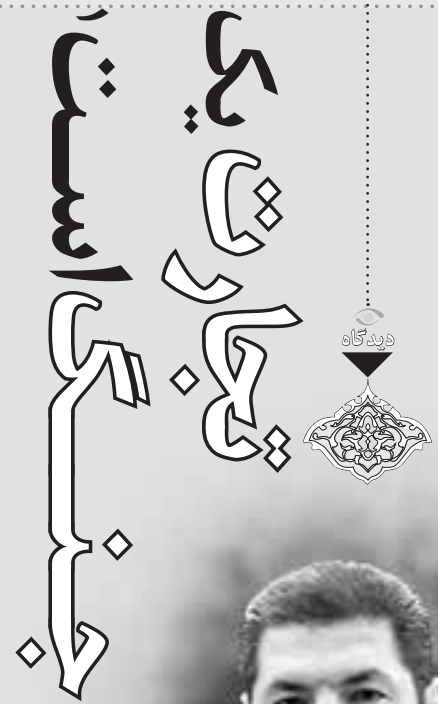
از قاچاق در بخش پوشاک زنانه و مواردی است که از آن غافل بوده‌ایم. مرتب برای تولیدکنندگان پوشاک زنانه محدودیت ارائه و نمایش محصولات به وجود آورده‌ایم در حالی که لباس زنانه باید تنوع بالایی داشته باشد و طبق مد روز دنیا پیش رود اگر مد در کار ما نقشی نداشته باشد مفهوم لباس زنانه از بین خواهد رفت. نتیجه چنین سخت‌گیری‌های بی‌منطقی، اشتیاق مردم به خرید پوشاک ترکیه و چین است. مردم در مسافرت‌های خود بیش از هر کالای دیگری پوشاک زنانه تهیه می‌کنند زیرا در کشور خودشان چنین تنوعی از رنگ و مدل و طرح وجود ندارد و تولیدکننده داخلی اجازه ندارد هر طرح و مدلی را تولید و عرضه کند.

در مجموع صادرات و صادرکننده جایگاهی برای دولت ندارد و فقط وقت خود را در سازمان‌ها و نهادهای مختلف تلف می‌کنیم. ۲۰ سال در جلسات مختلف اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک شرکت کردم اما به اندازه ۲۰ روز هم نتیجه‌ای نداشت! در این جلسات وعده و وعید و قول‌های بسیاری از مسئولان مختلف دولتی شنیده‌ام اما هیچ کار اصولی برای این صنعت انجام نشد و در صادرات پسرفت کرده‌ایم.

فکر می‌کنید دوران طلایی نساجی و پوشاک

اشاره:

چه بخواهیم و چه نخواهیم مراکز خرید در دنیای امروز به جزئی لاینفک زندگی شهری تبدیل شده است، مراکزی که فرصتی فراهم می‌کند تا خانواده‌ها هم به رفع نیازهای خود از جهت تامین محصولات و کالاهای مختلف بپردازند و هم اینکه در فودکورت، غذایی صرف کنند یا از امکانات تفریحی استفاده کرده و خاطره مشترکی به وجود آورند. محدودیت زمان، ازدحام خیابان‌ها و فرصت اندک برای خرید از دلایل استقبال مردم از مراکز خرید به شمار می‌آیند. شاید یکی از مهم‌ترین و جذاب‌ترین بخش مراکز خرید، بخش پوشاک باشد که خریداران بسیاری را از هر طیف و قشر و جنس به خود اختصاص می‌دهد و فرصتی برای خریداران به وجود می‌آورد تا در زمان کوتاه به تنوع بالایی از پوشاک برندهای مختلف پوشاک داخلی و خارجی دست یابند. برای آشنایی بیشتر با نحوه فعالیت مراکز خرید در بخش پوشاک با مهندس شاهرخ کشاورز، گفت‌وگویی انجام دادیم. وی مدیرعامل و سردبیر تنها نشریه تخصصی در زمینه مراکز خرید و برندهاست و برگزاری مراسم افتتاحیه تعداد قابل توجهی از مراکز خرید و فروشگاه برندهای معتبر را انجام می‌دهد، موسسه تحت مدیریت وی بزرگ‌ترین رویداد صنعت مراکز خرید را سه سال پیش با حضور حداکثری مدیران مراکز خرید و صاحبان برندهای کشور برگزار می‌کند و در حوزه بهره‌برداری مراکز خرید نیز نقش فعالی ایفا می‌نماید. کشاورز به‌عنوان فعال صنعت مراکز خرید شناخته می‌شود که فعالیت رسانه‌ای وی در راستای فعالیت‌های اجرایی حوزه مراکز خرید و برندهاست.



کارهای تکراری بیهیزند و در معماری، نماسازی و سطح ارائه خدمات پس از افتتاحیه، هدف‌گذاری صحیح داشته باشند. این سه نکته، محورهای اساسی راه‌اندازی مراکز خرید به شمار می‌آیند و هر کدام دارای ده‌ها زیرمجموعه هستند. به دلیل وسعت ارتباطات ما، عمدتاً در حوزه بهره‌برداری و برندینگ مورد مشاوره قرار می‌گیریم اما طبعاً حوزه‌های تخصصی مانند معماری، نما و... را به اهل فن ارجاع می‌دهیم. نشست‌ها و میزگردهایی را به صورت مستمر در زمینه آسیب‌شناسی صنعت مراکز خرید برگزار می‌کنیم که از مجموعه‌های خواهان مشاوره جهت حضور در این مراسم دعوت به عمل می‌آوریم تا از تجربیات بزرگان این صنعت بهره‌مند شود و شیوه‌های مناسب و منطقی را در احداث مراکز خرید مدنظر قرار دهند.

در حال حاضر وضعیت صنعت مراکز خرید در کشور چگونه است؟ متأسفانه این اپیدمی در جامعه رواج دارد که به محض موفقیت و سودآوری یک صنعت یا خدمت، افراد به سمت فعالیت در آن هجوم می‌برند و تا جایی پیش

جهت راه‌اندازی یک مرکز خرید موفق چه فاکتورهایی باید مدنظر قرار گیرد؟

نخستین نکته مهم، انتخاب صحیح محل ساخت مرکز خرید است؛ در این زمینه مثالی و مصداقی وجود دارد که در صورت توجه به آن، تکلیف ساخت و سازهای خارج از قاعده مشخص خواهد شد. قاعده‌ای تحت عنوان «دکمه‌ای برای کت» یا «کتی برای دکمه» وجود دارد به این معنی که برخی یک دکمه در اختیار دارند و به دنبال یک کت برای آن می‌گردند! در حالی که ابتدا باید کت داشت آن‌گاه دنبال دکمه برای آن گشت.

بسیاری از افراد قطعه زمینی در اختیار دارند و می‌خواهند آن را تبدیل به مجتمع تجاری نمایند در حالی که چنین تصویری غیرمنطقی است و چه بسا آن فضا از نظر مسائل ترافیکی و ... مناسب احداث مرکز خرید نباشد.

نکته دوم مسائل مربوط به تأمین مالی و بودجه‌بندی احداث مراکز خرید است که با توجه به هزینه‌های گزاف این صنعت، شاید در ابتدا درست پیش‌بینی نشود. در نهایت مدیران مراکز خرید باید از انجام

صنعت مراکز خرید یک صنعت جوان و نوپا محسوب می‌شود اما در دوره گذار از سنت به مدرنیته حرکت می‌کند. به‌طور کلی جذابیت‌های مراکز خرید و سودهایی که برخی مراکز خرید موفق کسب می‌کنند، باعث شده بسیاری از افراد مترصد راه‌اندازی مجتمع‌های تجاری شوند که این امر در تهران و شهرهای بزرگ کشور مانند مشهد، تبریز و ... به خوبی قابل مشاهده است.

می‌روند که توجیه اقتصادی آن را از بین می‌برند و مشکلات بسیاری برای فعالان واقعی به وجود می‌آورند. آیا در زمینه تأسیس مراکز خرید (به خصوص در تهران) چنین اتفاقی افتاده است؟ بله، تقریباً چنین اتفاقی افتاده است. صنعت مراکز خرید یک صنعت جوان و نوپا محسوب می‌شود اما در دوره گذار از سنت به مدرنیته حرکت می‌کند. به‌طور کلی جذابیت‌های مراکز خرید و سودهایی که برخی مراکز خرید موفق کسب می‌کنند، باعث شده بسیاری از افراد مترصد راه‌اندازی مجتمع‌های تجاری شوند که این امر در تهران و شهرهای بزرگ کشور مانند مشهد، تبریز و ... به خوبی قابل مشاهده است.

در تهران، توزیع نامتوازن مراکز خرید وجود دارد؛ به عبارت بهتر در مناطق ۱، ۲، ۳، ۵ و ۲۲ شهر تهران، با انبوه مراکز خرید مواجهیم زیرا مناطق ۱، ۲ و ۳ جزو بخش‌های مرغوب و مناطق ۵ و ۲۲ جزو مناطق نوساز تهران محسوب می‌شوند اما برخی نقاط شهر که مستعد راه‌اندازی مجتمع‌های تجاری هستند؛ چندان مورد توجه سازندگان قرار نمی‌گیرند به این ترتیب در منطقه یک با ازدحام جمعیت روبرو می‌شویم و ترافیک‌های سرسام‌آوری در خیابان‌های منتهی به مجتمع‌های تجاری به وجود می‌آورد در حالی که شرق و جنوب تهران با کمبود مراکز خرید روبروست و مسائلی مانند طرح ترافیک و عدم دسترسی مناسب در مناطق مرکزی تهران بر کمبود مراکز تجاری این بخش اثرگذار است.

امروزه در تهران به عرصه‌ای رسیده‌ایم که گویا مراکز خرید وارد جنگ با همدیگر شده‌اند؛ به این معنی که مراکز خرید جدید با معماری، نیازسنجی و طراحی‌های

نوین ساخته می‌شوند و جذابیت‌های امروز مخاطبان را در نظر می‌گیرند در حالی که مراکز تجاری قبلی اهمیت چندانی نسبت به نیاز و خواست خریداران نمی‌دادند و صرفاً با تکیه بر عرضه کمتر از تقاضا، مراکز خرید تأسیس می‌شدند و سودآور هم بودند اما در حال حاضر که عرضه از تقاضا پیشی گرفته و مراکز خریدی که بهتر از دیگران فکر می‌کنند پیروز میدان رقابت خواهند بود. البته با توجه به افتتاح مراکز خرید متعدد در فواصل کم با یکدیگر، متأسفانه هر مرکز خریدی که فعالیت خود را آغاز می‌کند، باعث ایجاد اختلال در کسب و کار مراکز خرید اطراف می‌شود و چه بسا آنها را به ورطه ورشکستگی سوق می‌دهد. به اعتقاد من موج این روند تا ۶-۵ سال آینده تداوم خواهد داشت تا این که به ۱۵-۱۰ مرکز خرید استاندارد برسیم و به این ترتیب ثباتی در راه‌اندازی مراکز خرید به وجود آید. در دوره گذار از سنت به مدرنیته، از حدود هزار پاساژ و مرکز خرید فعال در کشور کمتر از ۵۰ مرکز خرید دارای استانداردهای مشخص و قابل قبول هستند و طبعاً فعالیت مراکز خرید، کسب و کار پاساژهای پرشمار را در جای جای کشور تحت الشعاع قرار خواهد داد.

۴ در جانمایی کسب و کارهای مختلف و ارائه کالاهای متنوع در یک مرکز خرید چه پارامترهایی مدنظر قرار می‌گیرد؟

در گذشته هیچ حساب و کتاب خاصی در این زمینه وجود نداشت و صرفاً مراکز خریدی راه‌اندازی می‌شد و کالاهای مختلف در این مراکز به فروش می‌رفت اما در حال حاضر با توجه به افزایش عرضه نسبت به تقاضا، فضاهای مختلف مراکز خرید باید راسته‌بندی شوند تا صنوف مختلف بتوانند به ارائه کالاها و محصولات خود بپردازند. قطعاً یک مغازه طلافروشی از نظر مسائل امنیتی، الزامات و نیازهای بیشتری نسبت به لباس‌فروشی دارد و باید تدابیر ویژه‌ای برای حفاظت از مغازه طلافروشی اندیشید. در گذشته به چنین مواردی توجهی نمی‌شد و چه بسا در کنار مغازه لباس‌فروشی، مغازه طلافروشی وجود داشت. امروزه در مراکز خرید مختلف، بخش مربوط به فروش طلا

از ضریب ایمنی بسیار بالایی بهره‌مند است و حتی معماری آن نیز متفاوت می‌باشد برای مثال مانند مغازه لباس‌فروشی، ویتترین آن سراسر شیشه‌ای نیست و الزامات مورد نیاز هر صنف به دقت رعایت می‌شود. امروزه فود کورت‌ها به طبقات بالای مراکز خرید منتقل می‌شوند تا بوی غذا داخل مرکز خرید نیچد و پاخور و تردد مراجعین را در کلیه طبقات توزیع کند. چنین مواردی طبق نیازسنجی‌های صورت گرفته و در راستای رفع معایب گذشته انجام می‌شود. مراکز خرید برای کسب موفقیت باید چنین مطالعاتی انجام دهد و راسته‌بندی صنوف را به دقت اجرایی کند.

نکته بعدی این که بخش عمده‌ای از فعالیت برخی مراکز خرید به ارائه پوشاک اختصاص دارد اما برای هر صنف، درصد مشخص از ارائه پوشاک زنانه، مردانه، بچه‌گانه، کیف و کفش و ... در نظر گرفته می‌شود و ترکیب همگونی از محصولات در کنار همدیگر به فروش می‌روند، صاحبان مراکز خرید باید تکلیف خود را با سطح خدماتی که به مشتریان ارائه می‌دهند، مشخص کنند برای مثال قیمت یک دست‌کت و شلوار ۵ میلیون تومان و قیمت یک دست‌کت و شلوار دیگر ۵۰۰ هزار تومانی است که به اعتقاد من نباید در یک مرکز خرید شاهد چنین اختلاف قیمتی باشیم و خریداران باید به این نتیجه برسند که مثلاً در مرکز خرید A، کالاهای باکیفیت و گران‌قیمت عرضه می‌شود و در مرکز خرید B، کالاها با قیمت مناسب‌تر و مختص اقشار متوسط به فروش می‌روند به این ترتیب مخاطبینی که توان مالی خرید از مراکز A را دارند راهی این محل می‌شوند ضمن این که می‌دانند کالاهای مراکز خرید B در A عرضه نخواهد شد و کالا و خدمات A را هم نمی‌توان در B خریداری کنند. به این ترتیب با توجه به محدودیت‌های زمان و ترافیک خیابان‌ها، مردم می‌توانند تصمیم بگیرند که برای رفع نیازهای خود به کدام مرکز خرید مراجعه نمایند

۴ در صنعت مراکز خرید دنیا چه جایگاهی داریم؟ آیا اختلاف سطح بسیاری با مراکز خرید دنیا وجود دارد؟

از نظر معماری و مسائل فنی ساخت و ساز خیلی عقب‌تر از مراکز خرید دنیا نیستیم، تفاوت‌های ما در فرایندهای مدیریتی است به این معنا که احداث مراکز خرید در کشورهای مختلف بخشی از پازل و نقشه جامع گردشگری و خدمات است ولی در ایران، به عنوان فعالیتی اقتصادی و سودآور برای مالکان و سرمایه‌گذاران مورد توجه قرار می‌گیرد. نکته بعدی این‌که اغلب معماران و سرمایه‌گذاران کشور، انسان‌های هوشمندی هستند که از سایر مراکز خرید دنیا بازدید به عمل می‌آورند لذا می‌توانند فرایندهای معماری و طراحی را از مراکز خرید بین‌المللی اقتباس و در مراکز خود اجرا نمایند.

در سایر نقاط دنیا، شاید نیازی نباشد کارفرما زمین را با اعداد میلیاردی استحصال نماید و موضوع تأسیس مرکز خرید را خدماتی و گردشگری می‌دانند اما در ایران، زمین و عوارض ساخت برای احداث مجتمع تجاری بسیار گرانیقیمت است و همین موضوع، آزادی عمل مالک را برای احداث یک مرکز خرید بزرگ و سازه‌های جذاب و چشمگیر به حداقل می‌رساند.

به اعتقاد من مادر زمینه تربیت منابع انسانی متخصص و علوم روز مدیریت و مشتری‌مداری عقب هستیم. در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی سایر کشورها، رشته‌ای تحت عنوان مدیریت مراکز تجاری (Mall Management) تدریس می‌شود زیرا هزینه احداث یک مرکز خرید به مراتب بیشتر از راه‌اندازی یک کارخانه تولیدی است متأسفانه چنین رشته‌ای به صورت آکادمیک در ایران تدریس نمی‌شود و اغلب موسسات علمی که اقدام به برگزاری دوره‌های آموزشی مدیریت مراکز تجاری می‌کنند، تفکرات سودآورانه دارند تا آموزش نیروهای متخصص. ضمن این‌که تعداد متخصصین صنعت مراکز خرید در کشور اندک است و امیدوارم که در چند سال آینده یک سیستم آموزشی توانمند برای این صنعت ایجاد شود.

از یک رسانه تخصصی صنعت نساجی و پوشاک با شما گفت‌وگو می‌کنیم و طبعاً بخشی از مصاحبه به این صنعت اختصاص دارد.

پوشاک در صنعت مراکز خرید چه جایگاهی دارد و تا چه میزان مورد نظر سرمایه‌گذاران قرار می‌گیرد؟

همان‌طور که می‌دانید پس از صنایع غذایی، دومین صنف غالب و مهم دنیا، پوشاک است و موضوع مد، فشن و پوشش جزو نیازهای اصلی خانوارها، بسیار جذاب و گسترده محسوب می‌شود؛ عرضه‌کنندگان متعددی در این صنعت به فعالیت می‌پردازند و به تعداد انسان‌های روی زمین این صنعت مصرف‌کننده دارد پس طبیعی است حجم زیادی از فضای مراکز خرید سراسر دنیا را صنعت پوشاک اشغال نماید. به همین نسبت علاقه‌مندی مردم به خوش‌پوشی باعث می‌شود از مراکز خرید پوشاک متنوع و گوناگون استقبال نمایند.

تولیدکنندگان پوشاک کشور سرانجام باید از لحاظ اقتصادی، استقلال فرایند تولید و عرضه و خودباوری به نقطه‌ای می‌رسند که نیازی به فروش عمده نداشته باشند و محصولات خود را در قالب عرضه مستقیم در فروشگاه‌های مستقل به دست مصرف‌کنندگان نهایی برسانند و این موضوع بسیار ارزشمند و مهم است.

نکته دیگر این‌که کاهش عرضه کالای وارداتی پوشاک یکی از اتفاقات بسیار مبارک و مثبت برای تولیدکنندگان در طول سال‌های تحریم بود، در این دوران واردکنندگان با محدودیت‌های بسیار روبرو شدند و در این فضا مصرف‌کنندگان به قابلیت‌های کالاهای تولید داخل پی بردند.

در سال‌های گذشته به دلیل انبوه عرضه پوشاک وارداتی، مصرف‌کننده ایرانی از محصولات خارجی استقبال می‌کرد اما یکی از اثرات تحریم در قالب رویکرد اقتصاد مقاومتی در صنعت پوشاک رقم خورد به این معنی که با محدودیت و کاهش عرضه پوشاک وارداتی، مصرف‌کننده مجبور به تهیه پوشاک تولید داخل شد و کیفیت و طراحی بالای این محصولات، تغییر نگرش بخش عمده‌ای از مصرف‌کنندگان ایرانی را نسبت به پوشاک تولید داخل به همراه داشت و مردم به آن اعتماد کردند.

موج بعدی این اعتمادسازی که بر اثر تحریم و عدم واردات پوشاک ایجاد شد در نحوه ارائه خدمات و

عرضه بهتر به مشتریان بود. خریداران برحسب نیاز، عدم وجود کالای خارجی در بازار و ... یک بار کالای ایرانی تهیه کردند اما برای تداوم این خرید و فروش باید مراکز عرضه مستقیم شکل می‌گرفت که به لطف خداوند و تلاش تولیدکنندگانی مانند آل‌سی من، گراد، تن‌ریس، سارک، سله بن، ناسکی، غنچه، هپی‌لند و ... برندهایی هستند که حضور بسیار موثر و پررنگی در مراکز خرید دارند البته در ابتدا نهادینه کردن این موضوع برای مالکان و سرمایه‌گذاران مراکز خرید دشوار بود اما در حال حاضر تولیدکنندگان پوشاک در مراکز خریدی مانند کوروش، ارگ، مگامال، معین‌مال، تیرازه و بسیاری از مراکز خرید معتبر و خوش‌نام، فروشگاه‌های عرضه مستقیم دایر کرده‌اند و مالکان مراکز خرید به این باور رسیده‌اند که برندهای ما قادر به ارائه محصولات متنوع و باکیفیت هستند از سوی دیگر شاهد رشد بسیار چشمگیر برندهای ایرانی پوشاک در زمینه دکوراسیون فروشگاه‌هایشان هستیم؛ دیگر از سیستم رگال خارج شده‌اند و به سمت استفاده از دکورهای مختلف با نورپردازی‌های جذاب، طراحی لوگو، رنگ سازمانی، تابلوهای متحدالشکل، باشگاه مشتریان، و ... حرکت و خود را به استانداردهای بین‌المللی نزدیک می‌کنند.

شاید به دلیل همین بلوغ فکری و توانمندی بالای تولیدی و اجرایی است که تولیدکنندگان پوشاک به فکر راه‌اندازی شرکت سهامی توسعه و فروش افتاده‌اند و مدتی پیش یکی از بخش‌های مجمع انجمن پوشاک را طرح راه‌اندازی این شرکت تشکیل داد که بازتاب‌های بسیاری به همراه داشت. برخی منتقدین اعتقاد دارند که تولیدکننده نمی‌تواند به اداره مراکز تجاری با چنین حجم گسترده‌ای از فعالیت بپردازد. دیدگاه شما به عنوان فعال صنعت مراکز خرید چیست و این موضوع را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در این جلسه که اشاره کردید، شنیدم که دوستان می‌خواستند سهام شرکت را به فروش برسانند و پیش‌بینی مالی انجام داده بودند اما فعالیت‌های اجرایی

ایده تشکیل شرکت سهامی توسعه و فروش پوشاک بسیار خوب است مشروط بر توجه به تمام بخش‌های موثر در این حرکت گروهی به خصوص آموزش و تربیت نیروی انسانی. پیش از اخذ یک فضای تجاری ابتدا باید بررسی کرد این فضا به چه تعداد فروشنده نیاز دارد. بسیاری از دوستان، بارها در نقطه‌ای از تهران فروشگاه‌های افتتاح کرده‌اند اما با معضل نیروی انسانی در بخش فروش مواجه شده‌اند بنابراین به آموزش حین خدمت می‌پردازند.

را موکول به تشکیل هیئت مدیره بعدی می‌کردند. به اعتقاد من، سرمایه‌گذاران شرکت سهامی توسعه و فروش پوشاک باید به صورت شفاف و صریح بدانند سرمایه‌شان در اختیار چه کسانی قرار خواهد گرفت و این هزینه صرف چه اموری خواهد شد. آقای دکتر تیرگر اعلام کردند دو مرکز خرید را دیده‌اند، مذاکراتی با مالکان آن انجام داده‌اند و فرایندهای بعدی در حال انجام است اما آیا دوستان می‌دانند هزینه اجاره بهای ۲-۴ هزار مترمربع از یک مرکز خرید چه رقم بزرگی است؟ ضمن این که تعداد زیادی از برندها (برندهای ایرانی کمتر و برندهای خارجی بیشتر) از متری ۳۰۰ هزار تومان تا متری ۱/۵ میلیون تومان بابت

دکوراسیون فروشگاه‌های خود هزینه می‌کنند؛ ۴ هزار متر مربع فضای تجاری علاوه بر ودیعه و اجاره‌بها، به ارقام بسیار سنگینی برای دکوراسیون و تعداد قابل توجهی نیروی انسانی نیاز دارد که باید برای آنان حقوق مشخصی تعیین شود و پیش از آن موضوع مهم «آموزش فرایند فروش» وجود دارد. آیا در بازدید از دو مرکز خرید، برآوردی از هزینه‌های دکوراسیون، دستمزد نیروی انسانی، تأمین محصول و ... صورت گرفته است؟

نکته بعد این که در فرایند شکل‌گیری شرکت سهامی توسعه و فروش باید مدل مشخصی از کسب و کار تعریف و یک تصویر ذهنی برای سرمایه‌گذاران ترسیم شود تا بدانند (برای مثال) آیا قرار است طبق مدل گروه شرکت‌های بویئر ترکیه (Boyner) یعنی ۲۰ برند با یک صندوق فروش یا روشا سنتر (Rosha Center)) و ... عمل شود؟ این نکته را از بعد پیشنهاد (و نه انتقاد) با دوستان مطرح کردم و یادآور شدم این حجم گسترده از فعالیت در سراسر کشور به ۲-۳ هزار نفر فقط در بخش فروش نیاز دارد پس باید ساختار اداری منسجم برای آموزش و تربیت نیروی انسانی، تأمین کالا، سفارش، انبارداری، سطح فروش، مدیر فروش، مدیر بازاریابی، مدیر تبلیغات، مدیر محصول،

مدیرعامل و ... مدنظر قرار گیرد.

ایده تشکیل شرکت سهامی توسعه و فروش پوشاک بسیار خوب است مشروط بر توجه به تمام بخش‌های موثر در این حرکت گروهی به خصوص آموزش و تربیت نیروی انسانی. پیش از اخذ یک فضای تجاری ابتدا باید بررسی کرد این فضا به چه تعداد فروشنده نیاز دارد. بسیاری از دوستان، بارها در نقطه‌ای از تهران فروشگاه‌های افتتاح کرده‌اند اما با معضل نیروی انسانی در بخش فروش مواجه شده‌اند بنابراین به آموزش حین خدمت می‌پردازند.

به نظر من گام‌های اولیه شکل‌گیری این حرکت بزرگ باید به صورت اصولی برداشته شود و بحث آموزش منابع انسانی باید در اولویت نخست قرار گیرد زیرا در این فروشگاه‌ها هیچ خریداری صاحبان برندهای معتبری همچون هاکوپیان، گراد، و ... را نخواهند دید و فقط با فروشندگان در ارتباط هستند که اگر این فروشندگان به هر دلیلی عصبی، بی‌ملاحظه، ناراحت و یا نسبت به کمیت و کیفیت محصولات، بی‌اطلاع باشند، اعتماد خریدار را نسبت به یک ساختار و هویت تولیدکننده داخلی سلب خواهند کرد لذا یک شرکت با چنین حجم گسترده‌ای باید تربیت و آموزش منابع انسانی را به عنوان یک اصل مهم در نظر گیرد.



مشکلی از تولیدکننده رفع نمی‌شود. کما این که علی‌رغم تحریم و نگرانی بسیاری از فعالان تولیدی در مورد شرایط اقتصادی کشور، دقیقاً در زمان تحریم در صنعت پوشاک به خودباوری رسیدیم. شاید در زمان تحریم، تهیه مواد اولیه به سختی انجام می‌شد اما از بطن تحریم، برندهای ما رشد کردند و شکوفا شدند و اگر نگرش مصرف‌کننده نسبت به پوشاک ایرانی بهبود پیدا کرد از برکات خودباوری و تلاش بیشتر در زمان تحریم است؛ در غیر این صورت همچنان شاهد واردات بی‌رویه قانونی و غیرقانونی پوشاک و منسوجات به کشور بودیم و در قیاس با رقبای خارجی، تولیدات ما دیده نمی‌شد. خوشبختانه در حال حاضر بسیاری از بخش‌های پوشاک کشور مانند چین، بافت و ... به سطح استانداردهای بین‌المللی نزدیک شده است و حرف‌های بسیاری برای گفتن در بازارهای جهانی داریم، تولیدکنندگان ما به خودباوری رسیده‌اند و تلاش خود را برای جلب اعتماد مصرف‌کنندگان با تولید محصولات با کیفیت و قیمت مناسب به عمل می‌آورند.

تحریم‌ها در صنعت مراکز خرید تا چه میزان اثرگذار بود؟

تحریم‌ها در تمام صنایع اثرگذار بود. شاید از نظر ساخت ابنیه با توجه به قابلیت‌های مهندسی کشور در این بخش مشکلی مواجه نبودیم اما آسانسور، پله برقی، بخشی از تاسیسات، شیشه‌ها و سایر اقلام مورد استفاده در ساخت مراکز خرید که عمدتاً وارداتی بودند تحریم، واردات چنین محصولاتی را با دشواری روبرو کرد.

عدم ورود مواد اولیه باعث شد تولیدات شرکت‌های بزرگ، گران تمام شود لذا قیمت تمام شده متر مربع واحد تجاری افزایش یافت، هم‌چنین کمبود مصالح مورد نیاز در ساخت، کارفرما را در تحویل پروژه‌ها در موعد مقرر دچار مشکل می‌کرد؛ این زنجیره تمام فعالان وابسته به مراکز خرید را تحت تأثیر قرار می‌داد. البته باید به این نکته اشاره کنم که کشور ما از نظر زیرساخت صنعتی بسیار قدرتمند است، مصالحی مانند آهن، میلگرد، سیمان، بتن در کشور ما وجود داشت

تا ۱۰۰ فروشنده تحت آموزش قرار گیرند و همین دو فروشگاه، ساختار ۱۰۰ نفره‌ای از منابع انسانی می‌طلبند که امروز باید در تحلیل‌ها و تصمیم‌گیری دوستان موسس شرکت مدنظر قرار گیرند.

آیا چنین تجمعی از تولیدکنندگان و فعالان صنعتی در سایر صنایع کشور انجام شده است؟

اصولاً فعالان هر صنف و صنعتی در قالب ساختار اتحادیه‌ها و انجمن‌ها با هم فعالیت دارند ولی به این شکل خیر... برای مثال در صنعت مراکز خرید، ساختار هلدینگ استوار است که بر این اساس شرکت‌های ساختمانی و سرمایه‌گذاری بزرگ با همدیگر مشارکت می‌کنند و به نسبت سهم خود از فعالیتی که انجام می‌دهند، منتفع می‌شوند. شرکت سهامی توسعه و فروش پوشاک می‌تواند اتفاق بدیعی در کشور محسوب شود زیرا پس از خوراک، رفع مهم‌ترین نیاز بشر را در برمی‌گیرد و در هر کشوری، صنایع پوشاک جزو صنایع استراتژیک محسوب می‌شود.

نقش دولت را در تقویت و تداوم فعالیت شرکت سهامی توسعه و فروش پوشاک چگونه ارزیابی می‌کنید؟

هیچ صنعتی بدون حمایت دولت سرپا نخواهد ایستاد؛ شاید فعالان بخش خصوصی، افراد بسیار توانمند، متعهد و عملگرا و برجسته‌ای باشند (که هستند) اما زمانی که بخش خصوصی به همکاری و فعالیت با همدیگر می‌پردازند، قدرت مشخصی دارند که این قدرت در تعامل با دولت و جذب حمایت‌های دولتی، چندبرابر افزایش خواهد یافت. قطعاً صنعت پوشاک نیازمند حمایت‌های خاص و ویژه دولت است زیرا برطرف‌کننده دومین نیاز اساسی و حیاتی انسان‌ها به شمار می‌آید و کشور ما نیز کشوری جوان و پرجمعیت است که طبعاً سرانه مصرف پوشاک آن بالاست. تمام کشورهایی که در صنعت پوشاک حرف برای گفتن دارند، تحت حمایت‌های همه‌جانبه دولت‌هایشان قرار دارند.

با گلابیه و شکایت از دولت و سازمان‌های مرتبط

به این نکته هم باید اشاره کنم که فرایندهای عملکرد میان شرکت‌های مختلف این مجموعه بزرگ باید تعریف شود. هر کدام ساختار و شخصیت مستقلی هستند اما اگر قرار باشد تعداد زیادی شخصیت حقوقی در کنار هم قرار گیرند شاید اختلافاتی در نظرات، سیاست‌ها، توان عملیاتی و مالی به وجود آید و بر فرایند کلی کار اثرگذار باشند لذا تنظیم روابط میان سهامداران و فعالان این حوزه نکته مهمی است. معتقدم که تمام پیشرفت‌های بشر یک روز آرزوی بزرگ و خیال‌محال بوده‌اند اما امروز سال‌هاست که از تحقق این آرزوها سپری می‌شود و به یک امر عادی و روزمره زندگی تبدیل شده‌اند. شرکت سهامی توسعه و فروش پوشاک یک آرزوی دست نیافتنی نیست زیرا تک‌تک دوستان سهامدار دارای شعیات فراوانی در سراسر کشور هستند و مجموع آنان بزرگ‌تر از هر شرکتی است زیرا این مجموعه یک صنعت را تشکیل می‌دهد اما با توجه به تفاوت ماهیت و عملکرد آن نسبت به تک‌تک شرکت‌ها نیازمند دقت بیشتر، آموزش بیشتر و تنظیم فرایند فیما بین و تأمین منابع انسانی است. شرکت سهامی تعداد زیادی پرسنل خواهد داشت، موضوعات تجاری، بیمه‌ای، قانون کار، مسائل اخلاقی و شخصی نیروی کار بسیار اثرگذار هستند و می‌توانند در موفقیت یا عدم موفقیت هر ساختاری از جمله شرکت سهامی موثر باشد.

صرف‌نظر از موضوع تعداد فروشنده، آموزش نیروی انسانی، هزینه دکوراسیون و اجاره بهاء، زمان دکوراسیون یک فضای ۴ هزار متر مربعی نیز قابل توجه است. فراموش نکنیم برندهایی مانند ال سی و ای کی کی، کوتون، خانه درسا، دهنه‌امز و... که فضاهایی بیش از هزار متر را به خود اختصاص می‌دهند، حداقل ۳-۴ ماه نیاز دارند تا به دکوراسیون فروشگاه بپردازند، حال در نظر بگیرند برای دکوراسیون فضای ۵-۴ هزار متر مربعی چه زمان طولانی باید صرف شود در نتیجه اگر تمام شرایط هم آماده باشد، با توجه به محدودیت‌های زمانی نمی‌توانند بیش از دو فروشگاه را در سال افتتاح کنند مگر این که گروه‌های مستقل داشته باشند که هر کدام روی یک پروژه متمرکز شوند. اگر در چنین فضایی دو فروشگاه هم راه‌اندازی شود باید بیش از ۵۰

هیچ صنعتی بدون حمایت دولت سرپا نخواهد ایستاد؛ شاید فعالان بخش خصوصی، افراد بسیار توانمند، متعهد و عملگرا و برجسته‌ای باشند (که هستند) اما زمانی که بخش خصوصی به همکاری و فعالیت با همدیگر می‌پردازند، قدرت مشخصی دارند که این قدرت در تعامل با دولت و جذب حمایت‌های دولتی، چندبرابر افزایش خواهد یافت.

اما ورود ماشین‌آلات مرتبط با این حجم از فعالیت به دلیل تحریم امکان‌پذیر نبود ولی سطح خدمات فنی و مهندسی و قابلیت‌های متخصصین ایرانی در سطحی بود که دچار نقصان نشویم.

۴ و امروز که با لغو تحریم‌ها مواجهیم، شرایط چگونه است؟ آیا بهبودی در روابط و تعاملات بین‌المللی به وجود آمده است؟

«دریای طوفانی کند صاحب هنر غواص را» مراکز خریدی که یکی پس از دیگری افتتاح می‌شوند،

هنوز تأثیرات مثبت خود را از لغو تحریم‌ها و برجام نگرفته‌اند چون در سال‌های تحریم، ساخته شده‌اند. شاید در سال‌های تحریم، فعالان صنعتی و تولیدی کشور دچار تلاطم‌هایی بوده‌اند اما همیشه گلیم خود را با موفقیت از آب بیرون کشیده‌اند. اگرچه پساتحریم باعث شد واردات برخی تجهیزات ساختمانی آسان‌تر از گذشته صورت گیرد اما هنوز مرادفات پولی و سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت مراکز خرید نداشته‌ایم و بخش تامین سرمایه از خارج همچنان متوقف است و تا امروز تامین منابع عظیم صنعت مراکز خرید از توان عملیاتی بانک‌های داخلی و برآیند فعالیت‌های اقتصادی کشور خودمان تأمین شده‌اند. در مجموع می‌توان گفت که صنعت مراکز خرید کمترین وابستگی را نسبت به تحریم‌های خارجی داشت و این صنعت بیش از پول، مواد اولیه و مصالح به دانش مدیریت و مشتری‌مداری در مراکز خرید توجه ریشه‌ای به حوزه منابع انسانی و تربیت نیروهای مورد نیاز نیازمند است.

۴ توصیه و پیشنهاد شما به دوستان فعال در شرکت سهامی توسعه و فروش پوشاک چیست و فکر می‌کنید چه مواردی را باید مورد توجه ویژه قرار دهند؟

سه پیشنهاد مشخص برای دوستان دارم:

۱- حتماً مقوله مشاور را جدی بگیرند. از وجود مشاورین آگاه، متعهد و توانمند بهره‌مند شوند ولو مشاورین خارجی. قطعاً منافع بهره‌گیری از مشاوران مجرب و امتحان‌پس داده را در طولانی مدت مشاهده

خواهند کرد.

۲- به آموزش منابع انسانی توجه خاص داشته باشند. اغلب دوستان هیئت موسس شرکت سهامی توسعه و فروش پوشاک، دارای تحصیلات آکادمیک و مدرس دانشگاه هستند و قطعاً تأیید خواهند کرد که ایجاد ساختار مدیریتی و آموزش منابع انسانی اهمیت ویژه‌ای دارد.

۳- ارتباط خود را با رسانه‌ها و مراکز خرید گسترش دهند. ارتباط با رسانه‌ها الزاماً به معنی تبلیغات نیست. هر رسانه‌ای علاوه بر تبلیغ به محتوا نیاز دارد و شرکت‌های تولید پوشاک باید نیروی روابط عمومی (PR) داشته باشند که این نیرو به ارتباط با رسانه‌های مختلف بپردازد و اخبار مختلف مربوط به شرکت متبوع خود را در اختیار رسانه‌ها به‌عنوان زبان ناطق فعالان تولیدی و صنعتی قرار دهند تا مردم در جریان فعالیت‌ها و دیدگاه‌های مدیران برندهای مختلف پیرامون مسائل روز همچون افزایش نرخ ارز، تحریم‌ها، توافقات اقتصادی، همکاری‌های شکل گرفته و ... قرار گیرند.

تا دو سال آینده حدود ۱۶ میلیون متر مربع فضای تجاری قابل ارائه در سراسر کشور خواهیم داشت که این عدد بسیار بزرگ است و ارتباط مستمر و صحیح با مراکز خرید می‌تواند شرایطی را فراهم کند که دوستان در فضاهای بهتر با قیمت بهتر و مخاطبان بیشتر به فعالیت بپردازند.

پی‌نوشت:

۱- عنوان کتابی از آل ریس و جک تروت.



اشاره:

تولید را به‌عنوان حرفه پدری دنبال می‌کند و سودهای سرشار ساختمان‌سازی و سپرده‌گذاری در بانک‌ها را دلیل موجهی برای تمرکز به فعالیت‌های غیر تولیدی نمی‌داند. شنیدن صدای چرخ خیاطی برایش مانند یک آهنگ دلنشین است و حفظ اشتغال حدود ۱۲۰ نیروی انسانی، مهم‌ترین انگیزه وی برای تداوم تولید است.

مدیرعامل درفشیران که فعالیت تولیدی را از سال ۱۳۶۶ آغاز کرده است، از دوران صادرات موفق به قزاقستان تحت عنوان دوران طلایی یاد می‌کند و اعتقاد دارد تنها راه نجات واحدهای تولیدی پوشاک در شرایط نامساعد اقتصادی، صادرات است.

محمودی ادامه می‌دهد: در صادرات حجم عظیمی از محصولات به فروش می‌رود و نقدینگی ایجاد شده گردش چرخ تولید را به همراه دارد. اگرچه در بازار داخلی پتانسیل‌های بسیاری برای عرضه پوشاک وجود دارد اما فکر می‌کنم با توجه به هجوم برندهای خارجی به کشور، تولیدکنندگان هم از نظر مسائل تولیدی و هم فروش با زحمات و دردهای مضاعفی روبرو شوند.

«بیوگرافی و ورود به میدان تولید»

متولد سال ۱۳۴۷ در شهر تبریز هستم و از سال ۱۳۶۶ به‌صورت مستقیم فعالیت در صنعت پوشاک که حرفه پدری‌ام است را شروع کرده‌ام. پدرم در زمینه تولید لباس زیر مردانه و بچه‌گانه سابقه‌ای حدود ۶۰ ساله دارند و من نیز از دوران کودکی همراه برادرانم با روند تولید پوشاک و مراحل مختلف آن آشنا شدم، در واقع ریشه علاقه‌ام به این صنعت به دوران کودکی بازمی‌گردد. کار در کارگاه پدر را از مراحل پایین و پادویی شروع کردم و به تدریج با چرخ‌های مختلف خیاطی آشنا شدم تا این‌که به اصطلاح توانستم فوت و فن تولید پوشاک را فراگیرم.

سال ۱۳۶۶ و پس از ورود به تهران با توجه به نیاز جامعه تصمیم گرفتیم تولید پوشاک ورزشی را آغاز نماییم و با برند درفش (به معنای پرچم و برگرفته از نام درفش کاویانی) که یادگار فعالیت‌های پدر در تبریز بود، کارمان را شروع کردیم.

«به حجم تولید و منابع تهیه مواد اولیه مصرفی»

درفشیران اشاره‌نماید.

میزان تولید ماهیانه ما حدود ۱۸-۱۷ هزار قطعه کاپشن، شلوار، تی‌شرت و تاپ ورزشی است. بخش عمده‌ای از مواد اولیه مصرفی ما از تولیدات باکیفیت داخلی است که خوشبختانه از این نظر با مشکلات کیفی مواجه نیستیم. به تازگی نیز واحد بافت و رنگرزی را در کارخانه راه‌اندازی کرده‌ایم و مانند

یک هلدینگ خانوادگی در

بخش‌های مختلف صنعت

نساجی و پوشاک فعال

هستیم. لازم به توضیح

است که فعالیت‌های

درفشیران به سه بخش

درفشیران نساجی درفشیران

دیدگاه



اگر تولیدکننده‌ای بخواهد در صنعت پوشاک دوام بیاورد و رشد کند راهی جز صادرات ندارد. در صادرات حجم عظیمی از محصولات به فروش می‌رود و نقدینگی ایجاد شده گردش چرخ تولید را به همراه دارد.

تولید پوشاک ورزشی، تولید کفش‌های نساجی (قابل استفاده در البسه زیر زنانه و مردانه) و نخ‌های اسپاندکس تقسیم‌بندی می‌شود. بخش تولید کفش در سال ۱۳۷۸ با نصب و راه‌اندازی یکی از تولیدکنندگان معتبر ماشین‌آلات کشایی فعالیت خود را آغاز کرد. این واحد در تولید انواع کفش فقط از مواد اولیه نایلون استفاده می‌نماید زیرا نایلون تنها الیاف مصنوعی است که بیشترین سازگاری را با پوست انسان دارد. همچنین به دلیل استفاده از این محصولات در لباس زیر زنانه و مردانه بهداشت و غیر حساسیت‌زا بودن این محصولات بسیار حائز اهمیت است. از سال ۱۳۹۲ در راستای طرح توسعه ماشین‌آلات، کاورینگ نیز به این مجموعه اضافه شد که قادر به تولید انواع نخ‌های اسپاندکس و کفش‌های کاور شده است. در این سه مجموعه حدود ۱۳۰ نفر به‌طور مستقیم مشغول کار هستند. چند کارخانه تولیدکننده نخ پنبه‌ای در ایران وجود دارند که کیفیت تولیدات آن بسیار بالا و قابل رقابت با نخ‌های خارجی هستند و مواد اولیه مورد نیاز را از این کارخانه‌ها تهیه می‌کنیم زیرا معمولاً نخ‌های پنبه‌ای وارداتی از هند کیفیت چندان ندرند و موجب افت کیفیت محصول نهایی می‌شوند. سطح کار کارخانه‌های رنگرزی نیز در سطح قابل توجهی قرار دارد و در بسیاری از زمینه‌های تأمین مواد اولیه به خصوص پوشاک ورزشی نیازی به پارچه‌های وارداتی نیست.

۴ در دهه ۶۰ وضعیت تولید پوشاک کشور چگونه بود؟

زمانی که به‌طور رسمی وارد این صنعت شدیم در بخش تولید پوشاک ورزشی بیش از ۲۰ برند توانمند و معتبر

ایرانی وجود داشت که به تهیه و تأمین پوشاک مورد نیاز تیم‌های ملی و باشگاهی می‌پرداختند اما متأسفانه امروز هیچ اثری از این برندهای مطرح و معتبر وجود ندارد و به خاطره تبدیل شده‌اند.

۴ به دلیل واردات غیرقانونی و قاچاق پوشاک ورزشی؟

بله بخش عمده‌ای از توقف واحدهای مذکور قاچاق پوشاک ورزشی به کشور بود اگرچه فکر می‌کنم تولیدکنندگان نیز در این زمینه کم‌کاری‌هایی کرده‌اند به عبارت بهتر در دوران رونق ساختمان‌سازی، برخی تولیدکنندگان سرمایه خود را به سمت ساخت و ساز سوق دادند و با خروج نقدینگی از تولید، توان واحدهای تولیدی تحلیل رفت و بسیار شکننده شدند تا جایی که راهی جز توقف و تعطیلی برایشان باقی نماند اما بسیاری از مجموعه‌ها مانند درفشیران نیز به دلیل تعصب و علاقه به تولید و حفظ اشتغال، هرگز سرمایه‌های خود را از تولید به ساخت و ساز منتقل نکردند و سودهای کسب شده را به رشد و توسعه صنعت پوشاک اختصاص دادند. به اعتقاد من اگر تولیدکننده‌ای بخواهد در صنعت پوشاک دوام بیاورد و رشد کند راهی جز صادرات ندارد. در صادرات حجم عظیمی از محصولات به فروش می‌رود و نقدینگی ایجاد شده گردش چرخ تولید را به همراه دارد. اگرچه در بازار داخلی پتانسیل‌های بسیاری برای عرضه پوشاک وجود دارد اما فکر می‌کنم با توجه به هجوم برندهای خارجی به کشور، تولیدکنندگان هم از نظر مسائل تولیدی و هم فروش با زحمات و دردهای مضاعفی روبرو شوند.

۴ سال ۶۶ وارد عرصه‌ای شدید که به گفته خودتان برندهای قدرتمند و معتبر در آن به فعالیت می‌پرداختند. به‌عنوان یک برند نوپا این موضوع باعث نگرانی شما نمی‌شد که در مقابل رقبای قدیمی و کهنه‌کار نتوانید عرض اندام کنید و اعتماد بازار را نسبت به خود جلب نمایید؟



بدون این که محصولاتشان به فروش برود. در واقع توازنی میان تولید و توزیع وجود نداشت، بیشتر بنکداران منافع خود را در نظر می‌گرفتند و اهمیت چندانی به تولیدکنندگان نمی‌دادند. در حال حاضر سیستم توزیع کشور به سمت عرضه مستقیم حرکت می‌کند و درفشیران نیز از این قاعده مستثنی نیست و در هر استانی ۴-۵ عاملیت فروش به ارائه پوشاک درفشیران می‌پردازند. بخشی از فعالیت‌های مانیز به تولید پوشاک تبلیغاتی برای سازمان‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی اختصاص دارد.

درفشیران دو فروشگاه تک‌فروشی مستقیم در خیابان منیریه و ستارخان تهران دارد اما ورود به بخش تک‌فروشی به دلیل اجاره‌های بسیار سنگین، کاری دشوار است. در سایر کشورها تولیدکننده به فعالیت مشخص خود یعنی تولید می‌پردازد، فروشنده در زمینه فروش محصولات فعال است، توزیع‌کننده نیز اطلاعات دقیقی از وظایف خود دارد و به‌طور کلی هر کسی سرگرم کار خود است اما در کشور ما تولیدکننده برای ادامه حیات، باید هر سه مسئولیت تولید توزیع و خرده‌فروشی را برعهده بگیرد.

در تکمیل سوال شما پیرامون رقابت با برندهای قدیمی باید اضافه کنم که به تدریج با نیاز و خواسته بازار و مصرف‌کنندگان آشنا شدیم. روزهایی را پشت سر گذاشتیم که انبار کارخانه به دلیل عدم شناخت از بازار مملو از اجناس به فروش نرفته می‌شد اما با کسب اطلاع و شناخت از ذائقه مصرف‌کنندگان، محصولات خود را منطبق با سلیقه آنان تولید کردیم و حدود سه سال به تولید و فروش در بازار داخلی پرداختیم که فرصت بسیار ارزشمند صادرات به قزاقستان پیش آمد و باعث شد اولویت نخست فعالیت‌های خود را به بازار صادراتی قرار دهیم.

۴ در زمینه تولید و صادرات با موانع و مشکلاتی روبرو بودید؟

شرایط تفاوت چندانی پیدا نکرده است به غیر از این که امروزه واردات انبوه محصولات مختلف به ویژه منسوجات و پوشاک ورزشی مواجهیم تا جایی که اغلب تیم‌های ملی و باشگاهی لباس‌های مورد نیاز خود را از تولیدات خارجی (با کیفیت‌های مختلف) تهیه می‌کنند.

تولیدات را به سه چرخ خیاطی شروع کردیم و در آن زمان حتی پشت چرخ نیز می‌نشستم و مشغول تولید می‌شدم. وجود برندهای قدرتمند هیچ‌گاه باعث ترس و نگرانی ما نمی‌شد زیرا به کیفیت و توان تولیدی خود اعتماد و ایمان کامل داشتیم. به تدریج کار را ادامه دادیم و به جایی رسیدیم که جمهوری‌های تازه استقلال یافته شوروی، برای خرید پوشاک راهی بازارهای ایران شدند البته پیش از آن در نمایشگاه پوشاک قزاقستان شرکت کرده بودیم اما متأسفانه این نمایشگاه در جذب بازدیدکننده چندان موفق نبود و به همین دلیل یکی از برادرانم مجبور شد تا فروش تمام محصولاتی که جهت عرضه در نمایشگاه به قزاقستان برده بودیم در این کشور بماند! همین موضوع باعث ماندگاری وی در قزاقستان شد و طبق بررسی‌های بازار به این نتیجه رسیدیم که بازار قزاقستان برای صادرات پوشاک ورزشی بسیار مساعد و قابل توجه است بنابراین از سال ۱۳۷۳ تا ۱۳۸۰ تمام تولیدات خود را به بازار این کشور اختصاص دادیم.

در آن سال‌ها تولیدکنندگان پوشاک ورزشی به صادرات محصول به روسیه می‌پرداختند اما پس از تحقیقات گسترده بازار متوجه شدیم سباز تولیدات این مجموعه‌ها با آناتومی و اندام مصرف‌کنندگان روسیه همخوانی ندارد زیرا اغلب مردم روسیه درشت هیكل تر از مردم ایران هستند و این موضوع در تولیدات شرکت‌ها مورد توجه قرار نمی‌گرفت با تغییر جزئی در الگوها و ایجاد تناسب محصولات با سباز مردم قزاقستان، توانستیم به‌عنوان یک برند موفق و تولیدکننده پوشاک باکیفیت و با دوام ایرانی در این کشور شناخته شویم.

خوشبختانه صادرات ما در شرایط بسیار مطلوبی به سر می‌برد و درفشیران توانست به توسعه چشمگیری دست یابد، این روند ادامه داشت تا این که نرخ دلار تثبیت شد و این موضوع، تحلیل قدرت رقابتی ما را در پی داشت. زیرا در ایران با تورم سالانه ۲۵-۲۰ درصدی روبرو بودیم و با ثابت ماندن دلار، قیمت تمام شده محصولات ما به تدریج افزایش یافت، به سطحی رسیدیم که دیگر صادرات توجیه اقتصادی نداشت و متأسفانه بازار قزاقستان را از دست دادیم. از سال ۱۳۸۰ به بعد با توجه به شرایط نامطلوب اقتصادی، صادرات را متوقف کردیم و به بازار داخلی متمرکز شدیم.



۴ به سیستم توزیع پوشاک ورزشی درفشیران اشاره نمایید. آیا محصولات از طریق سیستم بنکداری توزیع می‌شود یا به عرضه مستقیم کالا اعتقاد دارید؟

در سال‌های گذشته بخش عمده‌ای از پوشاک واحدهای تولیدی توسط بنکداران توزیع می‌شد که مشکلات خاص خود را داشت و در بسیاری از موارد زیان‌های مالی بسیاری برای تولیدکنندگان به همراه داشت.

تنها راه مبارزه با قاچاق را اصلاح نرخ ارز می‌دانم تا سودآوری قاچاق به حداقل برسد و فرصت مساوی میان تولیدکننده خارجی و داخلی به وجود آید. در این میان اگر کیفیت و قیمت محصولات داخلی بهتر و مناسب‌تر از مشابه وارداتی باشد، تولیدکننده ایرانی سود خواهد برد و در میدان باقی خواهد ماند در غیر این صورت چاره‌ای جز حذف شدن نیست.

تحریم‌ها تا چه میزان بر فعالیت‌های تولیدی درفشیران اثرگذار بود؟

خوشبختانه تحریم‌ها، تأثیر چندانی بر فعالیت‌های ما نداشت زیرا تأمین‌کننده ماشین‌آلات ما یک شرکت معتبر سوئیسی است که در دوران تحریم نیز به همکاری با ما ادامه داد. بخش عمده‌ای از مواد اولیه مصرفی هم از کارخانه‌های داخلی تهیه می‌شود و به تبع ارتباط مستقیمی به تحریم‌ها ندارد.

فکر می‌کنید با لغو تحریم‌ها، بار دیگر امکان صادرات را پیدا خواهید کرد؟

به صادرات فکر می‌کنیم اما تا زمانی که نرخ ارز واقعی نشود، هیچ تصمیم مشخصی نمی‌توان در مورد صادرات اتخاذ کرد. متأسفانه در حال حاضر قیمت ارز فعلی، واقعی نیست و در واقع مشغول خرج کردن دلارهای نفتی بدون هیچ دردسری هستیم! اگر دلارهای نفتی را کنار بگذاریم فکر می‌کنم قیمت واقعی دلار به بیش از ۶ هزار تومان برسد که با این رقم، موتور صادرات غیرنفتی روشن خواهد شد و تولیدکنندگان با توان و انگیزه بیشتری به تولید و صادرات خواهند پرداخت.

به‌عنوان یک تولیدکننده برای رونق صادرات با واقعی شدن نرخ دلار موافق هستم زیرا در دهکده و بدون ارتباط با دیگران زندگی نمی‌کنیم که ثابت ماندن ارز در آن تفاوتی نداشته باشد بلکه در جهانی به فعالیت می‌پردازیم که تولیدکنندگان بسیاری در آن مشغول تولید و صادرات هستند و به رصد بازارهای همدیگر می‌پردازند. کشوری مانند چین که در تولید انبوه بسیار قدرتمندتر از ایران است، به سختی قیمت پول خود را پایین نگه داشته‌اند تا بتوانند به صادرات ادامه دهند اما متأسفانه در ایران گویی ریال را قوی نگه می‌داریم که

به یک واردکننده موفق تبدیل شویم! و دلیل وجود واردات غیرقانونی بی‌رویه همین موضوع است و گرنه با دلار ۶ هزار تومانی واردات غیرمنطقی است که این که حدود سه سال پیش با افزایش نرخ دلار، قاچاق کاهش چشمگیری یافت و تولیدکنندگان اندکی مجال فعالیت پیدا کردند و گرنه با تداوم این شرایط، روز به روز به تعداد واحدهای متوقف افزوده خواهد شد.

مطلب دیگر این که برخی معتقدند با اقدامات اخیر ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، شاهد کاهش قاچاق پوشاک هستیم اما معتقدم که چنین اقدامات انضباطی سابقه‌ای ۳۸-۳۷ ساله دارند و به نتیجه خاصی منتهی نشده است! همان‌طور که در سال‌های دور با دستگاه‌های ویدئو و در سال‌های اخیر با ماهواره برخورد‌های شدید و انضباطی صورت می‌گرفت اما هیچ‌یک از این اقدامات و برخوردهای آمرانه به عدم مصرف مردم منجر نشد و حتی استفاده از چنین وسایلی افزایش بیشتری پیدا کرد! امروزه قاچاق فعالیت بسیار سودآور محسوب می‌شود و به هیچ کسی نمی‌توان گفت از این سود سرشار صرف‌نظر کند. زمانی می‌توان جلوی قاچاق را گرفت که این سودآوری متوقف شود و دیگر برای قاچاقچی واردات محصولات بی‌کیفیت مقرون به صرفه نباشد. قطع سودآوری هم با بگیر و ببند تحقق نخواهد یافت. قاچاقچی صدها کانتینر پوشاک وارد می‌کند و ممکن است ۱۰ کانتینر آن توسط نهادهای ذی‌ربط توقیف و محموله‌های آن امحا شود اما سایر کانتینرها به حرکت خود ادامه خواهند داد و سود سرشاری نصیب قاچاقچی می‌کنند.

به این واقعیت باید اشاره کنم که طی ۳۰ سال سابقه تولیدی، ۸ سال صادرات باعث رشد، بالندگی و بقای درفشیران شده است و بقیه سال‌ها را فقط گذرانده‌ایم و زمینه‌ای برای رشد پیدا نکرده‌ایم. طی فعالیت‌های صادراتی موفق به احداث کارخانه و نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات مدرن شدیم. از این ۸ سال به‌عنوان سال‌های طلایی یاد می‌کنم و اگر تولیدکننده‌ای بتواند بازار صادراتی برای محصولات خود پیدا کند، موفق خواهد بود.

مدتی پیش به مطالعه و تحقیق در مورد بازار روسیه پرداختیم و نتایج، بیانگر وجود بازار گسترده این کشور می‌دهد و حتی تقاضاهایی نیز از روسیه دریافت کرده‌ایم

اما در کشور ما زیرساخت‌های ارسال کالاهای کمتر از کانتینر به روسیه فراهم نیست در حالی که ترکیه چنین امکانی دارد. به‌ر حال به بررسی‌های خود ادامه می‌دهیم تا شرایط ارسال محصول به‌صورت خرده بار فراهم کنیم.

به‌اعتقاد شما بهترین راه مبارزه با قاچاق چیست؟

تنها راه مبارزه با قاچاق را اصلاح نرخ ارز می‌دانم تا سودآوری قاچاق به حداقل برسد و فرصت مساوی میان تولیدکننده خارجی و داخلی به وجود آید. در این میان اگر کیفیت و قیمت محصولات داخلی بهتر و مناسب‌تر از مشابه وارداتی باشد، تولیدکننده ایرانی سود خواهد برد و در میدان باقی خواهد ماند در غیر این صورت چاره‌ای جز حذف شدن نیست. برای تقویت صادرات راهی جز واقعی شدن نرخ ارز وجود ندارد اما دولت در این زمینه با مشکلات متعددی دست و پنجه نرم می‌کند، از یک سو نرخ ارز جهت توسعه صادرات باید افزایش یابد اما از نظر واردات برخی اقلام موردنیاز و حیاتی، بالا بودن نرخ مشکل‌آفرین است و دولت نمی‌تواند زندگی روزمره و امرار معاش مردم را قربانی صادرات کند پس با مقوله‌ای بسیار پیچیده مواجهیم که حل آن دشوار به نظر می‌رسد. البته توجه داشته باشید که تولیدکنندگان داخلی مخالف واردات نیستند اما خواهان ایجاد شرایط مساوی با تولیدات خارجی هستیم زیرا از تکنولوژی مدرن، نیروهای انسانی توانمند و متعهد بهره‌مند هستیم و در برخی بخش‌ها مانند انرژی ارزان و ... دارای مزیت‌هایی هستیم که تولیدکنندگان خارجی از آن بی‌بهره می‌باشند.

بسیاری از واحدهای تولیدی به این نتیجه رسیده‌اند که با تشریک مساعی و همکاری با یکدیگر می‌توانند بسیاری از مشکلات تولید و فروش را حل نمایند برای مثال همان‌طور که می‌دانید بحث راه‌اندازی شرکت سهامی توسعه فروش و صادرات مطرح شده است. دیدگاه شما در مورد این حرکت جمعی چیست و فکر می‌کنید تا چه میزان در فرهنگ‌سازی خرید کالای ایرانی و رونق واحدهای تولیدی پوشاک موثر باشد؟

زمینه تی شرت، تنوع رنگی بالایی وجود دارد و حتی رنگ‌بندی برخی از تی شرت‌های درفشیران به عدد ۶۰ هم می‌رسند. گاهی اوقات رنگ‌های قرمز، آبی و زرد نیز در تولید برخی از مدل‌های شلوار به کار برده می‌شود.

۴ از تکنولوژی‌های مدرن مانند نانو در تولیدات خود بهره‌برداری می‌کنید؟
استفاده از فناوری نانو را در دستور کار درفشیران قرار

بله اما واقعیت این است که در بخش تولید پوشاک ورزشی متداول، تفاوت‌های زیادی با برندهای جهانی نداریم و تنها تفاوت آنها در به کارگیری مباحث مربوط به فناوری‌های پیشرفته و مدرن است که در ایران به چنین تکنولوژی‌های گران‌قیمت و بعضاً انحصاری دسترسی نداریم، البته چنین فناوری‌هایی را به روی تمام کالاهای خود اعمال نمی‌کنند و بیشتر در زمان مسابقات بین‌المللی و حوزه کفش و لوازم و تجهیزات ورزشی مدنظر قرار می‌گیرد.

۴ در پوشاک ورزشی، طرح و مد و رنگ‌بندی جایگاهی دارد؟

مد در لباس ورزشی مانند سایر بخش‌های پوشاک جایگاه چندانی ندارد و در تولید پوشاک ورزشی مهم‌ترین عامل کارایی بالا و راحتی ورزشکار هنگام پوشیدن آن لباس می‌باشد. ضمن این که رشته‌های مختلف ورزشی تعیین می‌کنند چه نوع و طرحی برای لباس مدنظر تولیدکنندگان قرار گیرد. البته الهامی نیز از مد‌های روز دنیا گرفته می‌شود اما همان‌طور که اشاره شد کارایی و انعطاف‌پذیری لباس ورزشی در اولویت نخست قرار دارد.

در مورد رنگ‌بندی پوشاک ورزشی هم باید عنوان کنم معمولاً کاپشن و شلوارهای ورزشی مردانه مشکی، سرمه‌ای و رنگ‌های تیره است اما در

راه‌اندازی این شرکت فی‌نفسه اقدامی ارزشمند و مفید است منتها مدل مدیریت این شرکت و فروشگاه‌های زنجیره‌ای آن، موضوعی بسیار مهم می‌باشد که باید به صورت کاملاً شفاف در اساسنامه شرکت قید شود. گویا قرار است مدل اداره مدیریت شرکت‌ها به هیئت مدیره واگذار شود و به نوعی قائم به هیئت مدیره شود که به شخصه با این شیوه موافق نیستیم زیرا وقتی هیئت مدیره تغییر کند، سیاست‌ها و مدل‌های مدیریت نیز عوض خواهند شد. از سوی دیگر به هر حال هیئت مدیره از اعضای انجمن صنایع پوشاک ایران هستند و همگی تولیدکننده می‌باشند و امکان دارد منافع شخصی آنان در این میان لحاظ شود لذا باید در اساسنامه به صراحت نحوه اداره شرکت، استانداردها و سطح کیفی کالاهای عرضه شده در فروشگاه‌های زنجیره‌ای زیرمجموعه مشخص شود تا خدای ناکرده هیچ حقی از اعضا تضییع نشود، قطعاً در چنین مسائلی باید منافع گروهی مدنظر قرار گیرد نه سود و منفعت شخصی.

۴ آیا درفشیران صرفاً به تولید پوشاک ورزشی مردانه متمرکز شده یا پوشاک ورزشی زنانه نیز در دستور کار قرار دارد؟

از بدو راه‌اندازی درفشیران، شعار «کیفیت، رمز جاودانگی است» را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار داده‌ایم و بر آن پایند هستیم. تمام تلاش خود را کرده‌ایم از نظر تهیه پارچه و دوخت به سطح بالایی از کیفیت دست یابیم که به لطف خداوند و تلاش تمام همکاران توانسته‌ایم در برابر هجمه قاچاق دوام بیاوریم. تولیدات درفشیران به کاپشن، شلوارهای ورزشی، تاپ، سوئی شرت مردانه اختصاص دارد و در کلکسیون بهار حدود ۴۰ درصد اقبال به پوشاک زنانه نیز اختصاص پیدا خواهد کرد و تقریباً برای هر نمونه پوشاک مردانه، یک نمونه زنانه نیز در حال تولید است. در واقع نیاز به تولید پوشاک ورزشی زنانه را حس کرده‌ایم و این احتمال وجود دارد با توجه به افزایش نیاز این قشر به پوشاک ورزشی، درصد تولید پوشاک زنانه را ارتقا دهیم.

۴ در تولیدات خود تا چه میزان فعالیت‌های برندهای معتبر جهانی مانند آدیداس، پوما و... را رصد می‌کنید؟



داده‌ایم و در این زمینه مطالعات و آزمایشاتی برای تولید پوشاک با جذب رطوبت بالا و خنک کننده بدن انجام می‌دهیم که فکر می‌کنیم تا چند ماه آینده محصول نهایی آن وارد بازار کشور شود. طبعاً قیمت تمام شده این قبیل محصولات بالا خواهد بود اما این اختلاف قیمت، فاحش و غیرمنطقی نیست.

«محصولات درفشیران از نظر قیمت در چه سطحی قرار دارد؟ آیا اقشار متوسط قادر به خرید آن هستند یا به اقشار متمول متمرکز شده‌اید؟ بازار هدف ما قشر متوسط جامعه است زیرا قشر مرفه معمولاً سراغ برندهای خارجی و گران قیمت می‌روند و محصولات ما برای قشر پایین هم اندکی گران است،

بنابراین قشر متوسط جامعه مشکلی از نظر خرید پوشاک درفشیران ندارد و می‌توان گفت خریدار، محصولی با کیفیت آدیداس و نایک و یک سوم و یک چهارم قیمت آن تهیه می‌کند. در زمینه مقایسه کیفی محصولات درفشیران با نمونه‌های خارجی خاطره جالبی به ذهنم می‌رسد. چندین سال پیش در نمایشگاهی، نماینده یکی از تولیدکنندگان پوشاک ورزشی ترکیه در کنار غرفه ما غرفه‌ای تهیه کرده بود. مدیران و صاحبان آن برند زمانی که از مقابل غرفه ما عبور کردند از نماینده ایرانی خود پرسیدند چرا این شرکت محصولات ما را در غرفه خود قرار داده‌است؟! پس از مشاهده دقیق کالا متوجه شدند این کالاها تولید ایران است و برایشان بسیار جالب توجه بود که ایرانیان توان تولید پوشاک ورزشی بسیار باکیفیت و قابل رقابت با مشابه خارجی را دارند.

«آیا تاکنون حجم مشکلات باعث شده از ادامه تولید پیشیمان شوید؟

هرگز از فعالیت در عرصه تولید پیشیمان نشده‌ام اما در بعضی موارد خستگی غلبه پیدا می‌کند که شیفتگی و عشق به کار، جای خود را به خستگی

می‌دهد و با انرژی بیشتری به فعالیت ادامه می‌دهم. پدر توصیه‌ها و نصایح بسیاری در زمینه کسب و کار به ما منتقل کرده‌اند اما شرایط و محیط کسب و کار بسیار متفاوت با نسل گذشته شده است. پیش از انقلاب صنعت نساجی و پوشاک ایران، حرف‌های بسیاری برای گفتن داشت به این صورت که منسوجات ایران به کشورهای اروپایی صادر می‌شد، مصرف‌کنندگان بسیاری جذب محصولات ایرانی شده بودند و حتی بسیاری از کارخانه‌های نساجی فقط برای کشورهای اروپایی تولید می‌کردند اما متأسفانه امروز این شرایط معکوس شده و شاهد واردات قانونی و غیرقانونی انواع پوشاک و منسوجات به کشور هستیم.

«پیش‌بینی شما از آینده تولید پوشاک در ایران چیست؟ فکر می‌کنید دوران طلایی این صنعت تکرار خواهد شد؟

یکی از دوستان معتقد است تمام زندگی ما به صورت غارنشینی شده است؛ یعنی فقط شرایط و امکانات برای زندگی روزمره را در نظر می‌گیریم. شرایط به نحوی است که اگر تولیدکننده‌ای بتواند از عهده مخارج امروز خود برآید، هنر بزرگی کرده است! متأسفانه چشم‌انداز مشخصی وجود ندارد که برنامه‌های خود را بر این اساس تدوین نماییم. علی‌رغم تمام شرایط دشوار و نامساعد اقتصادی، برنامه‌های کوتاه مدت یک‌ساله، دوساله و پنج‌ساله تهیه می‌کنیم اما تا چه میزان بتوانیم به این اهداف برسیم، تنها خدا می‌داند!

«مطلب‌نهایی

صدای چرخ خیاطی برایم مانند یک موسیقی دلنشین و لذت‌بخش است و بهترین خاطرات زندگی‌ام، فعالیت در عرصه تولید و صدای ماشین‌آلات است. خداوند نیز به دلیل امرار معاش ۱۲۰ نفر در این مجموعه، به زندگی ما برکت می‌دهد و تمام زندگی خود را وقف تولید و صنعت کرده‌ایم. شاید بتوان سرمایه خود را سپرده بانک‌ها کنیم اما به تولیدانس گرفته‌ام، حتی یک روز تعطیل هم نمی‌توانم بیکار بمانم و همیشه به دنبال فعالیت و تولید هستیم. می‌خواهیم در رشته تخصصی خود بهترین باشیم و برای رسیدن به این هدف از هیچ تلاشی فروگذار نخواهیم بود.



اشاره:

همایش بررسی راهکارهای رونق اقتصاد و تولید با حضور تولیدکنندگان و صنعتگران فرش ماشینی در سالن همایش ارباب حسن تفضلی توسط اتحادیه تولیدکنندگان فرش ماشینی و صنایع وابسته و همکاری اتاق بازرگانی کاشان برگزار شد. این همایش با خوشامدگویی محمود تولایی - رییس اتاق بازرگانی کاشان - و پخش مستندی در مورد زندگی شادروان حسن تفضلی آغاز شد. سپس دکتر فرشاد مومنی - اقتصاددان و عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی - به جایگاه سخنرانی دعوت شد تا مطالب خود را در زمینه ساز و کارهای رونق بخشی به تولید بیان نماید.

آسیب پذیری های اقتصاد ایران

گزارش



دکتر فرشاد مومنی



محمود تولایی



گزارشی از سخنرانی دکتر فرشاد مومنی در همایش بررسی راهکارهای رونق اقتصاد و تولید

نه قادر به بسیج کردن انرژی های خواهیم بود و نه توان حل مسائل و مشکلات را پیدا می کنیم. دکتر مومنی افزود: در شرایط کنونی کشور باید به نظام تصمیم گیری و تخصیص منابع یادآور شویم که چاپلوسان دوستان واقعی هیچ کس نیستند زیرا آنها به دنبال افزایش منابع شخصی خود هستند و دوست واقعی کسی است که اشکالات ما را گوشزد می کند. این موضوع پایه دینی بسیار مستحکمی دارد و بارها از بزرگان دینی نقل شده که رحمت خداوند بر کسی که عیوب مرا به من اهدا کند. یعنی در ادبیات دینی، «نقد مشفقانه» زیباترین هدیه ای است که یک انسان می تواند دریافت کند. این اقتصاد دان، ایجاد بلوغ فکری را یکی از اقدامات ضروری و حیاتی برشمرد و گفت: در صورت ایجاد بلوغ فکری، استانداردها و شاخص های داخلی و بین المللی وجود دارند که به ما نشان می دهد امنیت حقوق مالکیت کشور در حد نصاب نیست و حتی معتمد مولفه ها و عناصر موثر بر آن هم به درستی مورد شناسایی

به شمار می آید. در سطح نظری گفته می شود که انباشت سرمایه های انسانی و مادی به حدنصابی از امنیت نیاز دارند؛ این امنیت در کشور ما در حد نصاب قرار ندارد. گاهی اوقات خود را با کشورهایی مانند عراق و افغانستان مورد مقایسه قرار می دهیم و هزاران بار شکر می کنیم که نسبت به این کشورها در امنیت قرار داریم اما واقعیت این است که استانداردهای حداقلی برای اطمینان نسبت به آینده وجود ندارد. وی تصریح کرد: گرفتاری بزرگ ما در کشور این است که لاقدر در سطح نظام تصمیم گیری، گستاخی و شجاعت برای روبرو شدن با واقعیت در حد نصاب نیست و حتی اگر حتی مشفقانه هم به واقعیات جامعه اشاره نمایید از شما سپاسگذاری نخواهد شد؛ در حالی که نگاهی به تجربیات دنیا نشان می دهد در طول تاریخ (حداقل از موج اول انقلاب صنعتی تا امروز) حتی یک تجربه موفق نداریم که اول این گستاخی و بلوغ فکری را پیدا کرده باشند. اگر ندانیم که مشکلاتمان از کجاست

دکتر فرشاد مومنی - اقتصاد دان و عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی - ابراز داشت: منزلت تولید در ایران به لحاظ نظری به درستی شناخته نشده است و بخش قابل اعتنایی از نظام تصمیم گیری و تخصیص منابع در ایران تصور می کنند از غیر مسیر تولید می توان خیری برای کشور تصور کرد. وی افزود: پرسش اصلی این است که آیا لوازم رونق گیری تولید در کشور مورد توجه قرار دارد یا خیر؟ با کمال تأسف شواهد موجود به اندازه کافی گویای این است که لوازم مذکور مهیا نیست، تولید در اولویت قرار ندارد و تولیدکنندگان در فرایندهای تصمیم گیری و تخصیص منابع، صدایی ندارند و زور و صدای بخش های غیر مولد به مراتب رساتر است. به گفته عضو موسسه دین و اقتصاد، در سطح توسعه پدیده های بسیار تکان دهنده ای وجود دارد که نشان دهنده مهیا نبودن لوازم رونق گیری تولید در کشور است؛ برای مثال «امنیت حقوق مالکیت» رکن بسیار مهمی

دکتر مؤمنی: ارزش‌زدایی از پس‌اندازها، اختلال دیگری تحت عنوان «ارزش‌زدایی از ذخایر استهلاک بنگاه‌های موجود» ایجاد می‌کند. زمانی که بازی با نرخ ارز تبدیل به یک قاعده می‌شود بنگاهی که سال‌های متمادی با نرخ قبلی ارز، ذخیره استهلاک گرفته حالا که کارخانه‌اش مستهلک شده به دلیل تغییر نرخ ارز قادر به جایگزینی ماشین‌آلات مستهلک و فرسوده نیست.

قرار نگرفته‌اند. وی خاطر نشان کرد: در یک تحقیق انجام شده، وضعیت امنیت حقوق مالکیت در ایران را اندازه‌گیری و بر آمارهای سرشماری تکیه کردیم. با حساب و کتاب‌های مبتنی بر چهار عمل اصلی، تعداد جمعیت شاغل کشور را در بنگاه‌های اقتصادی در یک طرف و تعداد کارفرماها نیز در سوی دیگر قرار دادیم و بر هم تقسیم کردیم؛ متوجه شدیم از سال ۱۳۳۵ (که نخستین سرشماری انجام گرفت) تا سال ۱۳۸۵ این نسبت روند نزولی طی کرده است. در سال ۱۳۳۵ به طور متوسط هر یک کارفرما ۳۳ نیروی کار در اختیار داشت که این رقم در سال ۱۳۸۵ به کمتر از ۵ نفر کاهش یافته است. به اعتقاد این استاد دانشگاه، زمانی که مقیاس تولید، روند نزولی و کوچک شدن را طی می‌کند نشان‌دهنده عدم امنیت حقوق مالکیت و نبود تقسیم کار عقلایی، تخصصی شدن امور و صرفه‌های ناشی از مقیاس در بنگاه‌های کوچک است بنابراین نوآوری‌های فناورانه موضوعیت پیدا نمی‌کند.

دکتر مؤمنی ابراز داشت: عدم پیوند بخش‌های مولد اقتصاد کشور با نوآوری‌های فناورانه را می‌توان این‌گونه متوجه شد که هر بار فرصتی برای صادرات ایجاد می‌شود، کسی بابت نوآوری تکنولوژیک مورد تشویق قرار نمی‌گیرد و صرفاً با نرخ بازی می‌شود که این بازی یکی از مهلک‌ترین ضربه‌ها را به توان تولید کشور وارد می‌کند زیرا بنگاه‌های تولیدی در ایران به واسطه عدم صنعتی شدن و فعالیت در مقیاس کوچک، قادر به خلق ماشین‌آلات و تجهیزات تولیدی نیستند و باید آن را وارد کنند.

وی افزود: واردات ماشین‌آلات و تجهیزات، نیازمند ارز است و افزایش نرخ ارز، انگیزه و گرایش به این فعالیت را کاهش می‌دهد. ممکن است بخش‌های کوچکی از صادرکنندگان آن هم در افق کوتاه‌مدت از افزایش نرخ

ارز استقبال نمایند؛ اما در میان مدت، چشم‌انداز خلق ظرفیت‌های تولیدی جدید دچار اختلال می‌شود.

عضو موسسه دین و اقتصاد، بنگاه‌های تولیدی ایران را برای مواد اولیه و واسطه‌ای نیز نیازمند واردات دانست و گفت: بیش از ۹۰ درصد بنگاه‌های تولیدی ما زیر ظرفیت تولید می‌کنند و به دلیل نقش تعیین‌کننده نرخ ارز به طور متوسط در ساختار هزینه‌های بنگاه‌های صنعتی در ایران، سهم مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای حدود ۶۰ درصد است پس هم تولد بنگاه‌های تولیدی جدید و هم استمرار فعالیت واحدهای موجود با بازی نرخ ارز دچار اختلال می‌شود و در نهایت با با پدیده‌ای به نام «صنعت‌زدایی» روبرو می‌شویم.

دکتر مؤمنی اذعان داشت: فرض کنید شاگرد یک کارگاه تراشکاری همیشه آرزوی راه‌اندازی یک کسب و کار مستقل داشته و برای خرید دستگاه تراش به ۱۵۰ هزار دلار نیاز داشت. برای تأمین این مبلغ باید یک میلیون تومان (با نرخ دلار هفت تومانی) پس انداز می‌کرد. وی پس از ۱۴ سال توانست ۹۵۰ هزار تومان جمع کند اما یک‌باره اعلام می‌شود نرخ دلار ۱۰۰ تومان شده است! این موضوع در اقتصاد «ارزش‌زدایی از پس‌اندازهای گذشته» نام دارد یعنی فردی که به امید ایجاد بنگاه جدید، پس‌اندازهای کرده باید چندین سال دیگر به پس‌انداز ادامه دهد بلکه قادر به خرید دستگاه‌های مورد نیاز شود!

به گفته وی، ارزش‌زدایی از پس‌اندازها، اختلال دیگری تحت عنوان «ارزش‌زدایی از ذخایر استهلاک بنگاه‌های موجود» ایجاد می‌کند. زمانی که بازی با نرخ ارز تبدیل به یک قاعده می‌شود بنگاهی که سال‌های متمادی با نرخ قبلی ارز، ذخیره استهلاک گرفته حالا که کارخانه‌اش مستهلک شده به دلیل تغییر نرخ ارز قادر به جایگزینی ماشین‌آلات مستهلک و فرسوده نیست.

عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی تصریح کرد: طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰ که دوران اوج درآمدهای نفتی ایران بود، بی‌سابقه‌ترین صنعت‌زدایی را در اقتصاد کشور تجربه کردیم و زمانی که امنیت حقوق مالکیت برقرار نشود در واقع به توسعه پشت کرده‌ایم.

این اقتصاددان یادآور شد: صدای تولیدکنندگان تحت‌الشعاع صدای بلندتر غیرمولدهاست اگر در هر جای دنیا چنین پدیده‌ای اتفاق می‌افتاد؛ همگان به فکر فرو می‌رفتند و تدبیری برای رفع آن می‌اندیشیدند.

مقایسه داده‌های سرشماری سال ۱۳۸۵ با ۱۳۹۰ نشان می‌دهد خالص فرصت‌های شغلی ایجاد شده در بخش صنعت ایران ۴۱۵- هزار نفر است. (خالص فرصت‌های شغلی به معنای جمع جبری مجموعه فرصت‌های شغلی جدیدی ایجاد شده با مشاغلی که از دست رفته‌اند)

وی با یادآوری این موضوع که در مناسبات اقتصادی می‌توان عظمت افرادی همچون زنده‌یاد تفضلی را درک کرد که توانست بنگاهی با ۶ هزار پرسنل اداره کند، ادامه داد: حداقل ۱۷ موسسه بین‌المللی وجود دارند که وضعیت امنیت حقوق مالکیت را در کشورها اندازه‌گیری می‌کنند و بر این اساس، امنیت حقوق مالکیت ایران در کشورهای پایانی فهرست قرار دارد. برخی می‌پرسند چرا پس از توافق هسته‌ای، شاهد حضور جدی سرمایه‌گذاری خارجی در کشور نیستیم؛ پاسخ کاملاً مشخص است حقوق مالکیت در کشور مورد تکریم قرار نمی‌گیرد.

به گفته دکتر مؤمنی، یکی دیگر از استانداردهای مورد توافق عمومی در مورد امنیت حقوق مالکیت، «شاخص پاکدامنی اقتصادی» است. طبق استاندارد جهانی در سال ۱۳۸۳ رتبه ایران از نظر پاکدامنی اقتصادی هشتاد و هفتم بود یعنی هشتاد و شش کشور از نظر پاکدامنی وضعیت بهتری از ما داشتند و وضعیت حدود ۳۳ کشور نیز از ما بدتر بود. در سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ فقط ۸ کشور از نظر فساد اوضاع بدتری از ایران را تجربه کردند! در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰ و پیش از اعمال تحریم‌ها، بی‌سابقه‌ترین سقوط تاریخی به سمت فاسدترین مناسبات اقتصادی را تجربه کردیم.

وی اضافه کرد: در گذشته این امکان وجود داشت که با دستکاری آمارهای داخلی یا جلوگیری از انتشار آمار، بسیاری از مسائل را پنهان کنیم اما امروز که در عصر ارتباطات به سر می‌بریم؛ تمام شاخص‌ها اندازه‌گیری می‌شوند و بررسی امنیت حقوق مالکیت، وضعیت فضای کسب و کار و ... را سازمان‌های بین‌المللی انجام می‌دهند زیرا تحرک سرمایه در دنیا افزایش یافته و به تمام سرمایه‌گذاران دنیا اطلاعات کامل ارائه می‌شود که فلان کشور از نظر شاخص‌های کلیدی امنیت در چه وضعیتی به سر می‌برند (علاقه‌مندان به مفاهیم نظری اقتصاد، می‌توانند این موضوع را ذیل مفهوم پارادوکس لوکاس - Lucas paradox - دنبال کنند).

دکتر مؤمنی: با گستراندن فرش قرمز، سرمایه‌های خارجی جذب نخواهند شد، اگر دولتمردان به دنبال بهبود وضعیت اقتصاد و تولید کشور هستند باید مسائلی مانند امنیت حقوق مالکیت را زیر ذره‌بین قرار دهند.

صدایی از جامعه مدنی در اعتراض به حق وزیر بهداشت برنخاست و وی برکنار شد. در واکنش به موضوع، سخنگوی قوه قضائیه و نمایندگان مجلس اعلام کردند که با عاملان این واردات برخورد خواهیم کرد اما هیچ برخوردی صورت نگرفت! این که آقایان نمی‌خواستند برخورد کنند بلکه قانون به آنان اجازه نمی‌دهد یعنی اگر تخصیص دلارهای نفتی از کانال مجلس عبور نکند، تصمیم‌گیری در مورد نحوه تخصیص منابع، تابع صلاح‌دیدهای شخصی مقامات اجرایی است.

دکتر مؤمنی اظهار داشت: اگر زمان جنگ، چنین اتفاقاتی رخ نمی‌داد دلیل آن احساسات و عواطف انسان‌ها نبود بلکه تخصیص منابع از کانال مجلس عبور می‌کرد و دولت باید در مورد هر یک دلار، طبق قانون عمل می‌کرد. بنابراین حلقه مفقوده توسعه ایران در عدم پاسخگویی دولت است و بی‌شمار رئیس جمهور و وزیر و وکیل دیده‌ایم که وعده‌های خارق‌العاده دادند اما تا حالا هرگز اتفاق نیفتاده است که یک مقام مسئول به دلیل عدم تحقق وعده‌هایش مواخذه شود.

وی در بخش دیگر سخنرانی خود به شفافیت تخصیص دلارهای نفتی اشاره کرد و گفت: به این ترتیب امکان اعمال نظارت‌های تخصصی مدنی فراهم می‌شود و این پیام‌شکل می‌گیرد که دوران برخورداری‌های سهل و رانتی سپری شده و هر کسی می‌خواهد از منابع مالی بهره‌مند شود باید استعدادها را در تولید کانالیزه نماید.

به گفته عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی، بزرگ‌ترین جهش در سرمایه‌گذاری خصوصی تولیدی ایران در دوران جنگ اتفاق افتاد. یعنی اثر ضد تولیدی فساد از نظر ناامن کردن فضای کسب و کار از جنگ هم بالاتر است. به این ترتیب برای اولین بار در تاریخ اقتصادی ایران یکی از طولانی‌ترین جنگ‌ها اتفاق افتاده اما حتی یک مورد مرگ و میر ناشی از قحطی ثبت نشده است. چنین مسائلی تصادفی نیست و

جنگ منحصر به فرد بوده است. عده‌ای این موضوع را حمل بر روحیات اشخاص می‌کنند و می‌گویند افراد در آن مقطع زمانی احساساتی بودند و با فروکش کردن احساسات، به نحو دیگر عمل نمودند! اما در روش‌های علمی این استدلال پذیرفته نیست زیرا امور جمعی باید با پدیده‌هایی که هویت جمعی دارند توضیح داده شوند نه با تحلیل‌های فردی.

به گفته عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی، در دوره جنگ تحمیلی، پنج نوآوری نهادی منحصر به فرد صورت گرفت. برای مثال از زمانی که ایران صاحب پارلمان شده تا امروز، تنها در این دوره است که رئیس وقت دولت طی ارسال نامه‌ای به رئیس مجلس، تقاضا کرد تا تصمیم‌گیری در مورد تخصیص دلارهای نفتی به عهده مجلس گذاشته شود. میراث خیرگان قانون اساسی و به ویژه شهید دکتر بهشتی این است که هر تصمیمی که از کانال مجلس عبور می‌کند به لزوم شفاف می‌شود و بقای سیستم رانتی در عدم شفافیت است. بنابراین وقتی توزیع و تخصیص دلارهای نفتی به عهده مجلس گذاشته شود هزینه فرصت رانت جویی بسیار بالا رفت، اثر دوم این بود که بدنه اجرایی در برابر فساد از این ناحیه واکسینه شد. به این ترتیب در دوره جنگ، نظام اجرایی کشور در بهترین وضعیت پنجاه ساله اخیر از نظر پاکدامنی اقتصادی قرار داشت و ربطی به احساسات نداشت.

این اقتصاددان اضافه کرد: سومین اثر اقدام دولت دوران جنگ، پاسخگو نمودن دولت در برابر تک‌تک دلارهایی که هزینه می‌کرد؛ بود. همه به یاد داریم در نیمه دوم سال ۱۳۹۱، وزیر وقت بهداشت، یکی از استثنای‌ترین شرافتمندی‌ها را به خرج داد و اعلام کرد «شش ماه به دنبال ارز برای واردات داروهای حیاتی هستیم اما به من گفته می‌شود اوضاع کشور حاد است و دلاری برای تخصیص به دارو نداریم» اما پس از انتشار آمار شش ماهه گمرکات وی متوجه شد دلارهایی که به دارو و مواد اولیه تولید اختصاص پیدا نکرد به واردات لوازم آرایشی و خودروهای لوکس منتهی شده است. وی تصور می‌کرد واردات دارو حیاتی‌تر و مهم‌تر از لوازم آرایشی و خودروهای لوکس است، بنابراین اعتراض کرد اما واکنش مقام مافوق وی چه بود؟ در چهره وزیر بهداشت نگاه کرد و حس کرد وی بسیار خسته شده است و باید برود استراحت کند! در این شرایط هیچ

عضو موسسه دین و اقتصاد ابراز داشت: متأسفانه سخنگوی دولت قبلی، عبارت «پهن کردن فرش قرمز برای سرمایه‌گذاران خارجی» را به کار برد که به اعتقاد من در ادبیات اقتصاد سیاسی بین‌المللی بسیار سخیف است. سرمایه‌گذاران خارجی به جای توجه به فرش قرمز به شاخص‌های فساد اقتصادی، امنیت حقوق مالکیت و وضعیت کسب و کار نگاه می‌کنند به همین دلیل از سال ۱۷۵۰ تا امروز هیچ کشوری در زمینه جذب سرمایه‌های خارجی موفق نبوده جز این که ابتدا صلاحیت و لیاقت خود را در کاربست خردورزانه سرمایه‌های مادی و انسانی نشان داده باشد؛ یعنی موارد حیاتی برای سرمایه‌گذاران داخلی مانند امنیت حقوق مالکیت، پاکدامنی اقتصادی، به طریق اولی برای خارجی‌ها نیز مهم است. پس با گستراندن فرش قرمز، سرمایه‌های خارجی جذب نخواهند شد، اگر دولتمردان به دنبال بهبود وضعیت اقتصاد و تولید کشور هستند باید مسائلی مانند امنیت حقوق مالکیت را زیر ذره‌بین قرار دهند.

این اقتصاددان خاطر نشان کرد: فساد در استانداردهای بین‌المللی بسیار تعیین‌کننده است و از این زاویه شیوه مبارزه با فساد نیز مورد رصد سازمان‌های بین‌المللی قرار می‌گیرد. گفته می‌شود در کشورهایی که غیرعالمانه به فساد و مبارزه با آن فکر می‌کنند «تمرکز بر تنبیه اشخاص» وجود دارد و اولویت بر تنبیه دانه درشت‌هاست در حالی که اغلب کشورها زمانی که می‌خواهند در مورد صداقت یک کشور پیرامون فساد داوری کنند به طراحی یا عدم طراحی تمهیدات پیشگیرنده از فساد توجه نشان می‌دهند که در صورت عدم طراحی آن اگر روزی ۵۰۰ نفر هم به جرم فساد اقتصادی اعدام هم شوند باز فساد هم از بین نمی‌رود زیرا موتور فساد را تقویت می‌کند؛ همچنان فعال است در این شرایط حتی اگر مبارزه انفعالی با فساد صادقانه هم صورت بگیرد کسی نمی‌پذیرد و موثر هم واقع نمی‌شود. زیرا به ازای هر یک نفر که تنبیه می‌شود ۱۰ نفر فاسد جدید وارد عرصه می‌شوند.

دکتر مؤمنی بیان داشت: این اعتقاد وجود دارد که برای کنترل فساد باید مجراهای اصلی فساد بسته شوند. طبق مطالعه انجام شده در مورد تاریخ اقتصادی ۵۰ ساله اخیر ایران، با کمال شگفتی متوجه شدیم از نظر سطح پاکدامنی، ایران در تاریخ معاصر خود در دوره

دکتر مؤمنی: اگر در اقتصاد یک کشور، مفت‌خواری و دستیابی به درآمدهای کم زحمت و مرتبط با رابطه (نه مرتبط با صلاحیت و دانایی و تلاش) وجود داشته باشد هیچ‌کس به صورت سیستمی سراغ تولید نخواهد رفت بنابراین تولید در چنین جوامعی ارتباطی با نوآوری‌های تکنولوژیک نخواهد داشت

زمانی که تولید، اولویت سیاست‌گذاران قرار می‌گیرد چنین قابلیت‌هایی در کشور به وجود می‌آید و این امر محصول توافق کل جامعه است.

دکتر مومنی اعلام کرد: به محض اتمام جنگ، رئیس‌بعدی دولت یکی از اولین نامه‌های خود را خطاب به شورای نگهبان در قالب استفساریه ارسال کرد مبنی بر این که آیا اقدام دولت زمان جنگ مبنی بر تصویب بودجه ارزی توسط مجلس، برای دولت جدید هم الزام ایجاد می‌کند؟ پاسخ شورای نگهبان منفی بود و به اعتقاد من یکی از راهبردی‌ترین خطاهای شورای نگهبان در کل دوران جمهوری اسلامی به شمار می‌آید و آثار چنین خطاهای راهبردی را امروز مشاهده می‌کنیم.

وی اضافه کرد: نظریه‌پردازان توسعه معتقدند تاریخ توسعه، تاریخ نوآوری‌های نهادی کاهنده هزینه مبادله است؛ وقتی با فساد مبارزه پیشگیرانه صورت می‌گیرد هزینه مبادله کاهش می‌یابد و انگیزه برای سرمایه‌گذاری تولیدی ایجاد می‌شود.

عضو موسسه دین و اقتصاد با بیان این مطلب که اگر تولید بخواد به بالندگی و رشد برسد فقط به شرطی که هزینه فرصت رانت‌جویی و فساد بالا باشد، امکان‌پذیر خواهد بود، ابراز داشت: اگر در اقتصاد یک کشور، مفت‌خواری و دستیابی به درآمدهای کم زحمت و مرتبط با رابطه (نه مرتبط با صلاحیت و دانایی و تلاش) وجود داشته باشد هیچ‌کس به صورت سیستمی سراغ تولید نخواهد رفت بنابراین تولید در چنین جوامعی ارتباطی با نوآوری‌های تکنولوژیک نخواهد داشت. برای مثال صد سال است تحت عنوان انتقال تکنولوژی در صنعت نفت سرمایه‌های خارجی جذب می‌کنیم اما در مدت تحریم، سقوط بسیاری در بنیه تولید اتفاق افتاد و هنگامی که تولید در حاشیه قرار می‌گیرد امنیت ملی، کیفیت زندگی و اخلاق به سمت فروپاشی حرکت می‌کند.

وی گفت: تولید، یک تصمیم‌گیری بلندمدت تلقی می‌شود بنابراین به تضمین‌های حداقلی بلندمدت نیاز دارد، برای مثال در قوه قضائیه باید حداقلی از سلامت، شفافیت و مشارکت شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری و تخصیص منابع وجود داشته باشد.

به اعتقاد این اقتصاددان، تولید با سه گروه هزینه روبروست و فعالیت‌های مافیایی و رانت‌جویی یا اصلاً این هزینه‌ها را ندارند و یا در ابعادی که تولیدکننده با آن مواجه است، روبرو نیستند؛ پس اگر دولت، هزینه فرصت‌های مفت‌خواری را افزایش ندهد تولید ریشه نخواهد دواند و رشد هم نمی‌کند. این سه گروه هزینه عبارتند از:

۱- هزینه‌های سوخت شده: یعنی اگر فردی بخواهد یک مجموعه تولیدی راه‌اندازی نماید در مسیری که برای اخذ مجوزها طی می‌کند باید هزینه‌هایی صورت دهد که این هزینه‌ها در صورت پشیمانی وی از فعالیت تولیدی، دیگر بر نمی‌گردند.

۲- هزینه‌های محدود شدن درای‌ها: یعنی اگر تولیدکننده‌ای، ماشین‌آلات نساجی خریداری کرد و از ادامه فعالیت در این صنعت پشیمان شد، نمی‌تواند برای مثال با این ماشین‌ها، فولاد تولید کند و محدود به فعالیت در همان صنعت خواهد بود.

۳- هزینه‌های مبادله: هر فعالیت تولیدی با پنج گروه مبادله روبروست. مبادله گروه اول با دولت است. به محض تصمیم‌گیری برای تولید با مأمور مالیات، تأمین اجتماعی، اداره کار، بهداشت و ... کلنجار می‌روید و طیف وسیعی از مبادلات تولیدکننده با دولت اختصاص دارد که اگر در دولت فساد وجود داشته باشد هزینه این مبادلات افزایش می‌یابد و انگیزه‌های تولیدی را از بین می‌برد.

وی کلید ماجرای امنیت حقوق مالکیت و هزینه‌های مبادله را دست دولت دانست و گفت: بسیاری تصور می‌کنند از وقتی ایران، نفتی شد انگیزه‌های تولید کاهش یافت در حالی که چنین نیست، شاهد این مدعا کتاب تاریخ اقتصادی ایران تألیف چارلز عیسوی (سال ۱۸۵۰ میلادی) است که نوشته ایرانی‌ها عموماً به گونه‌ای رفتار می‌کنند که گویی همگی مادرزاد دلال به دنیا آمده‌اند؛ در این زمان که هنوز نفت کشف نشده بود!

دکتر مومنی تصریح کرد: طبق نتایج تحقیقات گروه

مهندسی مشاور هاروارد در سال ۱۳۳۸، محال است ایران صنعتی شود چون در ایران کسب درآمد از طریق سوداگری روی مسکن و مستغلات و از طریق تجارت پول (که بیان محرمانه نزول خواری است) بسیار آسان و بسیار پربازده است.

وی اضافه کرد: در سطح نظری گفته می‌شود ابتدا باید هزینه فرصت مفت‌خواری را بالا برد سپس برنامه حمایت اصولی از تولید عرضه نمود، حمایت‌های اصولی یعنی حمایت‌هایی که مشروط به ارتقای بنیه تکنولوژیکی است اگر چه متأسفانه در ایران «حمایت» به دلیل رانتی بودن، بدنام شده است.

عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی خاطرنشان کرد: به گفته وزیر اقتصاد پس از سه سال تلاش برای ثبت و ضبط و گردآوری اندازه بدهی‌های دولت به رقم ۶۴۰ هزار میلیارد تومان رسیده‌اند، کدام کارشناس با چه منطق کارشناسی می‌تواند به این دولت با چنین رقم بدهی، بگوید هزینه‌هایش را افزایش دهد؟! از سوی دیگر طبق گزارش سازمان برنامه و بودجه، دولت برای انجام تعهدات خود در زمینه طرح‌های عمرانی حدود ۸۰۰ هزار میلیارد تومان پول لازم دارد!

دکتر مومنی بیان داشت: گرفتاری بزرگ ما این است که علم در فرآیندهای تصمیم‌گیری و تخصیص منابع ما نقش غالب ندارد و زور اجتماعی علم از غیر علم به مراتب کمتر است.

این اقتصاددان گفت: طبق مطالعات انجام شده در مورد علت عدم موفقیت بنگاه‌های اقتصادی، مشخص شد سهم عوامل بیرون از بنگاه و منطقه از سهم عوامل داخلی به مراتب بیشتر است. در حال حاضر تلقی عموم مناطق و بنگاه‌ها این است که تصمیم‌گیری‌های ملی مسأله تهرانی‌هاست لذا مشارکت فعال نمی‌کنند!

وی در پایان متذکر شد: آسیب‌پذیری‌های اقتصاد ایران به طرز غیرمتعارفی زیاد و تکان‌دهنده است و همه باید کمک کنیم بنیه فکری دولت ارتقا پیدا کند تا این مشکل برطرف شود، بنیه فکری دولت فعلی در مقایسه با دولت قبلی به مراتب بهتر است اما در مقایسه با اقتضات شرایط کنونی ایرانی اصلاً کفایت لازم را ندارد پس باید حداکثر تلاش خود را به عمل آوریم تا کیفیت و بنیه دولت و مجلس ارتقا یابد.

به جای خصوصی سازی، خصوصیتی سازی شده است!

گزارشی از برگزاری همایش مبارزه با فساد

اشاره:

همایش مبارزه با فساد به مناسبت روز جهانی مبارزه با فساد با حضور رئیس دفتر بازرسی مقام معظم رهبری، رئیس اتاق بازرگانی تهران، دبیر ستاد مبارزه با مفاسد اقتصادی، دبیر کل کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین الملل، معاون دفتر مقابله با مواد مخدر و جرم سازمان ملل متحد و اعضای هیئت رئیسه و هیات نمایندگان اتاق تهران، کارشناسان، مدیران و صاحب نظران اقتصادی در محل این اتاق برگزار شد.



مرور کرده اند. اکنون ایران جزو کشورهای فعال در اجرای این کنوانسیون در منطقه بوده و خود، وضعیت بنگلادش و لبنان را در سال های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۴ مورد ارزیابی قرار داده است. مرادی گفت: کشور ما به زودی اجرای دوره فصل های دوم و چهارم این کنوانسیون را که به ترتیب به اقدام پیشگیرانه و استرداد دارایی اختصاص دارد، آغاز می کند. او در ادامه به نمایندگی از دفتر مقابله با مواد مخدر و جرم سازمان ملل متحد سازمان ملل نسبت به توسعه همکاری با اتاق تهران اعلام آمادگی کرد. مرادی از آغاز تدوین برنامه کشوری مبارزه با فساد از سال ۲۰۱۵ نیز سخن گفت و اینکه در تدوین این برنامه از رهنمودهای مقام معظم رهبری در فرمان ۸ ماده ای ایشان به سران قوا برای مبارزه با مفاسد اقتصادی نیز بهره گرفته شده است

* مهم ترین دلایل به وجود آمدن فساد

مسعود خوانساری - رئیس اتاق بازرگانی تهران - بیان داشت: اتاق بازرگانی برای دومین سال پیاپی

خواهد داد. البته باید میان کسانی که قربانی می شوند و کسانی که اقدام به فساد می کنند، تفکیک قائل شد. اما اگر بخش خصوصی بخشی از مساله فساد پنداشته می شود، بخشی از راه حل نیز هست. این عضو هیات نمایندگان اتاق تهران با بیان اینکه هم دولت و هم بخش خصوصی باید به میدان مبارزه با فساد بیایند، گفت: اگر بخشی وارد مسیر مبارزه نشود، قربانی خواهد شد و بهترین تاکتیک فرار از فساد تهاجم است. در ادامه این جلسه، کاوه مرادی معاون دفتر مقابله با مواد مخدر و جرم سازمان ملل متحد در ایران، طی سخنانی گفت که یکی از اقدامات این دفتر، همکاری با کشورها در جهت مبارزه با فساد است.

به گفته مرادی، سازمان ملل برای مبارزه با فساد، کنوانسیونی ارائه کرده است که ایران نیز به آن ملحق شده است. او با اشاره به اینکه مکانیزم مرور فصل سوم و فصل چهارم این کنوانسیون در ایران اجرا شده، گفت: گزارش مربوط به این اقدامات تهیه شده و قرار است به وین ارسال شود. اندونزی و بلاروس نیز از ایران بازدید کرده و وضعیت این دو فصل را

در ابتدای همایش حسن عابدی جعفری - عضو هیات نمایندگان اتاق تهران و دبیر همایش - گفت: این دومین همایش مبارزه با فساد در دو سال گذشته است که به مناسبت روز جهانی مبارزه با فساد توسط اتاق تهران برگزار می شود. اتاق تهران در یک سال گذشته برنامه هایی را پیش بینی کرده و یک به یک به اجرا گذاشته است؛ از جمله، شکل گیری ساختاری در اتاق تهران که مباحث مربوط به مبارزه با فساد را دنبال می کند. او ادامه داد: همچنین در این فاصله، نشست هایی با حضور دانشگاهیان برگزار شده است تا با حضور آنها در مورد راهکارهای مبارزه با فساد در بخش خصوصی چاره اندیشی کنیم. در عین حال در مورد این موضوع در کمیسیون های مشورتی اتاق به تفصیل بحث شده است.

عابدی جعفری از همکاری با کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین الملل برای بهره گیری از تجربیات بین المللی برای مبارزه با فساد نیز خبر داد و گفت: اگر شرایط اقتصادی مهیا نباشد، بخش خصوصی اولین قربانی فساد خواهد بود و ناگزیر به فساد تن



رئیس اتاق تهران: در بحث فساد اقتصادی یکی از عوامل اصلی بزرگ بودن دولت است. دولت‌ها بعد از انقلاب بیش از اندازه بزرگ شده‌اند. هر دولتی بزرگ‌تر از دولت قبلی بوده و همین فربه بودن و ناکارآمدی دولت یکی از دلایل اصلی فساد در امور اقتصادی است

خوانساری با برشمردن برخی از مشکلات ساختاری که باعث بروز فساد می‌شوند گفت: بزرگ بودن دولت، دخالت بیش از اندازه دولت و اقتصاد دستوری، مجوزهای غیر ضروری، وجود دستگاه‌های نظارتی متعدد، وجود بنگاه‌های دولتی که از رانت‌هایی برخوردارند، اقتصاد بسته و رقابتی نبودن اقتصاد، رعایت نکردن قانون و مباحثی مثل چند نرخ بودن ارز، قاچاق و تعرفه‌های گمرکی از جمله مهمترین دلایل به وجود آمدن فساد است.

وی اضافه کرد: همچنین فعال نبودن رسانه‌ها و مطبوعات که نمی‌توانند به صورت باز مسائل را مطرح کنند از جمله دیگر عوامل بروز فساد است.

رئیس اتاق بازرگانی تهران ادامه داد: اگر می‌خواهیم به رشد هشت درصدی برسیم و نرخ بیکاری ۱۲ درصدی را حل کنیم باید جذب سرمایه خارجی و داخلی داشته باشیم، متأسفانه از سال ۱۳۹۰ رشد سرمایه‌گذاری منفی بوده است، برای جذب سرمایه خارجی لازم است به موضوعات مبارزه با فساد و شفافیت توجه کنیم، چرا که اولین عاملی که هیات اقتصادی که به ایران می‌آیند و برای سرمایه‌گذاری مطرح می‌کنند وجود فساد در دستگاه‌های اجرایی ما است، امیدواریم بتوانیم با همفکری مسئولان در آینده فساد را به حداقل برسانیم.

رئیس اتاق تهران با اشاره به اینکه قیمت ارز یکی از دلایلی است که می‌تواند منشأ فساد باشد، تاکید کرد: چند نرخ بودن و ایجاد رانت، قاچاق، تعرفه‌های گمرکی همگی از عواملی هستند که باعث ایجاد فساد در مجموعه اقتصاد می‌شود.

وی اظهار کرد: در مورد فساد اولین مساله مورد بحث این است که آیا مبارزه با فساد صرفاً یک کار حاکمیتی است و ارتباطش با بخش خصوصی چیست؟ از نظر من یکی از عوامل اصلی عدم توسعه‌یافتگی در کشور وجود فساد و فقدان شفافیت است؛ نه تنها در کشور ما بلکه در همه کشورهای توسعه‌یافته، مهم‌ترین عاملی که با آن برخورد شده، فساد بوده که به دنبال خود توسعه را نیز به همراه داشته است.

وی در ادامه با بیان اینکه رتبه ایران در بسیاری از شاخص‌های جهانی در این حوزه بالاست،

است که همایش فساد را برگزار می‌کند، سال گذشته این همایش با حضور آقای پور محمدی، وزیر دادگستری برگزار شد و مباحث خوبی مطرح شد و اقدامات نسبتاً خوبی هم در این زمینه از سال گذشته تاکنون انجام گرفت.

وی سپس به به تشریح مهمترین دلایل بروز فساد اقتصادی پرداخت و تصریح کرد که برای مبارزه با فساد باید مشکلات ساختاری اقتصادی از جمله بزرگ بودن دولت و رقابتی نبودن اقتصاد حل شود. به گفته خوانساری، یکی از عوامل اصلی توسعه نیافتگی وجود فساد و عدم شفافیت است و کشورهای توسعه یافته توانسته‌اند با فساد مبارزه کنند.

رئیس اتاق تهران با بیان اینکه رتبه ایران در شاخص‌های جهانی در زمینه شفافیت و فساد رتبه مطلوبی نیست، تصریح کرد: به غیر از شاخص‌های جهانی اگر نگاهی گذرا به شاخص‌های داخلی از جمله طلاق، حاشیه‌نشینی، جرم و زندانیان وضعیت خوبی نداریم و در سال‌های گذشته زندانیان ما چند برابر شده است.

خوانساری افزود: اگر این موارد اصلاح نشود، مطمئناً آینده خوبی نخواهیم داشت، اینکه برای مبارزه با فساد افرادی را زندانی کنیم و یا برخی افراد اعدام شوند صرفاً به جای ریشه‌یابی چنین اقداماتی برخورد با معلول است.

وی با بیان اینکه مهمترین کار در زمینه مبارزه با فساد آسیب‌شناسی است عنوان کرد: ما به عنوان اتاق بازرگانی فکر می‌کنیم که ساختارهای اقتصادی، اجتماعی ما دچار مشکل هستند و تا مشکلات ساختاری اصلاح نشوند مبارزه با فساد امکان‌پذیر نیست.

گفت: متأسفانه رتبه ایران در شاخص‌های جهانی در خصوص بحث محیط کسب و کار، شفافیت و فساد رتبه خوبی نیست و متأسفانه در انتهای فهرست رده‌بندی قرار داریم. اگر نگاهی گذرا هم به شاخص‌های داخلی داشته باشیم متوجه می‌شویم که وضعیت ما در ارتباط با تعداد زندانی‌ها، میزان طلاق، اعتیاد، حاشیه‌نشینی، فقر، جرم و بزه هم متأسفانه بد است و وضعیت خوبی نداریم. یک مقایسه آماری نشان می‌دهد که طی دهه‌های گذشته تعداد زندانیان ما چند برابر شده و میزان ناهنجاری‌هایی چون طلاق، اعتیاد و... روندی صعودی داشته است. این حرکت فزاینده دلالت بر وجود یک مشکل عمده دارد و اگر چاره‌اندیشی صحیح و اساسی صورت نگیرد و آسیب‌شناسی درستی انجام نشود مطمئناً در آینده با مشکلات عمیقی مواجه می‌شویم.

رئیس اتاق تهران ادامه داد: چنین تصور شده است که



به عدم رعایت قانون که منجر به ایجاد فساد در جامعه می‌شود، اشاره کرد و گفت: بحث رعایت نکردن نص قانون منجر به فساد می‌شود. متأسفانه این رویکرد در برخی دستگاه‌ها از جمله تامین اجتماعی که هر روز بنگاه‌های اقتصادی با آن‌ها سر و کار دارند دیده می‌شود. وی همچنین چند نرخ بی‌ارزش بودن کشور را یکی از دلایل ایجاد فساد اقتصادی دانست و گفت: قیمت ارز یکی از دلایلی است که می‌تواند منشا فساد باشد، چند نرخ بی‌ارزش بودن و ایجاد رانت، قاچاق، تعرفه‌های گمرکی همگی از عواملی هستند که باعث ایجاد فساد در مجموعه اقتصاد می‌شود. به گفته او همچنین از مهم‌ترین عاملی که باعث می‌شود فساد در جامعه رشد کند فعال نبودن رسانه‌ها و مطبوعات در افشای فساد است که به دلایل متعدد نمی‌توانند مسایل را به طور باز مطرح کنند.

شده‌اند. هر دولتی بزرگ‌تر از دولت قبلی بوده و همین فربه بودن و ناکارآمدی دولت یکی از دلایل اصلی فساد در امور اقتصادی است. وی ادامه داد: دخالت بیش از اندازه دولت در اقتصاد و اقتصاد دستوری عامل دیگری است که فساد را شکل می‌دهد. دخالت دولت و وجود مجوزهای غیرضروری و امضاهای طلایی و همچنین دستگاه‌های متعدد نظارتی که برای نظارت بر دستگاه‌های اجرایی ایجاد شده و متأسفانه خود به یکی از دلایل فساد تبدیل شده‌اند نیز از عوامل دیگر شکل‌گیری فساد است. علاوه بر این وجود شرکت‌ها و بنگاه‌های دولتی وابسته به حاکمیت که از انواع رانت‌ها از جمله رانت‌های اطلاعاتی استفاده می‌کنند، اقتصاد بسته و رقابتی نبودن اقتصاد هم دلایل اصلی ریشه گرفتن فساد در اقتصاد کشور است. رییس اتاق تهران در بخش دیگری از صحبت‌هایش

اگر ما در جامعه تعدادی را در ارتباط با مبارزه با فساد دستگیر و زندانی کنیم و یا احیاناً اگر تعدادی در این ارتباط اعدام شوند با فساد مبارزه شده است. اما روشن است که این کار، اگرچه از نظر حقوقی و قضایی لازم اما برخورد با معلول است. لذا باید ریشه‌یابی کنیم و علت را بیابیم. آسیب‌شناسی درست مهم‌ترین کاری که باید صورت گیرد. تلاش و مطالعه ما در اتاق تهران نشان می‌دهد که ساختارهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و... جامعه دچار مشکل است و تا این مشکلات ساختاری حل نشود بحث مبارزه با فساد شدنی نیست و تنها روینای مساله را تا حدودی مرتفع می‌کند. خوانساری در ادامه به چند مساله ساختاری و ریشه‌های فساد اشاره کرد و گفت: در بحث فساد اقتصادی یکی از عوامل اصلی بزرگ بودن دولت است. دولت‌ها بعد از انقلاب بیش از اندازه بزرگ

رییس دفتر بازرسی مقام معظم رهبری: صدها تریلی قاچاق وارد کشور می‌شود و واردات قاچاق را هم از طریق تلویزیون نشان می‌دهیم. سوال من این است که چرا نشان می‌دهیم و به کی نشان می‌دهیم؟ مگر قوطی کبریت است که واردات آن مشخص نباشد؟

خوانساری در ادامه خطاب به حجت‌الاسلام و المسلمین ناطق نوری - مشاور و رییس دفتر بازرسی مقام معظم رهبری - گفت: سال گذشته بیش از ۲۰۰ هیات از کشورهای مختلف دنیا به ایران آمدند و ما در اتاق تهران میزبان بیش از ۵۰ هیات بودیم؛ اولین نکته‌ای که اعضای این هیئت‌ها در مورد تردید و تشکیل برای سرمایه‌گذاری در ایران مطرح کرده‌اند، موضوع نبود شفافیت و وجود فساد در دستگاه‌های اجرایی است.

وی افزود: اگر قرار باشد رشد ۸ درصدی در اقتصاد داشته باشیم و بتوانیم با پدیده بیکاری مزمن ۱۲ درصدی که دچارش هستیم مبارزه و آن را ریشه‌کن کنیم، قطعاً باید جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی داشته باشیم. متأسفانه از سال ۹۰ به بعد رشد سرمایه‌گذاری در ایران منفی شده است و ما شاهد خروج سرمایه‌ها از ایران هستیم. تا به امروز هم نتوانسته‌ایم سهم زیادی از سرمایه‌گذاری خارجی را به داخل کشور جذب کنیم. از دید بخش خصوصی لازمه این اتفاق شفافیت است که باید در اقتصاد ایجاد شود.

رئیس اتاق تهران در پایان اظهار کرد: تلاش ما در اتاق تهران این است که مبارزه با فساد و شفافیت را در دستور کار قرار دهیم و امروز هم این جلسه به همین منظور تشکیل شده است. امیدوارم همفکری همه دوستان و مسوولان دولتی که امروز در خدمت‌شان هستیم و حضور حجت‌الاسلام و المسلمین ناطق نوری راه‌گشا باشد تا در این جهت سریع‌تر از قبل حرکت کنیم و فساد را در آینده به حداقل برسانیم.

*** بخش اعظم اقتصاد ما دولتی است**
حجت‌الاسلام ناطق نوری - رییس دفتر بازرسی



ناطق نوری با اشاره به اینکه سال‌هاست که می‌خواهیم با فساد مبارزه کنیم در همه دولت‌ها، این کار را خواستیم انجام دهیم، اما چه شده؟ گفت: دو سال پیش در مرقد امام(ره) گفتم که نمی‌شود با تعارف و سمینار و کنگره با فساد مبارزه کرد.

وی با اشاره به اینکه صدها تریلی قاچاق وارد کشور می‌شود و واردات قاچاق را هم از طریق تلویزیون نشان می‌دهیم، تاکید کرد: سوال من این است که چرا نشان می‌دهیم و به کی نشان می‌دهیم؟ مگر قوطی کبریت است که واردات آن مشخص نباشد؟

ناطق نوری تصریح کرد: ما کمبود قانون در کشور نداریم بلکه زیادی قانون داریم و حتی زیادی قانون برای ما بدبختی شده است به طوری که هر کسی از هر بند و تبصره‌ای که می‌خواهد استفاده می‌کند.

ناطق نوری با بیان اینکه اوایل دهه ۶۰ که مسئولیت وزارت کشور را بر عهده داشتیم، رییس دولت و هیأت دولت دستور دادند به سازمان اداری و استخدامی آن زمان که چارت تشکیلاتی جمهوری اسلامی تهیه شود، خاطر نشان کرد: در آن زمان چند نمودار تهیه شد که یکی نمودارهای حکومت‌های غربی و سرمایه‌ای، دیگری نمودار حکومت‌های کمونیستی و شرقی و یک نمودار هم از حکومت شاهنشاهی و نمودار دیگر هم از جمهوری اسلامی تهیه شد.

وی با اشاره به اینکه همه دولت‌هایی که بعد از پیروزی انقلاب بر سر کار آمدند به نوعی در مسائل

مقام معظم رهبری - گفت: چطور من با سابقه ریاست مجلس، وزارت و ... نمی‌توانم سفارش کنم به فردی ۱۰ میلیون تومان وام بدهند اما به فردی ۳۵۰ میلیارد تومان وام می‌دهند؟ با چه وثیقه ای؟ وی افزود: بخش خصوصی می‌خواهد اقدام کند، رقابت با کی؟ چگونه؟ در کدام مزایده می‌تواند شرکت کند؟ همه چیز بر مبنای رابطه شده است.

وی با اشاره به اینکه، ۳ چیز مثل موریانه انقلاب را از داخل پوک می‌کند: تملق، رودبایستی و باند بازی ناطق نوری به مجلس اول اشاره و خاطر نشان کرد: در آن زمان وقتی بحث کشت موقت و بحث بند ج مطرح شد عده کمی با آن مخالفت کردند، چرا که نگاه‌ها چپ‌گرایانه بود، رژیم شاه با تقسیم اراضی چوب محکمی به کشاورزی کشور زد و در آن مقطع کشاورزی را نابود کرد و دلیلش هم این بود که جریان چپ کشور را آرام کند، ما هم آمدیم با کشت موقت و بند «ج» و شبیه این تصمیمات تنگ‌نظرانه به بار شیشه چوب زدیم.

وی افزود: تا نگاه محدود است همین است، لذا همه اقتصاد ما دولتی شد و آنگاه که خواستیم طبق فرمان مقام معظم رهبری سیاست‌های اصل ۴۴ را اجرا کنیم، دیدیم که چیزی از اصل ۴۴ در نیامد و نگاه تنگ‌نظرانه و چپ‌گرایانه موجب خصولتی شدن شد

به گونه‌ای که بخشی را به صندوق‌های بانز نشستگی و بنیادها و تامین اجتماعی و ... واگذار کردیم.



و واردات قاچاق را هم از طریق تلویزیون نشان می‌دهیم. سوال من این است که چرا نشان می‌دهیم و به کی نشان می‌دهیم؟ مگر قوطی کبریت است که واردات آن مشخص نباشد؟

وی بیان داشت: ما همیشه در چیزهای منفی رتبه بالا و در چیزهای مثبت رتبه پایین داریم، چرا که تعارف می‌کنیم. چرا که در برخورد با تخلفات با یکدیگر تعارف می‌زنیم.

وی گفت: امیرالمومنین در نهج البلاغه به مالک می‌گوید اگر کسی را دیدی که تخلف می‌کند سریعاً اعلام کن و برخورد کن.

وی اظهار داشت: برادران و خواهران یک انتقاد هم به شما دارم. چرا که بعد از پیروزی انقلاب همه سوءاستفاده‌کنندگان و رشوه‌بگیران خودشان را جمع کردند. اما ما وقتی این کاری مراجعه می‌کردیم و طرف کار را انجام می‌داد به او پول چای می‌دادیم تا جایی که رفته رفته اقدام رسمی شد و وقتی کاری را انجام می‌دادیم، طرف مقابل که کار را انجام داده بود رسماً می‌گفت که این مقدار پرداخت کن.

وی تصریح کرد: حتی من یک بار خدمت مقام معظم رهبری گفتم که بنده نمی‌توانم اگر کسی را می‌شناسم که مشکل مالی دارد، برای دریافت ۱۰ میلیون تومان وام معرفی کنم، اما می‌بینیم که وام‌های هنگفتی به بعضی‌ها پرداخت می‌شود و پرونده یکسری بانک‌ها الان نزد من است.

اقتصادی کشور چپ بودند، گفت: اگر رئیس دولتی هم خودش نگاه چپ نداشت، اما کارگزاران آن محدود و محدودتر و چپ بودند.

وی تأکید کرد: همواره حرف بنده به عنوان طلبه کوچک این بوده چرا اقتصاد ما رو به انحطاط است و این چراها برمی‌گردد، به اینکه اول مغزها را باید درست کرد و تا مغزها درست نشود، آن فرهنگ که از آن می‌گوییم، درست نمی‌شود.

ناطق نوری تصریح کرد: تقریباً بخش اعظم اقتصاد ما دولتی است و وقتی که رهبر انقلاب اسلامی حضرت آیت‌الله خامنه‌ای جرأت به خرج دادند و اصل ۴۴ را تبیین و تفسیر کردند و برای خصوصی‌سازی با مسوولان شرع جلسات متعددی گذاشتند، اما می‌بینیم که بعد از چندین ماه چیزی از این جلسات درنیامده است که این مطلب ناشی از نگاه چپ‌گرایانه است.

مشاور و رییس دفتر بازرسی مقام معظم رهبری اظهار کرد: حالا هم که می‌بینیم که به جای خصوصی‌سازی خصولتی شده است. مثلاً یک بخش را به بنیاد مستضعفان و بخش دیگر را به تأمین اجتماعی واگذار می‌کنیم که این کار خصوصی‌سازی نیست و اتفاقاً از دیدگاه من ضررش بیشتر است.

وی گفت: اگر دولتی باشد دیوان محاسبات و نظارتی هست ولی وقتی خصولتی می‌شود شیر بی یال و دمی درست کرده‌ایم که معلول نگاه تنگ‌نظرانه

ناطق نوری در بخش دیگری از سخنان خود به نهج البلاغه اشاره کرد و مروری به فرمان مالک داشت و خاطرنشان کرد: کجای کارمان و حکومت‌مان به نامه ۵۳ نهج البلاغه شباهت دارد؟ امیرالمومنین در جایی می‌فرماید مردم یک قشر نیستند، اقشار مختلفی هستند که یک عده‌ای اصلاح نمی‌شوند، مگر اینکه بقیه هم اصلاح شوند و هیچ قشری در جامعه نمی‌تواند خودش را نسبت به قشر دیگری بی‌نیاز بداند.

وی ادامه داد: امیرالمومنین می‌فرماید: ای مالک اگر می‌خواهیم مأموری برای سرزمینی تعیین کنی اول تحقیق کن و آزمایش کن و بدون مشورت کسی را سر کار نگذار که اگر خودش و بی مشورت عمل کنی به جامعه ظلم و خیانت کرده‌ای، همچنین امیرالمومنین به مالک می‌فرمایند حالا که بعد از تحقیق و مشورت می‌خواهی مأموری را برای سرزمینی انتخاب کنی فرد با حیا و با ریشه‌ای را که ریشه اسلامی داشته باشد سر کار بگذار.

مشاور و رییس دفتر بازرسی مقام معظم رهبری تصریح کرد: وضعیت به گونه‌ای است که رابطه جای ضابطه را گرفته و چطور می‌شود با این شرایط کار کرد.

وی در بخش دیگری از سخنانش به قاچاق اشاره کرد و گفت: صدها تریلی قاچاق وارد کشور می‌شود

دبیرکل کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌الملل:
 اتاق‌های بازرگانی کار خود در زمینه آموزش
 فعالان اقتصادی انجام می‌دهند و دولت نیز باید
 مسوولیت خود را در زمینه رقابتی کردن اقتصاد
 بردارد و گر نه فساد مانند موربانه پایه‌های اقتصاد
 کشور را خواهد خورد



وی گفت: در سال ۷۶ اعلام کردم که بنده معتقدم که دولت (همه دولت‌ها) نه کشاورز خوبی است، نه صنعتگر خوبی است و نه تاجر خوبی است، قطعا دولت می‌تواند رسالتش در اقتصاد این است که برنامه‌ریز خوبی باشد تا طرح بدهد، حمایت کند، نظارت کند و مالیات را خوب بگیرد.

ناطق نوری با تأکید بر اینکه کشور باید با مالیات اداره شود نه با پول نفت، گفت: دنیا هم این گونه اداره می‌شود. البته ما مالیات هم نمی‌گیریم، بنده معتقد هستم که مالیات باید بر مصرف باشد نه بر تولید؛ البته من اقتصاددان نیستم و ممکن است که اشتباه کنم.

وی افزود: ممیز و مودی همدیگر را نباید ببینند و در دنیا هم این گونه است؛ چرا که در فروشگاه‌ها مالیات اخذ می‌شود، اما وقتی مالیات‌گیر برای اخذ مالیات مراجعه می‌کند، فساد پیش می‌آید.

رئیس دفتر بازرسی مقام معظم رهبری تصریح کرد: اواخر دولت گذشته ۵۰۰ هزار نفر استخدام شد و الان می‌بینیم که دولت هر چقدر تلاش می‌کند، فقط هزینه‌های جاری را می‌تواند پرداخت کند و هزینه‌های دستگاه‌های عمرانی و وزارتخانه‌ها تعطیل است و مشکل یارانه‌ها هم به آن اضافه شده و توی سر خودمان می‌زنی، نمی‌شود هم ارزش‌ها را حفظ کرد، هم روی اصول بایستیم، هم تن به دلت ندهیم و هم این‌ها را در داخل رها کنیم و هم بخواهیم زنده بمانیم.

* تعدد قوانین و مقررات، عاملی برای ایجاد فساد است

کاظم پالیزدار - دبیر ستاد هماهنگی مبارزه با مفاسد اقتصادی - با اشاره به اهتمام جدی دولت یازدهم در امر مبارزه و برخورد با مفاسد اقتصادی، گفت: اگرچه

کشورهای جهان نشان می‌دهد که در امر مبارزه با فساد، نظارت بر اقدامات سیستمی مورد توجه قرار گرفته است. وی در همین رابطه تصریح کرد: تلاش دولت بر این است که رابطه میان ارباب رجوع و دولت را کاهش داده و استفاده از سیستم‌های غیرحضوری را گسترش دهد. پالیزدار در ادامه با بیان اینکه دولت یازدهم در برخورد با مفاسد اقتصادی عزم جدی دارد و هیچ‌گونه خطوط قرمز را لحاظ نمی‌کند، گفت: در این دولت، سعی شده است که تعامل ستاد هماهنگی مبارزه با مفاسد اقتصادی با قوه قضاییه تقویت شود، اتفاقی که در دولت گذشته در پایین‌ترین سطح ممکن خود قرار داشت و نمایندگان قوه قضاییه در هیچ یک از جلسات این ستاد مشارکت نداشتند.

دبیر ستاد هماهنگی مبارزه با مفاسد اقتصادی با تأکید بر اینکه مبارزه با این پدیده شوم به تنهایی توسط حکومت و دولت امکان‌پذیر نیست، افزود: در این وادی، باید نقش مردم، بخش خصوصی و تشکل‌ها پررنگ شود و این بخش‌ها را به کار گرفت.

* لزوم مبارزه با فساد و رقابتی کردن اقتصاد

محمد مهدی بهکیش - دبیرکل کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌الملل - ابتدا ماهیت اتاق بازرگانی بین‌الملل (ICC) را تشریح کرد و گفت: مبارزه با فساد و نیز رقابتی کردن اقتصاد، دو جزء اصلی

در سطح عالی دولت، برخورد با مفاسد اقتصادی مورد تأکید و پیگیری قرار گرفته است اما به دلیل ناهماهنگی‌های متعددی که وجود دارد بسیاری از پرونده‌های فساد اقتصادی هنوز به سرانجام نرسیده است.

پالیزدار افزود: با وجود قوانین و مقررات متعددی که در امر مبارزه با فساد اقتصادی در کشور حاکم است اما شاهد آن هستیم که مبارزه با فساد هنوز کارآمد نشده است بنابراین باید این اتفاق را ریشه‌یابی کرد.

وی با بیان اینکه در امر مبارزه با فساد اقتصادی باید از توان بخش خصوصی و تشکل‌ها نیز استفاده کرد، افزود: رویکرد دولت یازدهم در این عرصه، بر سه محور اقدامات پیشگیرانه، مقابله و مبارزه و نیز فرهنگ‌سازی استوار شده است و این در حالی است که دولت بر این باور است که برخورد باید به عنوان آخرین راهکار مورد توجه قرار گیرد و در ابتدا نباید اجازه داد شرایطی به وجود آید که فساد اقتصادی بروز پیدا کند.

مشاور معاون اول رئیس‌جمهور گفت: هزینه‌های برخورد، به مراتب بالاتر از سایر اقدامات است به گونه‌ای که به دلیل اعمال نظارت‌ها، ریسک‌پذیری و قدرت تصمیم‌گیری بسیاری از مدیران دولتی کاهش یافته است.

پالیزدار با بیان اینکه تعدد قوانین و مقررات، عاملی برای ایجاد فساد است، افزود: تجربه موفق



وی معتقد بود که فساد با برگزاری همایش و سمینار، درمان نمی‌شود. بلکه باید رسانه‌هایی آزاد و سیستم قضایی مستقل وجود داشته باشد.

ملک‌رضا ملکپور، قائم مقام کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌الملل نیز از ناطق نوری در خواست کرد که ترتیبی اتخاذ شود تا منابعی در اختیار بخش خصوصی و مشخصاً اتاق تهران قرار گیرد تا سال بعد مکانیزم‌های مبارزه با فساد را برنامه‌ریزی و اجرا کند. **حسین سلاح‌ورزی، نایب رئیس اتاق ایران**، با اشاره به اینکه ابلاغ مواد ۳، ۶ و ۲۵ اصل ۴۴ قانون اساسی، شرکت‌های خصوصی را ملزم به ارائه اطلاعات اقتصادی‌شان به بورس کرده است، گفت: نهادهای نظارتی اعلام می‌کنند که به رغم این ابلاغیه، شرکت‌های عمومی غیردولتی، تمایلی به ارائه اطلاعات مالی خود نشان نمی‌دهند.

در پایان همایش، **حسن عابدی جعفری** ابراز داشت: مسائل مطرح شده از سوی اتاق تهران مورد پیگیری قرار می‌گیرد و ضمن این که مواردی که بخش خصوصی تشخیص فساد دهد به دفتر بازرسی مقام معظم رهبری و شخص جناب آقای ناطق نوری اطلاع‌رسانی می‌شود.

وی افزود: با وجود قوانین و مقررات متعددی که در امر مبارزه با فساد اقتصادی در کشور حاکم است اما شاهد آن هستیم که مبارزه با فساد هنوز کارآمد نشده است بنابراین باید این اتفاق را ریشه‌یابی کرد.

کار خود در زمینه آموزش فعالان اقتصادی انجام می‌دهند و دولت نیز باید مسوولیت خود را در زمینه رقابتی کردن اقتصاد بردارد و گرنه فساد مانند موربانه پایه‌های اقتصاد کشور را خواهد خورد. **فرهاد فزونی - عضو هیات نمایندگان اتاق تهران** - نیز در این جلسه، با اشاره به آنچه که وی قاجاق سازمان یافته در کشور عنوان کرد، افزود: برای مبارزه با فساد اقتصادی باید به سراغ رانت‌سازان رفت که همراه با رانت‌خواران به فساد دامن می‌زنند. به گفته وی، رانت‌سازان می‌تواند در بدنه دستگاه‌های دولتی وجود داشته باشند و مجموعه آنها فساد بزرگی را در کشور رقم زدند.

محمدرضا انصاری - عضو هیات نمایندگان اتاق تهران - نیز با اشاره به اینکه فعالان اقتصادی به مراتب از پیامدهای ناشی از فساد در کشور، بیشتر در رنج و گرفتاری هستند، گفت: در امر مبارزه با فساد اقتصادی، اتاق بازرگانی باید ذینفع باشد و تمامی دستگاه‌های حاکمیتی در مبارزه با فساد از اتاق بازرگانی مشورت و کمک بگیرند.

حسن شکوهی از فعالان اقتصادی بخش درمان و سلامت با بیان اینکه گستره فساد در کشور به اندازه‌ای حجیم شده است که جز با فساد نمی‌توان امور کسب و کار را به پیش برد، گفت: مبارزه با فساد اقتصادی نیاز به نظام قضایی مستقل و رسانه‌های آزاد دارد و مقوله اخلاق در حلقه آخر قرار می‌گیرد.

فعالیت‌های این اتاق است. سخنان اصلی خود پیرامون مبارزه با فساد را با اشاره به تاریخچه استفاده از رشوه در قرون گذشته برای به دست آوردن بازار در جهان آغاز کرد و به تلاش‌های نهادهای بین‌المللی برای مبارزه با فساد پرداخت. او با ارائه توضیحاتی در مورد فعالیت‌های اتاق بازرگانی بین‌الملل برای گسترش اخلاق تجارت و ملزم کردن فعالان بازار به پایبندی به قوانین، از چگونگی مقابله با فساد گفت. او افزود: اتاق بازرگانی بین‌الملل کتابی با عنوان مبارزه با فساد منتشر کرده که به یک مرجع در این حوزه تبدیل شده است. کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌الملل نیز با همکاری اتاق تهران و ایران آموزش‌هایی را آغاز کرده تا بتواند گام‌هایی برای مبارزه با شکل‌گیری فساد بردارد.

بهکیش با بیان اینکه از نظر اتاق بازرگانی بین‌الملل مبارزه با فساد بر پایه آموزش اخلاق و نیز آموزش رعایت ضوابط و مقررات استوار است، افزود: از نظر من DNA اتاق بازرگانی بین‌الملل مبارزه با فساد و رقابتی کردن اقتصاد است. اگر این دو را با هم پیش نبریم به مقصد نمی‌رسیم. ریشه‌کنی فساد اقتصادی در ایران منوط به رقابتی کردن اقتصاد است و دولت باید در این راه قدم بردارد. بهکیش با تأیید سخنان رئیس اتاق تهران در مورد تعدد مجوزها و امضاها در نظام اقتصادی کشور گفت: اتاق‌های بازرگانی



هدف‌گیری نیازهای مشتری

گفت‌وگو با دکتر نصری

مدیر تکنولوژی و تحقیق و توسعه شرکت تروشلر

اشاره:

به اعتقاد دکتر نصری، بهترین گزینه ایران این است که فرصت تولید BCF مدرن را کاملاً بپذیرد. سنت دیرینه تولید فرش در ایران نقطه شروع خوبی برای برآوردن خواسته‌های مشتریان است.

وی که به مناسبت برگزاری سیمینار تخصصی شرکت تروشلر در ایران حضور داشت، ایران را یک بازار استراتژیک برای مجموعه محصولات شرکت متبوع خود برشمرد و افزود: می‌خواهیم تجارب و دانش مان را به تمامی به مشتریان فعلی و مشتریان احتمالی انتقال دهیم. قادریم تا راه‌حلهایی را پیشنهاد کنیم که نیاز مشتریان به تناسب اقتضائات منطقه جغرافیایی برآورده گردد. در این راستا برای تحکیم روابط با مشتریان کنونی و اطلاع‌رسانی در خصوص امکاناتمان گام بر می‌داریم. متن این مصاحبه از حضورتان می‌گذرد:

«گروه تروشلر سوییس را به طور خلاصه معرفی کرده و برنامه و استراتژی خود را برای توسعه موقعیت‌تان در حوزه تولید BCF و IDY در ایران توضیح دهید.

تروشلر برای بیش از ۱۲۵ سال در بازار فعال بوده است. تروشلر گروهی است مشتمل بر چندین شرکت که در سال ۱۸۸۸ در کریمیتشو واقع در ساکسونی آلمان بنیان‌گذار شد. تروشلر در آن زمان بر دستگاه‌های پنبه پاک کنی و به طور کلی در تمام مراحل ریسندگی الیاف پنبه تمرکز داشت.

تاریخچه تروشلر، به واسطه ورشکستگی شرکت پس از جنگ دوم جهانی و بازسازی مجدد در شهرمونشن گلاباخ، در واقع از سال ۱۹۴۷ آغاز شد که هانس و هرمان تروشلر آن را احیا کردند. یک شروع جدید این امکان را برای تروشلر فراهم آورد تا از طریق مشتریان آلمان غربی سفارشات بیشتری دریافت کنند. کنترل سیستم برق داخلی در سال ۱۹۵۷ معرفی شد و ۶ سال بعد، تروشلر اولین یونیت تغذیه پنوماتیک برای پنبه زنی را ارائه نمود.

اولین پنبه زنی در سال ۱۹۶۷ از شرکت خارج شد. از آن زمان به بعد ارتباط با مشتریان برقرار گردید و تروشلر صرفاً بر توفیقاتش در برنامه ریسندگی تمرکز کرد. طی دهه ۷۰ میلادی، توسعه شرکت آغاز شد و شعب جدیدی در شارلوت، ایالات متحده آمریکا و سپس در کوریتیا، برزیل و احمدآباد، هند تاسیس گردیدند. در ۱۹۹۱ اصولاً طی دهه ۹۰ میلادی، نسل چهارم خانواده تروشلر عهده‌دار مدیریت این مجموعه بوده‌اند، تروشلر در آن سال‌ها نیز هنوز به عنوان یک مجموعه‌ای کاملاً به روز برای حمل و نقل اتوماتیک عدل شناخته می‌شد. توسعه ماشین‌های کاردینگ با بهره‌گیری از اولین تسمه تایم به جای زنجیر نگهدارنده ادامه پیدا کرد. سال ۱۹۹۷ مصادف بود با تحویل سه هزارمین دستگاه و همزمان ابزارهای جدیدی با تکنولوژی بالا به این محصول اضافه شدند که از جمله می‌توان به سیستم ردیابی نوری^۲ برای قطعات خارجی اشاره نمود.

در سال ۲۰۰۲، گروه تروشلر سایت جدیدی را در شانگهای افتتاح کرد و در ۲۰۰۳، برنامه تامین را با تولید فریم‌های کشش^۳ و کاردکلودینگ^۴ از طریق خریداری شرکت هولینگز وورت^۵ توسعه بخشید. شرکت مذکور قبلاً در نبولاخ^۶ بنیان‌گذار شده

تجارب تروشلر هستیم چراکه باورمان این است که هر دو طرف از همکاری بهره‌مند خواهند شد.

«از مهم‌ترین مزیت‌های تروشلر در مقایسه با سایر تکنولوژی‌های BCF به لحاظ جنبه‌های فنی و تجاری بگویید.

تروشلر بر راهکارهای موردی به تناسب هر مشتری اعتقاد دارد. تروشلر تنها شرکتی است که فرآیند خروجی BCF 3 مبتنی بر پایانه‌های ۲، ۳ و ۴ را ارائه می‌دهد. همین طراحی انعطاف پذیر تروشلر را منحصر به فرد ساخته است. راه‌حل‌های ما همیشه نیاز مشتری را هدف‌گیری می‌کنند و بر اساس تجربه بین‌المللی و درازمدت در حوزه صنعت نساجی شکل گرفته‌اند.

علاوه بر این، خطوط ریسندگی BCF تروشلر دو تکنولوژی پیچیده و اثبات شده را برای واحد تکسچرایزینگ و برای فرآیند کشش ارائه می‌دهند. تکنولوژی تکسچرایزینگ HP ما بدون تیغه، با مصرف انرژی پایین و ابزار تاب با کیفیت عالی می‌باشد. عملکرد بالای HP موجب می‌شود تا بخش تکسچرایزینگ دوام طولانی و حتی بیش از سال‌های دوره گارانتی دستگاه باشد.

در خصوص غلتک‌های کشش؛ این غلتک‌ها درگیر در کشش نخ هستند، ما از لوله‌های حرارتی استفاده کرده‌ایم. خطوط ما غلتک‌های کشش دولایه را عرضه می‌کنند که با سیستمی بسیار پیچیده در کمتر از یک دقیقه و به شکلی کاملاً هماهنگ گرم می‌شوند. منطقه طولانی کشش این اطمینان را، برای هر نوع پلیمری میسر ساخته که به درستی و بدون ایجاد خسارت غیرمنتظره مانند پارگی فیلامنت و پارگی در حین فرآیند، به وجود آورده است.

آخرین و مهم‌ترین نکته‌ای که باید ذکر کنیم؛ تکنولوژی پیچاندن برای خروجی ۲ و ۳ که کاملاً طراحی و تولید داخلی بوده، بدون اینکه نیاز به تامین‌کننده سوم شخص باشد. پیچاندن بخشی ضروری است چون هر

را از شرکت سوئیس تکس در اختیار خود گرفت. این بدین معناست که تروشلر هیچ‌گونه مسئولیتی در قبال مشتریان، بابت شرایط ناخوشایند پیش آمده در خلال فعالیت‌های شرکت سوئیس تکس ندارد.

ما ایران را یک بازار استراتژیک برای مجموعه محصولاتمان تلقی می‌کنیم و می‌خواهیم تجارب و دانش‌مان را به تمامی به مشتریان فعلی و مشتریان احتمالی انتقال دهیم. ما قادریم تا راه‌حل‌هایی را پیشنهاد کنیم که نیاز مشتریان به تناسب اقتضائات منطقه جغرافیایی برآورده گردد. در این راستا برای تحکیم روابط با مشتریان کنونی و اطلاع‌رسانی در خصوص امکاناتمان گام بر می‌داریم.

«در خصوص اهداف برگزاری سمینار BCF و IDY در تهران توضیحاتی بفرمایید.

هدف مورد نظر تروشلر را می‌توان به این صورت خلاصه کرد که «شکل دادن به الیاف» که چالشی برای ما و نویدی از سوی ما برای مشتریان است. پس باید در کل فرآیند تولید توانمندی داشته باشیم، یعنی هر آنچه مربوط به الیاف و محصول نهایی محسوب گردد.

ما متقاعد شده‌ایم که باید مشتری خود را بشناسیم تا به بهترین نحوی از او حمایت کنیم. هر مشتری نیازها و ایده‌های ویژه خودش را در ارتباط با الیاف مورد نظرش دارد. سیاست تروشلر برقراری رابطه تنگاتنگ، یا نوعی همکاری با مشتری است. پس با مشتری ملاقات کرده و پیرامون تمام جنبه‌ها بحث می‌کنیم. در نهایت با مشتری به تفاهمی برای بهترین راه‌حل ممکن در این سرمایه‌گذاری می‌رسیم.

با توجه به بازار BCF و IDY در ایران، هر چند به موقعیت دشوار کنونی در ابعاد بین‌المللی واقف هستیم اما می‌خواهیم تولیدکنندگان ایرانی در جدیدترین پیشرفت‌های فنی شرکت داشته باشند تا کسب و کار برای این بخش بسیار سستی ایران همچنان روند بهبودی را طی کند. ما خواهان به اشتراک گذاری

بود. با خرید سهام گروه ERKO، مستقر در دالمن^۶ آلمان و شرکت فلایسر در اگلسباخ^۷، در نزدیکی فرانکفورت، تروشلر فعالیت خود را در حوزه منسوجات بی‌بافت و نخ‌های دست‌ساز تقویت کرد. سال ۲۰۱۰ زمانی بود که تروشلر بالاخره شاخه جدیدی متشکل از فعالیت‌های فلایسر و ERKO را تاسیس نمود. سال ۲۰۱۱، افتتاح دومین مرکز فنی بی‌بافت این مجموعه در شهر دالمن انجام شد. امروز با برخورداری از کارمندان مجرب و دانش تکنولوژی باستین و بندر^۹ و سلائیترهای طولی^{۱۰}، امکان عرضه طیف کاملی از منسوجات بی‌بافت برای شرکت تروشلر میسر گردیده است. تاسیس تروشلر سوئیس، همزمان با خریداری مجموعه محصولات شرکت پیشین «سوئیس تکس»^{۱۱} در سال ۲۰۱۲ بود. برنامه تولید شامل خط کامل ریسندگی برای تولید هر دو نخ‌های صنعتی و فنی و البته نخ‌های BCF فرش می‌شد. در سال ۲۰۱۳، همکاری با «کاغذنیووت»^{۱۲} و تخصص در ماشین‌های لایه‌گذاری مرطوب^{۱۳} و کاغذسازی، سبب شد تا مشتریان امکان تهیه خطوط کامل لایه‌گذاری مرطوب و تکنولوژی اتصال الیاف باروش «هادروتنگل»^{۱۴} را از یک منبع منحصر داشته باشند.

در سال ۲۰۱۵، ۵۰ هزار ماشین‌کار دینگ تحویل مشتریان گردید. تروشلر اکنون در بیش از ده کشور جهان با فعالیت‌های تولیدی و مراکز خدمات پس از فروش حضور فعال دارد.

همانطور که گفته شد؛ تروشلر سوئیس در نوامبر ۲۰۱۲، به واسطه‌ی در اختیار گرفتن کارکنان و دانش شرکت پیشین سوئیس تکس، افتتاح شد. شرکت سوئیس تکس در سال ۲۰۰۷ پس از تعطیل شدن فعالیت‌های گروه ریتر در حوزه نخ‌های فیلامنت، شکل گرفته بود. ریتر که تولید نخ‌های فیلامنت را در ۱۹۸۷ شروع کرده بود تا زمان خاتمه تولید این نخ‌ها، در حدود ۲،۵۰۰ واحد در سراسر جهان فروخته بود، البته در بیشتر کارخانه‌های آن هنوز تولید ادامه دارد. تروشلر فقط کارکنان و دانش

دو نخ‌های با کیفیت بالا و بوبین‌های با کیفیت بالا برای موفقیت کار لازم هستند. چنانچه شما پیچاننده داشته باشید آنگاه هم فرآیند تولید و هم محصول نهایی از آن شماست.

البته که ما با نام‌های بزرگی همچون بارمگ^{۱۵}، نومگ^{۱۶} و تیجان^{۱۷} در رقابت هستیم. هیچ برنده قطعی در همه رشته‌ها وجود ندارد ولی صادقانه بگوییم که ما یکی از الگوها برای پلی آمید BCF و کاربری نخ صنعتی محسوب می‌شویم. همچنین در فرآوری نخ صنعتی PP بسیار قوی هستیم. برای نمونه، به مدد فرآیند کنونی می‌توانیم خطوط ریسندگی PP را ارائه دهیم که قادر به رسیدن به استحکام 9g/den در طیف 500-2700dtex پهنا و 5-7dpf می‌باشد.

با توجه به اهمیت بافندگی فرش در ایران، شما برای نخ‌های BCF، PP و PET در آینده چه برنامه‌ای دارید؟ فکر می‌کنید نخ BCF می‌تواند جایگزینی برای الیاف اکریلیک در سال‌های آتی باشد؟

در آینده صنعت فرش ایران، مشتری که فرش را می‌خرد تصمیم خواهد گرفت و ما امیدواریم که در طی چندسال آینده مشتریانمان نه فقط در ایران بلکه سراسر دنیا باشند. به کشورهای قدرتمند در این حوزه نگاه کنید؛ ایالات متحده آمریکا، ترکیه، بلژیک، ایتالیا و حالا حتی چین آنها همگی متکی به صادرات هستند. پس این یک روند توسعه منطقی برای صنعت فرش در ایران نیز به شمار می‌رود.

رکن اصلی کسب و کار BCF در این کشورهاست. چون نخ BCF از نظر هزینه مقرون به صرفه است و به خوبی برای فرش‌هایی با کیفیت بالا هم مناسب می‌باشد. خود فرآوری BCF مزایای متعددی دارد. اولاً فرآیندی یک مرحله‌ای است در صورتی که نخ‌های فرش از جنس الیاف اکریلیک نیازمند فرآیند دو مرحله‌ای جداگانه هستند. دوماً ریسندگی اکریلیک کمتر مناسب محیط

زیست است تا ریسندگی نخ‌های BCF و بالاخره اینکه اکریلیک مقاومت و قابلیت ارتجاعی کمتری نسبت به فیلامنت‌های PA، PP و PET داراست. بنابراین، تولید الیاف اکریلیک در دنیا به تدریج رو به تنزل است.

به نظر ما بهترین گزینه ایران این است که فرصت تولید BCF مدرن را کاملاً بپذیرد. سنت دیرینه تولید فرش در ایران نقطه شروع خوبی برای برآوردن خواسته‌های مشتریان است.

کدام ویژگی نخ‌های BCF تولیدشده توسط ماشین‌های تروشسر مهم هستند و مثلاً تولیدکننده برای افزایش قابلیت ارتجاع نخ‌ها چه راه‌هایی دارد؟

قابلیت ارتجاعی فرش در برابر فرسایش به واسطه اندازه COUNT نخ تعیین می‌شود. تصمیماتی که تولیدکننده می‌گیرد شامل مورد مصرف فرش، نخ انتخابی فرش، ساختار فرش می‌باشند.

آنچه برای تولیدکننده مهم است میزان حجم نخ BCF است که در طی فرآیند تکسچرینگ می‌تواند به آن برسد. به همین دلیل نیز HP تروشسر یک تکنولوژی پیشگام تکسچرینگ محسوب می‌شود. جت‌های HP فی نفسه نخ حجیم تولید می‌کنند.

برخی از تامین کنندگان ایرانی فرش هنوز از نخ‌های POY تکسچرایز شده به جای نخ‌های پلی استر BCF استفاده می‌کند، ممکن است مزیت استفاده از نخ BCF را در قیاس با POY، با در نظر داشتن جنبه‌های فنی و اقتصادی، شرح دهید.

فرآیند BCF یکی از فرآیندهای یک مرحله‌ای است، حال آنکه رویکرد با POY نیاز به یک مرحله دوم برای کشش-تکسچرایز POY دارد و در نهایت یک مرحله سوم برای دولا کردن نخ. بنابراین اولین مزیت، تعداد کمتر ماشین‌های درگیر است و به تبع آن صرفه

جویی در فضا و هزینه‌های کاری. یک مزیت دیگر اینکه فرآیند یک مرحله‌ای، سرعت تولید بالاتری را میسر می‌سازد که می‌تواند به رسیدن-کشش-بستن به 3'500 m/min از ظرفیت 500 dtex به ظرفیت 3'600 dtex بالا برود در حالی که یک فرآیند دو تا سه مرحله‌ای با سرعت بالا برای تهیه POY وجود دارد و سپس سرعت بسیار کمتر برای کشش-تکسچرایزینگ و نهایتاً حتی کمتر برای عملیات دولا کردن تا رسیدن به count مورد نظر و از همه مهم‌تر این که، کیفیت نخ در فرآوری BCF بهبود یافته چون آنجا فقط یک مرحله جابجایی و پیچاندن وجود دارد.

در مقایسه با دیگر کشورها، صنعت فرش ایران بیشتر بر فرش‌های ظریف متمرکز است. مثلاً فرش‌های ۱۲۰۰ شانه نیازمند نخ‌های ظریف هستند. تکنولوژی تروشسر راه حلی برای تولید BCF ظریف دارد که مناسب فرش‌های ۱۲۰۰ شانه باشد؟

خطوط BCF ما می‌توانند از هر نوع پلیمری (PP، PA، PET و R-PET) از 500 dtex تا 3'600 dtex در طیفی از ۲,۵ dpf تا ۴,۰ تولید کنند.

- 1-Crimmitschau
- 2-optical detection
- 3-drew frames
- 4-card clothing
- 5- Hollingsworth
- 6- Neubulach
- 7-Dulmen
- 8-Egelsbach
- 9-Bastin winder
- 10-longitudinal slitters
- 11-SwissTex
- 12-Vioth Paper
- 13-wet-laying
- 14- hydro-entangled
- 15- Barmag
- 16-Neumag
- 17-Teijin



نگاه دولت باید تغییر کند



یک فعال صنعت نساجی، رونق اقتصادی، تسهیلات ارزی برای نوسازی و تغییر نگاه مسولان به این صنعت را راهکارهای برون رفت از مشکلات دانست. به گزارش مهر، **علیرضا حائری- دبیر سابق انجمن صنایع نساجی ایران**- در یادداشتی با اشاره به مشکلات کنونی صنایع نساجی در ایران به بیان راهکارهایی برای برون رفت از چالش‌های پیش روی این صنعت پرداخت. متن این یادداشت از نظر گرامی‌تان می‌گذرد:

نساجی، صنعتی است که با سابقه حدود پنج هزار ساله در ایران و تامین کننده یکی از اولیه ترین نیازهای حیاتی بشر. سابقه صنعتی این رشته در کشور نیز به بیش از یکصد سال می‌رسد و از اولین صنایعی است که پس از انقلاب صنعتی در اروپا به کشور وارد شد.

کارخانجات نساجی که در آن ایام در گوشه و کنار کشور همانند اصفهان، تهران، کاشان و تبریز و مازندران احداث شد، کم‌کم تبدیل به نمادی از آن شهر و دیار شده و به محلی برای تامین معاش مردمان آن منطقه تبدیل شده است و بیشتر مردم، آن شهرها را با این نمادها که همانا کارخانجات نساجی بودند می‌شناختند از قبیل: وطن، ریساف، رحیم زاده در اصفهان، چیت ری و چیت سازی تهران در تهران، نساجی مازندران و نساجی

قائم‌شهر، ریسندگی و بافندگی و مخمل و ابریشم کاشان و جهان چیت کرج و ...

بی دلیل نیست که با تعطیلی هر کدام از این کارخانجات و حذف هر کدام از برندها، بحث ورشکستگی صنعت نساجی مجددا مطرح و اوج می‌گیرد. غافل از اینکه در کنار این تعطیلی‌ها، کارخانجات جدید و مدرنی در رشته نساجی و پوشاک احداث و به چرخه تولید کشور وارد می‌شود. البته بهتر این بود که این کارخانجات تعطیل شده که عمدتا به دلیل واقع شدن در محدوده شهری اتفاق افتاده است با همان نام و برند به خارج از شهر منتقل می‌شد تا بار روانی ناشی از ورشکستگی صنعت نساجی در جامعه کاهش می‌یافت.

این بار روانی نه تنها در بین آحاد مردم، بلکه متاسفانه در بین مسئولین صنعتی و اقتصادی و بانکی کشور نیز اثر منفی و سوء خود را گذاشته است به نحوی که نگرش آنها را نیز به توانایی‌های این صنعت دچار شک و تردید کرده است.

صنعت نساجی در حال حاضر با حدود ۹۰۰۰ واحد دارای پروانه بهره برداری، معادل ۱۱ درصد از واحدهای صنعتی کشور را شامل می‌شود و با ۳۰۰ هزار نفر اشتغال در حدود ۱۲ درصد از اشتغال صنعتی کشور را در بر دارد. ارزش افزوده این صنعت نسبت به کل صنایع در حدود ۳ درصد برآورد می‌شود و در حدود ۷۰۰ میلیون دلار درآمد ارزی سالیانه این

صنعت از طریق صادرات است که البته این رقم در کل جهان در حدود ۸۰۰ میلیارد دلار در سال تخمین زده می‌شود.

صنعت نساجی، صنعتی است که در هر سه مولفه اصلی اقتصاد هر کشور یعنی ایجاد ارزش افزوده، ارز آوری و ایجاد اشتغال پایدار با کمترین سرمایه گذاری، توانمند و اثرگذار است.

با این مقدمه کوتاه، نگاهی خواهیم داشت به مشکلات پیش روی این صنعت که به نظر اینجانب در ۳ گروه کلی قابل تفکیک و رصد است:

۱- مشکلات کلان اقتصاد کشور: صنعت نساجی نیز همانند سایر صنایع، متأثر از فضای عمومی حاکم بر اقتصاد و صنعت کشور است که در کلان قضیه با مشکلاتی از قبیل رکود حاکم بر بازار و همچنین کمبود نقدینگی مورد نیاز به دلیل ادامه وضعیت نامشخص در ارتباط با سیستم جهانی بانکی و ناتوانی سیستم بانکی داخل کشور از تامین نیازهای مالی صنعت با نرخ مناسب است.

کاهش قدرت خرید مردم علی رغم ادعای کاهش نرخ تورم و عدم حمایت موثر از صادرات کالا، همزمان با اصرار دولت در تامین بخشهای بزرگتری از بودجه جاری کشور از محل درآمدهای مالیاتی، بر رکود موجود دامن زده و واحدهای نساجی را بیش از پیش با مشکل فروش محصولات روبرو کرده که حاصل

صنعت نساجی در حال حاضر با حدود ۹۰۰۰ واحد دارای پروانه بهره برداری، معادل ۱۱ درصد از واحدهای صنعتی کشور را شامل می‌شود و با ۳۰۰ هزار نفر اشتغال در حدود ۱۲ درصد از اشتغال صنعتی کشور را در بر دارد

این رویداد، پرشدن انبارهای کارخانجات از کالاهای تولید شده و به عبارتی حبس نقدینگی این واحدها در انبارهای محصول و ضرورت کاهش تولید که منجر به افزایش قیمت تمام شده کالای تولیدی شده که منجر به عدم امکان رقابت در بازارهای داخل و خارج می‌شود.

۲- مشکلات اختصاصی صنعت نساجی: صرفنظر از مشکلات عمومی صنایع در کشور، صنعت نساجی با مشکلات انحصاری این صنعت نیز مواجه است.

*عدم نوسازی به موقع ماشین آلات و عدم استفاده از اتوماسیون در بسیاری از رشته‌های این صنعت که باعث کاهش راندمان و افزایش خطاهای انسانی و افزایش ضایعات و در نتیجه افزایش قیمت تمام شده کالای تولیدی می‌گردد از مهمترین مشکلات انحصاری این صنعت می‌باشد.

به‌طور کلی هر قدر دخالت نیروی انسانی در فرایند تولید کاهش یابد، درصد خطاهای انسانی و امکان ایجاد ضایعات در محصول تولیدی نیز کاهش یافته و منجر به کاهش قیمت تمام شده کالا می‌شود.

*پایین بودن بهره‌وری سرمایه، نیروی انسانی و عوامل کل از دیگر معضلاتی است که در این صنعت و احتمالاً کل صنایع کشور مشاهده می‌گردد و باعث افزایش قیمت تمام شده کالای تولیدی شده می‌شود.

به عنوان مثال در حالی که واحدهای نساجی سالیانه ۳۶۵ روز حق بیمه پرداخت می‌کنند و ۳۶۵ روز سود به بانک‌ها پرداخت می‌کنند و در حدود ۵۰۰ روز حقوق پرداخت می‌کنند و جرائم دیرکرد را همچنان و علی‌رغم کاهش تورم، همچنان به ماخذ ماهیانه ۲ درصد پرداخت می‌کنند ولی فقط سالی ۲۷۰ روز از نیروی انسانی و سرمایه‌گذاری‌های خود بهره‌می‌برند و مابقی ایام را تعطیل هستند و یا مجبور هستند که با

هزینه‌های بیشتری تولید کنند.

*قاچاق پذیر بودن محصولات این صنعت، علی‌الخصوص پارچه و پوشاک از دیگر مشکلات انحصاری این صنعت می‌باشد به نحوی که از بازار ۱۲ میلیارد دلاری سالیانه پوشاک کشور، در حدود ۳ تا ۳.۵ میلیارد دلار آن از طریق واردات بصورت قاچاق تامین می‌گردد که در بین سایر صنایع کم نظیر و بعضاً بی‌نظیر می‌باشد.

۳- طرز نگرش مسئولین صنعتی و اقتصادی کشور به این صنعت: همانگونه که در مقدمه مطلب نیز به اختصار اشاره ای داشتیم، نگاه مسئولین اقتصادی کشور به صنعت نساجی، نگاهی به یک صنعت درجه دوم می‌باشد و این صنعت در اولویت اول حمایت‌های دولت قرار ندارد.

این موضوع را می‌توان براحتی از برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت که در سال ۱۳۹۳ رونمایی گردید مشاهده کرد. در بخشی از این سند که به بررسی صنایع منتخب در شاخص‌هایی هفت‌گانه می‌پردازد، صنعت نساجی در هیچیک از این شاخص‌ها در بین شش صنعت اول کشور قرار نمی‌گیرد و فقط در شاخص اشتغال در رتبه ششم قرار می‌گیرد.

این شاخص‌ها عبارتند از

۱- ایجاد بیشترین ارزش افزوده

۲- سهم از بازار داخل

۳- ارزش صادراتی

۴- مزیت نسبی

۵- ارزش سرمایه‌گذاری

۶- سهم بنگاه‌های بزرگ و کوچک و

۷- اشتغال.

در ادامه این بررسی، صنایع منتخب کشور به ترتیب اولویت درجه بندی می‌شود که صنعت نساجی در بین یازده صنعت اول کشور در رتبه دهم جای می‌گیرد.

بسیار واضح است که در سندی که بر مبنای مطالعات فراوان و تحقیقات گسترده تهیه شده و صنعتی در رتبه دهم اهمیت جای گرفته است در اولویت‌های اول حمایت‌های دولت قرار ندارد.

بنابراین به نظر اینجانب در وضعیت صنعت نساجی کشور در آینده‌ای نزدیک تحول چشمگیری روی

نخواهد داد و وضعیت این صنعت همچنان بر روال سال‌های اخیر خواهد بود مگر اینکه در بین مشکلات سه‌گانه فوق‌تحوالی کیفی در یکی از زمینه‌های ذیل رخ دهد.

*رونق اقتصادی به کشور برگردد و مشکلات سیستم بانکی در جهت تامین منابع مالی مورد نیاز این صنعت مرتفع شود.

*سرمایه‌گذاری ارزی قابل توجه در جهت بازسازی و نوسازی این صنعت انجام گیرد.

*نگاه مسئولین بلندپایه اقتصادی کشور به این صنعت تغییر مثبت داشته باشد.

در حقیقت شرط لازم برای تحقق بند اول (همکاری بیشتر بانک‌ها در جهت تامین منابع مالی مورد نیاز) و بند دوم (تأمین منابع ارزی مورد نیاز جهت بازسازی و نوسازی) همان تحقق بند سوم یعنی لزوم تغییر نگاه مسئولین به این صنعت است و سایر فعالیت‌ها، تلاش‌ها، جلسات و همایش‌ها، چنانچه در جهت تغییر نگاه مسئولین به این صنعت نباشد حاصلی در بر نداشته و فقط می‌تواند تغییرات جزئی در جهت بهبود فضای حاکم بر این صنعت را ایجاد کند و تحولی کیفی را باعث نمی‌شود و در واقع هیچ اتفاق خارق‌العاده‌ای در این صنعت رخ نخواهد داد و درب

همچنان بر همان پاشنه خواهد چرخید.

ترتیب صنایع منتخب بر مبنای سند راهبردی

وزارت صمت

۱- صنایع تولید فرآورده‌های نفتی

۲- مواد و محصولات شیمیایی

۳- فلزات اساسی

۴- محصولات کانی غیرفلزی

۵- معدن و استخراج معدنی

۶- مواد غذایی و آشامیدنی

۷- وسایل نقلیه موتوری، تریلر و ...

۸- ماشین‌آلات و تجهیزات خطوط تولید

۹- محصولات لاستیکی و پلاستیکی

۱۰- منسوجات

۱۱- ماشین‌آلات مولد و انتقال برق و ...

۱۲- صنایع پیشرفته



تقلبی‌های گران در بازار پوشاک

عدم نظارت کافی روی ورود و خروج کالاها، کیفیت پایین کالاهای داخلی، بازار داغ برندهای خارجی در ایران، طمع خرید کالاهای برند و تحریم‌ها باعث شده گاهی این محصولات (به فرض اصل بودن) به قیمتی بالاتر از ارزش واقعی خود به فروش برسند. عدم نظارت کافی روی ورود و خروج کالاها، کیفیت پایین کالاهای داخلی، بازار داغ برندهای خارجی در ایران، طمع خرید کالاهای برند و تحریم‌ها باعث شده گاهی این محصولات (به فرض اصل بودن) به قیمتی بالاتر از ارزش واقعی خود به فروش برسند. گاهی خریدار یک کالایی را با توجه به مراجعه به نمایندگی اصلی با قیمتی پایین و در جای دیگر با قیمتی بالاتر خریداری می‌کند. تخلفی که در این مورد رخ می‌دهد در خوشبینانه‌ترین حالت می‌تواند گرانفروشی باشد ولی متأسفانه در اکثر مواقع خریداران مبلغی را بابت محصولی پرداخت می‌کنند که تقلبی است و به اسم اصل به آنها فروخته می‌شود. حال این سوال پیش می‌آید که با توجه به آمار بالای قاچاق پوشاک و افزایش جنس تقلبی در کشور چه خلأیی در قانون وجود دارد که قاچاقچیان را راغب به ارتکاب این عمل می‌کند؟

مهدی شهلا، حقوقدان و وکیل پایه یک دادگستری در مورد چگونگی ثبت یک برند در کشور به «شهروند» گفت: برند در اصطلاح به یک مارک تجاری، یک علامت یا یک اسم تجاری گفته می‌شود اما در اصطلاح حقوق تجارت منظور این است که یک کالایی با یک علامت یا یک اسم ثبت و بعد به همان اسم ثبت‌شده شناخته شود. لذا زمانی که می‌گوییم این یک برند است یعنی یک کالایی است که سابق بر این به ثبت رسیده است.

زمانی که این برند به شکل‌های مختلف به ثبت رسید در طول سال‌های متمادی فعالیت با ارایه کار خود اعتماد خریداران را جلب می‌کند و به‌طور کل سال‌های زیادی طول خواهد کشید که یک برند به آنچه امروز هست تبدیل می‌شود، مانند برندهای مختلف کالاهایی که در سالیان زیاد در بازار وجود دارد. حال زمانی که یک برند به کشوری

ورود پیدا می‌کند و می‌خواهد فعالیت خود را آغاز کند در ابتدا باید علامتش را در آن کشور به ثبت برساند و بعد از ثبت نام مشخص کند که کالای تولیدی‌اش را به چه قیمتی می‌خواهد به فروش برساند.

حال اگر صاحب برند بخواهد محصولش را به قیمتی بیشتر از حد معمول به فروش برساند طبیعتاً کالاهای دیگر اجازه نمی‌دهند این اتفاق بیفتد و این شرکت کالای خود را به راحتی به فروش برساند. حال رقابت در بازار یک مسأله است و چشم و هم‌چشمی مسأله دیگر ولی متأسفانه وضعیتی که در مورد برندها در کشورهای جهان سوم و کشور ما وجود دارد چشم و هم‌چشمی و برندبازی در حدی است که این موضوع به شهرهای کوچک و حتی روستاها کشیده شده است.

مهدی شهلا در ادامه پدیده برندبازی مردم را مورد انتقاد قرار داد و گفت: مردم با دیدن یک علامت به دنبال این هستند که این علامت یا نشانه را در لباس‌های‌شان یا کالاهایی که از آن استفاده می‌کنند، داشته باشند. به‌طور مثال برای‌شان مهم است که برند خودروشان برند خاصی باشد به‌طوری‌که در هیچ‌جای دنیایم بینیم که شخصی برای داشتن خودرویی آن را به‌صورت اقساط خریداری کند.

متأسفانه در کشور ما به دلیل همه‌گیر شدن بیماری برندبازی کار به جایی رسیده که یک خودرو که در اروپا فقط ثروتمندان قدرت خریداری آن را دارند در کشور ما آن را افراد فقیر هم می‌توانند سوار شوند، به این صورت که اگر کسی پول نقد نداشته باشد هر طور شده با گرفتن وام و اقساط و راهکارهایی از این قبیل، خودرو افراد میلیونر را می‌خرد تا با آن خودنمایی کند یا به وسیله داشتن این خودرو دست به کلاهبرداری بزند. با این وجود، برندبازی در ایران و گران خریدن به نام برند بیشتر از این که فروش گران باشد، خرید گران است.

وی در ادامه افزود: مردم تا برندی را می‌بینند بدون توجه به این که آیا این محصول واقعا به قیمتی که فروخته می‌شود می‌ارزد یا نه آن را می‌خرند. البته دستگاه‌های دولتی می‌توانند با اعمال کنترل در مقدار خرید و فروش محصولات و نوع

واردات به این برندها نظارت کنند که با توجه به مشکلاتی که مشاهده می‌کنیم به نظر می‌رسد کنترل یا اصلاً وجود ندارد یا اگر هم وجود داشته باشد بسیار کم است. بنابراین با کنترل کم و چشم و هم‌چشمی، مردم در اکثر مواقع محصولات را خریداری می‌کنند که واقعی نیست.

این حقوقدان در پاسخ به این سوال که با برندهای تقلبی که به نام برند اصلی محصولات‌شان را به فروش می‌رسانند، چه باید کرد؟ افزود: در درجه نخست خود صاحب برند باید با محصولات تقلبی که با نام برند او به فروش می‌رسد، برخورد کند. ما از سال‌های پیش عضو کنوانسیون‌های احترام به علائم ثبت‌شده در ایران هستیم و به همین دلیل موظف به انجام موارد ذکر شده در این کنوانسیون‌ها هستیم، بنابراین نقضی از طرف ما در این مورد صورت نمی‌گیرد و خود برندهای ثبت‌شده در ایران باید جلوی برندهای تقلبی و آنان که از برندهای اصلی سوءاستفاده می‌کنند را بگیرند، اگر آنها این کار را انجام نمی‌دهند دولت هم نمی‌تواند جلوی این موضوع را بگیرد و وظیفه‌ای ندارد ضرر و زیانی که به شرکت اصلی وارد شده را جبران کند.

مهدی شهلا در پاسخ به این سوال که شرکت‌های اصلی واردکننده از چه طریقی می‌توانند به کنترل برندهای تقلبی بپردازند، گفت: این شرکت‌ها با فرستادن بازرسان می‌توانند بر برندهای تقلبی نظارت کنند. چه بسا در بسیاری از کشورها همین شرکت‌های اصلی تولیدکننده، کالاهای تقلبی را که به نام آنها فروخته می‌شود، با هزینه خودشان خریداری می‌کنند و با ترتیب‌دادن نمایشی، آن کالاها را از بین می‌برند تا به این شرکت‌ها بفهمانند روی آنها نظارت دارند.

متأسفانه در ایران این کارها صورت نمی‌گیرد و شاید به همین دلیل است که محصولات تقلبی به نام محصولات اصلی در ایران زیاد است. این شرکت‌ها اگر همان کارهایی را که در کشورهای دیگر انجام می‌دهند، در ایران هم بکنند این گونه مشکلات را زودتر رفع می‌کنند. چه بسا این کار به سود خودشان هم می‌شود.

وی با اشاره به این که در این مورد ضعف قانونی وجود ندارد،

مدیرکل مبارزه با قاچاق کالا و ارز: مشکلی که در پرونده‌های قاچاق وجود دارد این است که بسیاری از قاچاقچیان بعد از دستگیری اعلام می‌کنند این کالا ایرانی است و چون پوشاک مشخصه خاصی ندارد و در حجم کم می‌توان این محصول را به صورت قاچاق وارد کرد، به همین دلیل پیگیری آن هم کار دشواری است

افزود: در این مورد ممکن است کنترل کمتر صورت گیرد. البته آن کنترلی که مربوط به گران‌فروشی و جنس قاچاق می‌شود. ولی نباید این موضوع را هم فراموش کرد که به علت وسیع بودن کشور و داشتن مرزهای متعدد نمی‌توان آن‌طور که باید این موضوعات را کنترل کرد. البته بحث کالای قاچاق در ایران وجود دارد و این موضوعی است که مقامات دولتی هم آن را قبول دارند. بنابراین باید توجه داشت که اکثر برندهای موجود در ایران برندهای تقلبی هستند و دیگر کشورها اگر بخواهند جلوی فروش آنها را بگیرند باید به وسیله پیگیری‌های قانونی این کار را انجام دهند و به این وسیله اجناس شان را به قیمت متعارف به فروش برسانند. این حقوقدان در پاسخ به این سوال که اگر یک نفر واقعا بخواهد محصول اصل خریداری کند، چگونه باید متوجه شود که نمایندگی فروش نمایندگی اصلی است؟ گفت: متأسفانه این موضوع هم تقریباً غیرممکن شده به دلیل این که همه نمایندگی‌ها ادعا می‌کنند که نمایندگی اصلی هستند، در صورتی که بعد از خرید و استفاده محصول متوجه می‌شویم این نمایندگی اصلی نیست و دلیل آن هم نظارت کم و بی‌توجهی دولت به این موضوع است. گاهی به دلیل همین نظارت کم خود نمایندگی‌های اصلی هم اجناسی را ارایه می‌دهند که با پروانه اصلی آنها مطابقت ندارد.

این وکیل دادگستری با تأکید بر این که دولت باید در بحث نظارت بر برندها بهتر عمل کند، گفت: دولت باید در اعمال مقررات بهتر و دقیق‌تر عمل کرده و در این زمینه سختگیرانه‌تر برخورد کند. زمانی که بازرسان به درستی به وظایف‌شان عمل نمی‌کنند به نظر می‌رسد مشکل از همان‌جا به وجود می‌آید. به‌طور مثال در بحث ورود کالای قاچاق زمانی که اعلام می‌شود ۱۰ کانتینر کالای قاچاق به کشور وارد شده به راحتی می‌توان متوجه شد پایه‌هایی از فساد اداری وجود دارد. یا زمانی که می‌شنویم بسیاری از دستگاه‌های چاپگر در گمرک درست کار نمی‌کنند معلوم است این کانتینرها در بعضی از مواقع بدون آن که کنترل شوند به کشور ورود پیدا می‌کنند. بنابراین نظارت دولت،

نظارت کاملی نیست حال دلیل آن می‌خواهد نبودن امکانات مالی باشد یا عدم توانایی ارایه دستگاه‌های چاپگر کامل، در هر صورت این موضوعات نشان‌دهنده نظارت کم دولت به ورود و خروج کالاهاست.

امید رستمی، سرپرست دفتر حقوقی سازمان تعزیرات حکومتی درخصوص ثبت برندها در کشور به «شهروند» گفت: ورود تمام برندها به کشور تفاوت خاصی با یکدیگر ندارد و هر برند برای ورود باید مراحل از جمله ثبت گمرک و تاییدیه‌های گمرکی و... را طی کند. حال در این‌جا دو نکته باید مورد توجه قرار گیرد. مورد نخست برندهای اصل و مورد دوم برندهای تقلبی است که به نام اصل به فروش محصولات‌شان می‌پردازند.

در مورد برندهای اصلی، اکثر محصولات این برندها به دلیل این که در کشورهای دیگر تولید می‌شوند و هزینه عوارض گمرکی، حمل‌ونقل، بیمه، اجاره مغازه، آب و برق، استهلاک و دستمزد نیروی انسانی را پرداخت می‌کنند به طبع با قیمت بالایی در کشور به فروش می‌رسند. با احتساب همه این هزینه‌ها، این برندها با یک نرخ اصولی که ۱۵ درصد است، کالای خود را به فروش می‌رسانند چه‌بسا که این محصولات در کشورهای دیگر به دلیل شناخته‌شدن و کیفیت بالا به قیمت بالایی هم به فروش می‌رسند.

حال اگر اتحادیه پوشاک گزارشی را مبنی بر گران‌فروشی برندها اطلاع دهد و این گران‌فروشی محرز شود طبق ماده ۵۷ نظام صنفی کشور با شرکت یا شخص متخلف برخورد خواهد شد. به موجب این قانون عرضه یا فروش کالا یا ارایه خدمت به بهایی بیش از نرخ‌های تعیین شده به وسیله مراجع قانونی ذی‌ربط، عدم اجرای مقررات و ضوابط قیمت‌گذاری و انجام دادن هر نوع عملی که منجر به افزایش بهای کالا یا خدمت به زیان خریدار شود، در صورتی که تخلف احراز شود، فروشنده علاوه بر هزینه پرداخت‌شده باید دو برابر جریمه پرداخت کند و اگر تخلف به دفعات افزایش یابد، جریمه‌ها هم به همان میزان بیشتر خواهد شد.

حال اگر تعداد دفعات تخلف از سه بار بیشتر شود، مامور اقدام به نصب پارچه به مدت ۱۰ روز بر سردر محل کسب با عنوان متخلف خواهد کرد و اگر تعداد تخلف‌ها بیش از چهار مرتبه شود علاوه بر نصب پارچه، محل کسب به مدت سه ماه تعطیل خواهد شد. در مورد کالاهای تقلبی که به اسم کالای اصل فروخته می‌شود می‌توان گفت این محصولات معمولاً با قیمتی پایین‌تر از قیمت اصلی به فروش می‌رسند و به طبع همین قیمت پایین باید دلیلی برای اصل نبودن این کالاها باشد.

رستمی اثر یک‌ساله قانون صنفی را ضعف این قانون دانست و گفت: متأسفانه گزارش‌دهی در مورد تخلفات صورت گرفته

در بحث پوشاک بسیار دشوار است. از طرفی هم قانون صنفی اثر یک‌ساله دارد و زمانی که گزارش تخلف به ما می‌رسد می‌توانیم محکومیت را در طول مدت یک‌سال تعیین کنیم و پس از آن اگر دوباره تخلفی از این واحد صنفی گزارش شود در سال بعد این تخلف به‌عنوان نخستین بار ثبت و این متخلف به‌عنوان نخستین بار محکوم خواهد شد. در نتیجه این موضوع باید در اصلاحیه قانون نظام صنفی قرار گیرد و به آن توجه شود.

عبدالمجید اجتهادی، مدیرکل مبارزه با قاچاق کالا و ارز با ارایه آمار قاچاق پوشاک به «شهروند» گفت: طبق آمار ۹ ماهه سال گذشته ۳۱۵۶۶ فقره پرونده قاچاق کالا به ثبت رسیده و در ۹ ماهه سال جاری این رقم به ۳۹۵۹ فقره پرونده افزایش یافته است. جریمه صادرشده در ۹ ماهه سال ۹۴۴ به میزان ۶۵۴,۲۳۴,۹۸۴,۵۰۳ و در ۹ ماهه سال ۹۵ به میزان ۲,۳۹۵,۱۹۸,۳۵۶,۵۸۰ بوده است که در این آمار پرونده‌های سنگینی مشاهده می‌شود.

با توجه به آمار به ثبت‌رسیده به راحتی می‌توان دریافت پوشاک یکی از کالاهایی است که بیشترین حجم قاچاق را در بین کالاهای وارداتی دارد. این کالا در بعضی مواقع رتبه نخست و دوم را به خود اختصاص داده است، همچنین تعرفه و سود بالای تعریف‌شده برای پوشاک باعث شده رغبت برای قاچاق این کالا بیشتر شود.

اجتهادی با تأکید بر این که ریسک قاچاق کالا در کشور بسیار پایین است، افزود: مشکلی که در پرونده‌های قاچاق وجود دارد این است که بسیاری از قاچاقچیان بعد از دستگیری اعلام می‌کنند این کالا ایرانی است و چون پوشاک مشخصه خاصی ندارد و در حجم کم می‌توان این محصول را به صورت قاچاق وارد کرد، به همین دلیل پیگیری آن هم کار دشواری است.

از طرفی هم ریسک قاچاق پوشاک در کشور بسیار پایین است و همین امر منجر به افزایش رغبت قاچاقچی به انجام این عمل می‌شود، با این وجود امیدواریم با راه‌اندازی سامانه کد شناسایی و رهگیری کالا مشکلات به وجود آمده در این زمینه را رفع کنیم. حال اگر مردم نیاز به مصرف کالای خارجی داشته باشند باید محصول مورد نظر خود را از نمایندگی‌های اصلی خریداری کنند و حتماً در هنگام خرید از فروشنده فاکتور اصلی بگیرند.

اگر پس از خرید به این نتیجه رسیدند که محصول تقلبی خریداری کردند می‌توانند گزارش این تخلف را به سازمان تعزیرات حکومتی یا سازمان صنعت و معدن در شهرستان‌ها اطلاع دهند. همکاران ما این آمادگی را دارند که به شکایت این اشخاص رسیدگی کنند و با پیگیری ضرر و زیان وارد شده را به آنها بازگردانند.

بخش اول



تهیه و تنظیم:
مهندس اکبر شیرزاده

ایران در عصر صفویه: تجدید حیات صنعت نساجی

تولید پارچه‌های نفیس، طرح‌های ایجاد شده در آنها دوره حکومت صفویان (۹۰۷-۱۱۴۸ قمری / ۱۵۰۱-۱۷۳۶ میلادی) در تقسیم ایران به ادوار گوناگون از حیث تغییرات ساختار اجتماعی ادامه همان وضع اجتماعی شبه فئودالی پیش از آن با تمرکز و تداومی بیشتر در ساختار سیاسی و تأکید بر تشیع از سوی حاکمان است؛ این گفته به معنای انکار ویژگی‌های گوناگون زندگی سیاسی و اجتماعی آن عصر نیست؛ بلکه استنتاجی است حاصل مقایسه ادوار مختلف ایران از یک سو و سنجش عصر صفوی تاریخ ایران با دوره همزمان آن در تاریخ باختر زمین از سوی دیگر. حساسیت بحث در این خصوص زمانی شدت می‌یابد که تاریخ ایران عصر صفوی با تسمیه مرسوم محققان غربی بر دوره همزمان تاریخ باختر زمین یعنی با تغییر (عصر جدید) نزدیک و سنجیده شود تا روشن گردد آیا می‌توان دوره جدید تاریخ ایران را با صفویان آغاز کرد یا خیر (یوسف رحیم لو، تاریخ جامع ایران، جلد دهم) شاه اسماعیل اول (۹۰۵ تا ۹۳۰ هجری قمری) از پسران سلطان حیدر، علی به قتل رسید و ابراهیم فوت نمود ولی اسماعیل بعد از کسب فتوحات نظامی

در سال ۹۰۵ هجری موسس سلسله صفوی گردید. اسماعیل از سیزده سالگی (سال ۹۰۵ هجری) با هفت تن از همراهان خود راه اردبیل پیش گرفت و هرچه به این شهر نزدیک می‌شد، بر عده سپاهیان و همراهانش می‌افزود به طوری که در طارم، شماره لشکریان به ۱۵۰۰ نفر رسید، این مریدان اسماعیل را «مرشد کامل» می‌خواندند و اوامر و تعلیمات او را به جان می‌پذیرفتند. پس از آن که حیطة فرمانروائی او به سرزمین شروان و بندر باکو و قسمتی از ارمنستان بسط یافت و آذربایجان را به تصرف در آورد در تبریز به تخت سلطنت نشست و مذهب شیعه را یگانه مذهب رسمی ایران شمرد (تاریخ اجتماعی ایران، مرتضی راوندی)

در این زمان هنرمندان و صنعتگران حیات تازه پیدا کردند و با کمک گرفتن از هنرمندان و دیگر صنایع و نقاشانی که ظهور کرده بودند در کار پارچه بافی حرکت تازه‌ای را به مرحله اجرا گذاردند و چون محیط آماده شده بود به فعالیت پرداختند.

هنرمندان دوره صفوی در صنعت پارچه بافی اعجاز کرده‌اند؛ پارچه‌هایی که نساجان ایران در این دوره

بافته‌اند در تمام تاریخ هنر نساجی جهان بی نظیر است و مانند ندارد و مشکل است بتوان آغاز این دوره یا موجبات پیدایش این پیشرفت خارق العاده را به دقت تعیین کرد زیرا به طوری که می‌دانیم از زمان تیموریان قطعات فراوانی پارچه برجای نمانده ولی هنگامی که پارچه‌های دوران صفوی در قرن دهم و یازدهم هجری مشاهده می‌شوند، به این نتیجه می‌رسیم که طرق جدید و اصول فنی کامل‌تر مستقر و پابرجا شده است.

از روی نقاشی‌های مینیاتور و از تعداد کثیری از قطعات پارچه بر جای مانده در مجموعه‌های مختلف، مشخص می‌شود که در زمان صفویه برای تمام مواقع و مراسم درباری پارچه‌های بسیار عالی مورد تقاضا بوده است؛ پارچه‌های بسیار گرانبه‌های سنگین برای لباس، چادر، پرده و روپوش و به عنوان خلعت و هدیه به اشراف و نمایندگان خارجی و حتی برای پاکت جهت مراسلات سیاسی به کار می‌رفت. طرح این پارچه‌ها بسیار متنوع است؛ نقشه‌های روان و ظریف اسلیمی تحول و پیشرفت عظیم یافته و با گل و بوته و نقش حیوانات که با هنرنمایی و لطافت خارق العاده‌ای

ایرانیان مخمل‌های گل برجسته نمی‌ساختند ولی با استفاده از بافت و طراحی از بافت ریز و کم و زیاد کردن بسیار ظریف پودهای پارچه و طول گره‌ها درخشش و گودی و بلندی به قالیچه‌های مخملی، پرده‌ها و قطعات چادرها می‌دادند

تجسم یافته: توأم است که به رنگ‌های درخشان و جالب در پارچه بافته می‌شد. عشق ایرانیان به گل و بوته و باغ در هیچ جا بهتر از گل سرخ، لاله، نسترن، نیلوفرهائی که با منتهای استادی در تار و پود ظریف این پارچه‌ها تعبیه شده بود؛ تجسم نیافته است. بسیاری از این پارچه‌های مجلل، صحنه شاهنامه و وقایع تصویر شاه اسماعیل اول صفوی که در زمان سلطنت آن پادشاه کشیده شده را نشان می‌دهد.



تصویر شماره ۱- شاه اسماعیل اول صفوی

طواف بزرگ قزلباشی: صوفیان و مریدان خاندان صفوی که در آغاز کار شاه اسماعیل اول بر او گرد آمدند و در راه سلطنت و کشورگشائی و ترویج مذهب شیعه یار و پشتیبان وی شدند از ۹ قبیله ترک روملو، شاملو، استاجلو، تکلو ذوالقدر، افشار، قاجار، ورساق و صوفیه قراباغ بودند. گروهی از سران این قبایل از مدت‌ها پیش و شاید از زنان شیخ

صفی‌الدین بزرگ خاندان صفوی با قبول مذهب شیعه به این خاندان سر سپرده و در زمره صوفیان صافی و مریدان فداکار وی درآمدند؛ چنان‌که شیخ حیدر و شیخ جنید جد و پدر شاه اسماعیل نیز با اتکاء فداکاری و اخلاص و جانفشانی این قوم، به نام جهاد با کفار به کشورگشائی و سلطنت جوئی برخاستند و عنوان سلطان را که نشان قدرت سیاسی و نظامی بود بر عنوان موروثی روحانی و معنوی شیخ اضافه کردند.



تصویر شماره ۲- یک قزلباش در قرن یازدهم هجری

تصویر شماره دو، قزلباشی را نشان می‌دهد که در قرن یازدهم هجری به وسیله نقاشان معروف کشیده شده است. طرز لباس و دوخت آن در آن زمان بسیار زیبا بود و دارای گل و بوته و نقشه و طرح‌های زیبا بافته شده و آرایش بسیار عالی داشته است. عمامه نیز دارای ۱۲ ترک به نشان دوازده امام شیعه می‌باشد که خود از بافته‌های آن‌زمان حکایت دارد چنانچه بعضی اوقات تاج و یا عمامه قزلباش از بافته‌های ترمه و یا زربفت تشکیل شده بود و نسبت به مقام قزلباش از جذابیت خاصی برخوردار بود. نقش و نگار و زربفت در سطح تاج (عمامه قزلباش) خود جلوه‌ای جداگانه داشت.

تصویر شماره سه، تصویر تاج قزلباش بر یک قطعه پارچه ابریشمی از قرن دهم هجری را نشان می‌دهد که بافت این نوع پارچه ابریشمی از شاهکارهای پارچه بافی در آن زمان می‌باشد. افراد قزلباش کاملاً آزاد و مستقل بودند و می‌توانستند هر وقت بخواهند از حقوق یا مستمری خود چشم‌پوشند و ترک خدمت کنند یا از خدمت خان قزلباشی به خدمت دیگری روند. عده افراد طوائف مختلف نیز یکسان نبود، عده برخی از طوائف به ده تا دوازده هزار نفر می‌رسید در صورتی که عده برخی دیگر از پانصد نفر فراتر نمی‌رفت.



تصویر شماره ۳- تاج قزلباش بر یک قطعه ابریشمی

شاهی سیونی و فداکاری طوائف قزلباشی: چیزی که تمام طوائف گوناگون قزلباش را در زمان شاه اسماعیل اول به یکدیگر پیوسته و به صورت نیروی واحدی در آورده بود شاهی سیونی یا دوستداری شاه و فداکاری و جانفشانی در راه مقاصد مقدس مرشد کامل یعنی جهاد با کفار و ترویج مذهب شیعه اثنی عشری و تقویت و تحکیم سلطنت نو بنیاد صفوی بود. صوفیان قزلباش، شاه اسماعیل را با آن‌که در آغاز



اگر آنچه که جهانگردان و خارجیان درباره دوره صفوی می‌گویند و نظر می‌دهند واقعاً صحیح باشد باید گفت این دوره درخشان‌ترین دوره طلایی صنعت بافندگی و نساجی در ایران به شمار می‌رود زیرا در این دوره نقاشان، طراحان، بافندگان و صنعتگران نساجی جدیدی در ایران به پا خواستند، حرکت صحیح و با دقتی را انجام دادند، از وجود خطاطان و نقاشان زبردست در طراحی پارچه و نقشه آن استمداد کردند و تولیدات خود را به درجه عالی رساندند

نموده و حالت طنازی و دلبری در خود ایجاد کرده‌اند حتی حجاب کامل هم در تصویر سمت چپ به خوبی دیده می‌شود. در این دوره محصولات جدیدتر نیز ابداع نمودند که به گفته خارجیان عجیب‌ترین محصولات کارگاه‌های پارچه بافی دوره صفویان مخمل‌های آنهاست که هنوز در تاریخ پارچه بافی کسی نتوانسته است محصولی به این زیبایی و با کیفیت و از نظر فنی بی‌نقص بسازد.

ایرانیان مخمل‌های گل برجسته نمی‌ساختند ولی با استفاده از بافت و طراحی از بافت ریز و کم و زیاد کردن بسیار ظریف پودهای پارچه و طول گره‌ها درخشش و گودی و بلندی به قالیچه‌های مخملی، پرده‌ها و قطعات چادرها می‌دادند. مهارت این استادان به اندازه‌ای بود که می‌توانستند با اضافه کردن چند تار

طوائف ترک نژاد گوناگون که در رکاب وی شمشیر می‌زدند به قزلباش معروف شدند.

از این زمان عنوان صوفی مفهوم مشخص‌تر و محدودتر یافت و بیشتر به خانواده‌های طوائف قزلباش که در سابقه صوفیگری و ارادت و خدمت به خاندان صفوی از دیگران ممتاز بودند تعلق گرفت؛ به همین سبب صوفیان بیشتر از طوائف روملو شاملو و قاجار بودند و شخص شاه رئیس و پیشوای ایشان، با مرشد کامل خوانده می‌شد. در این زمان چون در اثر چپاول و غارتگران مغول و تیموریان میزان طلا و نقره در دسترس مردم کم شده بود و صنعتگران و طراحان و کارگران بافنده در تنگنای سرمایه بودند و تازه به سرکار برگشته بودند لذا مبتکران و طراحان بع فکر افتادند از وجود ابریشم بهره برداری بهتری انجام دهند و تولیدات پارچه‌های ابریشمی را گسترده‌تر کرده و بازار را به دست آورند.

تصویر شماره چهار، لباس‌های گوناگون زنان دوره صفویه را نشان می‌دهد که همگی از لباس‌های ابریشمی شکل‌دار و نقشه دار در بر کرده‌اند. نقش و نگار روی پارچه‌ها همگی متفاوت بوده و از شاهکارهای جدید آن زمان می‌باشد که با دامن‌های بلند چین‌دار و کلوش و یقه‌های باز و زیبا طراحی و دوخته شده که خودشان از هنر دوخت لباس در آن زمان می‌باشد. نشان‌های زیبا پر مانند بر سر نصب

کار کشورگشائی و سلطنت سیزده سال بیشتر نداشت، مانند پدرش شیخ حیدر و نیاکان او پیشوای مذهبی یا اصطلاح خود مرشد کامل می‌دانستند و پیروی از او امر او را لازم و واجب می‌شمردند (نصرالله فلسفی) هنگامی که مذهب شیعه رسمی شد؛ کتب مذهبی شیعه به قدری کمیاب بود که مشکلات بزرگی پیش آمد و عاقبت قاضی نصرالله زیتونی، جلد اول کتاب قواعد اسلام از تصانیف جمال‌الدین مطهر حلی را از کتابخانه خود بیرون آورد و آنرا اساس تعلیمات دین شیعه قرار داد.

صوفی و قزلباش: سلطان حیدر پسر سلطان جنید برای اینکه صوفیان و مریدان صفوی را از دیگران ممتاز و مشخص گرداند؛ طاقیه ترکمانی را نیز سر ایشان برداشت و به تاج سرخ دوازده ترک مبدل کرد و به همین سبب ایشان را از آن تاریخ قزلباش نامیدند. در آغاز کار شاه اسماعیل مریدان و متابعان، او را تا مدنی هم چنان صوفی می‌خواندند و به همین سبب در کشورهای اروپا، پادشاه صفوی را هم که آوازه شهرتش توسط سپاهان و سوداگران و سفیران اروپائی به آن ممالک رسیده بود «صوفی بزرگ» می‌نامیدند و این نام همچنان در دوران سلطنت صفویه بر پادشاهان این سلسله باقی ماند. دیری نگذشت که عناوین صوفی و قزلباش با یکدیگر مترادف شد و کم‌کم در اواخر سلطنت شاه اسماعیل، عنوان دوم غلبه کرد و اتباع و هواداران آن پادشاه، یعنی تمام



تصویر شماره ۴- لباس زنان در دوره صفویه

کوتاه و بلند که هر یک از آنها فقط برای فاصله بسیار کوتاهی به کار می‌رفت، جزئیات دقیق نقشه های بسیار مفصل را مجسم سازند و صحنه‌های گویائی به وجود آوردند.

در قرن نهم، خراسان، گرگان، طبرستان، آذربایجان، دیلم، کردستان و فارس ممتازترین ایالات امپراطوری اسلام محسوب می‌شدند و صنعت حریر بافی که از تولیدات ابریشم و به کارگیری ابریشم ایجاد می‌شد در این ایالات رونق داشت و مهم‌ترین منبع عایدات آنها بود. همچنین در این زمان هنرمندان پارچه‌باف علاوه بر مخمل که ریشه ابریشمی داشت از الیاف دیگر مانند پشم نیز در تولیدات خود استفاده کردند و سطح تولیدات خود را تغییر داده و امر پارچه بافی را رونق بسیار دادند.

المقدسی - جغرافی دان عرب - می نویسد: شهرهای شوشتر و یزد و فسا در فراهم نمودن مصنوعات مختلف بر تمام شهرهای ایران برتری دارد و در این شهر انواع پارچه های تافته وزری می‌بافتند که با طلا و نقره ترکیب و زینت داده شده و نظیر آنها در هیچ جای دنیا دیده نمی‌شود. فرش‌های گرانبهایی برای خلیفه یا برای تجارت می‌بافتند که در قشنگی و ظرافت و زیبایی نقشه بی‌مانند هستند؛ همچنین پارچه‌هایی که با نخ پشمی می‌بافتند و جلوه آنها بسی بیشتر و بهتر از پارچه‌هایی است که با ابریشم بافته شده‌اند. منسوجات پشمی و ابریشمی فسا در همه جا طالب دارد و اشخاص ثروتمند و با سلیقه در خرید آنها با هم رقابت می‌نمایند و از آنها البسه‌های فاخر و جذاب برای خود و خانواده‌هایشان درست می‌کنند.

اگر آنچه که جهانگردان و خارجیان درباره دوره صفوی می‌گویند و نظر می‌دهند واقعاً صحیح باشد باید گفت این دوره درخشان‌ترین دوره طلائی صنعت بافندگی و نساجی در ایران به شمار می‌رود زیرا در این دوره نقاشان، طراحان، بافندگان و صنعتگران نساجی جدیدی در ایران به‌پا‌خواستند، حرکت صحیح و با دقتی را انجام دادند، از وجود خطاطان و نقاشان زبردست در طراحی پارچه و نقشه آن استمداد کردند و تولیدات خود را به درجه عالی رساندند

بی شک سیاه قلم این طرح‌ها را غالباً نقاشان

معروف تبریز و اصفهان می‌کشیدند و سبک شاه محمود و جانشینان او را می‌توان در بسیاری از موارد حس کرد. برای آن‌که این طرح‌های بدیع از عالم خیال بر روی پارچه آید هر نوع اصول فنی قابل تصویری به کار می‌رفت، طرح‌های جودانه ، اطلس دو رو و شطرنجی که در آغاز کار هم معمول بود؛ تکمیل شد.

یکی از عالی‌ترین پارچه‌ها زری‌های (زربفت) بود که بر روی زمینه بافته از رشته‌های نقره یا طلا نقشه کوچکی را به شکل قلمکار مهر می‌کردند و این نوع پارچه برای لباس‌های رسمی دربار بسیار طرف توجه بود. هم چنین بافت دولا بر روی پارچه که گاهی بافندگان سلجوقی به کار می‌بردند هم چنین بافت سه لا برای به وجود آوردن نقشه‌های بسیار دقیق و ظریف به کار می‌رفت. در این قبیل بافت‌ها اصولاً دو یا سه تار و پود جداگانه بافته می‌شد و این بافت‌ها روبروی هم یا در زیر یکدیگر قرار می‌گرفت تا نقشه را کامل تر و غنی تر سازد. یک قطعه بسیار مشهور این پارچه در موزه ویکتوریا و آلبرت موجود است که در آن داستان عشق حزن‌انگیز لیلی و مجنون مصور شده است.

این پارچه ابریشمی از دو قسمت سرخ و سفید بافته می‌شد. رشته‌های ملیله نقره برای جدا کردن پودهای پارچه سفید که زمینه بوده است به کار رفته و بدین ترتیب صورت زیبایی به پارچه داده که به سبب وجود نقره در آن درخشش و زیبایی خاصی دارد. احتمالاً این پارچه در حدود سال ۱۰۱۳ هجری (۱۶۰۰ میلادی) در شهر یزد که یکی از مراکز عمده نساجی بود، بافته شده است. در میان پارچه‌های موجود در موزه بریتانیا چند نوع دیگر پارچه برگرفته از داستان لیلی و مجنون موجود است که یکی از آنها به امضای غیاث الدین علی رسیده است. این هنرمند و استاد نساج، مورد توجه دربار بوده و کارهای ابریشمی او در ایران و هندوستان و ترکیه طالب بسیار داشت.

شاه اسماعیل امر کرد که خطیبان شهادت خاص شیعه، یعنی «شهید ان علیاً ولی‌الله» و «حی علی خیرالعمل» را در اذان و اقامه وارد کنند، در صورتی که اکثریت مردم ایران سنی مذهب و از

اصول مذهب شیعه بی‌خبر بودند. این اقدام شاه اسماعیل، تمام مردم حتی برخی از علمای شیعه را نگران ساخت، چنان‌که یک شب پیش از تاجگذاری شاه نزد وی رفتند و گفتند «قربانت شویم، دویست سیصد هزار خلق که در تبریز است چهار دانگ آن همه سنی‌اند و از زمان حضرات تا حال این خطبه را کسی برملا نخوانده و می‌ترسیم که مردم بگویند که پادشاه شیعه نمی‌خواهیم و نعوذ بالله اگر رعیت برگردند چه تدارک در این باب توان کرد؟» پادشاه گفت «مرا به این کار باز داشته‌اند و خدای عالم و حضرات ائمه معصومین همراه منند و من از هیچکس باک ندارم به توفیق الله تعالی اگر رعیت حرفی بگوید شمشیر می‌کشم و یک کس را زنده نمی‌گذارم (ادوارد براون - تاریخ ادبیات ایران از صفویه تا مشروطیت ترجمه غلامرضا رشید یاسمی)

طبق مندرجات احسن التواریخ، شاه اسماعیل دستور داد همه وعاظ و خطبای مملکت شهادت مخصوص شیعیان «شهید ان علیاً ولی‌الله» و همچنین عبارت «حی علی خیرالعمل» را وارد اذان و اقامه نمایند

اهل تشیع از سرزمین آسیای صغیر آهنگ ایران کردند و شاه اسماعیل با فرستادن مبلغانی به این سرزمین ، آتش اختلاف شیعه و سنی را دامن زد تا جایی که سلطان سلیم خان عثمانی (اول) قبل از لشکرکشی به ایران ، فرمان داد پیروان مذهب تشیع از هفت ساله تا هفتاد ساله را یا بکشند یا به زندان اندازند، چنانکه مورخان زمان نوشته‌اند چهل هزار تن از شیعیان به فرمان او کشته شدند و پیشانی بقیه را با آهن گداخته داغ کردند تا شناخته شوند، سپس آنها را به متصرفات عثمانی در اروپا کوچ دادند تا دیگر کسی از پیروان مذهب شیعه با سرداران قزلباش هم‌دستی نکنند. (نصرت‌الله فلسفی، زندگانی شاه عباس اول، جلد اول، صفحه ۱۶۷)

شاه اسماعیل پس از آنکه الوند آق قویونلو را منهدم کرد و آذربایجان را گرفت ، خود را «شاهنشاه ایران» خواند، به فتوحاتش ادامه داد، سلطان مراد آق قویونلو را در نزدیکی همدان کشت و با فتح بغداد، موصل و دیار بکر به حکومت ترکان پایان بخشید.

نسا.امروز



۶۰

Textile DB

www.textiledb.com

مهندس علیرضا پور ناصرانی
مهندس فرزانه صالحی

۴۴

وبنگار نسا.امروز

www.nassajiemrouz.ir

@nassajiemrouz

۵۴

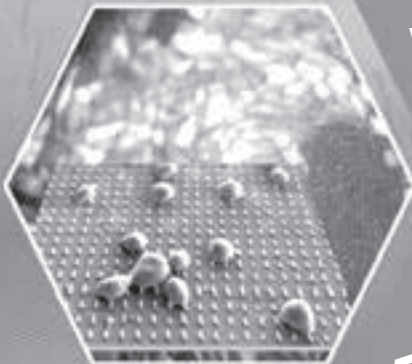
Nano Textile

www.nanotexnet.ir

شبکه نانو نسا.امروز
(ستاد ویژه توسعه فناوری نانو)
@nanotexnet

۶۶

برندهای نسا.امروز پوشاک





تعیین هیئت رئیسه اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک



هیئت رئیسه اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک معرفی شدند. به گزارش خبرنگار نساجی امروز، آقایان مهرداد زکی پور به عنوان رییس هیئت مدیره، وحید حریری به عنوان نایب رئیس اول هیئت مدیره، بهرام حوالی شهرداری به عنوان نایب رئیس دوم هیئت مدیره و امین مقدم به عنوان خزانه دار سکان هدایت این تشکل را برعهده گرفتند. لازم به یادآوری است که انتخابات هیئت مدیره جدید اتحادیه، ۱۷ آذر ماه در اتاق بازرگانی ایران برگزار شده بود و طی آن آقایان مجید نامی، بهرام حوالی شهرداری، علی فرهی، شاهرخ جعفری، منصور الیاسی، امین مقدم، مهرداد زکی پور، احمد صادقی قهرودی، وحید حریری، علی انصاریان و محمود ضرابی به عنوان اعضای اصلی و حامد فرد اسماعیل پور و سینا شاهبختی به عنوان اعضای علی البدل انتخاب شده بودند.

دولت برای حمایت از تولید داخلی کاری نکرده است

گذشته با رکود مواجهه است، ادامه داد: هنوز نمی توان درصد این رکود را مشخص کرد ولی تا روزهای آتی با نظارت بازرسان از فروشگاههای پوشاک و البسه درصد این رکود مشخص خواهد شد، از این رو می توان گفت بازار پوشاک در سال گذشته ۳۰ الی ۴۰ درصد با رکود مواجه بوده است. خطابش به طرح جمع آوری ماتوهای نامتعارف در بازار اصفهان اشاره کرد و گفت: حدود ۹۰ درصد از ماتوهای کوتاه و روزنامه ای و نیز ماتوهایی که اشکال نامتعارف و خلاف نظام جمهوری اسلامی ایران داشته است، جمع آوری شدند. وی ادامه داد: همچنین از جمله برنامه های نظارتی این اتحادیه در فصل زمستان نظارت بر بافت های جلویاز و نیز نامتعارف است که در صورتی که بافت های جلویاز در فروشگاهها اصلاح نشود جمع آوری می شوند. رئیس اتحادیه پوشاک استان اصفهان بیان کرد: حدود ۷ فروشگاه پوشاک طی یک ماه گذشته به دلیل تخلف و فروش دوباره ماتوهای نامتعارف که به اخطار بازرسان توجه نکرده بودند، با دستور قضایی پلمب شدند. وی به برنامه هایی که این اتحادیه در دست اجرا دارد اشاره کرد و اظهار داشت: برای به روز کردن پوشاک فصلی و نیز حمایت از تولید داخل، اتحادیه پوشاک برنامه هایی در دست اجرا دارد که امیدواریم با حمایت مسئولان به موفقیت کافی در این زمینه دست پیدا کنیم. خطابش با اشاره به اینکه متأسفانه دولت برای حمایت از تولید داخل کاری انجام نداده است، افزود: دولت باید از مالیات ها و وام هایی با سود کم حمایت کند تا مشکلات این حوزه برطرف شود، اما می توان گفت متأسفانه دولت در این زمینه کاری انجام نداده است.

وی با بیان اینکه تولید پوشاک، آسیب پذیرترین قسمت این حوزه است، اضافه کرد: تولید پوشاک با هزینه های بالایی روبه رو است، از این رو باید تلاش کنیم تا تولید را افزایش و هزینه ها را کاهش دهیم تا بتوانیم با پوشاک و تولیدات خارجی رقابت کنیم، در صورتی که حمایت های مسئولان به این موضوع جلب شود می توان مشکلات این حوزه را برطرف کرد.



رئیس اتحادیه پوشاک استان اصفهان با بیان اینکه بازار پوشاک امسال هم مانند سال گذشته با رکود مواجه است، گفت: در روزهای آینده درصد این رکود مشخص می شود. **ابراهیم خطابش** در گفت و گو با تسنیم با اشاره به وضعیت بازار پوشاک اظهار داشت: وضعیت بازار پوشاک همچون سال گذشته با رکود و البته گرانی اجناس مواجه است. وی به فرارسیدن فصل زمستان و آسیب رسیدن به پوشاک زمستانی اشاره کرد و افزود: از آنجایی که قیمت پوشاک زمستانی نسبت به بقیه فصول گران تر است مردم حاضر به تهیه البسه با این قیمت ها نیستند و این سبب آسیب رسیدن به پوشاک زمستانی شده است.

رئیس اتحادیه پوشاک استان اصفهان تصریح کرد: ممکن است تا یک ماه آینده با فروش فوق العاده و حراج پوشاک تا حدودی وضعیت بازار پوشاک به حد مطلوب برسد، همچنین امیدواریم با نزدیک شدن به عید نوروز بازار پوشاک از حالت رکود خارج و به وضعیت مطلوب نزدیک شود. وی با بیان اینکه اگر بازار پوشاک را در سال جاری نسبت به سال گذشته مقایسه کنیم، می توان گفت بازار پوشاک امسال هم مانند سال



ساخت دستگاه فعال سازی سطوح با عملیات پلازما در کارخانجات نساجی

این پژوهشگر واحد علوم و تحقیقات ادامه داد: در دستگاه طراحی شده از پلازما برای اصلاح سطحی منسوجات، حکاکی، تمیزسازی، پلیمریزاسیون، رسوب گذاری و ایجاد ساختار نانو استفاده می شود. ذرات فعال پلازما و واکنش نانو مقیاس آنها با سطح مواد باعث پارگی زنجیرها و ایجاد رادیکالهای آزاد می شود در حالی که خصوصیات توده مواد ثابت باقی می ماند.

وی اضافه کرد: در زمینه الیاف مصنوعی اکثر از تکنولوژی پلازما به منظور خواص آب دوستی، ضد الکتریسیته ساکن، رنگ پذیری و بهبود خواص چسبندگی در تولید کامپوزیت ها استفاده می شود. فرآوری پلازما سبب بهبود رنگ پذیری و چاپ پذیری منسوجات خواهد شد که این تاثیر گذاری بر روی الیاف طبیعی و مصنوعی مشترک است. خواصی همچون بهبود خاصیت موبینگی، افزایش مساحت خارجی، کاهش بلورهای سطحی،

ایجاد سایت های فعال و بسیاری دیگر می تواند پیامد عملیات پلازما باشد.

دکتر شهیدی تصریح کرد: دستگاه فعال سازی پلازما (Plasma Textile Activator) طراحی و ساخته شد. که در مقیاس نیمه صنعتی در مرکز تحقیقات فیزیک پلازما ساخته شد، می تواند در کارخانجات نساجی و ساخت قطعات پلیمری بسیار کاربردی باشد. بواسطه این دستگاه بدون نیاز به آب و مواد شیمیایی که اغلب گران قیمت و گاه سمی هستند، می توان عملیات تکمیلی را با بکارگیری پلازما انجام داد. وی افزود: از سویی دیگر، بحث رنگ پذیری منسوجات از مواردی است که در صنعت نساجی بسیار حائز اهمیت است. همواره تلاش می شود که عمق رنگی منسوجات افزایش یافته و همچنین ثبات شستشویی، نوری و سایشی رنگ را بر روی منسوج افزایش یابد. دکتر شهیدی ادامه داد: با کمک پلازما و با انتخاب فاکتورهای مناسب، می توان سطح منسوج را برای جذب رنگ و مواد شیمیایی بیشتر آماده سازی کرد. مدت زمان عملیات، اندک و محیط پلازما کاملاً خشک است. با کمک این دستگاه، میزان مصرف رنگ و مواد شیمیایی کاهش می یابد و این فرایند کاملاً دوستدار محیط زیست و مقرون به صرفه است.



به همت پژوهشگر مرکز تحقیقات فیزیک پلازمای واحد علوم و تحقیقات، دستگاه فعال سازی سطوح با عملیات پلازما (Plasma Textile Activator) طراحی و ساخته شد.

به گزارش ایسنا، دکتر شیلا شهیدی - پژوهشگر این واحد و مجری طرح دستگاه فعال سازی سطوح با عملیات پلازما - با بیان اینکه از اصلاح سطحی برای تغییر ترکیبات و یا ساختار و تغییر خواص الیاف و پلیمرها استفاده می شود، گفت: اصلاح سطحی به دلایلی نظیر بدست آوردن خواص سطح جدید، تأثیر گذاری روی بعضی خواص مثبت و از بین بردن خواص منفی مانند کاهش نپ، افزایش ظرفیت جذب و... همواره مدنظر محققان بوده است. وی افزود: در آینده به خاطر کاهش مبلغ مواد تولیدی فرایندهایی مثل اصلاح سطحی که مواد بی ارزش را به مواد تکمیل شده با ارزش تبدیل می کنند، بسیار حائز اهمیت است و فاکتور بسیار مهمی برای تضمین موفقیت صنعت خواهد بود. از این رو امروزه اصلاح سطحی پلیمرها و الیاف بسیار مورد توجه پژوهشگران در صنعت پلیمر و نساجی قرار گرفته است.

وزیر صنعت، معدن و تجارت از کارخانه نساجی فردوس بازدید کرد



محمد رضا نعمت زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت از مراحل خط تولید کارخانه در حال بهره برداری نساجی شهرستان فردوس بازدید کرد. در این بازدید چند تن از معاونان و مشاوران وزارتخانه، سید علی اکبر پرویزی استاندار خراسان جنوبی، محمد رضا امیر حسنجانی نماینده مردم شهرستان های فردوس، طبس، بشرویه و سرایان حضور داشتند.

نعمت زاده و هیات همراه پس از بازدید از خط تولید کارخانه نساجی فردوس این شهر را به مقصد طبس ترک کرد. کارخانه نساجی فردوس با ظرفیت تولید سالانه سه هزار و ۲۰۰ تن انواع نخ و بسکوز و پلی استر توانسته برای بیش از ۱۸۰ نفر در منطقه اشتغال ایجاد کند. شهر فردوس در ۱۹۵ کیلومتری شما بیرجند مرکز خراسان جنوبی قرار دارد.



طبق آمار گمرک؛ صادرات ژاکت ورزشی مردانه به آلمان و استرالیا!

طبق آمار منتشر شده توسط گمرک جمهوری اسلامی ایران در ۷ ماه منتهی به مهر ماه امسال بیش از ۴۸۹ تن ژاکت ورزشی مردانه از کشور صادر شده است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان؛ طبق آمار منتشر شده توسط گمرک جمهوری اسلامی ایران در ۷ ماه منتهی به مهر ماه امسال بیش از ۴۸۹ تن ژاکت ورزشی مردانه از کشور صادر شده است. ارزش این میزان صادرات ۷,۳۳۱,۶۷۹ و ارزش ریالی آن ۲۲۶,۸۶۴,۸۸۹,۷۴۰ بوده است. لازم به ذکر است که عمده صادرات این محصول به کشورهای آلمان، استرالیا، قزاقستان، افغانستان، قرقیزستان، ازبکستان و تاجیکستان بوده است.

ماه	کشور طرف مبادله	وزن (ک.گ)	ارزش ریالی	ارزش دلاری
1	استرالیا	635	63,577,500	2,100
1	افغانستان	36,839	16,720,513,275	532,585
2	افغانستان	40,645	18,425,436,717	607,590
2	قرقیزستان	2,904	1,320,017,568	43,352
3	افغانستان	42,781	19,589,899,345	643,630
3	قرقیزستان	1,022	467,471,760	15,337
4	آلمان	24	10,879,913	353
4	افغانستان	70,010	32,226,774,695	1,049,198
4	تاجیکستان	3,531	1,620,199,350	52,965
4	قرقیزستان	1,411	646,381,160	21,172
5	افغانستان	52,103	24,167,081,020	780,393
5	قرقیزستان	13,372	6,219,040,380	200,530
6	ازبکستان	6,731	3,143,545,275	100,965
6	افغانستان	75,759	35,650,993,184	1,142,684
6	قرقیزستان	11,626	5,435,761,290	174,390
7	ازبکستان	3,762	2,714,766,300	86,430
7	افغانستان	84,405	39,655,093,075	1,260,893
7	تاجیکستان	20,378	9,636,695,550	305,670
7	قرقیزستان	18,764	8,844,169,163	281,460
7	قزاقستان	652	306,593,220	9,780

پنبه وارداتی ۴۰۰ تا ۶۰۰ تومن گران تر از پنبه داخلی



مدیرعامل صندوق پنبه در گفت و گو با ایانا با بیان اینکه نیاز صنایع نساجی کشور ۱۰۰ هزار تن است، گفت: ۴۰ هزار تن از این نیاز در داخل کشور تولید و ۶۰ هزار تن آن از طریق واردات از کشورهای ازبکستان، تاجیکستان و ترکمنستان تأمین می شود. محمدحسین کاویانی با تأکید بر کیفیت بالای پنبه تولیدی کشور، افزود: در سال های نه چندان دور، پنبه ایران به بیش از ۲۰ کشور جهان صادر می شد، اما امروز با کاهش سطح زیر کشت این محصول، صنایع نساجی برای تأمین نیاز خود مجبور به واردات پنبه هستند.

وی بذر نامرغوب و هزینه بالای برداشت را از دلایل اصلی بی رغبتی کشاورزان به کشت پنبه دانست و بیان کرد: این عوامل باعث شده است که پنبه در مقایسه با سایر محصولات از صرفه اقتصادی پایین تری برخوردار باشد. کاویانی ادامه داد: کشت رقم های پنبه ای که در حال حاضر در اختیار کشاورزان است حداقل هشت ماه از سال زمین را اشغال می کند و فقط برداشت آنها دو تا سه ماه زمان می برد، زیرا محصول یکدست نبوده و به تدریج آماده برداشت می شود.

وی عنوان کرد: زمان برداشت پنبه مصادف با زمستان است که این امر باعث سختی کار برای کارگران و افزایش دستمزد می شود که در نهایت قیمت تمام شده را افزایش می دهد. مدیرعامل صندوق پنبه با بیان اینکه برداشت سنتی و با دست پنبه باعث ریزش این محصول و کاهش تولید می شود، یادآور شد: به دلیل گرانی ماشین آلات برداشت پنبه، امکان دسترسی همه کشاورزان به این ماشین آلات وجود ندارد. کاویانی تأکید کرد: تأمین بذور با کیفیت و اصلاح شده که رشد یکدست داشته باشد و پرداخت یارانه های برای خرید ماشین آلات برداشت می تواند عملکرد پنبه کشور را در واحد سطح تا بیش از دو برابر افزایش دهد. کاویانی در پایان اضافه کرد: امسال حدود ۶۶ هزار هکتار از مزارع کشور زیر کشت پنبه رفت و به نظر می رسد میزان تولید پنبه و ش در سال جاری به ۱۵۰ هزار تن و پنبه مخلوط استحصال شده از آن به حدود ۴۰ هزار تن برسد.



تعرفه‌های ترجیحی جدید ایران و ترکیه به تعویق افتاد

ترکیه آغاز کنیم. این امکان وجود دارد که ترکیه اجناس تولیدی آلومینیومی، لوله‌های مسی و گندله‌های فلزی را از ایران وارد کند، چراکه در حال حاضر به جای ایران چنین کالاهایی را از کشورهای دورتر خریداری می‌کند؛ با صادرات خیار و خربزه نمی‌توانیم به تجارت ۳۰ میلیارد دلاری با ترکیه برسیم.

دبیرکل شورای مشترک بازرگانی ایران و ترکیه افزود: ترکیه برای واردات این محصولات به کشورهایی مثل چین و روسیه امتیازاتی در تعرفه‌ها می‌دهد، در حالی که این تعرفه‌ها را برای ایران در نظر نمی‌گیرد. امروز به دلیل همین مسئله تولیدکنندگان ایرانی که بازار ترکیه را در اختیار داشتند با مشکلاتی روبرو شدند.

اگر ترکیه تعرفه‌هایش را برای ایران پایین بیاورد مطمئناً با توجه ظرفیت‌های موجودی که ما در سنگ آهن، زغال سنگ و گندله‌های فلزی داریم و از طرفی هم نیاز ترکیه به این کالاها، امکان افزایش ارزش صادرات به ترکیه وجود دارد.

ابراهیمی تصریح کرد: نمی‌توان صرفاً با صادرات خیار، خرما و خربزه به ترکیه به سقف و هدف تعیین شده تجاری ۳۰ میلیارد دلاری با ترکیه رسید، بلکه باید زمینه‌های صادراتی دیگر را هم گسترش دهیم.

باید بتوانیم نیازها و کمبودهای مان را از بازارهای همسایه تعریف کنیم و اگر قیمت‌های مان مناسب و قابل رقابت با دیگر کشورها باشد این شرایط فراهم‌تر خواهد بود.



دبیرکل شورای مشترک بازرگانی ایران و ترکیه اعلام کرد که به دلیل برخی مسائل سیاسی پیش آمده در ترکیه و افت ارزش لیر، تعرفه‌های ترجیحی جدیدی که قرار بود بین ایران و ترکیه برقرار شود به تعویق خواهد افتاد.

سید جلال ابراهیمی در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: اخیراً قرار بود در نشست با حضور معاون اول رئیس‌جمهور و بعضی مسئولان اقتصادی ترکیه کمیسیون تجارت ترجیحی تشکیل شود و بخشی از اقلام و اجناس جدید در لیست تعرفه‌های ترجیحی گنجانده شود که این اقدام به تعویق افتاده است. وی همچنین درباره ظرفیت‌های صادراتی ایران به ترکیه که در حال حاضر به شکل مطلوبی استفاده نمی‌شود، ادامه داد: ایران در زمینه صادرات تنها یک اقتصاد کشاورزی نیست، ما باید بتوانیم صادرات اجناس فلزی را به

امسال چقدر دکمه وارد شد؟

براساس آمار گمرک در هشت ماهه نخست سال ۹۵، بیش از ۷۸۰ تن دکمه از کشورهای مختلف جهان وارد ایران شده است.

به گزارش خبرگزاری خبرآنلاین، براساس آمار گمرک در هشت ماهه نخست سال جاری بیش از ۷۸۰ تن انواع دکمه از جنس مواد پلاستیک و فلزات وارد کشور شده است. براساس واردات این حجم دکمه از کشورهای مختلف جهان، ۲ میلیون و ۲۱ هزار و ۶۸۴ دلار، ارزش کشور خارج شده است.

لازم به ذکر است که ارزش ریالی این میزان واردات، بیش از ۶۲ میلیارد ریال در آمار گمرک به ثبت رسیده است.

گفتنی است دکمه از کشورهای امارات متحده عربی، تایوان، ترکیه، چین و قطر وارد ایران شده و در این بین چین بزرگترین صادر کننده دکمه به ایران بوده است.





طبق آمار گمرک؛ واردات پوشاک بزرگسالان از دانمارک و ترکیه

بر اساس آمار گمرک در ۷ ماه منتهی به مهر ماه سال جاری بیش از ۳۶۵ تن پوشاک بزرگسالان وارد کشور شده است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان بر اساس آمار گمرک در ۷ ماه منتهی به مهر ماه سال جاری بیش از ۳۶۵ تن پوشاک بزرگسالان به ارزش دلاری ۱,۳۷۵,۳۱۷ و ارزش ریالی ۴۲,۳۰۶,۳۶۳,۲۷۱ وارد کشور شده است.

کشور دانمارک با صادرات ۱۵۲ تن و ۵۳ کیلوگرم پوشاک بزرگسالان به کشور با ارزش دلاری ۵۲۰,۲۴۸ و ارزش ریالی ۱۶,۱۴۴,۹۲۰,۳۸۶ در رتبه اول و پس از ترکیه با صادرات ۱۱۰ تن و ۱۱۳ کیلوگرم به کشور با ارزش دلاری ۳۱۸,۷۵۸ و ارزش ریالی ۹,۷۳۰,۴۱۷,۴۸۲ در رده دوم قرار دارد.

ماه	کشور طرف مبادله	وزن (ک.گ)	ارزش ریالی	ارزش دلاری
۳	آلمان	2,112	280,794,760	9,252
۳	تایوان	13,702	3,301,330,091	108,290
۳	ترکیه	17,810	1,516,479,028	50,055
۳	ترکیه	19,950	1,574,981,077	51,897
۳	دانمارک	12,807	1,109,333,286	36,579
۳	هلند	28,528	3,651,045,398	120,302
۴	دانمارک	12,000	1,107,866,578	36,397
۴	هلند	20,292	2,607,376,122	85,527
۵	چین	2547	196,532,888	6,368
۵	تایوان	13702	3,407,962,948	110,098
۵	ترکیه	21285	1,962,480,879	63,583
۵	دانمارک	47500	5,175,865,578	168,270
۵	آلمان	22827	2,986,256,196	96,474
۷	ترکیه	51068	4,676,476,498	153,223
۷	دانمارک	79746	8,751,854,944	279,002

رئیس اتحادیه کالای کشفیات: ترکیه دروازه ورود پوشاک چینی شده است



تعرفه ترجیحی بین ایران و ترکیه سبب شده این کشور تبدیل به دروازه واردات کالاهای چینی بشود به طوری که امروز شرکت‌های ترک سفارش کالای خود را به چین می‌دهند. رئیس اتحادیه تولید کنندگان و فروشندگان کالای کشفیات و جوراب تهران در گفت‌وگو با ایلنا، در رابطه با مهم‌ترین مشکل اعضای این اتحادیه گفت: مانند بیشتر صنفاها ما نیز با مشکل قاچاق کالا روبرو هستیم و با وجود تذکرهای متعددی که هیئت رئیسه اتاق اصناف در مورد این پدیده شوم و تهدید صنایع ملی داده‌اند اما همچنان این مسئله تبدیل به مهم‌ترین دغدغه ما شده است. علی اصغر بهبهانی ادامه داد: تعرفه ترجیحی که بین ایران و ترکیه وجود دارد سبب شده این کشور تبدیل به دروازه واردات کالاهای چینی بشود به طوری که امروز شرکت‌های ترک سفارش کالای خود را به چین می‌دهند و سپس سفارش خود را با اسم تولید ترکیه و با استفاده از تعرفه ترجیحی وارد کشور می‌کنند. وی ادامه داد: این واردات در حالی صورت می‌گیرد که تریکو، بلوز، بافت حلقه‌ای و کشفیات همه داخل کشور تولید می‌شود و کالاهای چینی که به اسم ترکیه وارد می‌شوند تبدیل به رقبای ما شده‌اند این درحالیست که کیفیت کارهای ایرانی به مراتب بالاتر از چینی است و در واقع این کالاها تحت نام برند ترکیه‌ای توانسته‌اند در ایران بازار پیدا کنند همین عامل سبب شده که امروز نزدیک به ۵ میلیارد دلار ما در این صنف قاچاق داشته باشیم.

رئیس اتحادیه تولید کنندگان و فروشندگان ادامه داد: در این صنف ظرفیت اشتغال بالا است و اگر حمایت‌های لازم از سوی دولت و بانک‌ها صورت بگیرد می‌توان قشر عظیمی از افراد بیکار را جذب کرد هر چند رکود در سالهای اخیر سبب شده که نزدیک به ۱۵ درصد از کارگاه‌های ما مجبور شوند کار خود را تعطیل کنند. بهبهانی در رابطه با وضعیت اتحادیه گفت: اتحادیه تولید کنندگان و فروشندگان کالای کشفیات و جوراب مانند سایر اتحادیه‌ها به دلیل کثرت اعضا دارای اختلاف سلیقه است اما همگی در نهایت در جهت پیشبرد منافع اعضا حرکت می‌کنند این اتحادیه دارای ۳۵۰۰ عضو تولید کننده و هزار عضو فروشنده است و یکی از بزرگ‌ترین اتحادیه‌های کشوری است.



معاون صنایع سازمان صنعت: صنعت نساجی استان یزد تمایلی به استفاده از ماشین آلات نو ندارد

اظهار داشت: بخش صنعت نساجی استان تمایلی به استفاده از ماشین آلات نو ندارند و معتقدند استفاده از ماشین آلات نو توجیه اقتصادی ندارد. وی با بیان اینکه از نگاه فعالان این عرصه استفاده از ماشین آلات دست دوم با برندهای معتبر اروپایی برای نساجی استان توجیه اقتصادی دارد ادامه داد: اگر ماشین آلات را با آخرین تکنولوژی روز بیاوریم امکان استفاده از آن را چه در سطح مواد اولیه مصرف چه در سطح اتوماسیون نداریم. معاون صنایع سازمان صنعت، معدن و تجارت یزد با بیان اینکه ماشین آلات دست دوم با نو تنها در سطح اتوماسیون متفاوت است عنوان کرد: اگر در زمینه نساجی ماشین آلات نو بیاوریم امکان تامین مواد اولیه آن نیز وجود ندارد. وی با تاکید بر اینکه ماشین آلات نساجی با کارکرد کوتاه به مراتب بهتر از ماشین آلات نو توجیه اقتصادی دارد اظهار داشت: در دوسال گذشته ۴۰۰ دستگاه بافندگی وارد استان شده که بعید می دانم کمتر از ۶ مورد دارای تکنولوژی باشد. فلاح اضافه کرد: عمدتاً واحدهای نساجی استان با دستگاههای دست دوم مناسب کار کردند که موفق هم هستند و این رویه تأثیری در کیفیت کار و یا بازگشت اعتبارات بانکی ندارد.



معاون صنایع سازمان صنعت، معدن و تجارت یزد با اشاره به تلاش برای خرید ماشین آلات دست دوم در صنعت نساجی گفت: صنعت نساجی استان تمایلی به استفاده از ماشین آلات نو ندارد. به گزارش خبرگزاری فارس از یزد، جلیل فلاح در سی و سومین نشست کارگروه تسهیل و رفع موانع تولید استان یزد

اختصاص ۲۲۰ میلیارد ریال برای خرید ماشین آلات شرکت صنایع بلوچ ایرانشهر

که در ۶۶ ماه نخست سال آینده این مجموعه با ماشین آلات پیشرفته ریسندگی و بافندگی فعالیت خود را در سه شیفت کاری آغاز خواهد کرد. وی بیان کرد: شرکت گسترش صنایع بلوچ ایرانشهر از سال آینده توان تولید روزانه بیش از ۵۰ هزار متر پارچه مرغوب را خواهد داشت. مدیرعامل شرکت گسترش صنایع بلوچ ایرانشهر با اشاره به اهمیت راه اندازی این واحد نساجی گفت: با ماشین آلات جدید، تولید پارچه در این مجموعه به بیش از ۲۸ میلیون متر در سال می رسد. وی افزود: با توجه به تأکیدات رهبر معظم انقلاب دولت هیچ گونه محدودیت مالی برای بازسازی و نوسازی شرکت گسترش صنایع بلوچ ایرانشهر ندارد. سجادی گفت: ۹۰ میلیارد ریال نیز در هفته گذشته برای پرداخت سنوات بازنشستگان به این واحد نساجی اختصاص یافته به طوری که پرداخت سنوات به کارگران بازنشسته آغاز شده است. ساخت کارخانه بافت بلوچ در سال ۱۳۵۳ در زمینی به گستره ۱۵۰ هکتار آغاز شد و در سال ۱۳۶۲ به طور رسمی آغاز به کار کرد. این واحد نساجی در ۲ دهه نخست فعالیت مطلوبی داشته است به طوری که بیش از ۲ هزار نفر در آن مشغول کار بودند اما پس از مدتی به دلایل مختلف فعالیت کاهش چشمگیری یافت. با عنایت دولت تدبیر و امید این کارخانه دوباره احیا شد و هم اینک حدود ۱۳۰ نفر در این واحد نساجی مشغول کار هستند.



مدیرعامل شرکت گسترش صنایع بلوچ ایرانشهر گفت: با توجه به تأکید رهبر معظم انقلاب که باید این واحد نساجی احیا و به اوج تولید برسد دولت ۲۲۰ میلیارد ریال اعتبار برای خرید ماشین آلات مدرن با فناوری جدید برای آن اختصاص داده است. سید عبدالحسین سجادی در گفت و گو با ایرنا اظهار داشت: قرارداد خرید ماشین آلات جدید با شرکت خارجی بسته شده به طوری



رئیس موسسه تحقیقات پنبه کشور: من برخلاف دیگران معتقدم پنبه رو به بهبود است

تا برداشت محصول پنبه ۷ ماه طول می کشید و کشاورز ۷ ماه درگیر مراقبت از این محصول بود. اما در حال حاضر در موسسه ارقام جدیدی تولید کرده که این دوره ۷ ماهه به ۱۲۰ روز کاهش پیدا کرده است. یعنی کشاورزان دو ماه و نیم صرفه جویی در زمان، مبارزه با آفات، استفاده از آب و مراقبت دارند و این محصول می تواند در الگوی کشت به عنوان کشت دوم قرار بگیرد. چون در گذشته این مدت زمان کشت این محصول طولانی بود و در الگوی کشت قرار نمی گرفت اما حالا این اتفاق افتاده و پنبه تا حدودی جایگاه خود را پیدا کرده است. روشنی اظهار داشت: دلیل دیگر نقش دولت است. در سال های اخیر دولت حمایت های بسیار خوبی از این محصول به ویژه در نرخ خرید تضمینی داشت است. طبق آمار متوسط نرخ خرید تضمینی این محصول از باقی محصولات بیشتر است. وی با اشاره به رغبت کشاورزان در تولید این محصول گفت: کشاورزان نیز با حمایت های دولت رغبت بیشتری برای تولید این محصول پیدا کرده اند. رئیس موسسه تحقیقات پنبه کشور افزود: یکی از مشکلات کشاورزان در تولید محصول پنبه عدم وجود کارگر و ماشین آلات مدرن بود که پس از طرح های مطرح شده توسط این سازمان به همت یکی از دانشجویان ماشین کوچکی برای روش مکانیزاسیون ساخته شده که اگر دولت تسهیلات خوبی برای تکثیر این نوع ماشین بدهد وضعیت پنبه روز به روز بهتر خواهد شد.

روشنی ادامه داد: در حال حاضر سرعت سقوط سطح زیر کشت پنبه متوقف شده و این باعث خوشحالی است و امیدواریم سطح زیر کشت این محصول از این پس افزایش پیدا کند که نتایج به زودی مشخص خواهد شد. امیدواریم سودجویان دست از واردات برداشته و صادرات این محصول را رونق ببخشند. چرا که تا کنون این محصول که یکی از محصولات مرغوب بین کشورهای دیگر است تا به حال صادرات نداشته است. وی ادامه داد: در خصوص کشت فراسرزمینی این محصول نیز احتمال ایجاد تفاهم نامه با سودان وجود دارد.

مجری طرح پنبه وزارت جهاد کشاورزی گفت: در نظر داریم طبق برنامه تا افق ۱۴۰۴، ۱۰۰ درصد نیاز پنبه کشور از تولیدات داخلی تامین شود. به گزارش ایرنا، ابراهیم هزار جریبی پیش بینی کرد تا پایان برنامه پنجساله ششم توسعه پنبه مورد نیاز کشور به میزان ۲۹۲ هزار تن با عملکرد تولید ۲ هزار و ۸۹۴ کیلوگرم در هر هکتار، معادل ۷۰ درصد در داخل تولید شود. وی اظهار داشت: سطح زیر کشت پنبه در برنامه ششم توسعه به ۱۰۰ هزار هکتار خواهد رسید.

هزار جریبی توسعه کشت نشایی را یکی از راهکارهای افزایش تولید پنبه در کشور عنوان و تصریح کرد: در برنامه ششم توسعه از ۱۰۰ هزار هکتار پیش بینی سطح زیر کشت پنبه، ۴۰ هزار هکتار کشت نشایی و ۶۰ هزار هکتار کشت مستقیم انجام خواهد شد.



با توجه به اخباری که در خصوص محصول پنبه در این روزها شنیده می شود نگرانی از بین رفتن این محصول در دل مردم و فعالان در این بخش ریشه دوانده و بیشتر شده است.

خوشبختانه تولید پنبه نسبت به چند سال اخیر بهبود پیدا کرده و با حمایت هایی که دولت در این سال ها از تولید پنبه داشته موجب امیدواری بیشتر کشاورزان برای تولید این محصول شده است. همچنین موسسه تحقیقات کشت از تولید این محصول ابراز امیدواری کرده و تاکید کرد که جای نگرانی نیست.

دکتر قربانعلی روشنی، رئیس موسسه تحقیقات پنبه کشور در این باره گفت: موسسه تحقیقات پنبه یک نهاد ملی برای یافتن مشکلات کشاورزان در تولید این محصول است. ما ۷ سال قبل دو رقم زراعی از این محصول را در کشور داشتیم که به روز نگه داشتن و خالص سازی این دو رقم نیز کار پیچیده ای نبود؛ اما در حال حاضر ایران در کشت پنبه ۱۳ رقم تجاری دارد.

روشنی ادامه داد: فعالیت های موسسه نیز با این افزایش رقم چند برابر شده است. من برخلاف نظر دیگران و خبرگزاری ها معتقدم وضعیت پنبه رو به بهبود است. برای این حرف هم دلایلی دارم؛ یکی از این دلایل حضور بخش های خصوصی است که به زودی در این زمینه فعالیت می کنند. وی افزود: در گذشته بارها بر دوش دولت بود و هیچ بخش خصوصی خود را ملزم به دخالت در کشت پنبه نمی دانست. البته منافع اقتصادی هم برایشان وجود نداشت که علاقه مند به ورود در توسعه کشت و صادرات پنبه باشند. اما در حال حاضر اوضاع تغییر کرده است. آستان قدس رضوی دو رقم از بزرگترین ارقام تجاری ما را خریداری کرده و از زمانی که این دو رقم را خریدند، پنبه از ۱۰۰۰ هکتار در عرضه خود این شهر بیشتر شده است؛ این موضوع باعث منفعت خود آنهاست. همچنین اتحایه تعاونی پنبه کاران نیز دو رقم از ارقام پنبه ما را از ما خریداری کرده است. رئیس موسسه تحقیقات پنبه کشور تصریح کرد: در سال های اخیر مراحل کشت



بازار پوشاک در محاصره اجناس خارجی / دولت در زمینه واردات مدیریت داشته باشد

اخیر به ایران وارد شده‌اند و همچنان وارد می‌شوند اما در این میان از رشد واردات رسمی و همچنین قاچاق پوشاک به داخل ایران در سالهای گذشته نباید غافل شد که تأثیرات جدی را بر صنعت پوشاک ایران گذاشته است. از پوشاکی که به صورت رسمی یا قاچاق وارد کشور می‌شوند بیشترین سود سهم واردکننده می‌شود و نابودی تولیدکنندگان داخلی را در پی دارد. تامین ۸۰ درصد نیاز بازار مصرف از واردات کشور سبب شده که در طی سالهای اخیر، ظرفیت تولید کارخانه‌ها و کارگاههای نساجی و پوشاک کشور به نصف برسد و بسیاری از آنان اعلام ورشکستگی کنند. حدود ۶۰ تا ۷۰ درصد پوشاک خارجی از چین و ۳۰ تا ۴۰ درصد نیز از ترکیه به کشور وارد می‌شود و تولید کنندگان خارجی از مشوق های قابل توجهی برای صادرات محصول خود برخوردار هستند.

قیمت پایین، کیفیت متوسط به بالا، تنوع در طراحی و رنگ از عمده‌ترین انگیزه فروشندگان و خریداران اجناس وارداتی است که البته به این موارد باید سودجویی و طمع دلالتان بازار پوشاک را هم اضافه کرد که اجازه رشد و پیشرفت تولید پوشاک ایرانی را با وارد کردن اجناس قاچاق چینی خوش رنگ و لعاب، که بی کیفیت اما ارزان هستند، نمی‌دهند و در این میان اخبار خوشی از تولیدات ایرانی به گوش نمی‌رسد.

بر اساس آمار در سال گذشته، واردات شال، چادر، روسری و مقنعه مجموعاً به بیش از ۱۰۰ تن رسیده است و نزدیک به ۸۷۴ میلیون تومان چادر مشکی و روسری تنها از مبادی رسمی به ایران وارد شده است که سهم چین از این واردات ۷۰ درصد است.

در این میان نیز نباید از ورود کالاهای قاچاق به کشور غافل شد. بر اساس گزارش‌های ستاد مبارزه با قاچاق، حجم کالاهای قاچاقی ورودی به کشور در سال بین ۱۶ تا ۲۰ میلیارد دلار است که محصولات نساجی (پارچه، پوشاک و پتو) با ۲/۳ میلیارد دلار سهم بالایی در قاچاق دارد.

این مسئله در استان مرکزی هم مطرح است تا جایی که در ۶ ماهه اول امسال در استان مرکزی، پرونده قاچاق پوشاک با محکومیت دو میلیارد و یکصد میلیون ریال در شهرستان دلجان تشکیل شده است.

اما مسئله مهمتر آن است که ورود پوشاک وارداتی سبب کم‌رنگ شدن هویت ایرانی و رواج مدهای بیگانه می‌شود. مدهایی که هرچند با فرهنگ ایرانی و اسلامی فاصله دارند اما در سایه غفلت‌ها آرام آرام جای خود را در میان اجتماع باز می‌کنند.



نباید فراموش شود که واردات هوشمندانه کالا علاوه بر این که به اقتصاد کشور صدمه ای وارد نمی‌کند، بلکه با افزایش عرضه، شرایط مناسبی را برای خریداران نهایی یعنی مردم ایجاد می‌کند. به گزارش دیار آفتاب؛ مدیریت واردات یکی از مهمترین و اصلی‌ترین برنامه‌های مدیریت منابع ارزی، رونق اقتصاد داخل کشور و حفظ و توسعه اشتغال است.

واردات (رسمی و قاچاق) بی‌رویه کالاهای خارجی، به خصوص واردات کالاهایی که در داخل کشور تولید می‌شوند می‌تواند به شکسته شدن کمر تولیدکنندگان داخلی منجر شود.

مطابق آمار منتشرشده از سوی گمرک ایران، حجم صادرات ایران در پایان فصل پاییز از نظر ارزشی معادل ۳۱ میلیارد و ۵۹۳ میلیون دلار گزارش شده و حجم واردات ایران از نظر ارزشی معادل ۳۱ میلیارد و ۵۳۸ میلیون دلار گزارش و وزنی با کاهش بیش از ۳ درصدی مواجه بوده است.

اما نگاهی به آمار کالاهای وارد شده به داخل کشور نشان می‌دهد که برخی از کالاهای وارداتی نمونه‌های مرغوب داخلی نیز دارند. هر چند با برنامه‌ریزی‌هایی می‌توان از تولید کنندگان داخلی حمایت و میزان تولید آنان را افزایش داد اما آمارها حکایت از مطالب دیگری می‌کند.

از ابتدای سال ۹۵ تاکنون، کالاهایی نظیر دانه روغنی سویا، شکر، ذرت دامی، گوشت، سنجاق قفلی و همچنین کالاهای غیر ضرور به داخل کشور وارد شده است. البته ناگفته نماند که واردات کالاهای غیر ضرور و مصرفی به داخل کشور نظیر جوراب، لباس و متعلقات آن، لباس نوزاد و کشفاف گرفته تا کاغذ، پاکت نامه، جعبه، کیسه، آلبوم، کیف و... همه و همه در طی ۱۰ سال



قاچاق در تار و پود بازار پارچه

چون پارچه‌های معمول و پرمقتضی کاملا شناخته شده‌اند و کمتر می‌توان در این زمینه تخلف کرد. به‌عنوان مثال، بیشتر پارچه‌های گرانقیمت سنگ‌دوزی شده که از هند و پاکستان وارد ایران می‌شود، کاملا غیرقانونی وارد شده و هیچ مالیات و عوارضی برای آنها به دولت پرداخت نشده است. هاشم فولادیان اصل، یکی از فعالان بازار رومبلی و پرده در محدوده دروازه شمیران هم به خبرنگار ما اظهار کرد: وقتی صحبت از پارچه می‌شود، ناخودگاه ذهن اغلب افراد به سمت پارچه‌های معمولی برای تولید پوشاک خواهد رفت در حالی که تنوع در این بازار آنچنان است که باید در نظر داشته باشیم تنوع در سودجویی هم به همان اندازه بزرگ است.

فولادیان اصل با اشاره به تغییر مسیر سودجویی برخی افراد افزود: اکنون ورود منسوجات دوخته شده در قالب انواع پوشاک آنچنان زیاد شده که تقریباً مصرف پارچه‌های معمولی زیاد طرفدار ندارد به همین دلیل سود در واردات پارچه‌های خاص برای رومبلی یا پرده بیشتر شده است و آن گروه از افراد که به دنبال منافع شخصی خودشان هستند، بیشتر به این بازار تمایل نشان می‌دهند.

امیر قدیمی‌نژاد، رئیس اتحادیه بنکداران و طاقه‌فروشان پارچه تهران گفت: به اعتقاد اتحادیه بهترین راه کنترل قاچاق، مبادی ورودی است، چون تعداد این ورودی‌ها کاملاً مشخص و قابل کنترل است، اما نظارت بر سطح کلان بازار با صدها هزار واحد خدماتی، نه تنها هزینه بالایی دارد بلکه ممکن است باعث القای شرایط روانی نامطلوب نیز بشود. وی افزود: وقتی کالایی وارد خاک ایران شد دیگر نمی‌توان به آن قاچاق گفت، چون به نوعی در چرخه اقتصادی صنوف مختلف وارد خواهد شد و جدا کردن آن مستلزم برهم زدن آرامش بازار است که می‌تواند حتی نتایج بدتری برای اقتصاد کشورمان داشته باشد، به همین دلیل پیشنهاد ما این است که از مبادی ورودی بخصوص بازارچه‌های مرزی و همچنین مناطق آزاد این معضل کنترل بیشتری شود. قدیمی‌نژاد درباره تعیین تعرفه برای واردات پارچه گفت: هر زمان که تعرفه‌های غیرمنطقی برای کالاها تعیین شده است، شاهد افزایش قاچاق بوده‌ایم، بنابراین با استفاده از اهرم تعرفه می‌توانیم بسیاری از مشکلات قاچاق کالا را کنترل کنیم. سعید رضایی از کسبه خیابان مولوی درباره برخورد مسئولان با فروش کالاها قاچاق گفت: از ابتدای مهر که بحث برخورد با کالای قاچاق در سطح عرضه شدید شده است. کمتر شاهد عرضه کالاها قاچاق هستیم، اما نباید بر این باور باشیم که معضل قاچاق برای همیشه از بازار پارچه رفته است.

رضایی افزود: اکنون مهم‌ترین شیوه مورد استفاده متخلفان، بحث کم‌اظهاری است به این صورت که پارچه‌های بسیار گران‌بها را با تعرفه خرده پارچه یا پارچه‌های ارزان قیمت وارد ایران می‌کنند. بنابراین بهترین گزینه برای کنترل معضل قاچاق در صنف پارچه‌فروشی این است که مبادی ورودی کالاها را به شدت کنترل کنیم.

این فعال صنفی درباره کاهش شدید واردات غیرقانونی به شیوه سنتی گذشته نیز گفت: با افزایش قیمت محصولات، کسبه ریسک تحویل کالاها خود را به باربران نمی‌کنند و می‌کوشند با استفاده از مبادی ورودی ولی با تعرفه پایین‌تر کالاهایشان وارد شود که خودشان بر آن نظارت داشته باشند.



تقریباً ۳ ماه از آغاز طرح مقابله با قاچاق در سطح بازارهای مختلف به وسیله اتحادیه‌های صنفی گذشته است و هنوز اخبار بازرسی‌ها و شدت عمل در مقابله با قاچاق به گوش می‌رسد، اما در بررسی بازار می‌بینیم معضل قاچاق در تار و پود پارچه کشورمان تنیده شده است. با توجه به شرایط فعلی، میزان تولید صنعت نساجی کشورمان تقریباً حدود ۷۰۰ میلیون مترمربع در سال و میزان مصرف رقمی معادل یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون مترمربع برآورد شده است. در این زمینه بیشتر پارچه‌های مورد نیاز تولیدی‌های صنعت پوشاک ایران، وارداتی بوده و تنها نزدیک به ۴۰ درصد نیاز تولیدکنندگان، پارچه‌های تولیدشده در خاک ایران است.

رضا همتیان، یکی از کسبه کوچه برلن به خبرنگار ما گفت: با توجه به این که صنعت نساجی ایران توان تأمین نیازهای بازار کشورمان را ندارد، معمولاً واردات در این زمینه صورت می‌پذیرد، اما در این میان برخی سودجویان برای رسیدن به سودهای کلان اقدام به دور زدن قانون با استفاده از خلأهای موجود می‌کنند.

همتیان افزود: روند واردات پارچه به ایران کار زیاد پیچیده‌ای نیست و تعرفه‌ها هم تقریباً معقول تعیین شده‌اند، اما مشکل اصلی این است که اصولاً شرایط تخلف بسیار جذاب است و گروهی به این دلیل اصلاً استفاده از شیوه‌های قانونی را در نظر ندارند و فقط به راهکارهای غیرقانونی فکر می‌کنند.

وی با اشاره به این که اغلب محصولات موجود در بازار چینی است، تأکید کرد: روند واردات این کالاها با توجه به وزنی که دارند، معمولاً به صورت کم‌اظهاری از گمرک صورت می‌پذیرد یا این که اصلاً بار از کردستان عراق با استفاده از حیوانات چهارپا وارد بازار داخلی ایران می‌شود. اما مدتی است که شیوه ورود کالا از مناطق آزاد مرسوم شده و اغلب این محصولات از مناطق آزاد تجاری و بازارچه‌های مرزی وارد ایران می‌شوند. از سوی دیگر بهناد خراسانی، یکی از پارچه‌فروشان عمده در خیابان زر تشمت به خبرنگار ما توضیح داد: با توجه به این که بر خرده‌های مقابله با قاچاق بسیار شدید شده، اکنون بیشتر محصولات موجود فروشگاه‌ها دارای مدارک قانونی هستند، اما مشکل اصلی در بخش پارچه تولیدی‌های بزرگ است. وی معتقد است، هر چه پارچه‌ها خاص‌تر باشد، میزان تخلف در آنها بیشتر است.



رکود به بازار پوشاک رسید

وی افزود: شرایط باید به سمتی پیشروی کند که فضای بیشتری برای حضور تولیدکنندگان همدانی در سطح بازار استان مهیا شود بر این اساس بخشی از پوشاک که قرار است در استان و در بازار داخل عرضه شود باید علاوه بر رعایت استانداردهای مربوط به بومی سازی، هویت ایرانی اسلامی را کنار خود داشته باشد و طراحی‌ها نیز بر این اساس انجام شود.

رئیس اتحادیه پوشاک و صنایع وابسته همدان تأکید کرد: در حال حاضر حضور برندهای درجه سوم ترکیه‌ای در بازار بزرگ‌ترین مشکل تولید پوشاک در بازار است و حضور برندهای درجه سوم و تقلبی نه تنها از قبل کمتر نشده بلکه بیشتر هم شده و این حرکت بازار داخلی پوشاک در استان همدان را به هم ریخته است.

پیری با بیان اینکه مخالف واردات و رقابت با برندهای خارجی نیستیم، تأکید کرد: ما در استان مخالفتی برای رقابت در تولید پوشاک نداریم اما به شرطی که برندهای خوب وارد بازار شود، برندهای درجه سوم اجناس خود را با هزینه پائینی تولید می‌کنند و بعد آن را در بازار ایران به فروش می‌رسانند بنابراین تولیدکننده داخلی نمی‌تواند به دلیل گران تمام شدن هزینه تولیدش با چنین برندهایی رقابت کرده و برای بقا در بازار با مشکل مواجه شده است.

وی با بیان اینکه تولید و عرضه پوشاک با کیفیت رونق گرفته و مردم تولیدکنندگان داخلی را بر پوشاک خارجی ترجیح می‌دهند، تصریح کرد: سرانه مصرف پوشاک در استان همدان بالاست و با توجه به این ظرفیت باید تلاش و حمایت کرد تا تولیدکنندگان بومی استان بتوانند از این ظرفیت مناسب بازار بهره‌برده و سهم خود را از تأمین نیاز بازار همدان بالاتر ببرند.

رئیس اتحادیه پوشاک و صنایع وابسته همدان، گفت: رکود دامن بازار پوشاک را فرا گرفته و تنها در زمانی تولید بهتر می‌شود که اعیادی در پیش رو داشته باشیم اما در زمان‌های عادی تولید حتی به نسبت سال قبل کاهش هم داشته است و حتی پیش آمده که یک واحد صنفی سه روز فروشی نداشته و به اصطلاح دشتی نکرده است. پیری با اشاره به وضعیت درآمد زایی در بازار پوشاک استان، بیان کرد: در حالی فروش مادر سطح بازار کاهش یافته که هزینه‌های تولید به نسبت بالاتر رفته است و ما نمی‌توانیم حتی یک درصد روی قیمت اجناس خود اضافه کنیم دلیلش هم این است که مردم پول و توان خرید ندارند بر این اساس افزایش هزینه تولید نه به نفع خریدار است و نه منفعتی برای فروشندگان دارد.

در حال حاضر بیش از ۹۰۰ واحد صنفی پوشاک در کنار تعداد زیادی کارگاه و کارخانه کوچک تولیدات پوشاک در استان همدان فعالیت دارند که با اندکی حمایت و توجه می‌توانند در آمار اشتغال و درآمد استان نقش آفرینی مؤثری داشته باشند و با توجه به اینکه حمایت از تولید داخلی از رهنمودهای رهبر انقلاب است بر این اساس انتظار می‌رود مسئولان و مقامات ارشد استان با نگاهی دلسوزانه و پاشنه‌ای کشیده وارد میدان عمل برای جان بخشی و توسعه صنعت پوشاک همدان شود زیرا با توجه به کیفیت و آمار فروش مستند شده صنعت پوشاک همدان توانایی آن را دارد که موتور اقتصاد مولد استان را محرک کند.



رئیس اتاق اصناف همدان با بیان اینکه سرانه مصرف پوشاک ایرانی‌ها قابل توجه است، گفت: متأسفانه حدود ۳۵ درصد نیاز بازار پوشاک همدان توسط تولیدات داخلی تأمین می‌شود. حمیدرضا فرسای و حیدر در گفت‌وگو با خبرنگار تسنیم، اظهار داشت: باید تأسف خورد که در حال حاضر از تمام ظرفیت‌های موجود در صنعت پوشاک همدان نمی‌شود زیرا باور داریم صنعت پوشاک همدان می‌تواند تأمین نیاز حدود ۷۰۰ درصد سرانه مصرف کشور را در بخش پوشاک به خود اختصاص دهد. وی با بیان اینکه در حال حاضر چین، آمریکا، ژاپن و آلمان به ترتیب بزرگ‌ترین واردکنندگان و صادرکنندگان در بازار پوشاک در کشور هستند، عنوان کرد: موضوعی که در این رابطه باید به آن توجه داشت، این است که با در نظر گرفتن الگوی جمعیتی، آلمان فعال‌ترین واردکننده و صادرکننده پوشاک در دنیا است. وی افزود: استان همدان در صنعت پوشاک کشور حرف‌های زیادی برای گفتن دارد اما در شرایط کنونی به شکلی که باید از تولیدکنندگان این صنعت و عرضه‌کنندگان آن در بازار حمایتی نمی‌شود با این حال تولیدات پوشاک استان حتی در روستاهای همدان به بازار پایتخت فرستاده می‌شود و آمار فروش آن نشان‌دهنده استقبال خرید از تولیدات همدان است.

فرسای گفت: بازار سود خود را به کسانی می‌دهد که در کنار تلاش و پشتکار به خلاقیت و ایده هم در تولیدات خود توجه نشان دهند و بتوانند با نوآوری جذابیت را برای خریدار کالاهای خود به وجود آورد بر این اساس شایسته است که به بحث برند سازی و مشتری مداری در صنعت پوشاک همدان بیش از پیش توجه شود.

رئیس اتحادیه پوشاک و صنایع وابسته همدان با بیان اینکه تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان پوشاک تولید شده در استان نیازمند حمایت هستند، گفت: با فضای ایجاد شده پس از تحریم‌ها، صنعت پوشاک می‌تواند در رشد اقتصادی کشور نقش به‌سزایی را داشته باشد.

محمد پیری در گفت‌وگو با خبرنگار تسنیم، اظهار داشت: برای رقابت با تولیدکنندگان خارجی و برای اینکه بتوان حرفی برای گفتن داشت و از همه مهم‌تر برای پاسخگویی به نیاز بازار پوشاک همدان ضرورت دارد که تمام استانداردهای جهانی در تولیدات پوشاک به عنوان اولویت مدنظر قرار گیرد.

حس گرهای انعطاف پذیر در منسوجات پزشکی

پزشکی برای جلوگیری از ایجاد زخم بستر و یا برای تعیین توزیع فشار درون کفش استفاده نمود.

از سوی دیگر از این حس گر می توان در آموزش های فردی برای اندازه گیری وضعیت بدن از طریق لباس و یا به عنوان یک دستگاه ورودی برای بازی به جای دسته ی بازی و یا کنترل تناسب اندام فرد استفاده کرد.

پایش فشار سه بعدی پای بیماران دیابتی با حس گرهای انعطاف پذیر
فرانیهوفر ISC با همکاری فرانیهوفر IIS نوع جدیدی از جوراب زنانه ساق بلند برای کنترل فشار پا تولید نموده است. این حس گرها در جوراب نقاط اعمال کننده ی فشار زیاد از کفش بر پا را شناسایی کرده، لذا از ایجاد زخم پای بیمار دیابتی جلوگیری می کنند.

از آنجایی که بیماران دیابتی احساس ضعیفی در ناحیه پا دارند، لذا این افراد فشار و درجه حرارت را به راحتی احساس نمی کنند. این امر می تواند سبب ایجاد زخم در اثر فشار شود.

بنابراین، بسیاری از بیماران دیابتی انگشتان پا و یا حتی پای خود را از دست می دهند. به طور کلی، ۴۰ حس گر کشسان دی الکتریک بسیار ریز میزان فشار و توزیع فشار را از طریق جوراب کنترل می کنند.

حس گرهای موجود در جوراب زنانه ساق بلند برای دستیابی به اطلاعات سه بعدی، در ناحیه ی پاشنه، بالای جوراب و مچ پا قرار داده شده اند. سیستم های موجود، توزیع فشار را فقط در ناحیه پایین پا از طریق فشار کفی کفش اندازه گیری می کنند.

اگر بیمار به صورت خاصی بایستد که فشار زیادی بر نقطه ای از کف پای وی اعمال شود حس گر افزایش فشار را تشخیص داده و سیگنال مربوط به این فشار را با نخ های هادی به دستگاه ارزان قیمت بی سیم همراه می رسانی. چیپس مدارهای مجتمع با کاربرد ویژه (ASIC) اطلاعات اندازه گیری شده از ۴۰ حس گر خازنی را جمع آوری کرده و یک کنترل کننده، داده ها را به صورت بی سیم به تلفن هوشمند یا تبلت و ... منتقل می کند تا به بیمار دیابتی برای تغییر وضعیت پا یا نحوه ی توزیع وزن هشدار دهد.

فرانیهوفر ISC این پروژه را در مسابقه جایزه ی IDTechEX 2015 ثبت نمود.

علاوه بر حس گرهای تلفیق شده با منسوجات، این شرکت در زمینه ی تجهیزات الکترونیکی چاپ شده، چاپ سه بعدی، باتری های فیلم نازک و پوشش های حامل چندمنظوره برای فیلم های انعطاف پذیر فعالیت می نماید. در اختراع ثبت شده به شماره WO2014204323 A1 با عنوان حس گرهای پارچه ای کشسان، به استفاده از میکرو و نانوذرات با ثابت دی الکتریک بالا و یا مواد رسانا برای افزایش ثابت دی الکتریک مواد مورد استفاده در این حس گرها اشاره شده است.



شرکت فرانیهوفر ISC آلمان موفق به دستیابی به فناوری تولید حس گرهای انعطاف پذیر قابل پوشش برای کاربردهای پزشکی شده است. این شرکت فناوری یاد شده را در نمایشگاه IDTECHEX، در سانتاکلاری امریکا در تاریخ ۱۹-۱۸ نوامبر ۲۰۱۵ به نمایش قرار داد.

این حس گرهای انعطاف پذیر مکانیکی که از انعطاف پذیری و نرمی قابل ملاحظه ای برخوردارند در پارچه های تار ی - پودی و گردباف به کار گرفته شده اند.

حس گرهای کشسان دی الکتریک (DES) را می توان با روش چسباندن و یا دوختن به منسوجات متصل و برای اندازه گیری میزان تغییر شکل، نیرو و فشار وارد شده بر لباس استفاده نمود.

حس گرهای انعطاف پذیر کشسان از خاصیت ازدیاد طول بسیار زیاد (دو برابر طول اولیه و بیشتر) برخوردار می باشند. این حس گر از یک فیلم کشسان با پوششی دوطرفه از الکترودهای بسیار انعطاف پذیر تشکیل و الگوهای منظم و مشخصی از الکترودها بر فیلم کشسان ساخته شده است. منسوج حاوی این نوع حس گر علاوه بر قیمت مناسب، از قابلیت شست و شو و راحتی بسیار مطلوبی برخوردار است.

لاستیک سیلیکونی ماده ی زمینه ی فیلم کشسان به شمار می رود که با ایجاد پیوندهای عرضی شیمیایی در این ماده می توان سختی های متفاوتی ایجاد کرد. در نتیجه ماده می تواند با شرایط مورد نیاز برای عملکرد بهتر حس گر تطبیق داده شود.

کاربردهای پزشکی و توان بخشی حس گرهای انعطاف پذیر
از منسوج حاوی حس گرهای انعطاف پذیر کشسان می توان در تجهیزات

حس گر هوشمند در لباس از سلامت شما نگرهبانی می کند

این مراحل شامل آزمون‌های میدانی بر روی انواع منسوجات و کاربردهای مختلف، بهینه سازی تجهیزات الکترونیکی و نیز آزمون‌های شست و شو و سایش بودند.

این مواد حس گر هوشمند انعطاف پذیر، شفاف و مناسب برای انواع کاربردها بوده و همچنین در کنار پارچه‌های هوشمند قابل استفاده می‌باشند. آن‌ها قادر به ثبت فشار و تغییر شکل بوده و از این رو می‌توان از آنها به عنوان حس گرهای لمسی یا حرکتی استفاده نمود. حساسیت دمایی حس گرها را برای پایش تغییرات دمایی و یا ایجاد عکس العمل بدون نیاز به تماس همچون حسگرهای مجاورتی مناسب نموده است.

برای فرایند چاپ شابلونی ساده، لازم است حس گر روی یک پارچه یا فیلم پلاستیکی چسبانده شود. تولید شامل دو مرحله است: در مرحله نخست، طرح چاپ می‌شود و در ادامه حس گرها در معرض یک میدان الکتریکی قرار می‌گیرند که سبب هم راستایی پلیمرهای پیژوالکتریک شده تا حساسیت فشاری مطلوب را بدست آورند.

استفاده از فرایند چاپ شابلونی در مقیاس صنعتی بسیار مقرون به صرفه بوده و یک امتیاز در تولید انبوه حس گرهای چاپ شده روی منسوجات به شمار می‌رود. به دلیل شفافیت و انعطاف پذیری این مواد، حس گر جدید، ایجاد طرح‌های متنوع با رنگ‌های مختلف را برای انواع منسوجات و پوشاک هوشمند را ممکن ساخته است. این حس گر بسیار نازک تر از موی انسان بوده و قابل تولید در شکل‌های مختلف می‌باشد. به نحوی که فرد به سختی متوجه وجود حس گر در لباس خود خواهد شد. همچنین از دیگر مزایای این حسگرها عدم نیاز به منبع انرژی مانند باتری و از سوی دیگر ذخیره‌ی انرژی است.

از این پارچه‌های هوشمند می‌توان در مراقبت‌های بهداشتی و یا کمک به زندگی روزانه استفاده نمود. در مراقبت از سالمندان توالی حرکات روزانه می‌تواند مدیریت شده و ناتوانی‌ها ثبت شود. علاوه بر این می‌تواند در نظارت بر علائم حیاتی بدن بیماران، مانند درجه حرارت و یا تنفس و به ویژه برای بیماران بستری و یا نوزادان موثر واقع شود.

آخرین دلیل اما نه کم اهمیت ترین دلیل برای استفاده از لباس حس گر زیستی، کاهش هزینه در زمینه مراقبت‌های بهداشتی است. پایش وضعیت بیمار را نیز می‌توان به عنوان مراقبت‌های بهداشتی پیشگیرانه در نظر گرفت. علاوه بر حس گرهای قابل چاپ بر روی منسوجات، فرانیهوفر ISC حس گرهای فشاری سیلیکونی تلفیق شده با منسوجات را برای اندازه گیری فشار در کفش ارائه نموده است.

شرکت فرانیهوفر ISC در تبلیغات شرکت خود در نمایشگاه IDTechEX اعلام داشته است که از مواد نانو ساختار برای تولید مواد چاپ حس گرهای مذکور بهره گرفته است.



فناوری تجهیزات الکترونیکی قابل پوشش به بهبود سلامت و تناسب اندام منجر شده است. به عنوان مثال، لباس‌های هوشمند می‌توانند به سهولت پوشیده شده و موجب پایش فعالیت‌ها شوند. همچنین حس گر هوشمند در پوشاک موظف با پایش فعالیت‌های متوالی به بهینه‌سازی تمرینات ورزشی کمک می‌کنند. حس گرهای شفاف جدیدی که توسط موسسه فرانیهوفر ISC ابداع شده‌اند، با چاپ بر روی منسوجات، قادر به اندازه‌گیری حرکات هستند. این نوآوری ۲۷ و ۲۸ آوریل ۲۰۱۶ در نمایشگاه IDTechEX برلین در غرفه F16 ارائه شده است.

امروزه برخی لوازم جانبی مانند دستبند یا ساعت‌های هوشمند تحت عنوان "مربیان سلامت فردی" در بازار خرید و فروش می‌شوند که در فرد استفاده کننده، انگیزه خواب و فعالیت کافی یا یک رژیم غذایی سالم را ایجاد می‌کند. استفاده از حس گرهای تعبیه شده در منسوجات رویکردی چالش برانگیزتر و همچنین گران تر است.

مواد جدید ابداع شده توسط فرانیهوفر ISC ممکن است یک جایگزین مقرون به صرفه با سودآوری بیشتر نسبت به گزینه‌های به ظاهر قابل تنظیم باشد. با همکاری فرانیهوفر ISIT و حامیان صنعتی پروژه، فن آوری حس گر هوشمند جدید می‌تواند در یک تی شرت قرار گیرد. این لباس که با عنوان پیراهن MONI شناخته می‌شود، چندین عملکرد را از خود نشان می‌دهد، اما پیش از هر چیز برای پایش متوالی حرکات بدن طراحی شده است.

مراحل تولید حس گر هوشمند بر روی منسوج

در گام اول، فرانیهوفر ISC حس گر هوشمند پلیمری پیژوالکتریک را به صورت چاپ شده بر روی چسب‌های عاری از حلال‌های سمی ابداع و فرانیهوفر ISIT تجهیزات الکترونیکی برای ارزیابی علائم ایجاد شده توسط حس گر را تامین نمود. مراحل توسعه بعدی در ارتباط نزدیک با شرکای صنعتی برنامه‌ریزی شد.

لباس نانو و کاهش مصرف انرژی گرمایشی

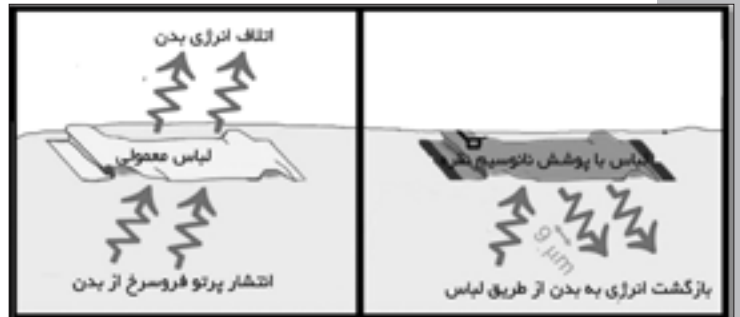
لباس نانو به دو روش بدن را گرم می‌کند. برای لباس‌های معمولی، لباسی که با نانوسیم نقره پوشش داده شده بود، به‌نحو موفقیت‌آمیزی توانست پرتو فرسوخ را که به‌طور طبیعی توسط بدن انسان منتشر می‌شود به بدن بازگرداند. حتی برای گرم شدن بیش‌تر، فرد با نشستن روبروی رایانه می‌تواند لباس را شارژ کند. عبور الکتریسیته از یک دستگاه الکتریکی در سطح لباس نانو حرارت ایجاد می‌کند.

لباس نانو نسبتاً ارزان برای عبور عرق به اندازه کافی قابل تنفس بوده و از این رو فرد احساس راحتی خواهد کرد. کوی در این باره می‌گوید: حدود یک دلار برای پوشش‌دهی نقره بر روی همه قسمت‌های لباس (به جز آستین و کلاه) هزینه می‌شود.

اما برترین مزیت لباس نانو !!

با پوشیدن این لباس هر فرد می‌تواند به‌طور میانگین سالانه ۲۰۰ دلار در هزینه‌های گرمایشی صرفه‌جویی نماید. کوی بیان داشته است: مقدار انرژی که سالانه از پوشیدن هر فرد با این لباس‌ها ذخیره می‌شود برای روشن کردن ۱۰۰۰ لامپ به مدت ۱۰ ساعت کافی خواهد بود.

پارچه مذکور هنوز از لحاظ تجاری در دسترس نیست و به نظر نمی‌رسد که تا چند سال آینده نیز این امر امکان‌پذیر شود. زیرا نانونقره به آزمون‌های بیشتری برای تعیین اثرات برای سلامتی انسان نیاز دارد. در این راستا تیم تحقیقاتی دانشگاه استنفورد در نظر دارد لباس دیگری با پوششی مشابه به منظور خنک کردن ابداع کند. با تجاری شدن این نوع پوشاک انرژی لازم برای گرمایش و سرمایش ساختمان در طول سال کاهش قابل ملاحظه خواهد یافت.



به‌جای استفاده از سیستم‌های گرمایشی در منازل، چرا از لباس نانو پوشش داده شده با نانوسیم‌ها برای گرم کردن استفاده نمی‌کنید؟ به گزارش آژانس بین‌المللی انرژی، تقریباً نیمی از کل انرژی مصرف شده در جهان مختص ساختمان‌ها و به ویژه سیستم‌های گرمایشی منازل است. در مطالعه اخیر که در مجله Nano Letters به چاپ رسیده است، محققانی از دانشگاه استنفورد روش بهتری را برای صرفه‌جویی در مصرف انرژی حرارتی معرفی کردند. پارچه‌های پوشش داده شده با نانومواد قادر به حس حرارت داخل لباس شخص بوده و در نتیجه ضرورت نیاز به وسایل گرمایشی کاهش یافته و هزینه‌ی ناشی از آن از لحاظ تئوری به صفر خواهد رسید.

این گروه تحقیقاتی، فعالیت خود را با جست‌وجو درباره‌ی پوششی با قابلیت بازگشت پرتو فرسوخ به بدن آغاز کرد. Yi Cui، محقق ارشد این گروه، در این باره می‌گوید: اگر بخواهید لباس‌های گرمای بدن را بازتاب کند نیاز به یک فلز خواهید داشت. اما شما فلزی را در بدنتان قرار نمی‌دهید. به‌جای استفاده از یک فلز سخت، این گروه تصمیم گرفت پوششی را با استفاده از نانوسیم‌های نقره ایجاد کند که به راحتی خم شده و برای هر لباسی قابل استفاده باشد.

منسوجات پیشرفته و انقلاب پارچه‌ای در آمریکا

موسسه با شرکای غیرمتعارف خود به ادغام الیاف و نخ با مدارهای مجتمع، LED ها، سلول‌های خورشیدی و دیگر لوازم و مواد پیشرفته برای تولید منسوجات پیشرفته با قابلیت دیدن، شنیدن، حس کردن، ارتباطات، ذخیره انرژی، تنظیم درجه حرارت بدن، پایش سلامتی، تغییر رنگ و حتی بیشتر خواهد پرداخت. و رویکرد این موسسه تولید منسوجات هوشمند اقتصادی با قابلیت تولید صنعتی است.

شرکای ائتلاف تولید منسوجات پیشرفته

سخنگوی مطبوعاتی این موسسه گفت: در این پروژه موسسه‌هایی مانند Bose، Intel و تولیدی نانوالیاف FibeRio به همراه کارخانجات شناخته شده پوشاک

موسسه امریکایی الیاف پیشرفته در مرکز فناوری ماساچوست (MIT) ائتلاف گسترده‌ای از تولیدکنندگان، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی با هدف راه‌اندازی موسسه جدیدی برای سرعت بخشیدن به تولید منسوجات پیشرفته ایجاد کرده است. این ائتلاف با سرمایه‌گذاری بالغ بر ۲۵۰ میلیون دلار از سوی بخش‌های خصوصی - عمومی و ۷۵ میلیون دلار منابع مالی فدرال طی مدت بیش از ۵ سال در حوزه منسوجات نوین فعالیت خواهد نمود. این موسسه‌ی که در منطقه شمال شرقی آمریکا قرار دارد، کارآفرینان و نوآوران صنعت نساجی را برای همکاری در زمینه توسعه زیرساخت‌های تولید الیاف و منسوجات پیشرفته ملی و بهبود موقعیت ایالات متحده در این زمینه مهم از فن‌آوری به خدمت گرفته است. این



اگر آمریکا به شکوفایی اقتصادی نیاز دارد، با کار و تولید بیشتر امکان پذیر است و در این مسیر ما به ایده‌های ناب بیشتری برای تولید سریع‌تر نیاز داریم. وی در ادامه به بستر ایجاد شده برای تولید منسوجات نوین و هوشمند در قلب MIT اشاره کرد.

همچون Warwick Mills, Buhler Yarns, New Balance شرکت کرده‌اند. در این موسسه از همکاری شرکت فناوری مد نیز استفاده شده است. در مجموع ۷۲ گروه تولیدی، ۳۲ دانشگاه و ۱۶ عضو از کارخانجات نساجی و ۲۶ کارگاه تولید نمونه اولیه در ۲۷ ایالت آمریکا در این پروژه مشارکت دارند.

Yoel Fink، مدیر تحقیقات آزمایشگاه الکترونیک دانشگاه MIT و یکی از مهمترین عناصر در این موسسه جدید، گفت: با همکاری این شرکت‌ها از توانایی تولید انواع محصولات نوین نساجی برخورداریم. او همچنان گفت: اگرچه لباس یکی از مهمترین نشانه‌های شخصیت و فرهنگ افراد با ملیت‌های متفاوت است، اما انقلابی در تولید و استفاده از منسوجات پیشرفته در حال وقوع است.

رافائل ریف، رئیس MIT می‌گوید: ما معتقدیم که همکاری کارخانجات، دولت و موسسات آموزشی شرط لازم برای بهره‌برداری از توانایی‌ها و رسیدن به موقعیت مناسب است. ملت ما با هوش فراوان و انگیزه بسیار پا بر عرصه‌ی تولید منسوجات نوین خواهد گذاشت.

ریسندگی جت چرخان: تولید نانوالیاف با الهام از روش تولید پشمک

خنک کردن این مواد، فراتر از حد مجاز برای سلامتی انسان است. وانگ و گروهش مواد نانوسیمی با قابلیت انعطاف‌پذیری، تولید آسان و دوستدار محیط زیست تولید کردند که توانایی ایجاد خنکی با استفاده از میدان الکتریکی مجاز برای بدن انسان در پوشاک خنک کننده را دارند. آرایه نانوسیمی فروالکترونیک متشکل از باریم استرونتیوم تیتانات با آرایش‌مندی عمودی، می‌تواند با اعمال ۳۶ ولت که در محدوده‌ی میدان الکتریکی مجاز برای بدن انسان است، ۱۵ درجه سانتی‌گراد کاهش دما ایجاد کند. امکان ۲ ساعت شارژ این مواد، با استفاده از یک بسته باتری ۵۰۰ گرمی به‌اندازه تقریبی یک iPad وجود دارد.

مراحل رشد آرایه نانوسیمی و انتقال به پوشاک خنک کننده

مرحله اول: نانوسیم‌های تیتانیوم دی‌اکسید بر روی شیشه‌ی پوشش داده‌شده با اکسید قلع فلورینه شده، رشد داده می‌شوند. پژوهشگران از الگویی استفاده کردند تا نانوسیم‌ها بر روی این شیشه اصلاح‌شده در جهت مشخص و ارتفاع یکسان رشد پیداکنند.

مرحله دوم: یون‌های باریم و استرونتیوم بر روی نانوسیم‌های تیتانیوم دی‌اکسید تزریق می‌شود. به این ترتیب نانو لایه‌ای از نقره بر روی آرایه‌ی نانوسیمی ایجاد شده و به عنوان الکترود عمل می‌نماید.

این توده متشکل از نانوسیم‌ها به راحتی از سطح شیشه‌بر روی هر سطح دیگری از جمله پارچه پوشاک و با استفاده از یک نوار چسب منتقل می‌شود. وانگ می‌گوید: "ولتاژ پایین برای عملکرد مطلوب مواد انعطاف‌پذیر در شرایط متوسط فعالیت مناسب است. اکنون ما نیازمند طراحی سامانه‌ای برای سرمایه‌ی هر فرد و برطرف کردن گرمای ایجادشده در محیط پیرامون فرد هستیم. این سامانه‌ی سرمایه‌ی فردی حالت جامد، ممکن است یک روز متداول شود و به این مواد سرمایه‌ی تخریب‌کننده‌ی لایه اوزون و گرم‌کننده‌ی کره زمین با این مواد سبک و منعطف جایگزین می‌شوند.



استفاده از آرایه جدیدی از نانوسیم‌ها بر لباس افراد احساس خنکی ایجاد می‌کند و از این سامانه می‌توان برای پوشاک خنک کننده آتش‌نشان‌ها، لباس‌های ورزشی و سایر تجهیزات خنک کننده قابل پوشیدن استفاده کرد.

به گفته‌ی کوینگ وانگ استاد علوم مواد و مهندسی در دانشگاه ایالتی پنسیلوانیا، اغلب مواد سرمایی الکتروحرارتی (electrocaloric) حاوی سرب هستند؛ اما تلاش بر آن است که از سرب کمتر استفاده شود. در سامانه‌های متداول سرمایه‌ی نیز از مواد خنک کننده استفاده می‌شود که مشکلات زیست‌محیطی فراوانی به همراه دارد. آرایه‌ی نانوسیمی ارائه‌شده فاقد مشکلات ذکر شده است.

مواد الکتروحرارتی مواد نانو ساختاری هستند که با اعمال میدان الکتریکی تغییرات دمایی برگشت‌پذیری از خود نشان می‌دهند. پیش از این، مواد الکتروحرارتی فقط به صورت تک‌بلوری، سرامیک توده‌ای یا فیلم‌های سرمایی نازک در دسترس بودند. این مواد با وجود توانایی خنک‌کنندگی، به دلیل سختی، شکنندگی و فرآیند پذیری ضعیف، با محدودیت‌های کاربردی روبرو هستند. پلیمرهای فروالکترونیک نیز از توانایی خنک‌کنندگی برخوردارند، اما میدان الکتریکی مورد نیاز برای آغاز فرآیند

لباس کار ضد تنش حرارتی و تعریق در هنگ کنگ تولید شد

تا لباس تابستانی مناسبی برای کارگران ساختمانی در مناطق نیمه گرمسیری طراحی کنند.

آزمون تنش لباس کار جدید

گروهی متشکل از متخصصینی در چند رشته از جمله ایمنی و بهداشت، علم مواد، نساجی و ورزش تشکیل شد. لباس کار تهیه شده توسط این گروه با بهره‌گیری از نسل جدید پارچه‌هایی نظیر Coolmax و تکمیل‌هایی همچون Nano-tex از قابلیت انتقال رطوبت بالا برخوردار بود. این لباس به منظور کمک به تبخیر عرق، در کناره‌ها دارای پارچه‌ی توری با بافت حلقوی تارری بوده و همچنین نوارهای انعکاسی روی لباس متخلخل بود تا اهداف نفوذپذیری در برابر هوا و امکان دیده شدن در شب به صورت همزمان تامین شود.

فرایند طراحی و تولید در دسامبر ۲۰۱۳ پایان یافت و در فوریه ۲۰۱۴ آزمون تنش لباس کار جدید با استفاده از یک اتاقک آب و هوایی به منظور اندازه‌گیری کارایی انجام شد. از کارگران داوطلب خواسته شد تا در اتاقک آزمون، با دما و رطوبتی تقریباً مشابه تابستان در هنگ کنگ با پوشیدن لباس تجاری با بافت استاندارد و سپس لباس کار جدید فعالیت کنند. آزمایش‌ها بهبود قابل توجهی را در شاخص‌های کلیدی برای داوطلبانی که لباس جدید را پوشیده بودند، نشان داد. پوشیدن لباس جدید تنش فیزیولوژیکی را ۱۶/۷ درصد و حرارت ذخیره شده در بدن را به میزان ۲۸/۸ درصد کاهش داد.

مطالعات میدانی لباس کار جدید

در جولای سال ۲۰۱۴، محققان لباس جدید تهیه شده در آزمایشگاه را برای استفاده واقعی در شرایط تابستان هنگ کنگ عرضه کردند. بررسی‌های میدانی برای سنجش میزان پذیرش و کارایی لباس کار جدید در دنیای واقعی انجام شد. در مجموع به ۱۸۹ کارگر لباس کار داده شد. آزمون میدانی شامل یک نشست توجیهی، یک پرسشنامه پیش از آزمون، اندازه‌گیری سایز افراد و پرسش‌نامه‌هایی بود که برای حین و پس از آزمون در نظر گرفته شده بود. نتایج این آزمون بیانگر مقبولیت قطعی لباس کار جدید در میان کارگران بود. در مجموع، ۸۷ درصد از ۱۸۹ نفر از کارگران بیان کردند که لباس جدید را برای پوشیدن ترجیح می‌دهند چرا که خنک، خشک، راحت بوده و مانعی برای فعالیت آنها ایجاد نموده است.

تا به امروز، محققان اظهار داشتند که در کل ۲۲۰۰۰ دست از لباس کار جدید برای تدوین استاندارد صنعتی کنترل تنش حرارت لباس کارگران ساختمانی سفارش داده شده است. بر طبق گفته‌های استادان Wong و Chan، کمیته کارگروه چهار حزب در نظر دارد، در اکتبر ۲۰۱۶، لباس کار جدید را به عنوان استاندارد مورد نیاز در تمام قراردادهای دولتی اعلام نماید.



زمانی که محققان دانشگاهی در هنگ کنگ مشاهده کردند که کارگران از رطوبت تابستان سوزان به ستوه آمده‌اند، گروهی را برای طراحی و تولید لباس جدیدی با قابلیت تنفس فوق العاده در نظر گرفتند.

در آزمایشگاه آزمون تنش کارگرانی که تی شرت و شلوار جدید را پوشیدند، بیان کردند که لباس جدید مگر به کاهش قابل ملاحظه‌ای در تنش فیزیولوژیکی و حرارت بدن آنها شده است.

در حال حاضر بیست هزار دست لباس کار تولید شده است که از ماه اکتبر ۲۰۱۶ باید در همه مشاغل دولتی هنگ کنگ مورد استفاده قرار گیرد.

این اختراع موفق به کسب جایزه برتر تحقیق و نوآوری بین‌المللی شد، که توسط موسسه خبرگان ساختمان اعطا می‌شود. شهر هنگ کنگ واقع در نیمه گرمسیری سواحل جنوب چین، نمونه‌ای از شمار زیاد مناطق شهرنشین شرق و جنوب شرقی آسیا است. در آب و هوای گرم و مرطوب، کارگران در معرض تنش گرمایی قرار دارند و در شهر هنگ کنگ حوادث سلامتی ناشی از گرما در صنعت ساخت‌وساز بیش از سایر مشاغل است.

در دستورالعمل‌های پیشین توصیه می‌شد که کارگران در آب و هوای گرم لباس‌های نازک و سبک با نفوذپذیری مناسب هوا به تن کنند. اما هیچ معیار دقیقی برای شناسایی لباس کار مناسب برای تابستان وجود نداشت، و از این رو کارگران اغلب نیمه برهنه در حال کار هستند.

استادان Francis K.W. Wong FCIIOB و Albert P.C. Chan FCIIOB از دانشگاه پلی‌تکنیک هنگ کنگ، چندین سال در حال مطالعه بر روی مسائل بهداشتی و ایمنی بودند.

در فیلم‌های ضبط شده در سال ۲۰۱۳، ایشان مشاهده کردند که حدود ۱۶ درصد از ۵۵۵ کارگر ساختمانی در هوای گرم لباس خود را از تن درآورده‌اند و در نتیجه در معرض پرتو فرابنفش قرار گرفته و لذا خطر ابتلاء به سرطان پوست در آنها افزایش می‌یابد. این موضوع چنان و وائنگ و گروه تحقیقاتی آنها را بر آن داشت

نخ خازنی سلولزی در لباس‌های ذخیره‌کننده انرژی

الکتريکی، دارای صفحات فلزی هستند، نخ جوش خورده‌ی لیف طبیعی - کربن نیز قبل از آزمایش با یک نخ استیل با رسانایی خیلی زیاد تابانده می‌شود. کربن فعال به‌خودی‌خود از رسانایی کافی برای کاربردهای ذخیره‌ی انرژی برخوردار نیست، بنابراین نخ استیل به نخ کامپوزیتی امکان می‌دهد که راحت‌تر شارژ شود. Dion می‌گوید آنچه در این فرآیند منحصربه‌فرد است، این است که ما می‌توانیم از هر نخ سلولزی موجود تجاری دیگر - پنبه، کتان، بامبو، ویسکوز، ریبون نیز استفاده کنیم. او همچنین می‌افزاید که این فرآیند از قابلیت تنظیم برخوردار است، زیرا می‌توان نخ‌های ضخیم یا نازک را که شامل الیاف بلندتر یا کوتاه‌تر هستند به هم پیوند داده و منسوجاتی با خصوصیات مکانیکی منحصربه‌فرد ایجاد نمود. برای بخش عمده‌ی این تحقیق از کربن فعال استفاده شده است زیرا با پوست سازگار بوده و از نظر تجاری نیز در فیلترهای آب به‌صورت متداول استفاده می‌شود. نانو مواد کربنی مختلف می‌توانند در نخ جاسازی شوند ولی از آنجایی که این گروه در اندیشه ساخت یک جامه‌ی قابل پوشش بودند، لذا نکاتی همچون ایجاد ناراحتی پوستی در انتخاب ماده باید در نظر گرفته می‌شد. این روش برای تعبیه ذرات کربن داخل نخ خازنی سلولزی، گامی مهم به‌سوی ارائه‌ی منسوجات ذخیره‌کننده‌ی انرژی به شمار می‌رود. نتایج این تحقیقات در مجله *Advanced Energy Materials* به چاپ رسیده است. در این مقاله چندین نوع نخ رسانا که با استفاده از ماشین‌های کش‌باف صنعتی در آزمایشگاه فناوری *Shima Seiki Haute* به شکل پارچه‌های حلقوی ذخیره‌ساز انرژی درآمده‌اند، بررسی شده است. هنگام ساخت یک نخ خازنی، تعیین اینکه آیا می‌تواند به‌صورت تار - پودی یا حلقوی بافته شود، بسیار حائز اهمیت است. در غیر این صورت قابلیت استفاده از نخ در پوشاک مبهم خواهد ماند. این قابلیت در مقایسه با توجه صرف به جنبه‌ی بهبود عملکرد الکتروشیمیایی چالش‌های بیشتر و متنوع‌تری را ایجاد می‌کند. البته تمام مواد و روش‌های جدید ابداعی این گروه تحقیقاتی منجر به تولید نخ الکترو مناسب برای بافندگی حلقوی نشده است. ویژگی منحصربه‌فرد تحقیقات این گروه به توجه هم‌زمان به عملکرد الکتروشیمیایی و امکان‌پذیری استفاده از نخ تولیدشده برای مصارف صنعتی بازمی‌گردد. چالش مذکور این گروه را در مسیر تولید نخ خازنی به تولید نخ خازنی قابل بافت هدایت کرد. بهترین نتایج نخ خازنی، که مشابه با ابر خازن‌های متداول بود، برای نخ پنبه‌ای تابانده شده با استیل پیش از جوش دادن به دست آمد. Jost می‌گوید: حضور استیل در مرحله‌ی مونتاژ سبب بهبود دسترسی الکترون‌ها به تمام ذرات کربن پوشش داده‌شده می‌شود لیکن در حالت تاب دادن استیل و نخ پس پوشش دهی، حدود نیمی از اتم‌های کربن در تماس با نخ استیل قرار می‌گیرند. متأسفانه، برخلاف عملکرد عالی، هر دو نوع از نخ‌های پنبه‌ای ذکر شده در مرحله بافندگی دچار نخ پارگی می‌شوند. بنابراین گروه با امید به یافتن ترکیب بادوام‌تر، به سمت آزمایش نخ‌های بامبو، کتان و مخلوط ویسکوز/نانولون رفته است. درحالی‌که هیچ‌یک از این سه نخ فوق، عملکرد الکتروشیمیایی به‌خوبی نخ پنبه ارائه نکردند، لیکن در مرحله بافندگی حلقوی از استحکام کافی برخوردار بودند. به نظر می‌رسد الیاف بلندتر موجود در بامبو، کتان و نخ‌های ویسکوز در افزایش استحکام و کاهش احتمال جدا شدن الیاف طی فرآیند بافندگی حلقوی مؤثر می‌باشند. این گروه به همراه محققان موسسه‌ی نانو مواد *A.J. Drexel* پیش‌ازاین ابر خازن‌های قابل بافت حلقوی را تولید کرده‌اند، همچنان به تحقیقات برای کشف مواد و فرآیندهای نوین تولید ادامه می‌دهند.



محققان در کسل در آزمایشگاه فناوری *Shima Seiki Haute*، با استفاده از ماشین‌های بافندگی حلقوی در حال تحقیق برای دستیابی به بهترین نخ خازنی برای استفاده در منسوجات ذخیره‌کننده‌ی انرژی هستند. پیش‌ازاین روش ساخت یک باتری پارچه‌ای قابل پوشیدن مشخص شده است و اکنون زمان انتخاب روشی است که یک منسوج را به‌وسیله‌ی ذخیره‌کننده‌ی انرژی تبدیل نماید. این فرآیند توسط یک دانشجوی دکتری دانشگاه در کسل به نام *Kristy Jost* معرفی شده و او به‌عنوان پیشگام تحقیق بر نخ‌های خازنی مطرح شده است. با استفاده از فرآیند «جوشکاری لیف طبیعی (NFW)»، محققان مواد عامل دار شده را در مقیاس مولکولی درون یک نخ سلولزی، همچون پنبه، جاسازی می‌کنند. این گروه تحقیقاتی از روش NFW برای تغییر خواص ویژه نخ برای کاربردهای مختلف استفاده کرده‌اند، اما خاصیتی که بیش از همه توجه آنان را جلب کرده است، خاصیت ذخیره‌ی انرژی در نخ خازنی است.

Jost می‌گوید «اگر قرار باشد که منسوجات ذخیره‌کننده‌ی انرژی گسترش یابند، یافتن راهی برای عامل دار کردن نخ، اولین گام به شمار می‌رود». در این راستا جوشکاری لیف طبیعی روشی بسیار مؤثر برای تولید نخ‌هایی است که از قابلیت‌های مختلف از جمله ذخیره‌ی انرژی برخوردار هستند. تنها دلیل موفقیت این کار تحقیقاتی همکاری بین آزمایشگاه فناوری *Shima Seiki Haute*، موسسه‌ی نانو مواد *A.J. Drexel* و دانشکده‌ی شیمی در آکادمی نیروی دریایی امریکا بوده است.

فرآیند جوشکاری لیف طبیعی در تولید نخ خازنی

برای تحقق این هدف، ابتدا نخ با یک نمک مذاب که سبب تورم زنجیرهای پلیمری و باز شدن ساختار آن‌ها می‌شود، عمل شد. سپس با گذراندن نخ از سرنگ پرشده با مخلوطی از ماده‌ی عامل دار و مایع یونی، ماده‌ی عامل دار همچون ذرات کربن فعال را در آن جاسازی کردند. وقتی نخ از طریق سوزن سرنگ کشیده می‌شود، کربن به‌طور فیزیکی به داخل الیاف وارد شده و نخ دور یک قرقره پیچیده می‌شود. مایع یونی با شستشوی نخ با آب خارج شده و ذرات کربن در سطح به دام می‌افتند. رشته‌ی حاصل یک ماده‌ی لیفی کامپوزیتی پیچیده است که با حفظ انعطاف‌پذیری اصلی، از خصوصیات خازنی کربن فعال نیز برخوردار است. همانند وسایل ذخیره‌کننده‌ی انرژی متداول که برای بهبود هدایت

ماشین رنگرزی جدید نوآوری شرکت Acme

این ماشین به یک سیستم نوار نقاله برای حرکت رو به جلوی پارچه مجهز است و فقط به آب برای سیر کوله کردن داخل لوله و پیک آپ پارچه نیاز دارد. بر این اساس این شرکت سازنده مدعی است که این ماشین نسبت حجم آب به وزن کالا (L:R) بسیار پایینی دارد که حدود ۱:۲.۵ یا ۳.۵ می باشد که مقدار دقیق آن بستگی به نوع پارچه دارد.

این روش به میزان ۶۵ درصد مقدار مواد شیمیایی مصرفی برای رنگرزی را کاهش می دهد و نیز مصرف انرژی و میزان پساب را به مقدار ۶۵ درصد کاهش می دهد. ماشین آلات صنعتی شرکت Acme در سال ۱۹۸۵ در تایوان تاسیس شد. سازمان متخصص در تولید ماشین آلات با تکنولوژی بالا و نسبت حجم آب به وزن کالای پایین در حال حاضر با شرکت های رنگرزی در بیش از ۲۰ کشور مختلف همکاری می کند. همه محصولات این شرکت در سراسر جهان به ثبت رسانده شده است از جمله کشورهای: ژاپن، ایالات متحده، بریتانیا، ایتالیا، آلمان، یونان، ترکیه، چین، تایلند، اندونزی، مالزی، کره و تایوان. شرکت Acme توسط دولت تایوان مجاز به استفاده از علامت بسیار خوب تایوانی که نماد محصولات عالی ساخته شده در تایوان است، شد.

همچنین جایزه مخترع ملی و نیز مجموعه ای از تحقیقات نوآورانه توسط وزارت کشور امور اقتصادی به این شرکت اعطا شده است. شرکت Acme با افتخار اعلام کرده است که AM-ICD (Intelligent Conveyor Drive High Pressure Constant Speed Dyeing Machine) آخرین تکنولوژی در جهان است که ماموریت آن کمک به شرکت های رنگرزی و نیز با کمترین میزان حجم آب به وزن کالا کمک به اقتصادی سبز است.



نوآوری جدید شرکت Acme در تولید ماشین رنگرزی که مصرف آب، انرژی و مواد شیمیایی را کاهش می دهد. در بین تولیدکنندگان ماشین آلات رنگرزی و تکمیل تایوانی شرکت Acme به تازگی یک انقلابی در نوآوری را در قالب یک ماشین رنگرزی در سراسر جهان به ثبت رسانده است که نه تنها باعث صرفه جویی در مصرف آب می شود بلکه مصرف انرژی را نیز کاهش می دهد و نیز ۶۵ درصد مصرف مواد شیمیایی مورد استفاده در پروسه رنگرزی را کاهش می دهد. بعد از سال ها تحقیق و توسعه، شرکت Acme می گوید به صورت موفقیت آمیز AM-ICD (Intelligent Conveyor Drive High Pressure Constant Speed Dyeing Machine) را راه اندازی کرد. (ماشین رنگرزی سرعت ثابت تحت فشار با درایو نوار نقاله هوشمند)

پیراهن هایی که با تغییر طرحشان شما را به وجود آلودگی آگاه می کنند

در حال توسعه است که می توان به سنسورهای گوشی های هوشمند که آلودگی را مانیتورینگ می کنند، کیوترهایی که با سنسور بر آلودگی نظارت می کنند اشاره کرد. در حال حاضر یک طراح در شهر نیویورک پیراهن هایی تولید کرده که در برخورد با آلاینده ها طرح سیاه و سفید آن تغییر می کند. اما این لباس ها ارزان نیستند.

پیراهن های Aerochromics توسط نیکولاس بتل طراحی شده است. وی در آزمایشگاه تحقیق و توسعه خود سه پیراهن تولید کرده است که هر دام به یک آلودگی واکنش نشان می دهد؛ آلودگی در اثر منوکسید کربن، حضور رادیو اکتیو در محیط و وجود گرد و غبار در محیط.

در لباسی که به منوکسید کربن حساس است نمک شیمیایی به کار رفته است. هنگامی که تی شرت منوکسید کربن دریافت می کند بخش سفید طرح که



آلودگی هوا یک نگرانی جهانی است که راه های خلاقانه ای برای تشخیص آن

تی شرت تغییر یافته و نقاط دایره‌ای سفید رنگ بروی آن ظاهر می‌شود. بتل می‌گوید پیراهن سوم حساس به مواد رادیو اکتیویته است که با توجه به یک فرآیند شیمیایی رنگ سفید آن زمانی که در معرض پرتو گاما یا الکترون تابشی برخورد می‌کند به سیاه تغییر می‌کند اما این تغییر بازگشت‌پذیر نبوده و نمی‌توان تی شرت یا پیراهن را بعد از در معرض پرتو رادیو اکتیویته قرار گرفتن به حالت اولیه باز گرداند. ایده عملی شده بتل یک پروژه هنری است که خواستار توجه به آلودگی‌های محیط زیست است و البته در این میان قیمت پیراهن‌های طراحی شده او ارزان نیست و تا قیمت ۶۵۰ دلار نیز می‌رسد.

آغشته به نمک است با از دست دادن یک مولکول اکسیژن کاهش یافته و این باعث می‌شود طرح سیاه و سفید تی شرت تغییر کند. هنگامی که در محیط سالم و هوای پاک قرار بگیرید نمک از هوا یک اکسیژن دریافت کرده (اکسایش) و به خودی خود طرح سفید دوباره آشکار گردد. تی شرت حساس به آلودگی گرد و غبار با دو سنسور کوچک یکی در جلو و دیگری در پشت پیراهن مجهز شده است. هنگامی که سنسورها به آلودگی‌هایی مانند ذرات گرد و غبار، دوده و دود برخورد کنند یک میکرو کنترلر کوچک جاسازی شده در یقه پیراهن سیگنال‌هایی را به بخشی می‌فرستد که شروع به ایجاد حرارت کنند زمانی که Patch ها شروع به گرم شدن می‌کنند رنگ مشکی

ساخت منسوجات خود ترمیم و ضد مواد شیمیایی جدید

آمونیاک و دی اکسید کربن تبدیل می‌کند استفاده کرده‌اند اما در بعد تجاری از آنزیم‌هایی بهره گرفته خواهد شد که انتظار از تجزیه مواد شیمیایی در رابطه با کاربری منسوج را برآورده سازد. دمیرل در این رابطه می‌افزاید: اگر شما نیاز به استفاده از آنزیم خاصی برای مقابله با اثرات بیولوژیکی یا شیمیایی دارید ما می‌توانیم این آنزیم را در پوشش دهی منسوج اعمال کنیم.

این کاربرد زمانی اهمیت می‌یابد که بدانیم بسیاری از مواد سمی از طریق پوست جذب می‌شوند به‌عنوان مثال ارگانوفسفره که در علف‌کش‌ها و حشره‌کش‌ها استفاده می‌شود از طریق پوست جذب می‌شوند و می‌توانند کشنده باشند. از این رو در لباس‌هایی که در این زمینه به کار می‌روند تحت پوشش آنزیم هیدرولاز ارگانوفسفره قرار می‌گیرند که موجب شکسته شدن مواد سمی شده و می‌تواند در معرض قرار گرفتن پوست توسط این مواد را محدود کند. این خاصیت با شست‌وشو از بین نرفته و توسط پلیمرهای خود ترمیم به کار رفته شده تجدید پذیر هستند. باید گفت پوشش پلیمری نازک است و ضخامت آن کمتر از یک میکرون بوده از این رو پوشنده لباس اثر منفی را حس نمی‌کند. استفاده از این نوآوری تنها کاربرد مقابله با مواد شیمیایی نداشته و با تغییر آنزیم می‌توان کاربری این منسوجات را برای البسه پزشکی و بیمارستانی برای جلوگیری از انتشار عفونت‌های بیمارستانی به کار برد.

دمیرل می‌گوید: این اولین بار است که ما توانسته‌ایم منسوجات خود ترمیم را بسازیم.

در این پروژه که در دانشگاه ایالتی پنسیلوانیا انجام شده است Tadigadapa استاد مهندسی برق و وابسته به موسسه تحقیقات مواد، David Gaddes، دانشجوی کارشناسی ارشد در مهندسی زیستی، Abdon و Huihun Jung، دانشجوی کارشناسی ارشد در مهندسی زیستی، و Pena-Francesch دانشجو فارغ التحصیل در علوم زیستی و مکانیک همکاری داشته‌اند و اداره تحقیقات ارتش و دفتر تحقیقات نیروی دریایی از این کار حمایت کرده‌اند.



پژوهشگران در دانشگاه پارک لباس‌های محافظی را ساخته‌اند که علاوه بر قابلیت ترمیم خود می‌تواند در مقابل مواد شیمیایی و سموم آسیب‌رسان به بدن نیز مقاوم باشند از این رو این منسوجات کاربری زیادی را در رابطه با کشاورزی که در معرض سموم آفت‌کش ارگانو فسفره هستند و یا سربازان که مورد حملات شیمیایی و بیولوژیکی قرار می‌گیرند را پیدا می‌کند.

ملیک، سی. دمیرل در رابطه با طراحان مد می‌گوید آنها از الیاف طبیعی ساخته شده از پروتئین مانند پشم و ابریشم که گران قیمت بوده و نیز خود ترمیم نیستند استفاده می‌کنند از این رو ما برای پوشش دهی منسوجات خود ترمیم از الیاف معمولی ارزان قیمت استفاده می‌کنیم.

روش کار بسیار ساده است. منسوج در یکسری مایعات که باعث ایجاد لایه خود ترمیم از پلی الکترولیت می‌شود بصورت لایه به لایه مورد پوشش قرار می‌گیرد. این پوشش دهی تحت محیطی امن و در حلالی مانند آب صورت می‌گیرد که کم هزینه است و به تجهیزات خاصی نیازمند نیست. همچنین پوشش پلی الکترولیت‌ها از پلیمرهای مثبت و منفی شارژ شده است و در طول لایه‌بندی‌ها، آنزیم‌ها را می‌توان در پوشش گنجاند.

در این رابطه پژوهشگران از آنزیم اوره آز- آنزیمی که اوره را می‌شکند و به

پلیمرهای گیاهی جدید جایگزین الیاف مصنوعی

را آغاز کرده است.

در هسته این نوع لباس‌های شنای جدید از پلیمر گیاهی به نام Yulex استفاده شده است. این پلیمر از درختان Hevea که در گواتمالا رشد می‌کنند به دست می‌آیند و بنا بر ادعای پاتاگونیا با استفاده از این روش دوستدار محیط زیست مقدار CO2 مصرفی تا ۸۰ درصد کاهش می‌یابد. اگرچه پلیمر جدید در حد مطلوبی انعطاف‌پذیر است اما برای بهبود خاصیت الاستیک آن و افزایش مقاومت در برابر اشعه UV به آن مقداری الیاف الاستیک مصنوعی نیز می‌افزایند.

در این زمینه Hub Hubbard مدیر توسعه پاتاگونیا می‌گوید: ما باید به این واقعیت آگاه باشیم که لباس‌های شنا ساخته شده از الیاف مصنوعی و نئوپرن بر منابع نفتی متکی هستند و از این رو به مواد تجدید ناپذیر بدل می‌گردند. برای این تولیدات شش رتبه‌بندی حرارتی مختلف ارائه خواهد شد که از صفر درجه سانتیگراد تا ۳۲ درجه را در بر می‌گیرد همچنین یک زیپ در جلوی این لباس‌ها قرار گرفته که با باز کردن و بستن آن کشش و انعطاف حرکتی بهتری را برای پوشنده لباس فراهم می‌کند. قیمت لباس‌هایی از این دست که وارد بازار آمریکا و ژاپن خواهد شد از ۲۹۹ دلار تا ۳۳۹ دلار قیمت گذاری شده است.



نئوپرون‌ها بعنوان پوششی مناسب در حفظ گرمای بدن موج سواران در آب شناخته شده است اما تولید آن دوستدار محیط زیست نیست چرا که مواد اولیه آن از نفت یا سنگ آهک مشتق می‌شود که به معنای محصولات جانبی استخراج شده از حفاری‌ها است. از این رو در تلاش در جهت هر چه سبزتر (دوستدار محیط زیست) شدن لباس‌های شنا پاتاگونیا خط تولید سبز و گیاهی خود برای تولید لباس‌های شنا که حالت الاستیک نیز داشته باشند

جوهرهای اسیدی با دانسیته بالا

GPrints توسعه یافته و تولید شده که عمق رنگی را نیز افزایش می‌دهد. این محدوده جدید جوهرها برای استفاده بر روی پلی‌آمید لاکرا مورد استفاده در لباس‌های شنا، اجناس تولید شده با ابریشم‌های لوکس مثل روسری‌های فشن و کراوات و پشم می‌باشد. در این جوهرهای اسیدی کلیه استانداردهای صنعت رنگ و نیز خواص ثباتی آن و کلیه مشخصات مربوطه برای تولید لباس‌های شنا رعایت شده است. جوهرهای اسیدی Nebula از تاریخ سپتامبر ۲۰۱۶ به صورت CMYK و در رنگ‌های نارنجی، قرمز، آبی و خاکستری در دسترس خواهند بود.

Jos Notermans مدیر تجاری منسوجات دیجیتال SPGPrints در راه اندازی این جوهرها می‌گوید: لباس‌های مورد استفاده در شنا تقاضای بالایی را از پرینترهای منسوجات دارند با الزامات مورد نیاز برای عملکرد بالا، پایداری رنگ‌های روشن و طرح‌های پیچیده. این جوهرهای اسیدی یک قدم بزرگ مهم رو به جلو در شیمی SPGPrints می‌باشد که باعث توقف تدریجی تولید جوهرهای اسیدی متداول می‌شود. با این حال ما پشتیبانی می‌کنیم و نیز مجدداً کمک می‌کنیم به مشتریانمان که مایل به این انتقال جوهرها هستند تا جوهرهای اسیدی جدید را اجرا کنند.

معرفی JAVELIN® پرینترهای جوهرافشان دیجیتال منسوجات به آمریکا



SPGPrints با جوهرهای اسیدی جدید Nebula HD (high density) با دانسیته بالا برای چاپ بر روی لباس‌های شنا (مایو)، ابریشم و پشم در نمایشگاه Febratex 2016 آغاز به کار کرد. این جوهرهای اسیدی با دانسیته بالا برای اولین بار در نمایشگاه Febratex 2016 رونمایی شد.

جوهرهای اسیدی جدید با دانسیته بالا Nebula بر روی هر نوع پرینتری با هد Kyocera قابل استفاده است. این یک فرمول جدید است که توسط SP-

می‌یابد. JAVELIN برای شرکت‌هایی که مایل به اولین گام در چاپ دیجیتال هستند ایده‌ال می‌باشد و یا نیاز دارند به یک مکمل برای قابلیت‌های موجودشان. JAVELIN پرینتر دیجیتال SPGPrints PIKE را تکمیل می‌کند و آن قادر خواهد بود تا ۱۳ میلیون متر در سال را چاپ کند. راه اندازی پرینتر JAVELIN یک ابزار قدرتمندی دیگری را برای شرکت‌های فعال در این بازار به شدت رقابتی فراهم می‌کند. با طیف رنگی و چاپ با کیفیت، همراه با سرعت چرخش چاپ دیجیتال در بازار این تکنولوژی با برندهای صاحبان آن ارائه می‌شوند و نیاز به یک مزیت رقابتی در بازار دارند.

برای تولید پارچه بالای دو میلیون متر در سال طراحی شده است، ویژگی‌های پرینترهای JAVELIN این است که در آنها از همان تکنولوژی هدایای پرینتر Archer® می‌باشد که اخیراً راه‌اندازی شده است، استفاده شده است. پرینترهای PIKE با حجم بالا، که جایزه EDP1 2016 برای بهترین راه حل‌های منسوجات صنعتی را به دست آورد. صفحات نازل PIKE حدود ۴ میلی متر از بستر می‌باشد در مقایسه با سایر نازل‌های متداول که حدود ۱.۵ میلی متر فاصله نازل-پارچه می‌باشد. این بدین معنی است که محدوده وسیع‌تری از بسترها را می‌توان اجرا نمود و احتمال اینکه هد پرینتر آسیب پیدا کند، کاهش

تکنولوژی Hydrocool

اضافی به بیرون می‌باشد که می‌تواند به دلایلی مثل ورزش کردن دمای محیط بالا یا تب باشد. با عرق کردن حرارت اضافی به بیرون منتقل می‌شود و دمای بدن در دمای بهینه ۳۷ درجه می‌ماند. منسوجات بافته شده در این زمینه باید توانایی انجام این مکانیزم تنظیم حرارتی را داشته باشند.

تنظیم رطوبت

اشخاص چندین لایه از منسوجات را می‌پوشند که تعداد آن بستگی به شرایط منطقه‌ای و آب و هوایی دارد. که این را اصل چند لایه می‌گویند. نزدی ترین لایه به پوست و لایه داخلی باید مانند پوست دوم برای تنظیم رطوبت بهینه مورد نیاز عمل کند. با توجه به مزایای متعدد مصرف بخشی از الیاف مصنوعی مورد استفاده در لباس‌های ورزش و لباس‌های زیر افزایش پیدا کرده است.

این مزایا عبارتند از وزن کم، مقاومت در برابر سایش بالا و مراقبت آسان و نیز خشک شدن سریع. رفتار آگریز به هنگامی که تکمیل نشده باشد یک نقص فیزیولوژیک برای لباس محسوب می‌شود. این شرکت توضیح می‌دهد تکنولوژی تنظیم رطوبت با عملکرد بالا برای جبران این نقص می‌باشد. به گفته تولید کننده منسوجات تکمیل شده با تکنولوژی Hydrocool اثرات تنظیم رطوبت را به شرح زیر ارائه می‌دهند:

* جذب رطوبت و جابجایی آن

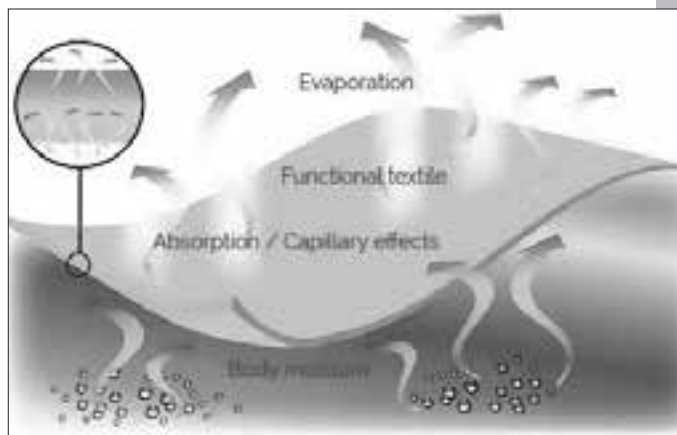
* تبخیر رطوبت بهینه

* البسه خشک و راحت برای پوشیدن

تکنولوژی Hydrocool

هدف تکنولوژی Hydrocool از این محصولات این است که اطمینان حاصل پیدا کند پارچه کاملاً رطوبت را جذب و آن را از بدن دور می‌کند. تبخیر رطوبت جذب شده توسط منسوجات، این تکنولوژی یک تبخیر یکنواخت را ایجاد می‌کند که این تابعی از خنک بودن بدن است.

Hydrocool یک برند خانوادگی برای الیاف تنظیم کننده رطوبت می‌باشد که توسط شرکت ردولف ثبت شده است.



شرکت Rudolf تکنولوژی Hydrocool را برای تنظیم رطوبت الیاف مصنوعی ارائه می‌دهد. گروه Rudolf متخصص برجسته در تولید مواد تعاونی نساجی می‌باشد، محصولات hydrophilizing را با تکنولوژی مدیریت رطوبت بسیار انعطاف پذیر برای الیاف مصنوعی ارائه می‌دهد. با هوشمندی و عملکرد بالا تکنولوژی تنظیم رطوبت Hydrocool گروه رودولف یک راه حل فنی برای تکمیل کاربردی از منسوجات به پوست را ارائه کردند. این شرکت می‌گوید: این در پاسخ به نیازهای بازار دائماً در حال تغییر نساجی می‌باشد و برای بخش‌های در حال رشد مثل لباس ورزشی و لباس زیر کاربردی می‌باشد.

آبدوستی

به گزارش این شرکت ورزش چه در محیط‌های سر بسته یا سرباز به عنوان بخش مهمی از زندگی تبدیل شده است و بهینه مدیریت رطوبت برای منسوجات برای فعالیت‌هایی که اشخاص خیلی عرق می‌کنند باید به یک مقدار مطلق تبدیل شود. صنعت پوشاک نشان می‌دهد انبوهی از مصرف کنندگان را که از منسوجات مختلف در طرح‌های متنوع استفاده می‌کنند.

آبدوستی به همراه بهداشت و طراوت از عوامل تمرکز مهم به هنگام افزایش ارزش این کالاها می‌باشند. دلیل این امر این است که بدن انسان روزانه به طور طبیعی عرق می‌کند و این یک واکنش طبیعی بدن برای انتقال دادن حرارت

تولید ابریشم با استحکام تر با گرافن

رنگزای برگرفته از گیاه پنبه

این رنگزا از گیاه پنبه مشتق شده است و برای رنگرزی پارچه مورد استفاده قرار می‌گیرد. شرکت تحقیق و توسعه برای پنبه Cotton Incorporated و نیز Archroma که یک رهبر جهانی در زمینه‌ی رنگزا و به ویژه مواد تعاونی می‌باشد با همکاری یکدیگر این نظریه را ارائه کرده‌اند که می‌توان یک رنگزای طبیعی که از باقیمانده‌ی گیاه پنبه مشتق شده است را برای رنگرزی پنبه مورد استفاده قرار داد و این رنگزا به عنوان رنگزای طبیعی برای رنگرزی پارچه در تاریخ نساجی به چالش کشیده شده است. EarthColors یک روش ابتکاری شرکت Archroma برای ایجاد رنگزاهای گرم و ترکیب‌های سه تایی از طبیعت می‌باشد. این رنگزاهایی که بر پایه گوگرد هستند برای رنگرزی الیاف سلولزی مثل پنبه طراحی شده‌اند، در حالی که بیشتر رنگزاهای نساجی سنتتیک هستند و از پتروشیمی به عنوان مواد اولیه آن استفاده می‌شود.

EarthColors به عنوان یک جایگزین بیو سنتتیک است که از پسماند صنعت کشاورزی و یا گیاهی استفاده می‌کند. Mary Ankeny مدیر ارشد شیمی نساجی در Cotton Incorporated می‌گوید: به زودی ما درباره EarthColors خواهیم شنید، ما می‌خواستیم تمامی قابلیت‌های پنبه به عنوان یک منبع برای تولید رنگزای طبیعی را کشف کنیم به همین دلیل به عنوان یک پروژه بر روی این موضوع کار کرده‌ایم. از پنبه و نیز از مشتقات آن در صنایع مختلف نظیر مواد غذایی و ساختمان در چندین دهه استفاده شده است، اما ما علاقمند به استفاده از زیست توده پنبه به عنوان رنگزا شدیم. عرضه‌های فراوانی از پنبه وجود دارد. حجم جهانی برداشت پنبه و مشتقات آن حدود ۳ میلیون تن در سال است.

رنگرزی الیاف طبیعی با رنگزاهای فرآوری شده با مواد طبیعی برای خیلی از برندهای دوستدار محیط زیست درخواست تجدید نظر داده شده است، Archroma در نظر دارد تا خط جدیدی را در سال ۲۰۱۴ راه‌اندازی کند. Nuria Es-tape رئیس نساجی تخصصی بازاریابی و تبلیغات در Archroma می‌گوید: ما از Cotton Incorporated سپاسگزاریم به دلیل اینکه این چالش را برای ما به ارمان آورده است. Archroma تلاش می‌کند تا وضعیت موجود و تکنولوژی EarthColors را به چالش بکشد تا حمایت ما را از این رنگ‌ها نشان دهد. در واقع هر دسته از رنگزاهای EarthColors که ارائه می‌شود قابلیت ردیابی را در سطح بالایی در قالب تراشه‌ای با میدان ارتباطات نزدیک دارد. داده‌ها بر روی تراشه توسط مشتریان Archroma و حتی مصرف کنندگان از طریق یک تلفن همراه هوشمند قابل دسترسی است، که فرآیند تولید رنگزا و منبع مواد طبیعی بکار رفته را توضیح می‌دهد. به طور مشابه هر عدل پنبه که در ایالات متحده رشد می‌کند یک تگ شناسایی عدل دارد تا در تجارت پنبه امکان ردیابی آن وجود داشته باشد. این تگ همچنین شامل اطلاعات مربوط به خصوصیات الیاف پنبه موجود در عدل می‌باشد که این کار به تجار و کارخانه‌های تولید در مدیریت موجودی کارآمد، نیز کمک می‌کند. Cotton Incorporated نمونه پارچه رنگرزی شده با رنگزای EarthColors مشتق شده از پنبه را در نمایشگاه پاریس عرضه کرد.



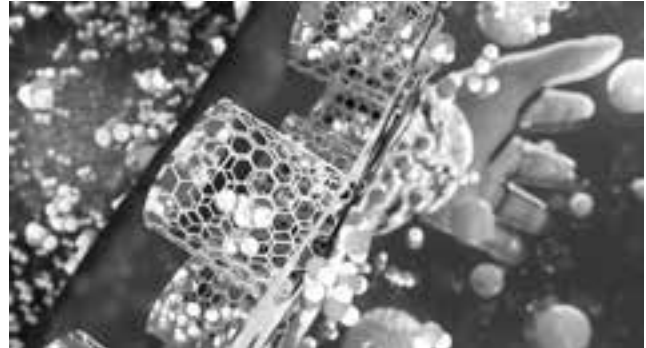
کرم ابریشم با تغذیه از برگ درختان توت زنده می‌ماند، اخیراً دانشمندان در چین کشف کردند که با تغذیه‌ی گرافن و نانو لوله‌های کربنی به این موجودات ابریشم تولید شده با استحکام تر خواهد بود و نیز توانایی هدایت الکتروسیسته را دارند. که این منجر به تولید لباس‌های محکم تر با قابلیت الکترونیک تعبیه شده در آن می‌شود. در حال حاضر کرم ابریشم به موادی نیاز دارد تا ابریشم تولید شده توسط آن نرم تر و زیر دست مخملی تر داشته باشد به همین دلیل دانشمندان راه‌هایی را بدین منظور بررسی کرده‌اند که شامل: افزودن رنگزا، نانوذره، و پلاستیک‌های رسانا به ابریشم در حال رسیدن یا تغذیه کردن این مواد به کرم ابریشم از قبل، می‌باشد. اکنون دانشمندان در دانشگاه Tsinghua چین فقط این نسخه را کشف کرده‌اند: که آب تصفیه شده که شامل ۰.۲ درصد نانو لوله‌های کربنی تک دیواره یا گرافن است را بر روی برگ درخت توت اسپری می‌کنند. پس از آن کرم ابریشم این برگ درخت توت را مصرف کرده و فرآیند ابریشم ریزی آنها مطابق قبل انجام می‌شود. اما تحت آزمایش، ثابت شده است ابریشم‌هایی که توسط این کرم‌ها تولید شده‌اند به مراتب ۵۰ درصد با استحکام تر از ابریشم‌های معمولی می‌باشد. با بررسی‌هایی که بر روی این سوپر ابریشم انجام شده متوجه شدند که ساختار کریستالی منظم‌تری نسبت به ابریشم معمولی دارد و بقایای کربن و گرافن اضافه شده در الیاف دیده می‌شود. ابریشم معمولی رسانایی کمی دارد و به همین دلیل برای استفاده در لباس زمستان مناسب می‌باشد چون هوای گرم را در محیط بسته‌تر و نزدیک به بدن نگه می‌دارد. اما دانشمندان می‌گویند این خواص در ابریشم جدید آنها تغییر کرده است. آن در دمای ۱۰۵۰ درجه سانتی‌گراد (۱۹۲۲ درجه فارنهایت) پخته می‌شوند و مواد کربونیزه می‌شوند.

این ابریشم‌ها را می‌توان در کاربردهای مختلفی نظیر: پارچه‌های محافظ، ایمپلنت پزشکی و الکترونیک‌هایی که به صورت یکپارچه در لباس به کار برده می‌شوند، استفاده کرد. اما چند سوال وجود دارد که در ابتدا باید به آنها پاسخ داده شود: اول اینکه کرم ابریشم دقیقاً به چه صورت نانولوله و گرافن را با ابریشم ترکیب می‌کند؟ و چه درصدی از محصول نهایی را این مواد تشکیل می‌دهند؟ و اینکه آیا این فرآیند باعث آسیب به این موجودات می‌شود؟

پوست دومی که سربازان را از عوامل بیولوژیکی و شیمیایی محافظت می کند

نانو لوله های کربنی CNT به عنوان کانال های و منافذ رسانا رطوبتی ساخته اند که اندازه این منافذ کمتر از ۵ نانومتر و به عبارت دیگر ۵۰۰۰ برابر کوچکتر از عرض یک تار موی انسان است. ناک بویی، نویسنده مقاله می گوید: نرخ تبادل بخار آب در پارچه های ساخته شده از نانو لوله های کربنی در حال پیشی گرفتن از انواع تجاری آن مانند GoreTex است. همچنین منافذ بسیار کوچک منسوجات ارایه شده همچنان که تنفس پذیری را ممکن می سازد از عوامل و تهدیدات بیولوژیکی نیز جلوگیری نموده چرا که تهدیدات بیولوژیکی مانند باکتری یا ویروس از اندازه منافذ بزرگتر بوده و معمولاً معادل با ۱۰ نانومتر هستند. با این حال برخی از تهدیدات شیمیایی ممکن است دارای ذرات کوچکتر از ۵ نانومتر باشند که دانشمندان برای پاسخ گویی به این تهدید از مواد شیمیایی برای کوتینگ منسوج استفاده کرده اند. این مواد شیمیایی محافظ لایه به لایه برای منسوج ایجاد کرده، بطوریکه در برابر عوامل تاول زا، عواملی چون بمب های شیمیایی اعصاب VX و GD، سمومی مانند انتروتوکسین استافیلوکوک و هاگ های بیولوژیکی مانند سیاه زخم مقاومند.

دکتر Hervé Elettro می گوید: موضوعات ترکیبی زیست-الهام ما می تواند تقریباً از هر کمپوندی تولید شود. این بینش های جدید می تواند منجر به طیف گسترده ای از برنامه های کاربردی مثل سازه های پیچیده از میکرو فابریکیشن، میکرو موتورهای برگشت پذیر و یا سیستم های کشش خود تنیده منجر شود.



دانشمندان در آزمایشگاه بین المللی Lawrence Livermore موفق به ساخت مواد فوق تنفس پذیر شدند که سربازان را در مقابل تهدیدات بیولوژیکی و شیمیایی محافظت می کند. این مواد جز اولین راه ها برای لباس های هوشمند آینده است که می تواند با خطرات شیمیایی زیست محیطی مقابله کند. همچنین تنفس پذیر بودن منسوج های محافظتی یک نیاز حیاتی برای جلوگیری از گرما، استرس و خستگی کارکنان نظامی برای انجام ماموریت در محیط های آلوده است.

لباس های محافظتی حال حاضر سنگین بوده، تنفس پذیر نیستند و همه نیازهای محافظتی را برآورده نمی کنند بنابراین در برابر خیلی از تهدیدات بصورت منفعل عمل می کنند. از این رو تیم پژوهشی LLNL غشاهای پلیمری انعطاف پذیر با

منسوجات نفاخته با پتانسیل تبدیل شدن به منسوجات الکترونیکی

رینولدز در این رابطه می گوید: این یک پیشرفت واقعی برای صنعت نساجی است که وعده مزایای عمده ای را برای لباس های آینده می دهد چراکه از نخ مانند کانال های خطی می توان استفاده کرد که دارای پتانسیل بسیار زیادی برای کاربرد در پارچه های هوشمند دارند. مانند کانال هایی حاوی میکرو کپسول های حاوی دارو یا عطر که هر دو به گونه ای خاص به بدن کمک می کنند و یا ساخت و ایجاد لباس های ضد باکتری رینولدز در انتظار ثبت اختراع مواد فن آوری پوشیدنی ایالات متحده است. Dubbed Zephlinear نام مستعار Space Cloth است که با توجه به ظاهر و قابلیت های الکترونیکی نساجی به آن داده شده است. ساخت منسوجات با این روش نوید دهنده ساخت منسوجات صد صد طبیعی و مستحکم است مانند منسوجات صد درصد پشم و یا پشم / ابریشم. پروفیسور تیلاک دیاس می گوید: ما اعتقاد داریم پتانسیل عظیمی وجود دارد که میتونیم فن آوری الکترونیکی را با این روش در منسوجات ادغام نمود مانند منسوجات گرمایشی و یا منسوجاتی با LED. این فن آوری به عنوان یک پارچه بسیار سبک و انعطاف پذیر بوده و پس از جمع شدن به راحتی به شکل اولیه خود باز می گردد و در ضمن زیست سازگار نیز می باشد.



پروژه تبدیل منسوجات نفاخته به منسوجات الکترونیکی ایده دانشجوی دکتری سونیا رینولدز در دانشگاه ناتینگهام است که زیر نظر پروفیسور تیلاک دیاس و دکتر آماندا بریگز-گود انجام شده است. در این روش برخلاف تولید منسوجات بافته شده Knitted یا مواد بافتنی Woven که توسط Interloping یا inter-lacing تولید می شدند این منسوجات به روش Dubbed Zephlinear که درگیری سطحی نخ است تولید می شود.

DIESEL®

پیوسته در جستجوی بازارهای جدید

لباس‌های مردانه، لوازم جانبی، چرم و لباس‌های کودکان و نوجوانان آغاز به کار کرد. او به سرعت به مدیریت مدل‌ها و حوزه‌های خلاق دیزل ارتقا یافت و در سال ۱۹۹۳ عنوان رسمی مدیریت خلاقیت را با مسوولیت‌های مختلف از جمله نظارت بر طراحی کل محصولات و تشکلهای ارتباطات، از آن خود کرد.

حیطه اختیارات او شامل طراحی لباس و لوازم جانبی برای تبلیغات، رسانه‌های جدید، برنامه‌های بازرگانی، خرده‌فروشی و طراحی داخلی (در فروشگاه‌ها،

نمایشگاه‌ها، ادارات و هتل‌ها)، برنامه‌ریزی مراسم معرفی مدهای جدید و همچنین برندهای در حال توسعه با نام تجاری جدید مانند لوازم خانگی، میلمان و حتی خودرو می‌شود.

به معنای واقعی کلمه تمام جنبه‌های تجاری نام و تصویر دیزل

همچنان تحت مسوولیت ویلبرت است. دیزل همچنین اولین شرکت طراحی لباس است که در زمینه بازی‌های

شرکت دیزل، یک شرکت ایتالیایی طراحی لباس است که در ابتدا برای تولید لباس بزرگسالان به خصوص شلوار جین، هدف‌گذاری شده بود، اما به مرور و با توسعه کارش انواع لباس و عطر را تولید می‌کند. زیبایی هر چیزی است که لرزهای بر تن تو بیاننداد.» این جمله را رنزو روسو، موسس اولیه دیزل می‌گوید و معتقد است زیبایی را چشمان انسان درک می‌کنند. روسو و رییس قبلی‌اش در شرکت آ.گ جین، یعنی آدریانو گولدشمید، این شرکت را در سال ۱۹۷۸ تاسیس کردند. سال‌های رویایی دیزل از ۱۹۸۵ آغاز می‌شود که رنزو کل سهام شرکت را خریداری کرد. در ۱۹۸۸ ویلبرت داس که مدیری خلاق و مبتکر بود، به دیزل پیوست و سه سال بعد، اولین برنامه استراتژی بین‌المللی بازاریابی را در شرکت آغاز کرد. در همان سال‌ها اولین فروشگاه بزرگ عرضه محصولات دیزل در نیویورک باز شد. در فوریه ۲۰۰۷ چندین بخش دیگر از جمله، قسمت فروش لباس‌های شنا به بخش‌های خرده‌فروشی و فروشگاه‌ها اضافه شد.

تمامی مجموعه‌های دیزل، از جمله محصولات تحت لیسانس، با مدیریت خلاقانه ویلبرت داس ساخته شده است. می‌توان گفت کارگردان خلاق و طراح اصلی دیزل، ویلبرت داس است که از سال ۱۹۸۸ برای دیزل مشغول به کار است. ویلبرت به عنوان طراح

LOVERDOSE

DIESEL

Brand

ویدئویی کار کرده و در سال ۲۰۰۸ با همکاری شرکت سونی برای فروش محصولاتش در دنیای مجازی پلی‌استیشن همکاری کرده است.

برند اصلی شرکت، دیزل و دیزل مشکی طلایی برند فرعی جدید مجموعه است که در سال ۲۰۰۷ در بخش لباس‌های لوکس راه‌اندازی شده. مجموعه کودکان نیز با نام «دیزل کید» به بازار عرضه می‌شود. گالری دنیم دیزل محصولات محدودی در فضاهای هنری ابتکاری ارائه می‌دهد. دیزل همچنین مجموعه‌های مختلفی از کفش، لباس‌های زیر و کیف ارائه می‌دهد. مجموعه‌های تحت لیسانس دیزل شامل انواع عینک‌های خاص، جواهرات و ساعت (با مارک فسیل)، و ادوکلن‌های لورال می‌باشند.

لورال و دیزل در پاییز ۲۰۰۷ اقدام به راه‌اندازی مارک مشترک (Fuel for life) - برای خانم و آقا کردند. یک مجموعه کوچک برای آدیداس در سال ۲۰۰۸ به نام «دنیم اصلی آدیداس توسط دیزل» راه‌اندازی شد و مجوز تولید و فروش لباس راحتی به شرکت آمریکایی تولیدکننده برند ویکتوریا سیکرت واگذار شد. در سال‌های اخیر، همکاری‌های جدیدی با شرکت‌های مختلف از جمله AGV را شاهد هستیم. همچنین این شرکت با حمایت از پروژه‌های مختلف از جمله مسابقه موسیقی دیزل Diesel-U-Music توجه خود را به تاکید بر خلاقیت جوانان معطوف کرده است و به عنوان شریک موسسه بین‌المللی پشتیبانی از استعدادهای درخشان در زمینه‌های مختلف معرفی شده. دیزل حمایت و مشارکت خلاق در موسسه خیریه ایدز «لایف بال» در سال ۲۰۰۶ و جشنواره فیلم ساندنس از خود نشان داد.

دیزل در حال حاضر در بیش از ۸۰ کشور فعالیت می‌کند و در حدود ۳۰۰ برند زیر مجموعه دارد. این شرکت اکنون در حدود ۱/۵ میلیارد دلار درآمد دارد. بیشتر این سود از فروش دنیم (که نوعی جین است) و سایر کالاهای پرفروش از جمله طیف گسترده و موفق وسایل جانبی و لباس‌های کودک به دست آمده است.

علاوه بر این نمایندگی‌ها، محصولات دیزل در بیش از ۵۰۰۰ فروشگاه دیگر عرضه می‌شود که از این میان ۳۰۰ فروشگاه برند دیزل را یکدک می‌کنند. بزرگ‌ترین فروشگاه کنونی در میلان ایتالیا قرار دارد. دیزل شرکتی جهانی و چند فرهنگی است و تلاش می‌کند تا جای ممکن تیم کارکنان خود را از میان فرهنگ‌های مختلف انتخاب کند. مدیریت نیروی انسانی دیزل نیز مانند شیوه‌های کاری این شرکت، نوآورانه و به دور از قراردادهای و قواعد سنتی است.



تجارت اصلی خانواده بنتون

در روز ۱۳ مه سال ۱۹۳۵، لوچیانو بنتون در ترویزو در ونتو ایتالیا متولد شد. لوچیانو پس از مرگ پدرش مدرسه را ترک کرد و در سن ۱۵ سالگی شغلی در یک فروشگاه لباس یافت تا زندگی خواهر و دو برادر کوچکتر خود را تامین کند. او به همراه خواهر و دو برادر کوچکترش یعنی جیولانا، گیلبرتو و کارلو، بدون هیچ گونه تحقیقات بازاریابی، شرکت پوشاک گروه بنتون را در سال ۱۹۶۵ تاسیس کردند. اعضای خانواده ایتالیایی بنتون همگی در ترویزو متولد شده بودند. لوچیانو از زمان آغاز به کار گروه بنتون، ریاست این شرکت را بر عهده گرفت. او عضو هیات مدیره شرکت سرمایه‌گذاری ادیزون نیز بود.

آنها از طریق شرکت مالی سرمایه‌گذاری در سهام ادیزون (Edizione)، چندین شرکت و تجارت را تاسیس کردند که شامل ۳۷ درصد از شرکت اتواسترید (Autostrade S.p.A)، گرداننده تقریباً دو سوم بزرگراه‌های ایتالیا و وسیع‌ترین شبکه بزرگراه در اروپا؛ ۶۷ درصد از شرکت اتوگریل، یک مجموعه رستوران زنجیره‌ای جاده‌ای و سرمایه‌گذاری در صنعت هتلداری بود.

تا سال ۱۹۷۵ فروش کمپانی بنتون تنها به بازار ایتالیا محدود می‌شد. لوچیانو می‌گفت: بهترین ایده‌ها با پیاده‌سازی غلط از بین می‌روند. اگر نتوانیم مردم را راضی کنیم، فایده‌ای ندارد که اشتیاق آنها را برای محصولات خود بیدار کنیم.

در دهه ۱۹۸۰ تعداد فروشگاه‌های این کمپانی در آمریکا کاهش یافت، اما در بازار جهانی توسعه و رشد یافت. بنتون تعداد فروشگاه‌های خود را در خاور دور افزایش داد و تنها ۵۰ فروشگاه در چین راه‌اندازی کرد. در سال ۱۹۹۶ بنتون در بیش از ۱۰۰ کشور دنیا، با ۷۰۰۰ مرکز فروش برای مارک‌های اصلی خود یعنی سیسلی (Sisley)، رنگ‌های متحد بنتون (United Colors of Benetton) حضور داشت. شبکه فروش شامل ۸۰۰ کارمند بود که مسوول فروشگاه‌های مستقل شرکت در نقاط مختلف دنیا بودند.

برای توسعه و تقویت مداوم شرکت، تبلیغات، نقش کلیدی در تاریخ بنتون داشت. با گذشت زمان، بنتون یک تصویر نمادی و ثابت از خود خلق کرد. ایده‌هایی که خانواده بنتون از آنها به عنوان فلسفه این شرکت تعبیر می‌کنند و برای تمام کشورهای دنیا موثر بوده است، شامل مواردی همچون خلق



Brand



یک تصویر ماندنی و ثابت جهانی، نمایش انواع بی نهایت متنوع از رنگ‌ها برای موفقیت محصول و نهایتاً قابل دسترس نشان دادن آنچه که توسط بنتون عرضه می‌شود، خصوصاً برای افراد جوان بود.

چند دهه پس از این دوران، خانواده بنتون مالک یک امپراتوری شدند که شامل ۱۵ کارخانه و شش هزار بخش فروش بود و سالانه بیلیون‌ها دلار درآمد داشت.

این خانواده همچنین مالکیت یک تیم مسابقه اتومبیلرانی فرمول یک با همین نام و باشگاه بسکتبال و راگی را از آن خود کردند که بر شهرت آنها بیش از پیش افزود.

کمپانی بنتون علاوه بر شعبه‌های پوشاک، در زمینه‌های دیگری هم سرمایه‌گذاری کرد که شامل راکت‌های تنیس، چکمه‌های اسکی، اسکی‌های کستل و کفش‌های هاکای بود. سایر محصولات این شرکت شامل ساعت، لوازم آرایشی، لوازم‌التحریر، پارچه‌های کتان، عینک، کتاب و همچنین یک خط تولید پیجر با همکاری موتورولا بود.

بنتون به طور مستقل یا با همکاری با سایر گروه‌ها و سازمان‌ها، در بسیاری از اقدامات برای

کمک به حل مشکلات اجتماعی پیشگام بود. به عنوان مثال می‌توان از تبلیغی در سال ۱۹۹۵ برای کمک به ایجاد آگاهی از ایبز در هند و حمایت از موسسه War Child، یک

موسسه خیریه که به کودکان مناطق جنگ زده سراسر دنیا کمک می‌کرد، نام برد. سال ۱۹۹۲ تا ۱۹۹۴ سناتور جمهوری ایتالیا بود. او از همسر خود ماریا ترزا ماستری، صاحب به نام‌های مورو، الکساندرا، روسلا و راکو شد. الکساندرا که در مارس ۱۹۶۴ متولد شده بود، علوم را از دانشگاه بوستون و از دانشگاه هاروارد مدرک MBA دریافت کرد. او در سال ۱۹۹۳ تاسیس کرد و در حال حاضر رییس این شرکت است.

مسئولیت ویژه برای نظارت بر توسعه شرکت در بازارهای شرق و خاور دور و توجه خاص به رییس شرکت گروه بنتون منصوب شد. الکساندر، فرانک، سابرینا و کریستین بنتون، به عنوان کمیته مدیریت شرکت ادیزون، منصوب شده‌اند و نسل جدید بنتون در آینده خواهند بود. ثروت و دارایی خانواده بنتون از مرز تریلیون دلار می‌گذرد و آنها در ردیف ثروتمندان بزرگ جهان قرار دارند.

جیولانا بنتون در حال حاضر عضو هیات‌مدیره کمپانی گروه بنتون و ادیزون است. او مسوول برنامه‌ریزی و رسیدگی به مجموعه لباس‌های کشف بنتون و هماهنگ کردن محصولات تولیدی مختلف این شرکت است.

گیلیرتو بنتون رییس شرکت ادیزون است و به تمام سرمایه‌گذاری‌های مالی و مستغلات نظارت می‌کند. او همچنین رییس اتوگریل و معاون گروه بنتون است. کارلو بنتون نیز قائم‌مقام رییس شرکت گروه بنتون و همچنین ادیزون است. او مسوول تولید و برقراری ارتباط بین شعبه مرکزی بنتون با واحدهای جهانی خود است. سهام این شرکت در پنج قاره دنیا و از طریق بیش از ۵۰ شرکت وابسته و ۳۰۰۰ کارمند مستقیم توسعه یافته است. بنتون روزانه حدود ۲۰۰ هزار نمونه پوشاک و در سال تقریباً ۱۱۰ میلیون لباس تولید می‌کند.

محصولات شرکت بنتون، پیشرفت و رشد بین‌المللی داشته است و کالاهای صادراتی آن از ۲ درصد در سال ۱۹۷۵، به ۹۰ درصد در حال حاضر رسیده است. لوچیانو در سال‌های اخیر درگیری و گرفتاری‌های روزانه خود را کاهش داده است و با تاسیس شش هزارمین نمایندگی بنتون، با دارا بودن بیش از ۹۵۰۰ کارمند در ۱۲۰ کشور جهان، سالانه درآمدی بالغ بر دو میلیارد یورو را تنها از این شرکت نصیب خانواده بنتون می‌کند.

War Child، یک

لوچیانو از

چهار فرزند

مدرک مهندسی

یک بانک بازرگانی

او در سال ۲۰۰۴، با

هند و چین، به عنوان نایب

اعضای



تهیه و تنظیم: مینا بیانی

تغییرات شرکت های نساجی**شرکت کیا پلی استر دلیجان (سهامی خاص)**

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۷/۲۹، مهديه محمدی به سمت رئیس هیئت مدیره، فروغ جلالی به سمت نائب رئیس هیئت مدیره و سیدمیلاد جلالی به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره انتخاب شدند.

شرکت تعاونی تولیدی ناز پوشان کیان اتابکی

برابر صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۲/۲۰، اساسنامه جدید مشتمل بر ۵۲ ماده و ۳۴ تبصره تصویب شد. نوشین کیانی پور به سمت رئیس هیئت مدیره، فرخناز کیانی پور اتابکی به سمت مدیرعامل و نائب رئیس هیئت مدیره، هدی سعید نیا به سمت منشی هیئت مدیره، زینب داودی به عنوان بازرس اصلی و صدی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. صورت های مالی سال ۹۴/۲/۲۱ به تصویب رسید.

شرکت تعاونی اسلامی کشفاف تهران و حومه

پیرو صورتجلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۹۵/۲/۲۸، سرمایه شرکت تعاونی از ۱۰۵۲۰۵۲۰۰۰ ریال به ۱۲۰۸۰۷۷۰۰۰ ریال افزایش یافت. داود بیطرفان به سمت بازرس اصلی و محمدرضا پهنام به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت گریوه (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۵/۴/۲۳، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به ۱۳۹۴ مورد تصویب قرار گرفت. موسسه حسابرسی سامان پندار به سمت بازرس اصلی و ابوالفضل نورائی آشتیانی به سمت بازرس علی البدل و روزنامه کیهان جهت درج آگهی های شرکت تعیین شدند.

شرکت تعاونی مصرف کارکنان کارخانجات نساجی اردکان

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۵/۷/۱۶، مهدی برخورداری به سمت بازرس اصلی و حسین محمدی به سمت بازرس علی البدل و روزنامه پیمان یزد جهت نشر آگهی های شرکت انتخاب شدند. صورت های مالی منتهی به سال ۹۴ به تصویب رسید.

شرکت عالی ریس (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی ۹۵/۷/۲۴، محمد حسین مشائی به سمت بازرس اصلی و علی فاضل یزدی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. صورت های مالی منتهی به سال ۹۴ به تصویب رسید.

شرکت نساجی یزد (سهامی خاص)

پیرو صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۵/۴/۲۳، احمد صادقیان به سمت رئیس هیئت مدیره، مسعود صادقیان به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، فرخ ارسلانی زاده به عنوان مدیرعامل و عضو هیئت مدیره، موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت صدر به عنوان بازرس اصلی و سیدمهدی نبویان به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد. صورت های مالی منتهی به سال ۱۳۹۴ به تصویب رسید.

شرکت فرش نگین دیار (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۱۱/۱۳، سرمایه شرکت از مبلغ ۴۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ ۱/۰۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت تولیدی پوشاک و زیور آلات الهه بالدار (بامسئولیت محدود)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۵، شرکت مذکور در تاریخ فوق منحل اعلام و آزاد خدامرادی به سمت مدیر تصفیه تعیین شد. محل تصفیه در آذربایجان غربی، پیرانشهر، خیابان قدس، فلکه گاز، کوچه چیا، کدپستی ۵۷۸۱۶۳۶۳۴۴ قرار دارد.

شرکت محیا باف یزد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۶/۱۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۲۴/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به ۲۴/۴۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال کاهش یافت.

شرکت پشم بافی عالی پوش روز (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۴/۱۲/۲۶، علی فدوی به سمت رئیس هیئت مدیره، امیر عباس فدوی به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، محمد رمضان قاسم به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره، موسسه حسابرسی و خدمات مالی آگاه نگر به عنوان بازرس اصلی و محمد افسری به عنوان بازرس علی البدل و روزنامه اطلاعات جهت نشر آگهی های شرکت انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال ۱۳۹۳ تصویب شد.

شرکت صنایع فرش نگین نیلگون مشهد (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۴/۱۲/۱۶، موسسه حسابرسی آرین باستان محاسبه به سمت بازرس اصلی و حسین بیگانه به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت فرش نگین فیروزه کاشان (بامسئولیت محدود)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۸، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۰ میلیون ریال به مبلغ ۱۰ میلیارد ریال افزایش یافت.

شرکت شاهکار قالی سلیمان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۸/۱۳، سرمایه شرکت از مبلغ ۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ ۳۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت پایا تکمیل بافت آسیا (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۵، محل شرکت به تهران، خیابان خیام، کوچه شهید جواد میرا، بن بست حسینی، پلاک ۳، طبقه اول کدپستی ۱۱۹۱۷۶۹۱۴۱ تغییر یافت.

شرکت پوشاک نو آوران پوش ایران (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۳، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۴ به تصویب رسید. علیرضا کنکان خسروی به سمت مدیرعامل و نائب رئیس هیئت مدیره، حمیدرضا کنکان خسروی به سمت عضو هیئت مدیره و غلامرضا کنکان خسروی به سمت رئیس هیئت مدیره موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت رایمند امین به عنوان بازرس اصلی، محمدعلی کربلائی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد.

شرکت نورین پود (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۵/۴/۲۹، موسسه حسابرسی اطهر به عنوان بازرس اصلی و نسیم معصومی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال ۱۳۹۴ مورد تصویب قرار گرفت.

شرکت سی رنگ ساوین کاشان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۸/۲، بدالله میرزائی به سمت رئیس هیئت مدیره، امرالله میرزائی به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، احمد میرزائی به سمت عضو هیئت مدیره، ابوالفضل میرزائی به سمت مدیرعامل، محمد صفدری به سمت بازرس اصلی و آرزو حجازیان به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه جمهوری اسلامی جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد. ترازنامه و حساب سود و زیان سالی مالی ۱۳۹۱ به تصویب رسید.

شرکت فرش سی رنگ مشهد (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۸/۳، بدالله میرزائی به سمت رئیس هیئت مدیره، احمد میرزائی به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، امرالله میرزائی به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره، محمد صفدری به سمت بازرس اصلی و آرزو به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه جمهوری اسلامی جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد. ترازنامه و حساب سود و زیان سالی مالی ۹۲ و ۱۳۹۳ به تصویب رسید.

شرکت فرش گنجینه هنر مشهد (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۴/۲/۲۹، حسین گواهی بیدگلی به سمت رییس هیئت مدیره، محمدحسین گواهی بیدگلی به سمت مدیرعامل، فاطمه خدمتی مفرد بیدگلی به سمت نایب رییس هیئت مدیره، منوچهر صدراثیه به سمت بازرس اصلی و منصور محمد رضائی بیدگلی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه رسالت جهت نشر آگهی های شرکت تعیین شد. تراز مالی سال های ۹۱ الی ۹۳ به تصویب رسید.

شرکت صنایع کیسه زنجان (سهامی خاص)

پیرو صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۱۴، سرمایه شرکت از مبلغ ۴/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ ۹/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت نساجی نگین نقش چهلستون (با مسئولیت محدود)

به موجب صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۲/۷، حسن توکلی پسند به سمت رئیس هیئت مدیره و رامین توکلی پسند به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت خدمات تکمیلی پارچه حریر الوان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۴/۲۸، علی اصغر سالار دینی به سمت رئیس هیئت مدیره، ابوالفضل ابدالی به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، افشار سالار دینی به سمت عضو هیئت مدیره، افشین سالار دینی به سمت عضو هیئت مدیره و مدیرعامل، موسسه حسابرسی و خدمات مالی همیار حساب به سمت بازرس اصلی و محمد دهیان به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه ابرار جهت نشر آگهی های شرکت انتخاب شد. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال ۹۴/۱۲/۲۹ مورد تصویب قرار گرفت.

شرکت صنایع نساجی رضا شرکت (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۳/۲۰، احمد توسلی به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره، محمد حسن توسلی به سمت رئیس هیئت مدیره، مهدیه توسلی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، بهروز کلهر به سمت بازرس اصلی و فریبرز جعفری به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. محل شرکت به تهران، خیابان جمهوری اسلامی، مابین خیابان های ولیعصر و فلسطین، ساختمان حجت، طبقه همکف، پلاک ۱۲، کدپستی ۹۴/۱۲/۲۹ تغییر یافت. ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به ۹۴/۱۲/۲۹ به تصویب رسید.

شرکت صنایع کاموای مهر آوینا (با مسئولیت محدود)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۱۸، شرکت منحل اعلام و مرضیه کتلی به سمت مدیر تصفیه انتخاب شد. نشانی محل تصفیه تهران، ستارخان، خیابان نیایش، خیابان امام منتظر، کوچه ششم، پلاک ۳۲، واحد یک، کدپستی ۱۴۴۶۳۳۴۸۵ است.

شرکت صنایع تار و پود زرین شمال (سهامی خاص)

به موجب صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۷/۳، حسین ضابطی طرقي، علی ضابطی طرقي، حمید ضابطی طرقي و مجید ضابطی طرقي به عنوان اعضای هیئت مدیره انتخاب شدند. موسسه حسابرسی پردازش حساب هونام به سمت بازرس اصلی و محمود شیرزادی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه ابرار جهت نشر آگهی های شرکت انتخاب شد. ترازنامه و حساب سود و زیان منتهی به سال ۱۳۹۴ مورد تصویب مجمع قرار گرفت.

شرکت نساجی نگین رضای کاشان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۸/۸، سرمایه شرکت از مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ ۴/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت صنایع نساجی همدانیان (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۹۵/۶/۱۷، موسسه خیریه علی و حسین همدانیان، شرکت توسعه و مدیریت بافناز، شرکت کشاورزی مکانیزه اصفهان کشت به عنوان اعضای هیات مدیره برای بقیه مدت تصدی تا تاریخ ۹۵/۳/۱۲ انتخاب شدند.

شرکت تعاونی تولیدی حوله تندیس ابهر

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۳/۷، رامین حاجی قربانی به سمت رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل، حسین حاجی قربانی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، فرشته منشرعی به سمت منشی هیئت مدیره انتخاب شدند.

شرکت گلرنگ فرش بیدگل (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۷/۴، سرمایه شرکت از مبلغ ۹۹۶۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۲۴۹۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت. موسسه حسابرسی تلفیق نگارحسابداران رسمی به سمت بازرس اصلی، حسن حجتی تبار به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال ۱۳۹۴ مورد تصویب قرار گرفت.

شرکت شهاب فرش بیدگل (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۶/۱۱، موسسه حسابرسی آروین باستان محاسب به سمت بازرس اصلی و سیدحسین مصباحی بیدگلی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. سرمایه شرکت از مبلغ ۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به مبلغ ۴۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت نساجی جهان نمای بیدگل (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۷/۱، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ ۵/۹۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال کاهش یافت.

شرکت عطرین نخ قم (سهامی عام)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۷/۱۵، حامد مقدم به سمت رئیس هیئت مدیره، احسان صابری به سمت نائب رئیس هیئت مدیره، امیر حسین شاه علی به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره، موسسه تدبیرگران شاخص اندیش به سمت حسابرس و بازرس اصلی و موسسه حسابرسی دقیق تراز سپاهان به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

به‌عنوان بازرس اصلی و علی‌البدل، عیسی وطن‌خواه به سمت رئیس هیات مدیره، سعید وطن‌خواه به سمت نائب رئیس هیات مدیره، اسماعیل وطن‌خواه به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت امین بافت نگین (سهامی خاص)

طبق صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۸/۲۳، محمدجعفر آل کاظم به سمت رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل، میثم آل کاظم به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و یاسر آل کاظم به سمت عضو هیئت مدیره انتخاب شدند.

شرکت فرش کسری یزد (سهامی خاص)

برابر صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۷/۲۳، مرتضی صفدری‌زاده به سمت رئیس هیئت مدیره، محمد صفدری‌زاده به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، حمید رضا رضائیان به سمت مدیرعامل و منشی هیئت مدیره، مصطفی کوب‌زاده به عنوان بازرس اصلی و حبیب عبادی به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. صورت‌های مالی منتهی به سال ۱۳۹۴ مورد تصویب مجمع قرار گرفت. روزنامه پیمان یزد جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت تیرازه ماشین (سهامی خاص)

به استناد صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۸/۱۵، مهدی اختراعی صناعی به سمت رئیس هیئت مدیره، محمدرضا اختراعی صناعی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، خلیل اسکندرزاده به عنوان عضو هیئت مدیره و مازیار رستم‌نژاد به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت منسوجات نبافته آراء (سهامی خاص)

برابر صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۵/۴/۲۳، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۴ مورد تصویب قرار گرفت. موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت سامان پندار به عنوان بازرس اصلی و ابوالفضل نورائی آشتیانی به‌عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. روزنامه کیهان جهت آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت نساجی اسپریج بافت رفسنجان (سهامی خاص)

پیرو صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۵/۷/۱۷، خبیریه فرهنگی علی‌آباد سادات به سمت رئیس هیئت مدیره به نمایندگی محمد حسین مرعشی، فریده هاشمی نژاد کشکویی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و سید محمدتقی مرعشی به سمت مدیرعامل، سید ابراهیم قرشی به سمت بازرس اصلی و سید محمد قرشی به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. ترازنامه و حساب سود و زیان شرکت منتهی به سال ۹۴ مورد تصویب قرار گرفت.

شرکت مهر تاش سپاهان (سهامی خاص)

به موجب صورت‌جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۹۵/۴/۳۰، سرمایه شرکت از مبلغ ۲۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ ۳۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت تعاونی پوشاک نفیس آتیه البرز

طبق صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۶/۲۴، سعیده میر طهرانی به‌عنوان رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل و مجتبی گرشاسبی به‌عنوان نایب رئیس هیئت مدیره و مریم طهرانی به‌عنوان منشی هیئت مدیره انتخاب شدند.

شرکت تعاونی حریر دوخت بانوی بختیاری

برابر صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۱/۲۲، شعبه در واحد ثبتی مسجد سلیمان به نفتک، پشت فرهنگسرا، کدپستی ۶۴۹۱۷۹۳۸۵۵ تاسیس و فاطمه باقری به‌عنوان مدیر شعبه انتخاب شد.

شرکت صنایع فرش بنفشه زار کاشان (سهامی خاص)

طبق صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۸/۱۱، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۴ میلیارد ریال به مبلغ ۳۳ میلیارد ریال افزایش یافت.

شرکت رویان بافت (سهامی خاص)

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۵/۸/۱۲، روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی‌های داخلی شرکت تعیین شد. علی اکبر مرزی به سمت رئیس هیئت مدیره، فخری مسعودی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، فریدون مرزی به سمت عضو هیئت مدیره و مدیرعامل، حوا بهادری و فرزاد عسگری به‌عنوان بازرس اصلی و علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت تعاونی طناز دوخت جهرم

به موجب صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۵/۷/۱۰، طاهره رضایی کوچی به سمت بازرس اصلی شرکت و راضیه رضایی کوچی به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت ریسندگی بافندگی خاتم بافت مشکنان اصفهان (سهامی عام)

طبق صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۶/۱۳، سیدرضا حسینی به سمت رئیس هیات مدیره، علی شاهمرادی به سمت عضو هیئت مدیره و مدیرعامل، سیدرسول حسینی مشکنانی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، موسسه حسابرسی کاربرد تحقیق به‌عنوان بازرس اصلی و موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت آئین تراز آریا به‌عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. روزنامه کار و کارگر و نسل فردا جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد. صورت‌های مالی سال ۱۳۹۳ به تصویب رسید.

اتحادیه پوشاک پیراهن و پارچه شهرستان شمیرانات

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به‌طور فوق‌العاده مورخ ۹۵/۸/۲، علیرضا نصیبی به سمت رییس اتحادیه، علی ملکی به سمت نایب رئیس، مهدی سامعی به سمت دبیر، یوسف گلسخی به سمت خزانه‌دار و سعید صاحبی به سمت بازرس اصلی انتخاب شدند.

انجمن تولیدکنندگان مستریج ایران

برابر صورت‌جلسات مورخ ۹۵/۷/۱۲، تصمیمات مجمع عمومی عادی سالیانه و گزارش عملکرد هیئت مدیره، صورت‌های مالی و تراز منتهی به ۹۴/۱۲/۲۹ تصویب شد. امید کوشکی به سمت رئیس، کاظم ظهیری شاد به سمت نایب رئیس، مصطفی طالقانی اصفهانی به سمت خزانه‌دار، فرهاد بهشتی به سمت بازرس اصلی و مرتضی محمودی به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت کارخانجات مخمل و ابریشم کاشان (سهامی عام)

طبق صورت‌جلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۳/۱۸، علی اصغر حسینی نژاد به نمایندگی شرکت سرمایه‌گذاری تأمین اجتماعی نیروهای مسلح به‌عنوان رئیس هیئت مدیره، علیرضا آهی به نمایندگی شرکت مدیریت توسعه نگاه پویا به‌عنوان نایب رئیس هیئت مدیره، هادی شیخ زین‌العابدینی به نمایندگی شرکت سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی به‌عنوان عضو هیئت مدیره و سیدحسین حسینی به نمایندگی خدمات مدیریت سرمایه مدار به‌عنوان عضو هیئت مدیره و مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت پنبه پاک کنی بابک مغان (سهامی خاص)

برابر صورت‌جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۹۵/۸/۵، تعداداعضاء هیئت مدیره از ۳ نفر به ۴ نفر افزایش یافته که به وسیله مجمع عمومی عادی از بین صاحبان سهام انتخاب می‌شوند. اداره خواهد شد. مدیران کلاً یا بعضاً قابل عزل می‌باشند. یاور اصغری و محمد محمدزاده

شرکت صنایع فرش هنگامه کاشان (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۸/۱۶، سرمایه شرکت از مبلغ ۳۵ میلیون ریال به مبلغ یک میلیارد و ۸۲۰ میلیون ریال افزایش یافت.

شرکت ایران ریس (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۹۵/۴/۶، میرهادی سید اصفهانی به سمت رئیس هیئت مدیره، سید محمد جزایری به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، میر سعید شمس زاده به سمت مدیرعامل، موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت رهین به عنوان بازرس اصلی و موسسه آئین محاسبان به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت فرش کیمیا کاشان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۶/۲۸، موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت بهداد حساب آریا به سمت بازرس اصلی و علیرضا مراد آبادی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت بافت و تکمیل ستاره درخشان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۹۵/۶/۱۸، حسین نجفی کوتنائی به سمت رئیس هیئت مدیره، علی نجفی کوتنائی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و محمد نجفی کوتنائی به عنوان مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت ترمه باف اصفهان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۱۸، سود و زیان سال مالی منتهی به ۹۴/۸/۱۸ به تصویب رسید. ثریا احمدی و مهدی سجادی فرد به سمت بازرس اصلی و علی البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا جهت درج آگهی‌ها و دعوتنامه‌های شرکت معرفی شد.

شرکت زرین تاب کرمان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۹۴/۱۱/۲۷، حسن علی احمدی به سمت رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل، مونس سجادیان به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، عارف طهماسبی به سمت بازرس اصلی و محمدرضا صافی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند.

شرکت طلوع نخ اصفهان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی مورخ ۹۵/۷/۲۷، صدیقه سیدقلعه جوزدانی به عنوان رئیس هیئت مدیره، آرزو سیدقلعه جوزدانی به عنوان نایب رئیس هیئت مدیره، عاطفه سیدقلعه جوزدانی به عنوان مدیرعامل، جواد تابان فربا و عبدالله رضائی آدریانی به سمت بازرس اصلی و علی البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت ستاره نخ تبریز (سهامی خاص)

پیرو صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۱، کریم اسدزاده و حمید پاسداری به عنوان بازرس اصلی و علی البدل انتخاب شدند. سرمایه شرکت از مبلغ ۳۵/۷۷۰/۸۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ ۵۳/۶۵۶/۲۰۰/۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت ریسندگی و بافندگی سعید (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۸/۲۶، کلیه سرمایه تعهدی شرکت به مبلغ ۱۹۵۰۰۰۰ ریال توسط صاحبان سهام طی گواهی بانک صادرات شعبه میدان هفت تیر تهران پرداخت شده و شرکت فاقد سرمایه تعهدی است.

شرکت ایاف بافان سپهر (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۴/۲۰، نشانی شرکت به تهران، خیابان پیروزی، سهراه چرم‌سازی، خیابان نگهبان، کوچه قزاق، پلاک ۷، طبقه ۲، کدپستی ۱۷۶۳۹۷۵۶۹۳ تغییر یافت.

شرکت گسترش ایاف پیشرفته (سهامی خاص)

به موجب صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۴/۲، بهزاد شهبازی به نمایندگی از شرکت عمران تکلا به سمت رئیس هیئت مدیره، حامد شریعتی به نمایندگی از موسسه تحقیق و توسعه دانشمند به سمت مدیرعامل و سیدطه فهری به نمایندگی از شرکت گسترش مواد پیشرفته به سمت نایب رئیس هیئت مدیره تعیین شدند.

شرکت صنایع فرش نخستین (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۴/۱۰/۱۵، سید محمد آوات قربشی به سمت بازرس اصلی و سیدعارف محمدی به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه کیهان جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت پشمبافی توس (سهامی عام)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۵/۴/۳۰، ترازنامه صورت سود و زیان سال مالی منتهی به ۹۴/۱۲/۲۹، موسسه حسابرسی آرمان نوین به عنوان بازرس اصلی و موسسه حسابرسی فراز مشاور رسیدگی به عنوان بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه هدف و اقتصاد به عنوان روزنامه کثیرالانتشار و محلی جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت ریسندگی ثناریس زرین (سهامی خاص)

پیرو صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۸/۱۸، سولماز آذری به سمت رئیس هیئت مدیره، حکیمه کواشیمه به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و حمید کواشیمه به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت نخ و ایل تجارت شرکت (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۶/۲۰، حسن کوهی به سمت مدیرعامل و نایب رئیس هیئت مدیره و حمیدرضا خدابخندهلو به سمت رئیس هیئت مدیره، محمد نیک نفس به سمت بازرس اصلی و جعفر محمد علیزاده به سمت بازرس علی البدل انتخاب شدند. روزنامه ابرار اقتصادی جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد. مرکز اصلی شرکت به تاکستان، ابتدای خیابان امام، روبروی دادگستری، مجتمع ابن سینا، فاز یک، بلوک یک، واحد ۴، کدپستی ۳۴۸۱۷۷۶۳۳۸۷ منتقل شد. موضوع شرکت به شرح ذیل تغییر یافت «خرید و فروش و واردات و صادرات کلیه کالاهای مجاز بازرگانی، تولید انواع نخ و منسوجات تولید کارتن و انواع بسته‌بندی».

شرکت تعاونی دیبا بافت لرستان

پیرو صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۶/۲۵، فاطمه مرادی فرد به سمت رئیس هیئت مدیره، زهرا مرادی فرد به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و فرامرز فروتنی به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت ریسندگی و بافندگی نجف آباد (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت تصفیه مورخ ۹۵/۶/۲۱، میراسماعیل رضوی به عنوان مدیر اجرایی هیئت تصفیه انتخاب شدند. صورت‌های مالی و ترازنامه منتهی ۲۹ اسفندماه ۹۴ به تصویب رسید. روزنامه اطلاعات جهت درج آگهی‌های رسمی شرکت انتخاب شد.

شرکت گوهر بافان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۷، موسسه حسابرسی و خدمات مدیریت اصول نگر آریا به سمت حسابرس و بازرس اصلی و موسسه حسابرسی نیک به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. ترازنامه و سود و زیان سال مالی ۱۳۹۴ به تصویب رسید. روزنامه نسل فردا جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت راسپینا نسج آریا (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۶/۲۸، حسین نعیمی و مهدی نعیمی به عنوان اعضای هیئت مدیره انتخاب شدند.

شرکت بافت و تکمیل گلیوش (با مسئولیت محدود)

پیرو صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۱۷، سرمایه شرکت از مبلغ یک میلیون ریال به مبلغ پنج میلیارد ریال افزایش یافت.

شرکت کتان بافت حریری (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۲/۱۶، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال افزایش یافت. شیرین عزیزی به سمت مدیرعامل، وحید حریری به سمت رئیس هیئت مدیره، شادی حریری به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، علی اکبر فنودی به سمت بازرس اصلی و بهمن نوش آبادی به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

شرکت صنایع نساجی سلیمان صباحی بیدگل (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۵/۱، ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۲ به تصویب رسید. محمد فرزنگان به عنوان رئیس هیئت مدیره، محمد ساطع بیدگلی به عنوان نایب رئیس هیئت مدیره، اشرف سادات بیدگلی به عنوان مدیرعامل، عباس معمار به عنوان بازرس اصلی، حمیدرضا معمار به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا برای آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت فرش یادگار هلال کاشان (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۶/۱، ماشالله پاسبان زاده به سمت مدیرعامل، سید مهدی چهل ستونی به سمت رئیس هیئت مدیره، بیگم علی دادایی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، محسن خوشدل به عنوان بازرس اصلی و محمد ملکی آرائی به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا برای آگهی‌های شرکت انتخاب شد. ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی ۱۳۹۲ به تصویب رسید.

شرکت فرش یلدای کویر بیدگل (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۶/۱، فاطمه انگوری به عنوان رئیس هیئت مدیره، مژگان جلوداریان به عنوان نایب رئیس هیئت مدیره و علیرضا جلوداریان به عنوان مدیرعامل، مجتبی جندقیان به عنوان بازرس اصلی و محمدعلی جندقیان به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد.

شرکت فرش افق گل‌های بهاری (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۷/۱، حسین تمسکی بیدگلی به عنوان رئیس هیئت مدیره، اعظم خاتمی بیدگلی به عنوان نایب رئیس هیئت مدیره و حامد تمسکی بیدگلی به عنوان مدیرعامل، حسن شکرگزار آرائی و محمد جواد مفیدی بیدگلی به عنوان بازرس اصلی و علی‌البدل انتخاب شدند. روزنامه نسل فردا برای آگهی‌های شرکت تعیین شدند.

شرکت مهر بافت تابان گرمسار (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۱۵، سرمایه شرکت از مبلغ ۱/۵۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ ۳/۰۱۰/۰۰۰/۰۰۰ افزایش یافت.

شرکت عالی ریس (سهامی خاص)

به موجب صورتجلسه مورخ ۹۵/۸/۱۷، جواد خضری یزدان به سمت رئیس هیئت مدیره، سارا خضری یزدان به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و فریبا صفری یزدان به سمت مدیرعامل انتخاب شدند.

شرکت ریسندگی مهتاب کویر یزد (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۷/۲۵، جمال سلطانی به سمت رئیس هیئت مدیره، جمال سلطانی به سمت نایب رئیس هیئت مدیره، مجید پورشمسی به سمت مدیرعامل، محمد امین به سمت بازرس اصلی و رضیه میرجلیلی به سمت بازرس علی‌البدل انتخاب شدند. روزنامه پیمان یزد جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین شد. صورت‌های مالی منتهی به سال ۹۴ مورد تصویب قرار گرفت.

شرکت نساجی پیروز باف (سهامی خاص)

پیرو صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۲۰، فریاد آزادی به نشانی استان کردستان، شهرستان سنندج، شهرک صنعتی، شماره یک، خیابان سوم، کد پستی ۶۶۱۶۸۷۴۸۹۱ به عنوان مدیر تصفیه انتخاب شد.

شرکت پشم بافی گل نثار (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۶/۲۸، سرمایه شرکت از مبلغ ۴۰ میلیارد ریال به مبلغ ۵۵ میلیارد ریال افزایش یافت.

شرکت نساجی تندیس کاشان (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۱، روزنامه رسالت جهت نشر آگهی‌های شرکت تعیین شد. ترازنامه و حساب سود و زیان سالی مالی ۱۳۹۴ به تصویب رسید.

شرکت رنگتاب (سهامی خاص)

برابر صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۹۵/۴/۲۷، شهرام سیاح مفضلی به سمت مدیرعامل، علی یزدان شناس به سمت رئیس هیئت مدیره و محمد یزدان شناس به سمت نایب رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند.

شرکت ریسندگی بافندگی جامع (سهامی خاص)

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۸/۱۵، شرکت مذکور منحل و ناصر به عنوان مدیر انتخاب شد. محل تصفیه در تهران، خیابان سهروردی شمالی، خیابان خرمشهر، خیابان مرغاب، پلاک ۷، طبقه ۳، واحد ۶، کدپستی ۱۱۵۵۳۹۴۳۳۱۳ قرار دارد.

شرکت تولیدی و صادراتی غنچه صنعت (با مسئولیت محدود)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۵/۷/۳، سرمایه شرکت از مبلغ ۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال افزایش یافت.

شرکت نوبافت شادیلون (سهامی خاص)

طبق صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۹۵/۴/۳۰، صورت‌های مالی ۱۳۹۴ مورد تصویب مجمع قرار گرفت. موسسه حسابرسی و خدمات مالی آتیه نگر به عنوان بازرس اصلی و مهران حامد به عنوان بازرس انتخاب شدند. روزنامه خراسان برای مدت یکسال جهت درج آگهی‌های شرکت تعیین شد.

تاسیسات شرکت های نساجی

شرکت پینار تجارت کیش (با مسئولیت محدود)

این شرکت به طراحی انواع پوشاک فصل، طراحی تولید و بافت انواع پارچه، تولید مواد اولیه بافت، دوخت انواع پارچه، فعالیت در زمینه کیف و کفش، تولید پوشاک چرم، لباس کار، لباس پرسنلی، پوشاک ورزشی، فعالیت در زمینه صادرات واردات پارچه و پوشاک، چرخ خیاطی، عرضه انواع ماشین های دوخت پوشاک و بافت پارچه تحت مدیریت عالمه صابری با سرمایه ۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ می پردازد. جزیره کیش، برج صدف، طبقه هشتم، واحد ۳ مرکز اصلی می باشد.

شرکت فرش آذین نقش کاسپین کاشان (سهامی خاص)

تولید، واردات و صادرات انواع فرش ماشینی، قالیچه، گلیم، پتو و موکت، واردات دستگاه های بافندگی، نساجی و انواع قطعات زمینه فعالیت، آران و بیدگل، خیابان ولیعصر، روبروی بیمارستان سیدالشهدا، کوچه قائم ۲۴، پلاک ۲۸، مرکز اصلی، ۹/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال سرمایه و ریحانه اکرمیان مدیرعامل می باشد.

شرکت طراحان پوشاک رهام رادمان (با مسئولیت محدود)

این شرکت تحت مدیریت علی باقری با سرمایه ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به تهیه، تولید، توزیع، پخش، واردات و صادرات مواد اولیه کارخانجات نساجی، انواع نخ، انواع پارچه و پوشاک و البسه، محصولات آماده نساجی، تولید و توزیع کالاهای خواب دوخته شده کلیه منسوجات خانگی و صنعتی، انواع پوشاک اعم از مردانه، زنانه و بچه گانه و پوشاک ورزش رزمی، پوشاک راحتی زنانه و دخترانه، تری پودی می پردازد. مرکز اصلی آن در تهران، چهارراه یافت آباد، شهرک ولیعصر، نرسیده به میدان معلم، خیابان بافان، کوچه درودگران، پلاک ۷، طبقه اول، کدپستی ۱۳۷۳۶۴۵۱۴۱ قرار دارد.

شرکت سروین پوشی روشنا (با مسئولیت محدود)

طراحی، تولید، توزیع، خرید و فروش، صادرات و واردات پارچه و پوشاک و ملحقات مربوطه و راه اندازی دستگاه های مربوطه ایجاد کارگاه ها و کارخانه های نساجی و تولید پارچه و پوشاک زمینه فعالیت، اکرم سادات میراسدی مدیرعامل، ۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال سرمایه و تهران، خیابان جانبازان غربی، خیابان مدنی، خیابان عالم نجف آبادی، کوچه دشتی، پلاک ۴، واحد ۳ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت آریان دوخت ارس (سهامی خاص)

صادرات، واردات، خرید و فروش کلیه کالاهای مجاز بازرگانی (انواع البسه مردانه، زنانه، مواد اولیه صنعت پوشاک) تولید پوشاک مردانه کت و شلوار و پیراهن زمینه فعالیت، ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ سرمایه، محمد هدایتی مدیرعامل و تهران، بلوار میرداماد، خیابان شمس تبریزی شمالی خیابان نیک رای پلاک ۳ واحد ۸ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تعاونی تولیدی پوشاک نیک دوختان طلایه شهر

تولید انواع پوشاک و مانتو مدارس زمینه فعالیت، ۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال سرمایه، یاور مجرد مدیر عامل و پارس آباد، خیابان امام، جنب اداره پست، کدپستی ۵۶۹۱۹۴۷۵۵۱ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت نساجی وندا بافت کاشان (سهامی خاص)

فعالیت در کلیه امور مربوط به صنعت نساجی اعم از فرش و گلیم ماشینی، چله پیچی، آهار و تکمیل و ریسندگی و تهیه، تولید و توزیع مواد اولیه، واردات و صادرات ماشین آلات زمینه فعالیت، یاسر محبوبی مدیرعامل، ۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال سرمایه و آران و بیدگل، شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی، بلوار مهر، پلاک، ۳۶۰ کدپستی ۸۷۴۱۷۱۱۱۱ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت رادان جامه صدرا (با مسئولیت محدود)

تهیه، تامین، توزیع و دوخت انواع البسه نظامی و انتظامی انواع کالای نساجی و پوشاک (شامل لباس، روختی و رو بالشتی و ...) دوخت کیسه های نظامی، ساک و نظایر آن، دوخت انواع لباس های فرم و لباس کار (از قبیل البسه آزمایشگاهی، صنعتی، بیمارستانی و آشپزی زمینه فعالیت، ورامین، قرچک، خیابان اصلی، جنب مسجد جامع، پاساژ حسلو، طبقه دوم، مرکز اصلی، ۱/۰۰۰/۰۰۰ سرمایه و سعید ولی زاده مدیرعامل است.

شرکت پوشاک آرتا ترمه نگین (سهامی خاص)

تولید و پخش پوشاک بچه گانه زمینه فعالیت، اردبیل، شهرک صنعتی یک، خیابان کارآفرین یک، پلاک ۲۱، کدپستی ۵۶۱۸۴۱۴۵۷۵ مرکز اصلی، ۱/۰۰۰/۰۰۰ سرمایه و داود نوری مدیرعامل است.

شرکت پدیده کاشان ابریشم (سهامی خاص)

این شرکت در زمینه تولید انواع فرش ماشینی، ریسندگی، تکمیل، ساخت ماشین آلات و قطعات بدکی مربوطه فعال است. سیدجواد حسینی مدیرعامل، کاشان، جاده قمصر، نیش سفه خانه باغ فردوس، شرکت کسرای سابق، کدپستی ۸۷۱۷۹۳۳۹۵۵ مرکز اصلی، تهران، خیابان ۱۵ خرداد شرقی، کوچه موسوی کیانی، بن بست آقاجانی، پلاک ۵، شعبه شرکت و ۵۰/۰۰۰/۰۰۰ سرمایه می باشد.

شرکت نیک آرمان ایکاد (سهامی خاص)

شرکت مذکور در زمینه خرید، فروش، توزیع، تولید، بسته بندی، واردات و صادرات و خدمات پس از فروش کلیه کالاهای مجاز بازرگانی و پوشاک تحت مدیریت شرف الدین شرف با سرمایه ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به فعالیت می پردازد. مرکز اصلی آن در تهران، عبدل آباد، شهرک شریعتی، خیابان ماهان، کوچه محرمی اصل، پلاک ۲، کدپستی ۱۸۹۶۷۴۶۱۴۵ قرار دارد.

فروشگاه های زنجیره ای جورابان (با مسئولیت محدود)

بافت و تولید انواع جوراب و صادرات و واردات مواد اولیه مربوط زمینه فعالیت، حسین خرازچی مدیرعامل، ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال سرمایه و تهران، خیابان میرزای شیرازی، کوچه ۲۲، پلاک ۹، واحد ۳، کدپستی ۱۵۹۶۸۳۷۱۱۱ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت تعاونی زرین دوز آونگ اترک

این شرکت با مدیریت منیر محمودپور و سرمایه ۱۰۵۰۰۰۰۰ ریال تولید کننده پوشاک است. مرکز اصلی آن در خراسان شمالی، بجنورد، خیابان شهید قربانی، پشت مسجد انقلاب، پلاک ۶۶ کد پستی: ۹۴۱۵۸۹۴۵۵۴ قرار دارد.

شرکت خاطره نفیس کاشان (سهامی خاص)

شرکت فوق در زمینه تجهیز و راه اندازی واحدهای صنعتی و تولیدی صنایع نساجی اعم از ریسندگی انواع نخ (اکرلیک، پلی استر، پنبه و سایر الیاف)، رنگرزی، تکمیل و آهار فرش ماشینی، چله پیچی و فرش ماشینی به فعالیت می پردازد. مهدی قاضی مدیرعامل، ۱۲ میلیون ریال سرمایه و کاشان، راوند، بلوار فرزانده، کوچه گلستان، کوچه فرعی اول، کدپستی ۸۷۳۱۷۳۳۱۲۹ مرکز اصلی شرکت است.

شرکت بهین نسج ابریشم اسپادانا (سهامی خاص)

انجام کلیه فعالیت های نساجی اعم از تولید، خرید و فروش و صادرات و واردات کلیه کالاهای مربوط به صنعت نساجی زمینه فعالیت، اصفهان، خیابان محتشم کاشانی، بن بست پردیس ۲ مرکز اصلی، ۱/۰۰۰/۰۰۰ سرمایه و محمدرضا نجفی مدیرعامل است.



کفپوش ورزشی Sport Flooring

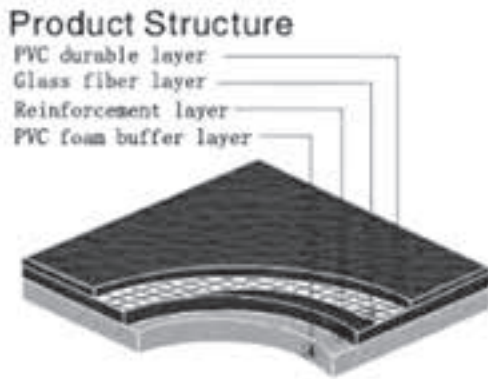
تهیه و تنظیم: دکتر فرناز نایب‌مراد

د- کفپوش ورزشی با قابلیت ارتجاعی نقطه‌ای (Point-elastic): حالت فنری و نرم با حوزه تغییر شکل محدود که با هدف تحمل بارهای متمرکز، طراحی شده است.



به دلیل انعطاف‌پذیری و بهره‌وری بالای اقتصادی، کفپوش‌های با قابلیت ارتجاعی منطقه‌ای یا گسترده، اقبال بیشتری در نزد متقاضیان پیدا کرده است. این کفپوش، در بسیاری از پروژه‌ها قابل استفاده است از ویژگی‌های آن، دارا بودن دوام و طول عمر بالا و در عین حال نگهداری ساده‌تر در مقایسه با بقیه انواع است. علاوه بر آن، می‌توان برای اهداف مختلفی از آن استفاده کرد، از جمله برگزاری رویدادهای اجتماعی و فرهنگی و ...

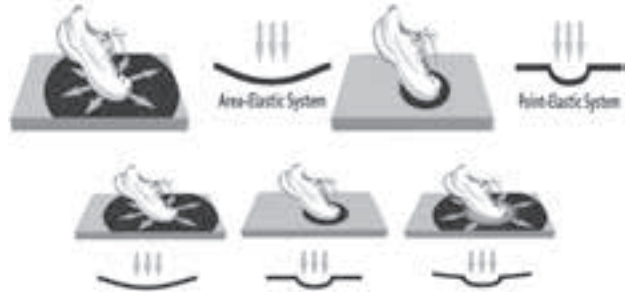
کفپوش‌های با قابلیت ارتجاعی نقطه‌ای، عمدتاً برای ورزش‌های سنگین با دستگاه‌های ثابت بر روی زمین به کار می‌رود. ساختار کفپوش با قابلیت ارتجاعی منطقه‌ای یا گسترده می‌باشد.



پوشش انواع کفپوش‌ها به دو شکل است:
- چوب سخت
- لاستیک

هریک از این پوشش‌ها برای شرایط مختلفی، مناسب است. در حالت پوشش چوب سخت، شما می‌توانید از انواع یک یا چندلایه استفاده کنید اما در پوشش‌های لاستیکی، این تنوع‌ها بر اساس تنوع مواد، پدید می‌آید.

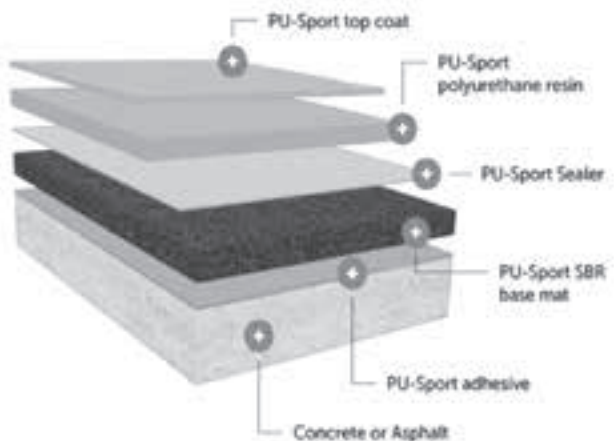
طبقه‌بندی انواع کفپوش ورزشی (Sport Flooring) داخل سالن ورزشی: در یک نوع تقسیم‌بندی، می‌توان آنها را بر اساس میزان وشکل قابلیت ارتجاعی آنها، دسته‌بندی کرد. به طور کلی دو نوع قابلیت ارتجاعی نقطه‌ای (متمرکز) و منطقه‌ای (گسترده) وجود دارد که با ترکیب آنها، چهار نوع کفپوش پدید می‌آید.
الف- کفپوش ورزشی با قابلیت ارتجاعی منطقه‌ای یا گسترده (Area-elastic): با حالت فنری در سطحی گسترده، در برابر تغییر شکل وخم شدن مقاومت دارد.



ب- کفپوش ورزشی ترکیبی (Combined Sport Floor): ترکیب نوع ارتجاع نقطه‌ای و گسترده، به نحوی که در توزیع فشار بار روی کف، حوزه کنترل وسیع است.



ج- کفپوش ورزشی مخلوط شده (Mixed Sport Floor): حالت فنری و نرم با بخش‌های نگهدارنده و تقویت‌کننده منطقه کنترل تغییر شکل محدود است اما حوزه تحمل بار را دارد.





سیمانی و کفپوش ورزشی رها شده و مورد مقایسه، قرار می‌گیرند.

۵. میزان سُر بودن (اصطکاک):

میزان اجازة برای چرخیدن در حرکات مختلف بر روی کف و سر نخوردن روی آن است (حداکثر در فاصله ۴/۰ تا ۶/۰ میلی‌متر).

۶. عکس‌العمل در برابر بارهای غلتان (مثل چرخ):

حداقل فشاری که باعث آسیب به کف نباشد، ۱۵۰ نیوتن است.

کفپوش با روکش اپوکسی:



روکش اپوکسی به طور کلی به دو دسته عمده تقسیم می‌شوند:

- روکش‌هایی که غلظت بسیار بالا دارند، درصد سیلیس در آنها بالا است و به وسیله ابزارهای دستی و مکانیکی تا ضخامت ۸-۶ میلی‌متر روی سطح به کار می‌روند و مقاومت سایشی، مکانیکی و شیمیایی بالایی دارند و معمولاً روی سطح بتن روی مکان‌هایی که در معرض ریزش و پاشیدن مواد شیمیایی و یا تردد شدید وسایل نقلیه سنگین قرار دارند، به کار می‌روند. این روکش‌ها عمدتاً در کارخانه‌های شیمیایی، پالایشگاه‌های نفت، کارخانه‌های خودروسازی، نوشابه‌سازی و نیروگاه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. - روکش‌های خودتراز اپوکسی با درصد سیلیس بسیار کمتر که روی سطح تمیز شده ریخته و با استفاده از شانه‌های پلاستیکی مخصوص روی سطح پهن می‌شوند و ضامتی حدود ۲ میلی‌متر خواهند داشت. استفاده از دستگاه اسپری دو جزئی نیز برای سهولت و تسریع کار در سطوح بزرگ امکان‌پذیر است. روکش خودتراز اپوکسی در برابر مواد شیمیایی، سایش ناشی از تردد افراد و وسایل نقلیه سبک صنعتی مقاوم است و با رنگ‌های مختلف و براق به زیبایی محیط می‌افزایند. این روکش‌ها در آزمایشگاه‌ها، بیمارستان‌ها، کارخانه‌های تولید مواد غذایی و انبارها کاربرد دارند.

روکش‌های اپوکسی مزایای زیادی دارند که نسبت به سایر پوشش‌های کف ارجح هستند. بتن سطح به علت خاصیت قلیایی ذاتی خود به واسطه وجود ناخالصی‌های فلزی به راحتی مورد آسیب مواد شیمیایی قرار می‌گیرد و به سبب سختی و شکنندگی زیاد مقاومت سایشی و ضربه‌پذیری پایینی دارد. پوشش‌های قیری و آسفالت نسبت به حلال‌های مقاومت کمی دارند و در اثر تردد زیاد به ویژه در گرما، نرم شده و روی سطح زیرین حرکت کرده جمع شده و سطح آن موج‌دار می‌شود. این موضوع در چهارراه‌های خیابان‌ها یا در قسمت سراسیمه پل‌های فلزی کاملاً مشهود است. پوشش‌های فلزی شدیداً تحت تأثیر عوامل خوردنده محیط قرار می‌گیرند و آجرهای ضد مواد شیمیایی گران هستند و نصب آنها هزینه‌بر است.

معروف‌ترین مواد مورد استفاده در پوشش‌های لاستیکی، عبارتند از:

- لینولئوم (Linoleum)

- کائوچو (Caoutchouc)

- وینیل (Vinyl)

پوشش‌های لاستیکی همراه با زیرکف‌های خود به صورت یکپارچه و یک دست اجرا می‌شوند. کف چوبی، کاربرد کمتری دارد، زیرا در شرایط انبساط و انقباض و متاثر از شرایط و سطوح مختلف رطوبت هوا، احتمالاً دچار ترک، شکاف، شکستگی و یا خمیدگی‌هایی در آن خواهد شد.

کفپوش ورزشی با پوشش چوب سخت چندلایه: با ضخامت بین ۱۲-۲۲ میلی‌متر، دارای ساختار چندلایه است و انعطاف‌پذیری دارد. در شکل، مدل نمونه دارای یک لایه فوقانی چوبی با ظرفیت تحمل بار بسیار بالا، یک لایه تخته سه لایه و یک لایه به ضخامت یک بند انگشت از جنس چوب صنوبر، ساخته شده است.

- کفپوش ورزشی با پوشش چوب سخت یک لایه و بدون انعطاف: سخت و دارای اجزاء چوبی جامد یک لایه، با زبانه و شیارهای اتصال مربوط به آنها.

- کفپوش ورزشی با پوشش لاستیکی: باریک، انعطاف‌پذیر و ساخته شده از انواع مواد لاستیکی.

- الزامات کفپوش‌ها بر اساس استانداردهای آلمان (DIN V 18032-2)

۱. کاهش فشار ضربه:

کاهش فشار قابلیت در ساختار کفپوش است که ضربه‌ی ناشی از برخورد با کف را جذب می‌کند. توانایی کف در جذب این شوک یا ضربه، به میزان قابلیت ارتجاعی آن بستگی دارد و البته باید، به نحوی باشد که ورزشکار را از فشار ناخواسته به پا و کمر، برهاند. در این آزمون، ورزشکار نباید در معرض بیش از ۴۷ درصد فشار ناشی از ضربه (نیروی عکس‌العمل) قرار گیرد.

۲. استاندارد تغییر شکل:

منظور، تغییر شکل عمودی کفپوش، تحت فشار بار روی آن است. حداقل خمیدگی یا فرورفتگی باید ۲/۳ میلی‌متر باشد.

۳. کنترل تغییر شکل:

گستره حوزه تغییر شکل، در شعاع ۵۰۰ میلی‌متری از نقطه با ضربه‌ی عمودی باشد (با انداختن یک وزنه‌ی ۲۰ کیلوگرمی بر روی آن، حداکثر اختلاف در تغییر شکل ۱۵ درصد باشد).

۴. برگشت توپ

بالاترین درصد ارتجاعی که یک توپ بسکتبال، در اثر برخورد به بالا برگشت می‌کند باید حداقل ۹۰ درصد یا کمتر در مقایسه با زمین‌های سخت غیرقابل ارتجاع باشد.

در این آزمون توپ از فاصله یک‌متر و هشتاد سانتی‌متری بر روی کف



روکش‌های اپوکسی اگر درست فرموله شوند و به طور صحیح به کار روند هیچ یک از این معایب را نخواهند داشت.

کفپوش پلی‌یورتان

این کفپوش نیز خواص کفپوش اپوکسی را داشته به علاوه اینکه از مقاومت نوری و سایش بالاتری برخوردار است. با توجه به هزینه بالاتر این کفپوش استفاده از آن در محیط‌های روباز با سایش بالا پیشنهاد می‌گردد، ضمن این که می‌توان از این نوع کفپوش به صورت ترکیبی با کفپوش اپوکسی نیز استفاده نمود.



- مهم‌ترین ویژگی‌های پلی‌یورتان در زمینه عایق

۱- روش‌های متنوع در اجرا: تزریق فوم، اسپری و قطعات پیش ساخته.
۲- دانسیته‌های متنوع پلی‌یورتان: دانسیته ۲۵ الی ۱۲۰۰ کیلوگرم، که دانسیته مورد استفاده در پخش عایق‌ها بین ۳۰ تا ۶۰ کیلوگرم بر متر مکعب می‌باشد.

۳- دوام در مقابل عوامل جوی نامحدود می‌باشد.

۴- عدم جذب آب و رطوبت: پلی‌یورتان خصوصاً در بخش‌های که مساله جذب رطوبت در آنها از اهمیت بسزایی برخوردار است. با میزان جذب رطوبت بسیار کم آنها صرفاً در سطح خارجی سلول‌های مربوط به عنوان بهترین عایق شناخته شده است.

۵- خواص Excusing یا خود خاموش شوند: پلی‌یورتان به عنوان یک ماده شیمیایی در مقابل آتش آسیب‌پذیر است ولی خودسوز نبوده و در صورت قطع منشأ آتش‌سوزی، خود به خود خاموش می‌شود، وی با افزودن مواد مخصوص Fire Retard می‌توان از اشتعال آن نیز جلوگیری نمود.

۶- مقاوم در برابر محیط‌های اسیدی رقیق.

۷- عدم امکان رشد میکروارگانیسم و باکتری‌ها در عایق پلی‌یورتان.

۸- تامین عایق صوتی بکارگیری پانل پلی‌یورتان با ضخامت حدوداً ۱۰ سانتی متر اختلاف شدت صدا در دو طرف پانل حدود ۳۰ دسی بل می‌باشد. این مقدار ۲ برابر فوم پلی‌استایرن و ۴ برابر بیشتر از دیوار آجری به همان ضخامت می‌باشد و در صورت نیاز به درجات بالاتر تخفیف صدا، می‌توان از پانل پورتان به صورت دوجداره استفاده نمود.
۹- تولید آسان و ارزان سازه‌های ایزوله .

۱۰- خواص مکانیکی بسیار عالی: مهم‌ترین خواص مکانیکی عبارتند از مقاومت فشاری و خمشی جهت آزمایش مقاومت فشاری نمونه اسفنج را بین دو صفحه صاف و موازی فشرده می‌شود و نیروی وارده در تغییر شکل‌های نسبی مختلف و حداکثر ۱۰٪ اندازه‌گیری می‌گردد. مقاومت فشاری شدیداً تابع وزن مخصوص می‌باشد.

کفپوش پلی‌وینیل کلراید

پلی‌وینیل کلراید که آن را بیشتر با اختصار پی.وی.سی می‌شناسیم، یک پلیمر ترموپلاستیک می‌باشد که امروزه در اشکال بسیار متنوع و با ویژگی‌های بسیار گوناگون کاربردهای وسیعی در زندگی روزمره‌ی ما پیدا کرده است. از جمله کاربردهای پی‌وی‌سی، استفاده به عنوان کفپوشی مناسب جهت سالن‌های سرپوشیده ورزشی است.

این کفپوش‌ها در رنگ‌های متنوع ساخته می‌شود که بسته به کاربرد (زمین‌های والیبال، بسکتبال، هندبال، فوتسال گوناگون و مناسب استفاده می‌شود.

از دیگر مزایای کفپوش‌های پی.وی.سی می‌توان به سبکی، مقاومت در برابر آتش‌سوزی و عایق‌بودن در مقابل گرما و سرما اشاره کرد، اما مهم‌ترین ویژگی پی.وی.سی قابلیت جذب ضربه و ارتجاعی بودن مناسب آن است که آسیب‌های ممکن وارده ناشی از فعالیت‌های شدید ورزشی را به حداقل می‌رساند.



کفپوش پی‌وی‌سی وینیل از پرس کردن ۳ لایه مختلف تشکیل می‌شود:

۱- لایه پوششی یا رویه کفپوش پی‌وی‌سی: این لایه در واقع لایه بی‌رنگ و شفاف است که از مقاومت زیادی در برابر سایش و خراش و به هر میزان ضخامت بیشتری داشته باشد کفپوش از مقاومت تردد بیشتری برخوردار است. به دلیل نازک بودن این لایه نسبت به لایه اصلی، معمولاً در اندازه‌گیری ضخامت آن از واحد میکرون متر (۱۰ به توان منفی ۶ متر) استفاده می‌شود بطور مثال ۷۰ میکرون متر، ۱۰۰ میکرون متر و ...

۲- لایه دکور کفپوش پی‌وی‌سی: این لایه اصطلاحاً روکش پی‌وی‌سی نام دارد که با طرح‌های چوب و رنگ‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۳- لایه اصلی یا هسته کفپوش پی‌وی‌سی: این لایه وزن و فشار ناشی از رفت و آمد را تحمل می‌کند. جنس آن از پی‌وی‌سی نرم و منعطف تشکیل شده است و عمده ضخامت کفپوش را تشکیل می‌دهد این لایه نقش بسیاری در تحمل کشش و نیروی فشاری ایفا می‌کند.

در شماره بعدی می‌خوانیم: تکنولوژی ایفاد در مهندسی ورزش



نانو تکنولوژی

ستاد ویژه توسعه فناوری نانو

کاربرد فناوری نانو در منسوجات خانگی



شکل ۱. خواص منسوجات خانگی تکمیل شده با نانو ساختارها [۲]

بخش منسوجات خانگی و صنعت میلمان یکی از بزرگ‌ترین بازارهای منسوجات فنی به شمار می‌روند. تمایل مصرف کنندگان منسوجات خانگی به راحتی و استفاده از منسوجات با قابلیت کاربرد آسان، فرصتی برای بازار محصولات نانو با عملکردهای بیشتر است.

تجارت منسوجات خانگی در سال ۲۰۱۲، ۷۶ میلیارد دلار برآورد شده

۱- فناوری نانو و کاربرد آن در منسوجات خانگی

فناوری نانو توانایی کنترل ماده در ابعاد مولکولی و بهره‌برداری از خواص و پدیده‌های این بعد در مواد، ابزارها و سامانه‌های نوین است. فناوری نانو زمینه‌ای از دانش کاربردی و فناوری است که زمینه‌های گسترده‌ای را پوشش می‌دهد. موضوع اصلی این فناوری، مهار ماده یا سامانه‌ها در ابعاد کمتر از یک میکرومتر، معمولاً حدود ۱ تا ۱۰۰ نانومتر است. فناوری نانو در تمامی گرایش‌های علمی راه‌یافته و از فناوری‌های نوینی است که با سرعت هرچه تمام‌تر در حال توسعه می‌باشد.

با ظهور فناوری نانو، دریچه‌ای جدید به روی صنعت نساجی و سایر صنایع گشوده شد. ایجاد محیط پاک‌تر و ایمن‌تر، مهم‌ترین دستاورد مهندسی نانونساجی در بخش منسوجات خانگی است. منسوجات خانگی شامل انواع پتو، لحاف، پارچه‌های رومبلی و پرده‌ای، روتختی، ملحفه و روبالشی، تشک، حوله، رومیزی، پرده، فرش، موکت و نظیر این‌ها است. در مطالعه‌ای که توسط اتحادیه صنعت نساجی و پوشاک Bavar-ian در مورد روند و چشم‌انداز این صنعت صورت گرفت، نقش قابل توجهی برای کاربردهای آتی منسوجات خانگی با استفاده از روش‌های جدید تکمیل پارچه و فناوری پوشش‌دهی، با استفاده از فناوری نانو در نظر گرفته شده است.

شکل ۱، برخی از خواص منسوجات خانگی تکمیل شده با نانو ساختارها را نشان می‌دهد.



ضد باکتری، ضد بو، دافع آب و لکه، کندسوزی و آب‌دوستی معطوف بوده است. انواع پوشش‌های نانومقیاس که در منسوجات خانگی به کار می‌روند، سبب ارزش‌افزوده در صنعت منسوجات خانگی می‌شوند. این پوشش‌ها شامل پوشش‌های محافظ در برابر پرتوهای فرابنفش، عایق حرارتی، ضد میکروب، ضد آب، ضد لک و ضد آتش هستند. در این بخش، به برخی از نانو تکمیل‌های انجام‌شده بر منسوجات خانگی و مواد به‌کاررفته در این تکمیل‌ها اشاره می‌شود.

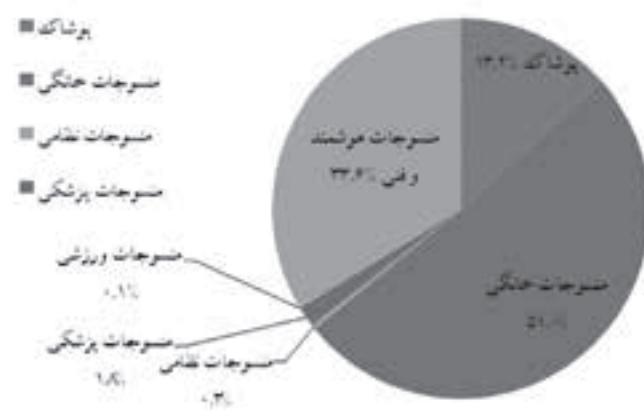
۱-۲- تکمیل کندسوز یا ضد آتش

با توجه به این‌که الیاف از جمله مواد قابل اشتعال می‌باشند و هر ساله، خسارات مالی و جانی زیادی بر اثر آتش گرفتن منسوجات به وجود می‌آید، لازم است اصلاحاتی در منسوجات به‌منظور تأخیر در شعله‌وری ایجاد شود. از جمله راه‌کارهای رسیدن به این هدف عبارت‌اند از: افزایش نقطه‌ی اشتعال الیاف به‌منظور نیاز به دمای بیشتر برای آغاز سوختن، کاهش طول شعله حاصل از سوختن، توقف سوختن الیاف با حذف منبع آتش و کاهش سرعت پیشروی آتش روی کالا.

در صورتی‌که اهداف بالا محقق گردد، کالا دیرتر آتش گرفته و سرعت انتقال آتش کاهش می‌یابد؛ بنابراین، فرصت بیشتری برای مهار آتش فراهم می‌شود. شکل ۳، نمونه‌ای از پارچه عمل‌آوری شده با نانو مواد کندسوز را نشان می‌دهد.

استفاده از نانو ذرات، زمانی‌که به‌خوبی در ساختار پلیمر پراکنده شده باشند، می‌تواند سبب بهبود خواص حرارتی، مکانیکی و مقاومت در برابر آتش شود. مقدار نانو مواد مصرف شده در فرایندهای تکمیلی، به‌مراتب کمتر از موادی با ابعاد میکرو است و این ویژگی ناشی از بیشتر بودن سطح مخصوص مواد نانو ساختار و سطح تماس بیشتر آن‌ها با پلیمر است. در حقیقت، عملکرد هر کدام از این نانو ذرات بر اساس شکل و ساختار شیمیایی در ایجاد خاصیت کندسوز متفاوت است. غالباً مواد نانو ساختار به‌کاررفته در این تکمیل در سه دسته کلی نانو رس، نانولوله کربن و نانو ذرات سیلیکونی و اکسید فلزی قرار می‌گیرند که در جدول ۱ به‌اختصار بیان شده است:

است. بیشترین تولیدات، مربوط به کالای خواب، حوله، پرده و رومیزی است. در این آمار، مبلمان، پارچه و الیاف مورد مصرف در آن‌ها در بخش منسوجات صنعتی و دیگر مصارف طبقه بندی می‌شوند. بر اساس آمار منتشر شده در سال ۲۰۱۲، کشور چین ۴۰ درصد از تجارت و ۶۰ درصد از صادرات منسوجات خانگی به ارزش ۳۰ میلیارد را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که کشور هند در ۱۴ درصد از تجارت و ۹ درصد از صادرات، پاکستان ۶ درصد از تجارت و ۹ درصد از صادرات و سایر آسیایی ۸ درصد از تجارت و ۵ درصد از صادرات منسوجات خانگی جهان دخیل هستند.



شکل ۲. بازار جهانی منسوجات در سال ۲۰۱۲ (درصد از سهم بازار)

۲- کاربرد فناوری نانو در تکمیل منسوجات خانگی

هرچند استفاده از الیاف نانوکامپوزیتی (حاوی نانوذرات) با کارایی ویژه، بی‌یافت‌های نانولیفی و فناوری نانو تکمیل، از جمله زمینه‌های بالقوه برای استفاده از فناوری نانو در منسوجات خانگی به‌شمار می‌آیند، با این‌وجود، تاکنون فرصت‌های عمده ایجاد ارزش از طریق فناوری نانو در منسوجات خانگی، به تکمیل منسوجات خانگی با مواد نانوساختار به‌منظور محافظت در برابر پرتو فرابنفش، عایق‌بندی گرمایی، ایجاد خاصیت



شکل ۳. نمونه‌ای از پارچه کندسوز با استفاده از نانو مواد، (الف) آزمون اشتعال پارچه ساده، (ب) عمل‌آوری پارچه با نانو مواد (ج) آزمون اشتعال پارچه تکمیل‌شده [۳]



جدول ۱. نانو ساختارهای به کار رفته در تکمیل کندسوزی پلیمرها [۵]

کاربرد	مکانیسم	نحوه کاربرد	نانو ساختار
قابلیت کاربرد در پلیمرهایی نظیر پلی-پروپیلن، پلی‌امید و پلی‌استایرن استفاده می‌شود.	ایجاد سد حرارتی و ممانعت از تبخیر فرآورده‌های قابل اشتعال	افزودن نانو رس اصلاح یافته درون ماتریس پلیمری	نانو رس
قابلیت کاربرد در پلیمرهایی نظیر سلولز، پلی‌متیل متاکریلات، پلی‌امید و پلی-اتیلن با چگالی پایین و پلی‌پروپیلن	تشکیل ساختار شبکه‌ای در داخل پلیمر و بهبود خواص فیزیکی ماده	افزودن نانولوله کربن به ماتریس پلیمری	نانولوله‌های کربن
قابل استفاده در انواع پلیمرها	در دماهای بالا، ماده‌های سرامیکی مقاوم در برابر حرارت تولید می‌کنند	افزودن به ماتریس پلیمری	سلیکونی
قابل استفاده در انواع پلیمرها	محدود کردن حرکت زنجیره‌های پلیمری در اثر اتصال قوی بین نانو ذرات و زنجیره‌های پلیمر و افزایش دمای شیشه‌ای و شاخص محدودکننده اکسیژن (LOI)	افزودن نانو ذرات اکسید فلزی نظیر دی‌اکسید تیتانیوم، اکسید آهن و نانو ذرات هیدروکسید فلزی به درون ماتریس پلیمری	نانو ذرات اکسید فلزی

۲-۲- تکمیل ضد میکروب

۳-۲-۱- منسوجات با خاصیت فعال شونده در برابر نور
منسوجات تکمیل شده با دی‌اکسید تیتانیوم که در اثر جذب نور، الکترون‌های مدار ظرفیت به مدار انرژی بالاتر منتقل شده و سبب اکسیداسیون غشاء سلولی میکرو ارگانیسم‌ها می‌شود.

۳-۲-۲- منسوجات با مواد ضد میکروب غیر قابل انتشار

مواد ضد میکروب در ماتریس منسوج یا پوشش روی منسوج تعبیه می‌شوند. خاصیت ضد میکروبی در این منسوجات ناشی از برهم‌کنش میان بار مثبت ماده ضد میکروب و بار منفی غشاء سلولی میکرو ارگانیسم است که سبب انهدام و جلوگیری از رشد و تکثیر میکروب می‌شود.

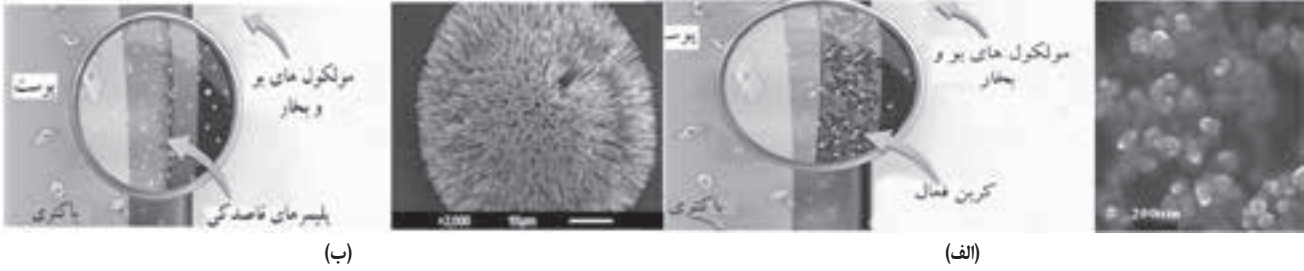
۳-۲-۳- منسوجات با قابلیت رهایش مواد ضد میکروب

در این حالت ماده ضد میکروب نظیر تری‌کلوسان، نقره و مس از سطح محصول منتشر شده و بدینوسیله سبب جلوگیری از رشد میکروب می‌شوند.

استفاده از منسوجاتی با خواص ضد میکروبی در فرش و اثاثیه منزل و محیط خانه، مزایای فراوانی را به همراه دارد. در پارچه‌های تهیه شده از الیاف با ترکیبات مصنوعی مانند نایلون و پلی‌پروپیلن می‌توان از نانو ذراتی مانند اکسید روی، اکسید مس، دی‌اکسید تیتانیوم و نانو ذرات نقره و طلا برای ایجاد خواص ضد میکروبی استفاده کرد. اخیراً تمایل به بکارگیری نانوذرات اکسیدروی که خاصیت محافظت در برابر پرتوهای فرابنفش را دارند، نیز رو به افزایش است. مزیت دیگر استفاده از اکسید روی، افزایش ضریب ایمنی آن در کاربردهای متنوعی چون لباس زیر، لباس کودک و ... می‌باشد. ضمن اینکه استفاده از اکسید روی تغییر چندان در رنگ و شفافیت سطح پارچه ایجاد نمی‌کند. از جمله موارد مصرف این فناوری در منسوجات خانگی عبارت‌اند از: ملحفه، روتختی، روبالشی، پتو، رومیزی، مبلمان و الیاف پلی‌استر برای پر کردن بالش و لحاف‌های آماده. منسوجات ضد میکروب را می‌توان به سه گروه اصلی تقسیم‌بندی نمود:



شکل ۴. روش‌های مختلف معطر سازی منسوجات



شکل ۵. نانو مواد جاذب بوی نامطبوع در منسوجات (الف) نانوذرات کربن فعال و (ب) پلیمرهای قاصدکی

۳-۲- تکمیل مواد معطر

در سال‌های اخیر، تولید پارچه‌های معطر در بسیاری از کشورها مورد توجه قرار گرفته است. صنعت پوشاک ایالت متحده حدود ۱۷۳ بیلیون دلار ارزش دارد به طوری که حدود ۲٪ این بازار امروزه به پوشاک معطر اختصاص دارد. فرآیند معطر سازی پارچه، بخشی از فرآیند تولید پارچه است که در مراحل پایانی به‌عنوان یک بخش تکمیلی در نظر گرفته می‌شود. یکی از مهم‌ترین کاربردهای این صنعت، تولید پارچه‌هایی است که به‌عنوان ملحفه، پرده یا رومبلی از آن استفاده می‌شود. به‌منظور ایجاد حس خواب و کاهش خستگی، تکمیل منسوجاتی نظیر اسطوخودوس، مرکبات، دارچین و غیره بسیار مناسب می‌باشد.

اسطوخودوس، پرکاربردترین و متنوع‌ترین روغنی است که در صنعت نساجی استفاده می‌شود. این روغن به ویژه برای سردردهای ناشی از مشکلات عصبی مفید است. تأثیر روغن‌های لیمو، بابونه، گل‌رز، هل، میخک، یاس و غیره نیز توسط بسیاری از محققین مورد تأیید است. معطر سازی پارچه با توجه به نوع مواد استفاده‌شده در فرآیند به سه روش انجام می‌شود.

۳-۲-۴- کنترل بوی نامطبوع

این فرایندها برای پاکیزه نگه‌داشتن و کنترل بوی نامطبوع مبلمان منزل بسیار مورد توجه قرار گرفته است. همچنین در منسوجات مورد استفاده در پوشاک، با کنترل معایب ناشی از تعرق و بوی نامطبوع بدن نقش مهمی در سلامت و ایجاد احساس راحتی در انسان ایفا می‌کند. به‌طور کلی، دو رویکرد مختلف به‌منظور کنترل بوی نامطبوع منسوجات ناشی از تعریق وجود دارد: روش جذب که روشی ساده به‌منظور به دام انداختن مولکول‌های ایجادکننده بو است و در این روش تغییر در فرایند تجزیه ترکیبات ناشی از تعریق انجام نمی‌شود، روش جلوگیری که در این روش از رشد و تکثیر باکتری‌هایی که مسبب تجزیه ترکیبات و ایجاد بوی نامطبوع هستند، جلوگیری به عمل می‌آید.

انجام تکمیل‌های ضدباکتری روی منسوجات برای رسیدن به این هدف پیشنهاد می‌شود. نانو مواد جاذب بوی نامطبوع در منسوجات را می‌توان در گروه‌های سیکلودکسترین‌ها، نانو ذرات کربن فعال، نانو ذرات خاکستر

بامبو و پلیمرهای قاصدکی تقسیم‌بندی کرد.



۳-۲-۵- تکمیل خودتمیز شونده

پارچه‌های عمل شده با این تکمیل، به‌ویژه برای لباس کار و پوشاک راحتی که بازار آن‌ها پیوسته رو به رشد است، همچنین در یونیفرم‌های صنعتی، رومیزی‌ها و ملحفه‌های خانگی مناسب می‌باشند. سه روش مختلف برای ایجاد خاصیت خودتمیز شونده در منسوجات وجود دارد:

۱- نانو ذرات دی‌اکسید تیتانیوم با قابلیت فوتوکاتالیستی که از توانایی تجزیه لکه‌های آلی برخوردار هستند، روی سطح منسوج تثبیت می‌شوند. با استفاده از انرژی پرتو خورشید، دی‌اکسید تیتانیوم دو ماده واکنش‌دهنده اکسایشی رادیکال‌های هیدروکسیل و آنیون سوپر اکسید ایجاد می‌کند. این دو ماده از طریق واکنش اکسایشی لکه آلی را تجزیه می‌کنند (شکل ۷ الف). شکل ۷ ب، طرح واره‌ای از فرایند حذف لکه آلاینده از روی منسوج را نشان می‌دهد.



خودتمیز شونده مواد لیفی [۱۱]

۲- با ابرآب‌گریز کردن سطح منسوجات با استفاده از نانولوله‌های کربنی، نانو ذرات سیلیس و کامپوزیت‌های پلیمری حاوی فلئوئور (فلئوئورواکریلات)/نانو ذرات، قطرات آبی که بر سطح منسوج می‌لغزند؛



۲-۷- تکمیل ضد پرتو فرابنفش

پوشش نانویی ضد UV ایجاد شده روی منسوجاتی نظیر پرده، مانع از ورود پرتو فرابنفش به فضای داخل خانه شده، از آسیب به پوست بدن و چشم جلوگیری نموده و از سفید شدن رنگ منسوجات نظیر پرده، فرش و میل ممانعت می‌نماید. از جمله نانو موادی که در تکمیل این گونه منسوجات مورد استفاده قرار می‌گیرد، دی-اکسید تیتانیوم و اکسید روی است. نانو اکسید روی به محض قرار گرفتن در معرض نور خواص فوتوکاتالیستی مؤثری را فراهم می‌کند و به عنوان ماده ایجاد کننده خواص خودتمیز شونده و ضد میکروب در منسوجات استفاده می‌شود. از سوی دیگر منسوجات حاوی یا پوشش داده شده با نانو ساختارهای فلزی به عنوان پوشش محافظ در برابر امواج الکترومغناطیس نیز به شمار می‌روند.

۳- برخی از نمونه‌های تجاری سازی شده منسوجات خانگی

نانوفناورانه در جهان

جدول ۲ شاخص‌ترین شرکتهای منسوجات خانگی نانوفناورانه در جهان در آمریکا، آسیا و اروپا را معرفی می‌کند.

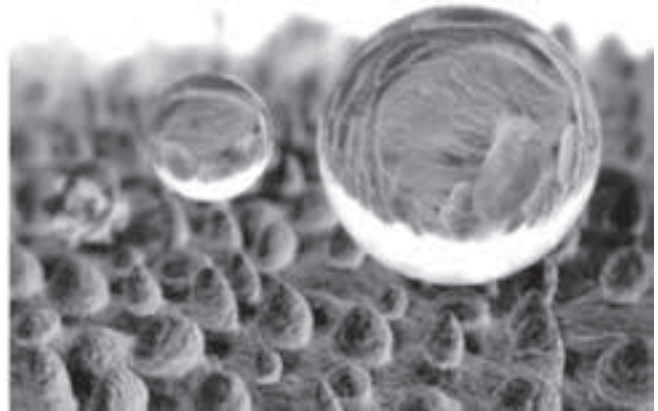
۳-۱- فناوری Masa™

فناوری Masa™ یک فناوری تجاری برای پوشش‌دهی منسوجات با نانو روکش فلزی است که توسط شرکت ژاپنی سوزوتورا ابداع شده است. محصولات این فناوری شامل منسوجات، مواد کشیاف، بی‌بافت و سایر ورقه‌های لیفی پوشش داده شده با فیلم فلزی در مقیاس نانو است. با استفاده از این پوشش فلزی یکنواخت، امکان ایجاد الیاف با کارایی بالا و ارزش افزوده مختلف وجود دارد (شکل ۱۰). پرده‌های تولیدی این شرکت که دارای روکشی از نانو ذرات فلزی است از ویژگی‌های زیر برخوردار می‌باشند:

- به دلیل قابلیت جذب پرتو فرسرخ (IR) توسط نانوذرات فلزی، این پرده‌ها مانع ورود بخش زیادی از نور خورشید شده؛ بنابراین در مقایسه با پرده‌های معمولی سبب کاهش دمای اتاق (حدود ۲ تا ۳ درجه شده

آلاینده‌های سطحی منسوج را جدا می‌کنند.

۳- ایجاد ساختارهای نانومتری بر سطح منسوج که مانع چسبندگی سطح شده و امکان دفع آلاینده‌های سطحی را فراهم می‌آورد (شکل ۸). برای مثال می‌توان به ایجاد شبکه‌ای از SiO_2 در هگزادسیل تری اتوکسی سیلان بر الیاف ویسکوز به روش سل-ژل اشاره کرد.



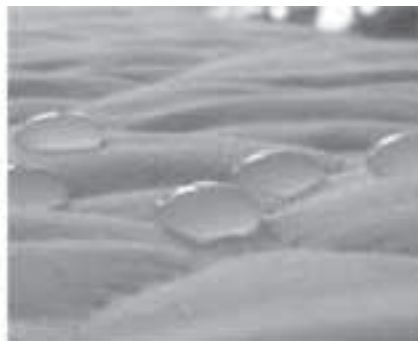
شکل ۸. برآمدگی‌های نانو ساختار روی سطح منسوجات [۱۱]

۲-۶- تکمیل دافع آب/روغن

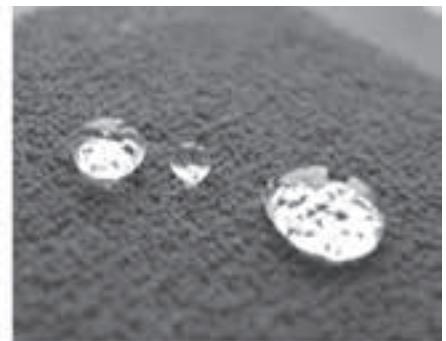
تکمیل‌های دفع کننده آب و لکه‌های خشک و روغنی، در تمام بخش‌های بازار نساجی از قبیل پوشاک، منسوجات خانگی و منسوجات صنعتی دارای اهمیت می‌باشند. با به کارگیری فناوری نانو در عملیات تولید یا تکمیل پارچه، قطرات مایع (اعم از آب، روغن) نمی‌توانند درون پارچه‌های مقاوم در برابر مایعات، نفوذ کنند (شکل ۹). این اثر شبیه اثر موجود در برگ‌های نیلوفر آبی یا گل لادن است که با یک لایه واکس به ضخامت یک نانومتر پوشیده شده‌اند. این خاصیت با استفاده از انواع نانو ذرات از قبیل دی‌اکسید تیتانیوم، لایه سیلوکسان، نانولوله‌های کربن و غیره ایجاد می‌شود. در تمامی موارد، نفوذپذیری هوا در پارچه تکمیل شده نباید افت قابل توجهی داشته باشد.



فرش



تشک



موکت

شکل ۹. برخی از منسوجات خانگی ضد آب/روغن شده با استفاده از نانو مواد



جدول ۲: شرکتهای شاخص منسوجات خانگی نانویی

شرکتهای آمریکایی		شرکتهای آسیایی		شرکتهای اروپایی	
نام شرکت	کشور	نام شرکت	کشور	نام شرکت	کشور
Nano-Tex	آمریکا	Suzutora	ژاپن	ABR Innova	فنلاند
LLC	آمریکا	Exlan	ژاپن	Nanosphere	سوئیس
NTC	آمریکا	Beijing ChnmGo	چین	CTT	کانادا
Burlington Industries	آمریکا	Holding Nano-Group	چین		
Donaldson	آمریکا	Texnology Nano Textiles	چین		
Greenyarn	آمریکا	Hyosung and Nano Products	کره جنوبی		

۳-۳-۳- محصولات دافع آب/ لکه

۳-۳-۱- محصول دافع آب Aquapel™

نسل جدید محصولات دافع آب شرکت نانوتکس است که ضمن زیست سازگار بودن، اقتصادی نیز هست. در این تکمیل، سطح مولکولی پارچه از طریق اتصال دائمی تارپلورهای آب‌گریز به الیاف بدون تغییر ماهیت احساس یا قابلیت تنفس پارچه اصلاح می‌شود. علاوه بر این، تکمیل دافع آب فاقد فلوتورور کربن و پرفلوتورور-کاتیونیک اسید است و لذا مناسب استفاده در خانه‌ها است.

۳-۳-۲- شرکت نانو فور لایف

میل و پرده این شرکت یک محصول مبتنی بر فناوری نانو است که پس از استفاده از این محصول حفاظت دائمی از میل، پرده و پارچه‌های ضخیم اسجد می‌کند؛ بنابراین هیچ مایع خارجی یا ماده چرب نمی‌تواند به سطح پارچه نفوذ کند. این محصول برای کاربردهای منسوجات خانگی از قبیل مبلمان، انواع پرده، فرش، تشک، صندلی ماشین، صندلی‌های کودک، صندلی سالن‌های همایش، انواع کیف با پارچه‌های ضخیم، چرم (بدون شیمیایی)، بادبان قایق، چادر، چتر و غیره مناسب است.

در تابستان) و کاهش هزینه برق مصرفی دستگاه‌های تهویه می‌شوند. با کاهش میزان عبور پرتو فرابنفش از ایجاد رنگ‌پریدگی و پوسیدگی اثاثیه منزل بر اثر تابش نور خورشید جلوگیری کرده و سبب افزایش طول عمر این وسایل می‌شوند.

نانوذرات فلزی مانع از تغییر شکل پرده‌ها می‌شوند و در نتیجه طول عمر این نوع پرده‌ها بیشتر از سایر پرده‌های متداول است. یکی دیگر از منسوجات خانگی این شرکت، توری محافظ حرارت برای پنجره‌ها بانام تجاری ECO AIRIUS است (شکل ۱۱). پوشش فلزی روی سطح، نور آفتاب را منعکس کرده و مانع از ورود حرارت خورشید به درون فضای خانه می‌شود. این امر سبب کاهش دمای فضای نزدیک پنجره و در نتیجه احساس راحتی یکنواخت در اتاق می‌شود. ضمن اینکه با جلوگیری از ورود حدود ۶۹٪ از پرتو فرابنفش، مانع از آسیب رسیدن به مبلمان و اثاثیه منزل در اثر پرتو خورشید خواهد شد.



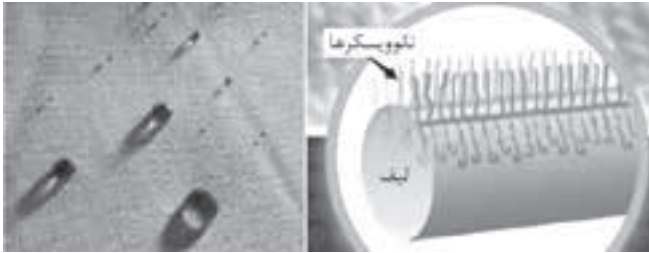
شکل ۱۰. لیف پوشش داده‌شده با نانو ذرات فلزی

۳-۳-۲- کالای خنک کننده

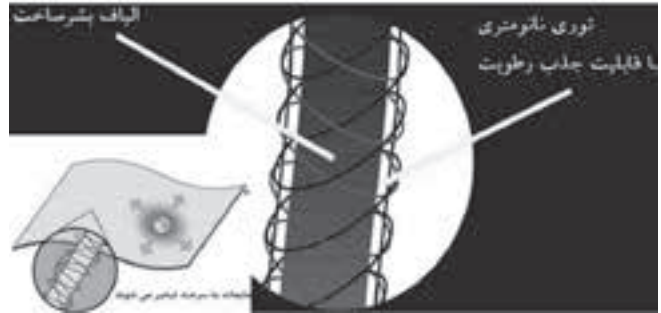
محصولات خنک کننده شرکت نانوتکس (بانام تجاری Coolest comfort، با استفاده از فناوری توری نانومتری تهیه شده است. در این فناوری، الیاف مصنوعی توسط توری‌های نانومتری با ساختار مولکولی سه بعدی و با قابلیت جذب رطوبت بالا پوشانده می‌شود (شکل ۱۲). خاصیت موئینگی ایجاد شده توسط توری‌ها، سبب جذب و انتشار سریع رطوبت شده و موجب خنک شدن و راحتی فرد در هنگام استفاده از تشک، رختخواب یا لباس می‌شود.



شکل ۱۱. توری محافظ حرارت برای پنجره‌ها



شکل ۱۳. (تصویر سمت راست) قرارگیری نانوتار بلورها به طول ۱۰ نانومتر روی لیف، (تصویر سمت چپ) قطره شدن آب میوه ریخته شده روی پارچه تکمیل شده با نانویسکرها [۱۶].



شکل ۱۲. نمای تریسمی از الیاف مصنوعی پوشش داده شده با نانوتور

۳-۳-۳- تشک‌های پارچه‌ای خانگی شرکت برلینگتون

این شرکت چهار محصول ضد لک NANO-CARE®، جاذب رطوبت پوست بانام NANO-DRY®، ضد چروک NANO-PELTM و محصولی بانام NANO-TOUCHTM را در اختیار دارد. محصول آخر شامل الیاف مصنوعی پوشیده شده با یک نانو لایه سلولزی (نانوتار بلور سلولزی) است که پارچه‌ای را با احساس طبیعی پنبه اما با ماندگاری الیاف مصنوعی ایجاد می‌کند. به‌منظور قرار دادن نانوتار بلورها روی پارچه، پارچه درون محلولی حاوی این ماده غوطه‌ور می‌شود. با تبخیر آب، نانویسکرها (تار بلورها) به‌صورت شیمیایی به پارچه متصل شده و پارچه‌های آب‌گریز ایجاد می‌کنند (شکل ۱۳).

۳-۳-۴- تشک خواب با فناوری نانو

شرکت سیمونز (یکی از بزرگ‌ترین سازندگان وسایل خواب در جهان) آخرین نوآوری خود را بانام تشک هوشمند سلامت عرضه کرده است (شکل ۱۴). این تشک دارای روکشی زیب‌دار است که می‌توان آن را جدا و خشک‌شویی کرد. در این روکش از الیاف توخالی بانام تجاری Coolmax® (الیاف پلی‌استر با چهار کانال توخالی) محصول شرکت دوپونت استفاده شده است. استفاده از این الیاف به دلیل سرعت تبخیر زیاد رطوبت موجب عدم نگهداری رطوبت و تعریق در الیاف شده و پس از شسته شدن هم به‌سرعت خشک می‌شود. استفاده از فناوری دافع آب شرکت نانوتکس در لایه دوم این تشک مانع از نفوذ آب‌شده و در نتیجه، در صورت ریختن آب یا هرسپال دیگر بر روی تشک، امکان شستشو و پاک کردن سریع آن وجود دارد. لایه سوم نیز پارچه‌ای حوله‌ای است که در آن از الیاف تفلون باقابلیت حفاظتی فوق‌العاده استفاده شده است.

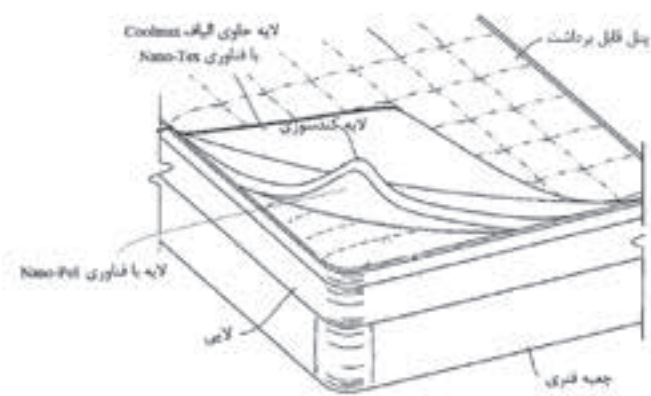
۳-۴-۴- الیاف چندمنظوره ضد میکروب

این فناوری که توسط شرکت هیوسونگ کره جنوبی توسعه یافته، در واقع نوعی الیاف چندمنظوره ضد میکروب است که با استفاده از فناوری نانو نقره تولید می‌شود. این محصول بانام تجاری MIPAN Nano Mag-@ic Silver شناخته می‌شود. استفاده از این الیاف در تولید منسوجات،

موجب می‌شود تا شخص در برابر انواع عوامل بیماری‌زا محافظت شود. تمیزی، دوام و ایمنی وسایل خواب، حوله‌ها، پارچه‌هایی که برای تمیز کردن ظروف استفاده می‌شوند و نیز محصولات بهداشتی شخصی را می‌توان نمونه‌ای از کاربرد این فناوری در منسوجات خانگی دانست.

۳-۵- محصولات کندسوز شرکت آلکسیوم

شرکت آلکسیوم اینترنشنال مواد شیمیایی کندسوز سازگار با محیط‌زیست ویژه‌ای را برای انواع پارچه‌های به‌کاررفته در صنعت نساجی توسعه داده است. این شرکت، محصولات خود را بانام تجاری AlexiflamTM (پارچه ۱۰۰٪ پنبه‌ای و پلی‌استر)، Alexiflam-NFTM (مخلوط پنبه و پشم)، Alexiflam-SYNTM (۱۰۰٪ پلی‌استر، ۱۰۰٪ آکریلیک، ۱۰۰٪ نایلون و مخلوط الیاف مصنوعی) به بازار معرفی کرده است. شکل ۱۵، نمونه پارچه پنبه/نایلون تولیدی شرکت آلکسیوم را نشان می‌دهد. این شرکت سفارش جدیدی برای نانو محصول ضد آتش خود دریافت کرده که قرار است نانو محصول این شرکت در بازار میلمان خانگی استفاده به کار رود. این فناوری مربوط به اصلاح سطح منسوجات با استفاده از نانو ذرات برای افزایش مقاومت در برابر آتش است. وزارت دفاع امریکا حدود ۲۷ میلیون یارد از پارچه نایلون/پنبه ضد آتش شده را سالانه خریداری می‌کند.



شکل ۱۴. تشک هوشمند سلامت



ردیف	شرکت تولید کننده	نام محصول	عملکرد و اثرات
1	رتگدانه سیرجان	مستر بیج نانوکامپوزیتی پلی پروپیلن	ضدمیکروب، محافظ در برابر اشعه فرابنفش
2	ناتونخ سیرجان	نخ نانوکامپوزیتی پلی پروپیلن	ضدمیکروب، محافظ در برابر اشعه فرابنفش
3	مجتمع پتروشیمی شهید تندگویان	گرانول نانوکامپوزیتی پلی اتیلن ترفتالات	ضدمیکروب، ضدلک
4	نغیس نخ	نخ نانوکامپوزیتی فیلامنت پلی استر	ضد میکروب و ضد بو
5	تهران زرنخ	نخ نانوکامپوزیتی فیلامنت نایلون	ضد میکروب و ضدبو
6	گلفام	ملحفه و روبالشی	ضد میکروب
7	ابههریس	منسوج بی بافت نانوکامپوزیتی پلی پروپیلن	
8	نانوساختار اویژه	نانومواد معطر کننده منسوجات	معطر کنندگی
9	کیمیا پژوهش ماهان	تونیک گیاهی پاک کننده و براق کننده مصنوعات چرمی	پاک کنندگی، ضدمیکروبی
10	نانونساجی ماد	منسوج محافظ در برابر امواج	حفاظت در برابر امواج
11	آتیه حکمت آبتین	منسوجات پنبه‌ای ضد میکروب و محافظ در برابر پرتو فرابنفش	ضدمیکروب و محافظ اشعه فرابنفش
12	فرخ سپهر (فرش فرهی)	فرش های ماشینی	ضد میکروبی

هزینه‌های اضافی اعمال شده بر بخش منسوجات خانگی است. هرچند شایان توجه است که چنانچه رقبا از فرصت‌های ایجاد شده به واسطه فناوری نانو استفاده نمایند، شرکت‌ها نیازمند واکنش صحیح یا ناچار به تسهیم مزایا و بازار میان رقبا هستند. بازار منسوجات خانگی از ۱۹۲ میلیارد دلار کنونی در سال ۲۰۲۲ به ۲۳۷ میلیارد دلار و ارزش کل نانومواد مورد نیاز در بخش منسوجات خانگی از ۳۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۲ به ۵۰۰ میلیون دلار در سال ۲۰۲۲ خواهد رسید. فناوری نانو در بخش منسوجات خانگی تأثیر بسزایی در تولید پوشش‌های چندمنظوره و ایجاد محیطی سالم باقابلیت‌های خود پاک‌کنندگی، پرداخت و رنگرزی پارچه‌ها جهت ساختن سطوح ضد آب و ضدلک برای مصارف خانگی مثل میلمان دارد. به‌علاوه تولید پارچه‌های ضد میکروب و فاقد بو، با استفاده از نانو ذرات اکسید روی، اکسید مس و نقره از جمله فرآورده‌های علم نانو است که در مقایسه با روش‌های شیمیایی و سنتی سازگاری بیشتر و بهتری با محیط پیرامون و محیط زیست دارد. همچنین از پارچه‌های به‌دست‌آمده از فناوری نانو، منسوجات خانگی معمولی و چندمنظوره با ضریب محافظتی بالا تولید می‌شود که برای داشتن محیطی سالم و مفرح مناسب است. ممانعت در برابر پرتو فرابنفش خورشید، عایق حرارتی، ضد میکروب، فاقد بو، ضدآب، ضدلک، مقاومت در برابر آتش و خاصیت آبدوستی را می‌توان مهم‌ترین دستاوردهای علم نانو به‌کاررفته در منسوجات خانگی در نظر گرفت.

منابع در دفتر مجله موجود است.

۴- برخی از نمونه‌های تجاری‌سازی شده منسوجات خانگی نانوفناورانه در ایران از جمله شرکت‌های فعال در زمینه تولید منسوجات نانوفناورانه در ایران می‌توان به موارد زیر اشاره کرد. شایان ذکر است، محصول تولید شده توسط برخی از شرکت‌ها در بخش‌های گوناگون صنعت نساجی از جمله منسوجات خانگی قابل استفاده می‌باشد.

۵- نتیجه‌گیری از تحلیل هزینه‌ها و مزایا

در حالی که بهای تمام شده منسوجات خانگی نانو (بر مبنای بهای متعارف محصولات فاقد تکمیل نانو موجود در بازار) حدوداً بیش از ۱۰٪ افزایش یافته است، هزینه ناشی از استفاده از فناوری نانو با استقبال مشتریان از این محصولات تسویه شده است و آنها حاضرند بهای واقعی برای محصولات با کارایی ویژه را بپردازند (Nano-Text یک نمونه واقعی است). در نتیجه، مزایای محسوس و غیرمحسوس ناشی از افزودن نانومواد به منسوجات با تلفیق میان کیفیت و عملکرد به مراتب بیش‌تر از



شکل ۱۵. نمونه پارچه پنبه/نایلون رایج و کندسوز



بررسی تاثیر گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان در فرآیند انتخاب کالا توسط مشتری

امیرعباس فیضی مؤلف اول^۱، بهناز خوش طینت مؤلف دوم^{۲*}

چکیده

این مطالعه با هدف بررسی تاثیر گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان در فرآیند انتخاب کالا توسط مشتری انجام شد. این پژوهش بر اساس اهداف پژوهش در دسته تحقیقات کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش از نوع توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شهروندان مناطق ۶ و ۷ تهران که از فروشگاه‌های دارای کالای گواهینامه حمایت از مصرف کنندگان را دارد، خریداری می‌کنند انتخاب شده است. که تعداد آنان با استفاده از نمونه در دسترس ۳۵۳ نفر می‌باشد. تحلیل داده‌ها در این پژوهش به وسیله آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام می‌گیرد. آمار توصیفی به منظور استخراج اطلاعات مربوط به داده‌های جمعیت شناختی همچون سن، جنسیت، سابقه کار و غیره به کار گرفته می‌شود. در مرحله اول نرم افزار SPSS و در مرحله دوم به فراخور نیاز و نوع و حجم داده‌ها از نرم افزار lisrel استفاده شده است. تحلیل نتایج با استفاده از آزمون t مستقل و همبسته و تحلیل واریانس نشان داد که نتایج اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان بر ارتباط با مشتری دارای ضریب مسیر $0/40+$ است که دارای مقدار $t 0/1/8$ می‌باشد، لذا می‌توان بیان نمود که بین اعطای گواهینامه و انتخاب کالا توسط مشتری رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

۱- مقدمه

شرایط مندرج در آن، طی مراسمی معرفی و گواهینامه مذکور را اعطاء می‌نماید. در این تحقیق سعی شده است که گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان در فرآیند انتخاب کالا توسط مشتریان مورد بررسی و در واقع جایگاه و منزلت آن از نگاه مشتریان مورد سنجش قرار گرفته و یا بعبارتی رفتار مصرف کنندگان در زمان خرید و توجه به نشان و نماد گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان مورد ارزیابی قرار گرفته است. از دیگر اهداف این تحقیق می‌توان به میزان اطمینان خاطر مصرف کنندگان از مصرف کالاها یا خدمات واحدهای دارنده گواهینامه مذکور از حیث سلامت، کیفیت، قیمت کالاها و خدمات اشاره نمود که بر اساس ضوابط و شرایط مندرج در آیین نامه مورد ارزیابی قرار گرفته و در نهایت مصرف کننده در زمان انتخاب کالا یا خدمت از میان کالاها یا خدمات موجود در بازار، کالا یا خدمت دارنده گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان را بر کالا یا خدمتی که فاقد گواهینامه مذکور می‌باشد ترجیح می‌دهد و یا در واقع در صورتیکه اطلاعات لازم پیرامون گواهینامه مزبور به مصرف کنندگان بنحو مطلوبی ارائه شود انتخاب کالای دارنده گواهینامه برای مصرف کننده از اهمیت بسیار بالایی برخوردار می‌گردد. در کشورهای بهره مند از آثار صنعتی شدن، حمایت از حقوق مصرف کنندگان در زمره اهداف مهم دولت‌ها قرار گرفت. یکی از روش‌های حمایت از مصرف کننده، تدوین و اجرای قوانین خاص ناظر بر روابط میان تولید کنندگان و مصرف کنندگان بوده است.

امروزه در کشورهای پیشرفته مشتری مداری و توجه به خواست و نیاز مشتری از جمله مواردی است که به عنوان یک فرهنگ اقتصادی پذیرفته شده و در کشور ما نیز تولید کالا و ارائه خدمات متناسب با نیاز مشتری از اهمیت بسزایی برخوردار می‌باشد. این رو سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان طبق آیین نامه اجرایی مربوط به نحوه بررسی و انتخاب بنگاه‌های اقتصادی، همه ساله با برگزاری مراسم خاصی ضمن تقدیر از واحدهای منتخب که در حوزه حقوق مصرف کننده سرآمد سایر واحدها بوده، نسبت به معرفی بنگاه‌های اقتصادی دارنده گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان به عموم مصرف کنندگان اقدام می‌نماید.

با در نظر گرفتن الزامات بین‌المللی و نیز از طرفی قانون حمایت از حقوق مصرف کننده در کشور ما و همچنین به لحاظ ساختار غیر رقابتی اقتصادی، سازمان حمایت با بررسی عملکرد واحدهای تولیدی و خدماتی که متقاضی دریافت گواهینامه مزبور می‌باشند و در نهایت موفق به دریافت آن شده‌اند، از طریق فعالیت‌های فرهنگی و تشویقی موجبات افزایش اعتماد مصرف کنندگان به کالاهای تولیدی شرکت‌های دارنده گواهینامه مذکور را فراهم می‌آورند. با توجه به نام‌گذاری سال‌روز ۹ اسفند ماه، بعنوان روز ملی حمایت از حقوق مصرف کنندگان و نظر به اینکه سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان ضمن برگزاری همایش سالانه آن دسته از واحدهای تولیدی و خدماتی برتر که در زمینه حمایت از حقوق مصرف کنندگان فعالیت داشته‌اند، را پس از بررسی‌های کارشناسی در چارچوب آیین‌نامه اجرایی و پس از احراز



از مباحث علم حقوق ناظر بر حقوق بخش خاصی از افراد جامعه باشد و یا در صورت عمومیت آنها قابل طرح در برخی از اوضاع و احوال خاص می‌باشد، حقوق مصرف‌کننده از معدود مباحثی است که از حیث عمومی بودن و قابلیت طرح از گستردگی بی‌نظیری برخوردار می‌باشد. (جابری، ۱۳۸۸).

حقوق مصرف‌کننده یعنی مجموعه اختیارات و امتیازاتی که مصرف‌کننده در قبال عمل خرید کالا یا خدمت از فروشنده دریافت می‌کند تا در صورت بروز اشکال معلوم شدن عیب و نقص، احراز ضرر و زیان، عدم کارایی و ثمربخشی، برای جبران خسارت از آن استفاده کند (بلوریان، ۱۳۸۱).

۲-۲ نقش دولت در حمایت از حقوق مصرف‌کننده

با توجه به نقش حاکمیتی دولت در امور اقتصادی، حمایت از حقوق مصرف‌کننده نیز یکی از وظایف بسیار مهم دولت‌ها می‌باشد. بلحاظ اهمیت و حساسیت فوق‌العاده آن و بدلیل تماس روزمره مردم با کالاهای مصرفی و خدمات، دولت‌ها مکلف به اقداماتی برای جلوگیری از ناسامانی‌های اقتصادی می‌باشند. ز سایر وظایف دولت جلوگیری از فعالیت‌ها و عوامل اقتصادی مخل امنیت اقتصادی مصرف‌کنندگان در سطح کلان همانند: مهار تورم، حذف پدیده قاچاق، طراحی ساختار مطلوب تولید و توزیع، جلوگیری تبلیغات غیر واقعی می‌باشد. با توجه به اهمیت موضوع ذیلا به تشریح مهمترین تکالیف دولت پرداخته می‌شود:

۲-۲-۱ حذف قاچاق

قاچاق یکی از آفت‌های مهلکی است که پویایی و سلامت اقتصاد یک کشور را تهدید می‌کند.

ممکن است قاچاق در تولید مانند عدم اخذ مجوزهای خاص تولید و با عدم پرداخت عوارض و مالیات‌ها و یا قاچاق در تجارت که شامل تجارت داخلی و خارجی (صادرات و واردات) است، باشد. (جابری، ۱۳۸۶)

از تبعات قاچاق می‌توان به هدر دادن پشتوانه و ذخایر ارزی، به چالش کشاندن تولید ملی، سست کردن پایه‌های اقتصاد و تجارت، افزایش بیکاری، سودهای غیرمعقول و نامناسب، بازار سیاه و دادو ستدهای غیر شفاف و در نتیجه افزایش احتمالی فساد و پول شویی اشاره کرد. همچنین از جمله آثار قاچاق بر «مصرف‌کننده» می‌توان به کاهش کیفیت کالا به علت عدم مسئولیت‌پذیری تولیدکننده و فروشنده در قبال داشتن استانداردهای ایمنی و بهداشتی و خطرهای آسیب‌های احتمالی و نیز عدم رعایت استانداردهای تولید و عدم بکارگیری مواد اولیه و مرغوب به عنوان یکی از راه‌های کاهش قیمت کالا می‌باشد، اشاره نمود.

۲-۲-۲ طراحی ساختار مطلوب تولید و توزیع

تولید و توزیع نامتناسب کالاها و خدمات موجب بروز عوارض خطرناکی برای مصرف‌کننده می‌گردد. تنوع و فراوانی مصرفی در طیف وسیع،

ممکن است در رعایت الزامات پیش‌بینی شده برای تولید کالاها سهل‌انگاری شود و به سبب نقص در طراحی یا ویژگی‌های موردنظر در مواد اولیه، یا وجود نقص در هر یک از مراحل تولید، کالاهایی ناقص، معیوب، خطرآفرین یا فاقد کیفیت لازم تولید گردد. حق انتخاب کالاها و خدمات موردنیاز، حق استفاده از محصولات دارای کیفیت مناسب و متناسب با انتظارات مصرف‌کننده، حق آگاهی از اطلاعات لازم برای استفاده از کالاها، حق دادرسی برای جبران خسارت، حق برخورداری از محیط زیست سالم از این دسته هستند که در واقع همگی جزو حقوق مصرف‌کننده به شمار می‌آیند. به همین جهت سال‌هاست که برخی از حقوق به عنوان حقوق اساسی انسانها شناخته شده و حمایت اصولی از آنها در راس برنامه‌های دولت‌ها قرار گرفته است. لزوم توجه جدی به حقوق مصرف‌کنندگان گذشته از بی‌پناه بودن آنان در مقابل سرمایه و ابزارهای تبلیغاتی عظیم گروه‌های تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان کالا و خدمات، نقش نظارتی و هدایت‌گرانه مصرف‌کنندگان در یک بازار آزاد عرضه و تقاضای کالاهای متنوع است.

به دیگر سخن، مصرف‌کنندگان که شکل‌دهنده تقاضا در بازار کالا و خدمات هستند، در صورتی که از ابزارها و حمایت‌های لازم حقوقی برخوردار باشند، می‌توانند با انتخاب صحیح، تولیدات و خدماتی که به هر نحو از استانداردهای لازم برخوردار نیستند را از صحنه بازار حذف نمایند و بدینوسیله رقابت هر چه بیشتر را در میان عرضه‌کنندگان کالا و خدمات جهت ارائه محصولات بهتر ایجاد نمایند. از این رو در چند دهه گذشته بویژه در کشورهای سرمایه‌داری تلاش وسیعی در تعریف و تبیین حقوق مصرف‌کننده و حمایت از آن مبذول گشته و هر روز نیز بر تقویت آن افزوده می‌گردد که بنا به روش‌های در پیش گرفته شده در آن کشورها بر حسب شدت دخالت دولت یا بهره‌گیری از توان آحاد جامعه نتایج متفاوت لیکن بسیار مفیدی حاصل گردیده است. در تحقیق حاضر سعی شده است تا تاثیر اعطای این گواهینامه را به تولیدکنندگان در رفتار خرید مصرف‌کنندگان مورد ارزیابی قرار دهیم.

۲- مبانی نظری پژوهش

۲-۱- تبیین حقوق مصرف‌کننده

واژه مصرف اگر چه در پیوندی که با کلمه جامعه داشته (جامعه مصرفی) در فرهنگ معاصر از مفهوم منفی برخوردار است، اما در نگاه حقوق اقتصادی الزاماً کلمه «مصرف» چنین بار منفی ندارد. در واقع آنجا که مصرف همراه تولید است شاخص توان اقتصادی جامعه بوده و شرط بقای واحدهای تولیدی می‌باشد. (قاسمی، ۱۳۷۷)

در تعریف مصرف آمده «به کار بردن کالا و خدمات برای اجابت خواست‌های انسانی یا به دیگر سخن مصرف همان از میان بردن مطلوبیت است» (فرهنگ، ۱۳۷۲)

سخن گفتن از مصرف، سخن از تمامی اشخاص جامعه و جستجوی حقوق مصرف‌کننده، جستجوی حقوق تمام آنها می‌باشد، اگر بسیاری



۲-۳ مهيار تورم

کنترل همه جانبه را می‌طلبد تا بتواند ایمنی مصرف‌کننده را در برابر خطرهای ناشی از مصرف کالاها تضمین نماید، بطوریکه مدیریت مصرف از یک سوء و استفاده از نظام شفاف توزیع از جمله موارد مطرح شده در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی ابلاغی مقام معظم رهبری نیز می‌باشد.

به اعتقاد کارشناسان اقتصادی تورم محصول عدم انطباق عرضه و تقاضا است. تورم مصرف را غیر منطقی می‌سازد زیرا در ثبات قیمت ها، مردم کالاها را از مراکز عرضه که قیمت ارزانی نسبت به سایر مراکز دارند، به اندازه مصرف خود خریداری می‌نمایند. ولی در دوره تورم افراد هر کالایی که به دستشان برسد برای مصرف در آینده خریداری می‌کنند چه در حال حاضر نیاز داشته باشند و چه نیاز نداشته باشند زیرا تصور می‌کنند که ممکن است قیمت کالا در آینده گرانتر شود و نیز نگهداری پول را در نزد خود عقلانی نمی‌دانند. بنابراین دولت با کنترل قیمت در کوتاه مدت از مصرف‌کنندگان در مقابل افزایش قیمت محافظت می‌نماید. (فیضی، ۱۳۹۴)

۲-۳ گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان

سازمان حمایت از سال ۱۳۸۰، همه ساله بر اساس آیین نامه اجرایی اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در فرایندی که حدود یک سال به طول می‌انجامد، بنگاه‌های اقتصادی را که در امر رعایت حقوق مصرف‌کننده فعالیت برجسته‌ای داشته‌اند، در سال روز نهم اسفند ماه از طریق برگزاری همایش ملی به عموم مردم معرفی می‌نماید تا با افزایش انگیزه و حساسیت در نزد بنگاه‌های اقتصادی منتخب برای رعایت حقوق مصرف‌کنندگان، افزایش رقابت‌پذیری این بنگاه‌ها در جهت ارائه محصولات با کیفیت، برقراری قیمت عادلانه، تحویل یا ارائه به موقع و مطلوب کالا و خدمات، افزایش اعتماد و ترغیب مصرف‌کنندگان به استفاده از کالاهای بنگاه‌های دارنده گواهینامه مذکور و ارتقاء شاخص‌هایی مانند عدالت اجتماعی، مشتری‌مداری و قانون‌گرایی در بین بنگاه‌های اقتصادی شود.

لازم به توضیح می‌باشد که در سالروز نهم اسفند، لوحی به عنوان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به واحدهای تولیدی و خدماتی برگزیده اعطاء می‌شود و در صورت استمرار دریافت گواهینامه مذکور طی دو سال پیاپی و یا سه سال غیر متوالی و همچنین احراز شرایطی از قبیل: تطابق با تجارت از طریق شیوه‌های روز دنیا، فعال بودن واحد تحقیق و توسعه، ارتقاء کیفیت، ایجاد بهره‌وری و غیره تندیس ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان اعطاء می‌شود.

مطابق مفاد آیین نامه اجرایی گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان برخی از مواردی که در فرایند بررسی مورد ممیزی قرار می‌گیرد، بشرح ذیل می‌باشد:

- نداشتن حکم قطعی محکومیت در مراجع قضایی در سال مورد بررسی

و سال قبل

- داشتن گواهینامه استاندارد ملی اجباری برای کالاهای مشمول

- اطلاع رسانی مناسب به مصرف‌کننده

- عدم احراز زیان مالی بر اساس صورتهای مالی طی سال مورد

بررسی

- داشتن نشان تجاری مستقل

- داشتن پروانه بهره برداری و مجوزهای بهداشتی

- دارا بودن سیستم گستره توزیع در استان‌های کشور

بطور کلی مطابق آیین نامه اجرایی گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان، چهار شاخص اصلی: قیمت، کیفیت، خدمات پس از فروش و رضایت مشتری بعنوان شاخص‌های کلی تعیین گردیده است.

لازم به ذکر است که اطلاعات بنگاه‌های اقتصادی متقاضی و منتخب از لحاظ نوع فعالیت در سال ۱۳۹۳ به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول (۱) اطلاعات بنگاه‌های اقتصادی متقاضی

مجموع	کالاهای مصرفی	کالاهای سرمایه‌ای	گروه کالایی
۳۵۹	۱۱۹	۲۴۰	تعداد واحدهای متقاضی
۱۱۸	۳۹	۷۹	تعداد واحدهای منتخب
۳۳	۳۳	۸۴	درصد واحدهای منتخب به متقاضی

منبع: ویژه نامه روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان سال ۹۳

۲-۴ انتخاب کالا

از دیگر متغیرهای تحقیق، فرایند خرید مشتریان «انتخاب کالا» می‌باشد، فرایند خرید مشتریان را می‌توان همانند فرایند حل یک مسئله تصور کرد. با این دیدگاه، مشتریان برای حل مسئله خود فرایندهای زیر را طی می‌کنند. (سولمون، ۲۰۰۶)

۱- شناسایی مسئله

۲- جست‌وجوی اطلاعات

۳- ارزیابی گزینه‌ها

۴- انتخاب محصول

زمانی که مصرف‌کننده تصمیم گرفت، کیفیت تصمیم اتخاذ شده در تصمیم‌گیری‌های بعدی او تاثیر خواهد گذاشت و مصرف‌کننده از تصمیمات خود می‌آموزد. این فرایند یادگیری بر انتخاب یا عدم انتخاب آن محصول در آینده تاثیر می‌گذارد. لازم به ذکر است که در فرایند تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان رویکردهای مختلفی وجود دارد، در مجموع در فرایند تصمیم‌گیری سه مرحله‌ی تشخیص نیاز، جست‌وجوی اطلاعات در مورد محصول و نحوه ارزیابی محصولات نقش مهمی در تصمیم نهایی مصرف‌کننده دارند.

بر شهرت تجاری شرکت تاثیر دارد
فرضیه فرعی پنجم: رعایت کیفیت محصول تولیدی منجر به
اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان می‌شود
فرضیه فرعی ششم: اطلاع‌رسانی مناسب از شرایط کالا یکی از
شرایط اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان می‌باشد.

۵- روش‌شناسی پژوهش

از آنجاکه تحقیق حاضر، به دنبال تاثیر گواهینامه رعایت حقوق
مصرف‌کنندگان در فرآیند انتخاب کالا توسط مشتری بوده و به عبارت
دیگر بررسی‌ها در جهت کاربرد عملی دانش انجام شده است،
می‌توان نتیجه گرفت از نظر هدف، این تحقیق، یک تحقیق
کاربردی است و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها یعنی طرح تحقیق،
یک تحقیق توصیفی و پیمایشی است. نحوه جمع‌آوری داده‌ها
پرسشنامه می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه مشتریان
ساکن شهر تهران که از محصولاتی استفاده می‌کنند که دارای
گواهینامه‌ی حمایت از مصرف‌کننده است. با توجه به این که
جامعه آماری پژوهش گسترده می‌باشد از روش سرشماری استفاده
شده است. بدین صورت که در بین ۳۵۳ مشتریان پرسشنامه توزیع
شده است. در نهایت ۳۵۳ پرسشنامه وارد تحلیل شد.

۵-۱ سنجش روایی و پایایی

برای سنجش روایی پرسشنامه‌های پژوهش، قبل از توزیع در جامعه
آماری برای ۲۵ نفر از کلیه مشتریان ساکن شهر تهران ارسال
شد و نظرات و تغییرات پیشنهادی آن‌ها در پرسشنامه نهایی اعمال
شد. سپس به منظور اندازه‌گیری پایایی پرسشنامه، داده‌های حاصله
با استفاده از روش آلفای کرونباخ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت
که برای پرسشنامه مربوط آلفای کرونباخ $\alpha = 84\%$ به دست آمد.
که این نتایج نشان‌دهنده همبستگی درونی زیادی بین متغیرها در
پرسشنامه می‌باشد.

۵-۲ تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش از آمار توصیفی برای تحلیل توصیفی داده‌ها؛ جنسیت،
سن، سابقه خدمت و قومیت، استفاده شد و برای آزمون فرضیه‌های
تحقیق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، آزمون همبستگی برای
بررسی رابطه بین متغیرها، آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی
وضعیت دو متغیر و در نهایت مدل نهایی تحقیق هم با استفاده از
نرم‌افزار LISREL مورد آزمون قرار گرفت که شاخص‌های برازش
و نتایج در ادامه تحقیق آورده شده است.

۶- تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

۶-۱ آمار توصیفی



منبع: (۲۰۰۶) solmon

۳- مدل مفهومی پژوهش

بر اساس پیشینه تحقیق، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل
۱ نشان داده شده است. در این پژوهش تاثیر بین دو مؤلفه گواهینامه
رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در فرآیند انتخاب کالا توسط مشتری
بررسی می‌شود. بدین ترتیب مطابق مدل مفهومی، یک فرضیه اصلی
و شش فرضیه فرعی خواهیم داشت که در ادامه بررسی خواهد شد.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

۴- فرضیه‌های پژوهش

۴-۱ فرضیه‌های اصلی تحقیق

فرضیه اصلی اول: اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان
بر فرآیند انتخاب کالا توسط مشتری تاثیر دارد.

۴-۲ فرضیه‌های فرعی تحقیق

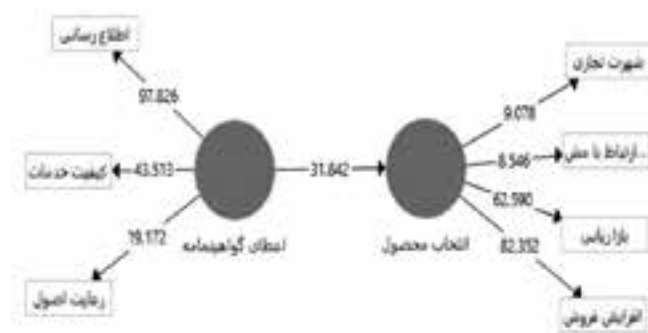
فرضیه فرعی اول: اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان
بر ارتباط با مشتری تاثیر دارد
فرضیه فرعی دوم: اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان
بر افزایش فروش تاثیر دارد
فرضیه فرعی سوم: اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان
بر بازاریابی تاثیر دارد
فرضیه فرعی چهارم: اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان



آزمون فرضیات پژوهش خلاصه در جدول زیر ارائه شده است. همانگونه که در جدول بالا مشاهده می‌شود مقدار ضریب مسیر مربوط به فرضیه اول: تاثیر اعطای گواهینامه به انتخاب محصول برابر با ۰/۷۲ و عدد معناداری برابر با ۳۱/۸۴ محاسبه گردیده است. با توجه به مقدار عدد معناداری می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۹/۹ درصد فرضیه اول مورد پذیرش است. همچنین برای آزمون فرضیه های فرعی از رگرسیون استفاده شده است که در نتایج نشان داده شده است. هر چهار فرضیه فرعی با اسطح اطمینان ۹۹ درصد مورد تایید واقع هستند .

۶-۳ آزمون مدل معادلات ساختاری

پس از تعیین مدل‌های اندازه گیری به منظور ارزیابی مدل مفهومی تحقیق و همچنین اطمینان یافتن از وجود یا عدم وجود رابطه علی میان متغیرهای تحقیق و بررسی تناسب داده های مشاهده شده با مدل مفهومی تحقیق، فرضیه‌های تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری نیز آزمون شدند. نتایج آزمون فرضیه‌ها در نمودار منعکس شده اند.



نمودار شماره (۲): الگوی معادلات ساختاری پژوهش در حالت معنی داری

نمودار بالا نشان دهنده اعداد معناداری است. مطابق با نمودار بالا اعداد معناداری مربوط به مسیر اعطای گواهینامه به انتخاب محصول در سطح اطمینان ۰/۹۹ درصد مورد قبول واقع شده است

بر اساس یافته‌های آماره‌های جمعیت شناختی در بعد جنسیت ۶۴/۳ درصد پاسخ‌دهندگان مرد و ۳۵/۷ درصد پاسخ‌دهندگان زن تشکیل می‌دهند. در بعد سطوح سنی بیشترین فراوانی به گروه سنی ۳۵-۳۱ سال با ۲۹/۵ درصد و کمترین فراوانی به گروه سنی ۲۵-۲۰ سال با ۲ درصد اختصاص دارا بوده‌اند. در بعد سطح تحصیلات ۵۶ درصد پاسخ‌دهندگان تحصیلات لیسانس، بیشترین فراوانی مربوط به شاغلانی هستند که دارای مدرک کارشناسی با ۴۹/۳ درصد و کمترین فراوانی مربوط به شاغلانی که دارای مدرک دکتری با ۴ درصد است. و در بعد وضعیت تاهل ۱۸/۱ درصد مجرد و ۸۱/۹ درصد متأهل بود.

۶-۲ آمار استنباطی

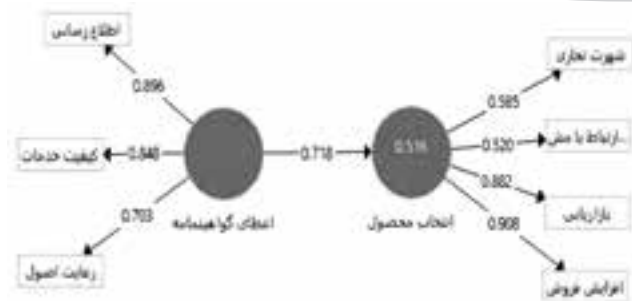
آگاهی از توزیع داده‌ها از اولویت اساسی برخوردار است بدین منظور در این پژوهش از آزمون معتبر کلموگروف-اسمیرنوف برای بررسی فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش استفاده شده است. سطح معنی‌داری به دست آمده از این آزمون برای متغیر اعطای گواهینامه برابر با ۰/۶۵۲ می‌باشد و برای انتخاب محصول هم برابر با ۰/۹۲۹ به دست آمد پس چون این مقدار از سطح معنی‌داری آزمون گلموگروف اسمیرنوف ۰/۰۵ بالاتر است بنابراین فرض نرمال بودن داده‌ها مورد تأیید است هرچند با توجه به قضیه حد مرکزی نیز حجم نمونه بیشتر از ۳۰ مورد است پس توزیع نرمال است.

به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش و با توجه به نرمال بودن داده‌ها از آزمون پارامتریک ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. ضریب همبستگی شدت رابطه و همچنین نوع رابطه (مستقیم و یا معکوس) را نشان می‌دهد. این ضریب بین مثبت ۱ تا منفی ۱ می‌باشد و در صورت عدم وجود رابطه بین دو متغیر این مقدار برابر با صفر است.

از آنجایی که در فرضیات مطرح شده نوع رابطه (مستقیم) مشخص است لذا آزمون به صورت یک طرفه انجام گرفته است. این آزمون با توجه به فرضیات به منظور جمع‌بندی کلی نتایج آزمون؛ نتایج

جدول شماره (۲): نتایج آزمون فرضیات

مسیر	فرضیه	sig	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه فرضیه
اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان بر ارتباط با مشتری تاثیر دارد	H1	۰,۰۰۰	۰/۴۰	۸/۰۱	تایید
اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان بر افزایش فروش تاثیر دارد	H2	۰,۰۰۰	۰/۶۹	۱۸/۲۶	تایید
اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان بر بازاریابی تاثیر دارد	H3	۰,۰۰	۰/۶۷	۱۶/۸۰	تایید
اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان بر شهرت تجاری شرکت تاثیر دارد	H4	۰,۰۰۰	۰/۲۴	۴/۵۹	تایید
رعایت کیفیت محصول تولیدی منجر به اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان میشود	H5	۰,۰۰۰	۰/۴۹	۸/۲۵	تایید
اطلاع رسانی مناسب از شرایط کالا یکی از شرایط اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان می باشد	H6	۰,۰۰۰	۰/۱۸	۲/۲۹	تایید



نمودار شماره (۳): الگوی معادلات ساختاری پژوهش در حالت استاندارد

۷- پیشنهادات تحقیق

- پیشنهاد می شود پژوهشگران بعدی این پژوهش را در دیگر شهرهای ایران اجرا کنند.
- در این پژوهش از روش همبستگی استفاده شده است پژوهشگران بعدی می توانند این پژوهش را از روش آزمایشی اجرا کنند.
- پیشنهاد می شود تاثیر سایر گواهینامه های بین المللی (ISO, ECSI, SWICS) نیز در فرآیند انتخاب کالا توسط مشتری مورد پژوهش قرار گیرد.
- بسیاری از شرکتها تنها برای برآوردن یک خواسته مشتری گواهینامه را کسب می کنند. مشتریان تنها با شرکت هایی حاضر به معامله هستند که دارای گواهینامه باشند، پس پیشنهاد می شود که نحوه ارتباط با مشتری و راضی نگه داشتن مشتری و پاسخ به الزامات آن رعایت گردد تا منجر به ارتباط بهتر شرکت تجاری با مشتری شود.
- پیشنهاد می شود که واحدهای دارنده گواهینامه رعایت حقوق مصرف کنندگان با استفاده از تبلیغات مناسب و مستمر در جهت معرفی و شناساندن گواهینامه مذکور به مصرف کنندگان بتوانند از مزایای آن در جهت افزایش فروش محصولات خود بهره برداری نمایند.

پی نوشت:

- ۱- امیرعباس فیضی، دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی- بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بویین زهرا
- ۲- بهناز خوش طینت، استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بویین زهرا، مدیریت بازرگانی، (عهده دار مکاتبات)

منابع و مأخذ

- ۱- ابراهیمی سید بابک و همکاران (۱۳۹۳)، شناسایی معیارهای موثر بر انتخاب برند مقلد در کالاهای مصرفی، نشر بازاریابی، صص ۲۴-۲۸
- ۲- احمدی، علی (۱۳۹۰)، مطالعه شیوه رفتار افراد در خرید، دانش مدیریت، شماره ۷۸
- ۳- اردستانی، جاوید (۱۳۸۸)، بررسی اعصار بازاریابی با رویکردی نوین به اخلاقیات بازاریابی، سال ششم، شماره ۱، صفحه: ۳۰-۴.
- ۴- بلوریان، حسن علی (۱۳۸۱). میزگرد و حقوق مصرف کنندگان از حرف تا عمل، ماهنامه تدبیراندیش
- ۵- جابری، عصمت الله (۱۳۸۶)، بررسی حقوق مصرف کننده، صص ۳۵-۳۶
- ۶- فرهنگ، منوچهر (۱۳۷۲)، فرهنگ علوم اقتصادی، نشر امیر کبیر، صص ۲۷
- ۷- فیضی، امیرعباس (۱۳۹۴)، بایدها و نبایدهای دخالت دولت در قیمت گذاری، دومین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد علمی، صص ۶
- ۸- قاسمی، حامد (۱۳۷۷)، معرفی حقوق مصرف کننده، مجله حقوقی، دفتر خدمات بین الملل نهاد ریاست جمهوری، صص ۲۴۵-۲۴۶
- 9- Borba, building moral intelligence. Nurturing Kids Heart& Souls. National Educator Award, National council of Selfesteem. Jossey-Bass.
- 10- Liljander, Polsa & Riel.(2015) "The relationship between the affective, behavioral, and cognitive components of attitude", Journal of Experimental Social Psychology, 5, 12-30.
- 11- Gruber(2001) , "Measuring the Involvement Construct in Marketing", journal of Consumer Research, 12, 341-52
- 12- Fishbein & Ajzen(2013) "Learning Styles Among Secondary Vocational Home Economics Students: A Factor Analytic Test of Experiential Learning Theory". Journal of Vocational Education Research. Vol. 11. No. 3, pp. 1- 15.
- 13- Carman.(2012) , Shopping pattern Differences of Physically Active Korean and American University Consumers for Athletic Apparel.phD dissertation, Department of Sport Management, Recreation Management and Physical Education, Florida State University

نمودار شماره (۳) همانطوری که در شکل فوق دیده می شود مقدار R2 مربوط به سازه ی اعطایی گواهینامه به دلیل اینکه این سازه در اینجا برون زا می باشد صفر است. اما در مورد سازه های درون زای انتخاب محصول برابر با ۰/۵۲ محاسبه شده است که نشان از مناسب بودن این معیار می باشد. لازم به ذکر است که این معیار از طریق به توان دو رساندن ضریب مسیر بدست می آید. هر چه مقدار R2 مربوط به سازه های درون زای یک مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است.

۶- نتیجه گیری و الزامات پژوهش

همانطور که می دانیم، مشتری مداری و توجه به خواست و نیازهای مشتریان و مصرف کنندگان از جمله مسائلی است که می بایست به عنوان یک فرهنگ اقتصادی در کشور ما به شمار آید. یعنی تولید و ارائه خدمات می بایست براساس نیازهای مصرف کننده شکل بگیرد و سازمان ها و بنگاه هایی که بر این اساس عمل می کنند مورد تشویق و ترغیب قرار گیرند. در راستای این امر یکی از کارهایی که در حال حاضر برای حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تشویق و ترغیب بنگاه های اقتصادی در کشور ما صورت می گیرد، اعطای گواهینامه رعایت حقوق مصرف کننده به این بنگاه های اقتصادی است. برای اعطای این گواهینامه ابعاد مختلفی از عملکرد بنگاهها در نظر گرفته می شود. از مهمترین آنها کیفیت محصول، کیفیت خدمات و قیمت می باشد که می بایست بنگاه های درخواست دهنده گواهینامه آن را رعایت کرده باشند. همانطور که می دانیم این مسئله یکی از مهمترین ابعاد حقوق مصرف کننده است که این سازمان حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تولید کنندگان، به آن توجه ویژه دارد.

هدف از اعطای گواهینامه و تدیس های ملی رعایت حقوق مصرف کنندگان، افزایش انگیزه و حساسیت در تولید کنندگان و ارائه دهندگان خدمات برای رعایت حقوق مصرف کنندگان، افزایش اعتماد و ترغیب مصرف کنندگان به استفاده از کالاها و خدمات واحدهای دارای گواهینامه و تدیس، افزایش رقابت سازنده بین تولید کنندگان و ارائه دهندگان خدمات در جهت ارائه محصولات کیفی، تلاش در جهت برقراری قیمت عادلانه، تحویل به موقع و ارائه مطلوب خدمات پس از فروش و تشویق مصرف کنندگان به استفاده از کالای دارای نشان ملی استاندارد می باشد.



ترجمه: مهندس آزاده موحد

اخبار نساجی جهان

تولید پشه بندهای مقاوم در برابر پشه مالاریا و ویروس زیکا توسط کمپانی کارل مایر



پشه بندها را تایید می کند و در وهله اول مقاومت مکانیکی آن ها در برابر نیش حشره و سپس گردش هوای کافی و مناسب درون پشه بند در شرایط آب و هوایی گرمسیری را ضمانت می کند.

در پشه بندهای مدرن که تراکم آن ها ۸ تا ۱۰ منفذ در هر سانتی متر با وجود نخ های مولتی فیلامنتی پلی استر می باشد، ویژگی های فوق تامین شده است. لازم است تا شبکه توری دارای استحکام مشخصی باشد به طوری که پشه نتواند آن را سوراخ کند.

پشه بندهای فوق علاوه بر محافظت مکانیکی در برابر نیش حشره، به دلیل تکمیل انجام شده بر روی آنها توسط حشره کش تماسی دارای خاصیت محافظت شیمیایی نیز هستند. معمولا پایرترویدها توسط یک فرایند آغشته سازی استاندارد یا آغشته سازی طولانی مدت بر روی پشه بند به کار گرفته می شوند.

محصولاتی که روش آغشته سازی استاندارد بر روی آن ها اعمال می شود خاصیت خود را پس از شش ماه و بعد از هر بار شستشو از دست می دهند و حشره کش باید مجددا بر روی آن ها به کار گرفته شود اما توری هایی که به روش دوم عمل شده اند برای بیش از سه سال و تا بیست بار شستشو قابل استفاده هستند

خطرناک هستند. در هر ۳۰ دقیقه یک بچه از بیماری های مناطق گرمسیری که تحت عنوان تب باتلاق یا مالاریا شناخته می شوند، جان خود را از دست می دهد. البته مالاریا عامل مرگ و میر شمار زیادی از بزرگسالان نیز هست. این بیماری در میان ۱۰۶ کشور جهان شایع است و برای بیش از نیمی از جمعیت جهان تهدید بزرگی به شمار می رود. سازمان بهداشت جهانی توصیه می کند که مسولین بهداشت عمومی در سرتاسر جهان از توری های ضد حشره که به طور سریع و موثر احتمال شیوع مالاریا را کاهش می دهند، استفاده کنند.

این منسوجات توری ظریف بهترین راه جلوگیری از انتقال ویروس مالاریا بوده و استفاده از آن ها آسان، موثر و ارزان است. ماشین آلات کشف توری کارل مایر برای تولید این توری ها به کار می روند که درجه محافظت توری های تولید شده نیز بسیار بالاست.

توری های تولید شده باید دارای ساختار خاصی بوده تا در برابر نیش پشه مالاریا ایمن و قابل اعتماد باشند. از ویژگی های مورد نیاز برای توری ها تعداد ۱۵۶ منفذ در هر اینچ مربع و یا ۲۵ منفذ در هر سانتی متر مربع در صورت استفاده از نخ های فیلامنتی پلی استر است. سازمان بهداشت جهانی کیفیت

امروزه بعضی از حشرات کوچک باعث بروز نگرانی های بزرگی به ویژه در میان زنان باردار می شوند. پشه های ببری و پشه های منتقل کننده تب زرد می توانند ویروس زیکا را منتقل کرده و به نظر می رسد باعث میکروسفالی در جنین شود که یک اختلال رشد عصبی است که در آن سر نوزاد کوچک می شود.

عوارض عفونت ویروس زیکا سقط جنین یا به دنیا آمدن نوزاد با سر کوچک است که به احتمال زیاد نوزاد دچار معلولیت ذهنی می شود. به گزارش سازمان بهداشت جهانی تا فوریه امسال ۳۳ کشور با این ویروس درگیر بوده اند که برزیل و کلمبیا در صدر آن ها قرار داشته اند.

به گزارش سایت نساجی امروز، متخصصان بهداشت بر روی پشه آنوفل ماده مطالعاتی را انجام داده اند. این پشه ها باعث انتقال عامل بیماری مالاریا شده و بسیار برای انسان

وابسته شدن تولیدکنندگان مصری به پنبه آمریکایی



پنبه آمریکایی را انتخاب کنند چون کیفیت پنبه مصری رو به افت است. بر اساس این گزارش قیمت پنبه فوق بلند مصری در سه ماهه آخر سال ۲۰۱۵، ۸۹۱ پوند مصر/ کینتار هر کیلوگرم معادل ۰/۰۲ کینتار است) یا ۱۰۰/۶ دلار آمریکا/ کینتار و قیمت پنبه آمریکایی وارداتی ۱۶۹۸-۱۴۰۰) پوند مصر/ کینتار (۱۹۲-۱۵۸ دلار آمریکا/ کینتار) بوده است.

رسوایی اخیر در رابطه با فروش پنبه های مصری دارای برچسب اشتباه توسط یک تولیدکننده هندی به فروشگاههای زنجیره ای بزرگ آمریکا توجهات را به سمت کمبود پنبه در مصر معطوف ساخت. مصر در زمینه پنبه استیپل فوق بلند و بلند مشهور است و از این لحاظ دارای امتیاز می باشد چون الیاف پنبه بلندتر باعث می شوند پارچه بافته شده ظریف تر از کار درآید. البته این الیاف برای بسیاری از فعالیت های نساجی هم مناسب نیستند. در سال های اخیر و پس از حذف یارانه نقدی دولت، کاهش تولید پنبه مصری بیشتر شده است و بسیاری از کشاورزان کشت برنج را جایگزین پنبه کرده اند.

Giza 88 و Giza 86 با پنبه استیپل متوسط نظیر Giza 90 در هنگام رشد محصول عنوان کرد. اگرچه قوانین مصر مانع از پرورش انواع نادرست پنبه در مناطق کشاورزی مشخص می شود اما اف ای اس عقیده دارد که عواقب امنیتی پس از انقلاب ۲۰۱۱ مصر مانع از اجرای درست قوانین شده است.

وزارت کشاورزی مصر که مسوول سازماندهی تولید پنبه در کشور است، منطقه مصر علیا را به کشت پنبه استیپل کوتاه و متوسط و منطقه دلتای نیل را به کشت پنبه استیپل بلند اختصاص داده است. در گزارش دیگری آمده است که ۹۰٪ تولید پنبه در مصر به پنبه استیپل فوق بلند و بلند و ۱۰٪ باقیمانده به انواع گونه های متوسط و کوتاه اختصاص دارد. به گزارش اف ای اس، بعضی از تولیدکنندگان پنبه نوع پیمای آمریکا را به دلیل کیفیت بالای آن به پنبه مصری ترجیح می دهند. در گزارش آمده است که علی رغم قیمت بالاتر پنبه آمریکایی نسبت به پنبه استیپل فوق بلند مصری، تولیدکنندگان نخ در داخل ترجیح می دهند برای تولید نخ با کیفیت بالا،

بر اساس گزارش منتشر شده از بخش خدمات کشاورزی غیر داخلی (FAS) دپارتمان کشاورزی آمریکا، علی رغم محبوبیت پنبه مصری در جهان که از پیشینه ی کهن این کشور در رشد و پرورش پنبه نشات می گیرد، در سال گذشته صادرات الیاف تخم پنبه از آمریکا به مصر با ۳۰٪ یا ۱۲/۲۸۲ میلیون دلار افزایش، به ۴۰ میلیون دلار رسیده است. این رقم در سال ۲۰۱۴، ۲۷/۷۳۳ میلیون دلار بوده و علت اصلی افزایش صادرات را می توان تصمیم تولیدکنندگان داخلی مصر برای انتخاب پنبه آمریکایی دانست.

اف ای اس پیش از این در رابطه با کیفیت رو به افت پنبه مصری هشدار داده بود که علت آن را ترکیب پنبه استیپل فوق بلند نظیر

نمایش تکنولوژی های سبز توسط کمپانی دورنیر در ایتمای آسیا

ترکیبی از قابلیت اعتماد پذیری مدل قبلی P1 PTV و ظاهر آینده گرای مدل P2 است. علاوه بر آن دورنیر مدل AWS از ماشین A1 را که جدیدترین نسل از ماشین آلات بافندگی ایرجت می باشد، عرضه کرد. یک ماشین بافندگی ایرجت ژاکارد نیز در غرفه اشتابلی به نمایش گذاشته شد. هر کدام از این ماشین ها با تولید پارچه های خاص مورد تقاضا مطابق با اصول اولیه دورنیر یعنی «کیفیت، ارزش می آفریند» کارایی خود را ثابت می کنند.

سالن ۳ غرفه F01 حضور خواهد داشت. دورنیر در این نمایشگاه علاوه بر ارائه جنبه های جدید از ماشین آلات تولید پارچه های بسیار پیچیده، غرفه خود را به کانونی برای عرضه راهکارهای همه جانبه در زمینه تکنولوژی های سبز تبدیل کرد. دورنیر پس از معرفی ماشین بافندگی رپیر P2 مدل TGS در ایتمای میلان، اکنون مدل دیگری از این ماشین را در ایتمای آسیا به نمایش گذاشت. مدل جدید ماشین P2 یا همان مدل TGV



کمپانی آلمانی دورنیر، عرضه کننده تکنولوژی های بافندگی در این دوره از ایتمای آسیا با شعار «ماشین آلات سبز»، در



سرمایه گذاری کمپانی بروکنر در راه اندازی واحد تولیدی جدید مجهز به تکنیک های ذخیره انرژی

مالک کمپانی بروکنر، رجینا بروکنر می گوید در تصمیم گیری برای راه اندازی واحد جدید این که تمامی کارگران و کارمندان بتوانند فعالیت خود را در ساختمان جدید ادامه دهند برای آنها از اهمیت زیادی برخوردار بوده است چون پرسنل هر شرکت مهم ترین دارایی آن شرکت است و برای تجربیات آن ها جایگزینی وجود ندارد. به همین دلیل امکان انتقال واحد تولیدی به خارج از کشور وجود نداشت. اگر اینطور می شد آنها تعداد زیادی از کارگران خود را از دست می دادند که قابل جبران نبود و از آنجایی که آنها مسوول کارکنان خود هستند راضی به این کار هم نبودند. همچنین آن ها به محصولات ساخت آلمان خود افتخار می کنند و در آینده هم به آن اعتماد خواهند کرد. علاوه بر آن ساخت ساختمانی که از نظر ذخیره انرژی کارایی داشته باشد برای آنها بسیار مهم بود. ساختمان جدید از نظر کارایی و ذخیره انرژی با خطوط تولید آن ها برابری می کند. چنانچه همه چیز به خوبی انجام شود، بروکنر تا پایان سال ۲۰۱۷ به واحد جدید منتقل خواهد شد.

راه اندازی واحد جدید نه تنها به نفع بروکنر بلکه به نفع کل مشتریان آن خواهد بود.

کند. فضای سبز وسیع اطراف ساختمان نیز باعث به وجود آمدن تنوع زیست محیطی می شود. سالن تولید ۲۵۰۰۰ متر مربع و تعداد افرادی که در آن جا کار می کنند حدود ۱۸۰ کارگر و کارمند است.

در آینده امکان تولید اجزای بزرگ تر و سنگین تر نیز وجود خواهد داشت. ماشین آلات با عرض کاری بیشتر از ۷ متر به راحتی و بدون مشکل نصب می شوند و اجزای سنگین نیز به راحتی قابل انتقال هستند. این فضای وسیع شانس جدیدی برای رشد و توسعه بیشتر بروکنر است. در فضای جدی اجزای خط تولید و سازه های جدید قابل مونتاژ و سر هم بندی هستند و هر زمانی امکان تست کردن آن ها وجود دارد. مشتریان علاقمند می توانند از واحد تولید بازدید و فرایند خط تولید مورد نظر خود را دنبال کنند. به گزارش کمپانی بروکنر، در سال های اخیر نیازهای مربوط به ماشین آلات نساجی و عملکرد آن ها به طرز چشمگیری تغییر کرده است. در نتیجه ماشین آلات و خطوط تولید بزرگ تر و پیچیده تر شده اند، این ماشین آلات اگر در صنایع پوشاک متداول و سنتی مورد استفاده نباشند برای تولید محصولات نهایی دارای چالش های فنی به کار گرفته می شوند.



کمپانی آلمانی بروکنر، تولید کننده ماشین آلات نساجی واقع در شهر تیمونینگ ایالت بایرن تصمیم دارد تا یک واحد تولیدی کاملاً جدید را در حومه شهر بنا کند چون امکان توسعه واحد فعلی محدود است. به گزارش سایت نساجی امروز، بروکنر مبلغ ۴۰ میلیون یورو را برای این امر اختصاص داده و عملیات تولید از سپتامبر آغاز شده و قرار است تا پایان سال ۲۰۱۷ تکمیل شود. آن چه که در راه اندازی واحد جدید از اهمیت زیادی برخوردار است مساله حفاظت از محیط زیست و روش های ذخیره انرژی می باشد. پوشش ساختمان جدید به گونه ای است که به طور هم زمان هم حرارت را حفظ کرده و هم امکان ورود نور روز را به داخل فراهم می کند. وجود سامانه فتو ولتاییک بر روی سقف ساختمان امکان ذخیره انرژی مازاد را فراهم می

ارائه روشی برای اندازه گیری نرمی منسوجات توسط کمپانی لنزینگ

نرم ترین لیف در میان الیاف لنزینگ است و از زبردست پارچه می توان به وجود این الیاف در پارچه پی برد.

کلودیو مومر، مدیر محصول بخش لنزینگ مودال می گوید: "البته شمار زیادی از مشتریان ما به دنبال اندازه گیری و تشریح نرمی الیاف به صورت فیزیکی هستند. آزمایش باید به سرعت درجه نرمی پارچه های تهیه شده از الیاف مودال را نشان داده تا در هنگام فروش به مشتریان در این رابطه کمک کند."

ابزار سنجش نرمی تولید کمپانی امتک الکترونیک و روش شناخته شده ی حلقه، به این نتیجه رسیده است که هر چقدر میزان الیاف لنزینگ مودال در یک منسوج بیشتر باشد، نرمی آن منسوج بیشتر است و دیگر اینکه میکرومودال نرم ترین الیاف در میان سایر الیاف تولید شده توسط لنزینگ می باشد.

به گفته ی لنزینگ، نرمی به عنوان یک فاکتور راحتی در برندهای مختلف روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می کند. الیاف مودال



کمپانی لنزینگ، تولید کننده الیاف تخصصی راه حلی برای اندازه گیری نرمی منسوجات ابداع کرده است. لنزینگ با استفاده از

حضور شش تولید کننده سوئدی ماشین آلات نساجی در ایتمای آسیا

۱۰ درصدی تولید می شود. کمپانی اتون سیستم ای بی که ارائه دهنده ی راهکارهای منحصر به فرد و انعطاف پذیر برای صنایع پوشاک، منسوجات خانگی و سایر صنایع سبک است، جدیدترین محصول خود تحت عنوان Etonnote را که ابزاری برای کنترل بیشتر تولید است، در سالن ۵ غرفه B۱۱ به نمایش خواهد گذاشت.

کمپانی بالدوین جیمک نیز جدیدترین یافته های خود را در زمینه ی تکمیل، مرطوب کردن مجدد و مدیریت مصرف آب و مواد شیمیایی عرضه خواهد کرد. با استفاده از تکنولوژی های این کمپانی میزان مصرف آب و مواد شیمیایی کاهش یافته، میزان پساب های فرایند کم می شود و زمان خشک شدن نیز کوتاهتر می گردد. غرفه این شرکت A۰۶ در سالن ۶ است.

نبوده که این باعث بهبود کیفیت و کارایی می شود.

در همان سالن غرفه C۰۱ کمپانی آیرو ای بی، تولیدکننده تجهیزات مربوط به تغذیه نخ، پیشرفت های جدیدی را که به ویژه در زمینه ی پارچه های فنی و موارد کاربردی پر طرفدار صورت گرفته است، به نمایش خواهد گذاشت.

کمپانی ای سی جی کینا در سالن ۵ غرفه B۰۳ ماشین منحصر به فرد خود را که ویژه بستن بالش است، نمایش می دهد. این ماشین برای بستن انتهای باز بالش با دوخت لاک استیچ طراحی شده و سرعت خروجی نیز ۹ بالش در دقیقه است.

کمپانی ای اس اتوماتکس در همان سالن غرفه D۵۱ چند جزء جدید از ماشین آلات را ارائه خواهد کرد برای مثال سجاد گذاری عرضی پارچه های حوله ای که باعث افزایش

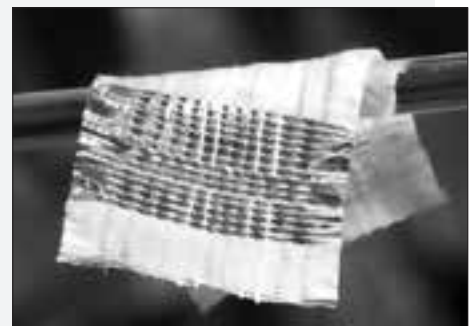


در نمایشگاه ایتمای آسیا که در تاریخ ۲۰ تا ۲۵ اکتبر برگزار خواهد شد، شش شرکت تولید کننده ماشین آلات سوئدی نیز حضور خواهند داشت. در این نمایشگاه جدیدترین نوآوری های موجود در عرصه تولید در بخش های مختلف صنایع نساجی ارائه خواهد شد. کمپانی التکس در سالن ۳ غرفه C۱۵، سیستم سنسور نخ پارگی Eye Compact را برای فرایند تافتینگ عرضه خواهد کرد که در آن دیگر نیازی به کنترل دستی نخ

شارژ مستقیم تلفن همراه به کمک پارچه

که از الیاف پلیمری سبک تهیه می شوند، به درون میکروکابل ها استفاده کردند و در نهایت پارچه هوشمند به دست آمده است. نانوذرات تورها انرژی حاصل از سایش دو ماده اولیه به هم و باردار شدن الکتریکی آن ها را می گیرند در حالی که فتوآندهای سیمی شکل که قابلیت بافته شدن با الیاف دیگر را دارند، مسوول جذب انرژی خورشیدی هستند. یک تکه از این پارچه به ابعاد ۴ در ۵ سانتی متر مربع زمانی که در حین انجام فعالیت مکانیکی در معرض نور خورشید قرار بگیرد، قادر است در مدت زمان تقریبی یک دقیقه یک خازن ۲mF را تا ۲ ولت شارژ کند. قرار است دانشمندان تحقیقاتی را برای بهینه سازی پارچه در رابطه با محافظت جزای آن در برابر رطوبت و باران انجام دهند.

از آن جایی که این پارچه های هیبریدی تنفس پذیر، سبک، قابل انعطاف و سازگار هستند، می توان آن ها را در انواع مختلف پوشاک، چادر و پرده به کار برد. محققان دریافته اند که این پارچه تحمل سختی را دارد و قصد دارند تا آزمایشات بیشتری را به منظور بررسی دوام و پایداری آن انجام دهند. به گفته ی ژونگ لین وانگ، استاد مهندسی و علوم مواد انستیتوی فناوری جورجیا که خود عضو تیم ابداع کننده ی پارچه است، این پارچه ها قادرند با استفاده از انرژی باد و خورشید دستگاه ها را شارژ کنند. بر اساس مقاله منتشر شده در مجله نیچر، تیم دانشمندان برای تولید این پارچه از فناوری نانوذرات تور به روش اثر برق مالشی و فرایند پرتاب ماکو برای بافتن سلول های خورشیدی



دانشمندان انستیتو فناوری جورجیا نوع منحصر به فردی از پارچه را ابداع کرده اند که قادر است به طور هم زمان انرژی را از نور خورشید و حرکات مکانیکی برداشت کند. این منسوج میکرو کابلی می تواند با استفاده از دو منبع مختلف، برق تولید کند و بعضی از دستگاه های قابل حمل نظیر تلفن همراه و یا ساعت الکترونیکی را شارژ کند.