

کوهن

مجله بین المللی تخصصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۴. شماره ۶۴. تیر ۱۴۰۰. قیمت ۸۰۰۰ تومان

WWW.KOHANJOURNAL.COM



رنگدانه سیرجان برندی جهانی در صنعت نساجی ایران

RANGDANEH SIRJAN Co.

WWW.RANGDANEH.IR

ورود به سایت رنگدانه سیرجان



Kohan Textile Journal



اطلاعات بیشتر در مورد آگهی

KARIMI MACHINERY

واحد فروش : ۰۹۱۲۱۱۱۸۲۶۷

اولین و تنها سازنده پرسهای عدلبندی تاپس در ایران

صنایع ماشین سازی کریمی تهران سازنده ماشین الات سالن رنگرزی از قبیل فیدر پد انتی استاتیک پرس استمپر هیدرولیکی پرس عدلبندی الیاف و پرس عدلبندی تاپس که اولین پرس تاپس در شرکت ریسندگی گیلان و دومین پرس عدلبندی تاپس در حال نصب در شرکت نساجی اپادانا می باشد.

راهنمای سریع تبلیغات این شماره

با کلیک بر روی هر آگهی می توانید به صفحه مورد نظر بروید

رنگدانه سیرجان
RANGDANEH SIRJAN Co.
 WWW.RANGDANEH.IR

Kohan Textile Journal
KARIMI MACHINERY
 اولین و تنها سازنده پرسهای عدلبندی تاپس در ایران

ساکاری شیمی سکرین
SAKARI CHEMIE SCREEN

رنگدانه سیرجان
www.rangdaneh.ir
 info@rangdaneh.com

هینزار شیمی
HINZAR SHIMI
 شرکت تولیدی و صنعتی هینزار شیمی

سینلندر بخار
Sellers Steam Drum
 بنشستایی در ایران: ۰۲۱-۲۸۳۸۷

فرش اکباتان
EKBATAN CARPET
 با کمی به خدمت فرش ماشینی

ایران پلیمر
شرکت پلیمر سازان سینا دلچیان
 تولید کننده انواع گرانول پلی استر

ARAD CARPET
 تولید کننده انواع فرش ماشینی

Anmak
 تولید کننده انواع ماشین های صنعتی

ایران پلیمر
شرکت پلیمر سازان سینا دلچیان
 تولید کننده انواع گرانول پلی استر

ایران پلیمر
شرکت پلیمر سازان سینا دلچیان
 تولید کننده انواع گرانول پلی استر

DNT
دانا نساج توانا
 مشکلات خط رنگرزی را به دانا نساج بسپارید

Chemi Farayand
شیمرفرایند
 تولید کننده انواع ماشین های صنعتی

ایران پلیمر
شرکت پلیمر سازان سینا دلچیان
 تولید کننده انواع گرانول پلی استر

ایران پلیمر
شرکت پلیمر سازان سینا دلچیان
 تولید کننده انواع گرانول پلی استر

SPIN FIK
 تولید کننده انواع فرش ماشینی

SI.GA. TRADING SA
 تولید کننده انواع قطعات زاگارد و ندویل

UYUM TEKSTIL
 تولید کننده قطعات ماشین آلات

INTERTEXT TUNISIA
 INTERNATIONAL EXHIBITION OF TEXTILE INDUSTRY
 2-4 April 2020
 Sousse, Tunisia

با کلیک بر روی عنوان هر مقاله می توانید به صفحه مورد نظر بروید

مجله نساجی کهن

مجله بین المللی تخصصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۴. شماره ۶۴. تیر ۱۴۰۰

فهرست مطالب

مطالب این شماره

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر:

بهنام قاسمی

info@kohanjournal.com

مدیر بازرگانی و روابط عمومی:

محبوبه قایدی

نویسندگان و همکاران این شماره:

فروغ امیر شیرزاد - مهلق صدوقی - نارینه
آذلیار - محمدرضا انتظاری - شهرام شاه
بابایی - قاسم حیدری - بهروز عباسی - کامبیز
مقراضی - احسان اکرامی - عصمت غنی زاده
- مهندس شفیی - مهندس معتمدی

امور تبلیغات:

محبوبه قایدی

طراحی و صفحه آرایی:

استودیو کهن نگار

وب سایت:

www.kohanjournal.com

پست الکترونیک:

info@kohanjournal.com

آدرس: تهران صندوق پستی ۴۶۵-۱۶۷۶۵

● مجله نساجی کهن آماده دریافت و انتشار مقالات و دیدگاه های صاحب نظران، همکاران و کارشناسان صنعت فرش ماشینی و نساجی و نیز کارشناسان حوزه اقتصادی می باشد.

● مجله نساجی کهن در انتخاب و ویرایش مطالب ارسالی آزاد می باشد.

● مطالب ترجمه شده ارسالی باید با یک نسخه از متن اصلی همراه باشد.

● استفاده از مطالب و تصاویر مجله مهن با ذکر منبع بلامانع است.

● نظرات طرح شده در مقالات و مصاحبه ها لزوما دیدگاه مجله نساجی کهن نمی باشد.

● مجله کهن به صورت الکترونیکی و از طریق مراجعه به سایت مجله کهن قابل دسترسی و دانلود است.

www.instagram.com/kohanjournal

https://t.me/kohanjournal



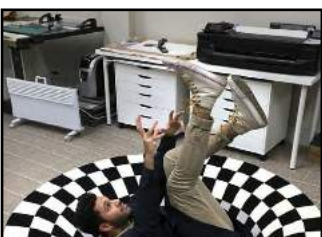
رنگدانه سیرجان برندی
جهانی در صنعت نساجی ایران



خرید ماشین آلات فرش
ماشینی و نساجی از ترکیه



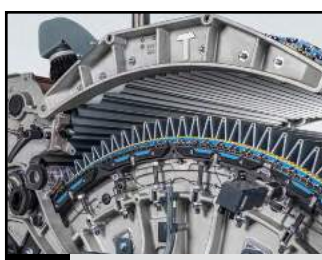
الیاف کف مقرون به صرفه
ترین الیاف طبیعی جهان!



تولید فرش هوشمند یا
فرش خاص



استاندارد صادرات فرش
ماشینی به اروپا



کنترل عملکرد کاردینگ با
خصوصیات تار عنکبوتی

۱۳ - رنگدانه سیرجان برندی جهانی در صنعت نساجی ایران

۱۵ - برای صادرات فرش ماشینی به اروپا این استاندارد ضروری است

۱۶ - پاورهیت ست راه حل مناسب برای انواع نخ فرش ماشینی

۱۹ - تولید قطعات زاگرد فرش ماشینی تخصص ماست

۲۲ - اورینتال ویورز مصر بزرگترین تولید کننده و صادر کننده فرش

ماشینی به بیش از ۱۳۰ کشور جهان

۲۴ - خرید ماشین آلات فرش ماشینی و نساجی از ترکیه...

۲۷ - فرش پایدار چیست و چه مزایایی دارد؟

۳۰ - الیاف کف مقرون به صرفه ترین الیاف طبیعی جهان!

۳۲ - منسوجات خانگی ترکیه - بازاری پر سود برای صادرات و واردات

۳۴ - الیاف ضد میکروب، نابود کننده ویروس کرونا روی فرش و منسوجات

۳۶ - تولید فرش هوشمند یا فرش خاص

۳۷ - منسوجات پوشیدنی هوشمند چیست؟

۴۱ - مستریج چیست؟ معرفی، انواع و چگونگی تولید آن

۴۴ - کنترل عملکرد کاردینگ با تمرکز بر خصوصیات ظاهری تار عنکبوتی

۴۸ - افزایش فرصت های منسوجات فنی و بی بافت در هندوستان

۵۱ - تاثیر ویروس کرونا بر بازار فروش ماشین آلات نساجی

۵۳ - رصد مداوم نتایج اوستر اتوکنتر جهت کنترل و بهینه سازی فرآیند ریسندگی

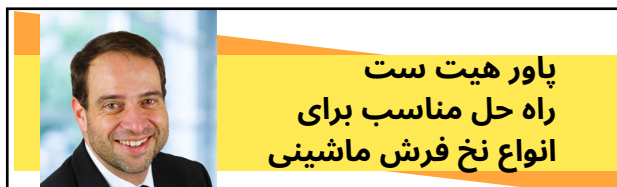
۵۶ - بررسی عوامل موثر روانشناختی و اقتصادی در انتخاب فرش ماشینی

۶۵ - پرورش پنبه و خطر بزرگ تغییرات شدید آب و هوایی

۶۶ - یک جهش اساسی در بازرسی پارچه



۲۲ اورینتال ویورز مصر بزرگترین تولید کننده و صادر کننده فرش ماشینی

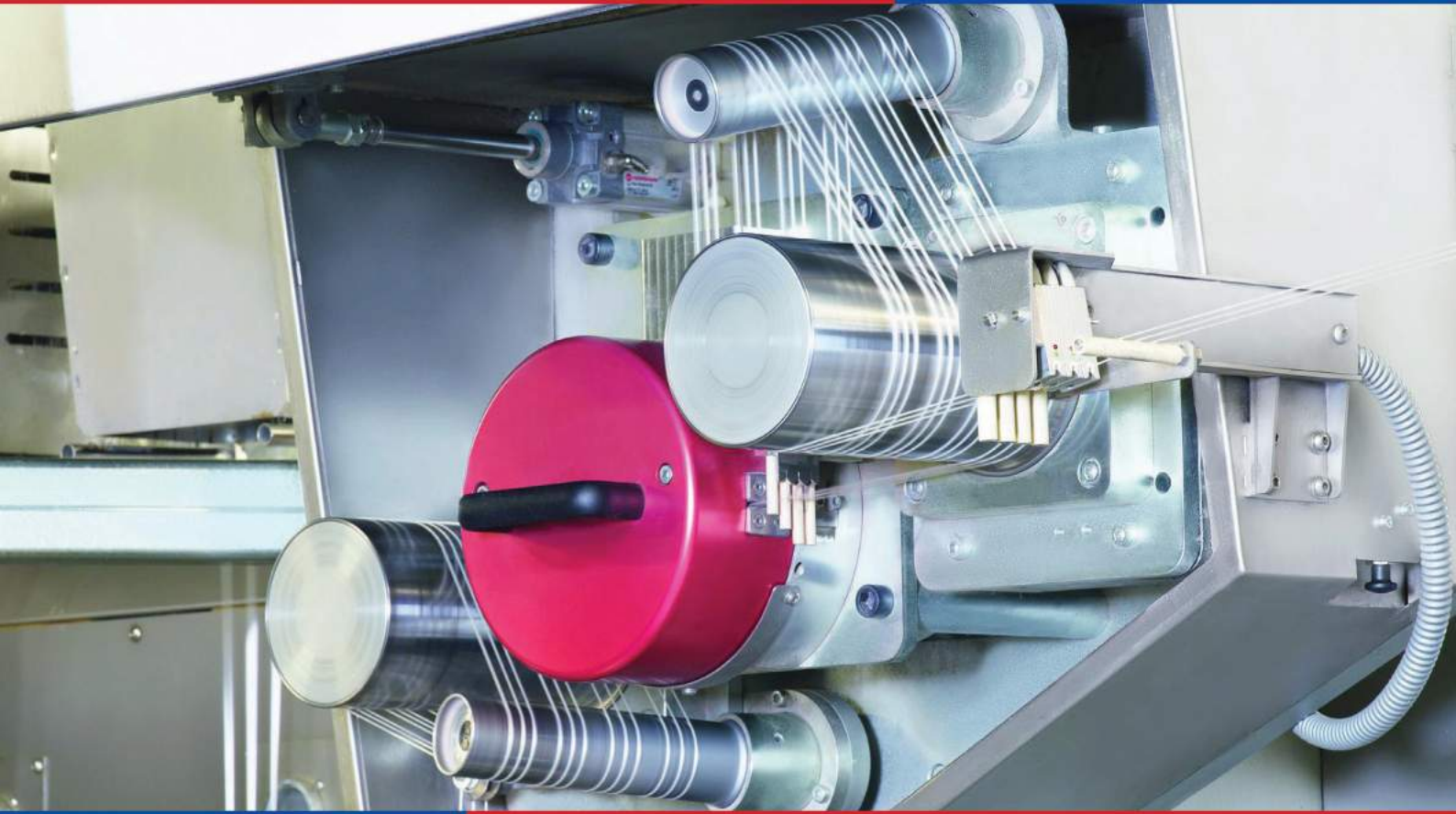


۱۶ پاورهیت ست راه حل مناسب برای انواع نخ فرش ماشینی



۴۸ شرکت زیمر اتریش مورد اعتماد بهترین شرکت های چاپ فرش در جهان

کاوآن شیمه سورن



- ◀ اسپین فینیش مخصوص BCF - CF
- ◀ اسپین فینیش مخصوص ذوبریسی (پلی استر استپیل)
- ◀ اسپین فینیش مخصوص ذوبریسی (پلی پروپیلن استپیل)
- ◀ آنتی استاتیک مخصوص ریسندگی اسپان
- ◀ آنتی استاتیک مخصوص منسوجات بی بافت
- ◀ آنتی استاتیک مخصوص ذوبریسی (پلی استر استپیل)
- ◀ نرمکن مخصوص ذوبریسی (پلی استر استپیل)



KAVAN CHEMIE SOREN

دفتر مرکزی: تهران، خیابان بهبودی، بالاتر از خیابان نصرت، نبش کوچه امیر، پلاک ۱۸، واحد ۲
کارخانه: شهرک صنعتی اشتهارد، بلوار ملاصدرا غربی، خیابان دماوند ۴، قطعه ۲۰۲، ۵۲

تلفن: ۰۲۱ - ۶۶۰۸ ۵۰۷۹ | همراه: ۰۹۱۲ - ۸۹۰۲۴۱۲ - ۱۳ | فکس: ۰۲۱ - ۶۶۰۳۶۶۲۰
www.kavanchemie.com | info@kavanchemie.com

سیلندر بخار

خط تکمیل فرش از شرکت سلرز انگلستان

#نهایت ایمنی #دارای گواهی استاندارد

#راندمان کاری فوق العاده #دوام بسیار بالا



Sellers
Textile Engineers

ساخت انگلستان

STEAM DRUM

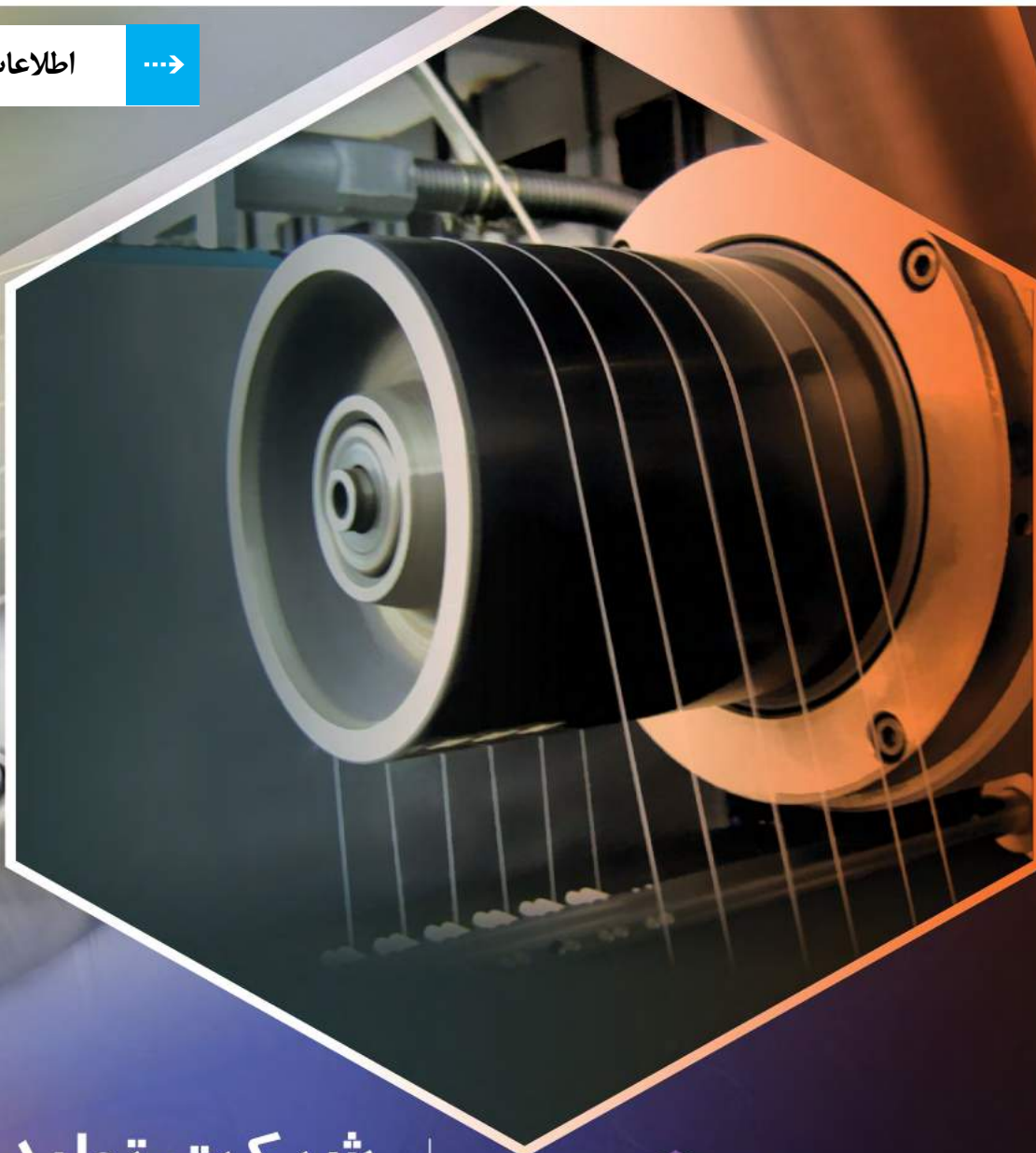
پشتیبانی در ایران: ۰۹۱۲۳۰۲۵۲۸۷ روزبه مروج

Roozbeh Moravej . (+98 912) 3025287

Sellers Textile Engineers Ltd.
Trident Business Park
Neptune Way
Leeds Road . Huddersfield
West Yorkshire . HD2 1UA
England

MADE IN ENGLAND





شرکت تولیدی و صنعتی هینزا شیمی (سهامی خاص)

- اسپین فینیش جهت تولید نخ‌های پلی پروپیلن روی ماشین‌های BCF
- اسپین فینیش جهت تولید نخ‌های پلی استر روی ماشین‌های BCF
- اسپین فینیش جهت تولید نخ‌های CF
- اسپین فینیش برای ذوب رسی پلی پروپیلن (جهت تولید الیاف استیپل)
- اسپین فینیش برای ذوب رسی پلی استر (جهت تولید الیاف استیپل)
- اسپین فینیش جهت تولید اسپان باند (پلی پروپیلن)



هینزا شیمی

تولیدکننده انواع مواد تعاونی نساجی و رزین

تنها تولیدکننده روغن‌های اسپین فینیش با تکنولوژی روز دنیا

www.hinzachemical.com

آدرس: تهران - بالاتر از تقاطع خیابان خرمشهر و سهروردی شمالی - کوچه سراب - پلاک ۴ - واحد ۸

تلفن: ۸۸۷۴۸۶۳۹ - ۸۸۷۴۸۶۳۸ فکس: ۸۸۷۶۹۸۹۲

MOTAMEDTEX
MOTAMEDI TRADING GROUP
گروه بازرگانی معتمدی



نماینده انحصاری شرکت آنماک ماکینا ترکیه در ایران

ماشین آلات تکمیل، برش، دوخت، بسته بندی و شیرینگ اتوماتیک
برای تولیدات فرش ماشینی، موکت، انواع کفپوش و چمن مصنوعی

کیفیت برتر و خدمات پس از فروش موفق در ۲۵ کشور، رمز موفقیت ماست.

Anmak
Makine ve Tekstil San. Tic. A.Ş.

ماشین آلات آنماک همگام با تکنولوژی روز دنیا



گواهی نمایندگی انحصاری در ایران



دستگاه تراش سطح فرش



دستگاه گرفتن پرز فرش



دستگاه دوخت کناره فرش



دستگاه چله پیچی مستقیم



دسترسی سریع و آسان به تصاویر بیشتر و فیلم های کارکرد ماشین آلات
از طریق کد QR



دستگاه بسته بندی اتوماتیک فرش



دستگاه شیرینگ اتوماتیک فرش



دستگاه برش کناره فرش و موکت



دستگاه رول کن اتوماتیک فرش



دستگاه اتوماتیک حکاکی گل و نقش بر روی فرش



آدرس دفتر مرکزی : ترکیه، استانبول، بیوک چکمجه، ساختمان مودسیتی، شماره ۱۵۹

تلفن تماس دفتر استانبول : +۹۰۲۱۲۸۵۶۶۹۸۱

مدیرعامل : مهندس رضا معتمدی تلفن تماس : +۹۰۵۵۲۳۷۴۹۲۷۲

ایمیل : manager@motamedtex.com

آدرس دفتر ایران : تهران، جردن، انتهای خیابان تور، پلاک ۶، واحد ۴۰۱

تلفن تماس دفتر تهران : +۹۰۲۱۲۶۲۰۹۲۶۴ تلفن همراه : +۹۰۱۲۴۴۰۹۰۶۴

ایمیل دفتر تهران : President@motamedtex.com

مسترپیچ، افزودنی، کامپاند، آمیزه های پلیمری،
کامپاند و گرانول زیست تخریب پذیر،
پودر و پیگمنت پری دیسپرس (صنعتی و بهداشتی)،
نخ و الیاف مدول و مقاومت بالا



Masterbatch, Compound, Additive, Biodegradable Compound, Extruded Polymer, Plastic Granules, Powder Predisperse Solid, Pigments (Carbon Black & Colors), PE100+, PE80+, PP-r, Welding Rod, Adhesive Granule, Steel Pipe Coating (TOP-COAT), Agro PET Wire, High Strength Yarn & Fibers

موارد استفاده در صنایع نساجی، نخ و الیاف

فرش ماشینی و موکت :

. نخ های فیلامنتی و الیاف کوتاه

. الیاف پلی استر ، پلی پروپیلن و پلی آمید کوتاه

. نخ های B.C.F مورد مصرف در فرش ماشینی،

موکت تافتینگ، کات و لوپ

. نخ های CF مورد مصرف در دوخت، کمر بند ایمنی،

بافت محافظتی

. نخ های POY, FDY مورد مصرف در فرش ماشینی،

رومبلی، جوراب و البسه ورزشی

. الیاف پلی استر، پلی آمید، پلی پروپیلن مورد مصرف در

ریسندگی نخ های پنبه ای، فرش ماشینی، موکت و

لانی های سوزنی

منسوجات نبافته (Non woven) بهداشتی :

. اسپان باند (Spunbond)

. ملت بلان (Melt Blown)

. سوزن زن

. SS , SMS , SMMS .

نخ های B.C.F. , C.F. , POY , FDY , DTY , TFO ، پلی پروپیلن،

پلی استر و پلی آمید مورد مصرف در فرش ماشینی، پارچه رومبلی ،

پرده ای، جوراب، البسه ورزشی

مسترپیچ و افزودنی الیاف پلی استر کتان تایپ جهت تولید

الیاف DOPE DYED

گونی و جامبو پلی پروپیلن

سفید کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF از پرک بطری

براق کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF مورد مصرف در

موکت های چاپی



www.rangdaneh.ir
info@rangdaneh.com



دفتر تهران :

خیابان دکتر بهشتی ، خیابان پاکستان ، کوی هشتم ، پلاک ۲۴

کدپستی : ۱۵۳۱۷۱۳۹۱۳ صندوق پستی : ۲۴۵۸ - ۱۵۸۲۵

تلفن : (۲۰ خط) ۸۸۲۵۰۶۱۸ - ۰۲۱

فاکس : ۸۸۲۴۱۵۳۰ - ۸۸۲۵۰۶۰ - ۰۲۱





پیشگام رزین
پتروپاد
PISHGAM RESIN
PETRO PAD
(مسئولیت محدود)
تولید روغن های
اسپین فینیش

تولید روغن های اسپین فینیش

شکل ظاهری

مایع ای غلیظ کاملاً شفاف

هفت (خشی) : PH

درصد اکتیو : 82.5

حلالیت : به راحتی در آب حل می گردد

خواص شیمیائی

این محصول هیچگونه تغییری در خصوصیات الیاف

بوجود نیاورده و هیچگونه اثری

بر روی رنگ الیاف ندارد.

با آب بر راحتی قابل شستشو میباشد و نسبت به

عملیات مکانیکی مقاوم است.

ماده فوق باعث ایجاد لغزندگی بین الیاف شده و این امر

هدایت الکتریکی الیاف را افزایش داده و الکتریسته ساکن را خشی میکند.

این ماده هیچگونه اثر خوردگی روی دستگاه ها نداشته و امولسیون آن به مدت

بسیار طولانی پایدار است و بر روی الیاف SOFT TOUCH را اضافه می کند.

این محصول برای تولید الیاف پلی پروپیلین از طریق سیستمهای C.F و B.C.F

و الیاف پلی استر و پنبه بسیار مناسب می باشد.

ارتباط مستقیم با بخش فروش

0912 956 2500

تهران، خیابان مطهری، بعد از چهار راه مفتح، خیابان مهرداد، خیابان وراوینی، پلاک ۱۹، طبقه اول

info@pishgamresin.com

www.pishgamresin.com

021-88325384

021-88315004

SPIN FINISH



Van de wiele CRT , CRM Small Pulley



Jakob Muller Pulley



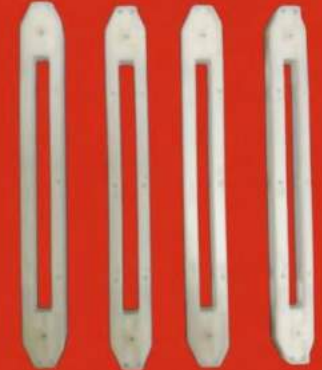
Staubli Quick



Van de wiele Crx, Crp, Srx, Hlx
small pulley



Van de wiele Crx, Crp, Srx, Hlx
small pulley



Van de wiele CRT , CRM Big Pulley

تولید انواع قطعات ژاکارد وندویل

UYUM TEKSTİL

تولیدکننده قطعات ماشین آلات

بافندگی فرش ماشینی: Van de Wiel, CRX, CRP, HLX, SRX, CRT, CRM
مخمل بافی: Günne, Gösken, Van de Wiel
اتیکت بافی: Jokob Müller



📍 GUMUSSUYU CAD. DALGİC CARSİSİ NO:3/8 TOPKAPI İSTANBUL UYUM TEKSTİL

☎ 90 0536 962 46 75

✉ mail@uyumtekstil.com tamer_firat@hotmail.com

رنگدانه سیرجان برندی جهانی در صنعت نساجی ایران

مصاحبه با آقای مهندس منصوری
مدیریت فروش شرکت رنگدانه سیرجان



❶ بیوگرافی :

بنده فعالیت بازرگانی را از سال ۱۳۶۳ بعد از خدمت سربازی در واحدهای زیرمجموعه بنیاد مستضعفان در بخش مالی و فروش آغاز نمودم. از سال ۱۳۶۹ بعد از آشنایی با واحدهای نساجی کشور، کار در این صنعت را در شرکت فراگیر بافت جنوب شروع کردم.

از سال ۱۳۷۱ تا ۱۳۷۳ در شرکت نخ خمین وابسته به بانک صنعت و معدن در بخش فروش و توسعه بازار ارتباط بیشتری با صنایع نساجی بالاخص ریسندگی های بالک و غیر بالک آشنا گردیدم. از سال ۱۳۷۳ بعنوان مدیر بازرگانی شرکت جامه بافت، صادرات محصولات نساجی (پوشاک تریکو) به آلمان را تجربه نمودم و تا پایان سال ۱۳۸۹ در این شرکت مشغول به کار بودم.

از سال ۱۳۹۰ تا بحال در بخش های تولیدی، صادرات و همچنین تحقیقاتی در خصوص توسعه بازار، روش های نوین تولید و همچنین دستیابی به بازارهای هدف (اروپایی و CIS) در حال فعالیت می باشم.

ضمناً با توجه به همکاری نزدیک با شرکت های نفتی، گازی و پتروشیمی، در حال حاضر دانشجوی دکتری اقتصاد انرژی می باشم.

❷ تاریخچه کوتاهی از شرکت رنگدانه سیرجان، روند تاسیس،

رشد و موفقیت آن بفرمایید.

شرکت رنگدانه سیرجان فعالیت خود را از سال ۱۳۷۵ آغاز و در طول این سال ها همواره به کمک آخرین دستاوردهای علمی و صنعتی مسیر پیشرفت را طی نموده است. امروز این مجموعه تولیدی صنعتی با ظرفیت ۱۸۰,۰۰۰ تن سالانه و استفاده از ماشین آلات اروپایی، تکنولوژی و فرمولاسیون انحصاری (patent)، با تولید طیف گسترده ای از محصولات یکی از بزرگ ترین و معتبرترین مجموعه ها در حوزه تولید پلیمر و الیاف در کشور می باشد.

دانش فنی روز دنیا و تحقیقات پیوسته در واحد تحقیق و توسعه این شرکت با بهره گیری از آزمایشگاه پیشرفته و نمونه های تولید آزمایشگاهی و در نظر گرفتن پارامترهای بهینه مصرف همواره پشتوانه ای برای تولید محصولاتی استاندارد و مطابق با مشخصات مدنظر مشتریان است.

آنچه به عنوان هدف اصلی در مسیر فعالیتش برای شرکت رنگدانه سیرجان محقق گشته حرکت رو به جلو به کمک آخرین دستاوردهای علمی و صنعتی و تولید محصولاتی با کیفیت بالا و مطابق با دانش روز دنیا می باشد.

همچنین از اهداف راهبردی این مجموعه می توان به تلاش همیشگی محققان آن در واحد تحقیق و توسعه برای همگامی با

صنعت تولید پلیمر در سطح جهانی و ارائه محصولاتی جدید اشاره کرد.

تمامی تولیدات شرکت رنگدانه سیرجان به همراه پروانه ساخت و تولید از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و گواهینامه موسسه استاندارد، پارک علم و فناوری (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) و با همکاری معتبرترین شرکت ایتالیایی می باشد.

❸ وضعیت ایران در تولید انواع مستربج به ویژه مستربج های مورد مصرف در نساجی چگونه است؟ از نظر میزان تولید و کیفیت تولید.

در دهه اخیر با توجه به توسعه صنعت نساجی و گستردگی طیف های رنگی مورد نیاز برای کاربردهای مختلف، مستربج های رنگی و افزودنی ها نسبت به قبل کاربرد به مراتب بیشتری پیدا کرده اند.

میزان تولید سالیانه کشور حدود یک میلیون تن بوده و با توجه به بهبود کیفیت مواد پلیمری پتروشیمی های داخل کشور و هم چنین به روز شدن تجهیزات تولیدی و آزمایشگاهی جهت بررسی خواص محصولات، جایگاه ایران در منطقه ارتقا یافته است.

❹ آیا در این بخش پتانسیل صادرات و رقابت با شرکت های



- ✓ مستریج و افزودنی الیاف پلی استر کتان تایپ جهت تولید الیاف Dope Dyed
- ✓ گونی و جامبو پلی پروپیلن
- ✓ سفید کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF از پرک بطری
- ✓ براق کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF موکت های چاپی

🔵 **رنگدانه سیرجان از معدود شرکت هایی است که با دیدی باز و قابل تحسین به محیط زیست و تولید محصولات پایدار و دوستدار محیط زیست پایبند است، در این زمینه چه فعالیت ها و برنامه هایی دارید؟**

همواره تلاش این شرکت بر آن بوده است تا با تهیه مواد خالص با کیفیت، تجهیزات کارا در فرایند اختلاط و حذف برخی مواد مضر برای طبیعت از محصولات نهایی، گامی موثر در مباحث محیط زیستی برداشته شود.

همچنین در برنامه های این شرکت، استفاده از پلیمرهای زیست تخریب پذیر، زیست سازگار و زیست پایه برای اهداف بایو و همچنین کمک به بازیافت بهتر و سریع تر پلاستیک ها می باشد.

🔵 **صنعت نساجی یکی از آلاینده ترین صنایع دنیاست و متاسفانه مسبب بخش زیادی از آلودگی آب و محیط زیست است. با توجه به تجربیات ارزنده شما چطور باید بدنه صنعت نساجی ایران را به اهمیت تولیدات سبز و پایدار آگاه کرد؟**

تولیدکننده خارجی از نظر قیمت و کیفیت وجود دارد؟

در خصوص رقابت بر سر قیمت، اشاره به چند نکته خالی از لطف نیست. به منظور کاهش قیمت تمام شده یک محصول، علاوه بر قیمت مواد اولیه مورد نیاز، که در مورد مستریج ها عمدتاً پلیمرهای مختلف که توسط پتروشیمی های داخل کشور قابل تهیه هستند و رنگدانه ها که جدیداً در کشور تولید شده و قابل تهیه هستند، می بایست به مسائل مربوط به تولید دقت شود.

یعنی علیرغم قیمت مناسب اکثر مواد اولیه، اگر از تجهیزات با کیفیت و مهندسی تولید با دانش استفاده نشود، دور ریز مواد بالا رفته و امکان این وجود دارد که تهیه مستریج برای صادرات به مشکل بخورد و مقرون به صرفه نباشد.

از سوی دیگر اگر مواد اولیه و فرایند تولید با تکنولوژی بالا انجام شود، کیفیت مناسب فراهم شده و قابلیت صادرات برای شرکت های مطرح ایرانی از جمله شرکت رنگدانه سیرجان که در این عرصه از پیشگامان است، میسر خواهد بود.

🔵 **آیا رنگدانه سیرجان در بخش صادرات فعالیت دارد؟**

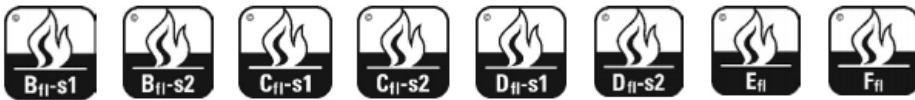
بله، برگزیده شدن چندین باره شرکت رنگدانه سیرجان به عنوان صادر کننده نمونه استانی و کشوری، گواه این است که برای شرکت رنگدانه سیرجان، حوزه صادرات جایگاه رفیعی دارد. در تعیین اهداف سالیانه، نظر بر این است تا همواره میزان تناژ و تنوع محصولات صادر شده نسبت به سال قبل رشد قابل قبولی داشته باشد.

🔵 **چه طیف محصولاتی در رنگدانه سیرجان برای صنعت نساجی تولید می شود؟**

- ✓ مستریج های مورد استفاده در فرش ماشینی و موکت
- ✓ نخ های فیلامنتی و الیاف کوتاه
- ✓ الیاف پلی استر، پلی پروپیلن و پلی آمید کوتاه
- ✓ نخ های B.C.F. مصرفی در فرش ماشینی، موکت تافتینگ، کات و لوپ
- ✓ نخ های CF مورد مصرف در دوخت، کمر بند ایمنی، بافت محافظتی
- ✓ نخ های POY, FDY فرش ماشینی، رومبلی، جوراب و البسه ورزشی
- ✓ الیاف پلی استر، پلی آمید، پلی پروپیلن مورد مصرف در ریسندگی نخ های پنبه ای، فرش ماشینی، موکت و لائی های سوزنی
- ✓ منسوجات نفاخته بهداشتی Nonwoven
- ✓ اسپان باند Spun bond / ملت بلان Melt Blown
- ✓ انواع SS, SMS, SMMS
- ✓ نخ های B.C.F., C.F., POY, FDY, DTY, TFO، پلی پروپیلن، پلی استر و پلی آمید مورد مصرف در فرش ماشینی، پارچه رومبلی، پرده ای، جوراب، البسه ورزشی



برای صادرات فرش ماشینی به اروپا این استاندارد ضروری است



می شوند و به این معناست که S1 دارای دودزایی کم و S2 دارای دودزایی بالاست.

استانداردهایی که باید شرکت صادر کننده فرش ماشینی و کفپوش رعایت کند باید مطابق قوانین کشور مبدا و نیازمندی های لازم و محل کاربرد کفپوش بررسی و پاس شود اما به طور کلی باید گفت که استاندارد Cfl-s1 یک استاندارد حداقلی برای کلیه کفپوشهایی است که در محل های عمومی مورد استفاده قرار میگیرد.

Efl نیز یک استاندارد حداقلی برای استفاده های شخصی است که صادر کنندگان باید آنرا پاس کنند. استانداردهای Bfl و Cfl فقط برای فضاهای بسیار بزرگ و تجاری و اداری مورد کاربرد است.

اگر تولید کننده یا صادر کننده نتواند هیچ اطلاعاتی در مورد رفتارهای فرش ماشینی و یا کفپوش در برابر آتش سوزی ارائه کند باید علامت Ffl روی آن نصب شود.

منبع مقاله وب سایت OETI

نحوه واکنش به آتش سوزی و دودزایی انواع فرش های ماشینی و سایر کفپوش ها یکی از استانداردهای مهم است که در تمامی کشورهای اروپایی وارد کننده فرش و کفپوش با سخت گیری زیاد مورد توجه قرار می گیرد.

کلاس بندی جدید استانداردهای مربوط به آتش زایی در اروپا از کلاس F تا کلاس A می باشد که جایگزین کلاس بندی قدیمی شده است. همچنین برای بخش کفپوشها عبارت "fl" که مخفف Floor Covering می باشد به کنار کلاس مورد نظر اضافه می شود تا مشخص شود که محصول مورد نظر کاربردی به عنوان کفپوش دارد.

کلاس های آتش زایی D, C, B به زیر بخش های S1 و S2 برای میزان دودزایی تقسیم



آزمایشات و نحوه طبقه بندی رفتارهای سوختن و آتش زایی فرش و کفپوش ها برای صادرات به اروپا

در خصوص آلودگی های وارد شده به آب، شایان ذکر است که شرکت رنگدانه سیرجان با تعبیه تصفیه خانه ای مدرن، سعی کرده تا به کمک روش های فیزیکی و شیمیایی، آب خروجی از کارگاه های تولیدی خود را طی سیکلی برگشت پذیر مورد استفاده مجدد قرار دهد.

در خصوص آلوده شدن محیط زیست به واسطه محصولات نساجی، تا حدودی اتحادیه اروپا، ایالت متحده آمریکا و انجمن های حمایت کننده از محیط زیست قوانین سختگیرانه ای برای تولیدات پلیمری وضع کرده اند و نیاز است در ایران دوره های آموزشی، همایش ها و نمایشگاه هایی بین المللی برگزار شده و به تدریج تولید کننده هایی که دقت کافی را در رعایت موارد محیط زیستی ندارند، آگاه شده و در صورت عدم توجه به آن، جریمه هایی برایشان مقرر شود.

تجارت داخلی و جهانی در بخش مستریج و افزودنی های صنعتی را در سال جاری با توجه به عادی سازی تجارت بین الملل چگونه ارزیابی می کنید؟

با توجه به تاثیر کرونا بر شرکت های مصرف کننده مستریج ها و افزودنی ها، میزان تولید شرکت های فعال در زمینه تولید مستریج کاهش یافت. با کم رنگ شدن کرونا و عادی شدن تجارت می توان دید روشنی نسبت به صنعت مذکور داشت.

به عنوان یک کارشناس و تولید کننده مشخصات یک مستریج خوب و با کیفیت در صنعت نساجی چیست؟

- ✓ ثبات رنگ و خواص در دفعات مصرف
- ✓ مطابقت پایه پلیمری با کالای تولیدی
- ✓ مقاومت انتقال سطح بالا، درصد رطوبت، دمای ذوب، شکل ظاهری، شفافیت و مقاومت حرارتی مناسب
- ✓ منحصربفرد بودن رنگ و شید
- ✓ تسهیل فرآیند تولید محصول نهایی
- ✓ میزان مصرف کم
- ✓ غلظت یکنواخت

برو به صفحه فهرست

برو به صفحه اول

Power Heat Set
Markus Kohler

مصاحبه اختصاصی مجله نساجی کهن با مدیر شرکت Power-Heat-Set GmbH



پاور هیت ست راه حل مناسب برای انواع نخ فرش ماشینی

با تشکر از نماینده شرکت پاورهیت ست در ایران: آقای مهندس کامییز مقراضی

تاریخچه شرکت

POWER HEAT SET

شرکت آلمانی Power Heat Set GmbH ماشین آلات و اجزای لازم برای نخ فرش را تأمین می‌کند. تمام تجهیزات Power Heat Set توسط تکنسین‌های ماهر در Töging آلمان تولید می‌شوند. یک تیم مکانیک و تکنسین در سراسر دنیا برای نصب و خدمات این شرکت در دسترس است.

شرکت‌های آمریکایی تابع این هلدینگ در دالتون و جورجیا همراه با نمایندگی‌های فروش و نمایندگانی از سراسر جهان، پاسخ سریع به نیازهای مشتریان را تضمین می‌کنند. بخش تحقیق و توسعه Power Heat Set در Töging به طور مداوم بر روی بهینه سازی محصولات کار می‌کند تا ماشین‌ها را به سطح بالاتری ارتقا دهد.

این تیم بر روی ایجاد مزایایی برای مشتریان از نظر کیفیت، توانایی اجرا، بهره‌وری و صرفه جویی در انرژی متمرکز است.

لطفاً از محدوده ماشین آلاتی که به صنعت فرش و کفپوش ارائه می‌دهید، برایمان بگویید.

Power-Heat-Set در حال حاضر دو نوع دستگاه مختلف به نام‌های GVA و HiPerSet را ارائه می‌دهد. هر دستگاه در اندازه‌های مختلف موجود است.

GVA بهترین انعطاف پذیری و عملکرد بالا را برای نخ فرش هیت ست با حداکثر ۹۶ سر نخ ارائه می‌دهد.

به دلیل پیکربندی ۶ کاناله آن در لات‌های کم در نوارهای مختلف، حتی می‌توان رنگ‌های مختلف نخ یا همان ست مستقیم و فریز را به طور همزمان اجرا کرد.

HiPerSet تنها از یک کانال برای هیت ست کردن نخ با بخار بسیار گرم استفاده می‌کند. حداکثر ۸۴ سر نخ به طور همزمان در آن قابل پردازش است.

هر دو سیستم GVA و HiPerSet، با بخار بسیار گرم تحت فشار اتمسفری کار می‌کنند.

با حذف انسداد جریان هوا، حجم زیادی از گردش آب و هوا با فشردگی نسبی زیاد به دست می‌آید که اجازه می‌دهد نخ‌ها به طور سریع و کامل تا دمای مورد نیاز گرم شوند. این جریان بهتر هوا باعث می‌شود که نخ مدت کمتری در دستگاه قرار

گیرد.

خاورمیانه (شامل ترکیه) و آفریقا بازار مهمی برای تولید فرش و کفپوش است، صنعت فرش را در این منطقه چگونه ارزیابی می‌کنید؟ چند درصد از صادرات شما به این منطقه انجام می‌شود؟ لطفاً درباره مقصد صادرات خود بیشتر بگویید.

Power-Heat-Set صنعت فرش و نخ فرش را در سراسر جهان تأمین می‌کند. خاورمیانه یکی از مهم‌ترین بازارهای ماست و سهم قابل توجهی از صادرات کلی ما را شامل می‌شود.

طبق تجربه ما، این منطقه مملو از نوآوری و محصولات با کیفیت بالا در صنعت فرش و نخ فرش است و بنابراین ما حداکثر توجه خود را به نیازها و درخواست‌های مشتریان خود در خاورمیانه نشان می‌دهیم.

علاوه بر خاورمیانه، ما تقریباً در همه قاره‌ها (به غیر از قطب جنوب) به طور منظم در حال ارائه خدمات به مشتریان هستیم و در تلاش هستیم تا روزانه مشتریان خود را افزایش دهیم.

شما بیش از ۴۰ سال است که در بخش نخ فرش فعال هستید،



power-heat-set
GmbH

دستگاه هیت ست نخ فرش

قدرت قبلی خود بازگردد یا حتی بهتر از آن عمل کند.

بدیهی است که برخی سرمایه گذاری‌ها نا تمام باقی مانده‌اند و ما همه تلاش خود را می‌کنیم تا به مشتریان و شرکای خود تجهیزات و پشتیبانی مورد نیازشان را ارائه دهیم.

باید بیشتر به پایداری و محصولات سبز اعتماد کنیم، چگونه می‌توان پایداری را در صنعت نساجی و فرش بهبود بخشید؟ سیاست پایداری مجموعه شما چیست؟

حق با شماست. "پایداری" یک کلمه

از مشتریان خود سپری کردیم.

اما در مجموع و با توجه به وضعیت جهان، از شرایط خود در سال ۲۰۲۰ راضی هستیم. ما امسال را به خوبی پشت سر گذاشتیم و این فرصت را داشتیم که با برخی از مشتریانمان چند پروژه خوب را به سرانجام برسانیم.

به نظر ما، سال ۲۰۲۱ فرصت‌های زیادی را در اختیار ما قرار می‌دهد. در حال حاضر در ماه‌های آخر سال ۲۰۲۰ و تاکنون فعالیت‌های صنعتی ما در سراسر جهان و شاید بیشتر در خاورمیانه، افزایش قابل توجهی داشته است.

پروژه‌های زیادی وجود دارد و به نظر می‌رسد این صنعت در تلاش است تا از محدودیت‌های Covid-19 خلاص شود و به

مشخصات نخ فرش با کیفیت چیست؟

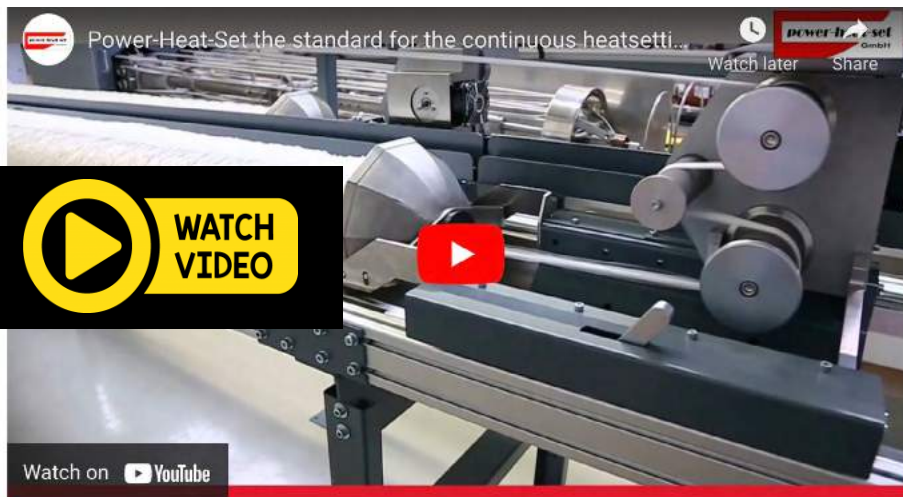
این سوال بسیار خوبی است، البته پاسخ ساده‌ای ندارد. مشخصات نخ فرش با کیفیت همیشه مطابق با آنچه است که مشتری نیاز دارد و ما نیز موظف به امکان پذیری تولید آن هستیم.

بازارها تحت تأثیر جنبه‌های مختلفی مانند ترند و مد، کاربرد نخ/فرش، نوآوری در مواد و فناوری، در دسترس بودن مواد اولیه، هزینه مواد اولیه، هزینه تولید و غیره قرار دارند.

اصولاً مشخصات نخ فرش خوب توسط مشتریان تعریف می‌شود. طبیعتاً، آنچه امروزه مشخصات خوبی در نظر گرفته می‌شود، ممکن است طی چند هفته تغییر کند.

پس از شیوع ویروس کرونا و در سال ۲۰۲۱، سرمایه گذاری‌های جدید در بخش نخ فرش را چگونه پیش بینی می‌کنید؟ سال گذشته و تأثیر همه گیری چگونه بود؟

بیماری همه گیر Covid-19 چالش سال گذشته بود. ما مطمئناً به دلیل تعطیل شدن کارخانه‌ها، کاهش تولید، کارکنان قرنطینه شده، محدودیت‌های حمل و نقل، در دسترس بودن مواد اولیه و غیره، مدتی را دور



WATCH VIDEO

Watch on YouTube

به ۲۰ سال پیش را با تجهیزات پیشرفته امروز مقایسه کنید، متوجه خواهید شد که مصرف انرژی به میزان قابل توجهی به حداقل رسیده است.

طبق نظر برخی از مشتریان، آنها در برخی موارد قادر به کاهش مصرف انرژی خود حتی تا ۸۰-۷۰٪ بوده‌اند. این امر نه تنها به مشتریان ما در پس انداز سرمایه‌شان کمک می‌کند، بلکه به وضوح به محیط زیست نیز کمک می‌کند.

مورد بسیار مهم دیگر، طراحی ماشین آلات و فناوری ما به منظور تولید "مواد پایدار" است. صنعت نخ و فرش در تلاش است تا با ابداع محصولاتی (نخ) با ضریب پایداری بالا، سبزتر و پایدارتر شود، به عنوان مثال نخ بازیافتی یا نخ ساخته شده از منابع آلی و تجدیدپذیر.

این مسئله بسیار مهمی برای ما است و ما با موفقیت در حال کار با برخی از مشتریان خود هستیم که تولید چنین نخ‌هایی را بر روی تجهیزات خود انجام دهیم. فرقی نمی‌کند که مواد اولیه برای این کار بطری‌های PET بازیافتی، نخ فرش بازیافتی یا نخ ساخته شده از الیاف آلی باشد، ما سعی می‌کنیم اقدامات لازم برای دستیابی به حداکثر کیفیت نخ را انجام دهیم.

اینها فقط چند نمونه از پروژه‌های پایداری در مجموعه Power-Heat-Set است و پایداری یک راهنمای اصلی در کارهای روزمره ما است.



کنیم و تجهیزات خود را طوری طراحی کنیم که برای دهه‌ها دوام داشته باشند.

مشتریان ما انتظار مهندسی و کیفیت آلمانی را دارند و این همان چیزی است که آنها دریافت می‌کنند.

بهترین شواهد برای این امر این است که امروزه مشتریان ما هنوز از دستگاه‌هایی استفاده می‌کنند که ۲۰ سال پیش ساخته و نصب شده‌اند و هنوز به آنها امکان تولید نخ‌های با کیفیت را می‌دهند.

موضوع بسیار مهم دیگر بهره‌وری انرژی در تجهیزات ماست. در طول سال‌ها، تیم تحقیق و توسعه ما با موفقیت بر روی کاهش میزان انرژی مصرفی تجهیزات ما کار کرده است.

اگر تجهیزات Power-Heat-Set مربوط

کلیدی برای ما بوده است، اما همه گیری Covid-19 به همه ما نشان داده است که چقدر به عوامل خارجی وابسته هستیم. سیاست پایداری Power-Heat-Set چندین حوزه را تحت تأثیر قرار داده است، هم از نظر داخلی و هم از نظر خارجی.

در داخل سازمان، ما محصولات و امکانات خود را به صورت کم مصرف ارائه می‌دهیم. به عنوان مثال، ساختمان‌های خود را با فتووالتیگ پوشانده‌ایم و در حدود ۷۵٪ از انرژی مورد استفاده خود را تولید می‌کنیم.

همچنین، وقتی صحبت از طراحی محصولات و تجهیزات ما می‌شود، "پایداری" همیشه ذهن ما را درگیر می‌کند. ما سعی می‌کنیم تا جایی که امکان دارد از مواد پایدار استفاده



الیاف تسکین دهنده بیماری آرتروز (ویدیو)

جهت مشاهده مقاله کلیک کنید

تولید انواع قطعات ژاکارد وندویل

UYUM TEKSTIL

تولیدکننده قطعات ماشین آلات

تولید قطعات ژاکارد فرش ماشینی تخصص ماست

گفتگو با آقای تامر فیرات - مدیر عامل شرکت UYUM TEKSTIL ترکیه

ایجاد مقاومت بالا در برابر گرما / فرسودگی و استهلاک پایین / مقاومت در برابر ضربه و دوام بالا می شود.

جدیدترین تکنولوژی های مورد استفاده توسط ما در بخش تولید باعث شده است تا تمامی قطعات تولید شده دارای کیفیت، ابعاد و مشخصات یکنواخت بوده و در هنگام نصب و استفاده بهترین نتیجه را برای ماشین ایجاد کند.

آیا در بازار ایران نیز حضور دارید؟

محصولات ما توسط شرکت های تجاری واسط و نمایندگان فروش علاوه بر ترکیه به اقصى نقاط دنیا نیز ارسال میشود.

اورجینال ارایه می کنیم.

از سال ۲۰۰۵ که با احساس نیاز بازار نساجی ترکیه وارد این بخش شدیم با تعداد بسیار زیادی از شرکت های فرش ماشینی و نساجی ترکیه کار کرده ایم و مشتریان خوبی در بازار داریم.

چطور کیفیت محصولات را تضمین می کنید؟

مواد اولیه مورد استفاده جهت تولیدات ما از بهترین مواد خام اورجینال اروپایی می باشد و این موجب می شود تا مشتریان ما با اطمینان قطعات ما را استفاده کنند.

استفاده از مواد خام با کیفیت اروپایی باعث

در مورد شرکت UYUM TEKSTIL

شرکت UYUM TEKSTIL ترکیه در سال ۲۰۰۵ میلادی در منطقه توپکاپی استانبول تاسیس گردید. این شرکت با هدف تولید انواع فرقره ها و قطعات ژاکارد ماشین آلات فرش ماشینی ماشین آلات مخمل بافی و ماشین آلات اتیکت و نواربافی و همچنین تولید **Staubli Quick** پا به عرصه تولید قطعات نساجی گذاشت. قطعات تولیدی در شرکت ما به شرح زیر می باشد:

بافندگی فرش ماشینی :

Van de Wiel, CRX, CRP, HLX, SRX, CRT, CRM

مخمل بافی: Günne, Gusken, Van de Wiel

اتیکت بافی : Jakob Müller

کیفیت محصولات و قطعات تولیدی شما در مقایسه با قطعات اورجینال اروپایی در چه سطحی قرار دارد؟

قطعا بهترین دلیل بر اثبات کیفیت تولیدات ما رفرنس ها و نظرات مشتریان ماست. بنا بر اذعان تمامی مصرف کنندگان قطعات شرکت ما از نظر کیفیت دوام و عمر مفید و البته قیمت کاملا رقابتی است و با وجود قیمت مناسب کیفیتی معادل قطعات مشابه

استفاده از مواد خام با کیفیت اروپایی باعث ایجاد مقاومت بالا در برابر گرما. فرسودگی و استهلاک پایین. مقاومت در برابر ضربه و دوام بالا می شود.



Van de wiele CRT , CRM Small Pulley



Jakob Muller Pulley



Staubli Quick



Van de wiele Crx, Crp, Srx, Hlx small pulley



Van de wiele Crx, Crp, Srx, Hlx small pulley



Van de wiele CRT , CRM Big Pulley

نظر قیمت نیازهای مشتری را برآورده سازیم.

ارزشهای شرکت UYUM TEKSTİL :

صداقت و درستی / توسعه و رشد دائمی /
مشتری مداری / احترام به کار و کارگر و
محیط کار و جامعه و محیط زیست

تماس با UYUM TEKSTİL :

تلفن : ۰۵۳۶۹۶۲۴۶۷۵-۹۰+

mail@uyumtekstil.com

tamer_firat@hotmail.com

✓ دست یافتن به بالاترین جایگاه در بازارهای جهانی در بین رقبا

✓ پایبندی به تولید استاندارد و با کیفیت

✓ ارتقاء ارزش برند UYUM TEKSTİL به بالاترین سطح ممکن

✓ توجه مداوم به مشتری مداری و رضایت مشتری

ماموریت شرکت UYUM TEKSTİL :

رشد و توسعه مداوم با هدف دستیابی به تولید استاندارد که هم از نظر کیفی و هم از

با توجه به شباهت های زیاد بازار نساجی ایران به ویژه در صنعت فرش ماشینی با صنعت فرش ماشینی در ترکیه و تمایل شرکت های فرش ماشینی ایران به خرید قطعات با کیفیت فرش ماشینی از ترکیه قصد داریم با قدرت بیشتری وارد بازار ایران شویم و به شرکت های ایرانی فرش ماشینی نیز قطعات و خدمات خود را ارائه کنیم. در حال حاضر نیز مشتریانی در ایران داریم.

چشم انداز شما در آینده چیست؟

استراتژی ما در شرکت UYUM TEKSTİL تعقیب آخرین تحولات و تغییرات صنعت نساجی و فرش ماشینی و به روز نگه داشتن دانش فنی و گسترش طیف محصولاتمان می باشد. هدف نهایی ما از تمام این مسایل دستیابی به بالاترین سطح رضایت مشتریان است.

ویژن شرکت UYUM TEKSTİL :

✓ شرکتی پیشرو و حرکت کردن جلوتر از نیاز بازار

فرش اکباتان

EKBATAN CARPET

نامی به قدمت فرش ماشینی

اطلاعات بیشتر در سایت فرش اکباتان



ن ۶۳۳۹۴۹۶۹۲



تلفن: ۰۳۱-۵۵۵۰۳۹۰۰

صندوق پستی: ۸۷۱۳۵ / ۳۴۶۱

Add.: In front of telecommunication, Amir Kabir industrial state, Kashan-Iran

P.O.box: 87135 / 3461 ☎ +98 31 55 50 3900 📠 +98 912 039 3937

www.ekbatancarpet.com

همراه: ۰۹۱۲ ۰۳۹ ۳۹ ۳۷

کاشان، شهرک صنعتی امیرکبیر، روبروی مخابرات

info@ekbatancarpet.com



ekbatancarpet.com

Oriental weavers; export carpet to 130 countries

Interview with Mr. Hany Amin
Export Director, Oriental Weavers Carpet Co.



اورینتال ویورز مصر

بزرگترین تولید کننده و صادر کننده فرش ماشینی به بیش از ۱۳۰ کشور جهان

گیری کرنا هستیم.

به طور کلی، OW با استفاده از فرصت‌های جدید ناشی از افزایش تقاضا و همچنین اجرای ایده‌های جدید دیجیتالی و ایده‌های توسعه برای برقراری ارتباط موثرتر با مشتریان، از شرایط همه گیری به نفع خود استفاده کرده است.

Oriental Weavers یک تولید کننده خلاق از نظر طراحی است، چگونه روند بازار فرش و کفپوش را دنبال می‌کنید و چگونه طرح‌های فرش خود را انتخاب می‌کنید؟

در OW، ما یک بخش بزرگ طراحی داخلی و یک تیم تحقیق و توسعه بسیار پویا داریم. ما سعی می‌کنیم از طریق مشارکت در انتشارات تجاری مختلف، پیوستن به نمایشگاه‌های مجازی، برقراری ارتباط با مشتریان در بازارهای مختلف و همکاری نزدیک با مشاوران و طراحان مستقل و توسعه دهندگان ترندها، همگام با روندهای جدید حرکت کنیم.

طرح‌ها عمدتاً از طریق طراحان داخلی ما که با تیم تحقیق و توسعه کار می‌کنند و همچنین با انتخاب و خرید برخی طرح‌ها از استودیوهای طراحی خارجی انتخاب می‌شوند. بازخورد تیم فروش از طرح‌ها، به انتخاب

سایر ترکیبات تولید می‌کند.

Oriental Weavers یکی از بزرگترین تولیدکنندگان فرش و کفپوش در جهان است، تأثیر همه گیری در بازار صادرات شما چگونه بود و سال ۲۰۲۱ و سال‌های آینده را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

همه گیری تأثیری منفی در کوتاه مدت، به ویژه در ابتدای موج اول داشت. با این حال، تقاضای بازار از جولای سال ۲۰۲۰ دوباره افزایش یافته و شاهد افزایش زیاد تقاضا به دلیل بازگشایی مغازه‌های خرده فروشی و گسترش تجارت الکترونیکی ناشی از همه



النساجون الشرقيون
Oriental Weavers

مصاحبه خواندنی با جناب آقای هانی امین - مدیر صادرات شرکت فرش Oriental Weavers

شرکت Oriental Weavers در سال ۱۹۷۹ توسط آقای محمد فرید خامیس در یک شهر صنعتی معروف در مصر به نام «ده رمضان» تاسیس شد.

چشم انداز این شرکت این بود که به تولید کننده‌ای پیشرو تبدیل شود و محصولات خود را به صورت یکپارچه و با تامین اغلب مواد اولیه تولید کند.

این شرکت طی سال‌ها رشد کرده و به یکی از بزرگترین شرکت‌های تولید فرش ماشینی در جهان تبدیل شده است. شرکت Oriental Weavers در حال حاضر محصولات خود را به بیش از ۱۳۰ کشور دنیا صادر می‌کند.

شرکت Oriental weavers چه نوع فرش و کفپوش‌هایی را تولید می‌کند؟

این شرکت در زمینه تولید قالیچه و فرش ماشینی عمدتاً از جنس پلی پروپیلن تخصص دارد. همچنین فرش‌هایی از الیاف دیگر مانند پلی استر، پشم، پنبه، اکریلیک، ویسکوز و

برای OW توسعه فرش‌های ساخته شده از مواد سازگار با محیط زیست از اهمیت زیادی برخوردار است. این فرش‌ها، قابل بازیافت و ردیابی هستند و با تمرکز اصلی بر پایداری، به معرفی مفهوم "اقتصاد سبز" کمک می‌کنند.

همچنین، تا آنجا که ممکن است، استفاده از منابع انرژی پاک در OW به تدریج اجرا می‌شود، مانند استفاده از صفحات خورشیدی، چراغ‌های خورشیدی و تلاش برای کاهش انتشار دی اکسید کربن. معرفی فرش‌های ساخته شده از مواد سازگار با محیط زیست از اهداف استراتژیک بلند مدت OW است.

استراتژی اصلی Oriental Weaver برای حفظ موفقیت خود به عنوان رهبر بازار و صنعت چیست؟

Oriental Weavers چه از نظر تولید، توسعه، فروش یا سایر فعالیت‌های مرتبط، یک شرکت بسیار پویاست. این شرکت برنامه‌های قاطعی برای گسترش ظرفیت تولید نخ و فرش به طور گسترده دارد. همچنین، هدف ارتقای سطح خدمات ارائه شده به مشتریان و توسعه و ارائه بهترین فرش‌ها با بالاترین کیفیت را دنبال می‌کند.

این شرکت همچنین برنامه‌هایی را برای استخدام و آموزش نیروی انسانی خود و سرمایه‌گذاری در تیم OW به عنوان بخشی از اعتقاد این شرکت به اهمیت سرمایه انسانی به عنوان ستون اصلی پیشرفت و رشد شرکت در نظر گرفته است.

در نهایت، OW برنامه‌هایی جاه طلبانه برای گسترش در بازارهای داخلی و صادراتی از طریق حضور در نمایشگاه‌های جدید در داخل و به دست آوردن سهم بیشتری از بازار در بازارهای عمده صادراتی در نظر دارد.

به طور کلی، مضامین و پروژه‌های پایداری برای افزودن ارزش بیشتر به صنعت بسیار مهم هستند. باید به معرفی هر چه بیشتر فرش‌های ساخته شده از نخ‌های بازیافتی تمرکز بیشتری داشت که به تقویت مفهوم اقتصاد سبز کمک می‌کند.

همچنین، بهبود پایداری باید شامل کاهش آلودگی‌های مربوط به صنعت و استفاده بیشتر از منابع انرژی پاک باشد.

Oriental Weavers یک شرکت پیشرو در تولید کفپوش‌های سبز و پایدار است، سیاست این شرکت و برنامه‌های آن برای بهبود پایداری در محصولات نهایی چیست؟

برای OW معرفی و توسعه فرش‌های ساخته شده از مواد سازگار با محیط زیست از اهمیت زیادی برخوردار است. این فرش‌ها، قابل بازیافت و ردیابی هستند و با تمرکز اصلی بر پایداری، به معرفی مفهوم "اقتصاد سبز" کمک می‌کنند.

طراحی‌های مناسب برای هر بازار یا منطقه کمک می‌کند.

چند درصد از محصولات شما در بازارهای داخلی مصر و چند درصد به بازارهای بین‌المللی صادر می‌شود؟ لطفاً درباره مقصد صادرات خود بیشتر بگویید.

حدود ۷۰-۶۵٪ از تولیدات ما صادر می‌شود و حدود ۳۵-۳۰٪ از آن در بازار داخلی مصر به فروش می‌رسد. ما محصولات خود را به بیش از ۱۳۰ کشور دنیا صادر می‌کنیم. بازارهای اصلی صادراتی ما شامل ایالات متحده آمریکا، منطقه MENA، آلمان، ژاپن، برزیل، انگلیس، استرالیا و آفریقا است.

صنعت فرش در مصر را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به دلیل اینکه دولت از طریق ارائه مشوق‌های مختلف مانند مشوق‌های بدون مالیات برای مناطق آزاد، تخفیف‌های صادراتی و غیره از صنعت حمایت می‌کند، صنعت فرش در مصر بسیار رقابتی است. همچنین، هزینه‌های عمده مرتبط با صنعت، مانند هزینه‌های نیروی کار، آب و برق و غیره، در مقایسه با سایر کشورهای جهان بسیار رقابتی است. Oriental Weavers با سهم تولید تقریباً ۹۰٪، تولید کننده برتر فرش در مصر است.

امروزه لازم است که به بحث پایداری و محصولات سبز بیشتر اهمیت دهیم، چگونه می‌توان پایداری در صنعت فرش و کفپوش را بهبود بخشید؟



برو به صفحه فهرست

برو به صفحه اول



اگر به دنبال خرید ماشین آلات فرش ماشینی و نساجی از ترکیه هستید...



مشاهده فایل ویدیویی این مصاحبه

مصاحبه با مهندس رضا معتمدی - مدیر عامل شرکت مهندسی - بازرگانی معتمد تکس

همچنین قطعات مختلف شونهر و وندویل را در زمینه‌ی فرش ماشینی به ایران ارائه می‌دهیم. همچنین ماشین آلات دست دومی که در ترکیه به فروش گذاشته می‌شود را به مشتریان اعلام می‌کنیم و پس از مشاوره و بازدید دستگاه جهت خرید و حمل دستگاه به ایران با نظارت خریدار ایرانی وارد مذاکره با فروشندگان می‌شویم.

با توجه به سوابق و تجربه شما صنعت ریسندگی و نیز صنعت فرش ماشینی را از جهت ماشین آلات و نوع تولید چطور ارزیابی می‌کنید؟

قطعات اصلی را از اروپا تهیه کنیم و به ایران ارسال کنیم تا به صنعت نساجی ایران کمک کنیم و با صنعتگران ایران همکاری داشته باشیم.

شرکت ما در بخش ماشین آلات و قطعات فرش ماشینی خدمات زیادی را به مشتریان ارائه کرده است. ما در سال گذشته انواع ماشین آلات بافندگی فرش ماشینی را به شرکت های متقاضی از ایران ارسال و نصب و راه اندازی کردیم.

شرکت‌هایی هستند که از ما قطعات می‌خرند و در بوردهای الکترونیکی و موتورهای الکترونیکی استفاده می‌کنند.

لطفا در ابتدا بیوگرافی کوتاهی از سوابق تحصیلی و کاری خود و نیز در مورد تاسیس و موفقیت شرکت معتمد تکس توضیحاتی را بفرمایید.

فارغ التحصیل رشته تکنولوژی نساجی در سال ۱۳۸۰ از دانشگاه آزاد کاشان هستم. حدود ۱۵ سال در صنعت نساجی ایران در رشته‌ی ریسندگی و بافندگی بعنوان مدیر تولید و مدیر کنترل کیفیت و در بعضی از کارخانه‌ها بعنوان مشاور فعالیت داشتم.

۳ سال است که در استانبول ترکیه ساکن هستم و در شرکت مهندسی-بازرگانی معتمد تکس در زمینه‌ی تامین ماشین آلات نساجی، قطعات و ماشین آلات فرش ماشینی فعالیت می‌کنم.

در شرکت معتمد تکس در استانبول و دفتر تهران چه خدماتی را به صنعت نساجی و فرش ماشینی ایران ارائه می‌کنید؟

شرکت معتمد تکس با هدف کمک به صنایع نساجی ایران در سال ۲۰۱۸ در استانبول ترکیه تاسیس شد. در ابتدا حجم کارها پایین بود اما با افزایش حجم کاری این شرکت به یک گروه مهندسی-بازرگانی تبدیل شد. از سال گذشته با شروع تحریم‌ها سعی داشتیم



دستگاه چله پیچی مستقیم



دستگاه برش کناره فرش و موکت



دستگاه دوخت کناره فرش

مدیرعامل شرکت آتماک هم در این همایش حضور خواهند داشت تا با تولید کنندگان فرش ماشینی در ایران گفتگو داشته باشند.

✓ چرا اتوماسیون در کارخانجات فرش ماشینی مهم است؟

اکثر شرکت‌های بافندگی فرش در ایران صرفاً کار بافندگی انجام می‌دهند و کارهای تکمیلی دیگر تولید فرش ماشینی مثل آهار، برش، ریشه زنی و یکنواخت کردن سطح فرش را شرکت‌های دیگر انجام می‌دهند. ما متوجه شدیم که انتقال فرش از کارخانه‌ای به کارخانه‌ی دیگر، انجام کارهای تکمیلی و سپس برگرداندن آن به کارخانه، اتلاف زمان و هزینه است.

بنابراین به شرکت‌هایی که تولیدات بالایی دارند پیشنهاد می‌کنیم خط تکمیلی را بصورت یک خط اتوماسیون در اختیار خود قرار بدهند. اگر کلیه خطوط تولید در یک کارخانه باشد، می‌توانند با کمترین هزینه و

بازار ایران ارائه می‌دهید بیشتر توضیح دهید.

شرکت آتماک حدوداً ۵۰ سال است که در ترکیه در زمینه‌ی ساخت ماشین آلات آهار، برش، دوخت کناره‌ی فرش و بسته بندی فرش ماشینی و موکت و انواع کف پوش‌ها فعالیت دارد. این شرکت یک شرکت معتبر است که از تمام استانداردهای روز اروپا تبعیت می‌کند.

شرکت آتماک به ۲۴ کشور دنیا از جمله بلژیک، آلمان، آمریکا، مصر، الجزایر و هند صادرات دارد و یکی از بزرگترین صادرکنندگان ماشین آلات تکمیل فرش ماشینی در ترکیه و اروپا است. ما امسال توانستیم نمایندگی رسمی این شرکت را برای خدمات رسانی در ایران بگیریم.

حدوداً ۱۰ شرکت تولید فرش ماشینی در ایران از این شرکت خرید داشته‌اند. ما در ماه آینده برای تولیدکنندگان فرش ماشینی در شهر کاشان همایشی خواهیم داشت و شرکت آتماک و خدماتش را معرفی خواهیم کرد.

ما در صنعت نساجی کاستی‌های زیادی داریم و با شروع تحریم‌ها این کاستی‌ها بیشتر نمایان شد. صنعتگران در بخش ریسندگی با مشکلات عدیده‌ای روبرو هستند.

کوچکترین قطعاتی که در ایران به وفور یافت می‌شدند دیگر وجود ندارند. بوردهای الکترونیکی که در نمایندگی‌ها در ایران وجود داشت دیگر موجود نیست و ماشین آلات مستهلک شده‌اند.

در خیلی از صنایع نوسازی انجام نشده است. به روز رسانی خط‌های تولید ریسندگی و نوسازی آنها هزینه‌های سنگینی دارد و با توجه به افزایش قیمت دلار این کار برای صنعتگران بسیار دشوار شده است و به صنعتگران وام‌هایی با سود خیلی بالا داده می‌شود که برای صنعتگر ممکن نیست که خط تولید را بازسازی کند.

✓ در مورد شرکت آتماک ترکیه و ماشین آلاتی که با این شرکت به



دستگاه تراش سطح فرش



رول کن اتوماتیک فرش



دستگاه بخار برای فرش های ویسکوز



دستگاه شبرینگ اتوماتیک فرش

به آنها تحویل می‌دهیم.

✓ در پایان می‌توانید هر مطلب یا موردی که لازم می‌دانید را ذکر بفرمایید.

من از صنعتگران ایرانی می‌خواهم قبل از خرید ماشین آلات و قطعات حتماً با مهندسان و یا شرکت های ایرانی که هم در زمینه بازرگانی و امور گمرکی و ترخیص کالا تخصص دارند و هم اشراف کامل به ماشین آلات نساجی دارند مشاوره کنند.

مشاوره در پروسه‌ی خرید بسیار مهم است و خریدار می‌تواند بهترین خرید را داشته باشد. یکی از مهمترین خدمات ما در گروه بازرگانی و مهندسی معتمد تکس ارایه همین خدمات مشاوره در استانبول و یا ایران است. دوستان هر زمان مایل باشند می‌توانند با ما تماس بگیرند و از مشاوره‌ی رایگان ما استفاده کنند.

شرکت مهندسی-بازرگانی معتمد تکس نماینده انحصاری شرکت آنماک ماکینا ترکیه در ایران

آدرس دفتر مرکزی: ترکیه، استانبول، گورپینار، ساختمان مودسیتی، شماره ۱۵۹

تلفن دفتر استانبول: ۰۰۹۰-۲۱۲۸۵۶۶۹۸۱

مدیرعامل: مهندس رضا معتمدی

تلفن تماس: ۰۰۹۰-۵۵۲۳۷۴۹۲۷۲

آدرس دفتر ایران: تهران، جردن، انتهای خیابان تور، پلاک ۶، واحد ۴۰۱

تلفن تماس دفتر تهران: ۰۲۱۲۷۲۰۹۲۶۴

تلفن همراه: ۰۹۱۲۴۴۰۹۰۶۴

برای خرید دستگاه‌های جدید به آنها وام بدون سود می‌دهد.

فرشی که با دستگاه مدرن با سرعت بالا، راندمان بیشتر و هزینه‌های کمتر تولید می‌شود و کیفیت بیشتری دارد.

علت دیگری که ترکیه در صنعت نساجی از ایران جلوتر است این است که صنعتگران به بازارهای جهانی دسترسی دارند و می‌توانند برای تهیه قطعات و فروش محصولات با شرکت‌های اروپایی ارتباط برقرار کنند.

ما در ایران از این دو مزیت بی بهره هستیم و حدوداً ۵-۱۰ درصد محصولات نساجی ما به کشورهای اروپایی صادر می‌شود. ما به بازارهای جهانی دسترسی نداریم و اگر این مشکل را حل کنیم در بحث نساجی پیشرفت‌های زیادی خواهیم داشت.

✓ چرا واردات ماشین آلات بافندگی فرش ماشینی دست دوم از ترکیه به ایران توجیه اقتصادی داشته و خیلی از شرکت‌ها علاقمند به این کار هستند؟ شما چه خدماتی به علاقمندان می‌دهید.

ما ابتدا می‌فهمیم نیاز شرکت چیست و چه استفاده‌هایی از دستگاه قرار است انجام بشود. سپس به خریدار یک مشاوره‌ی کلی می‌دهیم تا دستگاهی که مناسب نیاز آنها است را خریداری کنند. در وهله‌ی بعد بهترین ماشین آلات را به آنها معرفی می‌کنیم.

مشتری براساس مشاوره و نیاز خود دستگاه را انتخاب می‌کند و ما برای آنها از فروشنده تخفیف می‌گیریم و خریداری می‌کنیم و اگر کار حمل و نقل را به ما بسپارند ما در ایران

در کمترین زمان فرش تکمیل شده و بسته بندی شده را در اختیار داشته باشند. ما به شرکت‌ها مشاوره می‌دهیم که با انجام این کار چقدر در زمان و هزینه‌ی آنها صرفه جویی صورت خواهد گرفت.

✓ با توجه به شناختی که از صنعت نساجی ترکیه دارید علل پیشرفت صنعت فرش ماشینی و بطور کلی نساجی در ترکیه چیست؟

علت اصلی، حمایت بسیار خوب دولت ترکیه از صنعتگران بخش نساجی و فرش ماشینی می‌باشد. وقتی یک تولیدکننده فرش ماشینی در ترکیه بخواهد یک ماشین بافندگی فرش ماشینی مدرن و به روز را خریداری کند ماشین دست دوم خود را می‌فروشد و دولت



دستگاه گرفتن پرز فرش

اطلاعات بیشتر در سایت شرکت بازرگانی معتمد تکس

فرش پایدار چیست و چه مزایایی دارد؟

فرش پایدار فرش‌هایی با انتشار کم از ترکیبات آلی فرار (VOC) بهترین نمونه از فرش‌های پایدار

نخ بازیافتی برای تولید فرش پایدار نخ بازیافتی برای تولید فرش پایدار

علاوه بر نخ نایلون بازیافتی، نخ پشم نیز تجدید پذیر، زیست تخریب پذیر، بادوام و دوستدار محیط زیست است. با این حال، برای اینکه واقعاً پایدار باشد، به روش‌های تولید سازگار با محیط زیست نیز نیاز دارد.

البته این مورد تنها به نخ مربوط نمی‌شود. بهترین فرش‌های پایدار از محصولات بازیافتی برای زیره خود نیز استفاده می‌کنند.

ضایعاتی مانند بطری‌های آب پلاستیکی، انتخاب خوبی برای زیره فرش‌های پایدار با قابلیت کاهش صدا هستند.

مواد احیا شده‌ای از این قبیل می‌توانند بارها و بارها مورد استفاده قرار گیرند و ایجاد زباله را از فرآیند حذف کنند.

علاوه بر این، هنگامی که از مواد مشابه برای رو و پشت فرش استفاده می‌شود، از روند پرهزینه‌ی جداسازی جلوگیری می‌شود.

روش‌های تولید پایدار

در تهیه فرش‌های پایدار، علاوه بر استفاده از مواد پایدار، فرآیندهای تولید سازگار با محیط زیست نیز باید در نظر گرفته شود.

مواد اولیه فرش پایدار

نخ نایلونی بازیافتی و نخ پشم تجدید پذیر نمونه‌ای از نخ‌های سازگار با محیط زیست و مورد استفاده در فرش پایدار هستند.

با در نظر گرفتن اهمیت روز افزون پایداری، تعجبی ندارد که اکنون نخ‌های نایلونی بازیافتی بیشترین رشد را در صنعت فرش داشته‌اند. آنها نه تنها زباله ایجاد نمی‌کنند بلکه پس از استفاده عملکرد خوبی دارند و دوباره به نخ جدید تبدیل می‌شوند.

همچنین، پردازش نخ و استفاده مجدد از آن تأثیر کاهنده قابل توجهی در گرم شدن زمین دارد.



امروزه با توجه به بحران آب و هوا و آسیب‌های زیست محیطی، انتخاب کفپوش‌های پایدار اهمیت روز افزونی پیدا کرده است.

صنعت فرش نیز پیشرفت‌های چشمگیری در فناوری داشته است، خصوصاً در مورد رد پای به جای مانده از خود و در دسترس قرار دادن پایداری به صورت همگانی.

کفپوش‌های پایدار را می‌توان از مواد اولیه طبیعی، تجدید پذیر و زیست تخریب پذیر مانند پشم یا بامبو تهیه کرد.

علاوه بر این، فرش‌های پایدار همچنین می‌توانند از کالاهای بازیافتی مانند بطری‌های پلاستیکی یا سایر ضایعات نایلون صنعتی، تورهای ماهیگیری به جای مانده در اقیانوس، ضایعات پوشاک و فرش تهیه شوند.

فرش پایدار همچنین از سوزاندن یا دفن زباله جلوگیری می‌کند. این بدان معناست که تمام مواد در یک حلقه بسته استفاده می‌شوند و هرگز زباله تولید نمی‌شود و مواد پس از دوره مصرف خود، مجدد مورد استفاده قرار می‌گیرند.

این بدان معنی است که رنگزای نخ، آب مورد استفاده برای رنگرزی، باقی مانده‌های نخ، بوبین‌های مقوایی، همه بازیافت و دوباره مورد استفاده قرار می‌گیرند. همچنین کل فرآیند تولید توسط انرژی تجدیدپذیر تأمین می‌شود.

فرش‌هایی با مقدار کم از ترکیبات آلی فرار

بخشی جدایی ناپذیر از یک فرش پایدار، انتشار کم ترکیبات آلی فرار (VOC) است. بوی قابل تشخیص فرش جدید در واقع گازها و بخارات بالقوه مضر منتشر شده از مواد شیمیایی مورد استفاده در ساخت آن هستند که به VOC معروف هستند.

این ترکیبات، گازهایی با اثرات بالقوه نامطلوب هستند. برخی از VOC ها خطرناک نیستند، در حالیکه ممکن است برخی دیگر برای محیط زیست، کیفیت هوای داخل و سلامت انسان مضر باشند.

فرش با VOC کم، فرش‌ای است که از اجزایی تشکیل شده که انتشار VOC را کاهش می‌دهند. بنابراین در تولید این فرش، از موادی که منجر به انتشار گاز و بخار می‌شوند، مانند PVC، پستی لاستیکی و اتصال دهنده‌ها که دارای مواد شیمیایی مانند PCH-4، ترکیبات معطر و فرمالدئید هستند، استفاده نشده است.



راحتی هوا در محیط داخلی است.

- سردرد، حالت تهوع و خستگی

گواهینامه Indoor Air Comfort Gold تضمین می‌کند که فرش الزامات آلاینده‌ی کم را دارا می‌باشد.

- مشکلات تنفسی و تحریکات آلرژی

این گواهینامه توسط Eurofins، یک گروه بین‌المللی از آزمایشگاه‌های مستقل که دفتر مرکزی آن در لوکزامبورگ واقع است، صادر می‌شود.

- آسیب به کبد، کلیه، سیستم عصبی مرکزی و احتمال قرار گرفتن در معرض سرطان

علاوه بر این، نصب این نوع فرش‌ها برای کارگران ایمن است و بر کاهش آلودگی هوا و بهبود کیفیت هوای داخلی تأثیرگذار هستند.

مزایای فرش با VOC کم

از جمله جذابیت‌های فرش‌های با VOC کم این است که نگرانی‌هایی که معمولاً با فرش‌های دارای VOC زیاد همراه است ایجاد نمی‌کنند، مانند:

- بوی نامطبوع

- تحریک چشم، بینی و گلو

محصولات دارای این گواهینامه، بهترین محصولات و با حداقل آلاینده‌ی هستند. باید توجه داشت که فرش‌های با "گواهینامه سبز" لزوماً فرش‌های با VOC کم نیست.

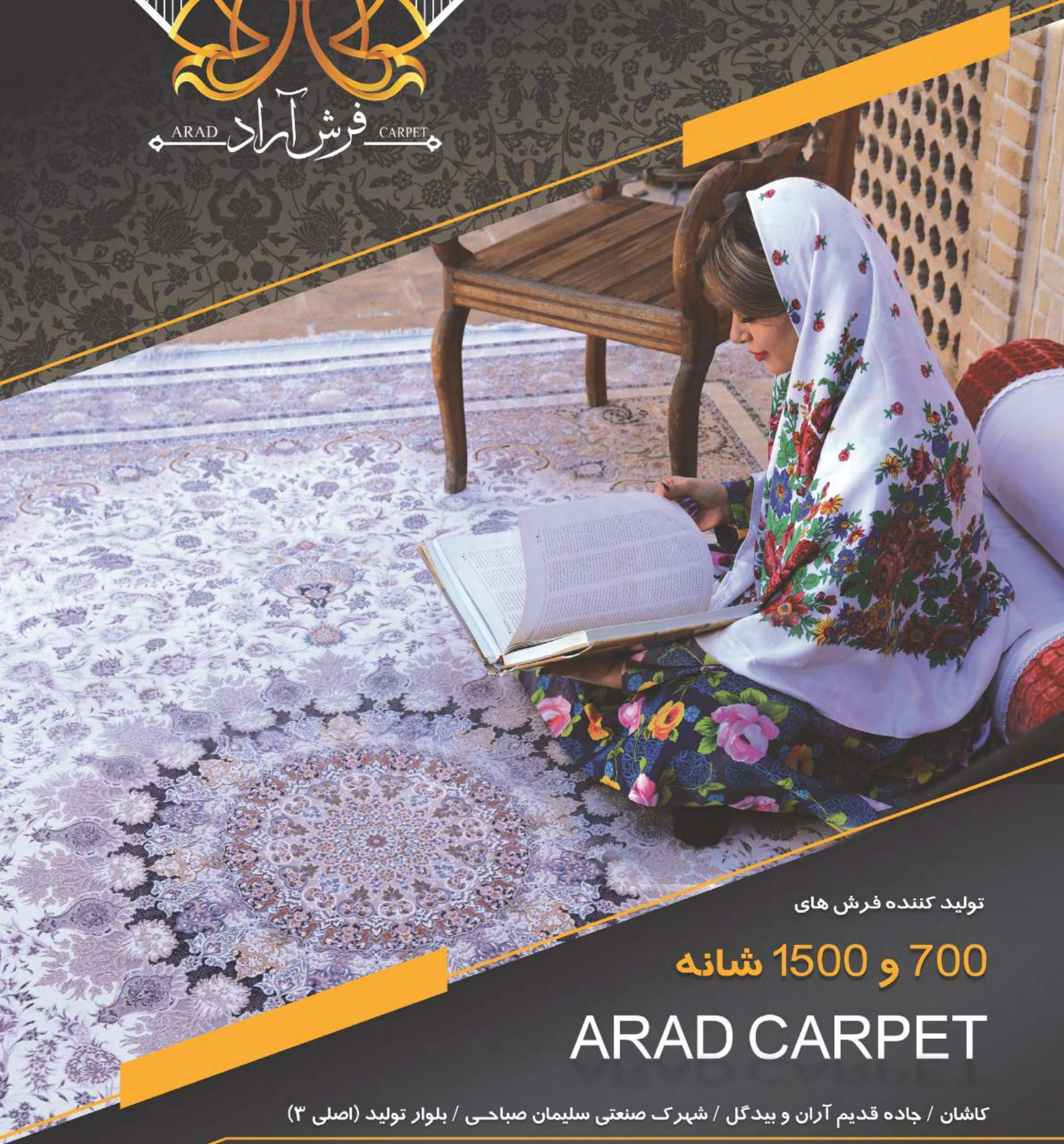
چگونگی تشخیص و انتخاب فرش‌های با VOC کم

این فرش ممکن است با مواد تجدید پذیر به روشی کارآمد ساخته شده باشد اما هنوز هم دارای سطح بالایی از انتشار VOC باشد.

بسیاری از برنامه‌های صدور گواهینامه در سراسر جهان انتشار VOC از فرش‌ها را با استانداردهای مختلف ارزیابی می‌کنند. بهترین راهنمای شما در انتخاب و تشخیص این نوع فرش‌ها، گواهینامه طلا برای



اطلاعات بیشتر در سایت فرش آراد



تولید کننده فرش های

700 و 1500 شانه

ARAD CARPET

کاشان / جاده قدیم آران و بیدگل / شهرک صنعتی سلیمان صباحی / بلوار تولید (اصلی ۳)

+98 912 119 2969

www.aradcarpetkashan.com

[aradcarpetkashan](https://www.instagram.com/aradcarpetkashan)

الیاف کنف مقرون به صرفه ترین الیاف طبیعی جهان!

مصاحبه با جناب آقای Arpit Agrawal - بنیانگذار Hemp Affair

ترجمه فروغ امیر شیرزاد

تحریریه مجله کهن

● لطفا در مورد خود و چگونگی شروع به کار Hemp Affair برایمان توضیح دهید؟

اسم من Arpit Agrawal است و یکی از بنیانگذاران Hemp Affair هستم.

من لیسانس فناوری اطلاعات و فوق لیسانس مدیریت بازرگانی و مدیریت و بیش از ۵ سال تجربه به عنوان مهندس ارشد نرم افزار دارم.

جالب است که در مورد چگونگی شروع کار با Hemp Affair صحبت کنیم. روزی مقاله‌ای را در یک پورتال آنلاین با عنوان "داستان شما" در مورد کنف می‌خواندم که برای من بسیار شگفت آور بود. من نمی‌دانستم که تقریباً برای همه جنبه‌های اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی دنیای ما، گیاهی وجود دارد.

کنف یک راه‌حل اثبات شده برای همه نگرانی‌های ما در مورد آب، زمین، گرم شدن کره زمین و همچنین صنعت مد سریع است. این

از ما اهمیت تغییرات اقلیمی را نادیده می‌گیریم. در مدرسه به ما در مورد استفاده از ۳R یعنی کاهش (Reduce)، استفاده مجدد (Reuse) و بازیافت (Recycle) آموزش داده شده است، اما واقعا تا چه حد اهمیت آن را درک کرده‌ایم؟

● چگونه این فکر به ذهن شما خطور کرد که می‌خواهید پارچه‌هایی از کنف تولید کنید و وارد سوخت‌های زیستی یا سایر محصولات صنعتی نشوید؟

هنگامی که ما در مورد سوخت‌های زیستی صحبت می‌کنیم باید بدانیم که عوامل و روش‌های زیادی وجود دارد که باید در نظر گرفته شود و همه نمی‌توانند این کار را انجام دهند. بنابراین ورود به این بخش به آسانی آنچه معمولا فکر می‌کنیم نیست.

برای کار در زمینه سوخت‌های زیستی، به روش‌های آزمایشگاهی، نکات فنی ماشین‌آلات و دانش عمیق علوم نیاز است. من فوق لیسانس مدیریت بازرگانی دارم، بنابراین از روند بازار و اینکه چگونه می‌توانم در زمینه‌های مختلف بازار پاسخگو باشم، آگاه هستم.

لیف مزایای بسیار زیادی دارد که نمی‌توان آن را با هیچ لیف دیگری مقایسه کرد. از این رو، من کنجکاو شدم تا در شناخت کنف و اینکه چگونه می‌توان شکاف تقاضا و عرضه را از طریق آن برآورده کنم، به صورت عمیق تحقیق کنم.

● در حال حاضر، بحث زیادی بر سر پایداری در صنعت نساجی وجود دارد. چرا پایداری بیش از هر زمان دیگری به جنبه مهمی تبدیل شده است؟

تمام فرآیندهای یک شرکت تولید کننده منسوج به نوعی به محیط زیست آسیب می‌رساند و اکنون زمان آن فرا رسیده که ما روش‌های پایدار را به کار بگیریم تا شاهد آینده‌ای شاد و سبز باشیم.

برخی از استراتژی‌های متعددی که ما شخصا برای حفظ محیط پایدار خود انتخاب کرده‌ایم، از تهیه مواد اولیه بدون کود تا استفاده از رنگ‌های فاقد مواد شیمیایی را شامل می‌شود.

جهان از نظر روندها و انتخاب‌ها به سرعت در حال تغییر است به طوری که بسیاری

همچنین در طول آخرین شغلم با بنیانگذار Hemp Affair ملاقات کردم و فهمیدم که منسوج نقطه قدرت ماست. تقاضا برای محصولات نساجی در بازار به راحتی قابل اندازه‌گیری و شناخته شده است.

این واقعیت که هند قطب دوم نساجی جهان است نیز ما را به این رشته سوق داد. هند از نظر دستبافته‌هایش بسیار شناخته شده است و ما احساس کردیم که این همان چیزی است که می‌توانیم به جهانیان ارائه دهیم!

● خصوصیات ویژه منسوجات ساخته شده از کنف چیست؟ چرا برای طرفداران پارچه پایدار انتخاب خوبی است؟

منسوجات ساخته شده از کنف ثابت کرده‌اند که در برابر اشعه ماورا بنفش مقاوم هستند. در واقع، کنف قوی‌ترین و با دوام‌ترین لیف و ۳ برابر قوی‌تر از پنبه است.

● طول عمر پارچه کنف بیش از ۱۰ سال است، زیرا به اندازه سایر الیاف تخریب نمی‌شود.

کنف می‌تواند با انواع الیاف طبیعی و مصنوعی مخلوط شود که باعث مفیدتر بودن آن نیز می‌شود. تولید کنف به مواد شیمیایی زیادی احتیاج ندارد و این امر به افزایش دوام آن کمک می‌کند.

اینها برخی از ویژگی‌های مهمی است که ممکن است شما را به فکر سازگاری با محیط زیست بیندازد.

● تولید الیاف کنف در هند را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

الیاف کنف برای تولید قایق‌های بزرگ، طناب، کاغذ و سوخت لامپ در قرن شانزدهم استفاده می‌شد، اما به دلیل همراه معروفش ماری جوانا ممنوع شد.

اما با افزایش تغییرات آب و هوایی، بسیاری از دانشمندان تلاش کرده‌اند که بار دیگر کنف را به عنوان یک گیاه بسیار مهم معرفی کنند.

دولت هند برای ادامه استفاده از آن در کاربردهای دارویی به برخی ایالت‌ها حقوق



به مقاصد زیبایی ختم می‌شوند. احساس می‌کنم سال ۲۰۲۰ یکی از آن جاده‌های دشوار برای صنعت نساجی بود اما ما همه تلاش خود را برای استفاده از این روزها کرده‌ایم و مقصد زیبایی در آینده نزدیک در انتظار همه ماست.

همچنین، بخش نساجی هند از قدرت مقابله بسیار قوی‌ای برخوردار است و قطعاً شاهد تعداد معاملات تجاری خوبی همراه با رویکرد بسیار مثبت برای رشد آن خواهیم بود.

● از نظر شما دلیل افزایش صادرات منسوجات هند در دهه قبل چیست؟

هند همیشه تأمین کننده عمده منسوجات با کیفیت عالی به جهان بوده است. با حذف شکاف میان تقاضا و عرضه، ما توانسته‌ایم بالاتر از بسیاری از کشورهای دیگر قرار بگیریم. با نگاهی به چند دهه گذشته، به راحتی می‌توان گفت که رشد صنایع نساجی هند فوق‌العاده بوده است.

در گذشته سیاست‌ها و اصلاحات تاریخی زیادی انجام شده است که در نهایت ما را به جایگاه امروز رسانده تا بازار خود را بیش از پیش رشد دهیم. همچنین، **دیجیتالی شدن به صنعت نساجی کمک کرده است تا در سطح جهانی در دسترس باشد و بازار را به تولیدکنندگان نزدیک‌تر کرده است.**

قانونی اعطا کرده است. با این حال، با توجه به علاقه جهانی به بخش اقتصادی کنف، هند نیز درک اهمیت کنف و افزایش ظرفیت تولید آن را آغاز کرده است و آینده روشنی برای آن پیش بینی می‌شود.

● همانطور که می‌دانید، سال ۲۰۲۰ یک کابوس بوده و همه گیری هنوز هم بر تمام جهان تسلط دارد. ارزیابی صنعت نساجی هند در دوران همه گیری را چگونه تعریف می‌کنید؟

حقیقتاً، پیش از بروز همه گیری، ما فقط یک استارت آپ معمولی بودیم که در مسیر رشد تلاش می‌کردیم. اما با افزایش تعداد بیماران مبتلا به COVID-19، تعطیلات اعلام شد و در طول تعطیلات، افراد بیشتری متقاضی محصول ما شدند.

در ابتدا این حجم از تقاضا من را غافلگیر کرد اما خیلی زود مجبور شدیم با این چالش دست و پنجه نرم کنیم و محصولات را به همه مشتریان تحویل دهیم! در مدت زمان یک سال، ما تیمی متشکل از ۵ تا ۲۰ عضو هستیم که به نیازهای بازار پاسخ می‌دهیم.

بنابراین همه گیری تأثیر مثبتی بر تجارت گذاشته است و ما اطمینان داریم که می‌توانیم مسیر رشد شرکت خود را به صورت هموار طی کنیم.

گفته می‌شود که جاده‌های دشوار اغلب



منسوجات خانگی ترکیه : یک بازار بین‌المللی

و پر سود برای صادرات و واردات

تحقیق و توسعه و همچنین اهمیت بسیار به طراحی، نه تنها در بازار داخلی بلکه در سراسر جهان پیشگام هستند.

امروزه عبارت "ساخت ترکیه" به وفور در حوله، پرده و سایر منسوجات مورد استفاده در مشهورترین هتل‌ها و رستوران‌های سراسر جهان، مشاهده می‌شود.

صادرات

کشور ترکیه، ده‌ها گروه محصولات تولیدی در زمینه منسوجات خانگی را که عمدتاً شامل حوله، پرده، روتختی، پتو و فرش هستند، به

استان‌ها که از نظر جمعیت، صنعت، فناوری و حمل و نقل توسعه یافته‌اند، مانند استانبول، ازمیر، بورسا، تکیردا، دنیزلی و اوشاک به تولید بی وقفه خود ادامه می‌دهند، به عنوان مثال:

✓ ظرفیت تولید پرده به تنهایی در کشور ترکیه به ۳۰۰۰۰۰ تن در سال می‌رسد.

✓ کارخانه‌ای که تولید لحاف را با بالاترین ظرفیت در اروپا انجام می‌دهد، در ترکیه واقع شده است.

✓ ترکیه در میان ۳ تامین کننده بزرگ جهان در گروه حوله و حمام قرار دارد.

کیفیت منسوجات خانگی ترکیه

کیفیت دلیل اصلی شناخته شدن جهانی ترکیه در زمینه منسوجات خانگی است. ترکیه یکی از کشورهای است که با کیفیت‌ترین ابریشم و پنبه‌های جهان را تولید می‌کند.

حوله‌های Denizli از کشور ترکیه در دسته‌ی محصولات معتبر و لوکس در منسوجات خانگی در ایالات متحده آمریکا به فروش می‌رسند.

در حالیکه ۲۰-۱۵ سال پیش، ترکیه عمدتاً یک تولید کننده پیمانکاری فرعی بود، امروزه برندهای معتبری معرفی می‌کند که به ویژه به دلیل همسایگی با اروپا، سرمایه‌گذاری‌های

ترکیه یکی از اولین کشورهای است که به عنوان کردن واژه "منسوجات" به ذهن همه در کل جهان خطور می‌کند. ترکیه همچنین از کشورهای موفق و مطرح در زمینه تولید منسوجات خانگی می‌باشد.

موفقیت ترکیه در مقیاس جهانی عمدتاً بر اساس توجه به مواردی از جمله مواد اولیه با کیفیت، تکنیک‌های تولید غنی، فرصت‌های پیشرفته آموزش در حوزه نساجی، نیروی کار واجد شرایط از هر دو نظر کیفی و کمی است.

بخش عمده‌ای از واحدهای سنتی و مدرن تولید منسوجات خانگی ترکیه در آناتولی غربی و آناتولی مرکزی واقع شده است. از مواد اولیه گرفته تا تکنیک‌های تولید، ماشین آلات و نیروهای کار ۱۰۰٪ محلی هستند.

ترکیه خود را محدود به بازار داخلی نمی‌کند و به عنوان یکی از بازیگران قدرتمند منسوجات خانگی در سراسر جهان شناخته می‌شود.

ظرفیت تولید منسوجات خانگی ترکیه

طبق سوابق رسمی، بالغ بر ۵۰۰,۰۰۰ نفر در بیش از ۳۰۰۰ واحد تولیدی در صنعت منسوجات خانگی در ترکیه مشغول به کار هستند.

۷۵۰ مورد از آنها واحدهای تولیدی متوسط و بزرگ هستند. این واحدها در بسیاری از





در ترکیه و خاورمیانه، بالش و لحاف بیشترین تقاضا و واردات را در میان منسوجات خانگی دارند. البته می‌توان گفت که به طور کلی، واردات بسیار زیاد منسوجات خانگی در خاورمیانه وجود ندارد. با این حال، کشورهایی که در مرزهای منطقه قرار دارند و قدرت خرید یا نرخ درخواست بالایی دارند، فرصت‌های مختلفی برای واردکنندگان ایجاد می‌کنند.

نمایشگاه منسوجات خانگی استانبول

نمایشگاه EVTEKS

EVTEKS یک نمایشگاه بین‌المللی برای منسوجات خانگی است که در استانبول برگزار شده و فرصت خوبی برای رشد بازار منسوجات خانگی ترکیه و ارائه محصولات آن فراهم می‌کند. این نمایشگاه هر ساله واردکنندگان مهم جدیدی از سراسر جهان را به خود جلب می‌کند.

EVTEKS یکی از مهم‌ترین بسترهای تجاری برای صنعت منسوجات خانگی است و سبک محصولات با کیفیت بالا، تعداد زیاد محصولات مختلف و غرفه داران بین‌المللی، این رویداد را به یک بستر مهم اطلاعاتی تبدیل کرده است.

علاوه بر این، بازدیدکنندگان می‌توانند ترندهای روز را در این نمایشگاه مشاهده کنند. ۲۶ امین دوره این نمایشگاه در تاریخ ۲۴-۲۰ سپتامبر ۲۰۲۱ در استانبول برگزار خواهد شد.

اگرچه ترکیه سهم قابل توجهی در صادرات دارد، اما جمعیت متراکم و تقاضای زیاد باعث می‌شود که این کشور نه تنها از نظر تولید، بلکه از نظر مصرف نیز پویا باشد. با پوشش بخش منسوجات خانگی که بیشتر از تولیدکنندگان داخلی صادر می‌شود، ترکیه به واردات برخی از گروه‌های منسوجات خانگی از خارج از کشور که تولید محدود دارند نیز نیاز دارد.

بنابراین این کشور هم از نظر تولید و هم از نظر مصرف به یک بازار پرسود برای تولیدکنندگان داخلی و بین‌المللی منسوجات خانگی تبدیل شده است.

واردات منسوجات خانگی در بازارهای ترکیه و خاورمیانه

ترکیه همیشه قصد دارد وابستگی خارجی خود را حتی به طور جزئی کاهش دهد، اما به عنوان یک بازار بزرگ، خریدهای خود را در زمینه منسوجات خانگی ادامه می‌دهد.

امارات متحده عربی و عربستان سعودی بیشترین صادرکنندگان منسوجات خانگی در خاورمیانه هستند. اگرچه می‌توان گفت که غیر از این دو کشور، کشور دیگری با سهم واردات بسیار زیاد منسوجات خانگی در خاورمیانه وجود ندارد، اما کشورهای بزرگ و پرجمعیتی مانند ترکیه، ایران و مصر می‌توانند همانند زمینه‌های دیگر، به بازارهای دارای فرصت‌های مختلف در زمینه منسوجات خانگی تبدیل شوند.

کشورهای اتحادیه اروپا، ایالات متحده آمریکا و بسیاری از کشورهای دیگر صادر می‌کنند.

از میان این محصولات، حوله حرف اول را زده و حدود نیمی از سهم صادرات منسوجات خانگی را به خود اختصاص داده است.

پس از آن روتختی و پرده به ترتیب دارای سهم ۲۵ و ۶ درصدی از صادرات منسوجات خانگی هستند.

به طور کلی، صنعت منسوجات خانگی تقریباً ۱۶٪ از کل صادرات ترکیه را تشکیل می‌دهد و سومین صنعت مهم برای صادرات این کشور است که به عنوان یکی از موثرترین بازیگران برای تأمین کسری فعلی در نظر گرفته می‌شود.

سهم بازار منسوجات خانگی ترکیه در جهان

ترکیه با رتبه اول در اروپا و چهارم در جهان در میان تولیدکنندگان برتر در زمینه منسوجات خانگی، تقریباً ۵٪ از کل صادرات منسوجات خانگی در جهان را پوشش می‌دهد. ترکیه منسوجات خانگی خود را به ۱۷۲ کشور ارسال می‌کند. با نرخ تقاضای ۲۵٪، آلمان بهترین کشوری است که منسوجات خانگی ترکیه به آن صادر می‌شود.

مزایای خرید از بازار ترکیه

مزایای خرید منسوجات خانگی از ترکیه عبارتند از:

- ✓ مواد اولیه با قیمت و کیفیت مناسب
- ✓ در دسترس بودن محصولات با جنس‌های مختلف مانند ابریشم و پشم
- ✓ ده‌ها گروه متنوع از محصولات در زمینه منسوجات خانگی
- ✓ تولید با کیفیت با نیروی کار ارزان و واجد شرایط
- ✓ تحویل سریع به لطف آخرین فناوری‌ها
- ✓ موقعیت مکانی مناسب میان اروپا و آسیا

واردات

الیاف ضد میکروب جدید اکسا در فرش ماشینی



زیست نیز ندارد.

در آزمایش‌های ضد میکروبی انجام شده، مشاهده شده است که Everfresh حتی در حالت مخلوط با الیافی مانند پنبه، پشم، ویسکوز، پلی استر و پلی آمید، خواص ضد میکروبی قوی خود را حفظ می‌کند.

به گفته Cengiz Taş مدیر کل شرکت Akxa Akrilik، این محصول حفاظت در برابر ویروس کرونا را فراهم نمی‌کند، اما ویروس را در مدت زمان مشخصی غیرفعال می‌کند. Everfresh با دارا بودن ویژگی‌هایی همچون خشک شدن سریع، نفوذ پذیری بخار آب، نفوذ پذیری هوا، عایق حرارتی، ساختار نرم، سبک و راحت، تمام انتظارات را برآورده می‌کند. در حال حاضر این محصول مورد توجه بسیاری قرار گرفته است و مدیران این شرکت پیش‌بینی می‌کنند که تقاضای آن خصوصاً برای فرش افزایش یابد.

الیاف ضد میکروب، نابود کننده ویروس کرونا روی فرش و منسوجات

Everfresh محصولی جدید از اکسا

الیاف ضد میکروب جدید اکسا به بازار عرضه شد

تولید کننده برجسته الیاف اکریلیک Akxa Akrilik، که دفتر مرکزی آن در استانبول واقع است، الیاف ضد میکروب به نام Everfresh تولید کرده است که طبق آزمایش‌های انجام شده ثابت شده است که ویروس کرونا در منسوجات را تا ۹۷ درصد ظرف مدت ۳۰ دقیقه از بین می‌برد.

Everfresh پس از چهار سال تحقیق و توسعه به بازار عرضه شده و برای طیف وسیعی از محصولات از جمله ماسک، پوشاک، جوراب، منسوجات خانگی، پتو، ملحفه و فرش مناسب است. همچنین، این محصول می‌تواند برای استفاده در مناطق شلوغ مانند هتل‌ها، مساجد و خوابگاه‌ها که سطح بالایی از بهداشت اجتماعی نیاز است و به ویژه در فرش‌ها، مفید باشد، زیرا از تشکیل باکتری‌ها، قارچ‌ها و کپک‌ها نیز جلوگیری می‌کند.

برخلاف محصولات پوشش داده شده یا اسپری شده، اثر ضد میکروبی Everfresh به دلیل جایگذاری یک ترکیب روی در لیف است که پس از شستشوی مکرر، همچنان عملکرد خود را حفظ

می‌کند. برخلاف مواد معدنی مشابه مورد استفاده در کاربردهای ضد میکروبی، بعد از آهن، روی یکی از مهم‌ترین مواد معدنی مورد نیاز برای سلامت بدن است.

روی، یکی از مکانیسم‌های دفاعی بدن و یکی از موثرترین مواد معدنی در مبارزه با باکتری‌ها، میکروب‌ها و قارچ‌ها است. با توجه به اینکه خاصیت ضد میکروبی Everfresh از طریق عملیات تکمیلی به دست نیامده و با توجه به نتایج آزمایش‌های انجام شده، این محصول به پوست آسیب نمی‌رساند و فلزات سنگین را در حین و بعد از استفاده آزاد نمی‌کند.

از این رو، تاثیرات منفی بر روی محیط



الیاف ضد میکروب جدید اکسا در البسه

everfresh

Koronavirüsü
30 dakikada
%97,48
oranında



etkisiz hale
getiriyor!

اطلاعات بیشتر در سایت نمایشگاه



26. İSTANBUL ULUSLARARASI
EV TEKSTİLİ FUARI

EVTEKS

CNREXPO / Istanbul
Fuar Merkezi

20 - 24 September 2021

Turkey
Discover
the potential

EVTEKS
d zayn ist

[/cnrevteks](#) [/cnrevteks](#) [/cnrevteksfuari](#)
www.cnrevteks.com

TETSIAD

ULUSLARARASI
TANIMLAMA



KOSGEB

İTİF İSTANBUL
FUARCILIK

ufi

İSTANBUL

İSTANBUL

CNR HOLDING

IAEE

تولید فرش هوشمند یا فرش خاص

مهندس شفیع - مهندسی تکنولوژی نساجی - مدیر کنترل کیفیت و استاندارد شرکت فرش جم

✓ منسوجات ضد میکروبی:

شیوع ویروس کووید ۱۹ باعث تمرکز کل جهان بر روی مقوله بهداشت و سلامتی شده است. صنعت نساجی با توجه به رشد صنعت مراقبت های بهداشتی و افزایش آگاهی عموم مردم درباره بهداشت شخصی، آماده است تا با این تغییرات همسو شده و قالب جدیدی را برای محیط های بهداشتی تعریف کند.

در واقع صنعت نساجی با عرضه پارچه های ضد میکروبی (antimicrobial fabrics) به استقبال بهداشت و سلامتی رفته است.

شیوع بیماری همه گیر کووید ۱۹، تقاضا برای منسوجات ضد میکروبی را در سراسر جهان افزایش داده است. بدون شک منسوجات ضد میکروبی در سال های آینده بیشتر رونق پیدا خواهند کرد.

مواردی از این قبیل می تواند بازارهای جدیدی برای داخل و حتی صادرات ایجاد کنند که با برنامه ریزی و تحقیق و سرمایه گذاری درست می توان بدان دست یافت.

تنها در یک مورد از موارد بالا یعنی رسانا کردن محصول و استفاده از خاصیت انتقال جریان الکتریکی تحقیقات زیادی تا کنون انجام شده که بر روی فرش ماشینی هم میتوان انجام داد.

بیشتر فناوری های پوشیدنی مانند ساعت، عینک، کفش یا تیشرت های تناسب اندام در بازار وجود دارند که به طور معمول با اتصال به اینترنت و داشتن سنسورها و اجزاء الکترونیکی داده ها را به برنامه های مربوطه ارسال می کنند و پس از پردازش اطلاعات داده های مفید و قابل برنامه ریزی ارائه می دهند که در قالب منسوجات هوشمند ارائه میشوند.



شود. در بافت فرش اگرچه طراحی، تراکم، شانه، جنس نخ، رنگ بندی و تکنولوژی بافت از فاکتورهای اصلی مورد توجه مشتری می باشد اما با اضافه کردن خصوصیات جدید می توان مشتری را نسبت به خرید کالای خاص ترغیب کرد.

از جمله این خصوصیات می توان موارد زیر را نام برد .

✓ تغییر یک یا چند رنگ زمینه فرش در اثر تغییر زاویه دید (مانند عکس برگردان ها) و ایجاد جلوه های جدید

✓ استفاده از نخ های رسانا یا ترکیبی برای انتقال داده از سطح فرش به منظور دستیابی به اهداف خاص امنیتی

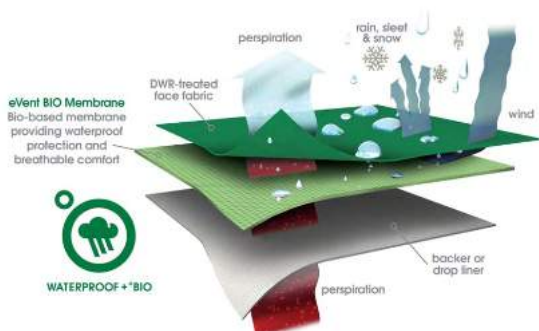
✓ استفاده از مواد نانو در تولید نخ جهت برخی خصوصیات مثل خواص آنتی باکتریال، عدم جذب رطوبت، رفلکس نور

✓ تولید کفپوش با قابلیت تولید الکتروسیته با استفاده از مواد پیزوالکتریک

✓ الگوبرداری از طرح های سه بعدی جهت مصارف خاص

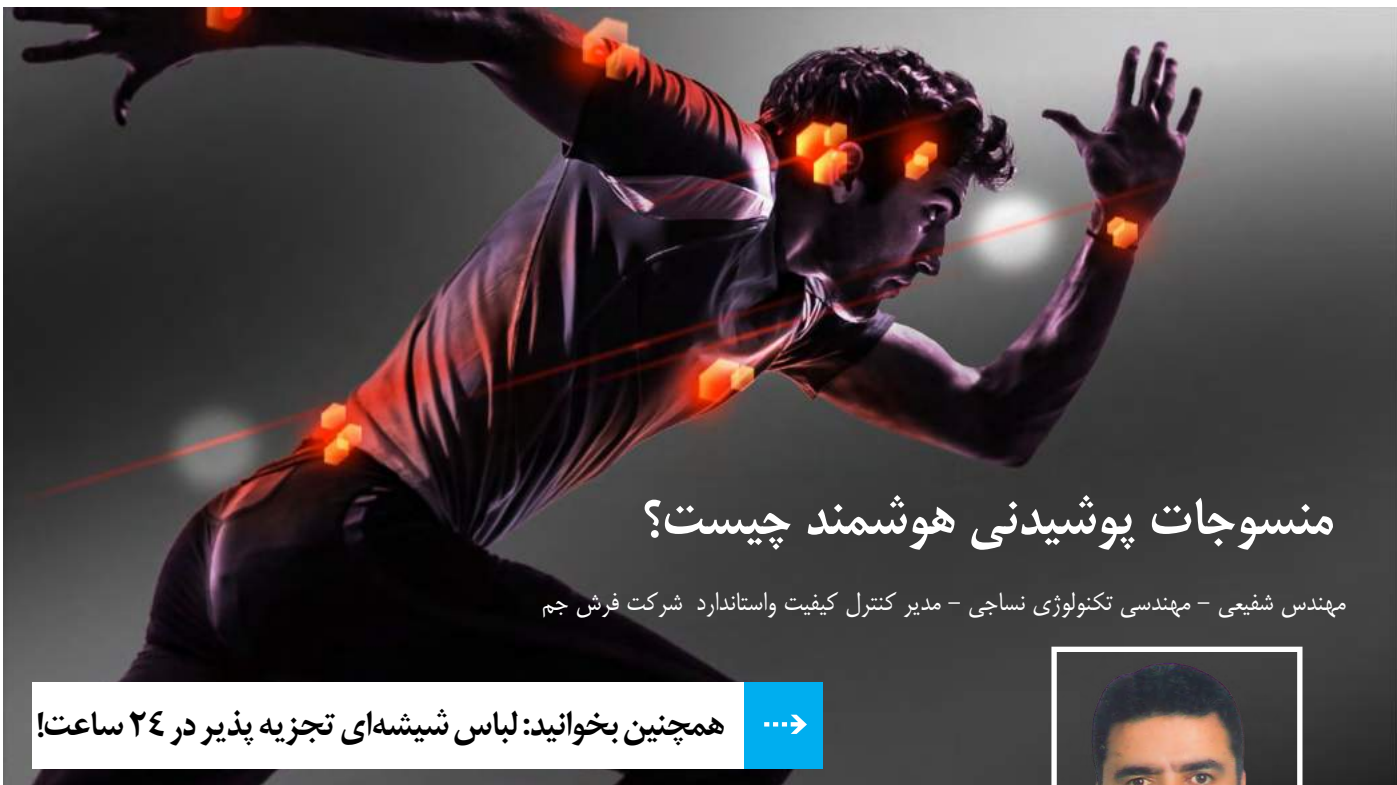
امروزه با توجه به گستردگی منسوجات در زندگی بشر نیازها و کاربردهای جدیدی هر روز از کالاهای ارائه می شود. اگرچه منسوجات بیشتر برای پوشاندن سطح محیط زندگی یا بدن انسان استفاده می شوند ولی در همان کاربردها می توان کاربردهای جدیدی را هم تلفیق کرد تا کالا چند منظوره باشد و هم از لحاظ قیمت و کیفیت قابل رقابت باشد.

یکی از کالاهای منسوجات فرش ماشینی می باشد که به عنوان زیر انداز استفاده می



برو به صفحه فهرست

برو به صفحه اول



منسوجات پوشیدنی هوشمند چیست؟

مهندس شفیعی - مهندسی تکنولوژی نساجی - مدیر کنترل کیفیت و استاندارد شرکت فرش جم



همچنین بخوانید: لباس شیشه‌ای تجزیه پذیر در ۲۴ ساعت!



دمای بدن در طول زمان.
۲ - مواد هوشمند فعال: این ها موادی هستند که می توانند به شرایط خارجی یا محرک واکنش نشان دهند.

اگر محرک ها در بخش منسوجات هوشمند منفعل ادغام شوند، به یک پارچه فعال هوشمند تبدیل می شوند چون ممکن است به یک محرک خاص پاسخ دهد.

این پیراهن، دمای اطراف را حس می کند. پیراهن به هنگام دریافت دمای بالا واکنش نشان داده و آستین ها را به سمت بالا می کشاند.

۳ - مواد هوشمند: این مواد قادر به اجرای سه عملکرد هستند؛ در ابتدا دارای حسگر هایی هستند که می توانند سیگنال ها را دریافت کنند، ثانیاً، آن ها قادر به واکنش دادن بر اساس سیگنال های دریافت شده هستند؛ ثالثاً، آن ها می توانند شکل، اندازه، رنگ یا عمل را مطابق با تابع داده شده تغییر دهند.

۴ - مواد با سطح بالاتری از هوش: هوش مصنوعی را به کامپیوتر ها منتقل می کنند.

این نوع مواد به طور کامل در تحقیقات فعلی انسان ها دست نیافتنی است. این

را در خود فعال کنند. پالیس- فریدمن از موسسه پرت می گوید "آنچه که پارچه های هوشمند را به یک انقلاب تبدیل کرده توانایی انجام بسیاری از کارهایی است که پارچه های سنتی قادر به انجام آن ها نمی باشند، از جمله ارتباط، تبدیل، هدایت انرژی و حتی رشد". منسوجات هوشمند می تواند به شرایط محیطی و یا محرک های مکانیکی، حرارتی، شیمیایی، الکتریکی و یا سایر منابع حساس بوده و واکنش نشان دهد. منسوجات هوشمند باید شامل سه جز یعنی حسگرها، عملگرها و واحدهای کنترل باشد. نساجی هوشمند چالش های مختلفی را در زمینه های گوناگون از جمله پزشکی، ورزشی، نظامی و هوافضا ایجاد کرده است.

انواع منسوجات هوشمند

منسوجات هوشمند با توجه به عملکرد آنها به چهار نوع تقسیم می شوند.

۱ - مواد هوشمند منفعل: این ها موادی هستند که فقط شرایط محیطی و یا محرک ها را درک می کنند.

این ها فقط حسگر هایی مثل تغییر رنگ، شکل، مقاومت حرارتی و الکتریکی هستند. یک پیراهن با مقاومت گرمایی برای ثبت

اصطلاح "منسوجات هوشمند" به حوزه وسیعی از مطالعات و محصولات اشاره دارد که کارکرد و کاربرد این نوع پارچه ها و لباس ها را توسعه می دهد. نساجی هوشمند با عنوان محصولات نساجی مثل الیاف، رشته ها و نخ تعریف می شود که به حالت پارچه ها و لباس های بافته، کشباف یا سوراخ دار هستند و می تواند با محیط یا فرد پوشنده آن ارتباط برقرار کند. ترکیبی از منسوجات با الکترونیک که به عنوان منسوجات الکترونیکی شناخته می شود می تواند برای توسعه مواد هوشمند نیز قابل اجرا باشد.

"منسوجات هوشمند پارچه هایی هستند که با فن آوری های جدیدی تولید شده اند که مزایای بیشتر و بالاتری را به پوشنده لباس می دهند."

پارچه های هوشمند و تعاملی

پارچه هوشمند موادی هستند که به محیط زیست واکنش نشان می دهند. این پارچه ها می توانند اجزای دیجیتال و الکترونیک

برو به صفحه فهرست
برو به صفحه اول

امر ممکن است با تحقیق و توسعه در زمینه نساجی و الکترونیک به دست آید. با استفاده از پارچه های هوشمند و یا مواد هوشمند با پیشرفت در خطوط مشترک با کامپیوتر این امر به حقیقت می پیوندد.

مواد مورد استفاده منسوجات پوشیدنی هوشمند

موادی که برای تولید محصولات نساجی هوشمند پوشیدنی به کار می روند می توانند تعامل، برقراری ارتباط و درک داشته باشند.

- ✓ الیاف فلزی
- ✓ جوهر رسانا
- ✓ مواد کرومیک
- ✓ پوشش با نانو ذرات
- ✓ نیمه هادی های آلی
- ✓ موادی که شکل و توانایی نگهداری حافظه دارند
- ✓ الیاف نوری
- ✓ کامپوزیتهای تونل کوانتومی
- ✓ پلیمر های ذاتاً رسانا

نخ ها به طور عمده در زمینه های فنی مانند پوشاک، تجهیزات نظامی، کاربرد پزشکی و تولید الکترونیک مورد استفاده قرار می گیرند. این الیاف و الیاف رسانا، با مخلوط شدن الیاف فلزی یا طبیعی با مواد رسانا ساخته می شوند. رشته های فولادی ضد

زنگ، ابریشم فلزی، تور ارگانزا، الیاف کربن خاص و غیره برای ساخت سنسورهای پارچه مورد استفاده قرار می گیرند. موادی مانند پلیمر های فلزی، پلیمر های رسانا، الیاف نوری، هدایت الکتریکی، حسگر های قابل سنجش و انتقال داده نیز استفاده می شوند. این مواد ارتجاعی، سبک وزن، انعطاف پذیر، ارزان و با فرآوری آسان هستند.

کاربردهای منسوجات پوشیدنی هوشمند

۱- ترموترون (Thermotron)

ترموترون UNITIKA پارچه ای ویژه است که قادر به جذب نور خورشید بوده و کار آن تبدیل انرژی نور به انرژی گرمایی است. گرما را بدون هدر دادن ذخیره می کند. در داخل ترموترون، میکرو ذرات زیرکونیوم کاربرد وجود دارند که به پارچه اجازه می دهد نور خورشید را جذب و فیلتر کند.

لایه درونی پارچه گرمای تولید شده توسط پارچه را نگه می دارد و مانع انتقال آن در جو اطراف می شود، در نتیجه یک تاثیر مطلوب بر روی بدن انسان می گذارد. این در لباس یک تجربه راحت، ضد آب و با طراوت به همراه تهویه هوا به پوشنده ارائه می دهد.

۲- جزیره سنگی (Stone Island)

جزیره سنگی یک ژاکت است که برای دادن اطلاعات درباره دمای اطراف ساخته شده است. این یک پوشش حرارتی با بلور مایع

می باشد. در ۲۷ درجه سلسیوس، مولکول هایی که در این پوشش حضور دارند، تحت یک چرخش قرار می گیرند که تغییر مسیر نور را اصلاح می کند. در نتیجه رنگ لباس به تدریج از رنگ تیره به رنگ روشن تر و شفاف تر که رنگ پایه پارچه بوده تغییر پیدا می کند. وقتی لباس به دمای عادی خود باز می گردد، رنگ پوشش تیره اصلی خود را مجدداً به دست می آورد.

۳- نشان متقارن (مهر هم قطب) (Polar seal)

احساس سرما، چیزی است که قبل از یک محصول به نام "نشان متقارن" گرمای فوری را تنها با تماس یک دکمه به شما می دهد. سه سطح گرم شدن از گرمای زیاد، معتدل تا پایین در این محصول وجود دارد.

دو منطقه گرمایش یکی در قسمت بالایی و دیگری عقب آن وجود دارد تا بتوانیم در زمستان احساس گرما کنیم. استفاده از این روش ها آسان است و در شرایط آلپ (سرماي شدید در ارتفاعات بالا) مورد آزمایش قرار گرفته. اینها انعطاف پذیر، سبک، دارای تهویه هوا و آب هستند که باعث می شود برای ورزش یا فضای باز ایده آل باشند.

این پوشیدنی ها را می توان به صورت دستکش و یا پیراهن استفاده کرد. اینها می توانند تا ۸ ساعت، با یک دفعه شارژ، گرم بمانند.

۴- Zerol

Zerol یک کلاه است که با بلندگوهای رسانای استخوان ساخته شده (به گونه ای که صدا را از طریق استخوان انتقال می دهد). ما مجبور نیستیم از هدفون ها برای گوش دادن به موسیقی یا تماس های تلفنی استفاده کنیم. چون این کلاه گوش های ما را هرگز مسدود نمی کند. این پوشیدنی در برابر آب مقاوم بوده، و ما می توانیم در حالی که باران می بارد از آن استفاده کنیم.

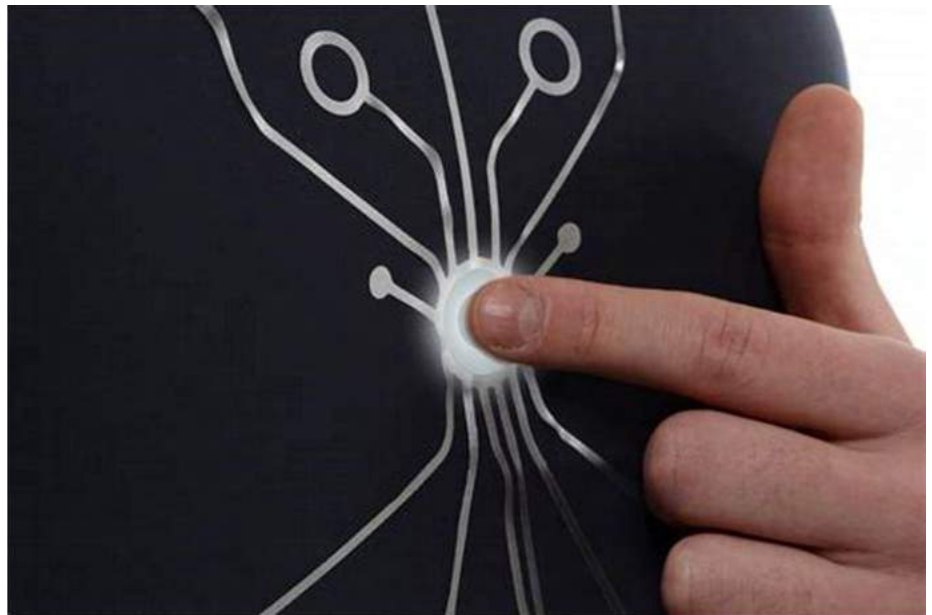
۵- Orii

Orii حلقه ای است که با استفاده از آن می



۸ - شنل نامرئی (Invisible Cloak)

دانشمند ژاپنی در دانشگاه توکیو در حال توسعه یک شنل با فناوری بالا می باشد. این شنل نامرئی توسط نانو ذراتی ایجاد می شود که نور را منعکس می کنند و باعث می شوند پوشنده لباس نامرئی به نظر برسد. دوربین نصب شده در پشت شنل این امکان را به فرد می دهد که حرکت هر شی یا اتفاقی را در پشت سر فرد ضبط کند و تصویر را در جلوی شنل قرار دهد، در نتیجه با این تصویر پردازی این توهم را ایجاد می کند که فرد نامرئی به نظر برسد.



۹ - پیراهن هوشمند

Arrow smart shirt

Arrow یک پیراهن را تولید کرده که شبیه به پیراهن های معمولی دیگر می باشد اما دارای ویژگی های خاصی مانند اتصال فقط با یک ضربه کوچک، شخصیت اجتماعی داشتن و دستیابی آسان به هر چیزی، نگه دارنده کارت ویزیت شما بر روی آستین لباستان، آمادگی برای کار، اتصال به بلوتوث، گوش دادن و پخش برنامه مورد علاقه و لیست آهنگ های مورد علاقه شما است. همه این ویژگی ها فقط در یک آستین وجود دارند. پیراهن هوشمند با یک تراشه داخلی بر روی دکمه سر دست است که می تواند با داندلود اپلیکیشن مخصوص خود کار می کند.

یک سنسور حرکتی است که داده ها را جمع آوری کرده و باعث ایجاد انگیزه در هنگام دویدن می شود و در کمربند شما قرار می گیرد. Lucu run حالت و فرم شما را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و پس از قضاوت درباره حالت های شما، پتانسیل واقعی شما را با اجتناب از هر گونه آسیب پیشنهاد میدهد. شما می توانید به داده ها، در هر جایی که امکان تجزیه و تحلیل کامل آن ها از طریق تلفن هوشمند را می دهد، دسترسی داشته باشید. ما به گوگل، ساعت های هوشمند، و کابل ها نیازی نداریم.

توانیم تماس بگیریم. Orii یک حلقه دستیار صوتی است که انگشت ما را تنها از طریق تماس با گوش به گوشی هوشمند تبدیل می کند. از رسانش استخوان استفاده می کند و در بسیاری از دستگاه های پزشکی از رسانش استخوان استفاده شده است. برای تنظیم حلقه، لایه های سیلیکون از لحاظ طراحی مقاوم و ضد حساسیت هستند.

آن ها به گونه ای بسته بندی شده است که ارتعاشات را از طریق انگشت مستقیماً به گوش شما می فرستند، پس فقط می توانید بشنوید. پس به شما این امکان را می دهد که با انگشت خود حرف بزنید و گوش دهید. صدای دو طرفه ای وجود دارد که با حذف میکروفن و هدایت استخوان، ما می توانیم حتی در مکان های شلوغ هم بشنویم و صحبت کنیم. با استفاده از این روش ما قادر به انجام کار هایی مانند یافتن مسیر، استفاده از هشدار دهنده، ترجمه، نوشتن پیامک، هواشناسی، ارسال پیام، تماس گرفتن، تایمر، یافتن مسیر های نقشه و غیره هستیم؛ همچنین در برابر آب مقاوم می باشد. این اطلاعات را می توان به حالت دلخواه طراحی کرد، چهار چراغ LED وجود دارد که می تواند به ما بگوید که چه نوع پیامی به ما رسیده است.

۷ - آستین AIO Sleeve

آستین Aio یک آستین است که می تواند در یک دست پوشیده شود و اطلاعاتی را ارائه دهد که تنها پزشکان می توانند ارائه کنند. این پوشیدنی به شما قدرت تجزیه و تحلیل رفتارهای خود، مدت زمان خواب، کیفیت خواب بر روی تلفن همراه را می دهد. این آستین می تواند موسیقی مورد علاقه شما را پخش کند. در حالی که ورزش می کنید این پوشیدنی ضربان قلب، ECG، حرکات / فاصله هایی که طی می کنید و همچنین میزان کالری مصرفی را اندازه گیری می کند. در هنگام کار این وسیله سطح استرس شما را نیز می سنجد. تمام این چیزها را ما می توانیم در هر زمانی و در هر مکانی در گوشی هوشمند خود مشاهده کنیم.

۶ - دوندۀ لومو (Lumo Run)

خودانگیزی می تواند بزرگ ترین دارایی باشد اما خودارزیابی می تواند بزرگ ترین چالش برای کسانی باشد که می خواهند توسط خودشان آموزش ببینند. Lumo run

۱۰ - لباس ذهنی (Mood dress)

پس از قرن ها دانشمندان قادر به طراحی و ساخت لباسی شدند که رنگ را بسته به حالت بدن تغییر می دهد. این لباس حساس توسط شرکت بزرگ الکترونیکی فیلیپس طراحی شده بود. این لباس از دو لایه تشکیل شده، لایه درونی شامل سنسور بیومتریکی است که حالت یا احساسات فرد را انتخاب می کند و آن را با استفاده از رنگ های موجود در لایه دوم یا لایه خارجی به نمایش می گذارد.

احساسی مانند استرس یا ترس بر درجه حرارت بدن و سطح عرق تاثیر می گذارد و اینها نوری را ایجاد می کنند که باعث تغییر الگو و رنگ لباس می شود. اگر عصبانی یا



استرس زده باشید، قرمز می شود یا وقتی آرام باشید رنگ سبز نمایانگر می شود.

از طرف دیگر در لباس های هوشمند اجزای الکترونیکی به طور مستقیم به پارچه دوخته شده است.

این در حالی است که محققان در صددند تا منسوجات را با تکنولوژی آمیخته کنند تا قطعات فنی یا الکترونیکی در الیاف درگیر شوند و قابل دید یا تماس نباشند تا نه برخوردی با فرد داشته باشند و یا استهلاک یا خطر از بین رفتن به وجود آید.

یک تیم تحقیقاتی در کره با ساخت یک ترانزیستور که ساختار الیافی دارد یک روش مشابه اتخاذ کرده است، بدین صورت که آنها ترانزیستور را با استفاده از الکترودهای پیچانده شده برای تنظیم طول نخ و ضخامت نیمه‌هادی ایجاد کردند. این نیمه هادی به جریانی بیش از ۱۰۰۰ برابر بیشتر از ترانزیستورهای موجود دست می یابد و به پوشاننده لباس آسیب نمی زند.

نوع دیگر از کتفا هم تولید شده که با استفاده از الیاف کربن تا ۱۰ وات گرما را منتقل میکند و در زمانهای مختلف واکنش های کاربر را شناسایی و ذخیره می کند.

راه حل دیگر استفاده از چاپگرهای سه بعدی جهت بافتن رشته های الکترونیکی با استفاده از سوزن های هم محور با نخ می باشد.

روش دیگر که در شرکت پیر تا در ایتالیا استفاده شده از یک تکنولوژی پنج مرحله ای بر اساس شیمی آلی برای انتقال فلز به لباس برای رسانا کردن آن استفاده می شود.

نوع دیگر هم با استفاده از چاپگر مبتنی بر جت برای کاربرد فرم آزاد فلز بر روی پوشاک است که الگوی تکمیل شده قابلیت رسانایی دارد.

این تکنولوژی های امیدوار کننده باعث می شود که ما بتوانیم در صنعت فرش ماشینی هم از چنین تکنولوژی هایی استفاده کنیم و فرش هوشمند تولید کنیم اما مهمترین عامل مشارکت دانشگاه و صنعت و رسیدن به نقطه توسعه و تولید گسترده است که مستلزم سرمایه گذاری و تحقیق می باشد.

بازار منسوجات هوشمند روز به روز گسترده تر و کاربردی تر می شود دانشگاه نو فالور بر اساس یک نوع اوربگامی و استفاده از یک

کلید دوربین ها را قطع می کنند وجود فرش در سالن یا مرکز خرید و عبور سارقان از روی آن می تواند آلارم هشدار را برای مالک یا پلیس به صدا در آورد.

به هر صورت ما هم باید همگام با تکنولوژی روز به جلو حرکت کنیم.

طبق برآوردهای متخصصان تا سال ۲۰۳۰ دیگر ماشین درون سوز یا بنزینی تولید نخواهد شد و کلید ماشین ها الکتریکی خواهند شد. همانطور که تسلا و جنرال موتورز روی ماشین های الکتریکی کار می کنند کلید برندهای بزرگ دنیا هم مثل بنز، هیوندای، بی ام و، ولوو، هوندا، کیا، پژو و روی خودروهای الکتریکی و خودران کار می کنند.

در کنار این موضوع بحث جدیدی که در صنعت خودرو های الکتریکی تحقیقات ان شروع شده استفاده از کامپوزیت های ترکیبی با الیاف یا یک نوع پارچه کامپوزیتی مانند برزنت فرش به جای بدنه فلزی خودرو می باشد که این کار هم میتواند هزینه های تولید را کاهش دهد و هر زمان که بدنه در اثر تصادف آسیب دید براحتی با هر رنگ و طرح دلخواهی جایگزین شود.

این یعنی صنعت نساجی میتواند جایگزین صنعت فولاد شود و تغییرات وسیعی در حوزه صنایع بوجود آورد.

پس مطمئن باشیم تا ۱۰ سال آینده فرشهای کنونی نیز بازار رقابتی نخواهد داشت و باید با تکنولوژی های روز آمیخته شود و نیازهای نسل جدید را پاسخ دهد.

پس لزوم بقاء صنعت فرش ماشینی حرکت رو به جلو و ادغام تکنولوژی های جدید در تولید فرش می باشد.

نوع پلیمر مشهور با نانو سیم هایی از رشته های الکترونیک ترکیب کرده که به لطف اصول اوربگامی تا ۲۰۰۰ درصد کشش داشته و رسانایی آن تا سه برابر افزایش یافته است.

بر اساس گزارش های شرکت داده های بین المللی البسه هوشمند در سال ۲۰۱۷ استفاده از لباس هوشمند به ۳.۳ میلیون رسیده و پیش بینی می شود تا سال ۲۰۲۱ به ۲۲ میلیون برسد.

این مطلب بسیار قابل ملاحظه است که البسه مثل تیشرت ژاکت پیراهن شلوار یا کفش که پروژه هوشمند شدن روی آنها انجام میشود دارای ساختاری ضعیفتر نسبت به فرش هستند و در هنگام استفاده هم همیشه در حال جابجایی و حرکت و تماس با بدن یا محیط هستند ولی فرش ثابت روی زمین قرار دارد. یعنی ما قدرت مانور و ساختار پذیری بیشتری روی فرش داریم.

بسیاری از برندهای معروف روی پروژه لباس هوشمند کار می کنند تا فاکتورهای سلامتی نظیر فشار خون، ضربان قلب، دمای بدن، تعرق و تغییرات هورمونی و ... را کنترل کنند.

اینگونه فاکتور های سلامتی یا امنیتی برای کنترل از طریق کفپوش ها نیز می تواند بازار جدیدی را برای این صنعت به وجود آورد تا صنعت فرش ماشینی هم در تولید منسوجات هوشمند جای خود را باز کند.

مثلاً در حوزه امنیتی می توان فرش هایی را تولید کرد که در محیط های امنیتی مثل بانک ها یا مراکز استراتژیک با حضور فرد بر روی آنها آلارم بدهد یا سرورها را فعال کنند یا در مراکزی مانند صندوق های امانات یا طلا فروشی ها در زمانی که تعطیل هستند و سارقان برای دستبرد زدن



مستربچ چیست؟ معرفی، انواع و چگونگی تولید آن

پلاستیک‌ها کاربرد دارند. جهت تولید این نوع مستربچ‌ها، به پایه پلیمری، رنگ دانه‌های آلی یا معدنی را می‌افزایند.

انواع رنگی از سه جزء رنگ‌دانه‌ها (پیگمنت‌های عالی یا معدنی)، سازگار کننده (پخش کننده پیگمنت) و پلیمر حامل (که موجب یکنواختی توزیع پیگمنت می‌شود) تشکیل شده‌اند.

علاوه بر افزودن رنگ به محصول نهایی، موجب بهبود خواص و اصلاح فیزیکی و مکانیکی محصول تولیدی نیز می‌شوند.

❖ **عامل سازگار کننده:** عامل سازگار کننده از دیگر اجزای آن است که موجب بهبود پخش‌شوندگی افزودنی یا رنگ می‌شود.

در فرآیند تولید، به منظور افزایش سازگاری شیمیایی افزودنی‌ها با پلاستیک پایه و نیز بهبود خواص، از پلی پروپیلن گرافت شده به کمک مالئیک انیدرید، پلی اتیلن گرافت شده با مالئیک انیدرید و ABS گرافت شده با مالئیک انیدرید استفاده می‌شود.

انواع مستربچ

مستربچ های رنگی

این محصول در فرآیند رنگ کردن

مستربچ های افزودنی



مستربچ محصولی است که از ترکیب بهینه یک ماده ترموپلاستیک و پودر رنگ (پیگمنت) به دست می‌آید.

این محصول از سه جزء پایه پلیمری، مواد شیمیایی افزودنی و سازگار کننده فعال بعنوان پخش کننده تشکیل شده است.

اجزای مستربچ

❖ **پلیمر پایه:** پایه پلیمری باید شبیه به پلاستیک استفاده شده در تزریق پلاستیک باشد و ظاهر آن دانه‌ای یا گرانول است. انواع پلی اتیلن، پلی پروپیلن، پلی استایرن، اتیلن وینیل استات، واکس‌هایی با وزن مولکولی پایین، پلیمر آکیدی یا پلیمرهای مخصوص دیگر از جمله پلیمرهای پایه هستند.

❖ **مواد شیمیایی افزودنی:** پودر رنگ یا پیگمنت‌ها، بهبوددهنده‌ها و پرکننده‌های شیمیایی یا معدنی از جمله افزودنی‌ها محسوب می‌شوند و به منظور تولید رنگ، بهبود خواص یا کاهش قیمت تمام شده به پلیمر اضافه می‌شود. بسته به نوع و قدرت افزودنی و نیز پایه پلیمر، میزان خوراک‌دهی افزودنی در تولید مستربچ متفاوت است.

- آنتی استاتیک
- بهبوددهنده مقاومت ضربه‌ای
- بهبوددهنده هدایت الکتریکی

مزایا استفاده از مستریج

با استفاده از این محصول می‌توان در زمان، انرژی و هزینه، جهت مخلوط کردن این پودرها و نیز نیروی انسانی صرفه جویی کرد.

همچنین به دلیل این که برخی افزودنی‌ها پخش شونده‌ی مناسبی ندارند، نمی‌توان آن‌ها را به صورت مستقیم اضافه کرد، در نتیجه راه حل مناسبی برای این کار است.

به طور مثال، در فرآیندهای تزریق پلاستیک، به دلیل کوتاه بودن طول مارپیچ دستگاه تزریق، امکان اضافه کردن افزودنی‌های پودری وجود ندارد و به جای آن از این محصول استفاده می‌شود.

این محصول ویژگی‌های دیگری نیز دارند که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌کنیم:

- ✓ ذخیره‌سازی، جابجایی و کاربری آن‌ها به دلیل گرانولی بودن بسیار آسان است.
- ✓ بهبود مشکلات تغییر غلظت مواد افزودنی و یکنواختی رنگ یا خواص
- ✓ موجب عدم پخش شدن رنگ‌دانه یا پیگمنت‌ها در هوا می‌شوند و محیط تولید را آلوده نمی‌کنند.
- ✓ سبب یکنواختی و پخش شدن بهتر رنگ‌ها، افزودنی‌ها یا پرکننده‌ها در محصول نهایی می‌شوند.
- ✓ فرآیند ذوب را بهبود می‌بخشند.
- ✓ موجب ثبات بیشتر خواص یا رنگ می‌شوند.
- ✓ صرفه‌جویی در مصرف افزودنی یا



- ضد خراش
 - ضد شعله
 - ضد مه‌گرفتگی
 - ضد قارچ
- مستریج‌های افزودنی نیز کاربردهای فراوانی دارند و به منظور اضافه کردن خواص مختلف (بجز رنگ) به ماده پلیمری، از این نوع مستریج استفاده می‌شود. که انواع مختلفی دارد که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌کنیم:

- ضد بو
- آنتی میکروبیال
- بهبوددهنده حرارتی
- روغن
- فیلر

انواع مستریج افزودنی

- آنتی اکسیدان
- یو وی استبیلایزر
- بهبوددهنده فرآیند
- جداکننده از قالب
- آنتی بلاک
- شفاف کننده
- براق کننده
- ضد رطوبت



Westex App

ساده‌سازی فرآیند انتخاب پوشاک مقاوم در برابر آتش (ویدیو)

مشاهده ویدیو...



تصور زندگی در دنیای امروز بدون گوشی‌های هوشمند برای بسیاری از ما غیر قابل باور است.

امروزه، بسیاری از فعالیت‌های روزمره خود را با استفاده از تلفن همراه انجام می‌دهیم. این استفاده به قدری گسترده شده که تعدادی از مشاغل از جمله تاکسی‌های تلفنی حذف شده و در قالب اپلیکیشن‌های موبایل تغییر ماهیت داده‌اند.

همچنین بسیاری از برندها اپلیکیشن موبایل اختصاصی خود را برای معرفی و فروش محصولات خود و آسان‌سازی فرآیند خرید، راه‌اندازی کرده‌اند. با ما همراه باشید تا در ادامه این مطلب با اپلیکیشن موبایل یکی از شرکت‌های پیشرو در زمینه نساجی آشنا شویم.

شرکت Westex

Westex با بیش از ۶۰ سال تجربه، در تولید پارچه‌های مقاوم در برابر شعله و پوشاک مقاوم در برابر آتش، فعالیت دارد. میلیون‌ها لباس ساخته شده با پارچه‌های FR / AR با نام تجاری Westex در سطح جهان در صنایع برق، نفت و گاز و فلزات استفاده می‌شوند. این شرکت به تازگی اپلیکیشن موبایل خود را راه‌اندازی کرده است. با استفاده از نسخه موبایل یا وب این اپلیکیشن، کاربران به راحتی می‌توانند پوشاک مورد نظر خود را انتخاب کرده و انطباق آن با استانداردهای ایمنی جهانی را بررسی کنند.



پیگمنت ها

✓ ایجاد شفافیت در محصولات رنگی

✓ صرفه‌جویی در هزینه پاکسازی و تمیز کاری

نحوه تولید مستریج

آنها طی فرآیند بچ یا پیوسته تولید می‌شوند. بسته به میزان تولید و اتوماسیون یکی از این دو روش برای تولید مورد استفاده قرار می‌گیرد.

در فرآیند پیوسته، از طریق دستگاه اکسترودر مجهز به فیدرهای وزنی، در مقیاس بزرگ و با بالاترین میزان اتوماسیون تولید می‌شود، اما در فرآیند بچ، این ماده در مقیاس کوچک و با استفاده از نیروی انسانی بیشتری تولید می‌شود.

نحوه تولید مستریج

در فرآیند تولید مستریج چهار مرحله وجود دارد که شامل فرمولاسیون، خوراک دهی، اختلاط و الک نمودن است.

فرمولاسیون: فرمولاسیون اولین مرحله در فرآیند تولید است که در آن رنگ و میزان افزودنی فرمول بندی می‌شود.

خوراک دهی: در این مرحله میزان تغذیه

اجزا، متناسب با خروجی دستگاه، تنظیم می‌شود.

اختلاط: در این مرحله، که مهمترین مرحله تولید است، برای ذوب شدن مخلوط، اختلاط مذاب در دمای مخزن تنظیم می‌شود زیرا دمای نامناسب در فرآیند برش گرانول و پخش پودر مشکلاتی ایجاد می‌کند.

الک نمودن: به منظور اطمینان از اندازه مناسب آنها از الک استفاده می‌شود تا با سایز مناسب و محکم تولید شوند و مصرف‌کننده در مرحله تولید با مشکل خوراک‌دهی مواجه نشود.

مستریج خوب چه ویژگی‌هایی دارد؟

ماده خوب و باکیفیت ویژگی‌هایی دارد که در این بخش به آن‌ها اشاره می‌کنیم:

◀ ثبات رنگ و خواص در دفعات مصرف

◀ مطابقت پایه پلیمری با کالای تولیدی

◀ مقاومت انتقال سطح بالا، درصد رطوبت، دمای ذوب، شکل ظاهری، شفافیت و مقاومت حرارتی مناسب

◀ منحصربفرد بودن رنگ و شید

◀ تسهیل فرآیند تولید محصول نهایی

◀ میزان مصرف کم

◀ غلظت یکنواخت

DIRECT DIGITAL TEXTILE PRINTING LEADERSHIP

PRECOATING SYSTEM
MAXIMUM APPLICATIONS &
PROFITABILITY FOR
FABRIC PRINTING BUSINESSES

واردات و فروش انواع دستگاه‌های
چاپ مستقیم پارچه (نخ، پنبه و پلی‌استر)
فروش، موکت و تی‌شرت
سیستم پیش پوشش

Dofort 280

نصب بیش از ده دستگاه در ایران



IMPECCABLE PRINT RESULTS & FLAWLESS SERVICE ACROSS THE WORLD



کمیانی های طرف قرارداد با دبیران دیجیتال



شرکت بازرگانی پایروس

-  Fangqiao development zone
Yixing city, Jiangsu province, China
-  + (86) 159 061 563 23
-  + (98) 912 186 32 75
-  + (98) 912 227 05 45
-  www.designdgi.com
-  [wuxi_designdgi](https://www.instagram.com/wuxi_designdgi)



کنترل عملکرد کاردینگ با تمرکز بر خصوصیات ظاهری تار عنکبوتی تولید شده

قاسم حیدری، فوق لیسانس تکنولوژی نساجی از دانشگاه امیر کبیر

عنکبوتی ضخیم و کشش کم کاردینگ، وجود ناخالصی های گیاهی روی سیلندر، کم بودن سرعت سیلندر یا تیکرین یا فلت ها و یا تنظیمات غلط نسبت سرعت بین نواحی و ایردار، کند شدن وایر استریپر و یا وایر دافر و خوب نگرفتن الیاف از روی سیلندر و ماندن زیاد الیاف و کلفت شدن حجم الیاف روی سیلندر نیاز به تعویض وایر سیلندر و یا وایر دافر و یا فلت ها

۵ - قطع شدن عرضی تار عنکبوتی:

عدم وجود جریان هوای مناسب در اطراف سیلندر باعث فاصله زیاد آبکش ها از سیلندر و فاصله گرفتن الیاف از روی سطح سیلندر، اشکال در وایر دافر و یا فیلر غلط دافر و سیلندر

۶ - تیک اسپات و تین پلیس زیاد:

فتیله کلفت، کم بودن سرعت سیلندر، انتقال ناصحیح الیاف از سیلندر به دافر

۷ - نایکنواختی عرضی و طولی تار عنکبوتی:

وجود روغن بصورت قطری روی وایرهای تیکرین یا سیلندر یا دافر یا فلت ها، جمع شدن ضایعات در یک ناحیه زیر بین تیکرین و قاب ها یا سگمنت های تیکرین، خراب شدگی طولی وایر فلت ها یا وایر سیلندر، اشکال در آبکش ها و قاب های زیر نواحی و ایردار و یا چنگ خوردگی و پلیسه دار شدن این نواحی

۳ - خطوط موازی در عرض تار عنکبوتی:

اشکال در فواصل چرخ دنده ها از یکدیگر و یا وجود اشکال در حرکت دافر و استریپر و حرکت غیر یکنواخت آن، جمع شدن عرضی ضایعات زیر سینی زیر تیکرین، یا کم بودن قاب زیر سیلندر، اشکال در فواصل صفحات پوشاننده نواحی مختلف تیکرین و سیلندر، تنظیم نبودن فاصله چاقویی ها و دریچه های مکش ضایعات در جلو و عقب سیلندر

۴ - نپ زیاد در تار عنکبوتی:

فیلر غلط فواصل بین دافر و سیلندر، یا سیلندر ودافر، یا لبه دماغه ای پشت سیلندر از سیلندر و یا صفحه تغذیه از تیکرین، تار

یکی از بهترین روش های کنترل عملکرد کاردینگ، تمرکز بر روی خصوصیات ظاهری تار عنکبوتی تولید شده از کاردینگ است، بطوریکه بررسی دقیق بصری تار عنکبوتی می تواند گویای پارامترهای کیفی فتیله کاردینگ که توسط تجهیزات پیشرفته آزمایشگاهی صورت می گیرد باشد. در این مقاله سعی شده که عیوب تار عنکبوتی کاردینگ و روش تشخیص و علت و روش جلوگیری و برطرف کردن آن توضیح داده شود.

۱ - سوراخ بودن تار عنکبوتی:

خراب شدن و یا خوابیدن لکه ای وایر دافر، وجود ضایعات گیاهی بصورت لکه ای بر روی دافر، وجود مواد چسبنده بر روی غلتک اسکوایزینگ، وجود لکه های روغن روی بدنه سیلندر و یا دافر، وجود مواد خارجی یا ضایعات گیاهی بر روی وایرهای سیلندر یا دافر، اشکال در فاصله بین آبکش های زیر سیلندر و یا سینی زیر دافر

۲ - خطوط موازی در طول تار عنکبوتی:



**INTERTEX
PORTUGAL**
15 - 17 October
2020
Porto



Textile
Industry
Exhibition

اطلاعات بیشتر ...



درفت ناصحیح، رطوبت بالای سالن
ریسندگی، گیر کردن و اصطکاک بین فتیله
و ترومپت کالندر

۱۱- بریدگی در کناره‌های تار عنكبوتی:

سنگین بودن فتیله و حجم الیاف تغذیه شده،
تنظیم نبودن راهنمای لبه های کناری سینی
تغذیه الیاف به سیلندر

۱۲- ریزش ضایعات به زیر سیلندر:

نزدیک بودن سینی زیر سیلندر به سیلندر

**۱۳- عیوب پررودیک نایکنواختی
فتیله و تار عنكبوتی با طول کوتاه:**

تنظیم نبودن فواصل بین دنده ها، کثیف
بودن دنده ها، تنش ناصحیح تسمه های روی
پولی ها، خرابی بلبرینگ ها

**۱۴- عیوب پررودیک نایکنواختی
فتیله و تار عنكبوتی با طول کوتاه:**

تغذیه و شوت فید نایکنواخت و تنظیمات
ناصحیح تغذیه و شوت فید

موازی نبودن دافر و سیلندر بعلت فیلر
نایکنواخت، عدم باز شدن و تغذیه صحیح از
تیکرین بعلت سرعت پایین تیکرین و یا وایر
تیکرین، زیاد بودن فاصله بین صفحه تغذیه
از تیکرین، فاصله زیاد صفحه زیر تیکرین
از تیکرین و یا فاصله زیاد صفحه تغذیه از
تیکرین

**۸- پیچیدن تار عنكبوتی به غلتک
اسکوایزینگ:**

پلیسه و زیری غلتک اسکوایزینگ، عدم
فار لازم تیغه های نظافتی غلتک های
اسکوایزینگ و یا خرابی آن، درفت نامناسب
بین اسکوایزینگ و کالندر، فشار ناصحیح
غلتک های اسکوایزینگ بر هم، رطوبت
بالای سالن ریسندگی، زیاد بودن تخم پنبه
و عسلک پنبه، الکتریسیته ساکن

۹- موازی نشدن الیاف کناری سیلندر:

تنظیم غیر صحیح سینی زیر سیلندر، عرض
تغذیه شده زیاد لایه الیاف به سیلندر

**۱۰- شل افتادن تار عنكبوتی بین
اسکوایزینگ و کالندر:**



دانا نساج توانا

سهامی خاص شماره ثبت: ۴۲۴۲

مشاور رنگرزی کارخانجات معتبر

مشکلات خط رنگرزی را به دانا نساج بسپارید
و بدون واسطه خرید کنید

وارد کننده و ارائه دهنده رنگ های نساجی
راکتیو | دیسپرس | کاتیونیک | مستقیم

با مدیریت مهندس محرابی

☎ 086 42480271

☎ 0912 256 44 82





گروه تولیدی بازرگانی اهری سیتا تجارت ترکیه صرافی نیاگارا کانادا



فروش تولیداتان را در ترکیه به ما بسپارید ما تجارت در ترکیه و از مسیر ترکیه را برایتان آسان می کنیم

به اطلاع کلیه فعالین بخش صنعت نساجی می رساند:

گروه تولیدی و بازرگانی اهری با تأسیس شرکت بازرگانی (سیتا تجارت ترکیه) در راستای تأمین نیازهای کارخانجات نساجی،

آماده هرگونه همکاری با واحدهای تولیدی می باشد:

۱ - تأمین قطعات یدکی ماشین آلات نساجی (ریسندگی و رنگرزی) با گارانتی، خدمات منظم و مستمر و قیمت مناسب.

۲ - آماده همکاری با کلیه واحدهای تولیدی داخل در زمینه تأمین مواد اولیه و کمک به صادرات محصولات مرتبط نساجی.

۳ - فعالیت در زمینه واردات و فروش انواع رنگهای نساجی

Currency Exchange NIAGARA

همچنین گروه بازرگانی اهری نقل و انتقالات و حواله جات ارزی شما را
با مناسب ترین هزینه و کمترین زمان در صرافی نیاگارا کانادا انجام میدهد

هادی الهامی

مسئول صرافی نیاگارا کانادا

نقل انتقال ارز و حواله جات از ایران
به کانادا، آمریکا، استرالیا، ترکیه
و بلعکس

+1 (647) 608-2782

Hadi@tbtb.ca



مهندس محمد جدیری

• مسئول دفتر ترکیه و تأمین کلیه قطعات

و انجام خدمات صادرات و واردات

+90 538 836 0865

+98 935 574 8638

info@citaco.net



حمیدرضا منصورپور

• مهندسی تکنولوژی نساجی

مسئول دفتر ایران و تأمین قطعات یدکی

021 - 26404521

+98 919 655 1339

hamidreza.mansourpour@gmail.com



علی اکبر محرابی

• مهندس شیمی نساجی

مشاور کارخانجات معتبر رنگرزی کشور
آماده در اختیار گذاشتن تجربیات خود به کارخانجات

واردات و فروش انواع رنگ های نساجی

+98 912 256 4482

aa.mehrabi7@yahoo.com



حسین اصغریه اهری

• مهندسی تکنولوژی نساجی

کار آفرین و مدیریت مجموعه

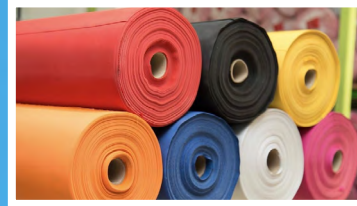
+98 912 111 2681

+1 647 290 9056

ahari.texco@gmail.com

جهت همکاری و مشاوره با دفتر ترکیه با شماره تماس 00905388360865 و ایمیل info@citaco.net تماس بگیرید

آدرس دفتر ترکیه: Cita Uluslararası Ticaret Limited: Kalkınma mah, Farabi cad, 114 sok, No 5, Ortahisar/ Trabzon / Türkiye



نفوذ منسوجات بی بافت در بازارهای خاص و ویژه

به شمار می‌رود.

با این حال، هیچ کس رشد صنعت بی بافت را بر اساس مصرف سرانه در هند، در رابطه با سطح درآمد سرانه هند برای چهار دهه آینده پیش بینی نکرده است.

تجزیه و تحلیل پژوهشگرانی از آزمایشگاه بی بافت و مواد پیشرفته و دانشگاه تگزاس با استفاده از سطح درآمد سرانه از بانک جهانی به نتایج جالب توجهی منجر شده است که مورد توجه صنعت جهانی منسوجات فنی و بی بافت قرار خواهد گرفت.

برای این تجزیه و تحلیل، از داده‌های منتشر شده توسط بانک جهانی استفاده شده است. آنها برآورد اصلی خود از سرانه مصرف منسوجات بی بافت هند را بر اساس برآورد درآمد بانک جهانی ارائه داده‌اند. طبق اطلاعات بانک جهانی برای سال ۲۰۰۷، سرانه تولید ناخالص داخلی ایالات متحده و هند به ترتیب ۴۵۸۱۷ دلار و ۱/۹۴۶ دلار آمریکا است.

در این سطح درآمد سرانه، مصرف سرانه منسوجات بی بافت هند، ۸۰ گرم فرض شده و از نرخ رشد سالانه اقتصاد ایالات متحده و هند به ترتیب به مقدار ۶٪ و ۲۷/۱۳٪ استفاده شده است. این ارقام میانگین نرخ رشد دو کشور ایالات متحده و هند به ترتیب از سال ۲۰۰۳-۲۰۰۷ هستند. از این نرخ‌های

افزایش فرصت‌های منسوجات فنی و بی بافت در هندوستان

بخش منسوجات فنی در طرح صندوق ارتقا فناوری بوده است. پیش‌بینی می‌شود اینگونه طرح‌های حمایتی دولت هند و همچنین رشد جمعیت طبقه متوسط در ۵ تا ۱۰ سال آینده ماهیت صنعت منسوجات فنی را تغییر دهند.

این تغییر متناسب با چشم انداز رئیس جمهور سابق هند، دکتر عبدالکلام است که هند را قادر می‌سازد تا سال ۲۰۲۰ یک کشور صنعتی و توسعه یافته باشد.

در این مقاله، برخی از اقدامات اخیر برای توسعه صنعت منسوجات فنی هند گزارش شده است. علاوه بر این، پیش‌بینی می‌شود که سرانه مصرف منسوجات بی بافت در هند بیش از مصرف ایالات متحده با تولید ناخالص سرانه ۵۰ هزار دلار باشد. پیش‌بینی می‌شود در دو دهه آینده، سرعت رشد منسوجات فنی و بی بافت در هند، از رشد ایالات متحده و اروپا طی سه دهه گذشته، بسیار بیشتر باشد. از این رو، رشد این صنعت در هند قطعی است و از این رو مکان قابل توجهی برای فعالان بین‌المللی

طبق گفته Goldman Sachs، اقتصاد هند تا سال ۲۰۳۰ از اقتصاد اروپا و ژاپن و تا سال ۲۰۴۵ از اقتصاد ایالات متحده پیشی خواهد گرفت. چنین رشدی به دلیل افزایش درآمد خانوارها و رشد پیش‌بینی شده در بخش‌های کشاورزی، تولید و خدمات امکان پذیر است.

با در نظر گرفتن حکم شورای برنامه ریزی ملی، وزارت منسوجات هند، بخش منسوجات فنی و بی بافت را به عنوان یک بخش مهم برای حمایت و رشد در نظر گرفته است.

چندین طرح مثبت در سطح دولت برای حمایت از رشد صنعت منسوجات فنی و بی بافت در هند اجرا شده است. یک طرح مهم پشتیبانی، راه‌اندازی مأموریت ملی فناوری برای منسوجات فنی توسط نخست وزیر هند بوده است که طی برنامه پنج ساله یازدهم برای توسعه صنعت منسوجات فنی در هند با بودجه ۱۷۰ میلیون دلار آمریکا بوده است.

این مأموریت فناوری، علاوه بر گنجاندن

جدول ۱: مصرف منسوجات بی بافت در هند در برابر سرانه GDP (با فرض افزایش سالانه ۱۳٪)

| Year | (\$GDP Per Capita (US | (Consumption of Nonwovens (Kg |
|------|-----------------------|-------------------------------|
| ۲۰۰۵ | ۷۳۳ | ۰/۰۸ |
| ۲۰۱۰ | ۱۳۷۴ | ۰/۱۵ |
| ۲۰۱۵ | ۲۵۶۳ | ۰/۲۷ |
| ۲۰۲۰ | ۴۷۸۰ | ۰/۵۱ |
| ۲۰۲۵ | ۸۹۱۲ | ۰/۹۵ |
| ۲۰۳۰ | ۱۶۶۱۸ | ۱/۷۷ |
| ۲۰۳۵ | ۳۰۹۸۵ | ۳/۳۱ |
| ۲۰۴۰ | ۵۷۷۷۳ | ۶/۱۶ |
| ۲۰۴۵ | ۱۰۷۷۲۰ | ۱۱/۴۹ |
| ۲۰۵۰ | ۲۰۰۸۵۰ | ۲۱/۴۳ |

محورک‌های رشد در هند

افزایش جمعیت طبقه متوسط و افزایش سطح درآمد نیمی از جمعیت هند، مهم‌ترین عامل رشد صنعت منسوجات فنی و بی‌بافت در هند است. علاوه بر این، در بخش‌های دولتی و خصوصی، علاقه زیادی به جستجوی فرصت‌هایی فراتر از زنجیره منسوجات معمولی، یعنی الیاف تا پوشاک وجود دارد. این وضعیت با آنچه در ایالات متحده و دیگر اقتصادهای پیشرفته در حال اتفاق است، کاملاً متضاد است.

از جهت هر دو بخش خصوصی و دولتی در هند، زمان سرمایه‌گذاری در صنعت نساجی منسوجات فنی و بی‌بافت فرا رسیده است. دولت هند تحت فشار قرار گرفته است تا طرح‌های تشویقی برای حفظ و توسعه صنعت نساجی را فراهم کند که از طریق صادرات تقریباً به یک سوم درآمد ارزی کمک می‌کند.

علاوه بر این، صنعت نساجی پس از کشاورزی، دومین سهم اشتغال‌زایی را دارد. بنابراین، هم از نظر اقتصادی و هم از نظر سیاسی، دولت مجبور است با بهره‌گیری از بخش‌های بکر مانند منسوجات فنی و بی‌بافت، از رشد صنعت نساجی حمایت کند.

صنعت نساجی موقعیت مهمی در بخش تولید در هند دارد و از این رو مورد توجه رده‌های بالای دولت هند قرار می‌گیرد. این وضعیت

دهه آینده به طور پیوسته رشد خواهد کرد و به آستانه ۳ کیلوگرم در سال ۲۰۳۵ می‌رسد. جالب اینجاست که در این سطح، صنعت هند رفتاری متفاوت از ایالات متحده و اروپای غربی دارد و رشد خود را به صورت نمایی آغاز می‌کند و فرصت عظیمی برای صنعت فراهم می‌کند.

در حالیکه، صنعت ایالات متحده با آهستگی و با سرعتی حدود ۵٪ بیش از آستانه مصرف سرانه ۳ کیلوگرم رشد خواهد کرد. چین نیز در سال‌های آینده رفتار مشابه اما در مرحله دیگری خواهد داشت. بنابراین، رشد پایدار قطعاً در هند و با نرخ ۱۳ درصد از سال جاری تا سال ۲۰۵۰ است.

جدول ۲: مصرف منسوجات بی بافت در ایالات متحده در برابر سرانه GDP (با فرض افزایش سالانه ۴٪)

| Year | (\$GDP Per Capita (US | (Consumption of Nonwovens (Kg |
|------|-----------------------|-------------------------------|
| ۲۰۰۵ | ۴۲۴۹۹ | ۳/۵ |
| ۲۰۱۰ | ۵۲۴۳۵ | ۴/۳۲ |
| ۲۰۱۵ | ۶۵۶۵۶ | ۵/۴۱ |
| ۲۰۲۰ | ۸۲۲۱۳ | ۶/۷۷ |
| ۲۰۲۵ | ۱۰۲۹۴۳ | ۸/۴۸ |
| ۲۰۳۰ | ۱۲۸۹۰۱ | ۱۰/۶۲ |
| ۲۰۳۵ | ۱۶۱۴۰۴ | ۱۳/۲۹ |
| ۲۰۴۰ | ۲۰۲۱۰۳ | ۱۶/۶۴ |
| ۲۰۴۵ | ۲۶۴۷۰۵ | ۲۰/۸۴ |
| ۲۰۵۰ | ۳۳۱۴۵۲ | ۲۶/۱۰ |

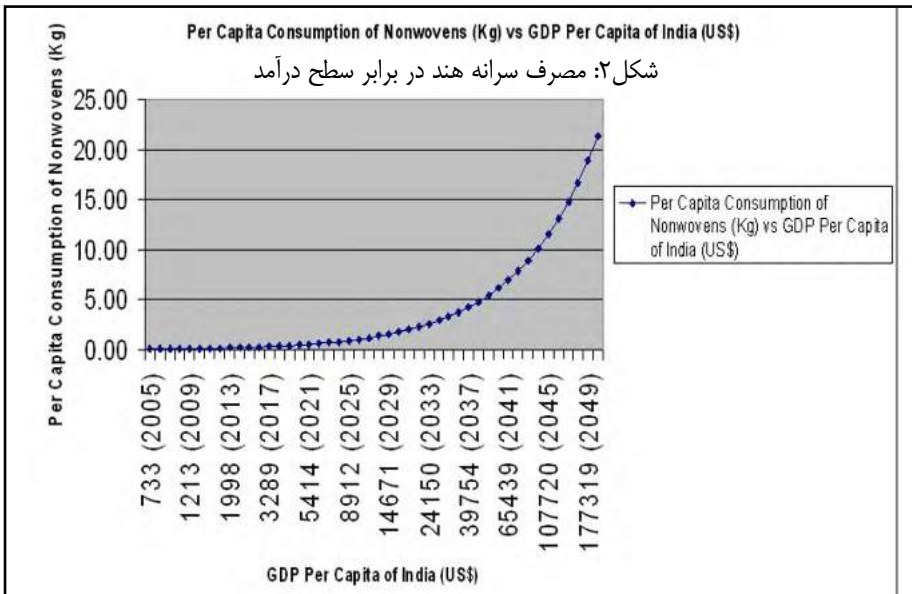
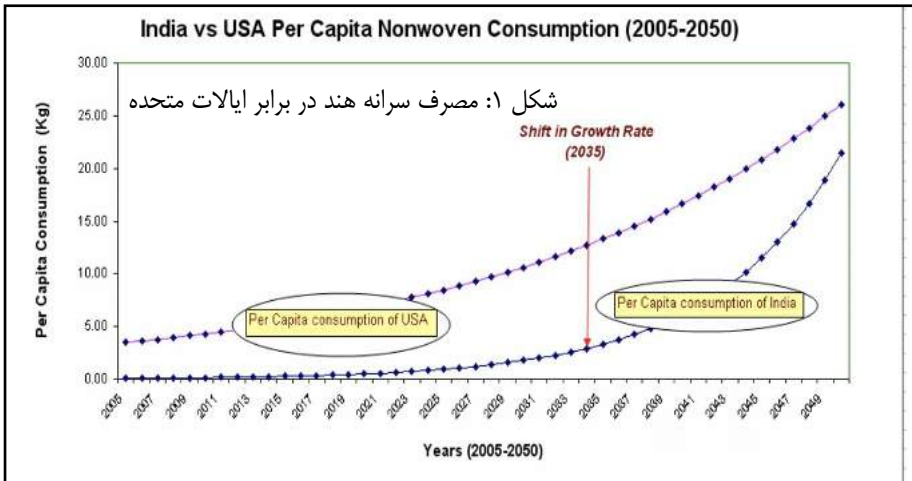
رشد برای محاسبه سرانه مصرف منسوجات بی بافت برای هند و آمریکا در سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۵۰ استفاده شده است. جدول ۱ و ۲ سطح درآمد سرانه و مصرف منسوجات بی بافت در سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۵۰ را ارائه می‌دهند.

همانطور که از جدول قابل مشاهده است، سرانه GDP مورد استفاده برای مصرف منسوجات بی بافت همان نرخ رشد فرض شده برای اقتصاد است. این امر با توجه به رابطه میان سرانه GDP و رشد مصرف منسوجات بی بافت یک نظریه پذیرفته شده در صنعت است.

این صنعت آماده است تا در دو دهه آینده با رشد دو رقمی سالانه در حدود ۱۳-۱۵ روبرو شود و این امر منجر به مرحله توسعه یافته در سال ۲۰۳۵ خواهد شد. در این دوره، بازارهای توسعه یافته مانند ایالات متحده آمریکا و اروپای غربی با سرعت بسیار کمتری در حدود ۵ درصد رشد می‌کنند.

بنابراین، برای صنعت جهانی بسیار ارزشمند است که هند را جدی بگیرد و در رشد آن و امکان توسعه خود شرکت کند.

در شکل ۱، رشد صنعت بی بافت در ایالات متحده و هند، با توجه به رشد سرانه مصرف ترسیم شده است. همانطور که از شکل ۱ مشخص است، صنعت نوپای هند طی دو



با کاهش فعلی صادرات منسوجات به دلیل افزایش قیمت روپیه در برابر دلار، بیشتر شده است. مزایای مقایسه‌ای صنعت نساجی مانند هزینه کم نیروی کار ماهر و نسبت روپیه به دلار در سال گذشته شروع به کاهش کرده است.

به عنوان مثال، روپیه طی یک سال ۱۲ درصد در برابر دلار قوی شد و منجر به کاهش چشمگیر هجوم ارز از طریق صادرات شد. علاوه بر این، مزیت نیروی کار هندوستان در حال رقابت با کشورهای مانند ویتنام، کامبوج و بنگلادش است که توانایی تأمین نیروی کار ماهر و کم هزینه در بخش‌های نساجی را دارند.

از این رو، گزینه مطلوب برای صنعت نساجی، ارتقای آن در زمینه‌هایی مانند منسوجات فنی و بی بافت است. صنعت منسوجات فنی و بی بافت، پناهگاهی امن برای شما فراهم می‌کند، بدین ترتیب که می‌تواند بازارهای داخلی و صادراتی رو به رشد را تأمین کند.

شکل ۲ رشد خارق العاده صنعت هند را از مرحله جنینی (۲۰۰۷) تا زمان نوزادی (۲۰۳۵) - ۲۰۱۰) و سپس تا مرحله توسعه یافته (۲۰۳۵) و بالاتر نشان می‌دهد. ترسیم سطح درآمد سرانه برای سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۵۰ در برابر مصرف منسوجات بی بافت، حاکی از رشد چشمگیر با تغییر فاز در سال ۲۰۳۵ است که امکان رشد نمایی از این مرحله را فراهم می‌کند.

این ارقام برای صنعت هند و جهان برای برنامه ریزی فعالیت‌های خود در چند دهه آینده بسیار ارزشمند خواهد بود. صنعت منسوجات فنی و بی بافت هند، دو برابر سریع‌تر از رشد بازارهای توسعه یافته فعلی در مرحله ارتقا خود رشد می‌کند. اگرچه، در حال حاضر صنعت هند با تولید کل سالانه ۶۰۰۰ تن بسیار ناچیز است، دو دهه آینده قرار است ماهیت صنعت منسوجات فنی هند تغییر کند و فرصت رشد کافی بیش از ۱۳٪ در سال را فراهم کند.

برخی از نکات قابل توجه مربوط به صنعت منسوجات فنی در هند:

- هند در تأمین مواد اولیه منسوجات بی بافت کاملاً متکی به خود است

- هند دارای بزرگترین تولید کننده پلی استر (Reliance Industries Limited) است.

- گروه Lenzing و Modi هند در ساخت کارخانه ویسکوز با ظرفیت ۸۰۰۰۰ تن در سال همکاری خواهند کرد.

• زیرساخت تحقیق و توسعه

- بر اساس منابع دفتر نساجی هند، دولت طی ۵ سال آینده در ۲۰ مرکز عالی تحقیقاتی در خصوص منسوجات فنی و بی بافت سرمایه گذاری خواهد کرد.

• برنامه‌های آگاهی رسانی

- دولت برای ۵ سال آینده حداقل ۱۰ میلیون روپیه هند برای ایجاد آگاهی در میان کارآفرینان برای رشد صنعت هزینه خواهد

• شورای ارزیابی اطلاعات و پیش بینی فناوری (TIFAC)

یک نهاد مستقل تحت وزارت علوم و فناوری هند است که در حدود ۱۸ میلیون روپیه برای ایجاد یک مرکز منسوجات فنی به عنوان یک مشارکت خصوصی و عمومی در کالج DKTE مهندسی در Ichalkaranji در ایالت Maharashtra سرمایه گذاری می‌کند.

این برنامه از این نظر بی نظیر است که از مشارکت شرکای موسسه و صنعتی به ارزش ۳۶ میلیون روپیه هند برای انجام پروژه‌های مرتبط با ارتقای صنعت منسوجات فنی و بی بافت، برخوردار است. TIFAC در حال حاضر

مرکزی را در دانشکده فناوری -Kumar aguru در جنوب هند ایجاد کرده است که هدف آن ارتقا تحقیق و توسعه در ماشین آلات نساجی و بخش‌های متحد آن است.



بررسی تاثیر ویروس کرونا بر بازار فروش ماشین آلات نساجی در سال ۲۰۲۰

شاهد افزایش ۷۶ درصدی حمل و نقل بود که عمدتاً به ترکیه انجام می‌شد. شش سرمایه‌گذار بزرگ در این بخش، چین، هند، ترکیه، پاکستان، بنگلادش و ازبکستان بوده‌اند.

دستگاه‌های بافندگی بی ماکو

در سال ۲۰۲۰، حدود ۴۲۲۰۰۰ open-end rotors به سراسر جهان ارسال شده است. این مقدار نشان دهنده کاهش تعداد ۱۵۱۰۰۰ دستگاه نسبت به سال ۲۰۱۹ است.

۸۳٪ از محموله‌های جهانی به آسیا منتقل شده است، در حالیکه که دریافت آنها با کاهش ۳۲ درصدی به مقدار ۳۵۱،۰۰۰ عدد رسیده است. ترکیه و پاکستان پس از چین دومین و سومین سرمایه‌گذار بزرگ این بخش در جهان بوده‌اند و به ترتیب +۲۹٪ و +۴۲٪ افزایش سرمایه‌گذاری داشته‌اند.

سرمایه‌گذاری در چین، هند، ازبکستان و برزیل به طور متوسط ۳۰٪ کاهش یافته است.

تکسچرایزینگ

محموله‌های جهانی single heater draw-texturing spindles (که عمدتاً برای فیلامنت‌های پلی‌آمید استفاده می‌شود) با کاهش ۳۶ درصدی از حدود ۲۶۰۰۰ واحد در سال ۲۰۱۹ به ۱۶۰۰۰ در سال ۲۰۲۰ رسیده است.

با سهم ۸۹ درصدی، آسیا مهم‌ترین مقصد برای این نوع اسپیندل‌ها بوده و کشورهای چین، ژاپن و تایوان سرمایه‌گذاران اصلی در این

دور از ذهن نیست که خرید و حمل و نقل جهانی ماشین آلات نساجی از جمله ریسندگی، بافندگی و تکمیل در سال ۲۰۲۰ در مقایسه با سال ۲۰۱۹ کاهش یافته است.

فدراسیون بین‌المللی تولیدکنندگان نساجی (ITMF)، به تازگی چهل و سومین آمار سالانه حمل و نقل بین‌المللی ماشین آلات نساجی را منتشر کرده است که در آن کاهش فروش و حمل و نقل ماشین آلات نساجی در سال ۲۰۲۰، به خوبی مشهود است.

براساس این آمار، حمل و نقل short-staple spindles، open-end rotors و long-staple spindles به ترتیب به میزان ۴۸٪، ۲۷٪ و ۴۶٪ کاهش یافته است. نقل و انتقال draw-texturing spindles نیز ۳۰٪ و دستگاه‌های بافندگی بی ماکو ۱۶٪ کاهش یافته است.

علاوه بر این، حمل و نقل ماشین‌های حلقوی تخت باف ۵۳٪ کاهش یافت. با این وجود نقل و انتقال دستگاه‌های گردباف با رشد ۱۳ درصدی همراه بوده است. مجموع تمام نقل و انتقالات ماشین آلات تکمیل نیز به طور متوسط ۱۷ درصد کاهش یافته است.

ماشین آلات نساجی ریسندگی

تعداد کل حمل و نقل اسپیندل‌های ریسندگی الیاف کوتاه در سال ۲۰۲۰ حدود ۳،۳ میلیون واحد کاهش یافته و به سطح ۳،۶۳ میلیون رسیده است. بیشتر این اسپیندل‌ها (۸۸٪) به آسیا حمل می‌شدند، جایی که دریافت آنها به مقدار ۵۰٪ کاهش یافته است.

در حالی که سطح کلی نقل و انتقالات نسبتاً کم شده بود، اروپا

بخش بوده‌اند.

در سال ۲۰۲۰ با رشد ۱۲٪ + به ۳۰،۲۳۱ واحد رسیده است. آسیا با دارا بودن سهم ۸۱ درصدی از محموله‌های جهانی در این گروه سرمایه گذار برتر جهان بود. چین ۶۲٪ از کل کالاهای دریافتی (۱۵،۹۸۰ دستگاه) و هند و ترکیه به ترتیب ۲،۴۳۳ و ۲،۳۸۱ واحد از ماشین‌آلات دریافتی را شامل شده‌اند.

در سال ۲۰۲۰، سفارشات دستگاه‌های تخت باف الکترونیکی با ۵۲٪ کاهش به حدود ۶۶۰۰۰ دستگاه رسید. آسیا با سهم ۷۷٪ مقصد اصلی این ماشین‌ها بود. علی‌رغم افت ۷۴ درصدی سرمایه‌گذاری‌ها، چین با سهم ۳۸ درصدی بزرگترین سرمایه‌گذار جهان در این بخش باقی ماند. حمل و نقل به چین از حدود ۶۹۰۰۰ دستگاه در سال ۲۰۱۹ به ۱۷۰۰۰ دستگاه در سال ۲۰۲۰ کاهش یافته است.

تکمیل

در بخش تکمیل پیوسته پارچه، محموله‌ها ۷۵٪ + رشد کرده، اما تمام زیرشاخه‌های دیگر ثابت باقی مانده یا کاهش یافته‌اند. ITMF تخمین می‌زند که فروش استنترها در مقدار ۱۷۳۱ واحد در سال ۲۰۲۰ ثابت باقی مانده باشد. در بخش ناپیوسته، تعداد واحدهای jigger dyeing/beam dyeing با ۸،۵٪ کاهش به ۵۲۹ واحد رسید.

در مورد double heater draw-texturing spindles (که عمدتاً برای فیلامنت‌های پلی‌استر استفاده می‌شود) محموله‌های جهانی با ۳۰٪ کاهش به تعداد ۳۲۵،۰۰۰ اسپیندل رسیده است. سهم آسیا از محموله‌های جهانی در سطح ۹۰٪ ثابت مانده و چین با ۷۸٪ از سهم محموله‌های جهانی به عنوان بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار باقی مانده است.

ماشین‌آلات نساجی بافندگی تار پودی

در سال ۲۰۲۰، حمل و نقل دستگاه‌های بافندگی بی‌ماکو در سراسر جهان با ۱۶٪ کاهش به ۱۱۲،۰۰۰ واحد رسید. در مورد ماشین‌های بافندگی جت هوا با ۳٪ کاهش به ۲۹۳۳۷ واحد، راپیر و پروژکتایل با ۱۵٪ کاهش به ۲۱۵۴۲ واحد و جت آب با ۲۱٪ کاهش به ۶۱،۴۸۳ واحد رسیده است. ۹۴٪ حمل و نقل‌ها به آسیا و ۷۴٪ آن به چین انجام شده است.

ماشین‌های گردباف / بافندگی حلقوی

برخلاف دیگر ماشین‌آلات، محموله‌های جهانی ماشین‌های گردباف





رصد مداوم نتایج اوستر اتوکنر جهت کنترل و بهینه سازی فرآیند ریسندگی



نگارش: قاسم حیدری، فوق لیسانس تکنولوژی نساجی از دانشگاه امیر کبیر

جدید مورد تایید قرار گرفت. در صورتیکه تغییرات صورت گرفته تاثیر منفی داشت، فاکتورهای ریسندگی به حالت قبل از تغییر برگردانده شد. بدین ترتیب با هدف بهبود متمر، اقدامات متعددی صورت گرفت و کیفیت نخ بهبود یافت. از جمله اقدامات انجام شده، افزایش درصد ویسکوز، تعویض وایر سیلندر کاردینگ، تعویض وایر دافر، تغییر فواصل نواحی کشش در پاساژ و فلایر و رینگ، تغییر کشش ناحیه عقب و کشش اصلی پاساژ، فلایر و رینگ، تغییر کلیپس ها در فلایر و رینگ، تغییر فشار کاتس ها در پاساژ و تغییر فشار بازوی کشش در ناحیه کشش در فلایر

از پارامترهای کیفی در بازه های زمانی، پارامترهای کیفی نخ بعد از هر گروه اعمال تغییر در فاکتورهای فرآیند ریسندگی می باشد.

جهت بهبود کیفیت نخ و کاهش خطاها و پارگی های کیفی نخ، اقدامات متعددی در دوره های زمانی مختلف صورت گرفت و در صورت متمر ثمر بودن اقدامات انجام شده و کاهش پارگی های کیفی نخ در اوستر اتوکنر، تداوم فرآیند ریسندگی با پارامترهای

برای بررسی پارامترهای متعدد موثر بر کیفیت نخ از انتخاب مواد اولیه تا تنظیمات ماشین آلات، نتایج حاصل از انجام آزمایشات مختلف بر روی نخ مورد توجه قرار دارد و بهترین شرایط تولید با توجه به بهترین نتایج آزمایشات انتخاب می شود.

نمونه گیری از نخ تولیدی در حدود یکدهم درصد از کل نخ تولیدی می باشد و انجام تست های متعدد مستلزم صرف زمان و انرژی بالایی می باشد و انجام تست ها باعث تبدیل نخ قابل مصرف به ضایعات می شود. یکی از بهترین روش های بهینه سازی فرآیند تولید، بکارگیری و بررسی دقیق تر نتایج اوستر اتوکنر می باشد. بدین ترتیب، تمامی صد در صد نخ تولیدی بدون تولید ضایعات و بدون صرف زمان انجام آزمایشات مورد بررسی قرار می گیرد. در ادامه نمونه ای از رصد روزانه نتایج اوستر اتوکنر بعنوان مثال نشان داده شده است.

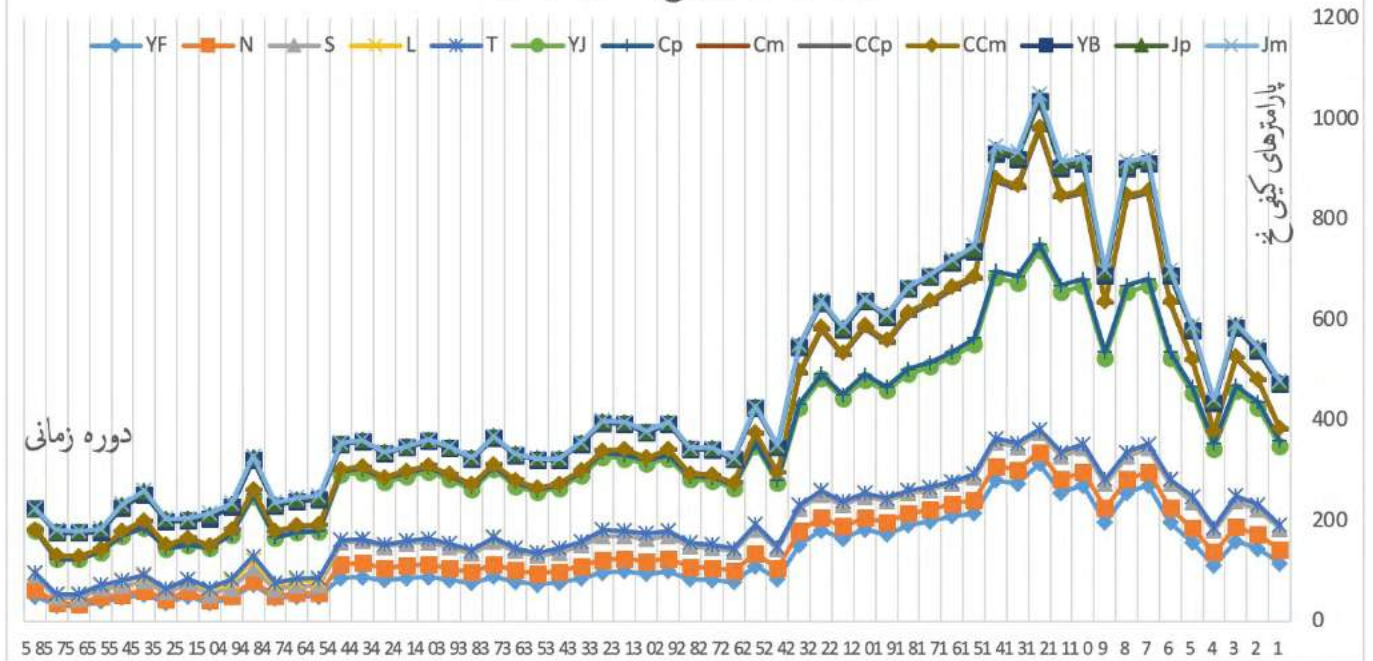
پارامترهای کیفی مطلوب مورد نظر جهت نخ در شکل زیر نشان داده شده است:

نتایج اوستر اتوکنر بصورت منظم ثبت گردید؛ بدین ترتیب تغییرات کیفیت نخ در بازه های زمانی مختلف بدست آمد. منظور

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| ... | 20 | 19 | 18 | 17 | 16 | 15 | 14 | 13 | 12 | 11 | 10 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | |
| ... | 183 | 173 | 192 | 200 | 209 | 215 | 281 | 275 | 314 | 256 | 271 | 197 | 256 | 271 | 197 | 158 | 112 | 160 | 115 | 116 | YF | |
| ... | 22 | 25 | 22 | 22 | 25 | 27 | 29 | 27 | 22 | 27 | 27 | 29 | 27 | 27 | 29 | 28 | 27 | 28 | 28 | 27 | 27 | N |
| ... | 42 | 42 | 40 | 40 | 41 | 45 | 47 | 46 | 40 | 46 | 47 | 48 | 46 | 47 | 48 | 51 | 42 | 51 | 50 | 42 | 42 | S |
| ... | 6 | 5 | 5 | 5 | 3 | 6 | 7 | 7 | 5 | 7 | 7 | 8 | 7 | 7 | 8 | 11 | 6 | 11 | 10 | 6 | 6 | L |
| ... | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | T |
| ... | 224 | 214 | 222 | 240 | 229 | 257 | 222 | 219 | 257 | 219 | 216 | 222 | 219 | 216 | 222 | 207 | 157 | 208 | 192 | 157 | 157 | YJ |
| ... | 13 | 8 | 10 | 9 | 9 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | Cp |
| ... | 91 | 87 | 106 | 117 | 125 | 118 | 128 | 122 | 228 | 122 | 120 | 96 | 122 | 120 | 96 | 52 | 22 | 55 | 22 | 22 | 22 | Cm |
| ... | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | CCp |
| ... | 5 | 6 | 7 | 6 | 6 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 3 | 6 | 6 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | CCm |
| ... | 48 | 46 | 47 | 48 | 47 | 49 | 49 | 52 | 51 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 57 | 55 | 56 | 55 | 55 | 55 | YB |
| ... | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Jp |
| ... | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 7 | 9 | 8 | 8 | 8 | 8 | 5 | 8 | 8 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Jm |

| | | | | | | | | | | |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|----|----|-----|-----|---------------|
| Jm | Jp | CCm | CCp | Cm | Cp | T | L | S | N | |
| 40 | 100 | 25 | 30 | 20 | 20 | 40 | 40 | 120 | 300 | قطر(سانتیمتر) |
| 4 | 4 | 600 | 600 | 200 | 200 | 45 | 40 | 2.5 | - | طول(%) |

پارامترهای کیفی نخ - دوره زمانی



تغییرات، شناسایی فاکتورهایی که تغییر آن مستلزم تغییرات می باشد نیازمند برنامه ریزی زمانی اعمال تغییرات می باشد.

انتخاب چند فاکتور و اعمال تغییرات هم زمان نیز می تواند در کاهش زمان بهینه سازی مثر ثمر باشد. در انتخاب فاکتورها جهت تغییر هم زمان آنها باید به این نکته توجه کرد فاکتورهای انتخاب شده اثر متقابلی بر روی هم نداشته باشند.

فاکتورها را به دو گروه غیر مجزا تقسیم کرد: عوامل موثر بر کیفیت نخ، عوامل موثر بر خصوصیات فیزیکی مکانیکی نخ. عوامل موثر بر خصوصیات فیزیکی مکانیکی نخ مستلزم تغییر شماره لات می باشد.

عوامل موثر بر کیفیت نخ تولیدی، در صورتی مستلزم تغییر شماره لات می باشد که تغییر فاحشی بر خصوصیات کیفی نخ و در نتیجه خصوصیات کیفی پارچه بوجود آورد. با توجه به مشکلات متعدد و افت تولید حاصل از

و رینگ و .. می تواند اشاره کرد.

این نکته هائز اهمیت می باشد که تغییر در فاکتورهای فرآیند ریسندگی، بعضا باعث تغییر خصوصیات فیزیکی و مکانیکی نخ می شود و ممکن است بافته شدن نخ قبل از اعمال تغییرات در یکی از فاکتورهای فرآیند ریسندگی، به همراه نخ بعد از اعمال تغییرات، باعث لات زدگی در پارچه تولیدی شود. این مشکل بعد از رنگرزی پارچه بیشتر نمود پیدا می کند. بدین ترتیب می توان

برند خود را با ما بسازید...



کهن رسانه اصیل و بی رقیب در صنعت فرش و نساجی



استاندارد ۱۰۰۰ اوکوتکس ضامن سلامت شما و خانواده شما



گواهی OETI ابزاری قدرتمند برای بازاریابی کالاهای نساجی و فرش



استاندارد نساجی استپ دقیقا چیست؟



بررسی عوامل موثر روانشناختی و اقتصادی در انتخاب فرش ماشینی

از دیدگاه شهروندان اهوازی

تیم نویسندگان :

سید عبدالغفار موسوی - مدیر عامل بازار فرش امام رضا (ع)، اهواز، ایران و مدیر عامل مجتمع تجاری خانه فرش، تهران، ایران
مژگان اکبری ناغانی - دکترای تخصصی مشاوره و راهنمایی، مشاور خانواده، اهواز، ایران
سیما علیزاده - دانشجوی دکترای تخصصی سلامت روان محیط زندگی دانشگاه سیدنی، استرالیا
مینو صادقی - دکترای تخصصی مشاوره و راهنمایی، مشاور خانواده، اصفهان، ایران
سارا میرشکاری - فوق لیسانس روانشناسی عمومی، مشاور، اصفهان، ایران

امروزه نیز بر اساس تحقیقات صورت گرفته از سوی موسسات داخلی نشان داده شده است که ۳۲ درصد از جمعیت بالای ۱۵ سال ساکن شهرهای بزرگ کشور در خانه های خود از فرش ماشینی استفاده میکنند. به نظر میرسد این رقم با توجه به قیمت مناسب تر فرش ماشینی نسبت به فرش دستباف، هماهنگ بودن با سلیقه و دکور مدرن، در دسترس بودن بیشتر، اندازه های متنوع و لطافت بیشتر فرش ماشینی رو به افزایش رود (میرزا امینی و صدیقی ارفع، ۱۳۹۲).

با توجه به آمار ذکر شده از یک سو، و با توجه به اهمیت زنده نگاه داشتن فرهنگ و هنر ایرانی و اشاعه آن از طریق فرش دستباف و ماشینی از سوی دیگر، این مطالعه در نظر دارد تا با شناسایی عوامل موثر روانشناختی و اقتصادی در انتخاب فرش ماشینی گامی موثر در ارائه بهتر این محصول به دست مشتریان برداشته و همچنین بینش نو و جدیدتری در افق فکری معماران این صنعت ایجاد نماید. با مطالعه ی منابع علمی و پژوهشی در دسترس و

همچنین نظر خواهی از برخی از متخصصین این صنعت میتوان اظهار داشت که تا کنون تحقیق مستقلی در زمینه موضوع مورد مطالعه که مجموعه ایی از عوامل روانشناختی و اقتصادی را یکجا و در

همچنین میزان همبستگی بین سازه ها به کمک ضریب همبستگی پیرسون بررسی گردید و نیز برای مقایسه میانگینهای دو و بیش از دو گروه مستقل، به ترتیب از آزمونهای تی مستقل و آنالیز واریانس یکراهه استفاده شد و نیز از آزمون دانکن به عنوان آزمون تعقیبی در مقایسه جفت میانگین مستقل استفاده شده است.

تمامی آزمونها در سطح ۵ درصد در نظر گرفته شده است. نتایج این پژوهش حاکی از آن بوده که از دیدگاه شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) درشهر اهواز، عوامل اقتصادی و عوامل روانشناختی هر دو در انتخاب فرش ماشینی موثر بوده اند، اما بیشترین میزان تاثیرگذاری مربوط به عوامل اقتصادی و در حوزه مربوط به قیمت کالا بوده است.

مقدمه: فرش کهن ترین هزینه دستی ایران زمین است و یکی از مشخصه های فرهنگی، هنری اقوام ایرانی محسوب میشود. دو هزار سال فرهنگ و تمدن ایران و تمام دستاوردهای فنی ایرانیان در عرصه های هنرهای دستی، در فرش خلاصه میشود، از این جهت فرش ایرانی نه تنها از لحاظ زیبایی و هنر دارای اهمیت است بلکه منبع ارتزاق گروه عظیمی از مردم کشور محسوب میشود (فرحبخش، ۱۳۹۱). جایگاه فرش اعم از ماشینی و دستباف در خانه های ایرانی از دیر باز تا کنون بر کسی پوشیده نیست. خانه های ایرانیان در گذشته سرتاسر فرش بوده (دانشگر، ۱۳۸۸) و

چکیده: فرش در حالت عمومی یکی از نیازهای اساسی خانواده های ایرانی بوده و از دیرباز تا کنون استفاده از این کالا به عنوان یکی از ملزومات زندگی ایرانی محسوب میشود، با توجه به این ضرورت هدف این مطالعه بررسی و شناخت برخی از موثرترین عوامل اقتصادی و عوامل روانشناختی در انتخاب فرش ماشینی بوده است.

پژوهش حاضر مطالعه ای کاربردی و با رویکرد توصیفی تحلیلی است و جامعه آماری آن شامل شهروندان اهوازی میباشد که در زمستان ۱۳۹۷ به منظور انتخاب و یا خرید فرش به کلبه شعب بازار فرش امام رضا (ع) درشهر اهواز مراجعه نموده اند واز میان آنان ۲۷۰ نفر به شکل تصادفی انتخاب و مورد نظر سنجی قرار گرفتند.

ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته ای بوده که از مطالعه ادبیات تحقیق و مصاحبه با چند تن از خبرگان این حوزه حاصل گردیده و اعتبار آن علاوه بر محاسبه از طریق آزمون کرونباخ، هم چنین توسط چهارتن از متخصصین حوزه فرش نیز مورد بازبینی و اصلاحات لازم قرار گرفته است. جهت تجزیه و تحلیل داده ها در این پژوهش، علاوه بر بکارگیری مدلهای آماری در سطح توصیفی، در سطح استنباطی نیز به منظور کشف و شناسایی شاخصها و نیز رابطه بین آنها از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است و سپس با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی وزن رگرسیونی (میزان تأثیر) سازه های مختلف سنجیده شد.

موثرترین عامل
در فروش فرش
در مراکز خرید
مربوط به شرایط
فروش کالا به شکل
اقساطی است.

قالب دو محور مجزا مورد بررسی و مقایسه قرار داده باشد، صورت نگرفته است و شاید این عدم ملاحظه خصوصا در زمینه تاثیر عوامل مختلف روان شناختی در انتخاب فرش ماشینی بیشتر محسوس بوده است. با توجه به این مهم هدف اصلی این مطالعه " بررسی عوامل موثر روانشناختی و اقتصادی در انتخاب فرش ماشینی " میباشد.

پیشینه پژوهش

با مطالعه منابع موجود در دسترس اعم از مقالات معتبر و کتب مربوطه میتوان به برخی از محورهای مرتبط با موضوع مورد موضوع پژوهش دست یافت. از آن جمله میتوان به پژوهش میرزا امینی و صدیقی ارفعی (۱۳۹۰) اشاره نمود.

در این مطالعه که در چند مرحله نظر سنجی صورت پذیرفته نشان داده شده است که ۶۹٪ از افراد نظر سنجی شده در مرحله اول قیمت مناسب فرش ماشینی را عامل تعیین کننده ای در انتخابشان عنوان نمودند، در همین رابطه جهانگیر (۱۳۹۵) نیز در مطالعه خود اظهار داشته است که عدم توانایی همه ی خانواده های ایرانی در تهیه فرش دستباف از جمله عواملی است که گرایش به فرش ماشینی را در مشتریان بوجود میآورد.

مطالعه در زمینه طرح و نقشهای مبتنی بر هنر ایرانی و تاثیر آن در توسعه صنعت فرش ماشینی، از دیگر موضوعاتی بوده است که مورد توجه پژوهشگران فرش قرار گرفته است. از آن جمله

اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران در مقاله ایی تحت عنوان ضرورت آینده پژوهی در صنعت فرش ماشینی، ضرورت توجه به توسعه صنعت فرش ماشینی را از منظر ذوق و هنر ایرانی مورد مطالعه قرار داده است.

در این مقاله آمده " ذوق و هنر ایرانی که فرش دستباف ایران را در طول سالهای متمادی زبانزد جهانیان کرده است، نقطه قوتی است که بر اساس آن و با تکیه بر فناوری های نوین میتوان فرشهای ماشینی را با طرح های زیبا و مورد پسند همگان تولید کرد که روح هنر ایرانی را در خود جای داده باشد.

در این مقاله هم چنین عنوان شده است برخلاف پیشینه مناسب و هم چنین دانش فنی قابل قبول از نقطه نظر تولید، صنعت فرش ماشینی به دلیل برخورد های گاه متضاد و اشتباه، و هم چنین عدم تصمیم گیری منطقی و تفکر حال اندیشی به جای آینده نگری در سالهای پس از جنگ تحمیلی، جایگاه نسبتا مناسب خود را در مجامع بین المللی از دست داده است (اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، ۱۳۹۳).

در رابطه با تاثیر عامل تبلیغات در زمینه فرش که یکی از مولفه های این پژوهش نیز میباشد، مطالعه ایی توسط اولیائی طبائی و همکاران (۱۳۹۵) انجام شده است. نتایج این پژوهش که با عنوان " ارزیابی تاثیر تبلیغات اینترنتی فرش با تاکید بر رفتار مصرف کنندگان " صورت پذیرفته نشان داده است: تاثیر گذاری محرکهای ارتباطی

جدول (۱). نتایج آزمون کرونیخ در بررسی شاخصهای سنجش عوامل اقتصادی و روانشناختی در انتخاب فرش ماشینی از دیدگاه شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) ۱۳۹۷.

| عامل | زیرمقیاس | گویه | آلفای کرونیخ |
|------------------|-----------|------------------|--------------|
| عوامل اقتصادی | کیفیت | پرسشهای ۲-۳-۵ | ۰/۵۱۷ |
| | قیمت | پرسشهای ۱-۴-۶ | ۰/۵۵۴ |
| | تسهیلات | پرسشهای ۱۴-۱۸-۲۱ | ۰/۵۹۲ |
| عوامل روانشناختی | طرح و رنگ | پرسشهای ۷-۸-۹-۱۱ | ۰/۶۹۵ |
| | ارتباطات | پرسشهای ۱۵-۲۰-۲۳ | ۰/۶۴۹ |
| | تبلیغات | پرسشهای ۱۳-۲۲ | ۰/۵۹۸ |
| | دکوراسیون | پرسشهای ۱۶-۱۷ | ۰/۵۰۶ |
| | برند بودن | پرسشهای ۲۴-۲۵ | ۰/۵۹۳ |

جدول (۲). خلاصه نتایج تحلیل عملی اکتشافی (EFA) در بررسی عوامل اقتصادی و روانشناختی در انتخاب فرش از دید شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا ۱۳۹۷.

| عامل | بار عاملی | گویه | عامل | بار عاملی | گویه |
|-----------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|
| کیفیت | ۰/۴۶۱ | پرسش ۲ | طرح و رنگ | ۰/۵۹۶ | پرسش ۷ |
| | ۰/۳۴۷ | پرسش ۳ | | ۰/۴۸۱ | پرسش ۸ |
| | ۰/۳۸۷ | پرسش ۵ | | ۰/۳۹۹ | پرسش ۹ |
| تسهیلات | ۰/۵۸۸ | پرسش ۱۴ | ارتباطات | ۰/۴۲۲ | پرسش ۱۰ |
| | ۰/۵۱۷ | پرسش ۱۸ | | ۰/۴۳۶ | پرسش ۱۱ |
| | ۰/۵۴۹ | پرسش ۱۹ | | ۰/۴۸۶ | پرسش ۱۵ |
| قیمت | ۰/۴۷۴ | پرسش ۲۱ | تبلیغات | ۰/۶۳۳ | پرسش ۲۰ |
| | ۰/۴۸۲ | پرسش ۱ | | ۰/۶۴۴ | پرسش ۲۳ |
| | ۰/۳۸۹ | پرسش ۴ | | ۰/۵۱۳ | پرسش ۱۳ |
| | ۰/۶۲۲ | پرسش ۶ | | ۰/۶۲۵ | پرسش ۲۲ |
| | ۰/۶۲۸ | پرسش ۲۴ | | ۰/۳۸۵ | پرسش ۱۶ |
| برند بودن | ۰/۵۵۲ | پرسش ۲۵ | دکوراسیون | ۰/۵۷۴ | پرسش ۱۷ |

بر واکنشهای شناختی و احساسی مصرف کنندگان و پس از آن تاثیر گذاری محرکهای محیطی بر واکنشهای شناختی و احساسی کاربران بیشترین ضریب نفوذ را در رفتار مشتریان دارد.

صادقی (۱۳۹۶) هم چنین به اهمیت عامل طرح و نقش در عرصه رقابت بین المللی اشاره کرده و معتقد است، **یکی از دلایل موفقیت محصولات کشور ترکیه تنوع رنگ و طرح بالا میباشد** و به همین دلیل این کشور در حال توسعه سهم خود را از بازار ایران و همچنین تسخیر بازارهای بین المللی به دست آورده است، وی بیان میدارد که به طور قطع هزینه های تولید در ایران بسیار بالاست و تنوع طرح و رنگ چیزی است که بدون حمایت از تولیدکننده اتفاق نمی افتد.

در همین رابطه بهشتی (۱۳۹۶) نیز به اهمیت موضوع خلاقیت در طرح و نقش آن در توسعه صنعت فرش ماشینی پرداخته و معتقد است " اگر **خلاقیت و نوآوری در طرح ارزش گذاری و حمایت نشود، نگاه همه به بازار برای تقلید و کپی است و این باعث شکست صنعت فرش ایران برابر تولید کنندگان خارجی خواهد شد.**

علاوه بر پژوهشهای فوق نقش میزان دسترسی به کالا در رونق اقتصادی صنعت فرش نیز از دیگر مواردی بوده است که توسط صاحب نظران در مورد آن بحث و تبادل نظر گردیده است. در این خصوص به نقش مهم و موثر هاپیر مارکتهای فرش اشاره شده و از جمله پیامدهای مطلوبی برای این مراکز به شرح ذیل عنوان شده است:

- احترام گذاشتن و برخورد مناسب با مشتری
- جمع همه برندها در یک جا با استاندارد مناسب
- حرفه ای شدن فروشندگان و قرار گرفتن آن ها در نقش مشاور خرید مشتری
- افزایش قدرت انتخاب مشتری

فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: به نظر میرسد بین عوامل اقتصادی و انتخاب فرش از دیدگاه شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) رابطه وجود دارد.

فرضیه دوم: به نظر میرسد بین عوامل روانشناختی و انتخاب فرش از دیدگاه شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) رابطه وجود دارد.

جدول (۳). مقادیر توصیفی عوامل اقتصادی و روان‌شناختی زیر مقیاس‌های آن‌ها در انتخاب فرش از دیدگاه شهروندان اهوازی، مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) سال ۱۳۹۷. (n=۲۵۷)

| عامل | زیر مقیاس | تعداد | کمینه | بیشینه | میانگین | انحراف استاندارد |
|---------------|-----------|-------|-------|--------|---------|------------------|
| روان‌شناختی | - | ۲۵۶ | ۲۷ | ۷۰ | ۵۷/۲۷ | ۷/۷۱ |
| زیر مقیاس‌های | طرح و رنگ | ۲۵۶ | ۷ | ۲۵ | ۱۹/۷۳ | ۳/۴۰ |
| روانشناختی | رتباطات | ۲۵۶ | ۳ | ۱۵ | ۱۳/۱۰ | ۲/۱۷ |
| | تبلیغات | ۲۵۴ | ۲ | ۱۰ | ۷/۹۶ | ۱/۸۱ |
| | دکوراسیون | ۲۵۶ | ۲ | ۱۰ | ۸/۸۵ | ۱/۴۲ |
| | برند بودن | ۲۵۵ | ۲ | ۱۰ | ۷/۷۳ | ۲/۰۰ |

به دلیل این که تعدادی از شرکت کنندگان پرسشنامه‌ها رو به صورت کامل تکمیل نکردند تعداد (فراوانی) برخی از زیر مقیاسها برابر با ۲۵۷ نیست.

جدول (۳). مقادیر توصیفی عوامل اقتصادی و روان‌شناختی زیر مقیاس‌های آن‌ها در انتخاب فرش از دیدگاه شهروندان اهوازی، مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) سال ۱۳۹۷. (n=۲۵۷)

| عامل | زیر مقیاس | تعداد | کمینه | بیشینه | میانگین | انحراف استاندارد |
|-------------|-----------|-------|-------|--------|---------|------------------|
| اقتصادی | - | ۲۵۶ | ۲۵ | ۵۰ | ۴۰/۱۸ | ۴/۹۱ |
| زیر مجموعه | کیفیت | ۲۵۶ | ۴ | ۱۵ | ۱۱/۶۵ | ۲/۱۲ |
| های اقتصادی | قیمت | ۲۵۶ | ۵ | ۱۵ | ۱۱/۳۵ | ۲/۱۹ |
| | تسهیلات | ۲۵۶ | ۵ | ۲۰ | ۱۷/۱۸ | ۲/۷۸ |

جمع‌آوری گردید.

روایی این ابزار از طریق مطالعه نظری و با استفاده از نظرات چهار متخصص در دو محور شفافیت و ارتباط مورد بازمی‌بینی و تایید قرار گرفته و همچنین، پایایی آن از طریق آزمون کرونباخ محاسبه شده است که مقدار آن برابر با ۰/۸۷ (برای ۲۵ گویه) بدست آمده و برای سازگاری درونی نیز در هر یک از سازه‌های اقتصادی و روان‌شناختی نیز آلفای کرونباخ بطور مجزا محاسبه شده است (جدول شماره ۱).

در همین خصوص نیز در سطح توصیفی، برای متغیرهای کیفی، فراوانی مطلق و درصد فراوانی نسبی، و برای متغیرهای کمی، میانگین و انحراف استاندارد ارائه شده است. پیش از بررسی فرضیات پژوهش در سطح استنباطی، به منظور کشف و شناسایی شاخصها و نیز رابطه بین آنها از تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) استفاده شده و سپس به کمک نرم افزار AMOS با استفاده از تایید عاملی تاییدی (CFA) وزن رگرسیونی (میزان تأثیر) سازه‌های مختلف سنجیده شد.

همچنین میزان همبستگی بین سازه‌ها به کمک ضریب همبستگی پیرسون بررسی گردیده و برای مقایسه میانگین‌های دو و بیش از دو گروه مستقل، به ترتیب از آزمون‌های تی-مستقل و آنالیز واریانس یکراهه استفاده شده و در همین رابطه از آزمون دانکن به عنوان آزمون‌های تعقیبی در مقایسه جفت میانگین مستقل استفاده شده است. سطح معنا داری تمامی آزمون‌ها در سطح ۵ درصد در نظر گرفته شده است.

از مراجعه کنندگان به بازار فرش امام رضا (ع)، تعداد ۲۷۰ شهروند اهوازی به صورت تصادفی مورد

روش تحقیق و جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل شهروندان اهوازی می‌باشد که به منظور انتخاب فرش به کلیه شعب بازار فرش امام رضا (ع) در شهر اهواز مراجعه نموده‌اند و از میان آنان ۲۷۰ نفر به شکل تصادفی انتخاب و مورد نظر سنجی قرار گرفتند. بازار فرش امام رضا (ع) دارای چهار شعبه در نقاط مختلف شهر اهواز می‌باشد که ارائه دهنده‌ی انواع برندهای معتبر فرش ماشینی بوده و روزانه پذیرای صدها شهروند اهوازی از نقاط مختلف این شهر می‌باشد که به منظور انتخاب و خرید فرش به این مراکز مراجعه مینمایند.

پژوهش حاضر هم چنین مطالعه کاربردی و با رویکرد توصیفی تحلیلی می‌باشد که در آن تأثیر برخی از عوامل اقتصادی و روان‌شناختی در انتخاب فرش از دیدگاه شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) مورد بررسی قرار گرفته شده است.

ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته ای بوده که از مطالعه ادبیات تحقیق و مصاحبه با چند تن از خبرگان این حوزه حاصل گردیده و شامل ۲۵ گویه می‌باشد که پاسخ آنها در یک طیف لیکرت ۵ تایی (از بسیار زیاد تا بسیار کم) قسمت بندی شده و از میان آنها هم عوامل اقتصادی شامل: کیفیت کالا، قیمت کالا و نقش تسهیلات ارائه شده، و هم عوامل روان‌شناختی شامل: طرح و رنگ کالا، نقش ارتباطات، نقش تبلیغات، نقش چیدمان و دکوراسیون محل فروش کالا و نقش برند بودن کالا، در انتخاب فرش ماشینی استخراج شده است. همچنین اطلاعات دموگرافیک شامل جنسیت، سن و سطح تحصیلات مشتریان نیز از دیگر مواردی بوده که داده‌های مربوط به آن

پرسش قرار گرفتند. از این تعداد، ۲۵۷ پرسشنامه تکمیل شد. میانگین سنی پرسشگرها ۳۵ سال با انحراف استاندارد ۱۰ سال بود. ۱/۶۷ درصد این نمونه زن بود با میانگین سن ۱۰ ± ۳۴ سال (میانگین سن ± انحراف استاندارد). میانگین سن افراد در گروه مردان ۱۰ ± ۳۸ سال گزارش شد. ۳۴ درصد از مشتریان دیپلم و پایین تر، ۱۴ درصد فوق دیپلم و ۵۱ درصد تحصیلات لیسانس و بالاتر داشتند.

پیش از آنکه به بررسی فرضیات پژوهش پرداخته شود، با استفاده از آزمون‌های کایسیر-مایر-اولکین (KMO) و کرویت بارلت، به بررسی روایی متغیرها و عوامل مورد سنجش پرداخته شد. بنابر نتایج حاصله، مقدار اشتراک استخراجی در یک گویه (پرسش شماره ۱۲)، کمتر از ۰/۵ بود. بنابراین این گویه از تحلیل پرسشنامه حذف شد و مجدداً مقدار آماره‌های KMO و کرویت بارلت محاسبه گردید؛ مقدار شاخص کفایت نمونه‌ای برابر با ۰/۸۱۸ و بیشتر از ۰/۵ بود.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که، کوواریانس موجود بین گویه‌های طرح شده، برای سنجش سازه‌های اصلی پژوهش به اندازه کافی برای استخراج حداقل یک عامل کفایت می‌کند. از طرفی، سطح معنی داری آزمون بارلت کمتر از ۰/۰۰۱ بود ($P < ۰/۰۰۱$)؛ که این نتیجه حاکی از آن است که، نمونه‌گیری مناسبی از متغیرها بعمل آمده است و ضرایب همبستگی دو به دو بین آیتم‌ها و همبستگی جزئی آن‌ها با صفر تفاوت معنی دار داشته و در این تحقیق می‌توان از انجام تحلیل عاملی تأییدی (CFA) در بین ۲۴ آیتم پرسشنامه بهره گرفت. خلاصه نتایج تحلیل عاملی اکتشافی در جدول شماره ۲ ارائه شده است.

مقادیر توصیفی عوامل اقتصادی و روان‌شناختی در انتخاب فرش و زیر مقیاس‌های آن در پرسشنامه طراحی شده در جدول شماره ۳ ارائه شده است. نمره میانگین عامل اقتصادی در انتخاب فرش از دیدگاه مشتریان برابر ۱۸/۴۰ ± ۹۱/۴ و نمره میانگین روان‌شناختی به میزان ۲۷/۵۷ ± ۷۱/۷ گزارش شد. همچنین همسان بودن مقادیر میانگین عوامل اقتصادی و روان‌شناختی و زیرمقیاس‌های آن‌ها بین گروه‌های جنسیت، سن و سطح تحصیلات، از لحاظ آماری در جدول شماره ۴ بررسی شدند.

همانطور که مشاهده می‌شود، میانگین عوامل اقتصادی و روان‌شناختی و زیرمقیاس‌های آنها بین گروه‌های جنسیت، سن و سطح تحصیلات از لحاظ آماری اختلاف معناداری نداشتند؛ تنها در عامل تسهیلات (یکی از زیر مقیاس‌های عامل اقتصادی) میانگین سن در گروه کمتر و مساوی ۳۰ سال ($P \geq ۳۰$) بصورت معناداری کمتر از سایر گروه‌های سنی بود ($P < ۰/۵$).

جدول (۴) بررسی رابطه بین فاکتورهای عوامل اقتصادی و روانشناختی در انتخاب فرش از دیدگاه شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) در اهواز، ۱۳۹۷.

| عامل | متغیر | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ |
|------------|-------------|---------|---------|---------|---------|---|
| اقتصادی | ۱ کیفیت | ۱ | | | | |
| | ۲ قیمت | ۰/۲۷*** | ۱ | | | |
| | ۳ تسهیلات | ۰/۱۶*** | ۰/۲۲*** | ۱ | | |
| روانشناختی | ۱ طرح و رنگ | ۱ | | | | |
| | ۲ ارتباطات | ۰/۲۳*** | ۱ | | | |
| | ۳ تبلیغات | ۰/۳۲*** | ۰/۴۰*** | ۱ | | |
| | ۴ دکوراسیون | ۰/۲۶*** | ۰/۴۹*** | ۰/۳۳*** | ۱ | |
| | ۵ برند بودن | ۰/۴۱*** | ۰/۲۸*** | ۰/۴۷*** | ۰/۲۴*** | ۱ |

مقادیر ارائه شده، ضریب همبستگی پیرسون می‌باشد.

*** مقدار معناداری (p-value) کمتر از ۰/۰۰۱.

** مقدار معناداری (p-value) کمتر از ۰/۰۱.

جدول (۵) شاخص‌های برازش مدل در بررسی عوامل اقتصادی و روانشناختی انتخاب فرش از دیدگاه شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع)، سال ۱۳۹۷.

| عامل | RMSEA | PGFI | TLI | IFI | CFI | CMIN/DF |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
| اقتصادی | ۰/۰۲۶ | ۰/۳۹۲ | ۰/۹۵۶ | ۰/۹۸۱ | ۰/۹۷۸ | ۱/۱۷۲ |
| روانشناختی | ۰/۰۴۱ | ۰/۵۵۶ | ۰/۹۳۶ | ۰/۹۵۹ | ۰/۹۵۷ | ۱/۴۳۴ |

جدول (۶) نتایج تحلیل عاملی تأییدی (CFA) برای گویه‌های عوامل اقتصادی و روانشناختی در انتخاب فرش از دیدگاه شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) ۱۳۹۷.

| عامل | رابطه | برآورد | | خطای معیار | نسبت بحرانی | مقدار معناداری (P) |
|-------------------|---------------------|-----------|---------------|------------|-------------|--------------------|
| | | استاندارد | غیر استاندارد | | | |
| اقتصادی | کیفیت (پرسش ۳) | ۰/۲۹ | ۱/۰۰ | - | - | - |
| | کیفیت (پرسش ۵) | ۰/۲۱ | ۱/۱۲ | ۰/۴۸ | ۲/۳۵ | ۰/۰۱۹* |
| | کیفیت (پرسش ۲) | ۰/۴۷ | ۲/۳۳ | ۰/۶۷ | ۳/۴۹ | <۰/۰۰۱* |
| | قیمت (پرسش ۶) | ۰/۰۸ | ۱/۰۰ | - | - | - |
| | قیمت (پرسش ۴) | ۰/۲۴ | ۲/۲۷ | ۲/۲۶ | ۰/۹۶ | ۰/۳۳۸ |
| | قیمت (پرسش ۱) | ۰/۵۴ | ۵/۰۶ | ۵/۰۸ | ۱/۰۰ | ۰/۳۱۹ |
| روانشناختی | تسهیلات (پرسش ۱۴) | ۰/۴۲ | ۱/۰۰ | - | - | - |
| | تسهیلات (پرسش ۱۹) | ۰/۴۱ | ۱/۰۶ | ۰/۲۸ | ۳/۷۵ | <۰/۰۰۱* |
| | تسهیلات (پرسش ۱۸) | ۰/۶۴ | ۱/۷۵ | ۰/۴۲ | ۴/۱۹ | <۰/۰۰۱* |
| | تسهیلات (پرسش ۲۱) | ۰/۵۶ | ۱/۴۳ | ۰/۳۴ | ۴/۲۲ | <۰/۰۰۱* |
| | طرح و رنگ (پرسش ۹) | ۰/۱۸ | ۱/۰۰ | - | - | - |
| | طرح و رنگ (پرسش ۱۱) | ۰/۳۶ | ۱/۸۰ | ۰/۸۰ | ۲/۲۴ | ۰/۰۲۵* |
| روانشناختی | طرح و رنگ (پرسش ۱۰) | ۰/۳۴ | ۱/۵۳ | ۰/۶۹ | ۲/۲۱ | ۰/۰۲۷* |
| | طرح و رنگ (پرسش ۸) | ۰/۵۳ | ۲/۶۲ | ۱/۱۱ | ۲/۳۸ | ۰/۰۱۸* |
| | طرح و رنگ (پرسش ۷) | ۰/۵۶ | ۲/۰۱ | ۰/۸۶ | ۲/۳۳ | ۰/۰۲۰* |
| | ارتباطات (پرسش ۱۵) | ۰/۵۷ | ۱/۰۰ | - | - | - |
| | ارتباطات (پرسش ۲۰) | ۰/۶۶ | ۱/۰۶ | ۰/۱۵ | ۶/۹۴ | <۰/۰۰۱* |
| | ارتباطات (پرسش ۲۳) | ۰/۶۳ | ۱/۰۴ | ۰/۱۵ | ۶/۸۲ | <۰/۰۰۱* |
| تبلیغات (پرسش ۱۳) | ۰/۳۸ | ۱/۰۰ | - | - | - | |

$\chi^2/df = 1.172, p - value < 0.001, RMR = 0.052, GFI = 0.981, NFI = 0.883, IFI = 0.981, CFI = 0.978, RMSEA = 0.026$

کای اسکور نسبت به درجه آزادی معنادار و کمتر از ۲ بود ($p < ۰/۰۰۱$ و $CMIN/DF = 1/172$). مقادیر CFI، IFI و TLI بیشتر از ۰/۹ بود. مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد کمتر از مقدار قابل قبول ۰/۰۸ بود ($RMSEA = ۰/۰۲۶$) که همه مقادیر مطلوبی بودند، و مقدار $PGFI = ۰/۳۹۲$ کمتر از ۰/۵ بود.

همچنین در عامل روان شناختی نیز، مقادیر ذکر شده در محدود مجاز قرار داشتند بعلاوه اینکه، مقدار $PGFI = ۰/۵۵۶$ بیشتر از ۰/۵ بود. بنابراین مدل های اندازه گیری با توجه به شاخص های برازش کلی قابل قبول است و داده های تجربی پژوهش، مدل نظری تدوین شده را تأیید و حمایت می کنند. به عبارت دیگر، برازش داده به مدل در عوامل اقتصادی و روان شناختی برقرار است.

نتایج تکنیک تحلیل عاملی تأییدی (CFA) در جدول ۶ ارائه شده است. نتایج مدل های برازش یافته در تحلیل CFA نشان می دهد که، وزن رگرسیونی تمام متغیرها، در پیش بینی گویه های پرسشنامه، در سطح اطمینان ۹۹ درصد، داری اختلاف معنادار با صفر بودند، بجز فاکتور قیمت در عامل اقتصادی.

به عبارت دیگر، این شاخص ها نشان دهنده آن است که، برازش مدل های اندازه گیری شده مطلوب بود؛ و بار شدن هر متغیر به متغیر مربوطه مکنون (نهفته) از لحاظ آماری مورد تأیید قرار گرفت.

مدل اندازه گیری متغیرهای پنهان پژوهش با نمایش وزن رگرسیونی (بار عاملی) استاندارد نشده برای عوامل اقتصادی و روانشناختی در انتخاب فرش به ترتیب در نگاره های ۱ و ۲ مشخص شده اند. در واقع این مدل ها نشان دهنده شدت روابط بین متغیرهای اندازه گیری شده در عامل مورد نظر در انتخاب فرش از دیدگاه شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) در سال ۱۳۹۷ میباشد.

بنابر نتایج تحلیل عاملی تأییدی، در مدل اندازه

شناختی، ماتریس همبستگی، رابطه مثبت و معنی داری بین متغیرها نشان داد. در عامل اقتصادی، بزرگترین ضریب همبستگی، مربوط به رابطه بین متغیرهای قیمت و کیفیت به میزان ۰/۲۷ بود؛ و در عامل روان شناختی، میزان رابطه خطی بین متغیرهای دکوراسیون و ارتباطات بیشتر از رابطه سایر متغیرها مشاهده شد ($r = ۰/۴۹$ و $p < ۰/۰۰۱$).

نتایج محاسبات مربوط به شاخص های برازش مدل به تفکیک عوامل اقتصادی و روان شناختی در انتخاب فرش در جدول ۵ خلاصه شده است. بنابر نتایج این جدول، در عامل اقتصادی، مقدار

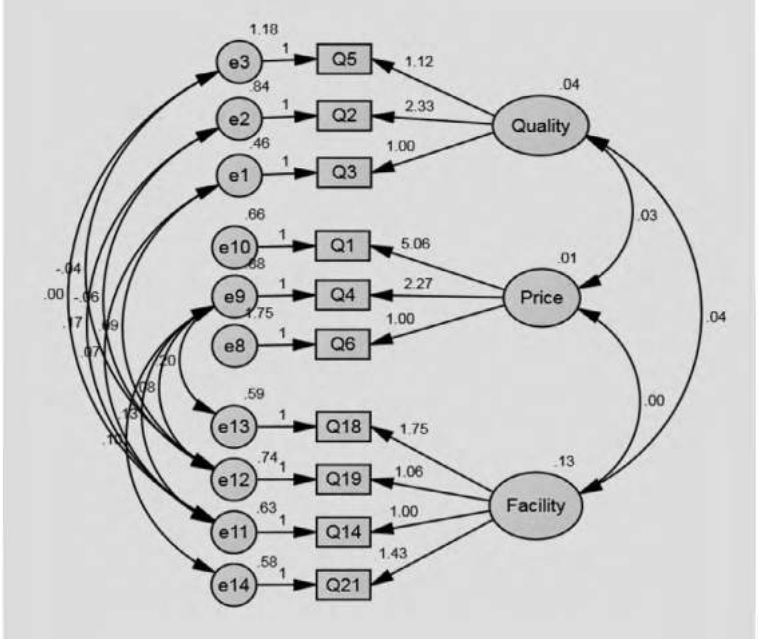
به دلیل این که تعدادی از شرکت کنندگان پرسشنامه ها رو به صورت کامل تکمیل نکردند تعداد (فراوانی) برخی از زیر مقیاسها برابر با ۲۵۷ نیست.

در این پژوهش برای ارزیابی مدل اندازه گیری متغیرهای پنهان (سازه ها) در عوامل اقتصادی و روان شناختی در انتخاب فرش، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد اما قبل از آن، بوسیله آزمون همبستگی پیرسون فرضیه هم خطی نیز مورد بررسی قرار گرفت.

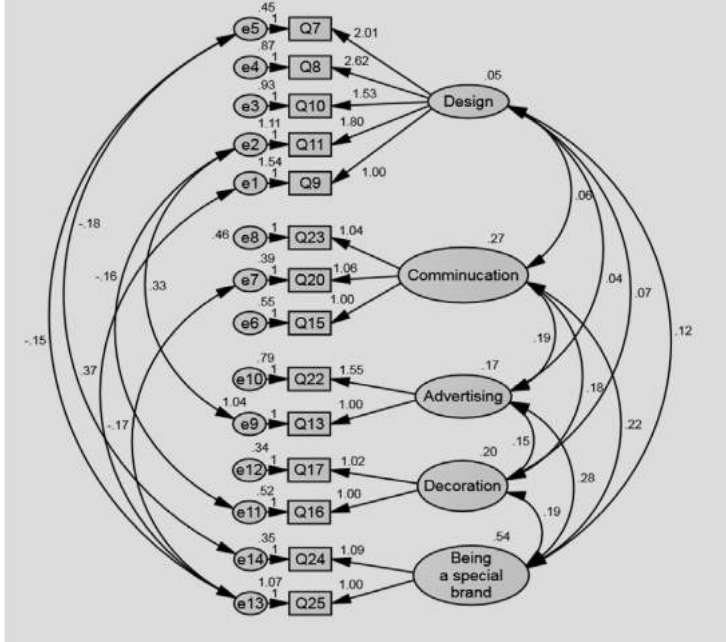
بنابر نتایج ارائه شده در جدول ۴، در سطح یک درصد ($p < ۰/۰۱$) در هر دو عامل اقتصادی و روان

تاثیر نقش عامل
چیدمان کالا و چگونگی
دکوراسیون مراکز
فروش در انتخاب فرش
ماشینی توسط مشتری
بسیار مهم است.

نگاره (۱) مدل تأییدی عامل اقتصادی در انتخاب فرش با نمایش بارهای عاملی استاندارد نشده



نگاره (۲) مدل تأییدی عامل روان شناختی در انتخاب فرش با نمایش بارهای عاملی استاندارد نشده



همانگونه که در شکل مشاهده میشود در این پژوهش عوامل اقتصادی تحت عنوان عوامل مرتبط با قیمت کالا (سوالات شماره ۱، ۴، ۶) عوامل مرتبط با کیفیت کالا (سوالات شماره ۲، ۳، ۵) و عوامل مرتبط با تسهیلات ارائه شده در هنگام فروش کالا (سوالات شماره ۱۴، ۱۸، ۱۹، ۲۱) مورد مطالعه قرار گرفتند. در همین راستا پس از بررسی نتایج به دست آمده نشان داده شده است که در خصوص عامل قیمت، مهمترین عامل در خصوص عامل قیمت مربوط به عامل اولویت انتخاب فرش ماشینی بر قالی دستیاف به لحاظ قیمت کالا بوده است (جدول شماره ۷).

در تبیین این عامل که در نظر سنجی بیشترین میانگین وزنی را به خود اختصاص داده است، شاید بتوان اظهار داشت که فرش ماشینی مناسب همه ی اقشار جامعه با درآمدها و سلاقی مختلف است، زیرا تنوعی که در بازار تولید و عرضه این فرش ها وجود

دارد، تقریباً دست تمام مشتریان را برای خریدی مطلوب باز می گذارد و از سوی دیگر برای کسانی که مایل به تغییر متداوم دکوراسیون منزل خود میباشند این امکان را میسر میسازد تا با هزینه کمتر و قیمت مناسب تر فرش خود را با سایر اسباب خانه مانند مبلمان و ... تغییر دهند.

نتایج این مطالعه علاوه بر این که نشان داده است عامل قیمت موثرترین عامل گرایش به فرش ماشینی نسبت به قالی دستیاف بوده است اما برای مشتریانی که صرفاً جهت خرید به بازار فرش امام رضا (ع) مراجعه کرده بودند در اولویت چهارم تاثیر گذاری قرار گرفته است (جدول ۱۱). و این نتیجه میتواند مبین این امر باشد که عواملی چون طرحهای الهام گرفته از نقوش سنتی و سایر ویژگیهای فرش ماشینی از دیدگاه مشتریان در اولویت مهم تری قرار دارند.

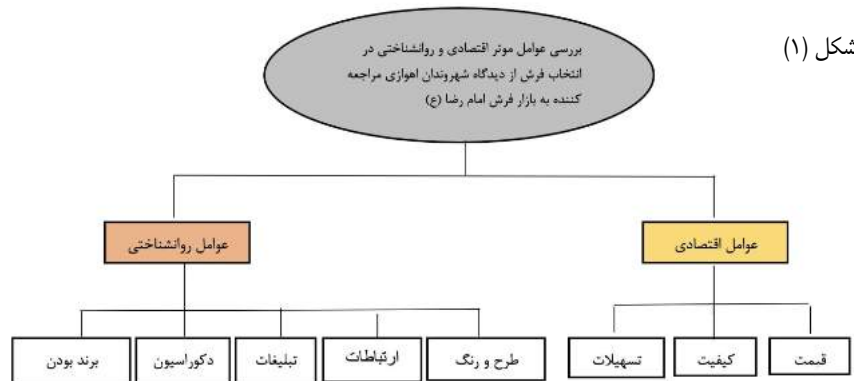
زیر مقیاس دکوراسیون: گویه ۱۷م (یک مرکز خرید ایده آل)؛ و زیر مقیاس برند بودن: گویه ۲۴م (برند خاص یا انواع برندها) بالاترین تأثیر را در انتخاب فرش داشتند.

بحث و نتیجه گیری

فرش در حالت عمومی یکی از نیازهای اساسی خانواده های ایرانی بوده و از دیرباز تا کنون استفاده از این کالا به عنوان یکی از ملزومات زندگی ایرانی محسوب میشود، به همین دلیل است که از اهمیت زیادی نزد خانواده های ایران برخوردار میباشد. در در همین راستا پژوهش حاضر در صدد بوده تا دو مقوله عوامل موثر روانشناختی و اقتصادی در انتخاب فرش ماشینی را مورد بررسی قرار دهد (شکل ۱).

گیری شده، از میان متغیرهای نهفته در عامل اقتصادی، از زیر مقیاس کیفیت: گویه دوم (اولویت انتخاب فرش ماشینی نسبت به قالی دستیاف)؛ زیر مقیاس قیمت: گویه اول (قیمت فرش ماشینی نسبت به قالی دستیاف)، و زیر مقیاس تسهیلات: گویه ۱۸م (شرایط فروش بصورت اقساطی) بزرگترین وزن رگرسیونی را داشتند. به عبارتی، از دیدگاه شهروندان اهوازی در بازدید از بازار فرش امام رضا (ع) گویه های ذکر شده، بیشترین تأثیر را در انتخاب فرش از لحاظ اقتصادی داشتند؛ و در همانطور که در نگاره ۲ مشخص است، از دیدگاه شهروندان اهوازی در عامل روان شناختی، زیر مقیاس طرح و رنگ: گویه ۸م (طرح سنتی با الهام از طرح های قالی دستیاف)؛ زیر مقیاس ارتباطات: گویه ۲۰م (نوع ارتباط فروشنده با خریدار)؛ زیر مقیاس تبلیغات: گویه ۱۲م (ارائه تبلیغات و معرفی محصول به شیوه های مختلف)؛

شکل (۱)



جدول شماره (۷)، نتایج حاصل از مجموعه عوامل بررسی شده مربوط به قیمت کالا

| وزن رگرسیونی | مجموعه عوامل بررسی شده مربوط به قیمت کالا |
|--------------|--|
| ۵.۰۶ | سوال شماره ۱- اولویت انتخاب فرش ماشینی بر قالی دستیاف به لحاظ قیمت |
| ۲.۲۷ | سوال شماره ۴- قیمت کالا |
| ۱.۰۰ | سوال شماره ۶- خرید فرش با قیمت مناسب و کیفیت متوسط |

برو به صفحه فهرست

برو به صفحه اول

| وزن رگرسیونی | مجموعه عوامل بررسی شده مربوط به کیفیت کالا |
|--------------|---|
| ۲.۳۳ | سوال شماره ۲- اولویت انتخاب فرش ماشینی به قالی دستباف |
| ۱.۱۲ | سوال شماره ۵- خرید فرش با قیمت بالا و کیفیت بالا |
| ۱.۰۰ | سوال شماره ۳- کیفیت کالا بر اساس مواد اولیه مصرفی |

جدول شماره (۹). نتایج حاصل از مجموعه عوامل بررسی شده مربوط به تسهیلات ارائه شده هنگام خرید کالا

| وزن رگرسیونی | نتایج حاصل از مجموعه عوامل بررسی شده مربوط به تسهیلات ارائه شده هنگام خرید کالا |
|--------------|--|
| ۱.۷۵ | سوال شماره ۱۸- شرایط فروش کالا به شکل اقساطی |
| ۱.۴۳ | سوال شماره ۲۱- در نظر گرفتن موارد خاص و تشویقی از سوی تولید کنندگان و یا فروشندگان |
| ۱.۰۶ | سوال شماره ۱۹- خدمات ارائه شده پس از فروش |
| ۱.۰۰ | سوال شماره ۱۴- خدماتی که در هنگام خرید توسط تولیدی ارائه میشود. |

جدول شماره (۱۰). نتایج حاصله از مجموع عوامل بررسی شده مربوط به تاثیر عامل طرح و نقش در انتخاب فرش ماشینی.

| وزن رگرسیونی | مجموع عوامل بررسی شده مربوط به تاثیر عامل طرح و نقش در انتخاب فرش ماشینی. |
|--------------|---|
| ۲.۶۲ | سوال شماره ۸- اولویت قرار دادن طرحهای سنتی با الهام از نقوش فرشهای دستباف |
| ۲.۰۱ | سوال شماره ۷- تنوع در طرحهای فرش |
| ۱.۸۰ | سوال شماره ۱۱- استفاده از رنگ بندی محدود و سنتی به طوری که هماهنگی رنگی در کل فرش به چشم آید. |
| ۱.۵۳ | سوال شماره ۱۰- متفاوت بودن رنگ بندی و استفاده از رنگهای بی شمار |
| ۱.۰۰ | سوال شماره ۹- طرحهای کاملاً مدرن و خارج از سنت |

بود است (جدول ۱۱).

همانگونه که ذکر شد علاوه بر بررسی تاثیر عوامل اقتصادی بررسی تاثیر عوامل اقتصادی از دیگر اهداف این پژوهش بوده است.

در این حوزه اولین عامل بررسی شده مربوط به تاثیر عامل طرح و نقش در انتخاب مشتریان بوده است. که بر اساس نتایج به دست آمده از آراء نظر سنجی شده، عامل اولویت قرار دادن طرحهای سنتی با الهام از نقوش فرشهای دستباف به عنوان موثرترین عامل در این حوزه و هم چنین به عنوان دومین عامل موثر از مجموعه کل عوامل بررسی شده، در صد بالایی از آرا را به خود اختصاص داده است (جدول ۱۰ و ۱۱).

در توضیح این یافته شاید بتوان اظهار داشت که طرح و نقش فرش ایرانی که به نوعی تنوع فرهنگی، قومی و جغرافیایی کشور را در خود جای داده است، ریشه در فرهنگ و آداب و رسوم فرهنگ ایرانی دارد که در واقع اغلب خانواده های ایرانی از دیر باز تا کنون با آن مانوس بوده اند.

به نظر میرسد این گونه طرحها علاوه بر آنکه یک اثر هنری محسوب میشوند نقش ها و انواع متفاوتی دارند که به لحاظ روانشناختی نیز هر یک میتوانند سبک و حال و هوای خاصی در خانه ایجاد کنند. طبق نتایج این مطالعه طرحهای الهام گرفته از نقوش قالی دستباف، علاوه بر جنبه هنری، جنبه عامه پسندی را نیز در خود جای داده اند.

در تایید همین مطلب میتوان به آراء پاسخ دهندگان به سوال شماره (۱۱) پرسشنامه اشاره کرد که: "رنگ بندی محدود و سنتی به طوری که هماهنگی رنگی در کل فرش به چشم آید، تا چه اندازه در انتخاب

شما موثر است؟" استناد هست. وزن رگرسیونی اختصاص یافته به این سوال نشان داده است، که استفاده از رنگ بندی محدود و سنتی به عنوان ششمین عامل موثر در انتخاب مشتریان بوده است.

در همین خصوص تاثیر آراء پاسخ دهندگان به سوال شماره (۹) مبنی بر تاثیر طرحهای مدرن و خارج از سنت در انتخاب فرش، نشان میدهد که این عامل تاثیر به سزایی در انتخاب آنان نداشته و اولویت تاثیر گذارتر با طرحهای الهام گرفته از نقوش سنتی بوده است.

در ادامه بحث مربوط به یافته های این پژوهش در حوه عوامل موثر روان شناختی به بررسی تاثیر عامل ارتباطات پرداخته شده است. فراهم با آذعان به این که بر اساس منابع موجود مطالعاتی در خصوص تکنیکهای افزایش فروش و جلب مشتری، تاثیر نوع ارتباط فروشنده یا فروشندگان با مشتریان به عنوان یک عامل مهم یاد شده است، با این وجود این عامل از مجموع بیست و چهار عامل نظر سنجی شده توسط مشتریان مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) در اولویت سیزدهم تاثیرگذاری قرار گرفته است و این نتیجه میتواند مبین این امر باشد که در خصوص انتخاب فرش به عنوان یک عامل مهم یاد شده است، با این وجود این عامل از مجموع بیست و چهار عامل نظر سنجی شده توسط مشتریان مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) در اولویت سیزدهم تاثیرگذاری قرار گرفته است و این نتیجه میتواند مبین این امر باشد که در خصوص انتخاب فرش به عنوان یک عامل مهم یاد شده است، با این وجود این عامل از مجموع بیست و چهار عامل نظر سنجی شده توسط مشتریان مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) در اولویت سیزدهم تاثیرگذاری قرار گرفته است (جدول ۱۱).

از دیگر یافته های این پژوهش در حوزه عوامل روانشناختی، مربوط به بررسی تاثیر نقش عامل چیدمان کالا و چگونگی دکوراسیون مراکز فروش در انتخاب فرش ماشینی بوده است. نتایج یافته ها در این خصوص حاکی از آن است که ایده آل بودن یک مرکز خرید هر چند که تاثیر گذار بوده اما از دیدگاه مشتریان مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) این تاثیر گذاری در اولویت پانزدهم از مجموع بیست چهار عامل بررسی شده قرار گرفته است.

در این خصوص شاید بتوان اظهار داشت: دامنه و عمق خدماتی که در یک مجتمع تجاری ارائه میشود، در حقیقت پاسخی به انتظارات مصرف کنندگان کالا محسوب میشود، هر اندازه که این خدمات متناسب با نیازهای مشتریان باشد میتواند عامل موثری نیز در حد اکثر بهر ه وری به شمار آید.

بنا بر مطالعات صورت گرفته عواملی مانند طراحی درونی و چیدمان محصولات با قابلیت دسترسی آسان، دسترسی آسان به مراکز خرید، تنوع در محصولات ارائه شده، نور پردازی مناسب، پارکینگ، مساحت زیر بنا و فراهم آوردن پیرامون

در همین خصوص میتوان به نتایج پژوهش حاضر در رابطه با نقش کیفیت کالا در انتخاب مشتریان اشاره کرد. علیرغم این که کیفیت قالی دستباف نسبت فرش ماشینی بر کسی پوشیده نیست اما، به نظر میرسد علاوه بر قیمت مناسب فرش ماشینی نسبت به قالی دستباف عوامل دیگری چون، حق انتخاب بیشتر مشتری، تنوع در طرح و نقش، تولید سریع، مدرن بودن و هم چنین جفت بودن کامل دو فرش، از جمله سایر عواملی است که در یک نگاه کلی گرایش پاسخ دهندگان به اولویت انتخاب فرش ماشینی نسبت به قالی دستباف را تبیین کرده است.

در ادامه بحث تاثیر سایر عوامل اقتصادی، نتایج به دست آمده در خصوص تاثیر عوامل مربوط به تسهیلات ارائه شده در هنگام فروش کالا نشان داده شده است که **موثرترین عامل در این حوزه مربوط به شرایط فروش کالا به شکل اقساطی بوده است** (جدول شماره ۹).

در تبیین تاثیر این عامل شاید بتوان دغان داشت شرایط فروش کالا به شکل اقساطی از یک طرف شرایط خوبی را برای فروشندگان فراهم میسازد تا مشتریان بیشتری را جذب نمایند و از طرف دیگر نیز مشتریان خصوصاً قشر کارمند و یا سایر اقشار کم در آمد جامعه هم، میتوانند در صورت همراهی فروشندگان گاهها بدون پیش پرداخت یا پرداخت مبلغ ناچیزی در ابتدا کالای مورد نیاز خود را خریداری نمایند.

هم چنین لازم به ذکر است این عامل علاوه بر این که به عنوان موثرترین عامل در حوزه تسهیلات بوده است به عنوان یکی از عوامل پر نفوذ در گرایش مشتریان در انتخاب فرش ماشینی



جدول شماره (۱۱). عوامل موثر اقتصادی و روانشناختی در انتخاب فرش ماشینی از دیدگاه شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) به ترتیب اولویت بیشترین تاثیر گذار. سال ۱۳۹۷.

| ردیف | شرح عوامل | حوزه مربوطه | وزن رگرسیونی |
|------|---|------------------------|--------------|
| ۱ | اولویت فرش ماشینی بر قالی دستباف به لحاظ قیمت | اقتصادی - قیمت | ۵۰۶ |
| ۲ | اولویت قرار دادن طرحهای سنتی با توجه به الهام از فرش دستباف | روانشناختی - طرح و رنگ | ۲۶۲ |
| ۳ | اولویت انتخاب فرش ماشینی بر فرش دستباف | اقتصادی - کیفیت | ۲۳۳ |
| ۴ | قیمت کالا | اقتصادی - قیمت | ۲۲۷ |
| ۵ | تنوع در طرحهای فرش | روانشناختی - طرح و رنگ | ۲۰۱ |
| ۶ | استفاده از رنگ بندی محدود و سنتی | روانشناختی - طرح و رنگ | ۱۸۰ |
| ۷ | شرایط فروش به شکل اقساطی | اقتصادی - تسهیلات | ۱۷۵ |
| ۸ | ارائه تبلیغات و معرفی محصول به شیوه های مختلف | روانشناختی - تبلیغات | ۱۵۵ |
| ۹ | متفاوت بودن رنگ بندی و استفاده از رنگ های بی شمار | روانشناختی - طرح و رنگ | ۱۵۵ |
| ۱۰ | اعمال موارد خاص و تشویقی از سوی تولید کننده گان | اقتصادی - تسهیلات | ۱۴۳ |
| ۱۱ | خرید فرش با قیمت بالا و کیفیت عالی | اقتصادی - کیفیت | ۱۱۲ |
| ۱۲ | توصیه خریداران قبلی در مورد یک برند خاص | روانشناختی - برند بودن | ۱۰۹ |
| ۱۳ | خدمات ارائه شده پس از فروش | اقتصادی - تسهیلات | ۱۰۶ |
| ۱۴ | نوع ارتباط موثر فروشنده یا فروشندگان با مشتری | روانشناختی - ارتباط | ۱۰۶ |
| ۱۵ | پاسخگویی به مشتریان به صورت تخصصی در مورد محصول | روانشناختی - ارتباط | ۱۰۴ |
| ۱۶ | ایده ال بودن مرکز خرید | روانشناختی - دکوراسیون | ۱۰۲ |
| ۱۷ | طرحهای کاملا مدرن و خارج از سنت | روانشناختی - طرح و رنگ | ۱۰۰ |
| ۱۸ | میزان دسترسی آسان به مراکز خرید | روانشناختی - ارتباط | ۱۰۰ |
| ۱۹ | امکان بازدید از روند تولید فرش | روانشناختی - تبلیغات | ۱۰۰ |
| ۲۰ | چیدمان محصول بطوریکه انتخاب آن بر عهده ی خود مشتری گذاشته شود | روانشناختی - دکوراسیون | ۱۰۰ |
| ۲۱ | احساس تعلق به برند خاص | روانشناختی - برند بودن | ۱۰۰ |
| ۲۲ | خدماتی که در هنگام خرید توسط تولیدی ارائه خواهد شد | اقتصادی - تسهیلات | ۱۰۰ |
| ۲۳ | خرید فرش با قیمت مناسب و کیفیت مناسب | اقتصادی - قیمت | ۱۰۰ |
| ۲۴ | کیفیت کالا بر اساس مواد اولیه مصرفی | اقتصادی - کیفیت | ۱۰۰ |

جهانگیر (۱۳۹۰) که عامل قیمت مناسبتر فرش ماشینی نسبت به قالی دستباف را مهمترین عامل گرایش به این کالا ذکر نموده اند، همسو میباشد.

در ادامه یادآور میشود اجرای این پژوهش صرفاً در شهر اهواز و از دیدگاه مراجعه کنندگان به بازار فرش امام رضا (ع) یک محدودیت پژوهشی محسوب میشود، لذا پیشنهاد میشود مشابه اینگونه مطالعات در سایر شهرها نیز اجرا شود تا از این صاحبان صنعت فرش ماشینی بینش گسترده تری نسبت به سلائق و انتظارات مشتریان خود حاصل نموده و بتواند اقدامات هر چه موثرتر در جهت افزایش هر چه بیشتر کیفیت محصولات و رضایت مخاطبان خود انجام دهند.

در پایان از زحمات ارزشمند و خالصانه خانم سپیده عبداللهی کارشناس ارشد رشته فرش و پرسنل محترم بازار فرش امام رضا(ع) که نهایت همکاری را در اجرای این پروژه داشته اند تقدیر و تشکر میشود.

فهرست منابع

اتحادیه تولید و صادرات نساجی پوشاک ایران، (۱۳۹۲)، آینده پژوهی صنعت فرش ماشینی ایران.

بهشتی، م، (۱۳۹۶)، علم، نوآوری و خلاقیت در صنعت فرش ماشینی ایران، خبرگزاری فارس، قابل دسترسی در سایت-www.farsnews.com [کد خبر: ۱۳۹۶۰۶۲۲۰۰۰۰۲۵].

جهانگیر، ع، (۱۳۹۵)، رتبه برتر تولید فرش ماشینی در چنگ ایران، روزنامه گسترش تجارت، شماره ۱۱۴، ص ۹، دانشگر، ا، (۱۳۸۸)، دانشنامه فرش ایران، جلد دوم، تهران، مرکز ملی فرش ایران.

راد، ه، (۱۳۹۷)، ضربه فرش بزرگی به بازار فرش ماشینی و دستباف، خبرگزاری فارس نیوز، قابل دسترسی در سایت-www.farsnews.ir [دوازدهم اردیبهشت ۱۳۹۷].

روحانی، م، (۱۳۹۶)، علم، نوآوری و خلاقیت در صنعت فرش ماشینی ایران، خبرگزاری فارس، قابل دسترسی در سایت-www.mehnews.com [کد خبر: ۴۰۸۴۱۹۳، نوزدهم شهریور ۱۳۹۷].

صادقی، م، (۱۳۹۶)، علم، نوآوری و خلاقیت در صنعت فرش ماشینی ایران، خبرگزاری فارس، قابل دسترسی در سایت-www.farsnews.com [کد خبر: ۱۳۹۶۰۶۲۲۰۰۰۰۲۵].

فرحبخش، ن، (۱۳۸۱)، بررسی عوامل موثر بر صادرات فرش، پژوهش نامه اقتصادی، صص ۲۲۳-۲۲۵

میرزا امینی، م، صدیقی ارفعی، ف، (۱۳۹۰)، عوامل موثر بر فرش ماشینی و دستباف، فصلنامه گلجام، شماره ۲۰، صص ۳۹-۲۱، گلشنی، ع، (۱۳۹۶)، علم، نوآوری و خلاقیت در صنعت فرش ماشینی ایران، خبرگزاری فارس، قابل دسترسی در سایت-www.mehnews.com [کد خبر: ۴۰۸۴۱۹۳، نوزدهم شهریور ۱۳۹۷].

عنوان عامل برند بودن مورد بررسی قرار گرفته است.

با توجه به نتایج حاصله میتوان اظهار داشت: که تاثیر تو صیه های قبلی در مورد ک برند خاص علیرغم این که خود میتواند یک عامل تاثیر گذار باشد، اما این تاثیر گذاری نقش مهمی در انتخاب فرش از دیدگاه مشتریان مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) نداشته است و به عنوان اولویت دوازدهم از دیدگاه آنان بوده است (جدول ۱۱).

با استناد به جدول شماره (۱۱) در یک نگاه کلی میتوان نتیجه گیری کرد که از دیدگاه شهروندان اهوازی مراجعه کننده به بازار فرش امام رضا (ع) عوامل اقتصادی و عوامل روانشناختی هر دو در انتخاب فرش موثر بوده اند، اما بیشترین میزان تاثیر گذاری مربوط به عوامل اقتصادی و در حوزه مزبوط به قیمت کالا بوده است.

هم چنین در یک مقایسه دقیقتر میتوان استنتاج کرد که، کلیه عوامل اقتصادی شامل کیفیت قیمت کالا، کیفیت کالا و نقش تسهیلات ارائه شده در انتخاب فرش ماشینی تاثیر گذاری بیشتری داشته است و از مجموعه عوامل روانشناختی علیرغم این که تاثیر این عوامل را نمیتوان نادیده انگاشت، اما بیشترین عامل تاثیر گذار مربوط به عامل طرح و رنگ بوده است.

نتایج این پژوهش با نتایج تحقیق میرزا امینی و صدیقی ارفعی (۱۳۹۰) و هم چنین مطالعات

خرید دلچسب، از جمله عواملی هستند که میتوانند که میتوانند در جذب مشتریان تاثیر گذار باشند، اما این تاثیر گذاری در مقایسه با سایر عوامل بررسی شده برای انتخاب فرش ماشینی نقش به سزایی نداشته است.

انواع نخ فرش

هم چنین از دیگر مولفه های مورد بحث در مطالعه حاضر بررسی نقش تبلیغات بوده است. نقش این عامل که در شکلهای مختلف رسانه ایی و بالاخص در عصر کنونی، بر کسی پوشیده نیست، در این پژوهش به لحاظ تاثیر گذاری در گرایش مشتریان برای خرید فرش ماشینی در اولویت هشتم قرار گرفته است.

در تبیین این عامل میتوان اظهار داشت: معرفی محصول از طریق فناوری ارتباطی و رسانه ایی تاثیر به سزایی در بالا بردن سطح آگاهی مشتریان نسبت به کالا داشته و علاوه بر این باعث میشود که آنان از ابداعات و نوآوریهای شرکت و یا شرکتهای مربوطه آگاهی یابند.

در خصوص ارتباط ابراز عقاید و نظرات و به بیان دیگر جهت دهی به شیوه تفکر مشتریان در مورد یک برند خاص و در قالب توصیه های بین فردی، از دیگر عواملی بوده است که در این مطالعه تحت

كسب اطلاعات بیشتر...



INTERTEXT TUNISIA



INTERNATIONAL EXHIBITION OF TEXTILE INDUSTRY

14-16 OCTOBER 2021

Sousse, Tunisia

www.intertexttunisia.com

Organizers



Partners



اطلاعات بیشتر در سایت شیمی فرایند



Chemi Farayand

شیمرفرایند

اکسیرصنعت

تامین کننده مواد کمکی شیمیایی نساجی، قطعات و ماشین آلات
صنایع نساجی، شیمیایی و پلیمری
و ارائه دهنده مشاوره و خدمات فنی و مهندسی

+98 21 66842284
info@chemifarayand.com
chemifarayand.com

Unit 1,1st Flr. No.1049
Azarbayjan St.
Azadi Ave. Tehran-Iran

ناشی از افزایش دما، تغییر در الگوی بارندگی و حوادث شدید آب و هوایی تا سال ۲۰۴۰ قرار دهد.

ایجاد شرایط بد آب و هوایی تاکید می‌کند که تمام مناطق جهانی پرورش پنبه حداقل در معرض افزایش یک خطر آب و هوایی تا سال ۲۰۴۰ قرار دارند.

در حالیکه این افزایش‌ها از خطر بسیار کم تا بسیار زیاد متغیر است، نیمی از مناطق جهانی پرورش پنبه با قرار گرفتن در معرض خطر بالا یا بسیار زیاد در معرض حداقل یک خطر آب و هوایی با تغییرات فاحشی روبرو خواهند شد. به این ترتیب پیش بینی شده است که:

- شش کشور با بالاترین میزان تولید پنبه شامل هند، ایالات متحده آمریکا، چین، برزیل، پاکستان و ترکیه، در معرض افزایش خطرات آب و هوایی به ویژه آتش سوزی، خشکسالی و بارندگی شدید هستند.

گرم شدن کره زمین در کل، بالاترین میزان خطر آب و هوایی برای دو منطقه شمال غرب آفریقا از جمله سودان شمالی و مصر و غرب و جنوب آسیا پیش بینی شده است.

● برخی مناطق در معرض مقدار زیاد یا بسیار زیاد هفت خطر آب و هوایی قرار خواهند گرفت.

● هفتاد و پنج درصد مناطق پرورش پنبه در معرض تنش گرمایی که به عنوان دمای بالاتر از ۴۰ درجه سانتیگراد تعریف می‌شود، قرار خواهند گرفت. از این میان، ۵٪ مناطق در معرض خطر زیاد یا بسیار زیاد هستند.

● چهل درصد مناطق جهانی پرورش پنبه



پرورش پنبه و خطر بزرگ تغییرات شدید آب و هوایی

روبرویی مناطق پرورش پنبه در سراسر جهان با خطرات شدید آب و هوایی تا سال ۲۰۴۰

پرورش پنبه در معرض خطر است

یک جهش اساسی در بازرسی پارچه

مشاهده متن کامل مقاله ...



بهترین راه برای جلوگیری از ایراد در پارچه، عدم ایجاد آن است. ۲ Q-Bar Uster جهشی اساسی در بازرسی پارچه ایجاد کرده است.

این سیستم، پارچه را به ویژه در اولین مرحله - مرحله مهم در تشکیل پارچه - با بازرسی داخلی و اتوماتیک، بازرسی می‌کند.

شناسایی مشکلات در این مرحله مزایای زیادی به همراه دارد، به عنوان مثال از ایجاد عیب در پارچه جلوگیری می‌کند و بافندگان را قادر می‌سازد محصولات خود را به طور مداوم با کیفیت بالا ارائه دهند.

۲ Q-Bar به دلیل موقعیت دقیق آن در محل تلاقی رشته‌های تار و پود، بهتر است به عنوان یک سیستم نظارت بر شکل‌گیری پارچه توصیه شود. این سیستم این امکان را فراهم می‌کند تا به محض بروز نقص، عکس‌العمل سریع انجام داده و از از خطاهای طولانی مدت یا تکرارشونده جلوگیری کرد.

برای این منظور، سیگنال‌های هشدار و توقف به اپراتور هشدار می‌دهند تا بلافاصله مشکلات را برطرف کند. تشخیص زود هنگام مشکلات، احتمال افت کیفیت محصولات را کاهش می‌دهد و همچنین نیاز به بررسی‌های پس از تولید را به حداقل می‌رساند. برای بافندگان، این مزایا نشان دهنده نوآوری کاربردی و تأثیر مثبت بر بهره‌وری و کیفیت است.



شده‌اند. لازم به ذکر است که تأثیرات آب و هوایی فراتر از تأثیرات مستقیم بر روی تولید پنبه است و کل زنجیره ارزش از جمله کارگران مشغول در برداشت و فرآوری و همچنین زنجیره‌های تأمین را شامل می‌شود.

این پیش بینی و تحلیل‌ها، زنگ خطری برای صنعت پنبه است که در حال حاضر بخش عمده‌ای از پوشاک وابستگی زیادی به آن دارد.

به منظور ایجاد انعطاف پذیری برای یک آینده کاملاً مختل و مبهم، تغییرات گسترده به سمت روش‌های پایدار تولید پنبه باید با اقدامات بلند پروازانه و همسو برای کاهش انتشار کربن تقویت شود و در عین حال صنعت را برای فعالیت در دنیای کاملاً متفاوت آماده کند.

متأسفانه، در حال حاضر، تعهدات و اهداف کاهش انتشار کربن در کشورهای زیادی نادیده گرفته شده است،

به این معنی که افزایش دمای بیش از ۳ درجه سانتیگراد تا پایان این قرن محتمل است. برای محدود کردن تأثیرات تغییرات آب و هوا، آماده سازی امروز ضروری است.

، کاهش فصل رشد را تجربه خواهند کرد. این امر به دلیل افزایش دما از حد دمای پرورش پنبه می‌باشد.

● کمبود آب یا شدت بارندگی نیز خطرات بیشتری را برای پرمحصول‌ترین مناطق کشت پنبه در جهان ایجاد می‌کنند.

● خطر خشکسالی حدود ۵۰٪ پنبه تولیدی در جهان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

● مناطق جهانی پرورش پنبه تا سال ۲۰۴۰ در معرض افزایش خطر طغیان رودخانه‌ها قرار خواهند گرفت و ۳۰٪ آنها نیز در معرض افزایش خطر رانش زمین قرار خواهند گرفت.

ارزش بازار پنبه در حدود ۱۲ میلیارد دلار است که تقریباً ۳۱٪ از کل مواد اولیه مصرفی در بازار جهانی منسوجات را با تأثیر اقتصادی سالانه بیش از ۶۰۰ میلیارد دلار تشکیل می‌دهد.

علاوه بر این، از معیشت حدود ۳۵۰ میلیون نفر که به کشت یا فرآوری پنبه مشغول هستند، حمایت می‌کند.

تقریباً ۹۰٪ کشاورزان در زمینی با مساحت کمتر از دو هکتار، پنبه می‌کارند که عمدتاً در کشورهای در حال توسعه در آسیای مرکزی و غربی، آسیای جنوب شرقی و آفریقا واقع

اطلاعات بیشتر در سایت فرش توس



فرش توس مشهد

فرش توس مشهد

TOOS MASHHAD CARPET

www.ToosCarpet.ir

EMAIL: INFO@TOOSCARPET.IR

WEB: WWW.TOOSCARPET.IR

دفتر تهران: ۰۲۱ ۳۶۶ ۱۷۰ ۸۸

دفتر مشهد: ۰۵۱ ۳۲۲ ۵۵۵ ۰۸



شرکت پلیمرسازان سینا دلیجان

ثبت ۱۲۲۹

تولید کننده انواع گرانول ریسایکل پلی استر
و مستریچ رنگی پایه پت



تلفن : ۵ - ۴۴۴۳۳۸۷۲ (۰۸۶)

WebSite : www.polymersazanco.com

Email : info@polymersazanco.com



SI.GA. TRADING SA

اطلاعات بیشتر در سایت شرکت سیگا



④ شرکت سیگا سوییس با ارایه کلیه ماشین آلات دست دوم نساجی اعم از ریسندگی، بافندگی، رنگرزی و تکمیل و تجهیزات آزمایشگاهی از بهترین برند های اروپایی و در بهترین شرایط موجود همراه با تیم فنی مجرب در خدمت تولید کنندگان صنعت نساجی میباشد.



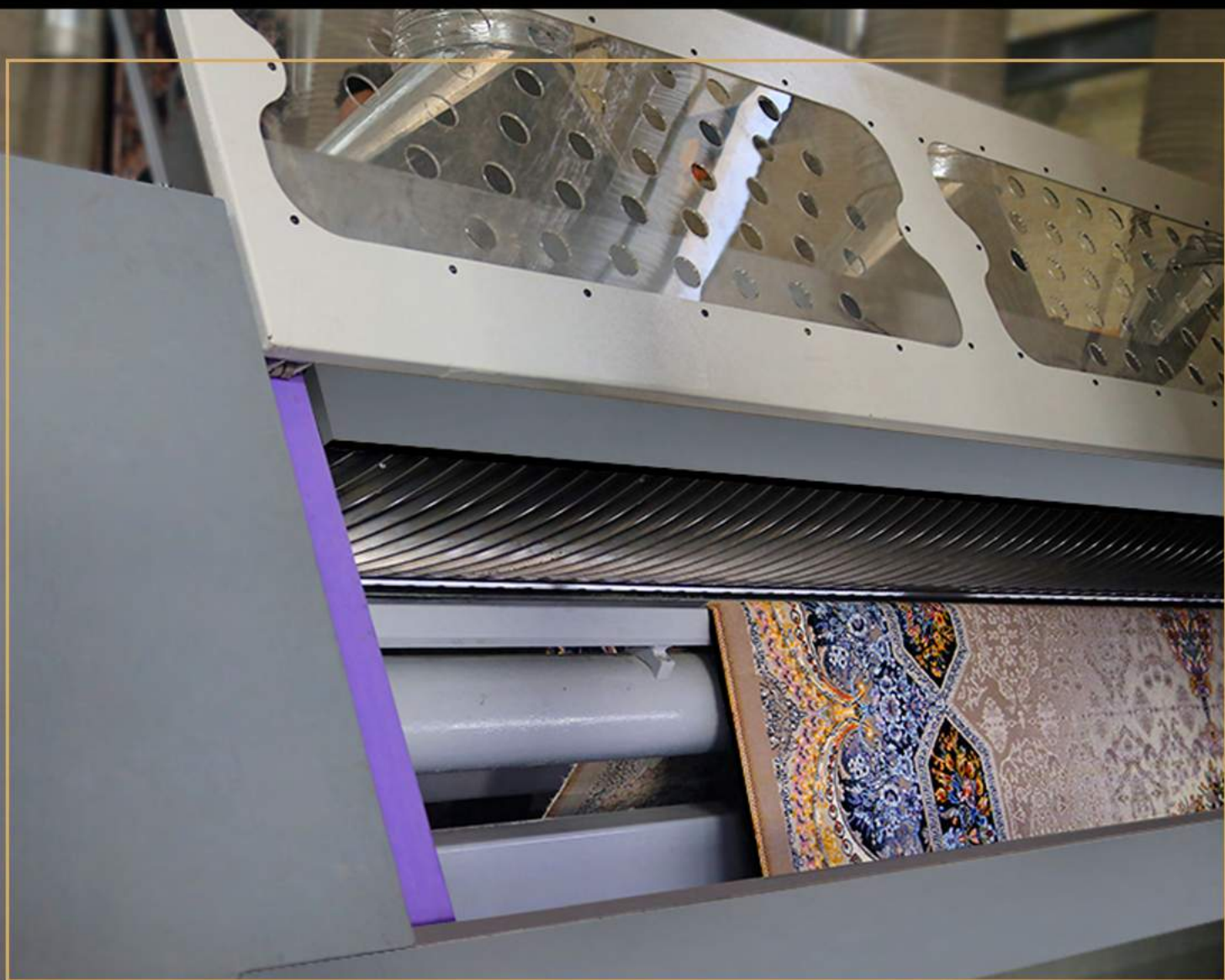
E-mail: sales@manapooyesh.ir

www.sigatrading.com

با ما در تماس باشید

تلفن : ۰۰۹۸۹۱۲۹۶۸۶۹۰۳

اطلاعات بیشتر در سایت شرکت امیران



آران و بیدگل ، میدان شهیدان اربابی

WWW.AMIRANCARPET.COM

0913 360 64 67



ITMA ASIA + CITME 2020 concluded successfully with strong local attendance

ITMA ASIA + CITME 2020 ended on a successful note, attracting a strong local turnout.

After a delay of 8 months, the seventh combined exhibition welcomed visitorship of about 65,000 over 5 days.

Riding on positive business sentiments, following the post-epidemic economic recovery in China, exhibitors were thrilled to be able to have face-to-face contact with local buyers from the world's largest textile manufacturing hub. In addition, they were excited to receive overseas visitors who were able to travel to Shanghai.

Yang Zengxing, General Manager of Karl Mayer (China) enthused, "Due to the Coronavirus pandemic, there were fewer overseas visitors, however, we were very satisfied with our participation in ITMA ASIA + CITME.

The visitors who came to our stand were mainly decision-makers, and they were extremely interested in our exhibits and held focused discussions with us. As such, we are expecting numerous projects in the near future."

Alessio Zunta, Business Manager, MS Printing Solutions, agreed: "We are very glad to have participated in

this ITMA ASIA + CITME edition. Finally, we were able to meet our old and new customers in-person again, as well as to launch our latest printing machine which received very positive feedback at the exhibition. I am happy to see that the local market in China has almost fully recovered and we look forward to next year's combined show."

The combined exhibition brought together 1,237 exhibitors from 20 countries and regions. In an exhibitor survey conducted onsite with over 1,000 exhibitors, over 60 per cent of the respondents revealed that they were happy with the quality of visitors; 30 per cent reported that they concluded business deals, of which over 60 per cent estimated sales ranging from RMB300,000 to over RMB3 million within the next six months.

Attributing to the success of their participation to the vibrant demand for more automated and productivity enhancement solutions in China, Satoru Takakuwa, Manager, Sales and Marketing Department, Textile Machinery, TSUDAKOMA Corp. commented: "Despite the pandemic, we had more customers visiting our stand than expected. In China, the demand for more efficient production and la-

bour-saving technologies are growing because costs are increasing every year. We're glad to be able to respond to the demand."

The show owners, CEMATEX, together with its Chinese partners – the Sub-Council of Textile Industry, CCPIT (CCPIT-TEX), China Textile Machinery Association (CTMA) and China International Exhibition Centre Group Corporation (CIEC) were also very pleased with the outcome of the combined exhibition, praising participants for their cooperation and support that helped ensure a smooth, successful face-to-face exhibition.

Wang Shutian, honorary president of China Textile Machinery Association (CTMA), said: "The transformation and upgrading of China's industry has entered a stage of substantial development, and textile enterprises are investing in high-end manufacturing technologies and sustainable solutions. From the results of ITMA ASIA + CITME 2020, we can see that the combined exhibition remains the most effective business platform in China for the industry."

Ernesto Maurer, president of CEMATEX, added: "We owe our success to the support of our exhibitors, visitors and partners. Following this coronavirus setback, the textile industry is excited to move forward. Due to a remarkable recovery in local demand, there is a need to expand production capacity quickly.

Besides, textile manufacturers have resumed plans to invest in new machinery to stay competitive. We hope to welcome more Asian buyers to the next show as many were not able to make it to this edition due to travel restrictions."

ITMA ASIA + CITME 2022 will be held from 20 to 24 November 2022 at the National Exhibition and Convention Centre (NECC) in Shanghai. It is organised by Beijing Textile Machinery International Exhibition Co. Ltd. and co-organised by ITMA Services.



ISKO AND SOORTY TO LAUNCH A NEW COLLABORATION

The two global denim powerhouses join forces to transform and introduce new ways of working and doing business in the industry.

June 2021 – From competition to virtuous co-opetition: ISKO and Soorty announce the signing of a landmark technology licensing agreement which sees the two companies working in partnership on the production of fabric and garment collections.

The collaboration combines ISKO's renowned expertise in creating best-in-class, patented technologies with Soorty's extensive vertical production network, which will be utilized to produce the collections. This unique collaboration opens the door to significant, new business opportunities for both companies and will enable them to meet customers' needs on a greater scale.

Through this partnership, ISKO and Soorty have developed a business model that is a first in the industry with the potential to change working prac-

tices for the better and unlock value for the entire market through the scaling of responsible innovations.

The two players are at the forefront of sustainability, inclusivity, technology and education in the industry and are driven by a shared approach that prioritizes synergy, cross-fertilization, and a quest for constant improvement.

The first collaborative effort between the companies sees the launch of the ISKO Future Face™ by Soorty collection. Created using ISKO's innovative ISKO Future Face™ technology, it is produced by Soorty specifically for the US market. ISKO Future Face™ is a patented woven fabric that looks like a knit.

This fabric innovation combines a soft, silky finish with comfort, enhanced shape retention and a flattering drape, while maintaining all the properties of true denim.

"With this partnership, we are paving the way towards the implementation of new best practices that will change the industry forever", said Marco Lucietti, ISKO Director of Strategic

Projects. "We truly believe that going beyond the traditional conception of competition can really push change for the better: a better service for our customers, a better business and a better future."

Today's business landscape is calling out to all stakeholders to create connections that help take care of the planet and its people. ISKO's Responsible Innovation™ approach is founded on creativity, competence and citizenship and demonstrates the company's effort to make the world a better place. Soorty, Pakistan's largest vertically integrated denim company, is committed to a vision of a clean, green and fair future for all, which is a perfect alignment for this partnership.

"We believe in cooperation over competition. And we believe that this cooperation – which is the first of its kind in the industry – will unlock immense value for brands and consumers", said Asad Soorty, Director of Soorty Enterprises. "ISKO Future Face™ by Soorty is a truly game-changing offer that can be used to create an endless array of products, all of which are in high demand in both the pandemic and post-pandemic world. We're hugely excited by the possibilities this opens up for the market."



chine parameters.

With the BRÜCKNER stenter frames Elif Iplik can save energy costs, run more production in less time and the high fabric quality also convinced them in the end. All these factors justify the investment in a more expensive machine, in the long run this is definitely the more favourable decision.

Hayri Taşdemir, General Manager of the Elif Iplik Group, wants to remain successful with his company in the long term:

“The most important thing for us is the large production capacity, high quality of goods and flexibility. The customers’ requirements are changing constantly, we have to be able to react to them immediately in order to remain competitive. With BRÜCKNER and INTER TEKSTIL we have definitely chosen the right partners!”

Basically, it is part of the philosophy of BRÜCKNER and also of INTER TEK-

STIL to develop a lasting partnership with customers that will be maintained for years. Only in this way can mutual trust develop and in the end this contributes to the success of all parties involved. True to this motto, BRÜCKNER and INTER TEKSTIL have been successful in Turkey for more than 40 years and many long-lasting friendships with customers have developed.

Beyond the measurable advantages of the lines, the name BRÜCKNER stands of course also for innovative strength, market leadership and technological know-how. Together with customers BRÜCKNER regularly works on new products and offers solutions for niche products and special applications.

Also for Elif Iplik there are interesting approaches in this field. The company is basically open for new product developments and optimization of the machines, because you can only exist and be successful as a company if you constantly develop yourself and your products.

Turkey Textile Export Target in 2021; \$42 billion

Turkey aims to export approximately \$12 billion in textiles and \$30 billion in finished garments in 2021

By developing lucrative agreements with globally famous brands and textile companies, the Turkish textile sector hopes to increase its production capacity to \$100 billion in the next few years.

The upward momentum in the field of technical textiles in recent years, the sector’s impressive production capacity, and Turkey’s strategic position between Europe and Asia, according to Ahmed Oksuz, President, Istanbul Textile and Raw Materials Exporters Association (ITHIB), offer the opportunity for potential partnerships that could bring tremendous benefits to all stakeholders.

In 2021, Turkey aims to export approximately \$12 billion in textiles and \$30 billion in finished garments. More than a million individuals are employed in this industry. According to Oksuz, the company is entirely compliant with EU rules and norms, and has cut carbon emissions at all of its sites.





Hayri Taşdemir, General Manager of the Elif Iplik Group

BRÜCKNER CONVINCES WITH HIGHEST PERFORMANCE

The Turkish textile company Elif Iplik was founded in 1999.

In the beginning, the focus was on yarn production and the trade of textile raw material, later they added their own knitting mill.

The Elif Iplik Group has continued to grow and develop and is now one of the pioneers of the Turkish textile industry. In 2017, the company expanded by building its own dyeing and finishing facility.

With daily production of about 40 tons of fabric required investment in many new machines from the start-up. The German textile machinery manufacturer BRÜCKNER was in strong competition with local manufacturers from the very beginning.

Due to the considerable investment volume, Elif Iplik decided for only two stenters by BRÜCKNER and for two further stenters by a local manufacturer. Since 2018, the dyeing and the finishing are successfully in op-

eration and the new lines are all producing directly side by side, so Elif Iplik has a direct comparison of the two stenter manufacturers, which will prove to be very important for them later on.

Elif Iplik has long been active and successful not only in Turkey, but now exports to many European countries such as Italy, France, Portugal, Spain, Poland and Great Britain.

There are also more and more customers for the company in international markets such as Russia, Brazil, Argentina or North African countries such as Tunisia, Morocco or Algeria. As a result, production capacities have to be constantly adjusted, most recently at the end of 2020 for a additional 10 tons of textile production per day. Thus, the acquisition of a stenter was once again on the agenda.

During the last two to three years, Elif Iplik had enough time to com-



pare the BRÜCKNER lines with the other two local machines, especially with regard to quality, energy efficiency, user-friendliness, maintenance and productivity. Despite a certain price difference, they clearly decided to buy another BRÜCKNER line.

The advantages offered by a BRÜCKNER machine are obvious: Both BRÜCKNER staff and colleagues of the Turkish BRÜCKNER agency INTER TEKSTIL were constantly at the customer's side from the very beginning and supported him throughout with words and deeds.

During the commissioning of the lines, the complete operating team at Elif Iplik was extensively trained and various types of training for the operation of the line were carried out. Afterwards, BRÜCKNER regularly supported the customer with regard to cleaning and maintenance and gave technological tips for the optimum setting of the ma-

number of world buyers and these figures can grow when we enhance our competitiveness and diversify our markets.

Kenya can borrow best practices from Bangladesh, a rising giant exporter of textiles and apparels. Bangladesh exports about 33 billion dollars worth of apparels to the world. 6 billion of these exports are to the United States while about 27 billion are to the European Union and the rest of the world.

Putting these figures into perspective, Bangladesh's textiles and apparels exports are about 700 billion Kenya Shillings higher than Kenya's 2017 National Budget. Secondly, Bangladesh exports performed about 18 times better than Kenya in the US market in spite of the fact that Kenya enjoys duty free access to the US market which is not the case with Bangladesh. Thirdly, Bangladesh performs very well in the European market, in spite of the fact that both Kenya and Bangladesh have duty free access to that market.

The textiles and apparels sector has historically been the pioneer industry that drives industrialization around the world. An analysis of major international companies illustrates this as many of them started out with operations in the textiles and apparels sector value chain. The situation is not different in Kenya as many of Kenya's top companies have their genesis in the textiles and apparels sector. The growth of the value chain in Kenya will translate to more players in the manufacturing space and who will ultimately diversify into other manufacturing sectors.

The sector has the ability to fill in the gaps in our economy, our social challenges and our industrialization journey. With the coming of the 4th industrial revolution and the changes in the global manufacturing, consumption and sourcing dynamics; Kenya lies at a good position to turn the waves into energy that will propel the country to the next frontier.



LIST OF LOCAL COMPANIES IN THE KENYA TEXTILE AND APPAREL SECTOR

Here you can find most of textile manufacturers in Kenya with design, production and distribution of quality clothing and fabrics which are generally made through weaving, knitting, binding or crocheting.

1. Spin Knit Limited
2. Rivatex East Africa Limited
3. Thika Cloth Mills
4. Sunflag Textile & Knitwear Mills
5. Spinners & Spinners Ltd
6. Fine Spinners Ltd
7. Alliance Garment Industries Ltd
8. KEMA East Africa Ltd
9. Supra Textiles Ltd
10. Special Towel Manufacturers
11. United Footwear Ltd
12. African Leather Industries Ltd
13. C&P Industries Limited
14. Bantu Shoes
15. Peponi Footwear Industries
16. Macquin Shoes Ltd
17. Crown Industries Ltd
18. Adix Ltd
19. United Aryan EPZ Ltd
20. Brother Knitwear factory Ltd
21. Alliance Garment Industries
22. Kenyamasken Garments Ltd
23. Spin Knit
24. Ken Knit (Kenya) Ltd
25. Kenya Association of Manufacturers
27. Exporting Processing zone Authorities
28. Ashton Apparel EPZ
29. Cotton Development Authority
30. Association of Fashion designers
31. Kenya Private Sector Alliance
32. Kenya Revenue Authority
33. Kiboko Leisure wear Ltd
34. KIKOROMEIO (Kiro Ltd)
35. Kimili Africa
- 36 Kitui Ginneries Ltd
37. LOULOU CREATIONS
38. Makueni Ginnery Makueni
39. MEFA Creations Nairobi
40. Micro & Small Enterprises
41. Midco Textiles (EA) Ltd
42. New wide Garments Kenya
43. Rupa Mills (EPZ) Ltd
44. Sandstorm
45. Technology Development Center
46. Tosheka Textiles Makueni
47. TSS spinning & weaving mills
48. Ultra Kenya Ltd
49. Africa of Women Entrepreneur
50. Alltex EPZ Ltd Ruiru
51. Alpha Knits Limited
52. Equator Apparels



- Part of Busia County

Why the Textiles and Apparels Sector?

The textiles and apparels sector has been identified as a priority sector by the Kenyan Government. Its prominence in the manufacturing pillar under the Big 4 Agenda and the Kenya Industrial Transformation Program is a manifestation of its soft spot in the government's thought processes. But why should the government concentrate on growing the textiles and apparels manufacturing sector?

Kenya has an unemployment rate of 39.1%. The textiles and apparels sector has the ability to create a large number of employment opportunities within a short duration of time. The development of sector's farm – fashion value chain presents the country with immense opportunities in cotton farming, textile mills and apparels/fashion industry. A fully developed value chain has the capacity to employ about 10% of the country's population. Additionally, cotton farming and apparels manufacturing are very labour intensive; thus being a source of much needed employment opportunities. The value chain is also an important driver of inclusivity as it employs women in excess of 60%.

The textiles and apparels sector is currently a critical foreign exchange earner in the manufacturing industry. Kenya as at now is the largest exporter of apparels under AGOA with about Ksh. 35billion worth of exports in 2017. With the changes in the global apparels sourcing supply chain in the world, Kenya has been able to attract a substantial

window of time to capture market opportunities duty and quota-free. Kenya is in a strong position to capitalize on AGOA: the country already captures more than a third of all apparel exports from Sub-Saharan Africa to the US. In addition, 70 percent of Kenyan apparel firms have a US dominant market orientation. Other initiatives to strengthen manufacturing have been the new government's favourable tax measures, including the removal of duty on capital equipment and other raw materials.

The key challenges are:

- Lack of policy coherence and institutional alignment,
- Low level of value addition and a disconnect between the apparel sector and the rest of the value chain segments,
- Supply side constraints with regards to quality and price of fabrics, with focus on afro-centric cloth and garments,
- Weak business environment,
- High cost of production and built-in systemic inefficiencies,
- Lack of market readiness,
- High cost and difficulties to access credit and finance,
- Predominance of SMEs

operating in the informal sector,

- Lack of visibility of the Kenya's design capabilities and absence on the formal retail platform,
- Illicit imports and negative impact of second hand clothing,
- Lack of a clear national policy on textile and apparel.

Main Cotton Growing Areas In Kenya

Cotton is one of the main cash crops grown in Kenya. Kenya currently produces an average of 25,000 bales of cotton, which is way much below the current demand of about 200,000 bales. This means that a lot of cotton is imported from other neighbouring countries to cover the deficit.

Cotton is drought tolerant and is mostly grown by small scale farmers in semi-arid regions in the country. It takes about 6 to 8 months to mature. In Kenya, cotton is sown between April- June and harvested from November- February.

- Siaya
- Homa Bay
- Embu
- Meru
- Kirinyaga
- Lamu
- Tana River
- Kitui
- Machakos
- Makueni

ONLINE CLOTHING STORES IN KENYA

Online Shopping stores have basically revolutionized how many people do their shopping and online cloth stores are just some of the major players in the Kenya online shops' industry.

www.tiqueaboutclothing.com

www.killimall.co.ke

www.saraiafrique.com

www.styleconnection.co.ke

www.vivoactivewear.com

www.airionline.com

www.2nu.co.ke

Nevertheless, only a fraction of that land is under cotton cultivation. Current production of cotton lint in Kenya is approximately 7,000 tons versus a potential production of 200,000 tons of lint or 750,000 tons of seed cotton.

The production has been volatile for the last few years and has not been sufficient to meet the domestic mill requirement. As a result, Kenyan firms import cotton from neighboring cotton-producing countries such as Uganda and Tanzania.

The Kenyan textile and apparel value chain consists of input providers, yarn spinning companies, semi and wholly integrated weaving / knitting / dyeing / finishing mills and plants, and design and sewing firms.

The sector is under the auspices of the MOIED and is supported by broad private sector associations and training institutes. Crucially, no single association exists to represent the apparel and textile sector as a whole vis-à-vis the government and each other. Of Kenya's top ten apparel exports, six are cotton products and four

are man-made fiber products. Almost half of Kenya's apparel exports to the US are in women and girls' cotton trousers, slacks, and shorts, and manmade fiber slacks, breeches, shorts, knit shirts, and blouses.

The apparel sector in Kenya has a three tiered structure: in the EPZ, there are 21 large companies, and outside the EPZ there are 170 medium and large companies and more than 70,000 micro and small ones. Raw materials and overheads are the main cost drivers of these firms.

The government of Kenya's Vision 2030 identifies the garment and textile sector as a driver of industrialization. Currently the sector contributes to 7 per cent of the country's export earnings. Sub-Saharan Africa. Kenya. Textile, leather, garment, shoes and textile services. It employed about 30 percent of the labour force in the national Cotton Farming Ginning Weaving & Knitting Dyeing & Finishing Garment Making manufacturing sector.

The industry also supports the livelihoods of over 200,000 small-scale farmers by providing markets for cotton.

Opportunities for Investors

The main policy instruments for promotion include a combination of tariffs and import quotas supported by foreign exchange allocation measures. In March 1996, the presidents of Kenya, Tanzania, and Uganda re-established the East African Community (EAC). The EAC's objectives include: harmonizing tariffs and customs regimes, free movement of people, and improving regional infrastructures. In March 2004, the three East African countries signed a Customs Union Agreement. Kenya's inclusion among the beneficiaries of the US Government's African Growth and Opportunity Act (AGOA) has given a boost to manufacturing in recent years.

Since AGOA took effect in 2000, Kenya's clothing sales to the United States increased from US\$44 million to US\$270 million (2006). AGOA was set to expire at the end of 2015, and this may have spurred companies to grow to take advantage of its last few years.

AGOA was renewed in June 2015 for another 10 years. This is expected to be a game-changer as it provides both investors and companies with a significant



per cent compared to 6.5 per cent in the corresponding quarter of 2018 according to Kenya National Bureau of Statistics. The growth, albeit significantly slower than that of the first quarter of 2018, was mostly supported by growths in the service sector industries such as wholesale and retail trade, transportation, accommodation and food services, financial and insurance activities.

Cotton, Textiles and Apparel Industry Structure

The cotton, textiles and apparel (CTA) industry is Kenya's second largest manufacturing industry after food processing and has been classified as a core industry. Kenya's CTA manufacturing value chain comprises researchers, ginners, farmers, spinners, input suppliers, textile manufacturers and extension service providers, to name but a few. It is estimated that approximately 40,000 farmers are involved in cotton farming, while the overall sector provides livelihood to approximately 200,000 households according to Kenya Investment Authority (2016).

Cotton in Kenya is mainly grown by about 30,000 to 45,000 smallholder farmers in arid and marginal regions, under rain-fed conditions on small land holdings of about one hectare.

Most of the country's cotton is cultivated in the Coast Province, Western Province and Eastern Province, and the rest is cultivated in Central and Rift Valley Provinces. Kenya has an estimated 385,000 ha of land that is suitable for cotton – 350,000 rain-fed and 35,000 irrigated – with a production potential of more than 300,000 tons of cotton seed.



Table 4. List of Textile Technology Supplying Markets to Kenya (HS Code 8445, Machines for preparing textile fibres; spinning, doubling or twisting machines and other machinery; Unit: US Dollars and values are in 000)

| Exporters | Imported value in 2014 | Imported value in 2015 | Imported value in 2016 | Imported value in 2017 | Imported value in 2018 |
|--------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| World | 503 | 6,641 | 1,112 | 1,081 | 11,928 |
| India | 150 | 251 | 17 | 350 | 11,463 |
| Italy | 36 | 47 | 40 | 165 | 105 |
| Taipei, Chinese | 57 | 0 | 62 | 66 | 105 |
| Switzerland | 0 | 0 | 0 | 357 | 98 |
| China | 196 | 269 | 786 | 105 | 86 |
| United Kingdom | 4 | 0 | 0 | 0 | 68 |
| Germany | 0 | 405 | 173 | 5 | 2 |
| Austria | 0 | 1,464 | 0 | 0 | 0 |
| France | 39 | 0 | 33 | 0 | 0 |
| Hong Kong, China | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Korea, Republic of | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Malaysia | 0 | 95 | 0 | 0 | 0 |
| Pakistan | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Slovenia | 0 | 4,109 | 0 | 0 | 0 |
| Spain | 0 | 0 | 0 | 21 | 0 |
| Turkey | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| USA | 0 | 0 | 0 | 10 | 0 |

Source: <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/statistics-export-product-country/>

growth forecast for 2020 stands at 5.9%. Growth in 2018 was driven by favorable harvests, a resilient services sector, positive investor confidence and a stable macroeconomic environment.

Nonetheless, the demand side shows significant slack with growth driven primarily by private consumption while private sector investment remains subdued. So far in 2019, a strong pick-up in economic activity was underway for Q1 of 2019 as reflected by real growth in consumer spending and stronger investor sentiment. A current press release of the world bank has read Kenya's Economic Outlook remains stable amid threats of drought in 2019. Speaking of sustainability, the government has set an action plan agenda of The "Big Four" priority projects: Enhancing Manufacturing (9.2% to 20% of GDP by 2022), Food Security and Nutrition, and Universal health coverage and affordable housing.

Overview of the Textile Industry in Kenya

Economic history shows that the clothing and textile industry played an important role in the industrialization of today's developed countries. This is because of the industry's unique characteristics of being labour



Table 2: Major Textile and Apparel Import and Export Partner of Kenya: Two-way trade between Kenya and USA

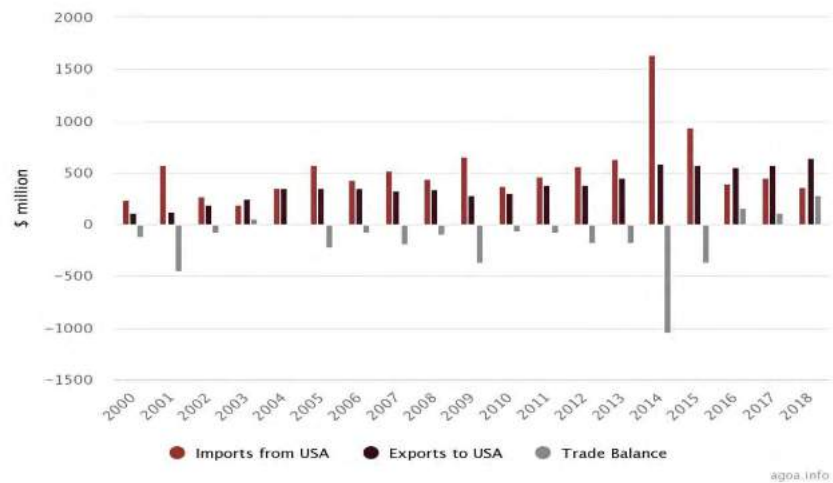


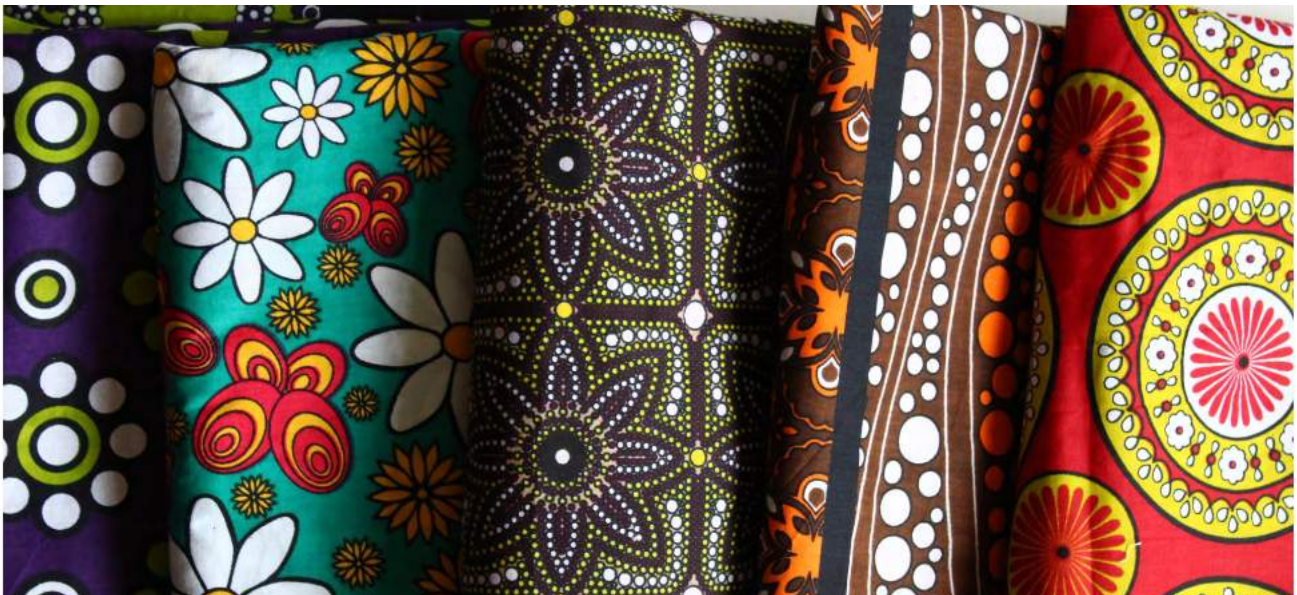
Table 3 Comparison of costs and competitive factors between Kenya and major T & C competitors

| Estimated values | Kenya | Ethiopia | United Republic of Tanzania | India | China | Viet Nam |
|---|------------|----------|-----------------------------|---------|-----------|----------|
| T & C export value (US\$ millions, 2013) | 377 | 94 | 248 | 40 192 | 273 959 | 21 534 |
| Cotton production (thousands of 480 lb. bales) | 32 | 175 | 375 | 30 000 | 30 000 | 17 |
| Cost of labour (US\$ per month) | 110-150 | 50-60 | 70 | 175 | 550 | 180-200 |
| Labour skills | Low-medium | Low | Low | High | Very high | High |
| Cost of electricity (US\$/kilowatt-hour [kWh]), estimated average | 16-18 | 2 to 5 | 12 | 7 to 12 | 9 to 15 | 8 |
| Percentage of annual sales lost to electrical outages | 5.6 | 2.6 | 5.5 | 2 | 0.1 | 1.1 |
| Cost of construction (US\$ per ft2) | 21 | 40 | 34 | 18-20 | 15-20 | 20-25 |
| Lending rates (Annual Percentage Rates, estimated) | 14-18 | 8.5 | 19 | 7 to 13 | 7 | 6 to 7 |
| Time to clear Customs, inputs+ exports (days) | 31 | 37 | 44 | 12 | 17 | 15 |

Source: – Ministry of Industry Investment & Trade (MOIT); Kenya Textile and Clothing Value Chain Roadmap

intensive and its links with other sectors of the economy such as agriculture. More strongly, it has been even suggested that developing countries wishing to industrialize should begin with clothing and textile industries,

studies indicate. Last year, Al Jazeera, had just read the fact that Kenya looks to boost local textile industry. However, it highlighted the impediments out surfaced in this sector in Kenya. Second-hand clothing donations are creating a dilemma for the Kenyan economy and the growing trend of imported second hand clothing. Government figures show that in 2014, second hand clothing contributed \$95m to the Kenyan economy that grew to \$128m dollars by 2016. Following the Economic activity being notably subdued in the first quarter of 2019, relative to the performance recorded in the same quarter of 2018. During the period, the economy expanded by 5.6



TEXTILE INDUSTRY IN KENYA



Introduction

The Republic of Kenya is a country in Africa with 47 semiautonomous counties governed by elected governors. At 580,367 square kilometers (224,081 sq mi), Kenya is the world's 48th largest country by total area.

With a population of more than 52.2 million people, Kenya is the 27th most populous country. Kenya's capital and largest city

is Nairobi while its oldest city and first capital is the coastal city of Mombasa.

Kisumu City is the third largest city and also an inland port on Lake Victoria. Other important urban centers include Nakuru and Eldoret.

Kenya's economic growth

Kenya's macroeconomic outlook has steadily posted robust growth

over the past few decades mostly from mega-infrastructure road and railway projects. However, much of this growth has come from cash flows diverted from ordinary Kenyan pockets at the microeconomic levels. In 2017, Kenya ranked 92nd in the World Bank ease of doing business rating from 113rd in 2016 (of 190 countries). Kenya's real gross domestic product is projected to grow by 5.7% in 2019, a slight decrease from the estimated 5.8% growth experienced in 2018, according to the new World Bank, Kenya's Economic Update.

While the medium-term growth outlook is stable, Kenya's economic growth is said to be soften this year. Mainly due to erratic weather conditions which will have a direct negative impact on agricultural products (The key driver of growth in Kenya and a major contributor to poverty reduction).

the report notes that recent threats of drought and continued subdued private sector investment could drag down growth in the near-term. The

Table 1. The Growth Comparisons of the first quarters of 2018 and 2019 for Kenya

| Growth Comparisons of the first quarter of 2018 and 2019 in % | 2018 | 2019 |
|--|------|------|
| Agriculture, Forestry and Fishing sector | 7.5 | 5.3 |
| Manufacturing Sector | 3.8 | 3.2 |
| Credit Extended to the manufacturing sector by commercial bank | 12.1 | 7.1 |
| Construction | 6.6 | 5.6 |
| Electricity and water | 6.5 | 6.1 |
| Transport & Storage | 8.5 | 6.7 |
| Accommodation & Food Service Activities | 13.1 | 10.1 |
| Finance & Insurance | 5.2 | 5 |

Source: Kenya National Bureau of Statistics



Source: The Kenyan Textile and Fashion Industry Report



PANDEMIC ACCELERATES DIGITAL TRANSFORMATION PROCESS IN TEXTILE SECTOR

The Covid-19 pandemic that hit the world a year ago has also severely impacted the textile machinery sector.

At ACIMIT's general assembly, the association representing the Italian textile machinery manufacturers, this was seen as an opportunity to consider what the sector had lost in 2020, while also presenting a variety of future projects to relaunch the industry.

In 2020, Italy's production of textile machinery fell by 22% compared to the previous year, with a similar drop in exports (-21%).

Weighing heavily on this situation was a near total stop in production between the first and second quarter of 2020, while the recovery in the second half of the year was only partial.

Travel restrictions have contributed negatively to performance in the industry, and still do not allow companies to seize the opportunities created by a recovery of the textile sector.

ACIMIT president Alessandro Zucchi

commented that, "in this first half of 2021, however, the overall economic situation appears to be improving both in terms of exports and in our own domestic market in Italy. The resumption of trade fair events in attendance in our sector has provided a positive sign of a progressive return to normal business conditions."

Nonetheless, for many companies the pandemic's legacy has also had a positive side. "Entrepreneurs in the industry have realised the urgency of enacting a digital transformation of their business," stated Zucchi.

"This is precisely why ACIMIT has accelerated its Digital Label project for certifying Italian textile machinery that adopt a common set of data, in order to more easily integrate with the operating systems of their client businesses (ERP, MES, CRM, etc.)."

"The competitive edge of each individual company, as for the entire industry," recalled ACIMIT's president, "will increasingly depend on the level of digitalization to which we will have been able to elevate our production and organizational processes.

ACIMIT's digital certification wants to achieve this goal."

In addition, the general assembly confirmed Alessandro Zucchi, who is CEO and partner of the company Ferraro, as the ACIMIT's president for two more years. Also confirmed were the charges of Federico Businaro as vice president (Santex Rimar Group), Cristian Locatelli (Marzoli, Camozzi Group) and Andrea Piattelli (Unitech). The latter are joined by Ugo Ghilardi (Itema Group), elected vice president for the first time.

Lastly, during the assembly ACIMIT awarded a historic group of associated machinery producers, which since ACIMIT's founding in 1945, or from its inception (companies that entered the group prior to 1950), have been a part of the Association.

These companies are: Crosta, Gaudio, Marzoli, Mezzera (a brand owned by Reggiani), Noseda, O.C.T.I.R. (an Autefa Solutions Italy brand), Reggiani, Sant'Andrea, Savio and Zonco.



Autoneum carpets now even more eco-friendly

Autoneum carpet systems already meet the highest standards of sustainable mobility due to their high content of recycled fibers.

Thanks to an alternative back coating (ABC) process, Autoneum carpets are now becoming even more environmentally friendly: By replacing the latex commonly used in standard back coatings with thermoplastic material, the recyclability of carpets at the end of product life is further improved.

In addition, the innovative manufacturing process greatly reduces water and energy consumption and thus CO₂ emissions in production.

Lightweight, textile-based carpet technologies such as Di-Light or Relive-1 significantly improve the environmental performance of carpets. For example, Di-Light-based carpets consist of up to 97% recycled PET; aside from that, they are around 20% lighter than conventional needle punch carpets, thus contributing to lower fuel con-

sumption and CO₂ emissions from vehicles.

In addition, Autoneum needle punch carpets are now even more sustainable thanks to the innovative ABC process, which uses a thermoplastic adhesive instead of latex in the back coating: Unlike latex, thermoplastic adhesives can be heated and melted down together with the carpet components made of pure PET at the end of the product life cycle, which facilitates recycling considerably.

Furthermore, since the fibers of the thermoplastic mono-material are easier to open, carpet cut-outs can be reclaimed more easily, thereby reducing the consumption of natural resources as well as waste volumes and thus CO₂ emissions. The environmental performance of Autoneum's needle punch carpets, which already contain a high proportion of recycled PET, is thus

further improved.

Moreover, back coatings without latex improve the sustainability of carpets not only thanks to better recyclability at the end of the product life cycle. Since the application of the thermoplastic adhesive using the innovative ABC process consumes significantly less energy than the production of latex-based back coatings and does not require any water at all, the environmental impact can already be minimized in the manufacturing process.

Additionally, thermoplastic adhesives developed in-house by Autoneum will open up new possibilities in the future for adapting back coatings to the individual needs of vehicle manufacturers in terms of their acoustic performance, stiffness and abrasion resistance.

Models from various customers in Europe and North America are already equipped with latex-free needle punch carpets from Autoneum. In the near future, back coatings with thermoplastic adhesives will also be used for Autoneum's tufted carpets. Production of the new, even more sustainable generation of tufted carpets is scheduled to start in early 2022.



“COVER NEW GROUND”: Breaking new ground with DOMOTEX 2022

The lead theme for DOMOTEX 2022 puts the topics of health and well-being, naturalness and sustainability on center stage for a fresh perspective on the world of carpets and floor coverings.

Hannover, Germany. As DOMOTEX prepares to enter its 33rd season from 13 to 16 January 2022 in Hannover, “COVER NEW GROUND” has been announced as the show’s lead theme.

The theme has been chosen as a way of giving center stage to topics of major current and future societal relevance, namely natural and sustainable environments for work and living.

As such, COVER NEW GROUND also stands for a fresh take on floors and floor coverings as the veritable foundation of interior design. New applications, trends and innovations are all waiting to be discovered at DOMOTEX 2022.

Even with as much as six months still to go until the gates open to visitors, 95 percent of the available floor space has already been booked. The show’s organizers and exhibitors are correspondingly optimistic, and looking forward to a lively event in January – not least due to this being the first Hannover-based trade show in quite some time to be staged as a physical, on-

site event, with digital participation options also available.

Referring to the show’s lead theme, Sonia Wedell-Castellano, Global Director of DOMOTEX at Deutsche Messe, explains: “The mindful use of resources, the pursuit of a circular-flow economy, new approaches to sourcing, health and well-being at home and at work, the wave of online trade permeating every segment of modern life – all this is of key relevance to society, and is thus also shaping the flooring industry and DOMOTEX as its flagship fair.

‘COVER NEW GROUND’ explores how sustainable and healthy materials are making huge inroads into living and working environments, as well as how floor coverings are rising above the floor-bound realm to star as innovative decorative elements in totally new roles.

COVER NEW GROUND is about being innovative, exploring new horizons and breaking new ground. The name of the game is creating healthy, sustainable and at the same time inspiring spaces. But DOMOTEX also covers other hot topics affecting the sector, among which are the challenges, risks and opportunities created by supply bottlenecks, as well as promising ways of responding to them,” sums

up Wedell-Castellano.

“New Coverings”, “New Grounds” and “New Ways to Market”: three focus topics to underpin the DOMOTEX lead theme

“New Coverings” addresses today’s growing interest in healthy living and working environments, a commitment to environmentally friendly materials and manufacturing processes, and the circular economy with the aim of creating balanced and at the same time trend-conscious spaces for living and well-being. “New Coverings” focusses on innovative solutions and products that play into circular-flow objectives.

The second focus topic – “New Grounds” – features sophisticated flooring applications in the contract business, e.g. the outdoor use of carpets, wood and composite flooring or the merging of indoor and outdoor areas. In other inspired applications, flooring and floor coverings are used for wall decoration purposes, or even as an integral part of furniture and fabrics, demonstrating just how versatile and impactful they can be in defining the look and feel of interior environments.

“New Ways to Market” – the third and last focus topic – highlights the importance of adeptly responding to changing conditions. Markets are subject to constant change, e.g. in terms of import and export conditions, supplier relations, digital services and the appearance and rise of new online trading platforms, all of which are changing the face of the economy.

As a global marketplace and source of inspiration, DOMOTEX 2022 will address the key issues facing the flooring industry and provide answers to all the questions on participants’ minds. The next edition will be held as a hybrid event from 13 to 16 January (Thursday through Saturday) at the Hannover Exhibition Center.

THE IMPORTANCE OF PHYSICAL CONTACT WITH FASHION AT MOMAD

The event, which will take place on September 17, 18 and 19, will be a unique opportunity to meet again

Madrid, July 19, 2021 - MOMAD, the International Fashion, Textile, Footwear and Accessories Fair is a reality, and during the dates in which it is held, it will become a space where exhibitors and professionals can once again feel the excitement of fashion and boost the sector.

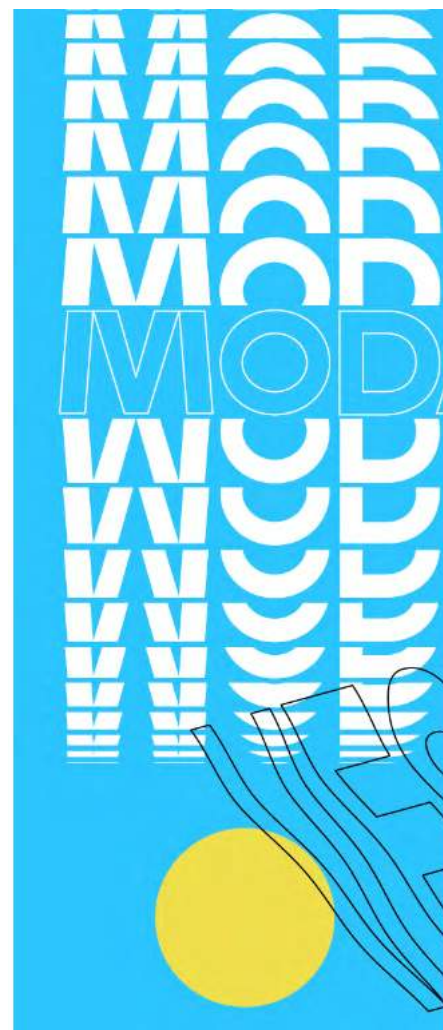
The event, which has become the most important in southern Europe, will host more than 150 companies that have already confirmed their presence, among which the participation of international companies stands out in this new on-site edition. Thus, MOMAD will bring together exhibitors from Colombia, France, Greece, Italy, Poland, Portugal, the United Kingdom and Turkey.

With this in mind, MOMAD has developed the “Because It Makes Sense to Return” campaign to motivate, encourage and boost the fashion industry’s desire to strengthen its business and the sector. MOMAD seeks to excite, touch the heart and, above all, to raise awareness of the importance of the fashion, textile, footwear and accessories sector.

Sense of touch in fashion

The campaign alludes to the five senses through which fashion is perceived and felt. One of the most special is touch, the desire to again physically feel the emotion of every quality of fashion. Touching a piece of clothing, an accessory or a fabric becomes a unique sensation, which can only be perceived upon physical contact.

This is where the importance of



this sense linked to design, fabrics and materials and fashion creations lies. The texture of an item, or the impact of that first time you encounter it, generates a special bond that only occurs through physical contact. To understand fashion, footwear or accessories it is vital to establish that contact, that journey that MOMAD will favor through perception through one’s senses.

This sensory experience can be experienced at MOMAD, from September 17 to 19 in Hall 8 of IFEMA MADRID. The fair will be held in hybrid format and will be the best reflection of the momentum that will favor the return to activity in this sector.



▶ **As you know, 2020 was a nightmare and the pandemic is still dominating the whole world. How will you define the evaluation of the Indian Textile Industry during this pandemic?**

Honestly, before the pandemic occurred, we were just a regular startup struggling our way towards growth. But with the rise of infected covid-19 patients, the lockdown was declared and during the lockdown, more and more people started approaching and demanding us for our product.

It took me by surprise at first but we soon had to buckle up and deliver to everyone! In a year's time, we are a team of 5 to 20+ members catering to the market demands. So yes business is impacted positively and we are confident in paving our way towards the growth of our company.

It is said that Difficult roads often lead to beautiful destinations. I feel 2020 was one of those difficult roads for the textile indus-



try but we have tried our best to utilise these days and there is a beautiful destination waiting for all of us in the near future.

Also, the Indian textile sector has a very strong fight back power and we all will see that it will definitely bounce back with a good trade number along with a very positive approach to growth.

▶ **What according to you is the reason for the increase in exports of Indian textiles in the previous decade?**

India has always been a major supplier of fine quality textiles to the world. With the fulfilment of the demand and supply gap, we have been able to rise above most of the other nations. Looking back a few decades, it is easy to say that the Indian Textile Industry's growth has been phenomenal.

Many historic policies and reforms have been made in the past, which have eventually brought us here today to grow our market even more.

The adaption of digitalisation has helped the textile industry to be globally available and has brought the market closer to the manufacturers





When we speak about biofuels we need to understand that there are many factors and procedures to consider and not everyone can do it.

So it is not as easy to get into that sector as we usually think. There are lab procedures, machine technicalities and in-depth knowledge of science needed to work with biofuels. And I have a masters degree in business administration, so I'm aware of the market trends and how I can cater to them within different market fields.

I also met my co-founder of Hemp Affair during my last job and realised that textile is our strength and we together have end to end solutions from fibre to fabric. The demand for textile products in the market is easily measurable and known. The fact that India ranks second as the textile hub of the world also pushed us into this field. India has outstanding recognition for its handlooms and we felt that this is what we can give out to the world at large!

▶ **What are the special char-**

acteristics of hemp textiles? Why is it a good choice for sustainable fabric lovers?

Hemp textiles have proven to be UV resistant, 3x times stronger than cotton and the strongest and long-lasting fibre ever. The lifespan of hemp fabric is more than 10 years

because it doesn't degrade as much as other fibres do. It can be blended with all types of natural and synthetic fibres which makes it even more useful. Hemp production doesn't require many chemicals which helps in increasing its durability.

These are some of the major characteristics which might

make you think of an eco-friendly shift.

▶ **How will you evaluate India's Hemp Fibre production?**

Hemp fibres were used for the production of huge boats, ropes, paper and lamp fuels in the 16th century, however, it was banned due to its famous brother marijuana. But with the increase of climatic change, many scientists have come forward to introduce hemp once again as a very crucial plant.

Looking minutely into the Indian hemp production, the government of India has given legal growing rights to certain states to continue using it for medicinal purposes. However, with the global interest in the economic sector of hemp, India too has started to understand the importance of hemp and increase its production capacity. The evaluation is steady but it definitely is seeing the daylight.





There's Infinitely More To Hemp

Interview with Mr Arpit Agrawal – Co-Founder of Hemp Affair

▶ Give us a brief background about yourself and how you started Hemp Affair?

My name is Arpit Agrawal and I am the Co-Founder of Hemp Affair. I have a bachelor's degree in information technology and a master's degree in business administration and management. I have over 5 years of experience as a Senior Software Engineer.

It's interesting to talk about how I started with Hemp Affair because it was simply another day when I was reading an article on an online portal called "your story" about hemp which was a complete eye-opener for me. I had no idea there exists a plant for almost every aspect of

our social, environmental, and economic world.

Hemp is a proven solution to all of our water, land, and global warming concerns, as well as of the fast fashion industry. It has so many advantages that it cannot be compared to any other fibre. Hence, I got the curiosity to dig deep into knowing about hemp and how can I fulfil the demand and supply gap through it.

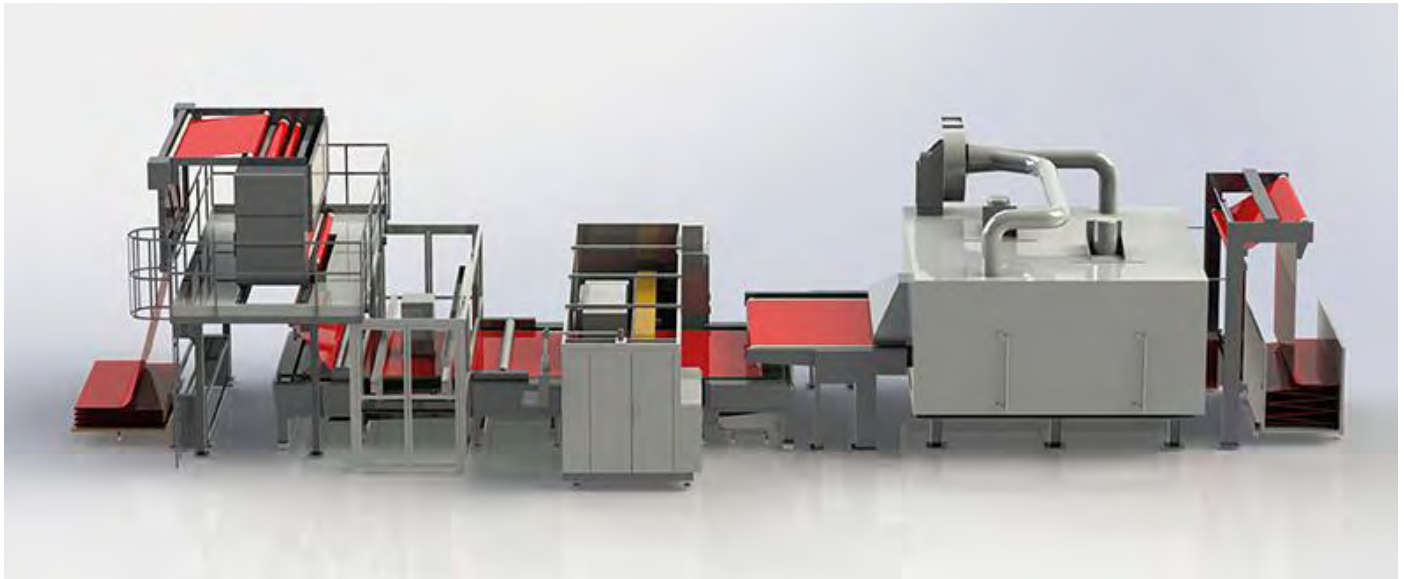
▶ Currently, there's a lot of buzz about sustainability in the textile industry. Why has sustainability become such an important aspect than ever?

All the processes of a textile

manufacturing company harm the environment in some way and now is the time when we adapt to sustainable methods to see a happy/green future. Some of the numerous strategies that we have personally chosen to preserve our sustainable environment range from procuring raw materials without fertilisers to applying dyes without chemicals.

The world is evolving so rapidly concerning trends and choices that many of us are overlooking the importance of climate change. In school we are taught about utilising the 3 R's, Reduce, Reuse and Recycle but how far have we understood its importance?

▶ How did you get the idea that you want to manufacture fabrics with hemp, and not enter into biofuels or other industrial products?



compliment in the towel printing industry. It is a superior product that is still of limited acceptance in some markets.

What can you tell us about the quality of the machine and the printheads?

All has come as advertised and promised by the vendor. No complaints at all.

Any comments on the after-sales support of ZIMMER AUSTRIA?

All required support has been on the point. They have been by our side through thick and thin.

COLARIS Digital Inkjet Printing Systems from ZIMMER AUSTRIA

The workhorse for any kind of heavyweight fabric and voluminous substrate incl. upholstery fabrics, velour, terry fabric and carpet products.

With a vast experience in digital printing incl. various multinational towel producers, we are the right partner to convert any design idea into high quality, value-added terry towels.

COMPELLING FEATURES

What makes a COLARIS printer an outstanding solution for terry fabric printing?

Experience and know-how gained from heaviest textile substrates, incl. woven carpet with a weight of up to 3,200 gsm

Solid and sturdy construction of the printer and all it's print line components

Flexible layout that offers various options for a fully integrated towel print production

Penetration booster system to work with ready for inkjet printing fabric

Optional features such as:

- ✔ Analog or digital inline pre-treatment system
- ✔ Inline weft alignment system

- ✔ Automatic cross border detection with design positioning to stay registered even with varying towel length
- ✔ Variety of different dryer solutions
- ✔ Inline fixation with SHS SupraFIX curing system
- ✔ Loop steamers for offline dye fixation
- ✔ SupraWASH for start-ups and small towel production units





COLARIS DIGITAL TOWEL PRINTING

SHRINATH COTFAB, INDIA – A SUCCESS STORY

Highly reputed towel manufacturer Shrinath Cotfab from Maharashtra, India has invested into a COLARIS Digital Towel Printing System in 2019.

The COLARIS.64-2600 is equipped with 32 Starfire™ M-type printheads and is complemented by a Bianco pin-wheel weft alignment system. Additionally, the print line is fitted with CHR-DPT inline ink-jet pre-treatment system and prints wet on wet with reactive inks. The dryer is a direct supply from Indian manufacturer Yamuna Machine Works Ltd.

Since start-up of the COLARIS print line, the company has constantly increased production capacity of digitally printed towels and continuously develops their market share, including global export.

Mr Amit, after more than one

year of production with a COLARIS Digital Towel Printing System, how do you comment your experience?

COLARIS is a brilliant machine. It has a lot of moving parts which might be daunting. Nevertheless, ZIMMER technical team has trained our operators and service staff who become real professionals to run operations smooth and efficient.

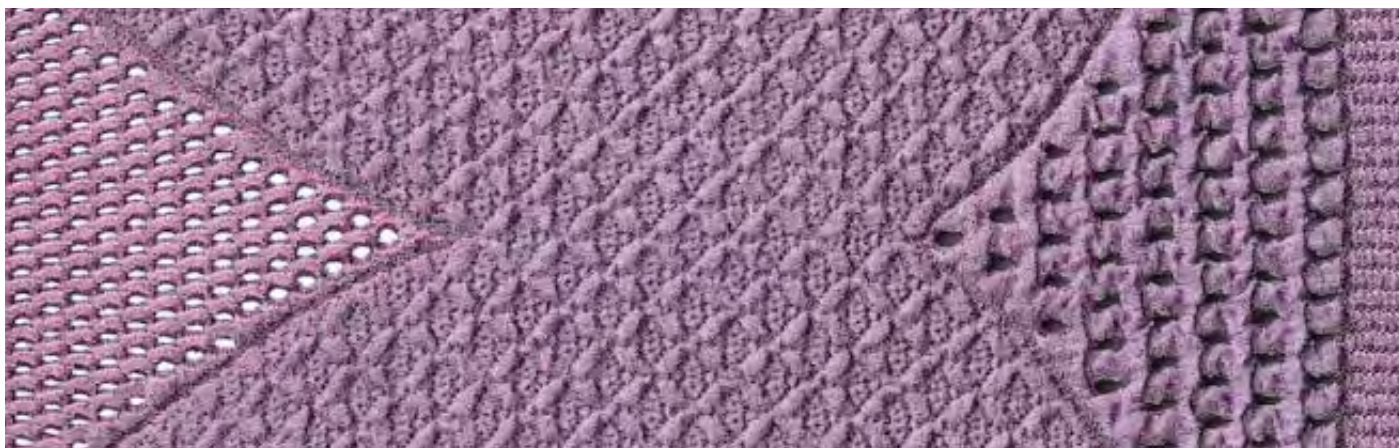
With the professional support by ZIMMER AUSTRIA, it has become a smooth-sailing ride.

How do you see the future in towel printing? Will digital printing replace traditional screen printing, or will it remain a complementary option?

We believe digital will be a nice



right – Mr. Amit Chandak (CEO) / left – Mr. Himanshu Sharma (Technical Head)



4D-KNIT ARTICLES IN A NEW GAUGE OFFER STYLE, LIGHTNESS AND A SOFT TOUCH

Dissolving design boundaries

Thanks to 4D-KNIT, KARL MAYER has redefined the notion of warp knitted spacer fabrics.

The term represents a completely new generation of spacer textiles that are based on the basic construction of conventional 3D warp knitted fabrics, but that significantly deviate from traditional designs.

The spacer layer is particularly different: the space between the upper and lower can be filled with bulked yarns to achieve unprecedented effects in performance and design.

In addition to a smooth pattern, two-tone colouring and breathable mesh zones as before, the two surfaces can have clearly pronounced relief designs – each with individual placements and dimensions.

Depending on the amount of filling and the design of the plastic motifs, a wide variety of pieces is possible, from cosy padded jacket fabrics that keep you nice and warm in winter to breathable textiles for

functional shoes, for example.

The new warp knitted spacer fabrics are produced on a RDPJ 6/2 EL FB, previously in gauge E 24.

To further explore the potential for the sportswear and outerwear sector, KARL MAYER's textile product developers have produced the first 4D-KNIT products on a jacquard double needle bar raschel machine in E 28.

New expression of fabrics for sports and leisure

Material processed in a gauge of E 28 is commonly used to produce fine elastic sportswear items. Skilfully threaded-in on the machine, the result was a fabric that weighed significantly less than its E 24 counterpart and felt soft to the touch.

What's more, the functional chic design hits just the right mark. With its two jacquard bars, the RDPJ 6/2 EL FB makes the front side and back side of the top as a single piece with fashionable 3-di-

mental bulky form – including every sophisticated design detail.

These include contours to mark the cut edges, flat bars for segmentation, open mesh parts and underpadded relief patterns with small-format geometric motifs.

The small repeat of high-low effects reduces the fabric's contact area on the skin and therefore minimises any unpleasant stickiness caused by sweat, while perfect thermoregulation for sport and leisure is ensured by breathable mesh areas with sufficiently large openings, and built-in elastic zones offer freedom of movement.

Yuji Yamamoto, Regional Product Owner for double needle bar raschel machines at KARL MAYER, wants to use the new series to appeal primarily to fashion and sportswear manufacturers. "The apparel sector in particular can benefit enormously from these new 4D-KNIT fabrics.

The low weight and soft feel guarantee a high level of wear comfort, and the yarn material in the spacing also offers good insulating properties with extremely low discharge of microplastic particles, since we do not use brushing or raising processes," explains the textile specialist.



SHAW CONTRACT DESIGN AWARDS 2021

ARE YOU A WINNER? JOIN US TO CELEBRATE THE BEST IN DESIGN

The 16th edition of the Shaw Contract Design Awards, once again places a spotlight on a diverse range of talents from across the globe, celebrating design in action and its social impact on the community.

Honouring some of the most unique and impactful designs in the world, the Design Awards programme recognises the creative vision of the architects and designers who inspire new ways of living, working, learning, and healing.

Encompassing Shaw Contract's Smarter Impact mindset, the evaluation criteria selects winners based on knowledge-led, human-centric and optimistic designs within the categories of hospitality, retail, healthcare, senior living, education, government, multi-family, and office sector.

The global programme is open to all professional interior design firms, architecture firms and end users, and projects must feature at least one Shaw Contract product as the predominant flooring in

the space.

This year, once again, the Design Awards will be held virtually with an elite panel of industry leaders from the global architecture and design community collaborating to select each Category and Final Award winners.

The category segments are hospitality, retail, healthcare, senior living, education, government, multi-family, small office, midsize office and large office.

Project Re-entries: All projects entered last year will be automatically available via the same website account "submissions" page as last year. Reach out to your Account Manager to know how your firm can have another opportunity to re-enter a project in this year's 16th edition.

Entry to our Awards is free and there is no limit on entries per firm.

Call for submission will open from July 6th, 2021 and close on Au-

gust 13th, 2021.

Prizes: Each winner receives a trophy and charitable donation of \$5000 to be awarded in the firm's name to an organisation/charity of its choice.

Eligible project designs must have been completed between January 1, 2019 and July 6, 2021.

HOW THE PROGRAMME WORKS

Phase 1- Category Judging

Mid-September

Phase 2- Announcement of Category Finalists (End-September)

Phase 3- People's Choice Voting Begins (Early-October)

Phase 4- Final Judging

Mid-October

Phase 5- Final Winners and People's Choice Winner Announced

End-October

Share your design with the world.

How many percent of your products use in Egypt domestic market and how many percent export to international markets? Tell us more about your export destinations.

About 65-70% of the production of Oriental Weavers is exported and around 30-35% is sold in the domestic Egyptian market. We export to more than 130 countries worldwide. Our main export markets include USA, MENA region, Germany, Japan, Brazil, UK, Australia, and Africa.

How do you evaluate the Carpet industry in Egypt?

The carpet industry in Egypt is very competitive due to the fact that government supports the industry through providing several incentives, like tax-free incentives for free zone areas, export rebates, etc.

Also, major costs associated with the industry, like labour costs, utilities, etc., are very competitive when compared with other countries in the world. Oriental Weavers is the leading producer in Egypt with a market share of almost 90% of what is produced in the country.

We should rely more on sustainability and green products, how we can improve sustainability in Carpet and flooring industry?

Sustainability themes and projects are very important to add more value to the industry in general. There should be more focus on introducing more and more rugs made of recycled yarn and would help enhance the concept of the "green economy". Also, improving sustainability should



involve reducing pollution outputs related to the industry and using more sources of clean energy.

Oriental weavers is a leading company in the production of green and sustainable flooring, what is Oriental weavers policy and plans for improving sustainability in final products?

It is very important for Oriental Weavers to start developing and introducing rugs and carpets that are made of eco-friendly material. Such rugs would be recycled, recyclable and traceable in order to help with the concept of the 'green economy' with the main focus on sustainability.

Also, using clean energy sources, as much as possible, is implemented gradually in OW, like using solar panels, solar lightings and working to decrease carbon dioxide emissions. Introducing rugs made of harmless and eco-friendly material is one goal among OW's long term strategic goals.

What is Oriental Weaver's main strategy to maintain its position as the market and industry leader?

Oriental Weavers is a very dynamic company whether in terms of production, development, sales, or other related activities. The company has aggressive plans to expand its capacity for production of yarn and rugs extensively with main goal of improving service level offered to customers and enhancing the concept of 'economies of scale' more efficiently to keep developing and offering the best quality rugs with the highest possible value.

The company also has plans to hire and train its workforce and invest in the OW team as part of the company's belief in the importance of human capital as a main pillar for the advance and growth of the company. Finally, there are ambitious plans of OW to expand in both domestic and export markets through adding new showrooms domestically and gaining higher market shares in major export markets.

Oriental weavers; export carpet to 130 countries

Interview with Mr. Hany Amin
Export Director, Oriental Weavers Carpet Co.



The Oriental weavers company was established in 1979 by Mr. Mohamed Farid Khamis.

The founder, Mr. Mohamed Farid Khamis, established the company on the 10th of Ramadan city in Egypt, which is a famous industrial city in Egypt.

Oriental Weavers had the vision to become the leading manufacturer in the industry and the company started to be vertically integrated where it produces most of its raw materials. The company grew over the years to be the largest company in the world producing machine-made rugs and currently exporting to more than 130 countries worldwide.

Which kind of Carpet and flooring you produce in Oriental weavers?

The company specializes in producing machine-made woven rugs and carpets made mainly of polypropylene, but also produces rugs made of other materials, like polyester, wool, cotton, acrylic, viscose, and other blends.

Oriental Weavers is one of the big-



النساجون الشرقيون Oriental Weavers

gest carpet and flooring producers in the world, how was the pandemic effect in your export market and

How do you evaluate 2021 and the upcoming years?

The pandemic has a negative effect on the short run, especially at the beginning of the first wave, however, demand started to rise again starting from July 2020 and the markets witnessed huge demand due to the reopening of retail shops beside the big increase in demand coming from e-commerce that accompanied the pandemic.

Overall, OW managed to use the

pandemic time for its benefits through catching new opportunities arising from increased demand, and also implementing new digital and development ideas to communicate more effectively with customers.

Oriental Weavers is a creative design carpet manufacturer, how you follow carpet and flooring market trends and how select your carpet designs?

In OW, we have a big in-house design department and a very dynamic R&D team. We try to keep up with new trends through participating with different trade publications, joining virtual exhibitions, communicating with customers in different markets, and working closely with consultants and freelance designers and trend developers.

Designs are created mainly internally through our designers who work with the R&D team and also by selecting and buying some designs from external design houses. The feedback of the sales team for designs helps to select the right designs for each market or region.

Eruslu Nonwovens Group to Enter the Biodegradable Nonwoven Market with Truetzschler Nonwovens' Machinery



Eruslu Nonwovens' site in Gaziantep

Truetzschler Nonwovens will deliver equipment to enlarge an existing spunlacing line into a flexible, state-of-the-art production line for various light to heavy weight sustainable nonwovens.

When the Eruslu Nonwovens Group (ENG) invested in a Truetzschler Nonwovens' spunlacing line in 2015, it became clear that the company was heading for growth. The line, consisting of a single NCR random card, AquaJet and a drum dryer had already been laid out for later extension. All components were either fully equipped or designed to deliver higher performances.

Last year Eruslu decided to broaden its portfolio in the wipes segment by adding biodegradable products from renewable resources. The group took full advantage of the 2015 small capacity line and went for:

- A second NCR random and a NCA airlay card
- fiber preparation and card feeding equipment for the two new cards
- More hydraulic power to reliably and efficiently hydroentangle multi-layer webs
- An extension to the dryer for in-

creased evaporation capacity

After starting up in the second half of 2022, Eruslu will be operating an ultra-modern, highly flexible NCR-NCA-NCR spunlace line, the first of its kind in Turkey. The line is tailor-made to process virgin cotton fibers, comber noils and short fibers at high speeds. End products are top-quality, lightweight natural wipes or heavy-weight, three-layer nonwovens for cosmetic pads.

About Eruslu Nonwovens Group

Eruslu Nonwovens Group, established in 1972, is a leading Turkish company specialized in the produc-

tion of various textile products.

Eruslu Nonwovens, part of Eruslu group, is located in Gaziantep, Turkey. In the nonwovens sector, the company provides disposable products for the home cleaning and health sectors. Since 2004 the portfolio comprises diapers for adults and children, wet towels and pocket towels. Products are exported to more than 100 countries worldwide.

About Truetzschler and Truetzschler Nonwovens

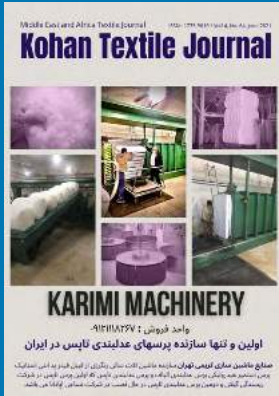
With about 3,000 employees, Truetzschler is one of the leading textile machine manufacturers in the world. Truetzschler specializes in machines, systems, and accessories for spinning preparation, nonwovens, and the chemical fiber industry.

Founded more than 125 years ago, the company is headquartered in Moenchengladbach, Germany. It has additional locations in Germany, India, China, Brazil, the USA, and Switzerland.

Truetzschler Nonwovens is a division of the Truetzschler Group with a focus on complete production lines and machinery for hydroentangled (spunlaced), through-air and chemical bonded nonwovens. Its range of products includes solutions encompassing the entire nonwovens process chain from fiber preparation, web formation, web bonding, and finishing to drying and winding.



CONTENT



ISSN : 9 6 1 9 - 1 7 3 5

Vol.14 No.64 June 2021

www.kohanjournal.com

President Publisher :

KohanTextile Journal

Behnam Ghasemi

Info@kohanjournal.com

+90 539 234 6324

General Coordinator:

Ghodratollah Ghasemi

mg@kohanjournal.com

Advertisement &

Sale Manager:

Mahboobeh Ghaedi

info@kohanjournal.com

Technical Editor:

Mir Shahin Seyed Saleh

Print, Design and Publish:

Kohan Negar

China office: Mr. zhang hua

kohanjournal@gmail.com



[5 - Eruslu Nonwovens Group to Enter the Biodegradable Nonwoven Market](#)

[6 - Oriental weavers; export carpet to 130 countries](#)

[8 - Shaw Contract Design Awards 2021](#)

[9 - 4D-KNIT articles in a new gauge offer style, lightness and a soft touch](#)

[10 - COLARIS DIGITAL TOWEL PRINTING](#)

[12 - There's Infinitely More To Hemp](#)

[15 - The Importance of Physical Contact with Fashion at MOMAD](#)

[16 - "COVER NEW GROUND": Breaking new ground with DOMOTEX 2022](#)

[17- Autoneum carpets now even more eco-friendly](#)

[18- Pandemic Accelerates Digital Transformation Process in Textile Sector](#)

[19 - TEXTILE INDUSTRY IN KENYA](#)

[25 - BRÜCKNER convinces with highest performance](#)

[26 - Turkey Textile Export Target in 2021; \\$42 billion](#)

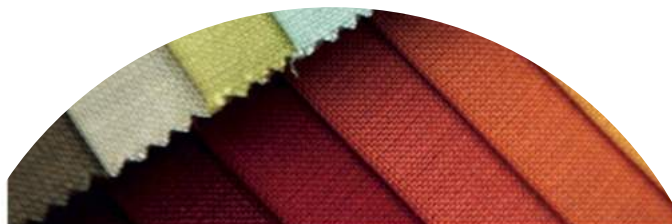
[27 - ISKO and Soorty to launch a new collaboration](#)

[28 - ITMA ASIA 2020 concluded successfully with strong local attendance](#)

INTERTEX PORTUGAL

15 - 17 October
2020

Porto



Biancalani

TEXTILE MACHINERY

The Antelope Canyon (USA Southwest, Navajo land east of Page, Arizona) is formed during million of years because of the erosion of the sandstone from the water and of the wind.



AIRO[®]24 HARNESS THE WIND

As wind and water forge nature, our AIRO[®]24 open-width continuous tumbler endlessly processes your fabrics, shapes them and moulds them, tames them and naturally improves their quality while drying them, giving them an appeal that makes them unmistakable!

BIANCALANI srl via Menichetti 28, 59100 PRATO ITALY | ph +39 0574.54871 | contacts@biancalani.com www.biancalani.com



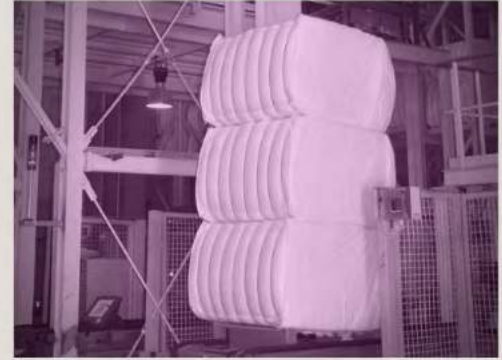
Shanghai, China, 12-16 June 2021
www.itmaasia.com | www.citme.com.cn



Regione Toscana



Kohan Textile Journal



KARIMI MACHINERY

واحد فروش : ۰۹۱۲۱۱۱۸۲۶۷

اولین و تنها سازنده پرسهای عدلبندی تاپس در ایران

صنایع ماشین سازی کریمی تهران سازنده ماشین الات سالن رنگریزی از قبیل فیدر پد انتی استاتیک پرس استمپر هیدرولیکی پرس عدلبندی الیاف و پرس عدلبندی تاپس که اولین پرس تاپس در شرکت ریسندگی گیلان و دومین پرس عدلبندی تاپس در حال نصب در شرکت نساجی اپادانا می باشد.