



ما می‌مانیم و مشکلاتمان!

تهیه و تنظیم: مینا بیانی | عکس: مهدیه درویش کوشالی

اشاره:

بیست و هفتمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین‌های گلدوزی و محصولات نساجی و نهمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک با حضور مهدی صادقی نیارکی - معاون وقت امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت، مهندس افسانه محرابی - مدیرکل دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صمت، علی مؤیدی - رئیس ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز - حسن زمانی - رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران افتتاح شد. در این نمایشگاه که سالن‌های ۵ و ۶، ۷-۸ و ۹ و ۲۷ را به خود اختصاص داد؛ ماشین‌آلات نساجی، چرخ خیاطی، گلدوزی و دوخت و برش، مواد اولیه، انواع نخ، رنگ، کالای خواب، پارچه، منسوجات خانگی، پوشاک زنانه، مردانه، بچه‌گانه و... در معرض نمایش بازدیدکنندگان قرار گرفت.



افتتاحیه آشفته، تعطیلی ناپهنگام

از افتتاحیه‌ای که به سرعت و با آشفته‌گی ناشی از عدم آماده‌سازی برخی غرفه‌ها در روز نخست بگذریم به استقرار جرتفیل توسط پلیس راهور در ورودی نمایشگاه می‌رسیم که عملاً از ساعت یازده صبح روز اول، تعداد بازدیدکنندگان کم و کمتر شد، در ابتدا تصور این بود به هر حال روز اول نمایشگاه عموماً خلوت است و کسی برای بازدید نمی‌آید، مسئولان غرفه‌ها به همدیگر سر می‌زدند تا زمان بگذرد و بازدیدکننده‌ای از راه برسد!! اما مشخص شد پلیس راهور به بهانه ایجاد ترافیک در اتوبان‌ها و خیابان‌های منتهی به نمایشگاه، درب را مسدود کرده و همان شب در اخبار اعلام شد دیگر هیچ نمایشگاه پرمخاطبی در ساعات اوج ترافیک برگزار نمی‌شود! روز دوم با حدس و گمان در کانال‌های واتساپ و تلگرام شروع شد و اواسط روز مطلع شدیم ساعت برگزاری نمایشگاه از هشت صبح تا سه بعد از ظهر است. تشریح و تحلیل این ساعت نامناسب را به خوانندگان می‌سپاریم. تغییر ساعت اعتراض و گلایه غرفه‌داران را به همراه داشت، آنان عموماً اظهار داشتند هزینه دکوراسیون و دعوت از میهمانان شهرستان‌های مختلف به کنار، چگونه به مشتریان بگویم نمایشگاه ۸ صبح شروع می‌شود؟ چه کسی ۸ صبح به نمایشگاه می‌آید؟! ۳ عصر هم که تازه رونق سالن‌ها و افزایش بازدیدکنندگان است، چراغ سالن‌ها خاموش می‌شود... این یعنی حمایت از تولید؟! روز پنج‌شنبه هم به جبران

پوشاک صادرات حدود ۴۵ میلیون دلاری در هفت ماهه امسال داشته است. وی همچنین بیان کرد: با صادرات ۴۵ میلیون دلاری بخش پوشاک نیز رشد ۱۷ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته داشته است.

مهندس افسانه محرابی - مدیرکل دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی وزارت صمت - با بیان اینکه برنامه‌ریزی خوبی برای تامین مواد اولیه صنعت نساجی و پوشاک صورت گرفته گفت: در ۳ سال گذشته با به روز رسانی فناوری، رشد خوبی در این صنعت ثبت شده است ضمن اینکه حمایت‌ها برای تامین مواد اولیه با کیفیت جریان دارد، زیرا مشکل اصلی در این صنعت، تامین مواد اولیه است که حداکثر تا ۲۵ درصد وابستگی به خارج داریم.

وی با اشاره به اینکه سال‌هاست که صنعت نساجی و پوشاک از قاچاق آسیب دیده است افزود: برای واردات ماشین‌آلات به منظور بازسازی و نوسازی صنعت نساجی و پوشاک، اقدامات خوبی صورت گرفته و در بحث زیرساخت‌ها و هم‌افزایی تولید با استفاده از تجمیع واحدهای کوچک و متوسط و نیز در موضوع طراحی مد و نشان‌سازی به گونه‌ای اقدام کردیم که خسارت قاچاق به این صنعت به حداقل برسد.

محرابی با اشاره به تشکیل شورای عالی نشان‌ها گفت: نمایشگاه امسال نشان می‌دهد که اقدامات انجام شده در صنعت نساجی و پوشاک تاثیرگذار بوده و این صنعت را در مرز رقابت با رقبای خارجی قرار داده است.

در حاشیه مراسم افتتاحیه، مهدی صادقی نیارکی - معاون وقت امور صنایع وزارت صمت - ابراز داشت: حدود ۵ هزار بنگاه صنعتی در زنجیره ارزش نساجی و پوشاک در کشور فعال می‌باشد که این پنج هزار بنگاه صنعتی ۶/۷ درصد از تعداد کل واحدهای صنعتی کشور را به خود اختصاص داده است.

وی با بیان اینکه بالغ بر ۷ درصد اشتغال صنعتی در حوزه نساجی و پوشاک قرار دارد، ادامه داد: از لحاظ سرمایه‌گذاری نیز حدود ۳ درصد سرمایه‌گذاری صنعتی مربوط به این بخش است.

صادقی نیارکی با بیان اینکه زنجیره ارزش در حوزه صنایع نساجی و پوشاک شکل گرفته است، گفت: از ابتدای زنجیره که نخ می‌باشد تا بخش عمده‌ای از پارچه‌ها (اغلب کشیاف و گردیاف) در کشور تولید می‌شوند؛ همچنین در راستای افزایش عمق ساخت داخل بخشی از سرمایه‌گذاری‌ها در حوزه پارچه تخت نیز در حال انجام است. وی با اعلام این مطلب که در زنجیره پوشاک نیز کاملاً خود اتکا هستیم؛ افزود: هم طراحی، هم کیفیت و هم ظرفیت صادراتی این بنگاه‌ها به خوبی شکل گرفته است به طوری که هم تامین نیاز داخل هم در این صنعت انجام می‌شود و هم صادرات خوبی داریم.

صادقی نیارکی از افزایش ۲۰ درصدی صادرات زنجیره نساجی در هفت ماهه امسال خبر داد و بیان کرد: بخش نساجی صادرات حدود ۳۰۰ میلیون دلاری و بخش



بیشتری برخورد کنند چرا که نمایشگاه محل به نمایش گذاشتن داشته‌های شرکت است که مهم‌ترین آن رعایت ادب و احترام به مشتری و مراجعه‌کنندگان یعنی بروز شخصیت شرکت است.

گفت‌وگو با برخی از غرفه‌داران
ایران تکس و ایران مُد ۱۴۰۰

خروج پوشاک از اولویت‌های مردم

«پوشاک کارن» سال ۱۳۹۲ راه‌اندازی شده و به‌عنوان یکی از تولیدکنندگان پوشاک کودکان و نوجوانان به فعالیت ادامه می‌دهد. پویا رضاخانی-مدیرعامل- در پاسخ به این سوال که آیا مهم‌ترین دغدغه فعلی تولیدکنندگان پوشاک، قاچاق است؛ گفت: قاچاق صرفاً یکی از مشکلات این صنعت می‌باشد و در کنار آن نوسانات نرخ دلار، افزایش قیمت مواد اولیه را به همراه آورده است؛ اگرچه به جایی رسیده‌ایم که مشخص نیست چه افرادی با چه اهدافی، قیمت‌ها را بالا و پایین می‌برند!

وی ادامه داد: با افزایش قیمت نخ، پارچه و به طور کلی مواد اولیه، مشتریان فقط در صورت نیاز به خرید می‌پردازند این نکته در بخش خرده‌فروشی هم وجود دارد یعنی تهیه پوشاک از اولویت‌های مردم خارج شده در حالی که قبلاً گردش عرضه و تقاضا به صورت متعادل و طبیعی پیش می‌رفت.

رضاخانی تأکید کرد: در تمام فروشگاه‌ها و مراکز

و تنظیم نشست‌ها و قرار ملاقات‌های مدیران سطوح مختلف و بخصوص تنظیم و انتشار اخبار رسانه‌ای و ارتباط فعال با رسانه‌های تخصصی می‌پردازند، بطوریکه مجله ما نیز بصورت مرتب اخبار و مصاحبه‌هایی را از بخش رسانه‌ای شرکت‌های مختلف دریافت می‌کند که به نوعی بیانگر برنامه‌ریزی و هدفمندی شرکت‌ها از حضور در نمایشگاه می‌باشد. متأسفانه در سال‌های اخیر بارها از همکاران خبرنگار و فعالان رسانه‌ای در خصوص فقر فرهنگی و کم توجهی فعالان صنعتی نسبت به نقش و جایگاه رسانه مطالبی را شنیده‌ایم که بخشی از آن به نآشنا بودن سازمان‌های تولیدی با فعالیت‌های رسانه و عدم بکارگیری نیروهای زبده در بخش روابط عمومی و رسانه‌ای شرکت‌هاست و بخش دیگر مربوط به بی‌اطلاعی مدیران سازمان نسبت به موضوعات خبری و تحلیلی و عدم توانمندی ایشان در برقراری ارتباط موثر با رسانه است. هرچند که متأسفانه برخی از مدیران هم هستند که کلاً فلسفه مشارکت و حضورشان در نمایشگاه برای خودشان هم مشخص نیست و در حالی که در اتاق وی-آی-پی غرفه خود درحال چک کردن صفحات فضای مجازی هستند به سادگی از ملاقات با مشتریان و مراجعین خود امتناع می‌ورزند که حساب این عده کلاً با بقیه جداست.

در نمایشگاه امسال نیز همچون سال‌های گذشته از این صحنه‌ها کم مشاهده نکردیم و امیدواریم که مدیران محترم نسبت به این موضوعات با حساسیت و دقت

روز اول، نمایشگاه تا ساعت ۲ بعدازظهر برگزار شد که عملاً هیچ فایده‌ای نداشت و بسیاری از غرفه‌ها از ساعت ۱۲ به جمع‌آوری وسایل و دکوراسیون خود پرداختند... ۲-اصولاً هدف از حضور شرکت‌ها در نمایشگاه چیست؟ اغلب غرفه‌داران معرفی محصولات و توانمندی‌ها، ملاقات با مشتریان جدید و قدیم و ... را عنوان می‌کنند، برخی با شیک‌ترین غرفه‌آرایی و دکوراسیون، منوهای مختلف پذیرایی و پاسخگویان بزرگ کرده در نمایشگاه حاضر می‌شوند بدون این که کوچک‌ترین اهمیتی به نوع برخورد پرسنل با مراجعان بدهند.

متأسفانه در سال‌های اخیر بسیار مشاهده شده است که شرکت‌های مختلف از نیروهای اجاره‌ای برای میز پذیرش غرفه خود استفاده می‌کنند که حتی اسم مدیرعامل یا زمینه فعالیت شرکت را هم به خوبی آموزش ندیده‌اند و به لحاظ اینکه آموزش کافی در زمینه پاسخگویی مناسب به مراجعین ندارند موجبات تعجب و تاسف بازدیدکننده را فراهم می‌نمایند که امیدواریم این موضوع در سال‌های بعد مورد توجه بیشتری قرار گیرد چرا که اصولاً در سطح بین‌المللی نیز مدیریت غرفه‌های نمایشگاهی و برنامه‌ریزی‌های حضور در نمایشگاه‌ها از اهمیت خاص و ویژه‌ای برخوردار است، بطوری که عموماً روابط عمومی‌های شرکت‌ها و همچنین مدیران بخش نمایشگاهی شرکت‌ها بسیار می‌کوشند تا پیش از برگزاری هر رویدادی نسبت به برنامه‌ریزی برای مشتریان سابق، بالقوه و بالفعل خود



فراخوانی-مدیر روابط عمومی بهشوران الهیاری



رضا خانی-مدیر عامل پوشاک کار



خرده‌فروشی پوشاک تهران و شهرهای پوشاک، دو تا سه برابر بیشتر از محصول تولید داخل، پوشاک قاچاق (ترکیه، چین، تایلند و امثالهم) وجود دارد زیرا قاچاقچیان ایران را بازار بسیار گسترده و پر فروش می‌بینند، با قیمت تمام شده بسیار پایین اقدام به خرید پوشاک استوک می‌کنند، بدون پرداخت یک ریال حقوق گمرکی، محصولات قاچاق را در شورآباد، کهریزک و ... انبار و به محض شروع فصل، یک‌باره دو تا سه هزار مدل پوشاک روانه بازار می‌کنند؛ از سوی دیگر خرید پوشاک خارجی (بدون توجه به کشور مبدأ) مورد استقبال مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد و همین موضوع برگ برنده قاچاقچیان پوشاک در فروش است؛ برای مثال هودی ضخیم دورس را به قیمت ۲۷۰-۲۸۰ هزار تومان می‌فروشیم در حالی که مشابه قاچاق همین محصول به صورت عمده ۳۴۰-۳۵۰ هزار تومان است! آن هم با سود بسیار هنگفتی که برای قاچاقچیان به همراه دارد. وی گفت: یک گشت ساده در بازار تهران نشان می‌دهد کالاهای خارجی با حجم بسیار گسترده و بدون نظارت و کنترل تخصصی مسئولان فروخته می‌شوند. متأسفانه کارشناسانی که برای کنترل پوشاک قاچاق فعال هستند، متخصص این صنعت نیستند و اطلاعات جامع و کامل در مورد پارچه و پوشاک ندارند به همین دلیل وقتی واردکننده اعلام می‌کند فلان کالا تولید ایران و برچسب آن به زبان فارسی است؛ بی‌درنگ قبول می‌کنند! در حالی که یک متخصص به خوبی می‌داند چه نوع نخ یا پارچه‌ای در ایران تولید می‌شود و کدام یک وارداتی هستند. پس اگر مسئولان به راستی خواهان حمایت از تولید ملی هستند؛ چنین مواردی را مدنظر قرار دهند ولی اگر معیارشان، شعار و حرف است که همچنان به شواف خود ادامه دهند و ما (تولیدکننده) می‌مانیم و مشکلاتمان! رضاخانی در مورد نمایشگاه ایران مد ابراز داشت: سال گذشته به دلیل اوج کرونا در نمایشگاه حضور پیدا نکردیم ولی برای دلگرمی و قوت قلب بیشتر و مشاهده تلاش‌های سایر همکاران در نمایشگاه امسال شرکت داریم.

نسخه دوم کتاب مرجع رنگ‌شناسی

«شرکت بهشوران الهیاری» رنگری انواع پوشاک خام

این کتاب، اطلاعات رنگ‌شناسی به صورت جامع و کامل با زبان ساده و کاربردی در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌گیرد.

فراوانی با اعلام این مطلب که در کتاب مرجع رنگ‌شناسی به معرفی پالت رنگی پنتون ۲۰۲۲ و هارمونی متناسب با آن پرداخته‌ایم، گفت: دسترسی فراوانی به اینترنت داریم اما آگاهی استفاده صحیح از آن کمتر وجود دارد در نتیجه به‌عنوان رسالت شغلی خود، عرضه مرجعی برای معرفی و شناساندن رنگ و رنگ‌بندی در صنعت پوشاک را بسیار لازم و ضروری دانستیم. وی تصریح کرد: این کتاب به بررسی فشن استایل نیویورک و میلان (از مراجع اصلی تولید پوشاک دنیا) می‌پردازد و پالت‌رنگ‌هایی که از منظر زیبایی‌شناسی در چهار فصل سال مورد توجه قرار دارند؛ به تولیدکننده معرفی می‌شود.

به گفته وی، معمولاً وقتی رنگی وارد بازار می‌شود؛

شامل کتان و جین را برعهده دارد و در روند فعالیت‌های خود از فناوری‌هایی مانند پوشش‌های نانو ضد آتش (مورد استفاده صنایع خاص) و پوشش‌های آنتی باکتریال (مورد استفاده شرکت‌های پزشکی) و بهره‌مند می‌شود و تلاش می‌کند با استفاده از روش‌های نوین رنگری پوشاک خام سطح خدمات خود را روز به روز ارتقاء دهد.

نسترن فراخوانی-مدیر روابط عمومی- ابراز داشت: دو سال پیش کتاب مرجع رنگ‌شناسی بهشوران (در تیراژ هزار نسخه) منتشر و میان تولیدکنندگان توزیع شد که استقبال بسیار خوب مخاطبان را در پی داشت به همین دلیل مراحل تحقیق، بررسی و انتشار نسخه دوم در حال انجام است که مطالب آن کاملاً طبق نیاز تولیدکنندگان و در راستای تکمیل نسخه اول به چاپ می‌رسد. وی ادامه داد: اغلب منابع موجود در حوزه رنگ‌شناسی، بسیار تخصصی و از حوصله تولیدکننده خارج هستند اما در



مهندس محمد-مدیرعامل الیاف سازان فارس



مدیران نقشی کلک و رنگ



این مجموعه در بخش سابلیمیشن، در دنیا بی نظیر و منحصر به فرد می باشد اما وضعیت فعلی بازار دل سرد کننده است به طوری که نمی دانیم بخش چاپ را توسعه دهیم یا دنبال فعالیت دیگری باشیم!

سال خوبی برای ما بود

«شرکت الیاف سازان فارس» سال ۱۳۹۳ در زمینی به مساحت ۴ هکتار و ۵۵۰۰ متر زیر بنا در فاز دوم شهرک صنعتی ملوسجان (۱۵ کیلومتری جاده شیراز- سپیدان) راه اندازی شده و حجم تولید روزانه آن حدود ۴۰ تن الیاف پلی استر سالی (از ۶ تا ۱۷ دنیر) است و بخشی از محصولات آن به عراق، ارمنستان و روسیه صادر می شود.

یوسف هوشمند- مدیرعامل- گفت: از نظر تولید و بازار، سال خوبی برای ما بود و شیوع کرونا تأثیر آن چنانی بر روند فعالیت هایمان نداشت زیرا مصرف کننده محصولات

حال تولید کننده خوب نیست

«شرکت نقشی کلک و رنگ» در سال ۱۳۷۶ تأسیس شده و در زمینه چاپ سیلک و ترانسفر بر روی پوشاک و پارچه به فعالیت در صنعت پوشاک کشور ادامه می دهد. جواد مولایی- مدیرعامل- اظهار داشت: حال تولید کننده به دلایل مختلف مانند قاچاق، خواب نقدینگی، کمبود و قیمت بالای مواد اولیه، ضعف بنیه مالی تولید کننده خوب نیست، بخش زیادی از محصولات ما در بخش چاپ، رزین، PVC، رنگ و... از مواد پتروشیمی تهیه می شود اما رانت در این بخش به اندازه ای است که مواد اولیه برای امثال ما باقی نمی ماند، در بازار آزاد نیز مواد اولیه با سه برابر قیمت عرضه می شود.

علی رغم تمام محدودیت ها، تحریم های بین المللی، عدم دسترسی به تجهیزات مدرن و شرایط نامساعد تولید، کیفیت رنگ های تولیدی ما بالاتر از مشابه ترکیه است. به اعتقاد فعالان صنعت چاپ، تکنیک ابداعی

حدود ۳ تا ۴ سال زمان می برد تا همگان در جریان آن قرار گیرند و شرکت هایی مانند پنتون ایده های مختلف و متنوع به طراح و تولید کننده می دهد تا بتواند مثلاً رنگ های سبز و بنفش را کنار هم بچیند. یک سال طول می کشد تا تولید کننده محصول را به معرض نمایش بگذارد، یک سال نیز به طول می انجامد تا مورد پسند مصرف کنندگان سراسر دنیا قرار گیرد و به تدریج این رنگ دوران نزولی خود را طی می کند؛ به این نکته اشاره کنم که معمولاً ۱۲-۱۵ سال بعد، برخی رنگ ها به چرخه طراحی و مد باز می گردند البته این بازه زمانی در بعضی رنگ ها کوتاه تر است. وی اضافه کرد: معرفی ترکیب رنگ های گرم و سرد بر اساس سال های مختلف (از ۲۰۱۹ تا کنون) و بررسی رنگ های ترند که در سایر کشورها همچنان مورد استفاده قرار می گیرد از سایر بخش های کتاب مذکور است.



الیاف‌سازان فارس کارخانه‌های نساجی هستند نه عامه مردم که قدرت خریدشان طی دو سال اخیر به شدت پایین آمده است.

به گفته وی، تفاوت نرخ ارز با سایر کشورهای خاورمیانه باعث شد صادرات الیاف تولید ایران بهبود نسبی پیدا کند و شرکت‌ها بتوانند به تولید ادامه دهند و گر نه توان بازار داخل کاهش یافته است.

هوشمند ابراز داشت: سعی کرده‌ایم فاصله جغرافیایی الیاف‌سازان فارس با قطب تولید الیاف کشور (دلیجان) را با عرضه محصولات مرغوب جبران نماییم؛ همچنین بر تولید الیافی متمرکز شده‌ایم که به لطف خداوند در عرضه آن به یک برند معتبر و خوش‌نام تبدیل شده‌ایم و صنعتگران خرید آن را به مشابه تولید دلیجان ترجیح می‌دهند. مدیرعامل الیاف‌سازان فارس در مورد صادرات الیاف پلی‌استر به ترکیه یادآور شد: با توجه به وضع تعرفه‌های سنگین بر الیاف پلی‌استر ایران توسط دولت ترکیه و اجرای سیاست آنتی دامپینگ، صادرات این محصول به ترکیه (جز در موارد بسیار خاص) متوقف شده است. در حال حاضر بهترین خریدار الیاف پلی‌استر ایران کشور روسیه است آن هم به دلیل افزایش قیمت الیاف چین؛ لذا حجم صادراتمان نسبت به سال گذشته حدود ۵۰ درصد افزایش پیدا کرده است.

هوشمند، هدف از حضور در نمایشگاه را جذب مشتریان جدید و امکان ملاقات با آنان در فرصت چهار روزه نمایشگاه اعلام کرد و گفت: استقبال مشتریان داخلی و خارجی علی‌رغم شرایط کرونا و کاهش تردد مردم در فضاهای عمومی، فراتر از حد انتظارمان بود.

مشکلات از دید من صورت مسأله هستند

رضا الله‌وردی - مدیرعامل گروه صنعتی نگین رز - در پاسخ به این سوال که چطور هیچ‌گاه از شرایط نامساعد تولید و بازار گلایه ندارید و حتی به نوآوری توجه ویژه نشان می‌دهید؛ گفت: انسان در هر شرایطی قرار بگیرد با فرصت‌ها و صورت مسأله‌های بی‌شماری روبرو می‌شود، مشکلات از دید من صورت مسأله هستند وقتی درگیر صورت مسأله‌ها هستیم، از کلنجار رفتن و حل آن لذت می‌برید.

وی افزود: صورت مسأله یعنی ذهن شما درگیر موضوعی است و تلاش می‌کند راهی برای رفع آن بیابد، قطعاً حل

خبر داد و گفت: در راستای انجام تحقیقات کاربردی به حرکت ادامه می‌دهیم لذا تقویت تیم تحقیقاتی یکی از اولویت‌های ماست. در حال همکاری با مراکز پژوهشی سه دانشگاه پیشرو کشور یعنی صنعتی اصفهان، امیرکبیر و شریف هستیم، سرفصل جدید و فوق‌العاده موثری در بخش پلیمرهای نسل جدید با خواص فیزیکی و شیمیایی استثنایی مدنظر قرار داده‌ایم که ظاهراً از صنعت نساجی فاصله می‌گیرد و به سمت علم پلیمر حرکت می‌کند؛ درصددیم فناوریهای جدید پلیمر را با صنعت نساجی و منسوجات نبافته تلفیق نماییم و در کاربردهای صنعتی از آن بهره‌مند شویم. همچنین در بخش مستریج با نصب و راه‌اندازی یک خط جدید به افزایش تنوع تولیدات پرداخته‌ایم. در زمینه صادرات نیز بازارهای جدید (به خصوص در زمینه الیاف استیپل) ایجاد کرده‌ایم.

آن برایتان بسیار لذت‌بخش خواهد بود. امروز کشور ما در تحت تحریم‌های بین‌المللی قرار دارد این تحریم تهدیداً فرصت و صورت مسأله‌های جدیدی به وجود می‌آورد وقتی ذهن خود را متوجه صورت مسأله‌ها کنید از خلق راه‌حل خرسند می‌شوید و ناخودآگاه، ذهن به سمت حل سایر صورت مسأله‌ها می‌رود ولی اگر آن را به‌عنوان تنگنا، مشکل و چالش نگاه کنید، ذهن متوقف و قفل می‌شود زیرا خود را مقابل دیوارهای بلند و غیرقابل نفوذی می‌بیند که قادر به عبور از آنها نیست در صورتی که خلاقیت با حل صورت مسأله‌های چند وجهی شکوفا می‌شود و ذهن را به حرکت وامی‌دارد. این موضوع مهم‌ترین نکته در زندگی جوانان، اساتید دانشگاه‌ها، سیاستمداران، فعالان اقتصادی و به طور کلی انسان‌هاست.

وی از معرفی خط جدید «تکمیل در بخش منسوجات فنی» و «ثبت دو اختراع در بخش منسوجات نبافته»



ژرژیه - مدیرعامل روژین شیمی



جان بزرگی - مدیرعامل جان یار نسج



رونمایی از یک برند جدید

«شرکت جان یار نسج» دو سالی است که فعالیت خود را در زمینه تأمین و تولید مواد تعاونی و شیمیایی نساجی (نرم کن ها، آنتی استاتیک ها، یکنواخت کننده ها، صابون ها، دیسپرس کننده) آغاز کرده است. در حال حاضر ۶ نیروی متخصص در این مجموعه فعال و طبق طرح های توسعه ای تا ابتدای سال ۱۴۰۲ با راه اندازی خطوط جدید تولیدی و امور بازاریابی، تعداد نیروهای شاغل فعال از ۱۰ نفر بیشتر می شود.

امیر جان بزرگی - مدیرعامل - ضمن توضیح مطالب فوق افزود: تا پیش از شیوع کرونا شرایط تولید و بازار مطلوب بود اما کرونا تمام قواعد و شرایط عادی جامعه و جهان را برهم زد. سال ۱۴۰۰ سال بدی نبود هرچند با رکود و نوسان شدید دلار دست و پنجه نرم کردیم، دو ماه پیش قیمت برخی از مواد اولیه تا ده برابر افزایش پیدا کرد برای مثال یکی از روغن های نساجی که قبلاً کیلویی

۶۰ هزار تومان تهیه می کردیم امروز کیلویی ۵۰۰ هزار تومان شده است!

وی خاطرنشان کرد: جان یار نسج در زمینه واردات و صادرات با ترکیه ارتباطات کاری دارد و با هدف حضور فعال تر در بازارهای بین المللی به کشورهای آسیای شرقی متمرکز شده هرچند این کشورها از مراکز اصلی تولید مواد نساجی است ولی با بهره گیری از فرمولاسیون های ویژه، تمایل بسیاری به ارتباط و همکاری با شرکت های بین المللی داریم.

به گفته مدیرعامل جان یار نسج، واردات غیرقانونی یکی از مشکلات اصلی صنعت نساجی است و امیدوارم دولتمردان برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی و مهار قاچاق تدابیر کاربردی بیندیشند. جان بزرگی یادآور شد: متأسفانه اواسط روز اول نمایشگاه، پلیس راهور ورودی نمایشگاه ها را بست و به این ترتیب بسیاری از میهمانان و بازدیدکنندگان خود را از دست دادیم؛ از سوی دیگر

صدا و سیما نیز اعلام کرد دیگر این نمایشگاه برگزار نخواهد شد!!! پس تکلیف ما چیست؟!! وی ابراز امیدواری کرد: فضای نمایشگاه امسال بهتر و پررونق تر باشد و بازدیدکنندگان متخصص و صنعتگران فعال بیشتری در آن حضور یابند.

ارائه کالای بی کیفیت، محکوم به حذف از بازار است

یکی از بخش های فعالیت «شرکت روژین شیمی» تولید و عرضه حدود ۱۵۰ نوع ماده تعاونی کاربردی در نساجی (نرم کن های سیلیکونی، آنزیم ها، دیسپرس کننده ها، یکنواخت کننده ها، آنتی استاتیک ها، ضدکف ها و ...) است و این مجموعه در صنایع مختلف فعال می باشد. سعید زرینه - مدیرعامل - اظهار داشت: خوشبختانه کیفیت و قیمت مواد تعاونی تولیدی در کشور به قدری مطلوب و مناسب است که مانع واردات مواد مشابه خارجی شده ایم البته تبعات افزایش نرخ ارز و تحریم ها را



روستا- مشاور عالی پژوهی



نوری - مدیر کارخانه بافت ایران پاتو



نباید به فراموشی سپرد.

وی اذعان داشت: با رونق تولید داخلی، صنعتگرانی باقی ماندند که محصولات باکیفیت ارائه می کنند زیرا در دنیای امروز ارائه کالای بی کیفیت، محکوم به حذف از بازار است.

به گفته زرینه، هرچند شیوع کرونا در بخش تولید مواد تعاونی نساجی تاحدودی تأثیر داشت اما کسادی و رکود بازار را در بر نداشت زیرا در صنعت نساجی طیف فراوانی از تولیدکنندگان الیاف، نخ، پارچه و ... به فعالیت می پردازند و هر کدام فراز و نشیب های خاص خود را دارند، ممکن است در یک فصل بازار نخ بسیار خوب شود و در مقابل رونق بازار الیاف کاهش یابد.

واردات ۳ ساعته، ترخیص ۲۱ روزه!

«گروه تولیدی بافت ایران باتو» تولیدکننده انواع پارچه های تار-پودی (پردهای، لباسی، شال و روسری) است و در نمایشگاه ایران تکس ۱۴۰۰ به نمایش پارچه های پردهای پرداخت.

میثم نوری - مدیر کارخانه - عنوان داشت: علی رغم کرونا، شرایط تولید و فروش پارچه نسبت به چند سال اخیر بهتر شده و مهمترین نکته آزاردهنده نوسان قیمت دلار و کاهش قدرت خرید مردم است. شاید منافع مالی و سود تولید کماکان ادامه دارد اما لذت چندانی در آن وجود ندارد زیرا مردم از نظر اقتصادی و معیشتی در تنگنا به سر می برند و توان مالی شان به شدت افت پیدا کرده است.

نوری اذعان داشت: کیفیت بسیاری از محصولاتی که در نمایشگاه امسال عرضه کرده ایم، نه تنها با نمونه ترکیه برابری می کند؛ حتی می توان گفت در بسیاری از موارد پیشتر هستیم. از سوی دیگر به دلیل استفاده از نخ های تولید داخل قیمت تمام شده ما مناسب تر است.

مدیر کارخانه ایران بانو با اشاره به تهیه و نصب ماشین آلات بافت از ترکیه گفت: سختی های بسیاری در مسیر واردات متحمل شدیم. ماشین آلات خریداری شده سه ساعته از مرز ترکیه عبور کرد اما ۲۱ روز در مرز بازرگان بلا تکلیف ماند در حالی که نه وام و بدهی بانکی داشتیم نه خواستار حمایت یا تسهیلات خاصی از مسئولان بودیم! تنها دلیل این توقف، فقط بروکراسی و کاغذبازی های بیهوده بود. به دلیل کرونا، امور اداری به

مهدی روستا- مشاور - گفت: خوشبختانه شیوع کرونا به تعدیل نیروهای انسانی عالی پوش منتهی نشد اما روند سینوسی بازار، گره خوردن اقتصاد به مسائل سیاسی و برجام بازار را در انتظار و رکود دائمی فرو برده است؛ مدتی به ثبات نسبی می رسیدیم اما چند ماه بعد اتفاق دیگری رخ می دهد که تمام معادلات و پیش بینی ها را برهم می زند. یک روز کرونا، فردا دلار ۳۰ هزار تومانی و ... در همین نمایشگاه هزینه های بالایی برای حضور شایسته و در خور از مشتریان در غرفه تقبل کردیم اما یکباره جرتقلیل مقابل درب ورودی قرار می گیرد و اجازه ورود به میهمانان داده نمی شود!!! چنین سوءمدیریت هایی در کشور به کل تولید ضربه می زند. نمایشگاه محلی است که در آن ارتباط و تعامل با مشتریان جدید و قدیمی برقرار و حفظ می شود، اما وقتی بازدیدکننده درب های بسته و جرتقلیل های مستقر جلوی نمایشگاه را می بیند، به راه خود ادامه می دهد و روزهای بعد هم به نمایشگاه

صورت شیفتی انجام می شد، یک روز مدیر نبود، روز بعد معاون و کارشناس!!!

وی اضافه کرد: امسال در تأمین مواد اولیه نیز مشکلات کم نیست؛ مثلاً نخی که سال گذشته ۱۷-۱۸ هزار تومان بود؛ امروز ۸۲ هزار تومان شده است! تهیه برخی از نخ ها به دلیل تولید در داخل، اجازه واردات ندارد در حالی که کیفیت نخ خارجی بسیار متفاوت تر (و گاه مناسب تر) از نمونه داخلی است.

گره خوردن اقتصاد به مسائل سیاسی

«شرکت عالی پوش» سال ۱۳۸۲ با هدف تولید پارچه های فاستونی تأسیس شد اما با تغییر کلی خطوط تولید، بافت، تکمیل، چاپ رنگرزی انواع پارچه پالتویی، ضخیم، جین، کتان کش، روکش صندلی خودرو و ... در دستور کار قرار دارد و حدود صد نفر در این مجموعه فعال هستند



به گفته مدیرعامل الیاف آتیه، خوشبختانه کیفیت و کمیت تولید الیاف پلی استر در کشور ما به سطحی رسیده که صادرات به کشورهای همسایه نیز انجام می شود لذا واردات آن تهدید مهمی برای صنعتگران ایرانی به شمار نمی آید.

سوری در پایان گفت: برای نخستین بار در نمایشگاه نساجی حضور پیدا کرده ایم و توانستیم از نزدیک با بسیاری از مشتریان ملاقات و مشتریان جدید جذب نماییم؛ همچنین در راستای تقویت صادرات، مذاکراتی با مشتریان منطقه ای انجام دهیم. متأسفانه روز اول، ورودی های نمایشگاه بدون اطلاع قبلی بسته شد و اغلب مخاطبان فکر می کنند نمایشگاه به طور کامل تعطیل شده است!! این موضوع در سالی که تحت عنوان حمایت از تولید نامیده می شود؛ بسیار تأسف آور است.

به پیشنهاد یکی از بستگان تصمیم گرفتیم وارد صنعت نساجی و الیاف مصنوعی شویم. در حال حاضر از فعالیت در این صنعت پشیمان نیستیم ولی تنها انگیزه تداوم تولید در ایران فقط و فقط حفظ اشتغال نیروهای انسانی است.

وی تصریح کرد: در فاز نخست ۵۵ نفر به طور مستقیم مشغول کار هستند که برای شهر محرومی مانند تویسرکان مزیت مهمی به شمار می آید، با راه اندازی فاز دوم (اوایل سال ۱۴۰۱) این تعداد به ۸۰ نفر می رسد و به امید خدا تا پایان امسال با دریافت کارت بازرگانی، صادرات را به طور مستقیم انجام خواهیم داد.

سوری ادامه داد: مواد اولیه مصرفی ما بطری های آب معدنی و نوشابه است که کمبودی در این زمینه وجود ندارد اما مشکل اصلی نوسانات قیمت در بازار است که امکان برنامه ریزی و قیمت گذاری دقیق را به شدت کاهش می دهد.

نمی آید. روستا در مورد وضعیت تولید پارچه فاستونی در ایران گفت: تولید فاستونی یک کار هنری و در عین حال پر زحمت، دشوار و نیازمند دستگاه های خاص است از طرفی واردات فاستونی بی کیفیت به وفور انجام می گیرد لذا تولید فاستونی در کشور ما مطلوب نیست، بازار بهم ریخته ای دارد و فعلاً تولید آن در عالی پوش متوقف شده است.

از فعالیت در نساجی پشیمان نیستیم

«شرکت الیاف سازان آتیه نوین» سال ۱۳۹۵ در استان همدان (شهرستان تویسرکان) کلنگ زنی شد. سال ۱۳۹۷ مورد افتتاح رسمی قرار گرفت و سال ۱۳۹۹ تولیدات مجموعه یعنی الیاف پلی استر بازیافتی (ریسایکل) روانه بازار شد.

سجاد سوری - مدیرعامل - گفت: حدود ۲۰ سال در صنعت در و پنجره های یو پی وی سی فعال بودیم اما

بیش از افزایش نرخ دلار، به ثبات نیازمندیم

«شرکت کیمیا پلی استر قم» در سال ۱۳۸۸ در زمینه تولید انواع الیاف سالیده، هالو و دو جزئی (که در ایران و خاورمیانه مشابه ندارد) مورد بهره‌برداری قرار گرفت. بنا بر گفته حامد مقدم - عضو هیئت مدیره - کیفیت و تنوع بالای محصولات اولویت نخست ماست و با توجه به گسترش بازارهای بین‌المللی، علی‌رغم تحریم‌ها موفق به بازاریابی در کشورهای مختلف و دریافت گواهی‌نامه‌ها و استانداردهای معتبر جهانی شده‌ایم. در حاضر به کشورهایی مانند آلمان، اسپانیا، لهستان، بلغارستان، بلژیک، کشورهای CIS (به خصوص روسیه، آذربایجان، گرجستان و ارمنستان) صادرات داریم. متأسفانه به دلیل اعمال سیاست آنتی دامپینگ توسط دولت ترکیه، بازار بسیار گسترده، قابل دسترس و مطلوب این کشور را از دست داده‌ایم هرچند از طریق وزارت صمت و نهادهای مرتبط تلاش‌هایی مبنی بر مذاکره با طرف ترکیه صورت گرفت ولی به نتیجه نرسید و همچنان تا سال ۲۰۲۴ آنتی دامپینگ الیاف ایران تمدید شده است. سال گذشته به عنوان صادرکننده نمونه کشوری انتخاب شدیم و به لطف خداوند همچنان به تولید ادامه می‌دهیم؛ شرایط مساعد است اما خواهان حمایت بیشتر در تأمین مواد اولیه (به ویژه گرید ویرجین) هستیم. البته یک ماهی است با توجه به افزایش عرضه‌های پتروشیمی، وضعیت بهتر شده و امیدوارم این شرایط ثابت باقی بماند.

مقدم اظهار داشت: به طور مستقیم با مصرف‌کننده نهایی در ارتباط نیستیم و تولیداتمان به صنایع پایین دستی ارسال و در قالب میل‌مان، پارچه، پرده، عروسک و ... به مردم عرضه می‌شود؛ لذا شیوع کرونا و بسته شدن فروشگاه‌ها و مراکز عرضه کالا در کسب و کار ما نیز اثرگذار بود. خوشبختانه با توجه به واکنش‌های سراسری شرایط بازار بهتر شده و از سوی دیگر با توجه به رشد صعودی هزینه‌های حمل و نقل در شرق آسیا و چین، کشورهای مصرف‌کننده به ایران روی آورده‌اند لذا شاهد رونق صنعت نساجی و پوشاک کشور هستیم وی خاطرنشان کرد: تحریم‌ها تبعات بسیار منفی و هزینه‌بر برای واحدهای تولیدی و صنعتی دارد به طوری که برخی کشورها هیچ‌گونه تعامل و مراوده‌ای با ایران ندارند، برای صادرات مجبوریم از طریق دفاتر خارج

نساجی

۱۸ | شماره ۲۲۶ | دی ۱۴۰۰



مقدم - عضو هیئت مدیره کیمیا پلی استر قم



مصائب و محسنات کرونا!

«شرکت دانش بنیان مخزن فولاد رافع» (با نام تجاری دابو صنعت) فعالیت خود را در صنعت تأسیسات و انرژی با هدف طراحی، ساخت و تولید انواع سیستم‌های گرمایشی در سال ۱۳۷۳ آغاز نمود و از تولیدات آن می‌توان به انواع دیگ‌های مورد استفاده در صنایع مختلف (بخار، آب داغ، آب گرم و روغن داغ)، مبدل‌های حرارتی، انواع فیلتر مایعات، دی اریاتور، مخازن تحت فشار، انواع سیستم‌های کاهنده مصرف انرژی، پکیج‌های چند منظوره موتورخانه‌ای، هواسازهای گرمایشی (هیتر) و مشعل‌های صنعتی اشاره کرد. این شرکت صادرات موفق و مستمری به کشورهای CIS، اوراسیا و افغانستان دارد.

به گفته سیدرحیم عظیمی - مدیر بازرگانی - دابو صنعت اولین شرکت تولیدکننده بویلرها و مبدل‌هاست که موفق به طراحی، تولید و ثبت محصولات دانش‌بنیان

از کشور عمل کنیم که هزینه‌های سنگین به بار می‌آورد و رقابت را دشوار می‌سازد اما از نظر کیفیت، قیمت و ارائه خدمات پس از فروش اطمینان به خریداران خارجی اطمینان خاطر می‌دهیم. بعضی کشورهای اروپایی همچنان مقاومت می‌کنند ولی دور جدید مذاکرات در وین، امیدواری‌های بسیاری به وجود آورده است. مقدم با اعلام این مطلب که بیش از افزایش نرخ دلار، به ثبات نیازمندیم؛ گفت: در صورت تثبیت نرخ ارز ولو دو تا سه ماه، امکان برنامه‌ریزی کوتاه مدت فراهم می‌شود. همیشه این ریسک و نگرانی وجود دارد که با افت قیمت دلار و آشفتگی میان عرضه و تقاضا، چه آینده‌ای پیش روی تولیدکنندگان خواهد بود.

وی از حضور در نمایشگاه ابراز رضایت کرد و گفت: طبعاً به دلیل کرونا، انتظار برپایی یک نمایشگاه خلوت و کم‌بازدیدکننده را داشتیم ولی تعداد مراجعان بیشتر از پیش‌بینی‌های اولیه ما بود.



مدیران دابو صنعت



مدیران الوان کانی کویر میبد



میبد یکی از سه تأمین‌کننده جوهر سرامیک در کشور شناخته می‌شود اما گستردگی صنایع نساجی در شهر یزد و ارتباط مستمر و مستقیم با شرکت هندی، انگیزه اصلی ما برای ورود به این صنعت بود؛ نه تنها از این تصمیم پشیمان نیستیم بلکه برنامه‌های بسیاری برای توسعه فعالیت‌های خود در نساجی مدنظر قرار داده‌ایم و هر سال حضور متفاوت‌تر و موثرتری در نمایشگاه‌های ایران‌تکس داریم. مدیرعامل کانی کویر میبد، شیوع کرونا را در تمام جوانب زندگی انسان‌ها اعم از تولیدکننده، مصرف‌کننده، بازرگانان و... اثرگذار دانست و گفت: تمایل به گردش، مسافرت و دورهمی‌های دوستانه و خانوادگی بسیار کاهش یافته و طبعاً نیاز به خرید لباس، مبلمان، منسوجات خانگی و... کم شده از طرفی کاهش توان اقتصادی مردم هم مزید بر علت است.

نوروزی از ایران‌تکس به‌عنوان یک نمایشگاه

با تأمین رنگ‌های صنعت سرامیک فعالیت خود را آغاز کرد و ۴ سال است که به‌عنوان تأمین‌کننده رنگ‌های دیسپرس و راکتیو نساجی در قالب نماینده انحصاری یکی از شرکت‌های معتبر هند به کار ادامه می‌دهد و تا سال ۱۴۰۱ به ارائه جوهر سابلیمیشن و کاغذ انتقال آن با همکاری شرکت هندی خواهد پرداخت.

حمیدرضا نوروزی- مدیرعامل- گفت: به طور کلی صنایع رنگ‌سازی (اعم از سرامیک، خودرو، نساجی و...) نیازمند دسترسی به تکنولوژی بالا و سرمایه در گردش کلان است؛ در ضمن تخصص محور است و علی‌رغم فعالیت کارخانه‌های متعدد کاشی‌سازی در ایران، بیشتر از ۵ واحد تولید رنگ سرامیک و کاشی را نمی‌توان پیدا کرد! به همین دلیل تعداد تولیدکنندگان رنگ‌های نساجی در کشور بسیار اندک و انگشت‌شمار است. به گفته نوروزی، کانی کویر

جدید با رویکرد کاهش مصرف انرژی شده است. وی گفت: دابو صنعت تاکنون فعالیت خاصی در صنعت نساجی نداشته لذا با هدف ارائه خدمات به صنعتگران آن در نمایشگاه ایران‌تکس حضور یافتیم و خوشبختانه موفق به انعقاد چندین قرارداد همکاری شدیم. عظیمی یادآور شد: علی‌رغم تمام مصائب و گرفتاری‌هایی که کرونا به همراه داشت و بسیاری از عزیزان و دوستان را از ما گرفت ولی شاهد رونق و رشد بعضی صنایع مانند تولید الکل و مواد ضدعفونی‌کننده در کشور بودیم. مدیربازرگانی دابو صنعت حضور بازدیدکنندگان تخصصی از ایران‌تکس را قابل توجه و چشمگیر دانست و رضایت خود را از حضور در این رویداد صنعتی اعلام نمود.

گسترده‌ی صنایع نساجی

«شرکت بازرگانی الوان کانی کویر میبد» ۱۲ سال پیش



تخصصی و موثر یاد کرد و گفت: اکثر بازدیدکنندگان، فعالان و دست‌اندرکاران همین صنعت هستند و تعداد افراد متفرقه و عامه مردم بسیار اندک است.

لذت حضور در نمایشگاه

«شرکت الیاف بافتینه پارس درسا» تولید انواع منسوجات نیافته و انواع الیاف استیپل را برعهده دارد. محمدعلی حسینی - رئیس هیئت مدیره - در واکنش به استقرار جرقیل پلیس راهور جهت ممانعت از ورود بازدیدکنندگان به نمایشگاه اذعان داشت: نه تنها تولیدکننده تنهاست بلکه موانع و مشکلات بسیاری هم از جانب نهادهای دولتی تحمل می‌کند.

وی ادامه داد: نمایشگاه جزء جدانشدنی از صنعت است و صنعتی که توانمندی‌ها، نوآوری‌ها، محصولات جدید و ... خود را در معرض مشاهده مخاطبان قرار ندهد و اطلاعات و دانش خود را با دیگران به اشتراک نگذارد، خطای بزرگی انجام داده بنابراین حضور در نمایشگاه برای تمام صنایع الزامی است اما نمایش صرف محصولات، کف و حداقل اهداف و خواسته‌های شرکت در این رویداد مهم می‌باشد. انجام امور تجاری اولویت نخست مشارکت‌کنندگان نیست ولی به‌روزرسانی شبکه فعالیت، احیای روابط با مشتریان قدیمی، آشنایی با مشتریان جدید، رفع سوءتفاهم‌های احتمالی با مخاطبان و به اشتراک‌گذاری تفکرات توسعه‌ای با دیگران از مهم‌ترین دلایل حضور در نمایشگاه قلمداد می‌شود.

وی اذعان داشت: یک غرفه‌دار، انسانی خسته از کار و فعالیت روزانه است اما وقتی در فضای پویا، شاد و مملو از شور و هیجان نمایشگاه قرار می‌گیرد؛ ناخودآگاه انرژی سازندگی و خلق ایده‌های جدید در ذهنش احیا می‌شود.

نمایشگاه را مانند عید دیدنی می‌دانم، همان‌طور که طی سیزده روز فروردین خود را برای یک‌سال دشوار و مملو از مشغله آماده (و به اصطلاح شارژ) می‌کنیم، نمایشگاه هم سالی یک‌بار ما را از نظر سازمانی، سیستمی، تفکرات نوآورانه و حرفه‌ای مهیا می‌سازد. همچنین در حالت عادی برای ملاقات با یک صنعتگر یا مدیر کارخانه مجبورید کیلومترها مسافت طی کنید اما در نمایشگاه و فرصتی چهار روزه، اغلب این افراد

و تجهیزات مصرفی وارداتی است مگر در مواردی که پارچه توسط سفارش دهنده در اختیارمان قرار گیرد. وی ادامه داد: سال گذشته اردوغان - رئیس جمهور ترکیه - ۴۸ درصد حقوق و عوارض گمرکی برای محصولات صادراتی از ایران وضع کرد که این موضوع مشکلات بسیاری برای ما به وجود آورد لذا صادرات به آمریکا و اروپا امکان‌پذیر نیست و صرفاً در حال صادرات به روسیه هستیم.

مدیرعامل دیانا تجارت ابراز داشت: هیچ‌گاه حمایتی که ترکیه از تولیدکنندگان و صنعتگران خود به عمل می‌آورد؛ در ایران وجود نداشته و ندارد. برای مثال جهت حضور در نمایشگاه‌های ایتالیا، حدود ۷۰ درصد یارانه در اختیارمان قرار می‌گرفت حتی هزینه‌های ترانسفر فرودگاه، اقامت در هتل و ... را دولت بلافاصله پس از بازگشتان به ترکیه می‌پرداخت ولی ایران در شرایطی نمایشگاه تخصصی برگزار می‌کند که روز اول بدون

به غرفه شما مراجعه می‌کنند و ضمن تازه شدن دیدارها، مسائل کاری و تخصصی مورد بررسی قرار می‌گیرد. به نظر من لذت حضور در نمایشگاه یعنی همین!

حمایتی که در ترکیه هست و در ایران نیست!

مهدی ریسمانی - مدیرعامل شرکت دیانا تجارت ریسمان - گفت: حدود بیست سال در ترکیه به تولید پوشاک مردانه می‌پرداختیم اما با تأکید رهبر انقلاب مبنی بر حمایت از تولید داخلی، سه سالی است که به طور کامل کارخانه را در این کشور متوقف و به منطقه آزاد ماکو منتقل کردیم.

در حال حاضر با تولید روزانه ۱۲۰۰ تا ۱۵۰۰ قطعه پیراهن و بهره‌گیری از ۱۸۰ نفر نیروی انسانی یکی از مجهزترین، به روزترین و توانمندترین تولیدکنندگان پوشاک مردانه محسوب می‌شویم. تمام مواد اولیه، لوازم



ابتدا تولیدکننده پارچه بودیم اما شرایط به نحوی پیش رفت که وارد عرصه پوشاک شدیم اگرچه مراحل تولید پوشاک به مراتب دشوارتر است زیرا به طور مستقیم با سلیقه مردم و دنیایی از طرح و تنوع و رنگ مواجهیم.

وی اضافه کرد: متأسفانه کرونا بر اقتصاد، صنعت و تولید کشور صدمات بسیاری وارد کرد اما در کنار افزایش نرخ دلار، جلوی واردات پوشاک را گرفت که این موضوع در ادامه حیات و سرپا ماندن واحدهای تولیدی موثر بود. طی ۳-۲ ماه اخیر شرایط تاحدودی بهتر شده و امیدوارم تداوم پیدا کند.

مهاجرانی نمایشگاه پوشاک امسال را موفق و پربارتر از نمایشگاه نساجی دانست و گفت: تعداد شرکت کنندگان و بازدیدکنندگان ایران تکس امسال کمتر از دوره‌های قبل بود اما ایران مد شرایط بهتری داشت و از حضور در آن رضایت نسبی دارم.

ایران نیز دور از ذهن نیست مگر این که اجازه واردات به یکسری برندها داده شود تا سطح رقابت تولیدکنندگان داخلی را بالا نگه دارند و موجب پویایی و تحرک آنها شود.

امیدوارم به بهبود شرایط تولید

«شرکت رنگین نخ صبا» (نام تجاری RNS) طراحی و تولید پوشاک را از سال ۱۳۸۸ در تهران آغاز کرد و در حال حاضر به تولید انواع تی‌شرت، پولوشرت، پیراهن، سارافون، هودی، سوئیشرت، لباس راحتی، لباس نیمه مجلسی، شلوار رسمی، شلوار کژوال، شلوار اسپرت، لباس راحتی، اکسسوری، جوراب و ماتو در گروه پوشاک زنانه و مردانه می‌پردازد. RNS دارای ۱۲ شعبه در سراسر کشور است و انشاءالله در سال‌های آینده این تعداد بیشتر خواهد شد.

رضا مهاجرانی - رئیس هیئت مدیره - عنوان داشت: در

دلیل مشخص یا اطلاع‌رسانی قبلی درهای ورودی را می‌بندند و در رسانه‌ها خبر از تعطیلی کامل نمایشگاه می‌دهند! ترکیه وام یک درصد به تولیدکننده اختصاص می‌یافت ولی در ایران برای دریافت وام ۴ درصدی باید دو سال دوندگی کنیم در حالی که جزو مناطق محروم هستیم و باید وام و تسهیلات بانکی در اختیارمان قرار گیرد.

به گفته ریسمانی، در صورت باز شدن درب مرزهای کشور به روی کالاهای خارجی از جمله پوشاک، تمام برندهای خارجی بی‌محبا اقدام به راهاندازی فروشگاه عرضه مستقیم می‌کنند و ورشکستگی تولیدکنندگان داخلی اجتناب ناپذیر است زیرا تولیدات آنها به روز و طبق سلیقه مصرف‌کنندگان دنیای امروز نیست. گروه بزرگی مانند ایندیتکس (با ۲۸ شرکت زیرمجموعه) وارد بازار هر کشوری شده، صنعت پوشاک داخلی آن را به زمین زده است. این اتفاق در ترکیه نیز رخ داد و برای



ابوفاضلی - مدیرعامل لوباس



مدیران ترند



پوشاک قاجاق و دغدغه تامین پارچه

«شرکت ترند» از سال ۱۳۷۵ در زمینه تولید پوشاک مجلسی زنانه (کتان، کرپ، گاباردین) راهاندازی شد. با توجه به رشد و پیشرفت مجموعه تصمیم گرفتیم تولید پیراهن‌های بالا تنه، مجلسی، شلوار جین و کتان مردانه را نیز اضافه کنیم که خوشبختانه با استقبال بازار روبرو بود و احتمال عرضه جوراب، کیف و کفش دور از ذهن نیست.

ابراهیم باقری - مدیرعامل - پوشاک قاجاق و دغدغه تامین پارچه را از مهم‌ترین مشکلات این صنعت دانست و گفت: تمام پارچه‌های مصرفی ما از ترکیه تهیه می‌شود چون کیفیت مدنظرمان را در پارچه‌های ایرانی پیدا نکردیم.

باقری افزود: مخاطبان اصلی ما از نمایشگاه و غرفه ما بازدید کرده‌اند و نمایشگاه امسال بهتر و موفق‌تر از سال گذشته است.

تولیدکننده باید چند گام جلوتر از مصرف‌کننده باشد

«شرکت تولیدی پوشاک لوباس» (در گویش نطنزی به معنای لباس) از سال ۱۳۸۳ تاکنون به تولید پوشاک بانوان (۱۷ تا ۳۳ ساله) و همینطور پارچه‌های تخت‌باف می‌پردازد.

حجت ابوفاضلی - مدیرعامل - عنوان کرد: تلاش خود را به عمل می‌آوریم تا کاملاً طبق مدل، طرح و ترندهای روز دنیا را گام برداریم و از تولیدات صرفاً کژوال خارج شویم.

وی گفت: در صورت تولید مواد اولیه باکیفیت در داخل کشور، طبعاً نخ و پارچه موردنیاز را از واحدهای داخلی تامین می‌کنیم اما گاهی اوقات تولید برخی محصولات با متریال داخلی امکان‌پذیر نیست و کارخانه‌های نساجی تحرک و چابکی لازم برای پرداختن به مد سریع (فشن) را ندارند لذا جز واردات راهی باقی نمی‌ماند.

به گفته ابوفاضلی، با وجود گسترش فضای مجازی و امپراتوری رسانه‌های مختلف در مد و فشن دنیا، به‌عنوان تولیدکننده باید چند گام جلوتر از مصرف‌کننده باشیم و به سرعت نیاز، سلیقه و خواست آنان را با ارائه محصولات جدید و طبق مد روز، برطرف نماییم.

مدیرعامل لوباس تصریح کرد: در تولید پوشاک زنانه علی‌رغم جذابیت و تنوع فراوان آن در بخش‌های

نشود و به همین دلیل در فضای غم‌آلود و یأس‌آور، ریسک افزایش تولید را پذیرفتیم و بین پیک‌های مختلف کرونا که مردم تا حدودی نسبت به آینده امیدوار می‌شدند، کالاهای جدید در اختیار داشتیم. مدیرعامل لوباس ضمن ابراز رضایت از شرکت در نمایشگاه ایران مد، حضور و بازدید مشتریان خرد و کلان را مثبت دانست.

نوسانات ارزی و چالش تهیه نخ پنبه

«گروه تولیدی پوشاک گارسی» با بیش از ۲۰ سال سابقه در زمینه تولید البسه زیر و راحتی خانگی فعال است. علی‌اصغر بیات - مدیرعامل - گفت: تمام مواد اولیه مصرفی ما برای تولید البسه از محصولات تولید داخل تهیه می‌شود فقط تجهیزات بسته‌بندی وارداتی (از چین) هستند زیرا متأسفانه در این بخش به رشد موردنظر در کشور نرسیده‌ایم. سالیان طولانی با بسته‌بندی‌های

مختلف مانند طراحی، سرعت دوخت و رساندن کالا به بازار باید باید فوق‌العاده چابک و سریع عمل کنیم، زحمات بیشتر و ریسک بالاتر دارد زیرا مد، فصل، رنگ و ... در آن اثرگذار است برخلاف حوزه تولید پیراهن‌های ساده مردانه که سال‌های متمادی یک طرح مد می‌شود. این تولیدکننده اذعان داشت: محصولات را با هدف فروش پوشاک به مردم عرضه نمی‌کنیم بلکه می‌خواهیم حس خوب و لذت بخش پوشیدن لباسی زیبا و شکیل را به آنان هدیه نماییم.

وی با اشاره به تأثیرات منفی کرونا بر صنعت پوشاک افزود: در این دوران بازاریابی و فروش دیجیتالی به رشد چشمگیری دست یافت و فروشگاه‌های آنلاین حجم بالای فروش را تجربه کردند در حالی که پیش از کرونا این موضوع جدی گرفته نمی‌شد. همچنین ترس از باخت در تمام حوزه‌ها از جمله فعالان صنعت پوشاک وجود داشت اما سعی کردیم این ترس بر ما مستولی



نوری - مدیر عامل جهان اروم ایاز



آبیات - مدیر عامل گارسی



نصایع نساجی، پوشاک و فرش ایران



تولید و صنعت منتهی شود.

وی افزود: ۸۰ درصد مواد اولیه مصرفی اروم ایاز تولید داخلی است و خوشبختانه از ابتدای سال تا امروز با افزایش قیمت چندانی مواجه نشده‌ایم، اما حواشی بسیاری از جانب دوستداران! واردات پارچه مبلی به بهانه‌های مختلف مانند عدم تنوع، تولید انحصاری، قیمت بالا و کیفیت نازل به وجود آمده تا واردات را توجیه پذیر نشان دهند اما چرا هیچ مدرک و سندی نشان نمی‌دهند تا بیانگر قیمت بالا یا کیفیت پایین محصولات ما باشد؟ چه مستنداتی برای عدم تنوع یا ایجاد انحصار اروم ایاز در بازار دارند؟ مگر سود واردات چقدر است یا چه کسانی از موهب آن منتفع می‌شوند که حاضرند یک واحد تولیدی با ۹۵۰ نفر نیروی مستقیم را قربانی منافع خود کنند؟!

غرفه گارسی مراجعه کردند؛ امیدواریم باب‌های جدیدی در بخش فروش و صادرات پیش رویمان باز شود.

۹۵۰ نفر قربانی واردات!

«شرکت جهان اروم ایاز» سال ۱۳۹۷ در فضایی به مساحت ۴۵ هزار و ۵۰۰ متر مربع و با ظرفیت اسمی ۳۳ میلیون و ۶۰۰ هزار متر مربع تولید انواع پارچه مبلی و پرده‌ای، احداث شد و ظرف ۱۸ ماه به بهره‌برداری رسید. علیرضا نوری - مدیر عامل - از حضور در نمایشگاه ایران تکس رضایت داشت و گفت: سطح برگزاری نمایشگاه و استقبال مشارکت‌کنندگان در سطحی است که سایر تولیدکنندگان و همکاران برای حضور در نمایشگاه سال آینده تشویق می‌شوند و پس از دو سال درگیری با کرونا، شاهد برپایی یک نمایشگاه موفق با حداکثر مشارکت صنعتگران و فعالان نساجی هستیم؛ امیدوارم این استقبال گسترده به رونق اقتصادی و تحرک بخش

معمولی محصولات باکیفیت خود را به بازار ارائه می‌کردیم ولی چندان مورد استقبال مصرف‌کنندگان قرار نمی‌گرفت پس از بازنگری در بسته‌بندی و واردات موارد مدنظر از چین، یکباره مجموعه به سمت شکوفایی پیش رفت و به سطح قابل قبولی در صنعت پوشاک دست یافت. وی با عنوان این نکته که نوسانات ارزی ما را در تهیه نخ پنبه‌ای با چالش جدی روبرو کرده؛ ادامه داد: کرونا، مشکل خاص، اساسی و حادی برای ما به وجود نیاورد و طی دو سال اخیر به دلیل کاهش واردات از چین و ترکیه، حضور موفق و موثری در بازار داشتیم فقط قرنطینه‌های سراسری و تعطیلی فروشگاه‌ها و مراکز خرید در عملکرد ما اثرات نامطلوب داشت که چاره‌ای جز تبعیت از آن نداشتیم. بعد از واکسیناسیون عمومی شرایط بهتر شد و شاهد اثرات مثبت آن در بازار هستیم. بیات در خاتمه گفت: امسال از حضور در نمایشگاه راضی هستیم و مشتریان بسیار خوبی در حوزه صادرات به



