

عفاف و حجاب مستلزم نظارت و فرهنگ سازی

اگر این بر خوردها صورت می گیرد چگونه شاهد ادامه این نوع پوشش در جامعه هستیم؟ در این بین شاید رسیدن به این پاسخ که این لباس ها بصورت قاچاق و یا



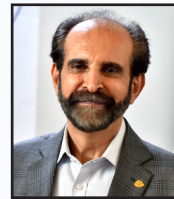
عفاف و حجاب مسئله مهمی است که در بین تمامی ادیان به خصوص دین مبین اسلام بسیار بر آن تاکید شده است. بر همین اساس کشورهای اسلامی

همواره مردم خود را بر رعایت شئونات اسلامی در پوشش ترغیب و تاکید می کنند. مسئله ای که اخیرا با چالش مواجه شده و این چالش و ناهنجاری ها به حدی رسیده است که برخی از نمایندگان مجلس نیز به این مسئله ورود کرده و آن را ریشه یابی می کنند تا بتوانند برای رفع این مشکل راه حلی مناسب ارائه دهند. مسئله ای که در این بین گاه به دست فراموشی سپرده شده و یابا آن توجهی نمی شود این است که جدیتی در نظارت بر طرح پوشاک تولیدی در تولیدی ها نمی شود. فروش پوشاک کاملاً تابع عرضه است؛ به معنای دیگر پوشاک در فروشگاه ها عرضه می شود که در تولیدی ها دوخته و عرضه شده است؛ بنابراین اگر لباسی در فروشگاهها به نمایش در نیاید و عرضه نشود، در جامعه نیز دیده نخواهد شد. متأسفانه علیرغم نظارت های جدی اتحادیه پوشاک، برخی از تولید کنندگان و فروشگاه های به اصطلاح زیر پله ای بدون مجوز، لباس هایی با طرح و مدل های نامناسب تولید و عرضه می کنند و موجب می شوند خریداران از پوشش های نامناسب استفاده کنند. سوالی که ذهن دغدغه مندان عفاف و حجاب را به خود مشغول کرده، این است که اگر تولید و عرضه این نوع پوشاک در جامعه ناهنجاری به وجود می آورد، چرا شاهد بر خوردهای جدی از سوی نهادهای ذی ربط مانند اماکن؟

اگر این بر خوردها صورت می گیرد چگونه شاهد ادامه این نوع پوشش در جامعه هستیم؟ در این بین شاید رسیدن به این پاسخ که این لباس ها بصورت قاچاق و یا اینکه بصورت زیر پله ای تولید و عرضه می شود نیز روشن است. نکته ای که نیاز است به منظور اصلاح پوشش مردم صورت گیرد، فرهنگ سازی است؛ بنابراین نیاز است که به منظور مناسب سازی پوشش ایرانی به سمت فرهنگ سازی حرکت کرد. زیرا کسانی که امروز لباس های نامناسب می فروشند و یابی پوشند، فرهنگ ایرانی اسلامی را هدف گرفته اند. اگر فرهنگ ایرانی آسیب ببیند، فقط یک نفر آسیب ندیده است؛ بلکه همه افراد جامعه آسیب خواهد دید. از سوی دیگر گروهی عفاف و حجاب را در مقابل شیک پوشی و آراستگی قرار داده اند که اصلاً اینگونه نیست. فرهنگ ایرانی اسلامی از روش پیامبر گرامی اسلام الگو گرفته شده است که همواره بر رعایت پوشش مناسب و آراستگی تاکید داشته اند و پوشش زیبا و آراستگی و استفاده از عطر از نشانه های شخصیتی ایشان بوده است. همچنین در همه کشورهای دنیا، کارمندان و افراد شاغل در نهادهای مختلف باید بر طبق قوانین موجود و از پیش تعیین شده لباس مناسب را تهیه و بپوشند. اما در کشور ما به این مسئله توجهی نمی شود. در آخر ضمن تشکر از پیگیری های اتحادیه پوشاک و به ویژه آقای ابوالقاسم شیرازی و اهتمام ایشان به مسئله عفاف و حجاب، نیاز است تا نظارتها بر تولید کنندگان و فروشگاههای که لباس نامتعارف تولید و عرضه می کنند تشدید شود.

ابوالقاسم شیرازی مطرح کرد: آخرین اقدامات اتحادیه پوشاک برای حل مشکل مالیات فعالان صنف پوشاک

تحریمها برای ما یک اصل است و در این نگاه کنار گذاشتن لباسی که قابل استفاده است به بهانه مد قابل قبول نیست زیرا مد نوعی



ابوالقاسم شیرازی رئیس اتحادیه پوشاک تهران در گفتگو با خبرنگار ایلنا با اشاره به اجرای طرح صیانت عفاف و حجاب در

ابتدای تابستان گفت: طرح صیانت و دفاع و حجاب موضوع امروز نیست بلکه چند سال است که در واقع این بحث صیانت از فرهنگ عفاف و حجاب دنبال می شود و دستگاه های مختلفی هم در این رابطه مسئولیت دارند و یک کار گروه برای آن در وزارت کشور تعریف شده است. وی با اشاره به برگزاری جلسات طرح عفاف و حجاب در وزارت کشور گفت: آنچه که امروز ما به عنوان صنف پوشاک با آن روبه رو هستیم عدم رعایت این اصول و موازین هست که از طراحی مد تا تولید را در بر می گیرد و بیشتر هم درباره مدهای غربی است. شیرازی با اشاره به اینکه مادر جامعه ایرانی اسلامی به معنای آن چیزی که در غرب به آن مد گفته می شود مد نداریم افزود: ما به لباس جذاب لباس شیک لباس هایی که در واقع خالی از هر ایرادی باشند و تنوع در لباس وجود داشته باشد اهمیت می دهیم. وی ادامه داد: امروز بحث تحریمها و موضوع اقتصاد مقاومتی و مبارزه با

تجمل گرایی است. شیرازی با اشاره به لزوم کار فرهنگی گفت: کسانی که تربیون های فرهنگی دستشان است باید این فرهنگ را جا بیندازند که اصل باید مصرف بهینه که سلامت جسم و روح را باهم دارد باشد و در این فرهنگ پوشیدن برخی لباسهای بی دکمه و یا شلوارهای پاره برای زنان و مردان دیگر معنایی ندارد و ما قطعاً با کسانی که عمداً لباسهای نامتعارف بفروشند قطعاً برخورد قانونی می شود. وی بار دیگر این مطلب را تکرار کرد و افزود: در واقع نظارت های اماکن و اتحادیه بیشتر شده و این به معنای سخت گیری نیست مثلاً در سال گذشته همین نظارتها را انجام می دادیم طرح مشترک داشتیم ولی امروز دیگر مستمر شده یعنی در گذشته مثلاً ما ممکن بود هفته ای دو روز طرح اجرا کنیم اما امسال هر روز این نظارتها مستمر انجام می شود و استمرار و تشدید نظارتها سختگیری نیست.



مساعده‌تهای انجام شود و قرار شده تولید کنندگان و فروشندگان میزان درآمد و تراکنشهای مرتبط خود را اظهار کنند. شیرازی با اشاره به برگزاری مطلوب نمایشگاه تهران مدکس در سال گذشته گفت: انشالله مهر ماه امسال نمایشگاه پوشاک بصورت عام و با حضور همه انجمنها و تولید کنندگان با وسعت بیشتر در محل دائمی نمایشگاههای بین المللی پوشاک برگزار می‌شود.

گرفته است که بر اساس میزان تراکنشهای کارخوانها مالیات بگیرند در حالی که این روش غلط است زیرا بسیاری از تولید کنندگان و فروشندگان سایر فعالیتهای مالی خارج از صنف خود رانیز از طریق این کارخوان انجام می‌دهند و حال اگر اداره مالیات بخواهد از همه تراکنشها مالیات بگیرد درست نیست. وی ادامه داد: جلسات و گفتگوهای با سازمان مالیاتی داشتیم و قرار شده که

نیروی انتظامی تقاضا داریم که به این خواسته توجه شود. وی با اشاره به بحث مالیات تولید کنندگان و فروشندگان پوشاک گفت: دستگاههای کارت خوان تولید کنندگان و فروشندگان به سیستم مالیاتی متصل است و مالیات بر درآمد بر اساس عملکرد کارخوانها انجام شود و هر سال هم حدود ۲۰ الی ۲۵ درصد افزایش پیدا می‌کند امسال اداره مالیات تصمیم

ادامه از صفحه ۲

وی با اشاره به فروش برخی لباسهای نامتعارف در کنار خیابان بصورت دستفروشی گفت: یکی از مطالبات تولید کنندگان و فروشندگان رسمی و شناسنامه‌دار و حتی مردم این است که با این دستفروشها که در کنار خیابان و فضای مجازی و شوهای لباس در منازل لباسهای نامتعارف عرضه می‌کنند برخورد شود و ما از شهرداری تهران و

چرخ خیاطی از زمان ساخت تا ورود به ایران

را به همراه چرخ خیاطی با خود به ایران آورد تا لباس درباریان را بدوزد. اما با وجود آنکه این وسیله کار خیاطی را بسیار آسان می‌کرد اما چندان مورد استقبال مردم قرار نگرفت. عده‌ای معتقد بودند چون این وسیله از فرنگ وارد شده و ساخت دست فرنگیان است باعث نجس شدن لباس می‌شود و عده‌ای دیگر نیز فکر معتقد بودند که دندانهای زیر چرخ باعث پاره شدن لباس می‌شود.

با گذشت زمان و آشنا شدن با کارایی آن چرخ خیاطی در تمام خانه‌ها حضور پیدا کرد. در دوران پهلوی کارخانه سینگر اولین نمایندگی فروش چرخ خیاطی در ایران راه اندازی کرد. حتی در این شرکت به افراد علاقه مند کار با چرخ خیاطی آموزش داده می‌شد.

نا چیز می‌خریدند و خانمهای خانه‌داری که در منزل یاطی می‌کردند تقسیم می‌شدند. تمام این خیاطان با دست خیاطی می‌کردند و تاربخچه چرخ خیاطی در ایران به سفرهای مظفرالدین شاه به اروپا باز می‌گردد. مظفرالدین شاه اولین چرخ خیاطی را به ایران آورد. او یک خیاط قفقازی



برای دوخت لباس به صورت گسترده وجود نداشت. در دوران قاجار خیاطان به سه دسته کلی خیاطانی که لباسهای فاخر مخصوص تجار و درباریان و افراد ثروتمند جامعه می‌دوختند، افرادی که به صورت عمده البسه ارزان تولید می‌کردند و افراد هر کدام را که اندازه شان بود به قیمت

اولین ثبت اختراع چرخ خیاطی مکانیکی به سال ۱۷۵۵ میلادی توسط چارلز وایزنتال باز می‌گردد. او یک سوزن را جهت استفاده در این چرخ خیاطی مطرح کرده بود. با تمام تلاشهایی که افراد مختلف انجام دادند ولی افتخار ثبت اختراع اولین چرخ خیاطی نصیب الیاس هاو شد. همزمان با او آیزک سینگر در آمریکا موسس برند چرخ خیاطی سینگر به این اختراع دست یافت. اما هاو موفق به ثبت این اثر به نام خود شد. هاو در بازاریابی و فروش چرخ خیاطی مشکل داشت اما سینگر موفق شد در سال ۱۸۵۰ به طور تجاری به تولید چرخ خیاطی پرداخت.

در ایران هنر خیاطی به صورت دستی توسط زنان در خانه انجام می‌شد، مغازه‌های



در پی بی‌مهری‌های مسئولان، یک تولیدکننده پوشاک اعلام کرد:

اگر قوی نبودیم، بارها کنار کشیده بودیم

۳۴۶ واحد تجاری ساخته و تحویل کسبه داده شد.

قانون اجباری بیمه، عاملی در عدم تمایل کارفرمایان به جذب نیروی جدید

وی با گلایه از افزایش نرخ عوارض گمرکی در خصوص صادرات گفت: نرخ عوارض باروری گمرکی از ۳۰ هزار تومان به ۹۰ هزار تومان افزایش یافته است و این خود مشکلی جدی برای تولیدکنندگان است. بنابراین دولت باید کمک کند تا بار مورد نیاز ماباقیمت کمتر در گمرک ترخیص شود و بتوان اجناس را باقیمت کمتری به دست مشتری و مصرف کننده رساند. تولیدکنندگان عزم جدی برای تولید دارند اما متاسفانه به میزانی بی‌مهری دیده ایم که اگر قوی نبودیم تا به امروز بارها کنار کشیده بودیم. شفيعی همچنین گفت: بیمه امروزه به یکی از مشکلات جدی تولید تبدیل شده است، اگر بخواهیم کارگری را به صورت آزمایشی استخدام کنیم و آینده ماندگاری او در کار مشخص نباشد، بیمه با الزام به بیمه نمودن او توسط کارفرما ما را مجبور به بیمه نیروی تازه وارد می‌کند این در حالی است که امکان عدم استخدام او وجود دارد. وی اظهار کرد: تولیدکننده نباید مالیات پرداخت کند چرا که در نهایت این مالیات را با افزایش قیمت محصولات خود جبران میکند و در نهایت این مردم هستند که بار این گرانی و افزایش قیمت و مالیات را پرداخت خواهند کرد.



یک تولیدکننده پوشاک گفت: تولیدکنندگان عزم جدی برای تولید دارند اما متاسفانه به میزانی بی‌مهری دیده‌ایم که اگر قوی نبودیم تا به امروز بارها کنار کشیده بودیم. شفيعی مدیرعامل تولیدی لیتاکونام و برند مستر، در گفت‌وگو با خبرنگار ایلنا گفت: حدود ۴۳ سال است که در زمینه تولید و فروش پوشاک مانند کت، پالتو کاشپین و غیره فعالیت داریم. همواره سعی کردیم از نظر کیفیت و برند با بهترین برندهای خارجی رقابت داشته باشیم. اگر کیفیت تولیدات ما بیشتر از محصولات خارجی نباشد کمتر از آن نباشد.

وی معتقد است تولید، مهربانی و عشق می‌طلبد زیرا کسی که عاشق تولید و مهربان است می‌تواند این مهربانی را تقسیم کند و گفت: پوشاک یکی از حوزه‌هایی است که میتوان با سرمایه‌گذاری حداقل در آن کار آفرینی زیادی داشت. ما با تمام توان در حال تولید هستیم. متاسفانه تا دو ماه پیش ۱۵۰ پرسنل داشتیم که به دلیل تورم و شرایط اقتصادی حاکم در کشور تقلیل و تعدیل یافت.

شفيعی با اشاره به ادامه تولید کاپشن، اورکت بارانی و پالتو برای زمستان سال جاری، افزود: قیمت محصولات ما نسبت به محصولات خارجی بسیار کمتر بوده و گاه حتی ۲۰۰ تا ۳۰۰ درصد کمتر از تولیدات خارجی است. وی با بیان اینکه به اعتقاد بنده باتوجه به شرایط حاکم در کشور

تولیدکننده امروزه در حال جهاد است، گفت: اگر حمایت‌های لازم صورت گیرد ما حاضر هستیم که بیش از ۷۰ درصد آورده را خود تامین کنیم، بنابراین اگر فقط ۳۰ درصد از ما حمایت کنند قادر به ادامه حیات و تولید خواهیم بود که این حمایت می‌تواند ارائه تسهیلات کم بهره توسط بانکها باشد.

تولیدکننده امروزه در حال جهاد است، گفت: اگر حمایت‌های لازم صورت گیرد ما حاضر هستیم که بیش از ۷۰ درصد آورده را خود تامین کنیم، بنابراین اگر فقط ۳۰ درصد از ما حمایت کنند قادر به ادامه حیات و تولید خواهیم بود که این حمایت می‌تواند ارائه تسهیلات کم بهره توسط بانکها باشد.

ساختمان پلاسکو و آنچه بر سر کسبه آمد

مدیرعامل تولیدی لیتاکونام و برند مستریکی از آسیب‌دیدگان و کسبه پاساژ پلاسکو بوده که در طی آتش سوزی و ریزش ساختمان پلاسکو در صبح روز پنجشنبه ۳۰ دی ۱۳۹۵ در چهارراه استانبول تهران نابود شد. در پی وقوع این آتش سوزی، ساختمان

تولیدکننده امروزه در حال جهاد است، گفت: اگر حمایت‌های لازم صورت گیرد ما حاضر هستیم که بیش از ۷۰ درصد آورده را خود تامین کنیم، بنابراین اگر فقط ۳۰ درصد از ما حمایت کنند قادر به ادامه حیات و تولید خواهیم بود که این حمایت می‌تواند ارائه تسهیلات کم بهره توسط بانکها باشد.

توقف تولید لباس فرم دانش آموزی در واحدهای زیر زمینی و غیر قانونی



ILNA PHOTO
Photo: Javad Hemmatkhan

مراسم امضای تفاهم نامه بین اتحادیه تولید کنندگان و فروشندگان پوشاک تهران و سازمان دانش آموزی تهران ظهر چهارشنبه ۱۸ خرداد در محل اتحادیه برگزار شد.

به گزارش خبرنگار ایلنا ابوالقاسم شیرازی رئیس اتحادیه تولید کنندگان و فروشندگان پوشاک تهران با اشاره به اهمیت این تفاهم نامه گفت: خوشبختانه بعد از دو سال وقفه امروز توانستیم برای دومین بار این تفاهم نامه را امضا کنیم

وی ادامه داد: خوشبختانه با امضای این تفاهم نامه تولید لباس دانش آموزی و بصورت اخص لباس فرم کاملاً استاندارد و قانونمند می شود و با توجه به اشراف اتحادیه پوشاک بر تولید کنندگان پوشاک حتی می توانیم خدمات پس از فروش را نیز ارائه کنیم

شیرازی افزود: با اجرایی شدن این تفاهم نامه تولید لباس دانش آموزی دیگر در واحدهای زیر زمینی و غیر قانونی متوقف می شود

باستانی رئیس سازمان دانش آموزی نیز با تشکر از همکاری اتحادیه پوشاک تهران گفت

باستانی افزود: با همکاری اتحادیه پوشاک یک سامانه ای طراحی می شود تا هر فردی که می خواهد در این بخش فعالیت کند در این سامانه ثبت نام کند و بعد از تایید اجازه فعالیت پیدا می کند و مدارس نیز ملزم هستند با آن مجموعه همکاری کنند

وی ادامه داد: از این به بعد مدیران مدارس با نظارت عالی بر نمایندگان انجمن اولیا و مربیان، قرارداد تولید همکاری با تولید کنندگان حق ندارند با تولید کنندگان منعقد کنند.

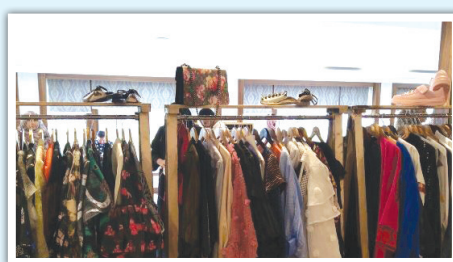
مادر سازمان دانش آموزی مسئولیت نظارت بر تولید و نحوه استفاده از لباس فرم بر عهده ماست

وی ادامه داد: با همفکری و همکاری خوب اتحادیه پوشاک بدنیاال طراحی یک لباس مناسب و با فرم خوب برای دانش آموزان هستیم و بدنیاال این هستیم که هر فردی که می خواهد لباس فرم طراحی کند یک مسیر درست را طی کند که مورد تایید اتحادیه پوشاک و سازمان دانش آموزی باشد

اطلاعیه اتحادیه پوشاک؛

واحدهای تولیدی پوشاک غیر متعارف تعطیل می شوند

دارای لباس های ناهنجار و خارج از شئونات اجتماعی و اسلامی بر خورد قانونی بعمل می آید. همچنین در اطلاعیه ای جداگانه تاکید شده است که عرضه هر گونه شلوار پاره، البسه و مانند غیر متعارف با عدم رعایت شئونات اسلامی موجب پلمپ و تعطیلی آن واحد صنفی و پیگرد قانونی و معرفی صاحب پروانه کسب به مراجع قضایی و ابطال آن خواهد شد.



انواع پوشاک توسط واحدهای تولیدی و فروشندگی انواع پوشاک نظارت مستمر داشته باشد و قطعاً با صاحبان واحدهای

اتحادیه پوشاک تهران طی اطلاعیه ای اعلام کرد که عرضه هر گونه لباس غیر متعارف باعث تعطیلی واحدهای تولیدی پوشاک می شود.

به گزارش خبرنگاری ایلنا اتحادیه پوشاک و فروشندگان تهران طی اطلاعیه ای اعلام کرد؛ موضوع صیانت از فرهنگ عفاف و حجاب مجدداً در دستور کار قرار گرفته است و اتحادیه موظف است بر تولید و عرضه



بررسی «مشکلات صنعت پوشاک در ایران»

حائری ادامه داد: وقتی بازار غیر رقابتی شد در نتیجه کیفیت اولویت اول تولید کننده نمی شود، چرا که رقیبی وجود ندارد و مادامی که این سیاست را داریم وضعیت پوشاک همین است؛ تولید کننده تولید می کند و مصرف کننده داخلی مجبور به مصرف است.

ایجاد «شهرک های تخصصی پوشاک»، گامی در جهت صادراتی شدن

سعید جلالی قدیری، دبیر اتحادیه تولید و صادرات پوشاک و نساجی ایران به تبدیل شدن برخی استان ها به قطب تولید پوشاک اشاره و تصریح کرد: استان هایی مانند تهران، همدان، البرز، قزوین و گیلان که در حوزه تولید پوشاک پیشرو هستند می توانند جزو هدف گذاری جهت تبدیل شدن به قطب تولید پوشاک قرار گیرند.

دبیر اتحادیه تولید و صادرات پوشاک و نساجی ایران در بخش دیگری از سخنان خود به مشکلات حوزه تولید پوشاک اشاره و قاجاق را نخستین مشکل فعلی حوزه پوشاک خواند و تصریح کرد: از قبل از سال ۹۵ به دنبال ریشه کن کردن بحث قاجاق بودیم و با وجود برخوردهای مقطعی در سال های ۹۶ و ۹۷ که از سوی ستاد انجام شد، چون این برخوردها استمرار نیافت، متوقف شد و سال قبل از حدود دی ماه، شاید به اندازه حدود یک تا دو سال طی سه ماه، پوشاک قاجاق وارد بازار شد که نه تنها اوضاع بازار شب عید ما را خراب کرد که بازار پس از آن راهم تحت تاثیر قرار داد.



جامعه متخصصان نساجی با بیان اینکه ارزش خرید پوشاک ما در داخل تا حدود سه سال پیش سالانه بین ۸ تا ۱۰ میلیارد دلار تخمین زده می شد، تصریح کرد: امروز این میزان به ۵ تا ۶ میلیارد دلار در سال کاهش یافته که این امر منجر به کاهش تولید و حاشیه سود تولید کننده شده است. وی ادامه داد: در واقع با سیاست هایی که دولت قبل پیش گرفته و دولت فعلی آن را ادامه می دهد، صنعت پوشاک ما تبدیل به یک صنعت محلی شده و یک صنعت بین المللی پوشاک که تصور شود ارزش آوری داریم؛ نداریم.

این فعال اقتصادی به ممنوع بودن واردات پوشاک طی سه سال اخیر اشاره و اضافه کرد: ممنوعیت واردات، فضایی گلخانه ای و بدون رقابت را برای صنعت کشور ایجاد می کند که این سیاست برای تولید کننده پوشاک سیاستی مثبت است، چرا که رقیبی ندارد دوهر کالایی با هر کیفیتی تولید کند فروش می رود؛ اما برای صنعت پوشاک منفی است، چرا که زمینه رشد و بین المللی شدن این صنعت را فراهم نمی کند.

موانع تولید یاد کرد و افزود: با وجود اینکه واردات پوشاک ممنوع شده است؛ اما همچنان مشاهده می کنیم که به دلیل تورم شدید و افزایش هزینه های سربار تولید، قاجاق مقرون به صرفه است و اخیراً به دلیل کاهش محدودیت های کرونایی و رونق گرفتن سفرها، این قاجاق توسط افراد عادی هم انجام می شود. نامی با تاکید بر اینکه هر لباسی که به عنوان جنس خارجی فروخته می شود صد درصد قاجاق است، چرا که واردات ممنوع است، تصریح کرد: طبق آخرین آمار ارائه شده در ستاد مبارزه با قاجاق کالا و ارز، میزان قاجاق پوشاک حدود ۷۰۰ تا ۸۰۰ میلیون دلار در سال برآورد شده است. وی با بیان اینکه بیشتر محصولات قاجاق در بازار پوشاک ایران مربوط به کشورهای ترکیه، بنگلادش و چین است، ابراز کرد: این محصولات معمولاً از مرز ترکیه و بابه صورت لنج از مرزهای دریایی وارد کشور می شوند.

پوشاک؛ صنعتی با ظرفیتی بین المللی، اما مصرفی محلی!

علیرضا حائری، عضو هیات مدیره

به گزارش صدای تولید و به نقل از قدس آنلاین، به گفته فعالین اقتصادی اندازه بازار جهانی صنعت پوشاک، سالانه بیش از سه هزار میلیارد دلار، معادل سه درصد کل تولید ناخالص جهانی بوده و پنجمین صنعت اشتغال زای جهان است. بر اساس آمار، کشورهای عضو اتحادیه اروپا نزدیک ۶۹ میلیارد یورو لباس از خارج از این اتحادیه وارد کرده اند که چین با ۲۱ میلیارد یورو بزرگترین مبادا این پوشاک صادراتی بوده است. پس از آن نیز بنگلادش با ۱۲ میلیون یورو و ترکیه با ۸ میلیون یورو در جایگاه های بعدی قرار دارند. همه این هادر حالی است که طبق اعلام سایت سازمان تجارت جهانی، ایران در حوزه صادرات پوشاک سهمی کمتر از ۰٫۱ درصد در اقتصاد دنیا دارد که فعالین اقتصاد وجود موانع و مشکلات بسیار در حوزه تولید را عامل این کمی صادرات می دانند. قدس آنلاین طی گفت و گو با کارشناسان و فعالین اقتصادی اقدام به بررسی «مشکلات صنعت پوشاک در ایران» کرده است.

قاجاق سالانه حدود ۸۰۰ میلیون دلاری پوشاک

مجید نامی، نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی ایران درخ صومشکلات نخوز هتولید پوشاک به خبرنگار ما گفت: بازار پوشاک در داخل رونق چندانی ندارد و نباید لایم تفوتی نه شب عید این بازار مناسب بود و نه پس از عید آن.

نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات نساجی ایران در ادامه از قاجاق به عنوان یکی دیگر از مهم ترین

راسپینا، پیشرو در طراحی لباس با مدرن روز



خیابان بهار شمالی روبروی خیابان بهار مستیان، و بلوار میرداماد نرسیده به میدان مادر قرار دارند. همچنین بسیاری از فروشگاه‌های زنجیره‌ای ایران کتان واقع در مرکز تجاری ایران مال و تمامی شعبات شمال کشور در تهران و شهرستانها محصولات این برند را به فروش می‌رسانند و علاقه‌مندان جهت خرید تولیدات برند راسپینا می‌توانند به این مراکز مراجعه کنند.

المللی پوشاک نیز توجه نموده و پس از الهام از آن مدل‌های ایرانی مطابق با فرهنگ و عرف ایرانی اسلامی خلق می‌کنند. با وجود اینکه فروش محصولات برند راسپینا اغلب به صورت عمده است اما برخی از شعب این فروشگاه در شهر همدان و در خیابان میرزاده عشقی، فروشگاه عمده فروشی در تهران خیابان فلسطین تقاطع لبافی‌نژاد و نمایندگی‌های خرده فروشی در تهران به نشانی‌های

۱۵۰ هزار عدد می‌رسد. این برند تاکنون توانسته برای حدود ۱۵۰ نفر به صورت مستقیم و تعدادی نیز به صورت غیرمستقیم اشتغالزایی کند. این شرکت دارای یک تیم طراحی پوشاک بسیار قوی متشکل از خانم‌های طراح با مدارک کارشناسی در زمینه طراحی و دوخت بوده و واحد طراحی این شرکت علاوه بر طراحی مدل‌های مختلف و به روز به انواع طراحی و مدل‌های بین

برند پوشاک راسپینا یکی از شناخته شده‌ترین شرکت‌های تولیدی در زمینه پوشاک بانوان است که توانسته جایگاه خوبی را در بازار بدست آورد و یکی از مهمترین دلایل این اتفاق توجه این برند به طراحی لباس در صنعت پوشاک است. برند راسپینا با ۳۰ سال در زمینه تولید پوشاک بانوان محصولاتی همچون شومیز، دامن، سارافون و شلوار تولید می‌کند که تیراژ آن در سال به





وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی:

در حوزه مد و لباس به همه تنوع فرهنگی و هنری ایران زمین احترام می گذاریم

سرزمین ماست. قبل از اسلام تمامی آثار مهم تاریخی کشور نشان دهنده آن است که گوهر عفاف و پوشش در ایران می درخشد. ما مفتخریم به فرهنگی که پوشش جزئی از هویت تاریخی آن است.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی بیان کرد: هیچ محدودیتی برای ارائه ایده های خلاقانه جهت تنوع در حوزه پوشش و عفاف اسلامی وجود ندارد و طراحان می توانند به خوبی در این زمینه فعالیت کنند. کار مهمی که امروز در این جشنواره انجام شده، این است که این ایده ها و کارهای خلاقانه در حد ایده و جشنواره باقی نمی ماند. این ایده ها باید در زندگی اجتماعی مردم سوق پیدا کرده و به تولید انبوه برسند.

وی بیان کرد: از امروز کار گروه مد و لباس و مدیران کل فرهنگ و ارشاد در استان ها به دنبال نمونه سازی از این آثار فاخر هنری در حوزه مد و لباس در استان ها و شهرستان ها خواهند رفت تا این آثار به عرصه عمومی برسد. ما نباید مرکز زده و تهرانیزه فکر کنیم. ایران بزرگ دارای تنوع فرهنگی، هنری، قومیتی و زبانی است که همچون رنگین کمان زیبایی در زیر چتر نظام جمهوری اسلامی گرد هم آمده اند.



عنوان ویژه برای تمدن ایرانی - اسلامی در قالب هنرمندانه عنوان کنیم، با تمدن هایی روبه رو هستیم که نسبت به این مسئله نگاه فرهنگی و هنری ندارند. برخی از این تمدن ها عنوانشان عنوان برهنگی است که این از فرهنگ ایرانی - اسلامی دور است.

وی بیان کرد: پوشش جزء هویت ایرانی - اسلامی مردمان

رسیده و خود را در قالب یک تمدن پرشکوه نشان داده به عنوان هویت ایرانی - اسلامی، همراهی و همنشینی زیبا میان هنر و پوشش بوده است. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: ایرانی ها پوشش ها را هنرمندانه انتخاب کرده اند. در همه پوشش ها وجه فرهنگی تمدن ایرانی - اسلامی محفوظ بوده است. اگر پوشش را یک

محمد مهدی اسماعیلی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی آئین اختتامیه یازدهمین جشنواره بین ملی مد و لباس فجر گفت: نگاه ما به موضوع مد و لباس و موضوعات مرتبط به عنوان یکی از سرفصل های مهم کاری در حوزه فرهنگ عمومی است. به همین دلیل از ابتکاراتی که در دولت مردمی داشتیم این بود که کار گروه مد و لباس را در دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی مستقر کردیم.

وی افزود: فلسفه این استقرار به واسطه جایگاه اصلی، اجتماعی و فرهنگی و هنری این موضوع است. ما در حوزه مد و لباس به همه تنوع فرهنگی و هنری ایران زمین احترام می گذاریم. ما در نگاه فرهنگی دولت مردمی به دنبال تحمیل نوع خاصی از مد، لباس و پوشش برای جامعه عقیف ایرانی نیستیم. ما همه تفاوت ها را به رسمیت می شناسیم.

اسماعیلی بیان کرد: تاریخ فرهنگ و هنر در ایران یعنی یک تاریخ غنی هفت هزار ساله در این حوزه بسیار مشعشع و تابناک است. ویژگی فرهنگی مادر ایران عزیز و تمدنی که ایران بزرگ ما از هزاره های قبل از آن برخوردار بوده و پس از ابتزاج با اسلام عزیز به یک هویت واحد و بزرگ



طاووس زرین در دست برگزیدگان یازدهمین جشنواره بین المللی مد و لباس فجر

جشنواره برپا شد که حتماً در دوره های بعدی می تواند رویکرد میان رشته ای به سبک پوشش و مطالعات راهبردی پوشاک ایرانی را توسعه دهد. رویکرد چهارم جشنواره نخبه گرایی و استعداد گرایی بود. ما باید فقط به کسانی اکتفا کنیم که سال هاست در عرصه مد و لباس فعالیت داشته و جز پیشکسوتان این عرصه هستند یا اینکه باید ضمن این مسئله به استعدادها نیز بپردازیم. بیش از ۱۲۰ جایزه استعداد جدید در این جشنواره کشف شده که ارزش سرمایه گذاری در نظام هنری و فرهنگی کشور را دارند.

امامی گفت: حضور جدی دانشجویان افتخار ماست. رویکرد پنجم جشنواره زیرساختی بودن آن است. یکی از نمادهای کار زیرساختی افتتاح و رونمایی از سامانه «سیماست». سامانه شیما امروز استاندارد فرهنگی پوشاک ایرانی است به این معنا که اگر کالایی حداقلی های فرهنگی را دارد، خانواده، نهادهای نظارتی و شهروندان می توانند با راحتی آن را انتخاب کنند. سامانه شیما با کمک دوستان در وزارت صمت به سامانه شناسه کالا وصل خواهد شد.

وی افزود: جشنواره ای که به تولید منجر نشود، به درد ویتترین می خورد. این سه میلیارد تومانی که امروز به صورت تسهیلات



ایران سابقه دارد.

دبیر شورای فرهنگ عمومی کشور گفت: کمیته آموزشی جشنواره بیش از ۷۶ کارگاه و نشست آموزشی در هفته گذشته برگزار کرد که در رسانه های مختلف منتشر خواهد شد. کمیته رسانه ای جشنواره از تلویزیون اینترنتی «حریر» رونمایی کرد. بنابراین، از امروز شاهد حضور یک رسانه تخصصی مد و لباس ایرانی اسلامی با عنوان تلویزیون حریر هستیم.

وی ادامه داد: در بعد پژوهشی نخستین همایش پژوهشی، علمی سبک پوشش ایرانی اسلامی طی ایام برگزاری

به استان های مختلف ایران است. یعنی نفرات اول شش رشته به استان هایی تعلق دارند که کانون فرهنگ و هنر پوشاک و لباس در ایران هستند.

امامی گفت: رویکرد سوم جشنواره چندبعدی بودن آن بود و این جشنواره فقط رویکرد هنری نداشت. کمیته فرهنگی جشنواره

ساعت ها برنامه جذاب برای خانواده ها و کودکان طراحی کرده بود.

حضور گروه های موسیقی خراسانی و بسیاری از برنامه های مختلف

طراحی شده در جشنواره همگی جامعه رابه وقار و سواد پوشاک و عفاف که هفت هزار سال در تاریخ

یازدهمین جشنواره بین المللی مد و لباس فجر با اهدای طاووس زرین جشنواره به برگزیدگان بخش های مختلف در برج میلاد برگزار شد.

جشنواره ای که به تولید منجر نشود، به درد ویتترین می خورد

مجید امامی، دبیر شورای فرهنگ عمومی کشور و رئیس کارگروه ساماندهی مد و لباس طی سخنان گفت: رویکرد جشنواره مد و لباس فجر ایران سرزمین تعامل بوده است که این مسئله خود را فقط در طرحها نشان نداد و بلکه در سیاستها نیز نمایان بود. جشنواره قصد دارد تا صدای بی صداها بوده و آثار فراوانی را از شهرستان های مختلف ایران به نمایش گذارد.

امامی گفت: به اندازه تمامی دنیا برای ما ارزش داشت که در این جشنواره مستندی را رونمایی کردیم که از تنها خیاط نابینای ایران از پاوه قهرمان در حضور ۵۰ پیشکسوت ایرانی تهیه شده بود. این تنها گوشه ای از اتفاقاتی است که طی هفته گذشته و در جریان جشنواره رخ داد.

وی افزود: رویکرد دوم جشنواره مردمی بودن و مردمی شدن بود. تندیس ها و طاووس زرین امروز در اختتامیه ارائه می شود. در رشته های اصلی جشنواره با افتخار شش جایزه از ۱۰ جایز رشته های اصلی جشنواره مربوط





مهدی زاده رتبه اول، مهنوش سلطانی رتبه دوم و ابوالفضل رحیمی رتبه سوم، در بخش کیف و کفش مهارت جوئی آیدا آزاد رتبه اول، صدیقه اشرفی مهابادی رتبه دوم و زهرا کریمی زاده رتبه سوم، در بخش کیف و کفش مهارتی اعظم مالی رتبه اول، مرضیه تجویدی رتبه دوم و شیوانوری رتبه سوم، در بخش لباس رسمی و غیر رسمی بانوان (مهارت جوئی)؛ الهه صفی نژاد رتبه اول، نگین طاهری رتبه دوم، الناز برخورداری رتبه سوم، در بخش چادر و پوشش های اسلامی (مهارت)؛ مرضیه ایوتین و سارینا جوادیان / سحر تلفاتی رتبه اول، طاهره شب خیز رتبه دوم، هانیه آقابرار زاده رتبه سوم، در بخش پارچه مهارت جوئی؛ غزاله اخلاقی رتبه اول، فائزه عبدالملکی رتبه دوم و صدیقه غفوری زاده رتبه سوم و در بخش ویژه لباس مشاغل (مهارت جوئی/تصویرگری اثر)؛ ملیحه صفار خوزانی رتبه اول؛ زینب کاویانی رتبه دوم معرفی و به عنوان برگزیدگان یازدهمین جشنواره بین المللی مد و لباس فجر طاووس زرین این جشنواره رادریافت نمودند.

عمومی و کار گروه ساماندهی مد و لباس، جامعه پیشکسوتان و طراحان جوان حضار در جشنواره تقدیر و قدر دانی می کنیم. در ادامه از برگزیدگان بخش های مختلف جشنواره با اهدای طاووس زرین تجلیل بعمل آمد. در بخش لباس رسمی و غیر رسمی بانوان / آقایان / نوجوان (مهارت)؛ اشرف السادات میرباقری در بخش لباس آقایان، زهرا توکلی در بخش لباس بانوان، دینیز حیدری، در بخش لباس بانوان و در بخش زیورآلات مهارت جوئی؛ فاطمه محمدی رتبه اول، مریم آدمیان رتبه دوم و مژده علی نژادفر رتبه سوم، در بخش زیورآلات مهارتی مهدیه

حمایت از طراحان جوان، کمک به بقای طراحی مد و لباس حول محورهای ایده پردازی و طراحی، استعدادیابی، آموزش و کار آفرینی در بستر زیست عقیفانه به دنبال کشف استعداد های جوان و نوظهوری بود که نیازمند پشتیبانی هستند. مجدانه تلاش کردیم با ایجاد ارتباط مناسب و مؤثر با مراکز صنعتی و اصناف مرتبط و مشتاق به کارگیری نیروهای مستعد و حمایت گسترده تر از ایشان در مسیر پیشرفت و موفقیت، یاریگرشان باشیم. از تمامی سیاست گذاران جشنواره، وزیر ارشد، دبیر شورای فرهنگی عمومی کشور، اعضای شورای راهبردی، هیئت تخصصی داوران، کارکنان شورای فرهنگ

کم بازده به آثار برگزیده در قالب وام چهار درصد از سوی صندوق کار آفرینی امید و معاونت زنان و خانواده ریاست جمهوری به تولید کنندگان این آثار ارائه می شود، نمادی از اینکه ما نمی توانیم در صنعت پوشاک ایران که درگیری مهربی ها و قاجاق است اقدامی کنیم مگر اینکه صنعت، هنر و سیاست و مدیریت حوزه فرهنگی لباس کنار یکدیگر باشند.

رئیس کار گروه ساماندهی مد و لباس بیان کرد: نمایشگاه ایران ویژند از دوم مردادماه سال جاری در نمایشگاه بین المللی تهران برگزار می شود که بعد بین المللی جشنواره بوده و طی برگزاری آن زنجیره تأمین پوشاک ایرانی اسلامی از فن آوری تا صادرات کنار هم می نشیند.

هدف جشنواره برقراری حاکمیت عدالت فرهنگی است

«سپیده یاقوتی»، دبیر جشنواره مد و لباس فجر نیز در سخنانی گفت: رویکرد اصلی این دوره از جشنواره «ایران؛ سرزمین تعامل» و هدف آن برقراری حاکمیت عدالت فرهنگی است. این دوره از جشنواره با شعار





مدیر برند گالوس:

فعالیت جزیره‌های عاملی در عدم رشد و توسعه پوشاک کشور

به عنوان صادرات پوشاک نداریم، گفت: تولیدکنندگان داخلی به صورت جدی صادرات ندارند مگر در کالاهای بسیار ارزان قیمت در کشور عراق و یا کشورهای همسایه که تبادلات و مبادلات غیررسمی و غیر گمرکی داریم.

تولیدکننده پوشاک و مدیر برند گالوس با اشاره به حضور تولیدکنندگان خوب داخلی کشور، ادامه داد: برای صادرات نیاز به ایجاد بسترهای مناسب داریم و این بستر ایجاد نمی‌شود مگر اینکه فاصله مدیران دولتی با بخش خصوصی کاهش پیدا کند.

به اعتقاد وی به منظور توسعه و تقویت صنعت پوشاک کشور نیاز به تعامل با دنیا داریم، افزود: اگر این تعامل دوطرفه با دنیا ایجاد شود بسیاری از مشکلات پوشاک در کشور مانند قاچاق و تولید بطور کلی حل خواهد شد. بنابراین اینکه ما بخواهیم ممنوعیت واردات و صادرات داشته و به صورت جزیره‌ای عمل کنیم نه تنها هرگز رشد نخواهیم کرد بلکه فقط گروهی منفعت طلب سود خواهند کرد. وی بابیان اینکه در دنیا هیچ کشوری وجود ندارد که همه محصولات مورد نیاز خود را تولید کند، گفت: نیاز است که پتانسیلهای داخلی تقویت و در تولید به سمت صادرات حرکت کنیم. بنابراین تمام فعالیتهای حوزه‌های تخصصی اگر منتهی به صادرات نشود سودی در بر نخواهد داشت.



دعوت از بازرگانان خارجی، معافیت‌های گمرکی، اختصاص ارز و تعرفه ترجیحی از تولید کنندگان خود حمایت می‌کند.

وی ادامه داد: این در حالی است که در داخل کشور ما به عنوان تولیدکننده باید مواد اولیه را گرانتر خریداری نموده و همچنین برای ترخیص مواد اولیه بادی زمان و هزینه زیادی صرف می‌کنیم. وی با بیان اینکه ما بصورت سیستماتیک چیزی

ایران تولید نمی‌شوند و حتما باید از خارج از کشور سفارش بدهیم و این تاخیر در ترخیص در تولید مشکل ایجاد می‌کند.

تولیدکننده پوشاک و مدیر برند گالوس با اشاره به مشکلات انتقال ارز در کشور گفت: کشورهای دیگر دولتها حمایت‌های خوبی از تولیدکنندگان می‌کنند مثلا کشور ترکیه با برنامه‌های همچون؛ پرداخت هزینه برگزاری نمایشگاهها در خارج از کشور،

مدیر برند گالوس گفت: به منظور توسعه و تقویت صنعت پوشاک کشور نیاز به تعامل با دنیا داریم، با داشتن ممنوعیت واردات و صادرات و رفتار جزیره‌ای نه تنها هرگز رشد نخواهیم کرد و فقط گروهی منفعت طلب سود خواهند کرد.

منصور تیره گر تولیدکننده پوشاک و مدیر برند گالوس در گفتگو با خبرنگار ایلنا با اشاره به آخرین فعالیتهای این شرکت گفت: شرکت گالوس در زمینه بافت و تکمیل و دوخت پلیور و تی شرت، تریکو و پلیور بصورت تخصصی برای پوشاک مردانه فعالیت دارد و در سال حدود ۲۵۰ هزار تیراژ تولید داریم.

وی با اشاره به مشکلات صادرات در کشور گفت: بزرگ‌ترین مشکل امروز صادرات انتقال ارز و تهیه‌ی مواد اولیه است. همچنین امروز قیمت مواد اولیه در داخل کشور حدود ۴۰ درصد گرانتر از قیمت مواد اولیه در کشورهای دیگر مانند ترکیه و حدود ۵۵ درصد گرانتر از چین است و این مسئله باعث شده است تا مزیت رقابتی خود را از دست بدهیم.

تیره گر ادامه داد: همچنین مشکل بعدی ترخیص کالاهای وارداتی از گمرک است، اکسسوری‌ها تا کالاهای دیگر را به راحتی نمی‌توانیم از گمرک ترخیص کنیم و از آنجایی که بسیاری از این اکسسوری‌های در





صادرات پوشاک، نخ و پارچه به ترکیه

محصولات پتروپالایشگاهی، مواد شیمیایی، دارو، لوازم آشپزخانه، لوازم خانگی، محصولات بهداشتی، محصولات صنعتی، محصولات فولادی، پوشاک، چرم، کیف و کفش، نخ و پارچه، صنایع دستی، شیرآلات، ماشین آلات کشاورزی، لوازم التحریر، تجهیزات پزشکی، مبلمان، لوستر و وسایل ورزشی و بازی کودکان کالاهای عمده صادراتی ایران به ترکیه در بهار امسال بوده اند.

همچنین دام مولد، مرغ منجمد، تخم مرغ نطفه دار، انواع بذر، حبوبات، موز، قهوه، گندم، ذرت، جو، دانه های روغنی، روغن خام، انواع روغن خوراکی، شکر، مواد اولیه و ماشین آلات صنعتی، مکمل ها، مواد اولیه، کود، لاستیک، چوب، کاغذ، خمیر چوب، لوازم الکترونیکی و پارچه و نخ از مهمترین کالاهای وارده از ترکیه به ایران گزارش شده است.

ارزش سه میلیارد و ۱۰ میلیون دلار بین دو کشور تبادل شد که ۱۴۱ درصد در وزن و ۸۴ درصد در ارزش نسبت به بهار سال قبل افزایش دارد.

از این میزان کالای تبادل شده در بهار، سه میلیون و ۷۰ هزار تن به ارزش یک میلیارد و ۷۳۷ میلیون دلار صادرات کالای ایرانی به ترکیه با رشد ۳۶۳ درصدی در وزن و ۱۹۲ درصدی در ارزش بوده است و ۷۰۰ هزار تن کالا به ارزش یک میلیارد و ۲۷۳ میلیون دلار هم واردات از ترکیه بوده که با رشد ۲۲ درصدی همراه بوده است.

صادرات و واردات ایران و ترکیه از یکدیگر چه کالایی است؟

محصولات دامی، شیلاتی، لبنی، گل و گیاه و نباتات، میوه و تره بار، خشکبار، ادویه و زعفران، مواد غذایی، توتون و سیگار، مصالح ساختمانی، مواد معدنی،

همراه بوده است، از این میزان کالا، ۱۵.۷ میلیون تن به ارزش ۶.۱ میلیارد دلار از ایران به ترکیه صادر شد و ۳.۷ میلیون تن کالا به ارزش ۵.۳ میلیارد دلار هم از ترکیه به کشورمان وارد شده است که نسبت به مدت مشابه، ۱۴۰ درصد صادرات به ترکیه و ۲۰ درصد واردات از این کشور به ایران افزایش داشته است. اما وضعیت جایگاه ترکیه در تجارت خارجی با ایران نشان می دهد که این کشور هم در واردات و هم در صادرات در بین چهار شریک اول ایران بوده و در سال گذشته، ۱۲ درصد وزن و ۱۱ درصد ارزش کل تجارت کشورمان با دنیا مربوط به ترکیه بوده است.

افزایش ۸۴ درصدی تجارت در بهار

آنطور که سخنگوی گمرک در گزارش خود اعلام کرده است در سه ماهه اول امسال، سه میلیون و ۷۷۰ هزار تن کالا به

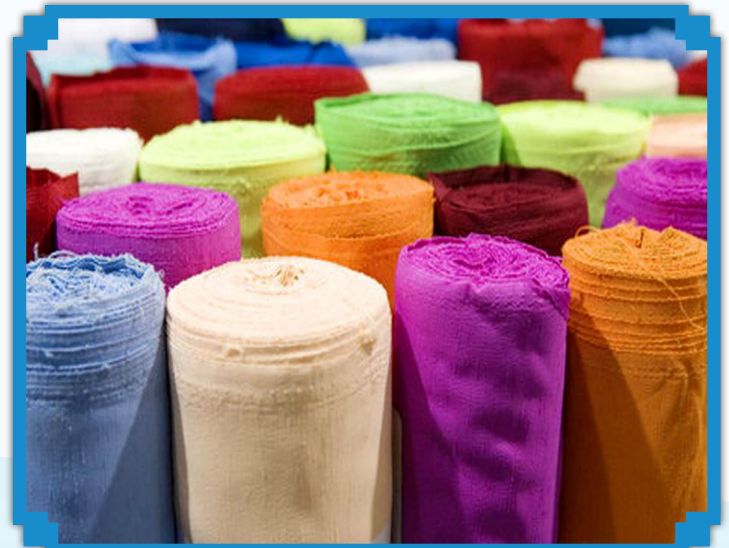
در حالی که فعالان صنعت پوشاک از تسخیر بازار پوشاک ایران توسط ترکیه یاد دیگر کشورها انتقاد می کنند، گزارش گمرک ایران، پوشاک، چرم، کیف و کفش، نخ و پارچه را جزو اقلام صادراتی ایران به ترکیه اعلام کرده است.

سهم ترکیه در تجارت خارجی ایران به ۱۱ درصد می رسد

سید روح اله لطیفی، سخنگوی گمرک ایران در آستانه سفر رئیس جمهور ترکیه به ایران، جزئیات تجارت خارجی بین دو کشور را تشریح کرد.

تجارت ۱۱.۴ میلیارد دلاری ایران- ترکیه

بر اساس این گزارش، در سال گذشته حدود ۱۹ میلیون و ۵۰۰ هزار تن کالا به ارزش ۱۱.۴ میلیارد دلار، بین ایران و ترکیه مبادله شد که نسبت به سال ۱۳۹۹ با رشد ۷۳ درصدی در وزن و ۶۴ درصدی در ارزش





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
- دانشجویی تجاری سازی دانشگاه علامه طبهرسی
- 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 مؤسسین 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