



صدای تولید

ویژه نامه پوشاک تهران

مرداد و شهریور ۱۴۰۱



مر ترضی بلوکی - رئیس شورای سیاستگذاری

سرمقاله

ابوالقاسم شیرازی - رییس اتحادیه پوشاک

یادداشت

مشکلات فعالان صنف پوشاک لاینحل نیست

لزوم توجه به ارزش آوری صنعت پوشاک کشور

با حمایت مسئولان و ارائه تسهیلات بانکها میتوان به راحتی آنها را حل نمود.



خوشبختانه با توجه به رشد و موفقیت تولیدکنندگان پوشاک ایرانی و رقابت شانه به شانه با کشورهای صاحب برندهای پوشاک در دنیا میتوان به صادرات پوشاک بیش از گذشته امیدوار بود و از این فرصت به عنوان فرصتی ویژه برای ارزش آوری استفاده کرد.

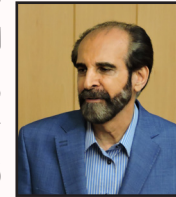
در این راه اتحادیه پوشاک تهران به عنوان نماینده اعضای صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تمامی تلاش و کوشش خود را برای رفع مشکلات و توسعه این صنعت به کار بسته است. اما قطع به یقین با حمایت مسئولان مربوطه میتوان به کاهش مشکلات و توسعه صنعت پوشاک امیدوار تر بود.

صنعت پوشاک کشور در سالهای اخیر روزهای پرفراز و نشیبی را پشت سر گذراند. حواشی و اتفاقاتی که گاه موجب ناراحتی و گلایه فعالان این صنف شد، همچنین اقداماتی از جمله ممنوعیت واردات پوشاک خارجی که به منظور تکیه بر تولید داخلی و حمایت از صنعتگران پوشاک صورت گرفت توانست آنها را به ادامه راه امیدوارتر کند.

لزام است این نکته را یادآور شویم که همواره توجه ویژه به صنعت پوشاک کشور می تواند در روند رشد و توسعه این صنعت پرطرفدار کمک به سزایی کند و از طرفی دیگر کم توجهی به این فعالان می تواند موجب سر خوردگی آنها شود. این در حالی است که بسیاری از مشکلات تولیدکنندگان و فروشندگان لاینحل نیست و

بمحمداله توانسته ایم تا انتظام امور در این حوزه را به نحو مطلوب و درخور توجه ساماندهی و قانونمند نماییم. از جانب دیگر در اجرای منویات مقام معظم رهبری و توجه ایشان به امر تولید و حمایت از تولیدکننده داخلی که ملازمه با ایجاد ساختار و سازوکارهای بنیادین دارد، با تأسیس مرکز پژوهش های اتحادیه، اهتمام به استفاده از دانش آکادمیک را با تلفیق تجارب و اندوخته های تجربی موجود در بدنه صنف و ترویج و توسعه آموزش که با برگزاری دوره های آموزشی و کارگاه های عملی همراه با انعقاد تفاهم نامه های همکاری با مراکز دانشگاهی و مؤسسات فنی و حرفه ای همراه بوده، بعلاوه هویت دهی و سامان بخشی به حرفه طراحی که در سالیان قبل مغفول مانده بود، موجب گردیده تا بتوانیم گام های مثبتی را در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی برداریم.

تحول عظیم پوشاک بعد از انقلاب صنعتی شروع شد



تیندگی و حیات توامان فرهنگ جوامع با نوع پوشش و الگوی پوشاک که متأثر از سلاقی قومی و ارزش ها و معیارهای اخلاقی و باورهای مذهبی و تعصبات و عرق ملی می باشد، بر همگان واضح و مبرهن می سازد که توجه و عنایت به حوزه صنعت پوشاک از جهات و جوانب متعدد و متکثری قابل عنایت، بحث و توجه است. با بروز انقلاب صنعتی و تغییر الگوی رفتاری جوامع، نوع پوشش نیز دچار تحولی عظیم گردید و متأثر از تبادل فرهنگها و ظهور پدیده تجارت جهانی، سیاست گذاری های کلان نظام سلطه و نفوذ، سیر تغییر جوامع را با تغییرات بنیادین در الگوی البسه و نوع پوشش قرار داد. مبحث تهاجم فرهنگی و رویکرد کلان نظام مقدس جمهوری اسلامی در مقابله با آن که نمود آن در سیاست گذاری ها کلان در حوزه عفاف و حجاب متصور است، همراه با رسالت ملی و تکالیف قانونی مترتب بر آن، این اتحادیه را در رهگذر الزام به تدوین اسناد راهبردی و تعیین خط مشی و سیاست گذاری در مؤلفه های مؤثر در موضوع صیانت از عفاف و حجاب به طرق گوناگون رهنمون ساخت و ضمن همکاری و معاضدت با دیگران ها و سازمان های متولی این امر،

هر چند در رسیدن به قله افتخار نهایی راهی طولانی در پیش است، لیکن به اعتبار همدلی و همنوایی و هم افزایی تجار، بازرگانان، تشکل های همسو و حمایت متولیان امور در حاکمیت نظام، امید به افقی روشن با چشم اندازی روشن در تحقق ایجاد اشتغالی پایدار، مولد، ارزش آور و باثبات هستیم.



پایگاه خبری و اطلاع رسانی «نجوا خبر»

پایگاه خبری نجوا خبر
<https://najvakhabar.ir/>

ابوالقاسم شیرازی مطرح کرد:

اتحادیه پوشاک پیشرو در آموزش دانش به اعضای خود

پوشاک مجوزهای خود را از اتحادیه خیاطان، پیراهن دوزان، کشبافان و غیره می گیرند. بنابراین اتحادیه پوشاک هیچ وجه قانونی در برخورد با فروشندگان خاطی صنوف همگن سایر اتحادیه ها ندارد.

به اعتقاد وی بسیاری از مشکلاتی که تولید کنندگان و فروشندگان پوشاک با آن مواجه هستند به دلیل نبود آگاهی و دانش است و چه بسا بسیاری از آن ها مالیات جریمه و ارزش افزوده بیشتری را به دلیل نبود همین آگاهی و دانش پرداخت می کنند.

وی در ادامه دلیل تأخیر در صدور مجوزها را سامان دهی آن ها به وسیله سامانه ایرانیان اصناف نامید و گفت: به دلیل عدم مدیریت درست و مشکلات موجود در سامانه مورد نظر که بعضاً با اشکالات متعددی همراه است، مواجه هستیم. بنابراین این مشکلات فرایند صدور مجوزها را با مشکل مواجه میکند. در نتیجه این اتحادیه که باید به طور متوسط روزانه ۳۰ مجوز صادر کند فقط میتواند ۲ مجوز را صادر نماید.

ابوالقاسم شیرازی در پایان با بیان این که اتحادیه هیچ بودجه دولتی دریافت پوشاک هیچ بودجه دولتی دریافت نمی کند و فقط از طریق دریافت حق عضویت افراد اداره می شود. البته می تواند از اعضای خود کمک های مردمی دریافت کند اما به دلیل آنکه نمی خواهیم وام دار کسی باشیم، از هیچ عضوی کمک مردمی و خودیاری دریافت نمی کنیم. صرفاً اتحادیه با دخل و خرج منطقی و برابر بودجه مصوب اداره می شود.



بسیاری از فروشگاه های پوشاک را یکی از مشکلات اصلی نامید که اتحادیه پوشاک با آن روبروست و گفت: همواره انجمن ها بر اساس منافع افراد تشکیل دهنده یا اعضای آن تلاش می کنند. اما اتحادیه ها در تلاش هستند تا از منافع حاکمیت و سیاست گذار یکپارچه دولت دفاع نموده و منفعت اعضای اتحادیه ها را نیز در نظر داشته باشد و اگر مطالباتی در بستر قانون وجود دارد آن را به صورت لایحه یا درخواست از دولت طلب کنند. رییس اتحادیه پوشاک همچنین قاچاق پوشاک را از دلایل اصلی تحت تاثیر قرار گرفتن بازار فروش داخلی نامید و گفت: پنج سالی است که واردات پوشاک برندهای خارجی به کشور ممنوع شده است. بنابراین پوشاک خارجی موجود در کشور همگی قاچاق هستند. چه بسا بسیار تولید کنندگانی داریم که محصولات بسیار با کیفیت تر تولید و پخش می کنند. معتقدم که باید تولید کنندگان خود نیز به فروش روی آورند. در کشور اتحادیه های مختلفی داریم و این مسئله نظارت و برخورد با فروشندگان خاطی را با مشکل مواجه می کند برای نمونه برخی از فروشندگان

نه تنها از رقبای داخلی بلکه از دنیانیز عقب خواهیم ماند. وی با اشاره به مشکلات این صنعت گفت: در شهر تهران بالغ بر ۱۸ تا ۲۰ هزار فعال حوزه پوشاک وجود دارد. بنابراین امکان وقت گذاری برای رسیدگی به مشکلات تک تک آن ها به صورت فردی میسر نیست. بر همین اساس دوستان و نمایندگان و مدیران بسیاری در سطوح های اجرایی و نظارتی حوزه پوشاک وجود دارند تا بتوانند مشکلات آن ها را در یک شمای کلی در مجلس و در نهادهای قانونی مطرح و حل کنند. رییس اتحادیه پوشاک ضمن یادآوری مسئله عفاف و حجاب که اتحادیه پوشاک و تولید کنندگان پوشاک موظف به رعایت آن هستند، گفت: مسئله عفاف و حجاب در آموزه های دینی و قواعد کشوری وجود دارد اما ترجیح می دهیم با روش های درست پیش رویم. بنابراین اتحادیه پوشاک با همکاری ستاد امر به معروف و نهی از منکر تلاش می کند تا به وضعیت عفاف و حجاب پرداخته و برای تولید کنندگان و فروشندگان آن ها آموزش های لازم را ارائه دهد. وی همچنین استیجاری بودن

همایش آشنایی با دوره های MBA و DBA و مهندسی ارتباطات مؤثر منظور ارتقاء سطح علمی مدیران تولید و خرده فروش های صنعت پوشاک کشور برگزار شد.

ابوالقاسم شیرازی رییس اتحادیه پوشاک در ابتدای این همایش با ابراز امیدواری در خدمت هر چه بهتر اتحادیه پوشاک به فعالان این عرصه گفت: وجود تولید کنندگان و فروشندگان در صنعت پوشاک موجب افتخار اتحادیه است. اما چیزی که مشهود است این است که متأسفانه تاکنون نتوانستیم در حوزه آموزش به خوبی عمل کنیم. البته یکی از دلایل آن می تواند این باشد که عموماً فعالان این عرصه مانند فروشندگان خرده فروش ها و تولید کنندگان رغبتی برای آموزش پذیری و فرهنگ پذیری نشان نمی دهند.

وی ادامه داد: همه فعالان حوزه پوشاک از رکودی که در چند سال اخیر به ویژه از پس از کرونا در بازار پوشاک حاکم است، گله مند هستیم. اما آیا باید منتظر رسیدن ناچی باشیم و هیچ اقدامی از سوی ما شکل نگیرد؟ آیا تاکنون کسی در حوزه پوشاک نتوانسته موفق عمل کند؟ باید به همان قول معروف از تو حرکت از خدا برکت توجه کنیم و گامی در جهت بهبود شرایط فعلی برداریم. نباید ساکن بایستیم و منتظر رسیدن ناچی باشیم.

ابوالقاسم شیرازی با تایید بر دانشی و علمی بودن امور نیز گفت: همچنان که طبق فرموده مقام معظم رهبری تولیدات باید دانش بنیان و بر اساس دانش باشد، معتقدم اگر چنین نکنیم



افشین پارسایی مدیرعامل و موسس برند راسپینا مطرح کرد:

طرح شیما سنگ بزرگ بر سر راه تولید

جلوگیری از قاچاق راه پیشرفت این صنعت باز خواهد شد. چرا که در قاچاق هیچ نظارتی بر کیفیت و نوع اجناس نیست چه بسا کیفیت این پوشاک به حدی پایین است که برای بدن بسیار مضر و خطرناک هستند. بنابراین نیاز است که با آزادسازی واردات پوشاک با کیفیت، درجه یک و استاندارد شرایط را برای رقابت تولیدکنندگان مهیا ساخت. زیرا تولیدکننده داخلی در شرایط برابر به رقابت خواهند پرداخت و زمانی که قاچاق صورت گیرد شرایط برای تولیدکنندگان برابر نخواهد بود.

نوسان نرخ ارز چالش جدی تولید

پارسایی با اشاره به مشکلات تولید در خصوص مشکلات ایجاد شده در پی نوسانات نرخ ارز نیز گفت: در خصوص ثابت نگه داشتن قیمت ارز کاملاً مخالفم و معتقدم که با نرخ تورمی که توسط بانک مرکزی اعلام میشود قیمت دلار هم باید بالا رود اگر قیمت دلار ثابت باشد توان رقابت با توجه به تورم از بین خواهد رفت.



اگر تولیدکننده بدون کسب این مجوز اقدام به تولید کند طرح او ضبط خواهد شد. بنابراین این طرح در عمل یک سنگ بزرگ برای تولیدکننده است.

با ورود پوشاک خارجی مخالف نیستم / واردات قانونی پوشاک به ماقدرت خواهد داد

وی چالش دیگر تولید کنندگان پوشاک را قاچاق پوشاک نام برد و گفت: به عنوان یک تولیدکننده با ورود پوشاک خارجی مشکلی ندارم چرا که معتقد هستم این انحصار است که با از بین بردن رقابت عرصه را برای تولید پوشاک بی کیفیت باز خواهد گذاشت. بنابراین نیاز است که با آزادسازی قانونی واردات، پوشاک با کسب مجوز و کنترل‌های لازم با کسب استانداردهای لازم وارد شده و با

راسپینا افزود: آنچه که دولت و مجلس بر آن تاکید دارند تسهیل در گرفتن مجوزها و فعالیتهای بنگاههای اقتصادی مانند صدور مجوز کسب و کار است، اما متأسفانه مدتی است که وزارت ارشاد با گذاشتن طرح شیما موجب چالشهایی برای تولیدکنندگان پوشاک شده است. بر طبق این طرح تولیدکنندگان پوشاک به منظور تولید طرحهای جدید برای البسه و پوشاک اجتماع می‌بایست از وزارت ارشاد مجوز تولید خود را اخذ کنند. توجه داشته باشید که روزانه دهها یا صدها طرح از سراسر کشور توسط طراحان به وزارت ارشاد ارسال خواهد شد که در نوبت اخذ مجوز قرار خواهند گرفت بنابراین پروسه صدور مجوز تولید طرح جدید بسیار طولانی خواهد بود این در حالی است که

مدیرعامل و موسس برند راسپینا گفت: به عنوان یک تولیدکننده با ورود پوشاک خارجی مشکلی ندارم چرا که معتقد هستم، انحصار با از بین بردن رقابت عرصه را برای تولید پوشاک بی کیفیت باز خواهد گذاشت. افشین پارسایی مدیرعامل و موسس برند راسپینا در گفت و گو با خبرنگار ایلنا، گفت: برند راسپینا از سال ۱۳۷۰ آغاز به کار کرد اما به صورت رسمی از سال ۱۳۹۴ با تمرکز بر تولید با نام برند راسپینا مشغول به فعالیت هستیم. وی تشریح کرد: اغلب تولیدات این شرکت پوشاک عصر زنانه اعم از شومیز، دامن، شلوار و غیره است، میزان تولیدات نیز به حدود ۲۵۰ هزار پوشاک در سال میرسد. تولیدات شرکت راسپینا به دو صورت داخل شرکت و برون سپاری است و حدود ۱۵۰ نفر به صورت مستقیم و ۵۰ نفر نیز به صورت غیرمستقیم مشغول به تولید در این شرکت هستند. مدیرعامل و موسس برند





بلاگرهای قاچاق به میدان می آیند!

هم اگر توافقنامه مشترکی در حوزه پوشاک نوشته شود و تعرفه واردات پوشاک از اوراسیا آزاد شود، مشابه تعرفه ترجیحی سال ۱۳۹۱، مسیر واردات قاچاق خواهد شد. در این صورت مرگ صنعت پوشاک فرامی رسد، چرا که دیگه هیچ کنترلی نخواهد بود.

وی با بیان اینکه کشتی صنعت پوشاک سوراخ شده و در حال غرق شدن است و نگرانی نسبت به ریزش تولیدکنندگان و تمایل آنها به سمت قاچاق وجود دارد، اظهار کرد: یکی از مشکلات اساسی کالاهای قاچاق برای مصرف کننده این است که مشخص نیست چه یلیافی در آن استفاده شده و بهداشتی هستند یا نه و به صورت کیلویی مبادله می شود.

به گفته وی شناسه کالا هیچ تاثیری در این زمینه ندارد و یک مسئله امنیتی است، چرا که دیگر صحبت از چند کوله بر نیست، بلکه کالا با کانتینر جابجا می شود. در حال حاضر انقدری که فضا برای قاچاقچی امن است، برای فعال اقتصادی و تولید کننده نیست. کالاهای قاچاق کانتینری عمدتاً از امارات و عراق وارد می شود که به لحاظ فصلی، مدلی و غیره از رده خارج است و امکان فروش آنها در اکثر کشورهای دنیا وجود ندارد.



عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات پوشاک و نساجی و پوشاک ایران با بیان اینکه در این شرایط تولیدکنندگان هر روز با محدودیت های جدید مواجه می شوند، تصریح کرد: همچنین نگرانی از حجم نوین قاچاق از حوزه اوراسیا به کشور وجود دارد. قبلاً هم پیش بینی شده بود که بنگلادش سهم اساسی از بازار ایران خواهد گرفت. سفیر این کشور در نمایشگاه های مختلف در حال رایزنی برای ایجاد راه تجاری بین بنگلادش و ایران بود، اما آن زمان کسی توجه نکرد و الان هم دیگر نمی توان جلوی آن را گرفت. در مورد اوراسیا

مجید افتخاری در گفت و گو با ایسنا، اظهار کرد: مرز وقاحت در بخش قاچاق پوشاک از حد خود گذشته و برنامه ای هم برای مقابله با آن وجود ندارد. قاچاقچیان در فضای مجازی صفحه دارند و تبلیغ می کنند و قیمت و کالا ارائه می دهند. حتی انتقال کالای قاچاق کانتینری را در صفحات خود به نمایش می گذارند و کم کم بلاگرهای قاچاق ایجاد می شوند.

وی با بیان اینکه اطلاعات قاچاقچی از جمله شماره تماس در این صفحات در دسترس است، تصریح کرد: در حال حاضر قاچاقچی به طور محرز خودش را معرفی و فعالیت می کند و مشخص نیست در این شرایط سیستم امنیتی دقیقاً چه کار می کند. برداشت من این است دولت برنامه ای برای صنعت پوشاک ندارد.

افتخاری با بیان این که قاچاق به بالاترین حد یک دهه اخیر در سطح عرضه رسیده است، گفت: در حال حاضر بیش از ۵۰ درصد ظرفیت تولید پوشاک در کشور خالی است. تنوع قاچاق پوشاک هم پیچیده شده و روش های مختلف از جمله فروش آنلاین، کالای استوک، تاناکورا، بنگلادشی، کانتینری، مسافری و امثال آن را شامل می شود.

مدیر پوشاک تک؛

پوشش سلبریتی ها و مجریان در پوشش جامعه تاثیر گذار است

قادر به خرید مانتو با قیمت بالا نیستند.

وی با اشاره به مدل های انتخابی برای دوخت مانتو ها گفت: مدل های مانتو ها باید متناسب با فرهنگ و نیاز جامعه باشد. برخی از تولیدکنندگان بدون مجوز اقدام به عرضه لباس های خارج از عرف جامعه می کنند. مدیر پوشاک تک معتقد است: پوشش سلبریتی ها و مجریان در نوع مد و پوشش جامعه تاثیر گذار است. پروانه اظهار کرد: در حال حاضر ترکیه برای رونق صنعت مد و پوشاک خود اقدام به سریال سازی می کند؛ این امر در صادرات آن نیز تاثیر گذار است. این در حالی است که در ایران چنین سیاستی وجود دارد.



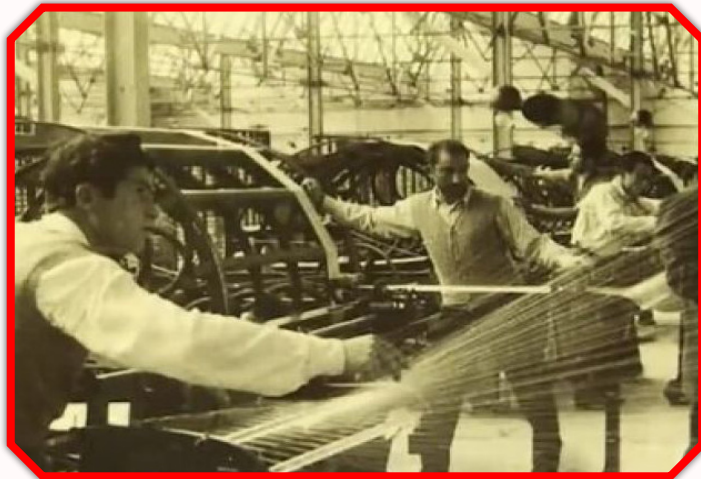
پارچه های با کیفیت پایین تر و ارزانتر استفاده کنند؛ زیرا به دلیل افزایش نرخ ارز، قیمت پارچه افزایش پیدا کرده است و افراد با توان مالی پایین

مدیر پوشاک تک معتقد است: پوشش سلبریتی ها و مجریان در نوع مد و پوشش جامعه تاثیر گذار است. ارگان های ذی ربط باید در نوع پوشش فعالیت کنند. مصطفی پروانه، در گفت و گو با ایلنا در خصوص صادرات گفت: در گذشته به کشورهای عراق و افغانستان صادرات انجام می دادیم؛ اما در حال حاضر به دلیل افزایش هزینه تولید، حضور رقاباتی مانند ترکیه باعث شده صادرات نداشته باشیم. وی در خصوص کاهش کیفیت برخی از مانتو ها اظهار کرد: در حال حاضر برای اینکه تمامی قشر جامعه بتواند خرید داشته باشند، برخی تولیدکنندگان مجبور هستند از



بلای جان صنعت پوشاک ایران چیست؟

داخلی است که با برند خارجی نصب شده روی آن به فروش می رسد. در حقیقت، قاچاق لباس به جای آنکه ضارزش باشد، تبدیل به ارزش شده است. یوسفی درباره فرم روایی مستند خود توضیح داد و گفت: این مستند، روایتی و نگاه مان به موضوع لباس، چندوجهی است. هم از تصاویر آرشیوی استفاده کردیم و هم نریشن داریم. علاوه بر این، دوربین ما سراغ افراد مختلف از جمله کارشناس، تولیدکننده لباس، مردم و ... رفته است. هر کدام از این افراد از زاویه خود به این موضوع نگاه کرده اند. علاوه بر این، قرار نیست این مستند حکم واحدی صادر کند و تلاش مان بر این است که خود مخاطب جمع بندی نهایی را در این موضوع داشته باشد. مستند «پوشنه» به تهیه کنندگی و کارگردانی امیر یوسفی، نویسندگی مجتبی محمودی، تصویربرداری مهدی علی محمدی، تدوین و صداگذاری علیرضا ناصری مستند «پوشنه» ساعت ۲۱ از شبکه مستند سیما پخش می شود.



تغییر سلیقه مردم با قاچاق لباس گفت: ارتباط مستقیمی برقرار است؛ تغییر سلیقه باعث شده که حتی تولیدکنندگان داخلی، محصولات خود را با عنوان دیگری به بازار عرضه کنند. برای مثال، لوگو فلان برند خارجی را روی لباس خود می زنند و ادعا می کنند که این کالا از خارج قاچاق شده و به بازار عرضه شده است. این اتفاق واقعا نوپدید است. جالب است بدانید ۸۰ درصد کالاهایی که به عنوان قاچاق در کشور عرضه می شود، همان محصول

موضوعات مهمی که در سال های اخیر ایجاد شده این است که لباس تولید داخل از کیفیت لازم برخوردار نیست و به همین دلیل گرایش به پوشیدن لباس خارجی در بین مردم بالا رفته است که قاچاق پوشاک یکی از دستاوردهای آن به شمار می رود. به واسطه این موضوع، آن هنر صنعت در حال از بین رفتن است. در مستند «پوشنه» ضمن مروری بر تاریخچه پوشاک در ایران، به تغییر سلیقه مردم نیز پرداخته ایم. کارگردان مستند «پوشنه» با اشاره به ارتباط

به گزارش صدای تولید، مستند «پوشنه» به کارگردانی امیر یوسفی در ششمین جشنواره تلویزیونی مستند حضور دارد و امشب (دوشنبه ۲۸ شهریور) از شبکه مستند سیما پخش شد. یوسفی درباره سوژه این فیلم گفت: مستند «پوشنه» درباره موضوع پوشاک است و نگاهی جامع به قاچاق لباس از خارج به داخل کشور مان دارد. وی ادامه داد: همانطور که می دانید در حوزه لباس و پوشیدنی ها، تاریخ کهنی در ایران داریم، تاجایی که این صنعت پیوند خورده با هنر است. در اقصی نقاط ایران از جمله بوشهر، بندرعباس، لرستان و ... پوشاکی که تولید می شود یک اثر هنری است که ویژگی های منحصر به فردی دارد. با این حال، اتفاقی که طی ۵-۶ دهه اخیر نمود پیدا کرده این است که سلیقه لباس پوشیدن مردم دچار تغییرات جدی شده است و همین موضوع زمینه را برای واردات لباس فراهم کرده است. یوسفی بیان داشت: یکی از

گرفتاری برای دومین غول صادرکننده پوشاک جهان

تورم در مقاصد صادراتی، ارسال محصولات نهایی یا سفارشات را به تعویق می اندازند. کاهش سفارشات خطری برای اقتصاد جایی است، که صنعت پوشاک بیش از ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می دهد و ۴.۴ میلیون نفر در آن مشغول به کار هستند.

چارلی رابرتسون، اقتصاددان ارشد جهانی در رنسانس کپیتال گفت: لباس یک کالای اختیاری است و اگر هزینه های اصلی مردم افزایش یابد، باید هزینه های اختیاری خود را کاهش دهند و لباس یکی از این موارد خواهد بود.



دلار افزایش یافت که ۸۲ درصد از کل صادرات را به خود اختصاص داد. کارشناسان اظهار کردند: خرده فروشان در بازارهای اروپا و آمریکا با توجه به افزایش

دومین صادرکننده پوشاک در جهان با کاهش سفارش مواجه شده است. به گزارش صدای تولید به نقل از برنا، صنعت پوشاک بنگلادش، دومین صادرکننده جهان پس از چین، با مشکلی مضاعف ناشی از کاهش تقاضای جهانی و بحران انرژی در داخل مواجه است که تهدیدی برای توقف بهبود بیماری همه گیر این کشور است. نگرانی در صنعت پوشاک این کشور آسیای جنوبی یادآور سفارش های لغو شده در روزهای اولیه همه گیری است. صادرات پوشاک این کشور در سال منتهی به ژوئن به رکورد ۴۲.۶ میلیارد

ابر قدرت های صنعت پوشاک در جهان کدام کشورها هستند؟

چرا صنعت پوشاک ایران رشد نکرد؟

معجزه ویتنام و بنگلادش

ویتنام و بنگلادش اما مثال های به مراتب جالب تری در قیاس با ترکیه هستند.

ویتنام را آمریکایی ها در جریان «جنگ ویتنام» با خاک یکسان کرده بودند، به حدی که بر اساس برخی محاسبات، به ازای هر کیلومتر مربع از خاک این کشور، آمریکایی ها ۳۲ عدد بمب روی سر ویتنامی ها ریخته بودند. در سال ۲۰۲۱ میلادی اما ویتنام حدود ۳۸ میلیارد دلار پوشاک صادر کرد و از این منظر، در جایگاه چهارم در جهان قرار داشت.

بنگلادش کشوری پر جمعیت و فقیر است، اما ۸۰ درصد از صادراتش را پوشاک تشکیل می دهد.

بنگلادش، کشوری که برای سال های سال مثالی از فقر گسترده در کتاب های درسی اقتصاد بود، حالا سال ها است که رشد متناوب (و گاه دو رقمی) اقتصادی را تجربه می کند و اصلی ترین پایه این رشد اقتصادی هم صنعت پوشاک است. خیلی ها حتی معتقدند بنگلادش می تواند (به صورت بالقوه) چین بعدی در حوزه رشد اقتصادی باشد.

تخمین زده می شود که حدود ۲۰ میلیون نفر بنگلادشی تنها در حوزه پوشاک مشغول به فعالیت باشند و این صنعت، به تنهایی نزدیک به ۸۰ درصد از صادرات بنگلادش را پوشش می دهد. در واقع، رشد اقتصادی بنگلادش، یا معجزه اقتصادی بنگلادش، مرهون صنعت پوشاک است.



هم قابلیت آن را دارد که کشورهای رابه صدر توسعه اقتصادی در جهان برساند.

شاهد مثال های این مدعا، ترکیه، ویتنام و بنگلادش هستند. در سال ۲۰۲۱ میلادی، ترکیه حدود ۲۹ میلیارد دلار محصولات نساجی و پوشاک به دنیا صادر کرد. بسیاری از ایرانی ها هم تجربه حضور مستقیم در بازار پوشاک ترکیه و خرید شخصی در این زمینه را دارند. پوشاک تولید ترکیه هم اساسا سهمی بزرگ از بازار داخلی ایران دارد.

صنعت پوشاک در ایران، با سیاست های نادرست در سال های گذشته، نابود شد. در واقع، اقتصاد ترکیه را عموما بر سه محور استوار می دانند: صنعت گردشگری، صنعت پوشاک و نساجی و صنعت خودرو. جالب تر اینکه کل صادرات غیر نفتی ایران (که البته محصولات بر گرفته شده از نفت، همچون محصولات پتروشیمیایی هم در آن منظور می شود)، در سال ۱۴۰۰ حدود ۴۸ میلیارد دلار بوده است.

صنعت پوشاک مهم تر از آن چیزی است که فکر می کنیم و در واقع، بی نهایت مهم تر. بریتانیا، نخستین ابر قدرت صنعتی جهان (البته پس از انقلاب صنعتی)، در واقع با صنعت پوشاک به جایی رسید که بزرگ ترین استعمارگر دنیا لقب بگیرد.

به گزارش صدای تولید و به نقل از تجارت نیوز، «ماشین بخار»، که اختراعش صنعت نساجی بریتانیا را با یک انقلاب مواجه کرد، پیش از هر صنعت دیگری به تولید هر چه بیشتر لباس یاری رساند. بزرگ ترین کارخانه های بریتانیایی (از جمله در شهر منچستر) هم زمانی کارخانه های نساجی بودند.

پوشاک یعنی قدرت

به طور خلاصه، این پارچه و پوشاک بود که بریتانیا را به مقام یک قدرت صنعتی رساند. این البته عجیب هم نیست.

پوشاک از جمله آن نیازهای اقتصادی است که مخاطبش تک تک افراد هستند. همه ما باید چیزی بپوشیم، چه در محیط کار، چه در جمع دوستان و چه حتی در زمانی که در خانه هستیم.

صنعت پوشاک اصلی ترین رکن بدل شدن بریتانیا به یک ابر قدرت صنعتی و اقتصادی بود.

از این نظر، صنعت پوشاک تنها با کشاورزی قابل مقایسه است، یعنی حوزه های دیگر که نیاز فرد فرد انسان ها را در سرتاسر عمر آنها تامین می کند.

محققان تاریخ اقتصاد می گویند صنعت پوشاک بریتانیا را به قدرت نخست اقتصادی در دنیا بدل

کرد؛ صنایع فولاد همین نقش را برای آلمان (در دوره ای بسیار کوتاه) داشتند و در نهایت، صنعت خودروسازی هم آمریکا را به جایگاه بزرگ ترین اقتصاد دنیا رساند.

صنعت پیشتاز بعدی و

ابر قدرت بعدی

دشوار بتوان گفت که صنعت پیشتاز بعدی چیست و ابر قدرت اقتصادی بعدی کدام کشور است.

البته نامزدهایی وجود دارند: «صنعت داده»، «خودروهای الکتریکی»، «پرینترهای سه بعدی»، «فناوری نانو» و «فناوری زیستی»، محتمل ترین گزینه ها هستند.

شاید هم سرعت تحولات به قدری زیاد شده باشد که همه این ها همزمان به صدر بیایند و خیلی زود هم جای شان را به صنایعی دیگر بدهند.

ابر قدرت های صنعت پوشاک

در دنیای امروز

اما هر چه باشد، ماهنوز هم لباس می پوشیم و صنعت پوشاک هنوز



ایران و بقیه

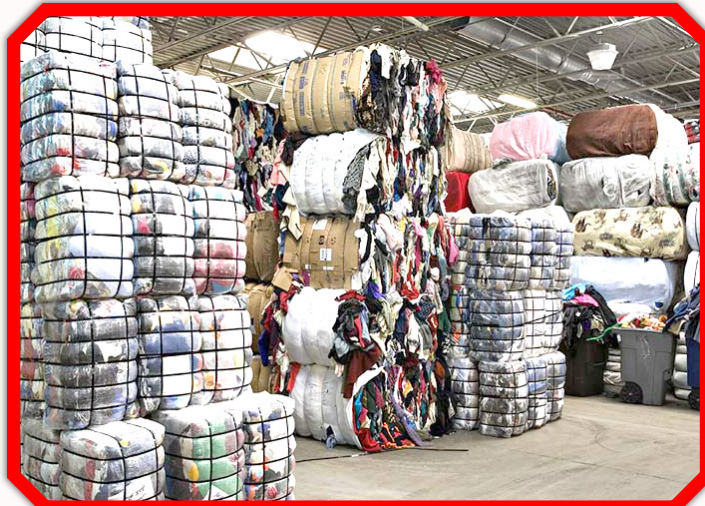
اما جالب اینجا است که چین هم همین مسیری را پیموده که حالا بنگلادش، ویتنام و ترکیه در حال پیمودن آن هستند و پیش از آنها (در قرون هجدهم و نوزدهم میلادی)، بریتانیا پیموده بود.

چین از سال ۱۹۹۳ میلادی تا به امروز، بزرگ‌ترین تولیدکننده و صادرکننده پوشاک در جهان بوده است. در سال ۲۰۲۱ میلادی، حدود ۵۲ درصد از تمام تولیدات پوشاک در جهان در چین انجام گرفته بود و در همان سال، چینی‌ها حدود ۱۱۸ میلیارد دلار صادرات پوشاک داشتند.

اروپایی‌ها هم هنوز این فرصت و این بازار را جدی می‌گیرند و نام آلمان، اسپانیا و ایتالیا هم در میان بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک در جهان به چشم می‌خورد.

قاجاق پوشاک هم یکی دیگر از مشکلات این صنعت در ایران است. اما چرا ایران چنین مسیری را طی نکرده است؟

پاسخ‌های فراوانی می‌توان به این پرسش داد، از جمله اینکه درهای واردات پوشاک چینی به ایران، در سال‌های گذشته بیش از آن باز بوده که صنعت پوشاک ایران توان



به فرصت‌های جانبی هم فکر کنید: اشتغال‌زایی در صنعت خرده‌فروشی (مغازه‌های فروش لباس)؛ تبلیغات تلویزیونی؛ بیلبوردها؛ رونق مراکز تجاری و ده‌ها مورد دیگر.

برخی هم به زنجیره تامین در صنعت پوشاک اشاره می‌کنند و آن را مانعی بر سر راه توسعه صنایع پوشاک و نساجی در ایران می‌بینند. به عنوان نمونه، ایران نزدیک به دو دهه است که با کاهش چشم‌گیر سطح تولید پنبه مواجه بوده است و علت اصلی هم روشن است: کمبود آب در ایران.

برخی می‌گویند که اگر ایران تولید گسترده پنبه داشت، قیمت پوشاک ایرانی می‌توانست به مراتب پایین‌تر باشد و حتی در مقایسه با

رقابت با کالاهای چینی را داشته باشد. اما این حجم از فرصت‌سوزی حیرت‌آور است و شاید یک محاسبه سرانگشتی نشان بدهد که ما واقعا چه فرصت عظیمی را از تولید داخلی مان دریغ کرده‌ایم.

چرا صنعت پوشاک ما رشد نکرده؟

فرض کنید تنها ۷۰ میلیون نفر از ایرانی‌ها (و نه همه ایرانی‌ها)، به طور متوسط سالانه تنها یک میلیون تومان هزینه پوشاک داشته باشند. (واضح است که این فرض چقدر دست‌پایین است!)

در این محاسبه ساده، بازار پوشاک ایران سالانه ۷۰ هزار میلیارد تومان خرید مستقیم را شاهد خواهد بود. (و باز هم تاکید می‌کنیم که این محاسبه چقدر دست‌پایین است.)

نمونه‌های ترکیه‌ای، رقابت‌پذیری بالاتری داشته باشد.

چرا در عین بحران آب هندوانه صادر می‌کنیم، اما پنبه (با ارزش افزوده بالاتر) تولید نمی‌کنیم؟

اما همه چیز هم الزاما به آب بر نمی‌گردد. مثلا، همین روزها خبر رسیده بود که ایران به ترکیه هندوانه صادر می‌کند، در حالی که ترکیه ترجیح می‌دهد هندوانه کشت نکند تا منابع ارزشمند آب را هدر ندهد. مشکل آب در ایران به سطح فرابحرانی رسیده، اما اگر قرار بود آب را در قالب صادرات هندوانه هدر بدهیم، چرا مثلا پنبه کشت نکردیم که ارزش افزوده بالاتری دارد؟

مشکل ما نبود «استراتژی توسعه صنعتی» است. به عبارت ساده، با وجود ده‌ها هزار کارمند، هزاران میلیارد تومان بودجه دولتی، صدها ساختمان و ده‌ها گروه پژوهشی، ساختار مدیریت صنعتی در ایران اساسا رها است و کاری برای آن صورت نمی‌گیرد.

ظاهر اما باید آن قدر هندوانه صادر کنیم که با بحران‌های امنیتی - اجتماعی معطوف به حوزه آب مواجه شویم. تا آن زمان، ما باید لباس‌هایی که می‌پوشیم را هم از بنگلادش، ترکیه و ویتنام وارد کنیم.



بلا تکلیفی در مقابله با قاچاق پوشاک؛

تحويل پوشاک ترک ظرف ۳ روز در منزل!

مجوز فعالیت برندهای

خارجی سال ۹۹ تمام شد

در این میان به گفته عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران قرار بوده از ابتدای تیرماه بابرندهای مخرز پوشاک قاچاق برخورد شود، اما عملاً هیچ اتفاقی نیفتاده است. این در حالی است که کلیه برندهای خارجی در کشور غیر قانونی هستند. برندهایی که اعلام می کنند در کشور در حال تولید هستند هم غیر قانونی محسوب می شوند و طبق استعلامی که از کشورهای مبدا گرفته شده، آنها هیچ نمایندگی در ایران ندارند.

بلا تکلیفی در مقابله با قاچاق پوشاک

همچنین به گفته وی سال گذشته ستاد مقابله با قاچاق مقرر کرده بود، مالها و مراکز تجاری، تابلوهای برندهای محرز قاچاق را جمع آوری کنند که این امر محقق نشده و تاکنون هم برخوردی با آنها صورت نگرفته است. با وجود اینکه ستاد نامه کتبی در این رابطه داشته، امروز می گوید مسئول جمع آوری تابلوهای شهرداری است و برخورد با پدیده قاچاق عملاً به بخش های مختلف پاسکاری می شود. بنابراین در این شرایط که با برندهای محرز قاچاق برخورد نمی شود و صندوق های مکانیزه هم هنوز نصب نشده، طرح شناسه کالا به تنهایی تاثیری بر کاهش قاچاق نخواهد داشت. همچنین تبصره چهار ماده ۱۸ که بر اساس آن هر کالای فاقد شناسه، قاچاق محسوب می شود و باید ضبط شود، در حال پاسکاری بین دستگاه های مختلف است و تا این لحظه ابلاغ نشده است.



ترکیه هم در کشور فعالیت می کنند؛ به طوری که ظرف سه روز پوشاک ترک در منزل تحويل داده می شود و تمام فعالیت بانکی هم از سیستم مجاز داخل کشور استفاده می شود. علاوه بر این ها، سهمیه مناطق آزاد و ته لنجی نیز وجود دارد.

افتخاری با بیان اینکه بازار ۸۵ میلیونی کشور دو دستی تقدیم ترکیه، چین و بنگلادش شده، تصریح کرد: قاچاق پوشاک از ترکیه به طور سرسام آوری در حال افزایش است. این در حالی است که هیچ برنامه ای برای حمایت از تولید کنندگان در داخل وجود ندارد. حتی وزارت صمت پوشاک را از اولویت اول در بحث مقابله با قاچاق خارج و به اولویت پنجم منتقل کرده است.

وی با بیان اینکه کشور هر روز با شیوه های نوین قاچاق مواجه است، گفت: سال گذشته با افزایش قاچاق پوشاک از بنگلادش و توسعه فروش آنلاین پوشاک مواجه بودیم و امسال هم قاچاق از ترکیه به روش های گوناگون افزایش یافته است.

سمت انفعال رفته است. حتی اخیراً اعلام کرده وظیفه برخورد با قاچاق را ندارد، بلکه فقط هماهنگ کننده است و باید دستگاه های مرتبط کنار هم قرار گیرند. این در حالی است که هماهنگ کردن این تعداد دستگاه با یکدیگر کار زمان بر و پیچیده ای است.

در حال تبدیل شدن به مستعمره ترکیه در صنعت پوشاک هستیم

وی با بیان اینکه با افزایش دستمزد، حامل های انرژی و در مقابل ثبات نسبی نرخ ارز، قاچاق سود آور شده، تصریح کرد: در سال گذشته شاهد هجوم قاچاق پوشاک از بنگلادش و چین بودیم و حالاً هم در حال تبدیل شدن به مستعمره ترکیه در صنعت پوشاک هستیم. روزانه چند ده تن قاچاق پوشاک از طریق رویه مسافری به کشور وارد می شود.

تحويل سه روزه پوشاک ترک، در منزل!

همچنین به گفته عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک، شبکه های گسترده فروش آنلاین پوشاک

عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، با بیان افزایش قاچاق پوشاک از ترکیه گفت: موضوع مقابله با قاچاق در پوشاک به اولویت پنجم وزارت صمت تبدیل شده است.

به گزارش صدای تولید و به نقل از ایسنا، عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران با بیان اینکه بازار ۸۵ میلیونی کشور دو دستی تقدیم ترکیه، چین و بنگلادش شده، گفت که در حال تبدیل شدن به مستعمره ترکیه در صنعت پوشاک هستیم؛ به طوری که شبکه های گسترده فروش آنلاین پوشاک ترکیه ظرف سه روز پوشاک ترک را در منزل تحويل می دهند.

مجید افتخاری، با بیان اینکه در شرایط فعلی اراده ای برای مقابله با قاچاق پوشاک در کشور وجود ندارد، تصریح کرد: قاچاق پوشاک در کشور به شرایط قبل از سال ۱۳۹۷ که به طور لجام گسیخته ای کالای قاچاق عرضه می شد برگشته است.

وی با بیان اینکه از نیمه سال ۱۳۹۸ برخورد با قاچاق پوشاک در سطح عرضه متوقف شد، گفت: در این مدت برخورد با کالای قاچاق ناچیز بوده است. برای مثال در شرایطی که از یک فروشگاه آنلاین معروف پوشاک قاچاق ضبط شد، حتی برای یک ساعت سایت این فروشگاه بسته نشد.

عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران معتقد است رویکرد ستاد مقابله با قاچاق کالا و ارز تغییر کرده و به جای پیگیری های سال ۱۳۹۷ بیشتر به



معاون شرکت شهرک های صنعتی ایران:

استان همدان می تواند به قطب منطقه ای پوشاک تبدیل شود

انقلاب اسلامی تربیت مدیران فعال و کار بلد است که با وجود آن ها به سمت و سوی توسعه حرکت می کنیم. وی با بیان اینکه امیدواریم در عرصه های پیشرفت و توسعه، رو به رشدی حرکت کنیم، ادامه داد: باید صنعت استان همدان را در بدنه آموزشی و محصولات صادرات محور توسعه دهیم و فضای رو به رشدی را برای صنعت گران فراهم کنیم.

مدیر عامل سابق شرکت شهرک های صنعتی استان همدان نیز در این آیین گفت: در ابتدای فعالیت من در این مجموعه، شرایط کرونایی موجب کاهش تولید و مشکلاتی در شرکت شهرک های صنعتی شده بود. محمدرضا بادامی افزود: موجی از حضور سرمایه گذاران برای سرمایه گذاری در همدان و شهرستان بهار آغاز شده بود که با همفکری صورت گرفته، برای جذب آن ها همکاری شد. وی با اشاره به اینکه زمینه های ایجاد ناحیه صنعتی شهرستان در گزین، آماده شده است، اظهار داشت: اراضی ناحیه ۲ شهرک صنعتی لالچین به مساحت ۵۷ هکتار و ۳۰ هکتار نیز برای توسعه در سال های آینده آن، تملیک شد. بادامی خاطر نشان کرد: توسعه شهرک صنعتی فرسج به مساحت ۱۵ هکتار انجام شد و نخستین واحد آن نیز به یک سرمایه گذار خارجی واگذار شد. وی با اشاره به اینکه توسعه شهرک صنعتی بهارن به مساحت ۴۰ هکتار با فعالیت ۱۰۰ واحد صنعتی انجام شد، گفت: ناحیه صنعتی فامنین و صالح آباد در حد زمین خالی بود که در حال حاضر هر کدام ۱۰۰ واحد صنعتی دارد.



خود وارد سامانه شوند و درخواست ها و مشکلات خود را پیگیری کنند. وی افزود: تلاش داریم در جلسات هفتگی ستاد تسهیل که با حضور استاندار برگزار می شود، همه مشکلات واحدهای تولیدی استان برطرف شود. معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار همدان اظهار داشت: سفر رییس جمهور به استان همدان در پیش است و با همکاری و هم فکری واحدهای صنعتی، امیدواریم بهترین میزبانی را از رییس جمهور داشته باشیم. مدیر کل صنعت، معدن و تجارت استان همدان نیز گفت: مدیر عامل سابق شرکت شهرک های صنعتی استان همدان، در طول فعالیت خود زحمات زیادی کشیدند و از تلاش های وی برای توسعه صنعتی استان قدردانی می کنیم. احمد شانیان با آرزوی موفقیت برای مدیر عامل جدید شرکت شهرک های صنعتی استان همدان، افزود: همدان به عنوان پایتخت تاریخ و تمدن ایران زمین، مردمانی از جنس آسمانی دارد و این مردم لایق بهترین ها هستند. شانیان تصریح کرد: یکی از برکات

عنوان یک محصول منحصر به فرد، توانایی بسیار زیادی برای توسعه سرمایه گذاری، اشتغال و ارزآوری دارد.

استان همدان می تواند به قطب منطقه ای پوشاک تبدیل شود

معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار همدان نیز در این آیین گفت: در راستای تحقق گام دوم انقلاب یک جوان انقلابی، خوشفکر، دارای برنامه، پای کار و از بدنه شرکت شهرک های صنعتی، به عنوان مدیر عامل شرکت شهرک های صنعتی استان منصوب شده است. ظاهر پورمجاهد افزود: از واحدهای صنعتی استان درخواست داریم در طول پیک مصرف برق از ۱۵ تیر تا ۱۵ مرداد با مصرف بهینه در تامین برق مشترکان خانگی ما را یاری کنند. وی اظهار داشت: با توجه به افزایش آمار مبتلایان به کرونا، ستاد مقابله با کرونا، استفاده از ماسک را در استان همدان الزامی کرده است تا در اجتماعات عمومی، قطار، اتوبوس و آیین های مذهبی از ماسک استفاده شود. پورمجاهد ادامه داد: در حوزه رفیع موانع تولید، ستاد تسهیل استان همدان یک سامانه دارد و تولید کنندگان می توانند از کارگاه

معاون توسعه مدیریت و منابع سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران گفت: در حوزه پوشاک کشورهایی همچون بنگلادش و ترکیه به قطب تولید منطقه تبدیل شده اند در حالی که استان همدان این ظرفیت را دارد تا در این حوزه و سری دوزی، به قطب منطقه ای تبدیل شود. به گزارش صدای تولید و به نقل از ایرنا، رضارحیمی روز شنبه در آیین تکریم و معارفه مدیر عامل شرکت شهرک های صنعتی استان همدان گفت: استان همدان به عنوان یکی از استان های فعال در زمینه صنایع کوچک محسوب می شود و سه محصول صنعتی آن شهرت جهانی دارد. وی تصریح کرد: «سفال»، «مبل» و «صنایع چوب» استان همدان در کشور سرآمد است و قابلیت های بسیار زیادی برای صادرات این محصولات و ارزآوری برای کشور وجود دارد. وی اظهار داشت: استان همدان همواره در تولید این محصولات رتبه نخست کشور را دارد و سایر استان ها می توانند با الگو برداری از همدان، کیفیت تولیدات خود را ارتقا دهند. رحیمی تصریح کرد: استان همدان ظرفیت های بسیار فراوانی در رابطه با توسعه صنایع کوچک دارد و نباید به این شرایط قانع باشد. وی تاکید کرد: در حوزه پوشاک کشورهایی همچون بنگلادش و ترکیه به قطب تولید منطقه تبدیل شده اند در حالی که استان همدان این ظرفیت را دارد تا در این حوزه و سری دوزی، به قطب در منطقه تبدیل شود. معاون توسعه مدیریت و منابع سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران گفت: سفال لالچین به

همسر رئیس جمهور:

مد و پوشاک به مطالعات حوزه اخلاق گره می خورد

و به پیروی کامل از همه فرامین الهی حتی مواردی که با فهم عرفی و عقل عرفی ماناسازگار است منجر می شود. اغلب به کودک آزاری یا قتل یا مواردی از این قبیل اشاره می کنند.

دیالوگ شهودات اخلاقی با فهم روشمند و سازوار از دین یا متن مقدس جهت اعتبار بخشی به روایت ما یا برداشت ما از متن مقدس لازم می باشد. در اینجا است که دو شیوه در پیش می گیرند؛ یکی شیوه رابرت آدامز که بر پیروی از خدای مهربان تأکید دارد و دیگری شیوه جان رالز که بر موازنه متأملانه و واکاوی مبادی و مبانی شهودات اخلاقی تأکید دارد.

عدم تعیین انتولوژیک ارزش های اخلاقی توسط خداوند که در واقع بر تفاوت در دو نوع الهیات یعنی خدای دئیستی یا نامتعین و غیر شخصی و خدای ادیان ابراهیمی یعنی شخص عالم قادر، صاحب اراده، صاحب جود و... تمرکز دارد. ضرورت سازگاری معرفت شناختی متن مقدس یا دین با امور جهانشمول (دستاوردهای بشر، حقوق بشر) نتیجه خطرناک: اخلاق سکولار با فرامین خدا در دین همپوشی دارد. مثال: عدالت فعل خداست و متعلق آن نمی تواند با فهم عرفی از عدالت یا امر اخلاقی ناسازگار باشد (کودک آزاری یا قتل و...) و اگر سازگاری نداشته باشد (مثل حدود زنا، قصاص و...) بسته به مورد فرد خدا باور باید تصمیم اخلاقی بگیرد و برای این کار لازم است شهودات اخلاقی عرفی را با فرامین الهی به دیالوگ بگذارد.



فایده و افزایش ضرر دیگران است. از منظر اخلاق وظیفه گرا دروغ بد است چون متضمن نفی فرمانی از فرمان های عقل خود بنیاد کانتی یا اصل جهانشمولی آن است. از منظر اخلاق خدا باورانه دروغ بد است چون متضمن دشمنی با خداست. چالش مهم این عصر و در تمام جامعه ها برای مد و مدپوشی عرفی گرای و دین گرایی است که در قالب چالش حجاب و بی حجابی ظهور گسترده ای پیدا کرده است. در سمت عرفی گرای که نویسندگان و فعالان اجتماعی مخالف با سیاست دینی قرار می گیرند هر چند دین را به عنوان یک امر اجتماعی اثر گذار می بینند مفروضاتی وجود دارد.

استقلال انتولوژیک اخلاق از دین یعنی هر چند در دین باوران اخلاق به لحاظ روانشناختی بر علایق دینی استوار می شود ولی ابتدای وجود شناختی اخلاق بر دین ناموجه است چون به غلبه خواست الهی بر شهودات اخلاقی و بدیهیات اخلاقی ما منجر می شود

جنبه هایی از اجتماعی شدگی است و معمولاً متناسب با برخی اصول جهانشمول و برخی عادات اخلاق محلی شکل می گیرد. از این رو هر یک از ما به تجربه درمی یابیم که فارغ از رویکرد و مبانی مدپوشی، هم مدپوشی حکایتگر باورهای اخلاقی و دینی و خصوصیات روانی افراد است و هم مد و پوشاک مثل سایر رفتارها یک زبان غیر گفتاری است و در واقع دغدغه ها، ارزش ها، سلیقه ها، ملاحظات مالی و عمومی و استقلال اخلاقی و شرایط و طبقه اجتماعی افراد را بیان می کند. معمولاً بحث مد و پوشاک به طور مستقیم یا به طور غیر مستقیم به مطالعات حوزه اخلاق گره می خورد که در رشته های فلسفه اخلاق و فلسفه و جامعه شناسی مورد توجه قرار گرفته است. مثالی برای بحث های اخلاقی این است که مثلاً استدلال برای گزاره دروغ بد است به این ترتیب می شود که از نگاه اخلاق هنجاری فایده گرا دروغ بد است چون متضمن کاهش

نظر همسر رئیس جمهور درباره مدپوشی مد یک زبان غیر گفتاری است عرف گرایان در مقوله حجاب در برابر سیاست دینی قرار دارند خانواده، مدرسه، دانشگاه و تقریباً تمام بازار کالاهای فرهنگی به مواجهه عقلانی و متعهدانه با جریان های مد و پوشاک نیاز دارند. ولی متأسفانه به چند دلیل همچنان مانعی بزرگ در برابر چنین مواجهه عقلانی و متعهدانه وجود دارد.

به گزارش صدای تولید به نقل از همشهری آنلاین، جمیله علم الهدی استاد فلسفه تعلیم و تربیت دانشگاه شهید بهشتی و و رئیس ستاد تعلیم و تربیت شورای عالی انقلاب فرهنگی در روزنامه ایران نوشت:

دست کم دو رویکرد اجتماعی و اخلاقی به موضوع مد وجود دارد: در رویکرد اجتماعی که خود واژه مد و مدپوشی تخته بند آن هستند، معلوم و مبرهن است که مد ماهیت اجتماعی دارد و اقتضای این نوع ماهیت وابستگی به نهادهای اجتماعی است. از این رو مد و مدپوشی به همه یا برخی عناصر مهم در نهادهای اجتماعی از جمله اقتصاد، سیاست، فناوری، زبان، تاریخ و... حساس است.

در رویکرد اخلاقی پوشش و از جمله مدپوشی به اصطلاح **moral relevant یا moral based** است یعنی به باورهای اخلاقی فرد به خودی خود یا فرد در مقام عضویت یک گروه وابسته می باشد. مدپوشی حتی در همین رویکرد اخلاقی متضمن



در یک شرکت دانش بنیان؛

پوشاک ضد تعریق طراحی و تولید شد

پارچه تنفس پذیری بالایی دارد و هوا و بخار آب از آن به راحتی عبور می کند و فرد احساس گرمانمی کند. در طراحی این پارچه به خاصیت آنتی باکتریال بودن آن توجه شده است. در لایه داخلی این نوع پوشاک نیز سوپر جاذب هایی وجود دارد که بوی عرق را جذب می کند. گفتنی است تمام مواد مصرفی به کار رفته در این پوشاک تولید داخل است. همچنین این محصول دانش بنیان به مرحله تجاری سازی رسیده و در حال حاضر شرایط صادرات به کشورهای حاشیه خلیج فارس مهیا شده است که با تحقق آن شاهد ارزآوری برای کشور خواهیم بود.

دنبال روشی رفتند تا علاوه بر این که به عنوان روش غیرتهاجمی مانعی برای تعریق نباشد، بلکه موجب می شود فرد به صورت طبیعی عرق کند. قابل ذکر است که نمونه های داخلی به صورت غیر تکنولوژیک هستند و صرفاً از پلاستیک برای ممانعت نش عرق استفاده می کنند که باعث کاهش طول عمر پوشاک، گرمای شدید و بو گرفتن پلاستیک در بلندمدت می شود. قسمت داخلی پارچه کوال فابریک پوشاک، که با بدن در ارتباط است آبدوست بوده و باعث جذب عرق می شود و لایه بیرون لباس آب گریز است و مانع از نش عرق به لباس اصلی می گردد. همچنین این نوع

دنیا و به ویژه در ایران دچار معضل تعریق بیش از حد یا هایپرهیدروزیس هستند. رد تعریق و بوی عرق همواره موجب دوری این افراد از اجتماع می شود و این موضوع علاوه بر تاثیر در میزان اعتماد به نفس افراد باعث بروز بیماری های پوستی نیز می شود. برای حل این معضل روش های مختلفی وجود دارد که از جمله آنها می توان به تزریق بوتاکس به ناحیه زیر بغل یا جراحی غدد اشاره کرد که این روش ها بسیار تهاجمی هستند و در عملکرد طبیعی بدن اختلال ایجاد می کنند. پژوهشگران دانشگاه شریف با «طراحی پوشاک ضد تعریق» به

پژوهشگران دانشگاه صنعتی شریف موفق به طراحی پوشاکی شده اند که خاصیت ضد تعریق دارد. این پوشاک دارای سوپر جاذب ضد بوی عرق است. به گزارش صدای تولید و به نقل از دانشگاه صنعتی شریف، جمعی از دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه صنعتی شریف از سال ۱۳۹۸ در یک شرکت دانش بنیان فعالیت خود را در زمینه پوشاک پیشرفته آغاز کرده اند. این شرکت که عضو پارک علم و فناوری دانشگاه و توسعه دهنده و عرضه کننده پوشاک ضد تعریق برای نخستین بار در کشور است. بیش از ۴ درصد مردم در





مرداد و شهریور ۱۴۰۱

صاحب امتیاز: خبرگزاری کار ایران (ایلنا)

مدیرمسئول: مسعود حیدری

رئیس شورای سیاستگذاری و مدیر اجرایی: مرتضی بلوکی

ویژه‌نامه مجازی اتحادیه پوشاک تهران

سرمدبیر: لیلا محمودزاده

تحریریه: مرضیه بندلی - عکس: جواد همت‌خواه

آدرس اتحادیه: تهران، میدان سپاه، خیابان پادگان ولیعصر، بعد از بوشهر، پلاک ۲۲

تلفن: ۰۲۱-۷۷۵۰۱۴۵۲

ادرس دفتر نشریه: تهران، خیابان شریعتی، خیابان ملک، پلاک ۳۸، طبقه دوم، واحد ۱۲

تلفن: ۰۹۱۲۲۲۵۰۷۸ - ۷۷۶۳۴۸۸۹ - ۰۲۱ و ۷۷۶۳۴۷۱۴ - ۰۲۱ و ۷۷۵۲۹۲۱۰ - ۰۲۱

اعضاء هیئت مدیره

ابوالقاسم شیرازی



- مدیری زحمتکش، توانمند، متواضع، صبور و خدمتگزار صنف پوشاک کشور، کاسبی موفق در کسب و کار با ۴۰ سال سابقه تولید و فروش پوشاک
- نماینده اتاق اصناف ایران در کمیسیون تخصصی پوشاک کشور
- عضو فدراسیون جهانی پوشاک (IAF)
- عضویت در پژوهشکده زنان، شورای راهبردی دانشگاه جامع علمی کاربردی و صندوق های قرض الحسنه
- مشاور رییس دانشگاه، نماینده مجلس و توسعه کارآفرینی و اشتغال اتاق اصناف ایران
- دانشجوی تجاری سازی دانشگاه علامه طبرسی
- کارشناسی کسب و کار (MBA) لیسانس دوره کارآفرینی
- محقق و نویسنده ۱۳ جلد کتاب تخصصی مرتبط با پوشاک

کامبیز مروت جو



- مدیر خوشنام، نیکوکار و از خیرین مؤسسات عام المنفعه، بهزیستی، مدارس و سایر نهادهای مدد جویی و مردم نهاد
- مدیر عامل شرکت تولیدی بازرگانی پوشاک آپلار با ۳۵ سال سابقه
- تولیدکننده و کارآفرین موفق و توانمند پوشاک
- عضویت در کارگروه مد و لباس، کمیسیون فرهنگی و آموزشی پوشاک
- لیسانس کارشناسی حفاظت از محیط کار



محمد حسین عرب گرمی

- مدیر و کارشناس طراحی، تولید و فروش پوشاک در کارگروه تولید اتحادیه
- مدیر عامل شرکت تولیدی و بازرگانی پوشاک زنبق آبی با ۳۵ سال سابقه
- کارشناس ارشد و مشاور اتحادیه در امر تولید پوشاک
- نماینده اتحادیه در روابط بین الملل و مسلط به زبان انگلیسی
- عضو مرکز پژوهش ها و کمیسیون فنی اتحادیه

مهناز امیرمعز



- مدیر جوان و کارشناس امور صنفی با ۱۵ سال سابقه اجرایی
- لیسانس کامپیوتر با ۱۰ سال سابقه فعالیت در حوزه پوشاک
- عضو کمیسیون علمی و آموزشی اتحادیه

محمود رفیع پور



- کاسبی متعهد، مؤمن و پیشکسوت و معتمد صنف با ۴۰ سال سابقه
- فردی دارای تحصیلات کلاسیک، حوزوی و قرآنی
- دبیر انجمن اسلامی، دبیر شورای امر به معروف و نهی از منکر و فرمانده بسیج صنف پوشاک

منصور الیاسی



- مدیر عامل شرکت ال سی من بزرگترین کارخانه صنعتی تولید پوشاک مردانه
- لیسانس مدیریت بازرگانی با بیش از ۴۰ سال تجربه فعالیت در حوزه تولید و توزیع پوشاک مردانه
- عضو هیأت مدیره اتحادیه تولید و صادرات و نساجی و پوشاک ایران و عضو مؤسسه انجمن صنایع پوشاک ایران
- منتخب کارآفرین برتر سال ۹۵ و منتخب برند برتر از پنجمین جشنواره بین المللی مد و لباس فجر
- عضویت در مجمع مدیران دانش بنیان و کارگروه کشوری مد و لباس اتحادیه

مجید افتخاری



- دکترای کارآفرینی گرایش کسب و کار
- استاد دانشگاه (طراحی لباس تهران جنوب)
- محقق و پژوهشگر در حوزه مد و لباس
- بیش از ۲۰ سال سابقه تولید، توزیع و فروش پوشاک
- مدیر عامل گروه تولیدی عصر جدید

اکرم قاضی دیزجی



- مدیری توانمند و مسلط به امور نظارت با ۲۰ سال سابقه
- دارا بودن کارشناسی ارتباطات، لیسانس مترجمی زبان انگلیسی و کارشناس کسب و کار (MBA)
- مدیری ایده پرداز در حوزه طراحی پوشاک و موفق در حوزه فروش پوشاک با ۲۰ سال سابقه
- عضو کمیسیون فرهنگی آموزشی و استاد کلاس های مشتری مداری صنف پوشاک