

The world apparel industry

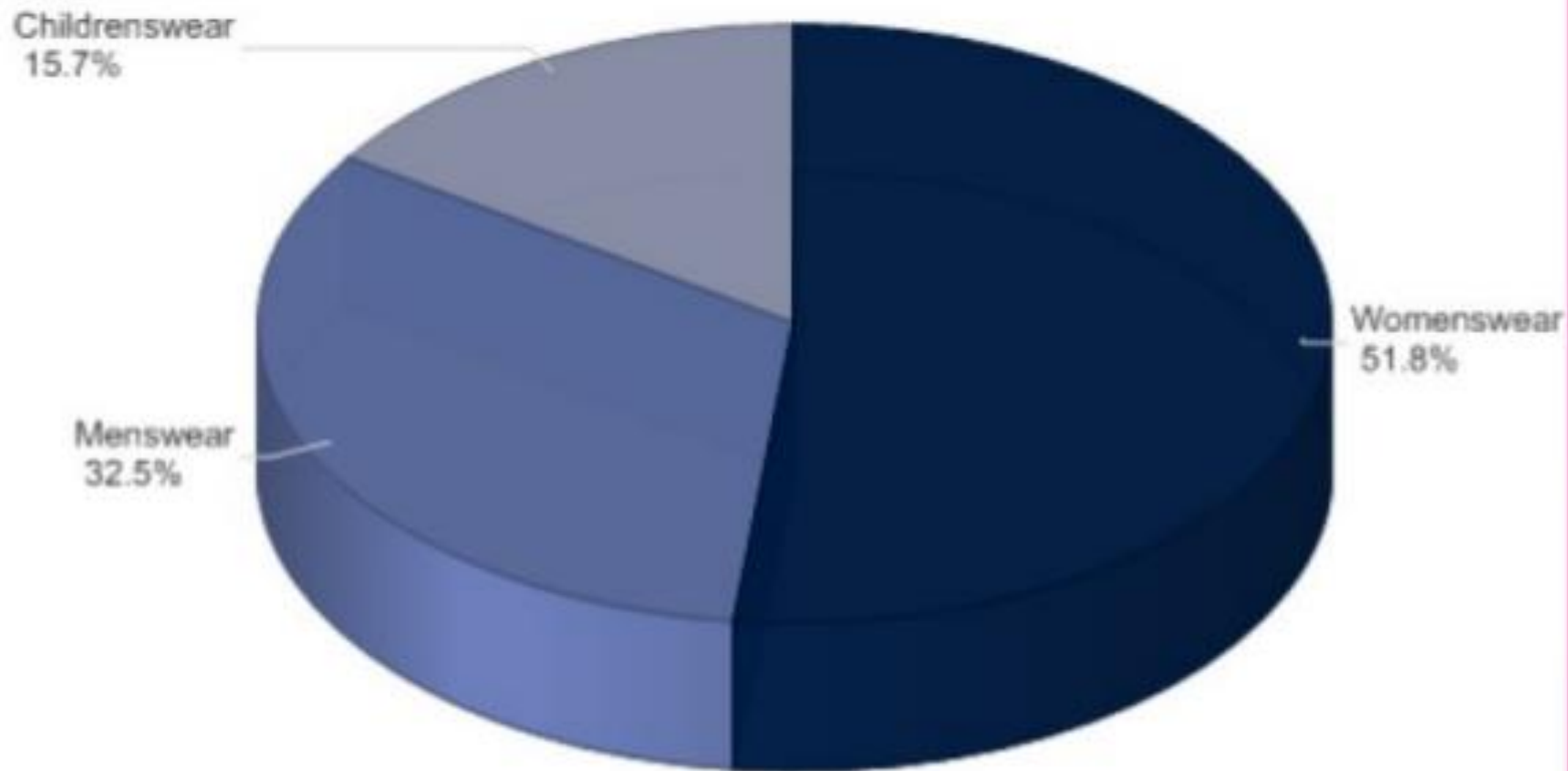
Highlights



Types of apparels

1. The menswear includes mens active wear, casual wear, essentials, formalwear, formalwear-occasion, and outerwear.
2. The womens wear includes women's activewear, casual wear, essentials, formalwear, formalwear-occasion and outerwear.
3. The childrens wear

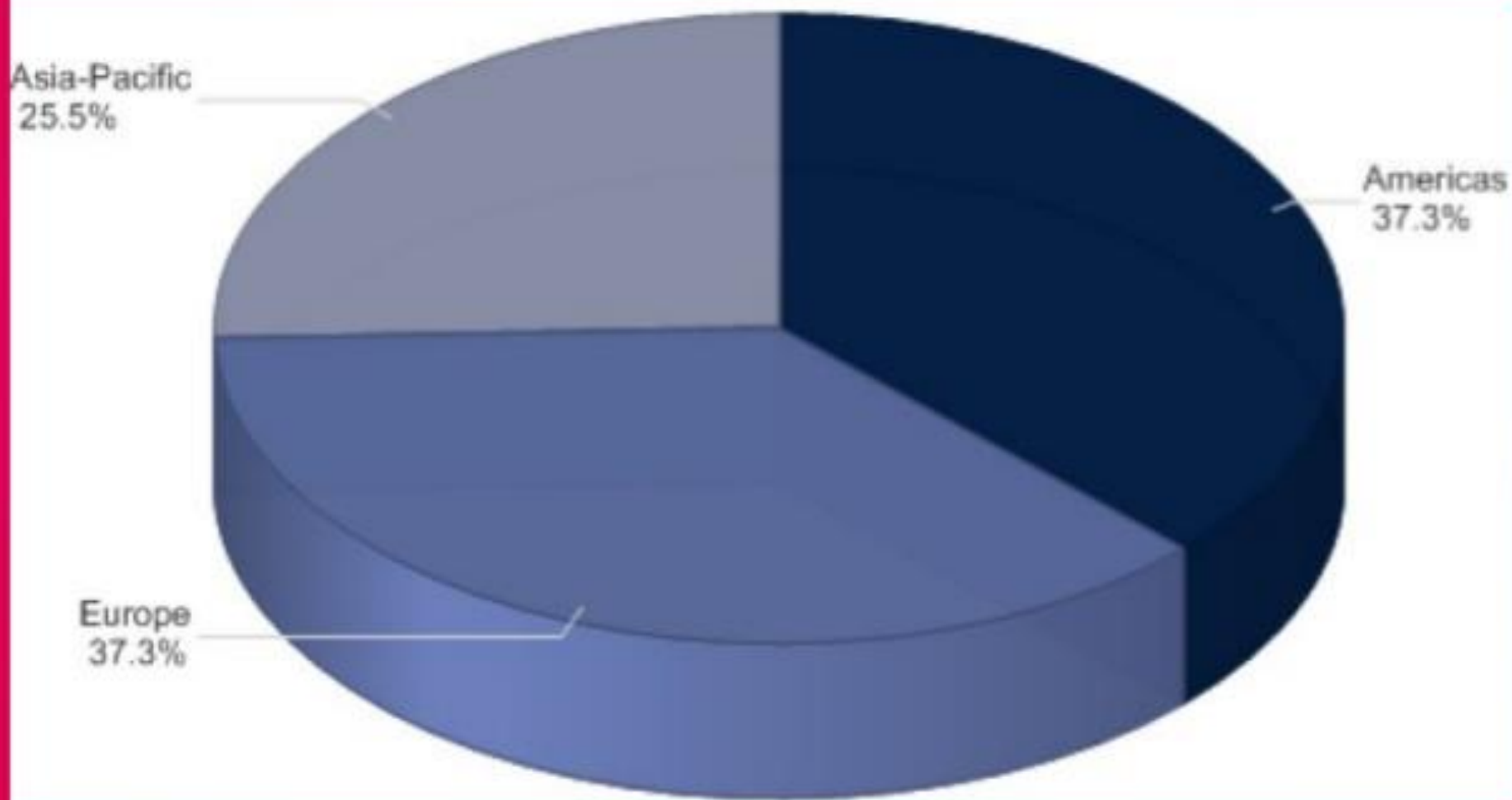
Types as sales %



Global trade

- (WTO) reports that current size is approx \$1200 bn with 3 % growth
- Among the fastest growing nations in that period were Vietnam, China, Bangladesh, Turkey and India.

World wide sales %



Mass and niche players

- price pressure from major discounters like Wal-Mart, Target and Kohl's can keep profit margins thin at stores that sell low- priced apparel.
- most successful retail chains focus on niche markets with special needs,
 - Abercrombie & Fitch, focuses on the 18- to 22-year old market with success.
- Online retailers such as e Bay, Asos

Fast fashion stores

- “fast fashion” stores that sell the latest designs at very low prices have been enjoying soaring growth in the world’s largest markets.
- These stores include H&M Sweden, and Uniqlo, from Japan

Mid segment casuals

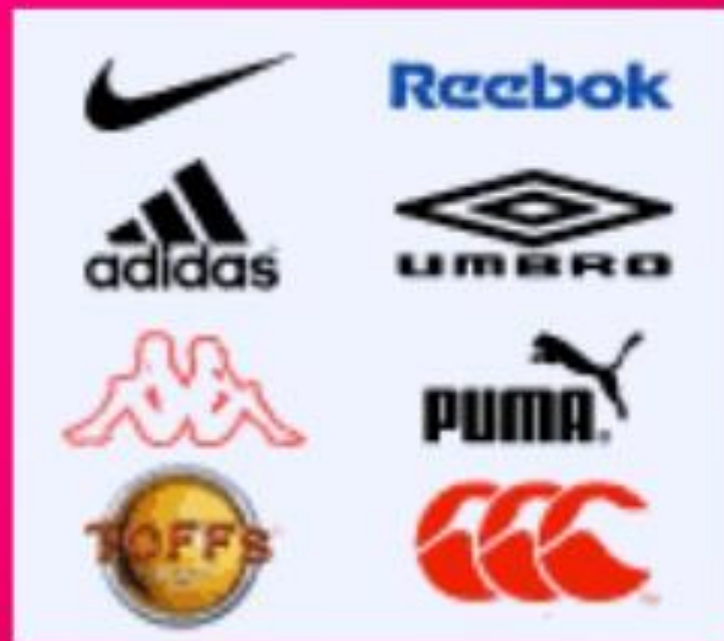


Pepe Jeans
LONDON



極度乾燥(しなさい)
Superdry

Sports wear



Cotton farm : primary sector



Manufacturing

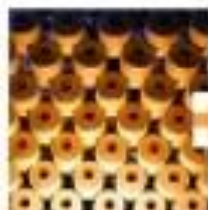
- China as a low-cost producer has meant very low retail prices for goods of reasonable quality.
- However, recent increases in the value of the Chinese currency, combined with rapidly rising labor costs, have put Chinese in a less competitive position.

Supply chain integration

Apparel Supply Chain



Cotton



Spinning



Knitting



Processing

Accessories



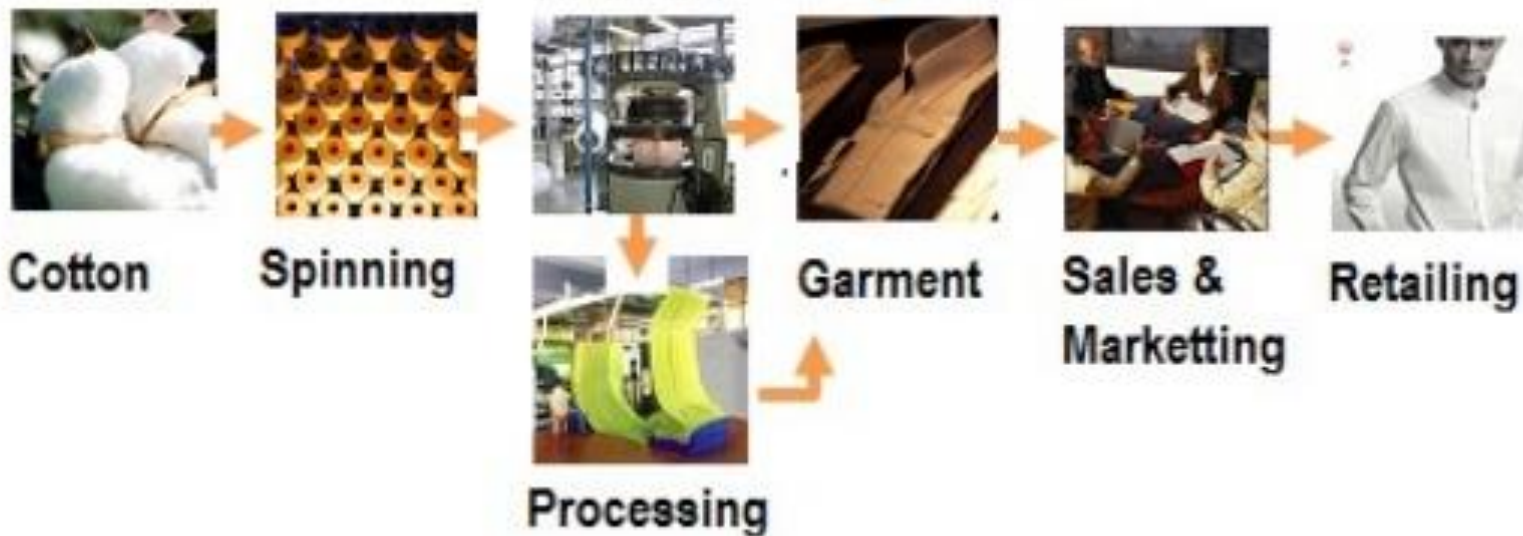
Garment



Sales & Marketing



Retailing



Indonesia: textile unit



Ranking of exports

1.	China	\$206.74 billion
2.	India -	\$24.12 billion
3.	Turkey	\$21.72 billion
4.	Bangladesh	\$16.92 billion
5.	United States	\$16.96 billion
6.	Vietnam	\$13.50 billion
7.	Korea	\$12.58 billion
8.	Indonesia	\$10.97 billion

Chinese suppliers

- Esquel China is one of the world's largest producers of cotton shirts, with 60 million garments each year.
- The firm's vertically integrated operation starts has 4,700 acres of cotton farms, which supply Esquel's spinning, dyeing and knitting facilities



ESQUEL GROUP



Inditex : European supplier

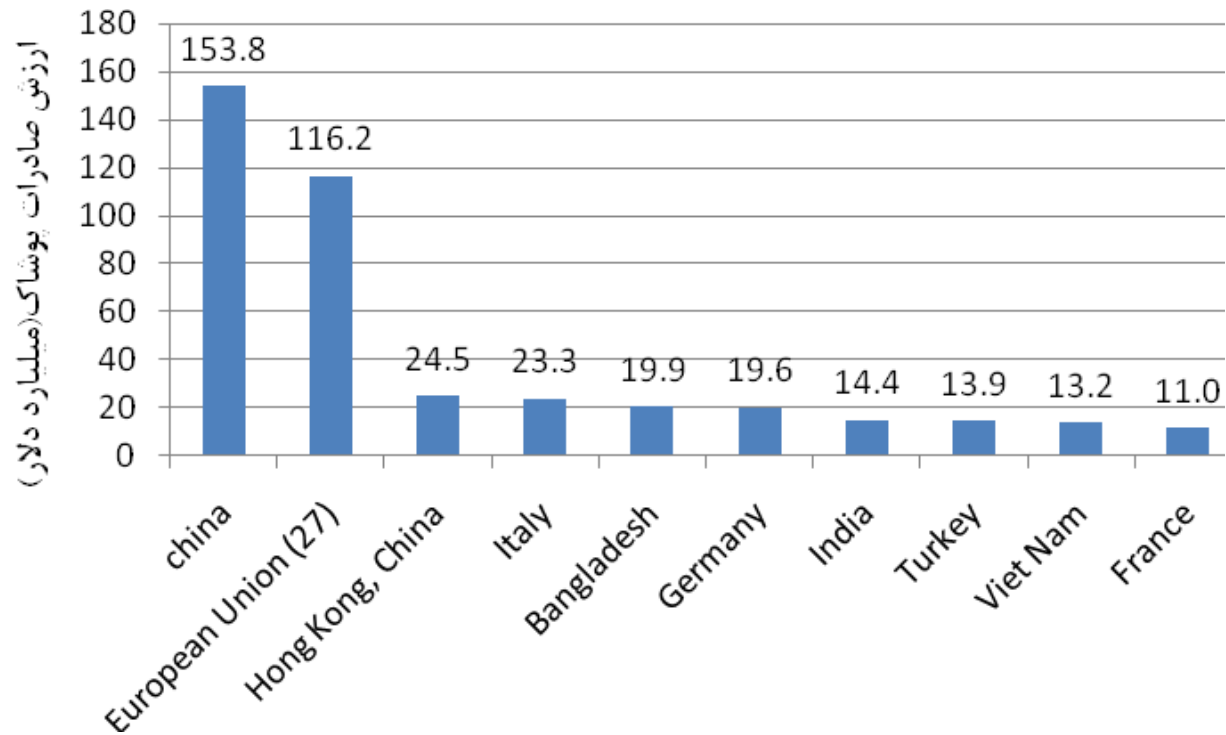


Inditex : European supplier

- Spain's Inditex can make a new clothing from its design team, through its plants and display within 2weeks.
- The company has several plants in Spain.
- Many of its outsourcing suppliers are located in Spain and elsewhere in Europe.
- The firm has multiple brands- Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti

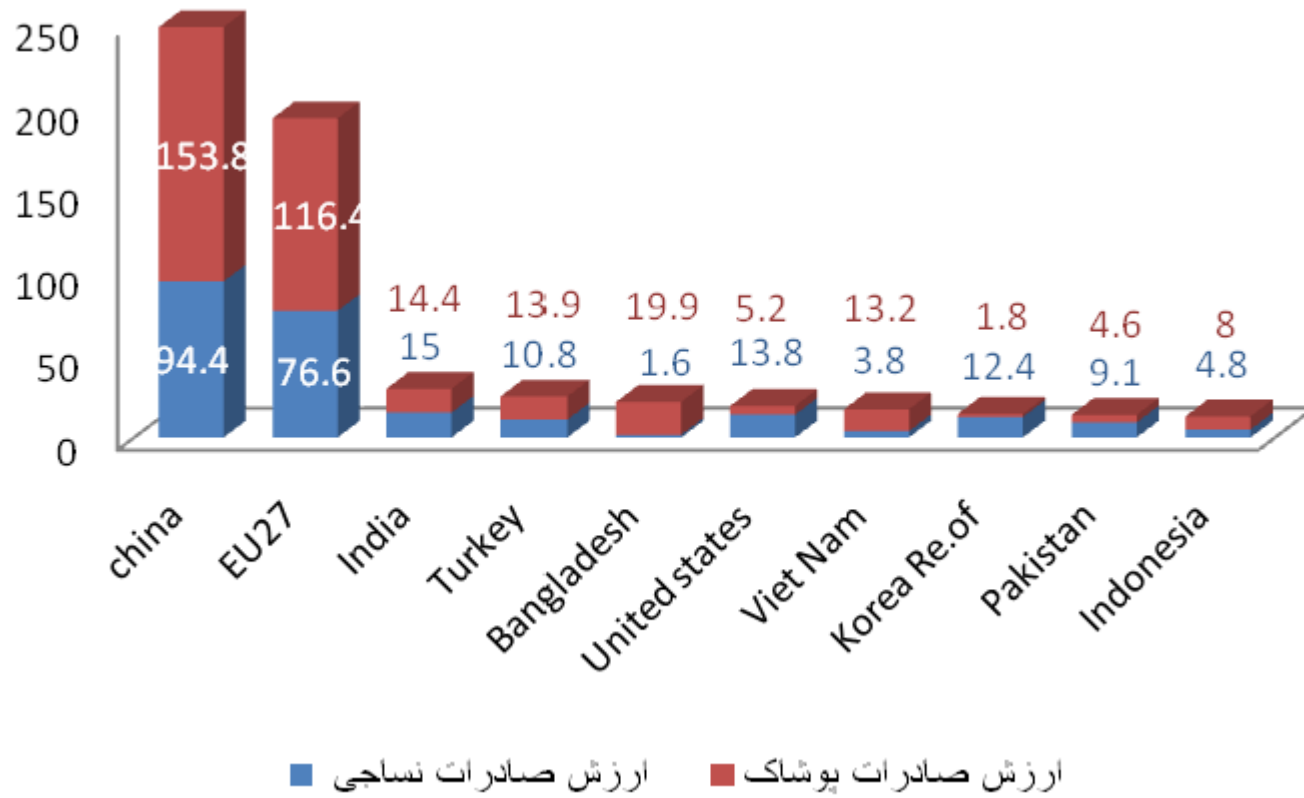
وضعیت صنعت پوشاک در جهان

صادرات



ارزش صادرات پوشاک در کشورهای صاحب نام (میلیارد دلار) - ۲۰۱۱

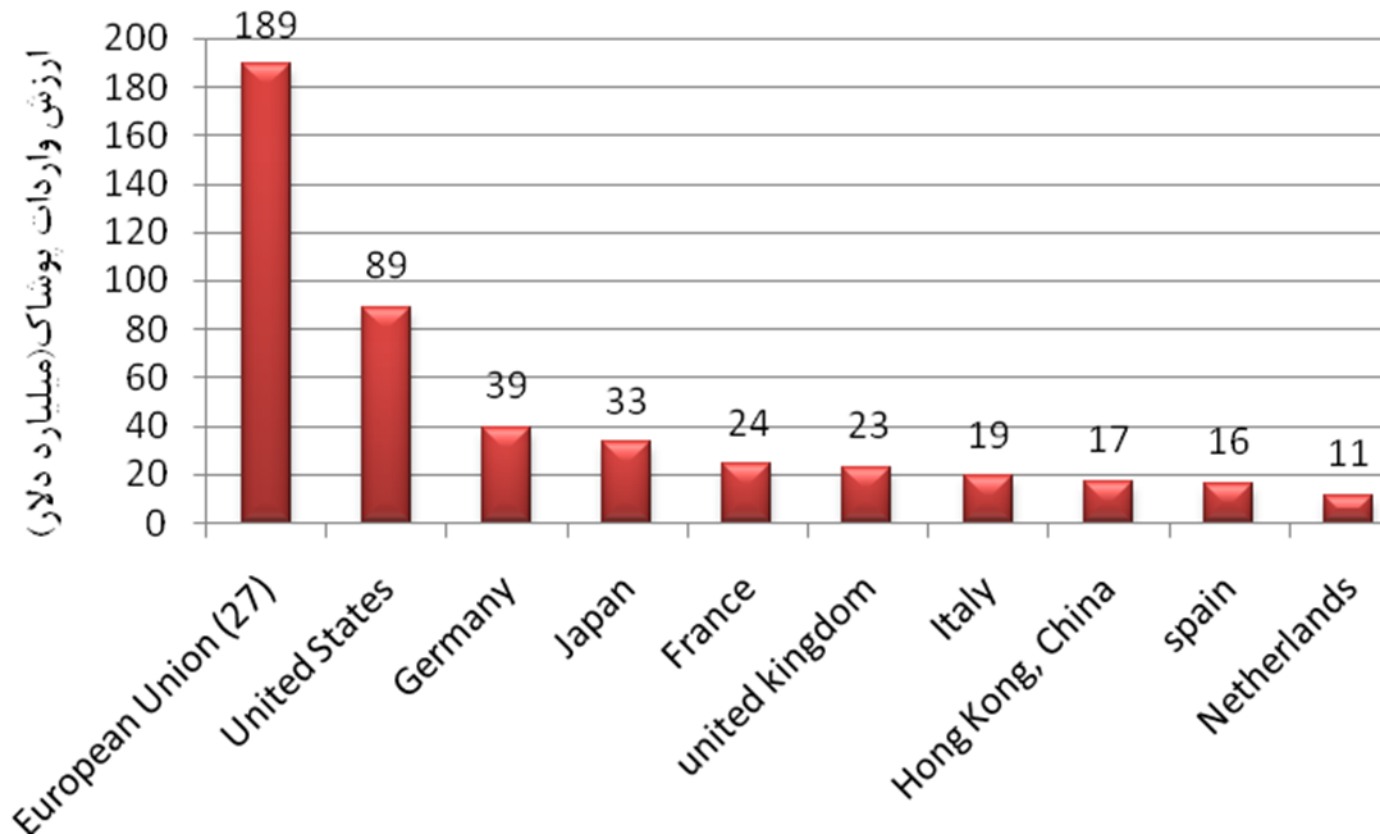
سهم چین از صادرات پوشاک جهان بالغ بر ۳۷.۲۸ درصد بوده که در میان سایر کشورهای جهان رتبه ی اول را داراست. پس از آن اتحادیه اروپا با سهم ۲۸.۱۸ درصدی در رتبه ی بعدی قرار دارد.



ارزش صادرات نساجی و پوشاک در کشورهای صاحب نام (میلیارد دلار)

سهم صادرات پوشاک در کشورهای بنگلادش و ویتنام چندین برابر صادرات نساجی آنهاست. با تحلیل نمودار می توان اینگونه استنباط نمود که در اکثر کشورهای صاحب نام در زمینه ی صادرات نساجی و پوشاک، سهم پوشاک در صادرات چشمگیرتر است.

واردات

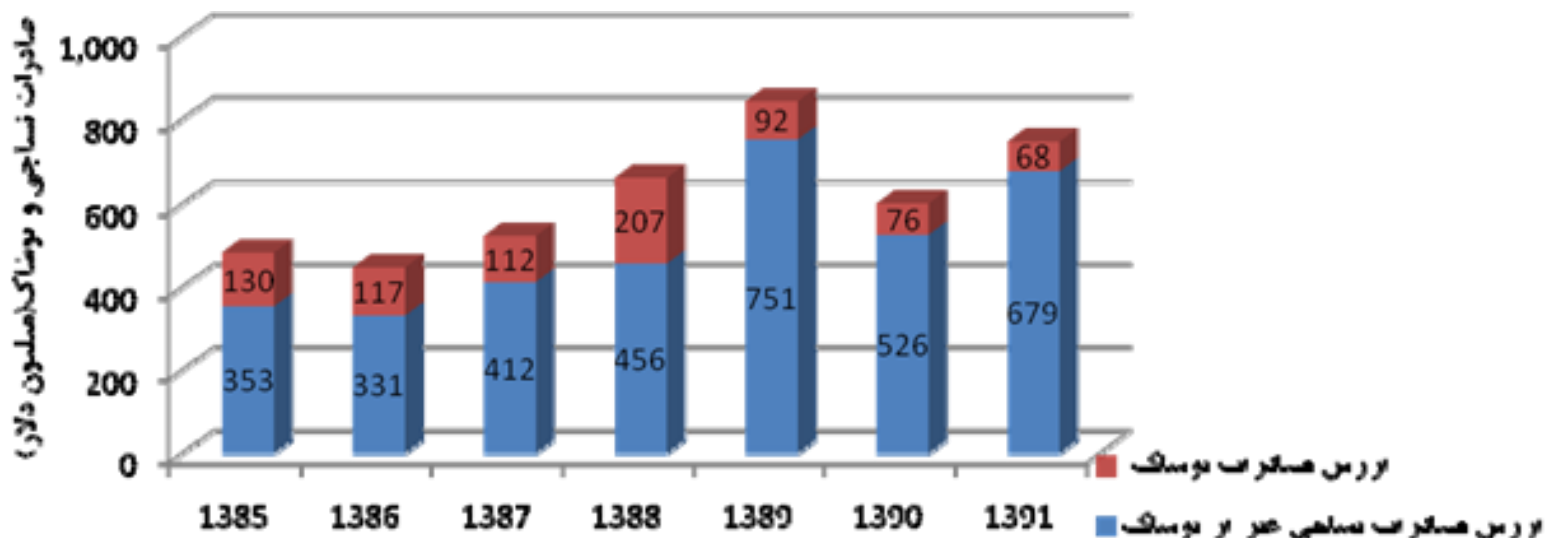


ارزش واردات پوشاک در کشورهای صاحب نام (میلیارد دلار) - ۲۰۱۱

اتحادیه اروپا بیشترین سهم واردات پوشاک را در میان کشورهای جهان داراست و پس از آن ایالات متحده، آلمان، ژاپن، فرانسه، انگلستان، ایتالیا، هنگ کنگ، اسپانیا و هلند در رتبه های بعدی قرار دارند.

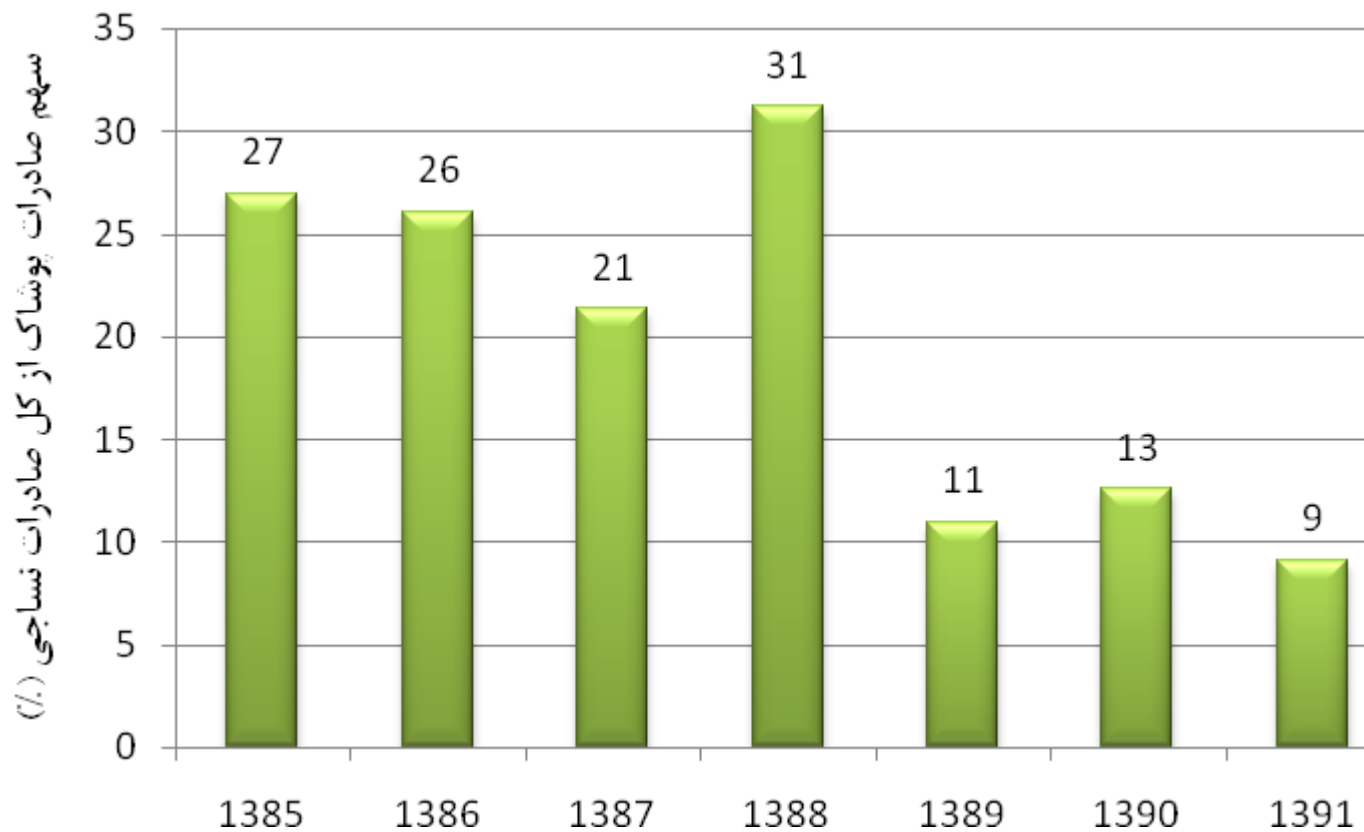
وضعیت صنعت پوشاک در ایران

صادرات

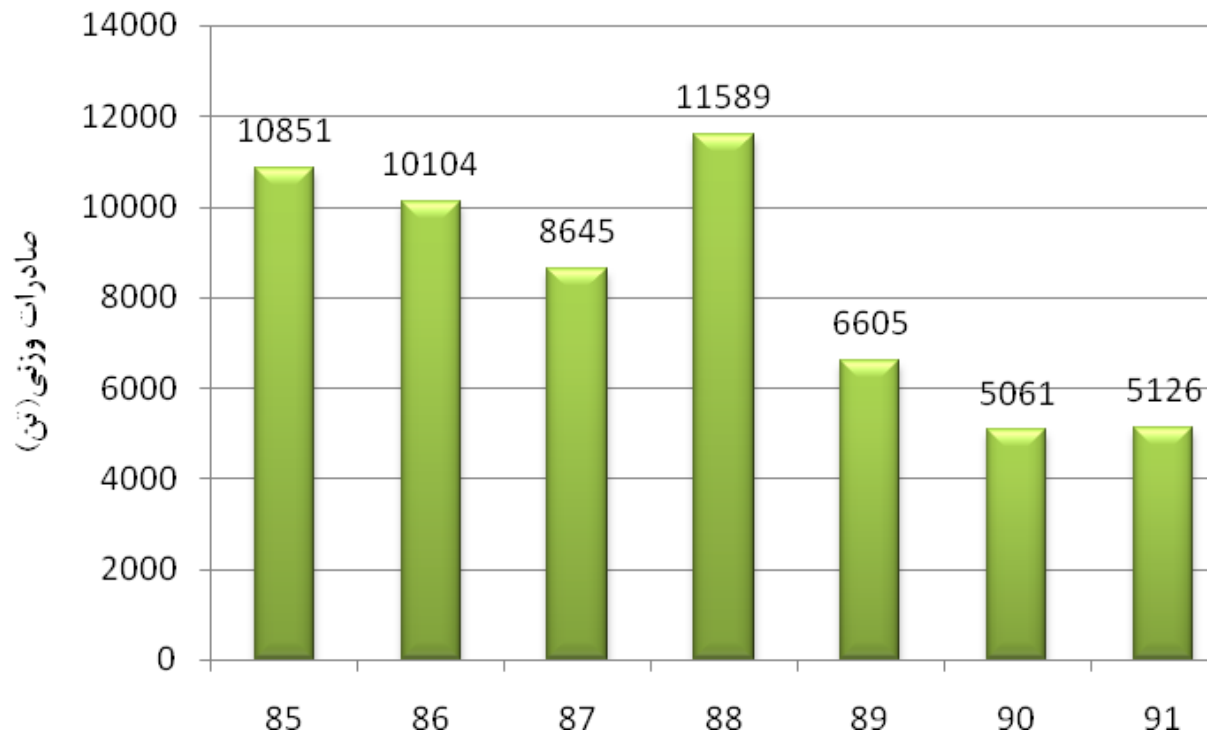


ارزش صادرات نساجی و پوشاک ایران در سالهای ۸۵ تا ۹۱ (میلیون دلار)

علیرغم اینکه در سال ۸۹ بیشترین صادرات نساجی و پوشاک را نسبت به دیگر سالها داشته ایم، سهم صادرات پوشاک از کل صادرات نساجی در سال ۸۸ بیشترین بوده است.



سهم صادرات پوشاک از کل صادرات نساجی ایران در سالهای ۸۵ تا ۹۱



صادرات وزنی پوشاک در سالهای ۸۵ تا ۹۱ (تن)

- مقدار صادرات وزنی پوشاک در کشور ما به طور کلی از سال ۸۵ تا ۹۱ روند کاهشی در پیش گرفته است.

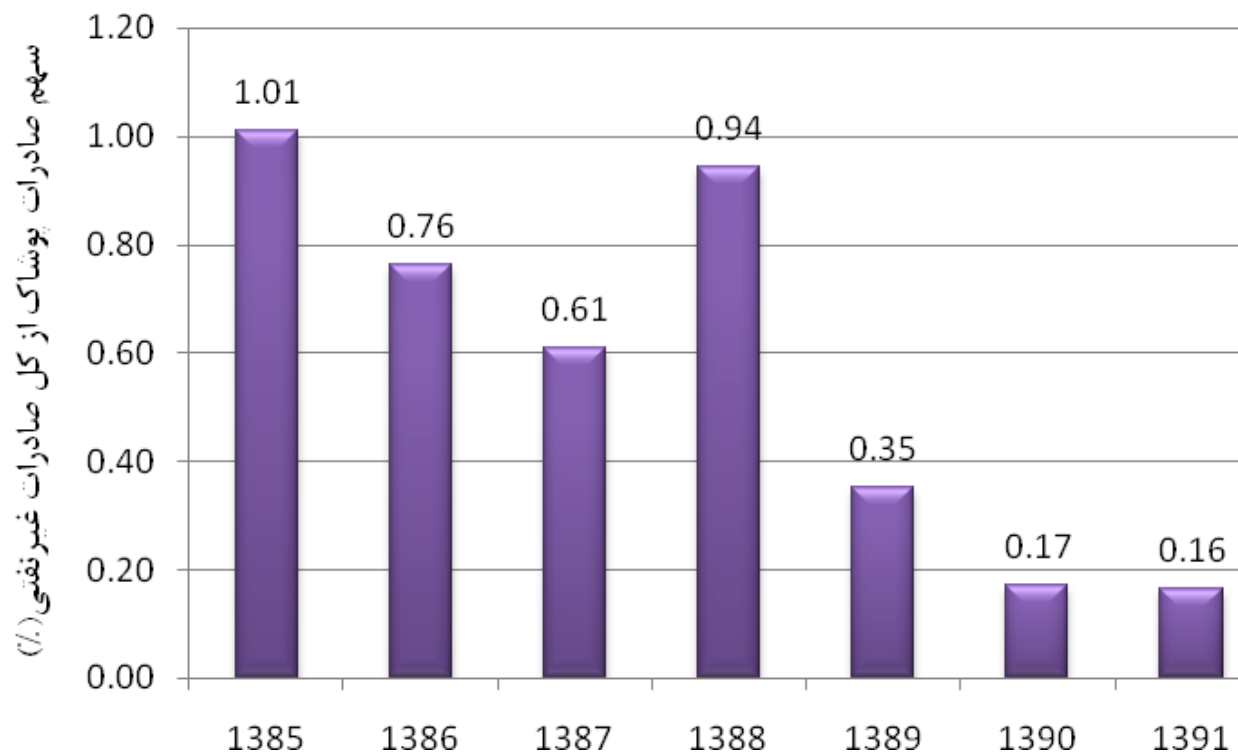
از عوامل مؤثر در کاهش صادرات پوشاک کشور می توان به عناوین زیر اشاره کرد:

۱- قیمت تمام شده بالا برای تولیدات داخل که موجب افزایش بهای کالای صادراتی شده و در نهایت منجر به کاهش مشتریان این محصولات خواهد شد.

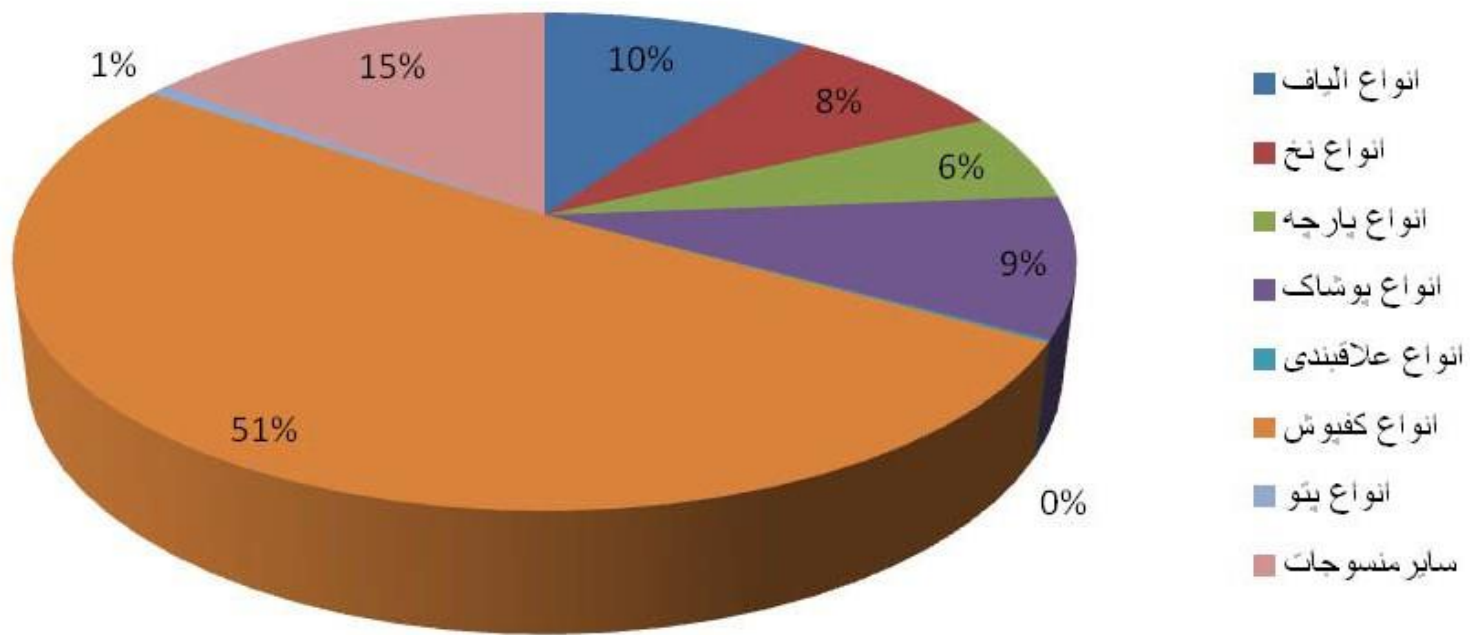
۲- عدم ایجاد برندهای ملی: همانطور که می دانیم برندهای پوشاک ایرانی انگشت شمار بوده و در بازار جهانی ناشناخته. بنابراین صنعت پوشاک کشور بدون داشتن برند معتبر نمی تواند در صادرات سهم چشمگیری داشته و جایگاهی در بازار جهانی پیدا کند.

۳- سیاست تثبیت نرخ ارز که در طی سالهای اخیر تا سال ۱۳۹۱ و علیرغم وجود تورم سالیانه بالای ۲۰ درصد همچنان از سوی دولت پیگیری می شد که این امر باعث زیان صادرکنندگان و در نتیجه از دست دادن بازارهای صادراتی ایشان گردید.

۴- عدم توسعه مناسب پوشاک به صورت صنعتی که عمدتاً به علت مشکلات ناشی از قانون کار میباشد هرچند سیاست های سرمایه گذاری نامناسب و عدم حمایت مناسب از این صنعت توسط دولت نیز بی تأثیر نبوده است.



سهم صادرات پوشاک از کل صادرات غیرنفتی ایران در سالهای ۸۵ تا ۹۱



سهم هریک از تولیدات نساجی از صادرات نساجی ایران در سال ۹۱

- در میان صادرات نساجی و پوشاک ایران تنها ۹ درصد مربوط به صادرات پوشاک می باشد
- این در حالیست که نزدیک به ۶۲٪ از کل صادرات نساجی و پوشاک چین مربوط به صادرات پوشاک است. در اتحادیه اروپا ۶۰٪، هند ۴۹٪، ترکیه ۵۶٪، بنگلادش ۹۲٪، ایالات متحده ۲۷٪، ویتنام ۷۸٪ و کره ۱۳٪، پاکستان ۳۴٪ و اندونزی ۶۲.۵٪ از کل صادرات نساجی و پوشاک مربوط به صادرات پوشاک است.
- با توجه به ناچیز بودن سهم صادرات پوشاک از کل صادرات نساجی و پوشاک کشور، دلایل عدم توسعه ی این صنعت کلیدی در کشور و ناموفق بودن آن در صادرات جای بحث و بررسی بیشتر دارد.!!!!

تأثیر عوامل انگیزشی نیروی انسانی در بهره‌وری کارخانجات پوشاک

رشد بهره‌وری نقش اساسی در بهبود عملکرد هر سازمانی دارد. بهره‌وری متأثر از عوامل مختلفی می‌باشد که بهره‌وری نیروی کار، معیار و شاخص اصلی عملکرد هر سازمانی است. اعتقاد بر این است که بهره‌وری نیروی کار به میزان انگیزش کارکنان بستگی دارد. لذا برای دستیابی و بهبود بهره‌وری نیروی کار، مدیران و کارفرمایان می‌بایستی بر روی انگیزش و راههایی که می‌تواند باعث تقویت و بالابردن انگیزش نیروی انسانی شود، تمرکز کنند.

در دنیای پرتحول امروز که سازمانها، واحدهای تولیدی و تجاری برای جذب سهم بیشتری از بازار و کسب سود بیشتر به رقابت مشغولند، شرط بقا و ادامه حیات هماهنگی با تحولات جهانی است. بدون شک یکی از مهمترین تحولات مدیریت منابع انسانی است که به دلیل روند پرشتاب تغییرات تکنولوژی و فرهنگ در عرصه جهانی ایجاد شده است.

اصل انگیزه

مهمترین عامل موثر بر بهره‌وری، ایجاد و تقویت انگیزش نیروی انسانی است. عواملی که بر روی انگیزه نیروی کار تاثیر دارند به دو دسته کلی مادی و غیرمادی تقسیم می‌شوند. عوامل مادی به میزان حقوق و دستمزد افراد در مقایسه با سطح قیمتها در جامعه و برآوردن نیازهای اولیه افراد (نیازهای مازلو) ارتباط دارد و عوامل غیرمادی مانند نوع کار، ارتباط نیروی کار با مدیریت، تشویق و تمجید، علاقه مندی افراد به سازمان، وحدت شغل و مشاغل، امنیت شغلی، مساوات در سازمان است که می‌تواند نقش مهمتری نسبت به جنبه‌های مادی داشته باشد. اما اگر هر دو جنبه مادی و غیرمادی به طور متناسب با هم تلفیق شوند می‌توانند تأثیر زیادی در افزایش بهره‌وری داشته باشند [۲، ۶].

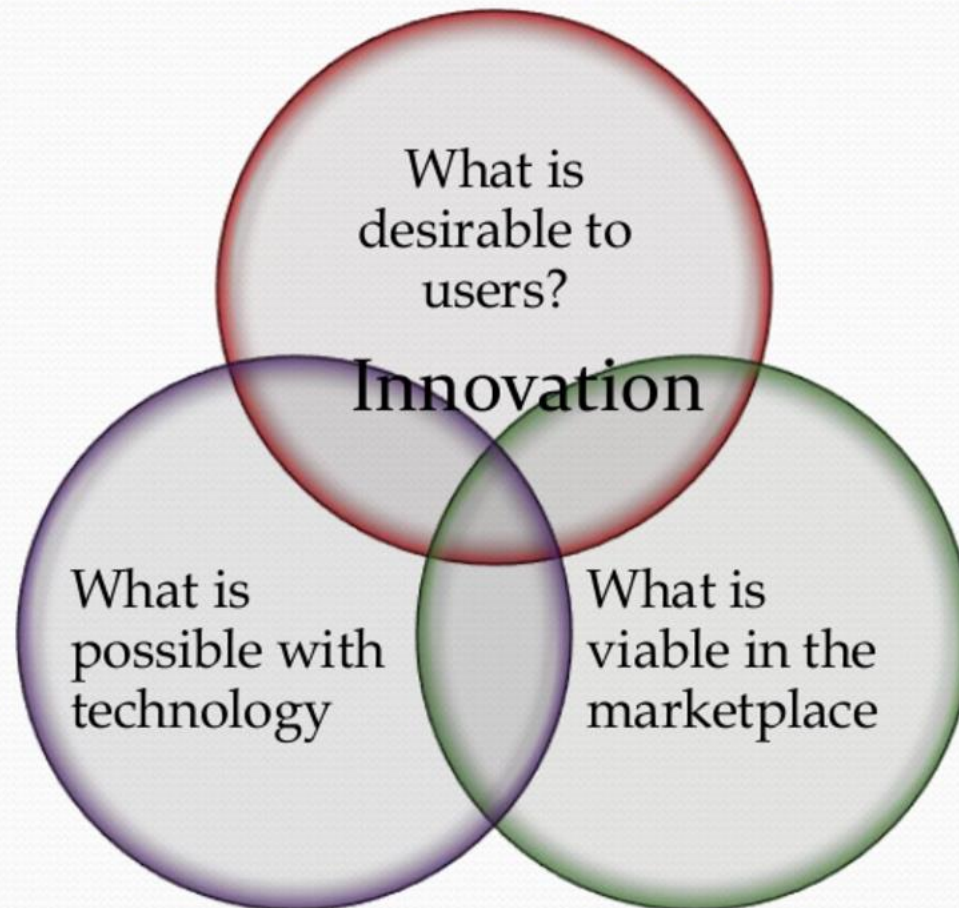
تعریف انگیزش

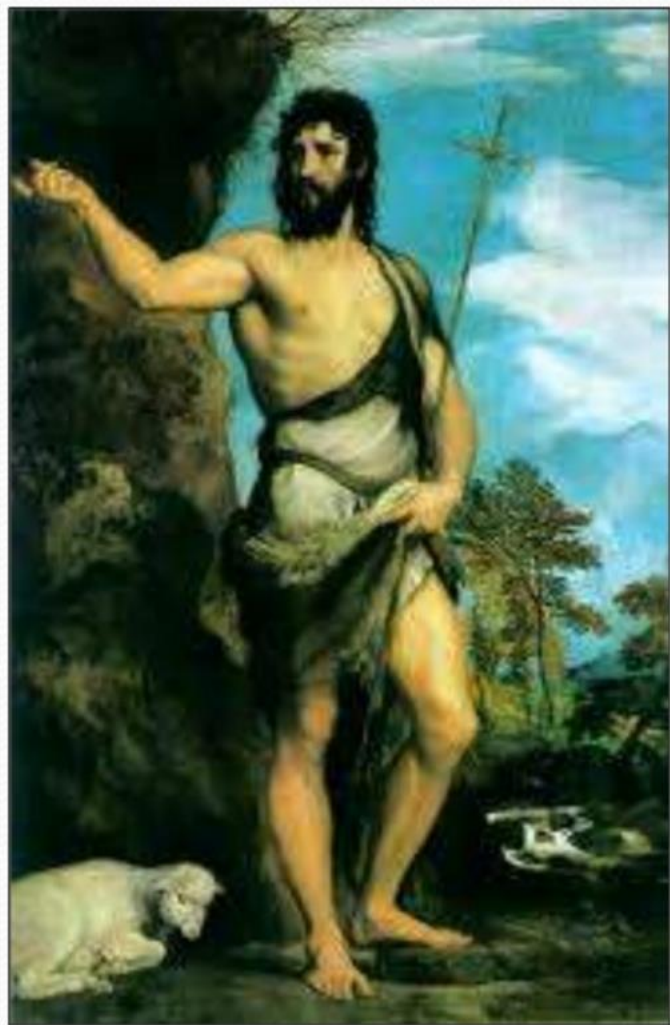
انگیزش از دیدگاه مدیریت منابع انسانی بر انگیزتن کارکنان بکار و سوق دادن آنها در جهت عملکرد بالا و رضایت بخشی شغلی می‌باشد. لذا در یک جمع بندی کوتاه می‌توان گفت که انگیزش فرآیند پیچیده‌ای است که از نیازهای فیزیکی، روان شناختی، اجتماعی و فرهنگی تشکیل می‌شود و بطور فردی و تکاملی در جهت انرژی بخشیدن به انسان برای رفتار مناسب‌تر و عملکرد مفیدتر عمل می‌کند [۱۰].

عوامل انگیزشی

- ۱- تقدیر و قدردانی از کار انجام شده
- ۲- احساس مفید و مؤثر بودن در کارها
- ۳- همدردی و دلسوزی هنگام بروز مشکلات فردی
- ۴- امنیت شغلی
- ۵- حقوق خوب
- ۶- جذابیت شغل
- ۷- ارتقاء و رشد در سازمان
- ۸- وفاداری شخص به کارفرما (تعهد سازمانی)
- ۹- شرایط کاری مناسب
- ۱۰- ایجاد نظم و دیسیپلین کاری همراه با ظرافت و دقت

What is Innovation?





Textile Industry: Evolution



Clothing
basic fibre (for
cover &
Protection)

Modern
Clothing
Synthetic
Fibres &
Yarns

Smart
textiles:
Technical
textiles

Technical Textiles



Mobiltech



Buildtech



Medtech



Agrotech



Clothtech



Packtech



Geotech



Oekotech



Homotech



Protech



Indutech



Sporttech

Agrotech



Meditech



Buildtech



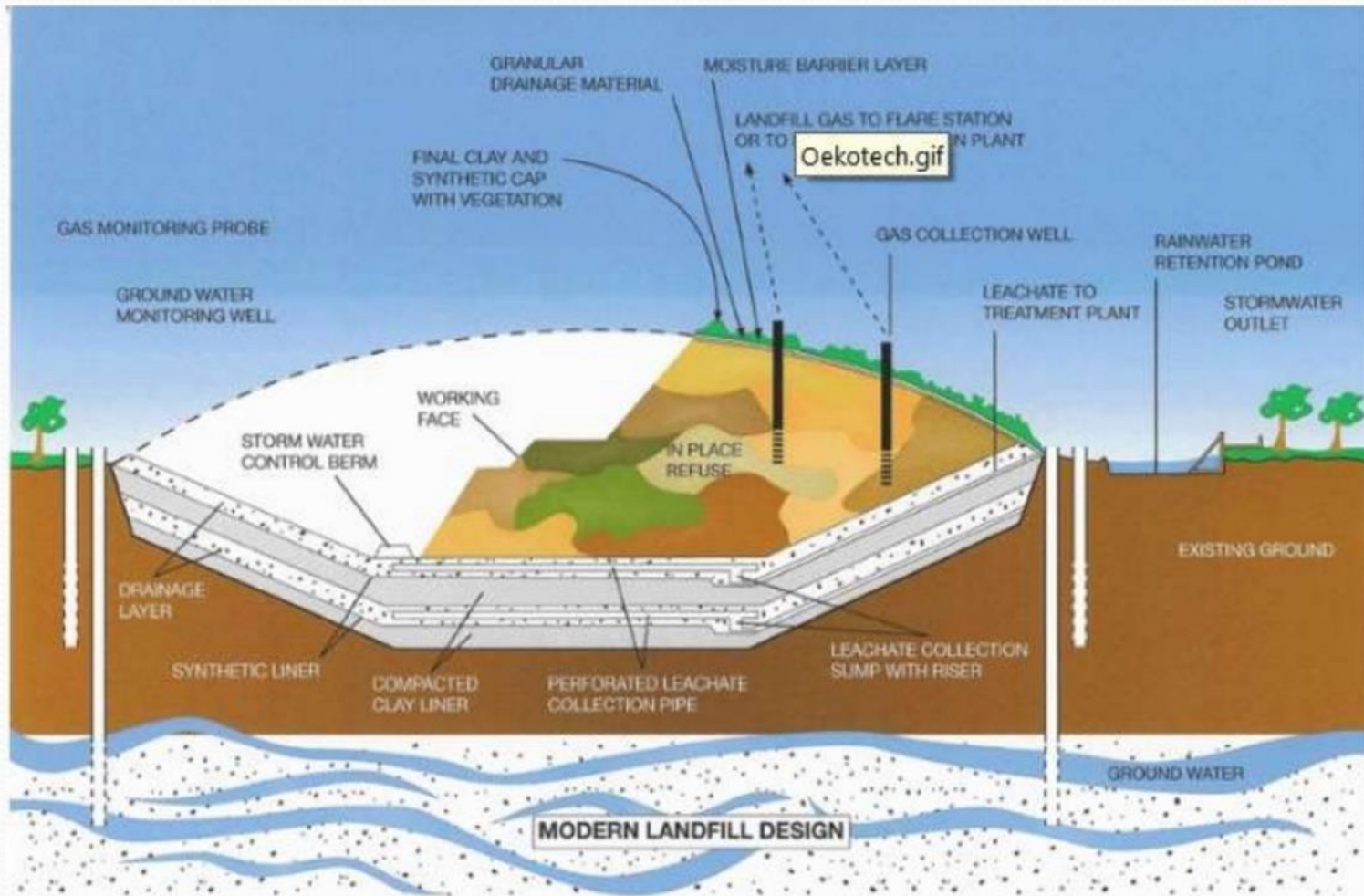
Mobiltech



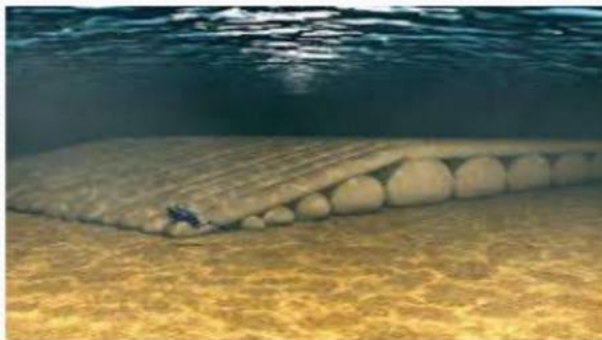
Clothtech



Oekotech



Geotech



Packtech



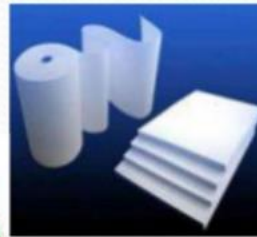
Hometech



Protech



Indutech



Sporttech



Innovation



Textile Industry

Textile Machinery



Remarkable innovations in Textile

Aerospace Textile

- ❖ Covers special finished products to highly engineered textile materials
- ❖ Includes Textile for
 - Aircraft
 - space suits
 - space shuttles
 - space transportations
 - lunar & mars mission



- ❖ Stitching combined with resin film infusion that showed the greatest potential for overcoming the cost & damage tolerance barriers in woven structure.

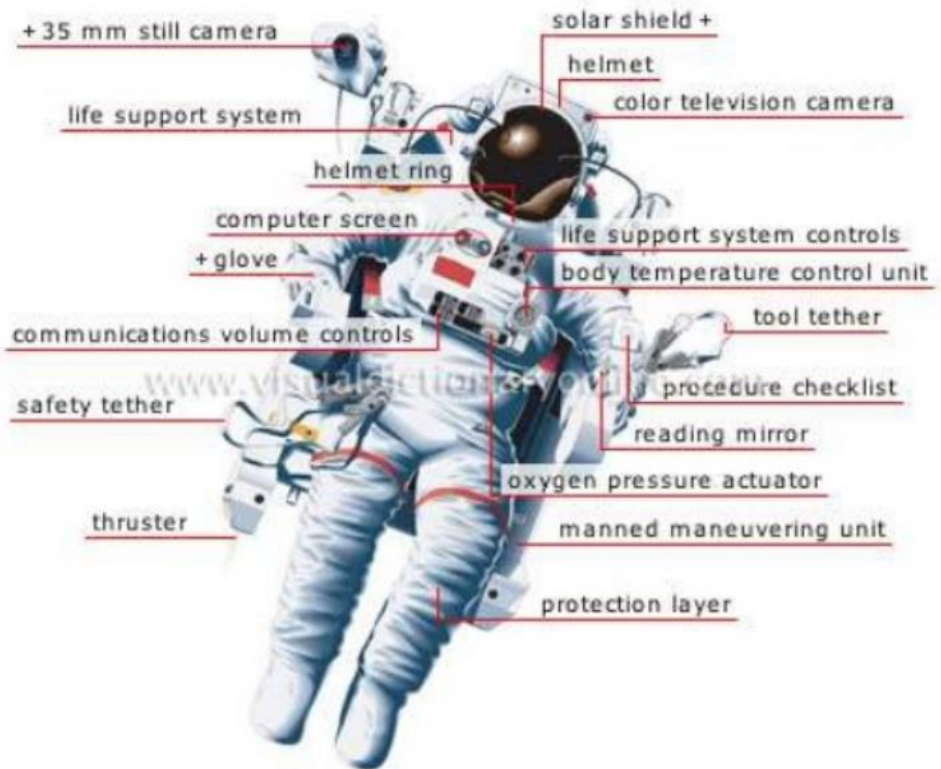
Past Innovation

Latest Innovation

Future
Innovation

Press Esc to exit full screen

Spacesuits

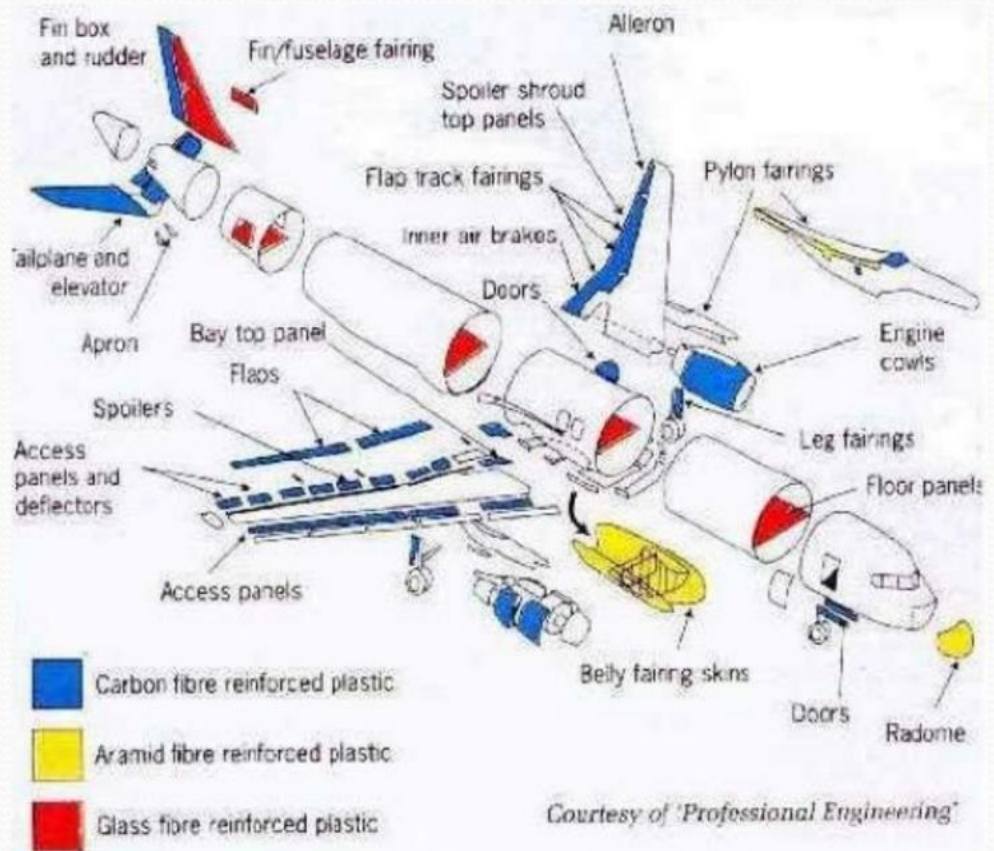


Past Innovation

Latest Innovation

Future
Innovation

Aero plane



Past Innovation

Latest Innovation

Future
Innovation

Medical Textiles

- ❖ Provides bio receptive and biocompatible material
- ❖ Remarkable Application
 - “Artificial Heart Valve”:
 - Made from pyrolytic carbon, used for over 30 years
 - Bi-leaflet designs, meaning that they employ two carbon “leaves” to regulate flow to a single direction



Past Innovation

Latest Innovation

Future
Innovation

Sport Textiles

- ❖ Provides light weight material with safety features that are
 - Tougher than wood
 - Breathes like skin
 - Waterproof like rubber
 - Eco-friendly & highly economical
- ❖ Advantages
 - Moisture management
 - Good perspiration fastness
 - Flexibility
 - Good heat conductivity
 - Immense comfort
 - Superior strength and durability.



Past Innovation

Latest Innovation

Future
Innovation



Latest innovations in Textiles

Nano Polymer technology

- ❖ Nano polymer coatings imparts amazing new properties to materials
 - Increasing effectiveness
 - Decreasing maintenance time and cost
- ❖ Applications
 - ❖ Amni Soul Eco: launched in mid-2014
 - ❖ Helps textile decompose in merely three years after having been discarded
 - ❖ Yarn is 100% recyclable & safe for use in adult, child, and baby apparel



Past Innovation

Latest Innovation

Future
Innovation

INTRODUCTION TO FASHION TERMS

Understanding fashion includes knowing many specific fashion and apparel terms.

What is **fashion**??

The display of the currently popular style of clothing. A fashion is the prevailing type of clothing that is favored by a large segment of the public at any given time and influenced by Social, Political, Economical and Artistic media.

What is **Style**??

A particular design, shape or type of apparel item. The style of the garment is determined by the distinct features that create its overall appearance.

What is difference between **style** and **fashion**??

Styles come and go. Fashion is always here in some form. Fashion reflects a continuing process of change in the styles of apparel that are accepted



Psychedelic Mash-up

Romantic 2-prints empire-waist top in chiffon, mesh, cotton, printing fabric, and ribbed jersey

FEATURED DETAIL

Double layer bishop sleeves with narrow cuff bands

THE FACTS

- + Front yoke in printed mesh
- + Front exposed wide industrial zipped opening
- + Jersey bandeau bra with center front opening, gathering, wired padding and faux tie
- + Ribbed jersey bodice in contrast with fluid double layered bishop sleeves
- + Gipsy sleeve detail with pleated ruffle and pleated hem in cotton shirting fabric



Apparel and Garment

What is **Apparel**?

Any and all men's, women's, and children's wear clothing is called as an 'Apparel'

What is **Garment**?

Any article of apparel, such as a dress, suit, coat, evening gown or sweater.

What is **Garment components**?

Any part of garment like sleeves, cuff, collar, waistband, etc are called as Garment components



Silhouette

Silhouette: The shape of the clothing style.

It is formed by the width and length of the neckline, sleeves, waistline and pants or skirts.

If you were to squint your eyes and look at a suit, dress or coat, the outline (shape) of the garment would show its silhouette.

Silhouettes are always changing in fashion. The general direction that a silhouette takes (wider-narrower-longer-shorter) shows a fashion trend.

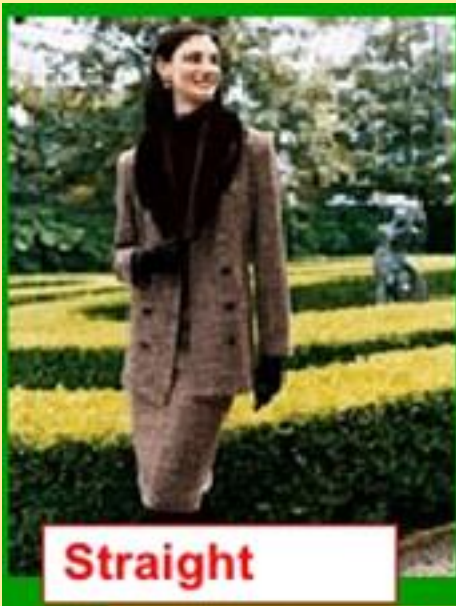


Specific Silhouette

Silhouette of fashion cycle

Three specific silhouettes have separately rise, and fall in popularity;

STRAIGHT-TUBULER



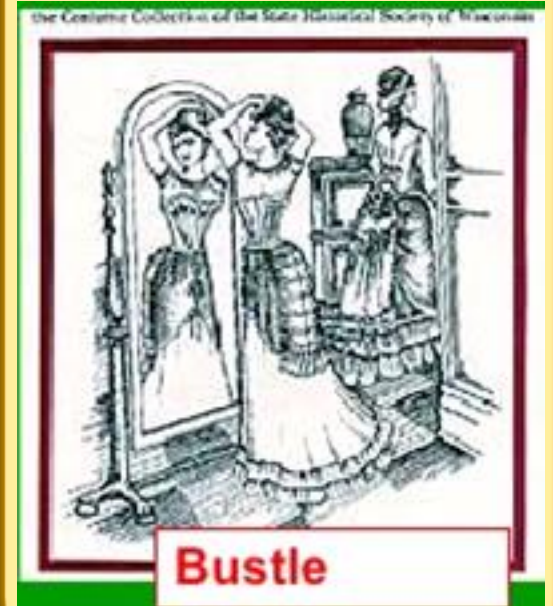
Straight

BELL



Bell

BUSTLE-BACK FULLNESS



Bustle

Specific Silhouette

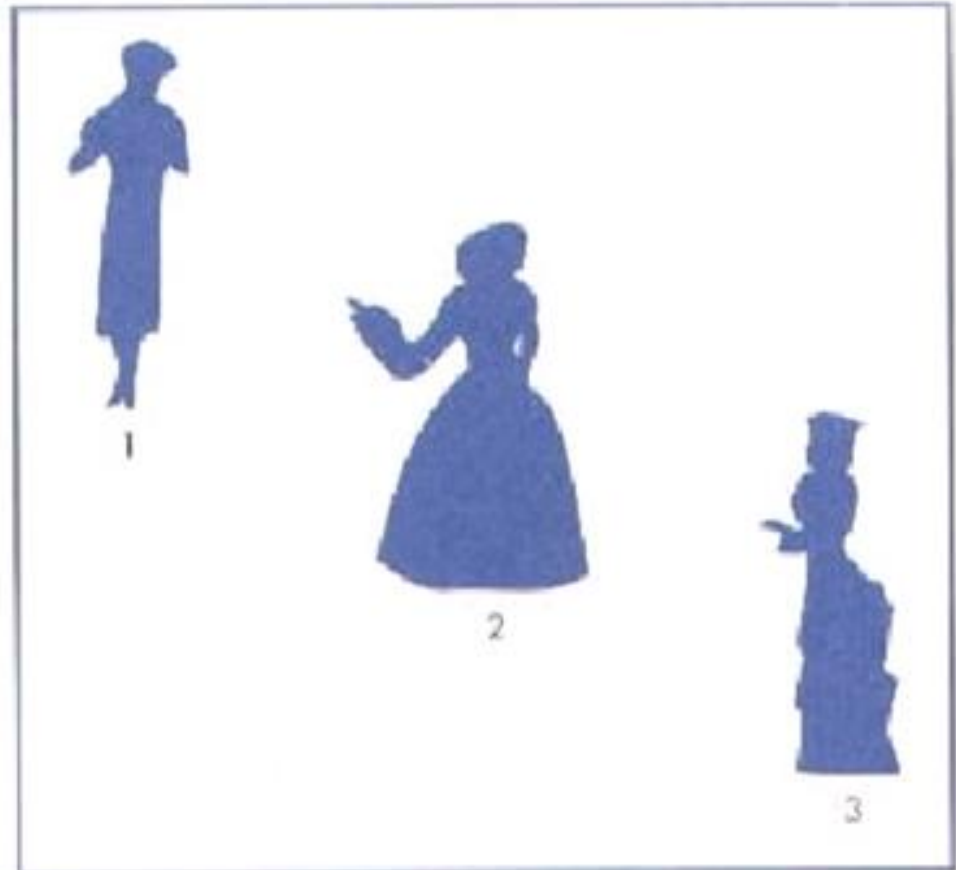


Figure 1-6. The three recurring silhouettes are (1) the straight or tubular; (2) the bell-shaped or bouffant; and (3) the bustle or back fullness. (Based on Agnes Brooks Young, *Recurring Styles of Fashion*, Cooper Square Publishers, New York, 1966, pp. 14–15.)

HI FASHION

Hi fashion: High fashion are the latest or newest fashions. They are usually of top quality, with fine workmanship and beautiful fabrics. Because of the quality, they are expensive. High fashion styles originate from top name designers in leading fashion cities.

Details of high fashion filter down into generally accepted fashions.



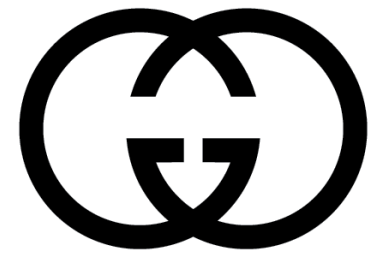
Designer label...



Calvin Klein
CK

D&G
DOLCE & GABBANA®

GUCCI



Dior

DKNY
DONNA KARAN NEW YORK

MANGO

Mass fashion

Clothes to cater to a wider range of customers, producing ready-to-wear clothes in large quantities and standard sizes.

Less costly materials and construction techniques, creatively used, produce affordable high street fashion. Standardized sizing is used, trims and notions are scaled down but still try to keep the look of designer clothing.

**Other names for mass-market:-
ready-to-wear, off the rack.
e.g.:-old navy, target**

They copy trends and movies.

They don't work on inspiration or any specific story.

Indian markets- Global desi, Westside....

WESTSIDE



fad/craze

Fad: A temporary, passing fashion. It is an item or look that has great appeal to many people for a short period of time.

It is usually out of the ordinary. A fad becomes popular fast, and then dies out quickly.

Craze: Craze is like a fashion because it is a passing love for a new fashion. However, this has a display of emotion or crowd excitement with it. Stores have a hard time keeping such items in stock because people are so eager to buy them.

Apparel business terms

Ready to wear: Those garments that are mass-produced in factories. They are manufactured in quantity according to standard sizes. Each garment design has thousand made. They are all alike and are for sale in many sizes.

Consumers: Those who buy and wear the garments. Consumers purchase and use apparel as well as other economics goods. Consumers are very important in determining what fashion will or will not become popular.

Retail Store: Sell to consumers. They advertise and sell their items directly to the general public. Retail stores include department stores, chain and discount or factory outlet.

