

کافان

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۶ . شماره ۷۷ . شهریور ۱۴۰۲ . قیمت ۸۰۰۰ تومان

کاوان شیمه سورن

تولیدکننده مواد شیمیایی صنعت الیاف مصنوعی

کارخانه: شهرک صنعتی اشتهارد
بلوار ملاصدرا غربی، خیابان دماوند ۸
قطعه ۵۲۰۲
www.kavanchemie.com
info@kavanchemie.com
Cell: 0912 - 890 2412

- اسپین فیویش مخصوص BCF-CF
- اسپین فیویش مخصوص ذوب ریزی (پلی استر استیپل)
- اسپین فیویش مخصوص ذوب ریزی (پلی پروپیلن استیپل)
- آنتی استاتیک مخصوص ریسندگی اسپان
- آنتی استاتیک مخصوص منسوجات بی بافت
- آنتی استاتیک مخصوص ذوب ریزی (پلی استر استیپل)
- نرمکن مخصوص ذوب ریزی (پلی استر استیپل)

گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس



MOTAMEDTEX

قطعات یدکی ماشین آلات بافندگی فرش تولید شده در گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس ساخته شده از آلیاژهای آلمانی با ضمانت یکساله



انواع کالسکه ای



انواع قیچی



انواع ریپر و گریپر

و تامین قطعات یدکی دیگر



سی ال برد



موتور
رزرو پود



مودول
M5 , M6



آسانسوری
و بند مودول



نیدل
برینگ



برد ژاکارد



جهت مشاهده دیگر قطعات یدکی به سایت معتمدتکس مراجعه یا کد QR را اسکن کنید

WWW.MOTAMEDTEX.COM

مشاوره و فروش ماشین آلات بافندگی فرش



مشاوره و فروش ماشین آلات تمام اتوماتیک بسته بندی فرش ماشینی **آنماک**
معتمدتکس نماینده رسمی و انحصاری **Anmak** در ایران
Makine ve Tekstil San. Tic. A.Ş.



دستگاه وکیوم



دستگاه بسته بندی



دستگاه رول کننده



برای دیدن این خط تمام اتوماتیک
به سایت معتمدتکس مراجعه یا کد QR را اسکن کنید

+90 552 374 9272

manager@motamedtex.com

WWW.MOTAMEDTEX.COM

معتمدتکس پیشرو در ماشین آلات نساجی



MOTAMEDTEX



شرکت الیاف نمونه

هدلینگ نمونه همواره از پیشگامان درحوزه تولید الیاف پلی استر بوده است. امروز نیز با بهره مندی از کادر متخصص و ایجاد ارتباط مناسب با نخبگان برجسته دانشگاه و صنعت - شرایط را برای عرضه محصولات و ارائه خدمات ممتاز در بازارهای داخلی و خارجی فراهم نموده است.



این شرکت تولیدی با بهره گیری از روش های نوآورانه محصولات خود را به برندی برتر و منحصر به فرد برای مشتریان خود در هر سطحی از تقاضا تبدیل نموده است.



با توجه به کیفیت ویژه ی محصولات تولید شده، این الیاف دارای کاربرد در صنایع ریسندگی و پوشاک، منسوجات بی بافت، موکت سازی و نخ فرش، صنایع خواب و پرکنی، مبلمان و عروسک سازی، خودروسازی، و ... می باشد.



گروه تولیدی، صنعتی و بازرگانی نمونه
Nemoun Companies Group



شرکت الیاف نمونه
Alyaf Nemoun Co



شرکت بازرگانی نمونه ایران
Nemoun Commerce Co



شرکت نمونه گستران دلیجان
Nemoun Gostaraneh Delijan



+ 989121837593
+ 989190037451
+ 02126136130-5

www.nemoungroup.org

www.nemoungroup.org

www.nemoungroup.org



شرکت الیاف نمونه Alyaf Nemoun Co

www.alyafnemoun.ir

شرکت الیاف نمونه به منظور رفع نیاز داخلی و خارجی با توجه به مشکلات روز افزون کمبود منابع طبیعی و کشاورزی و افزایش تقاضا در صنایع نساجی صنایع عایق های رطوبتی و حرارتی صنایع خودرو سازی و صنایع رسیندگی و موکت و دیگر صنایع مرتبط پس از تجهیز کردن کارخانه به ماشین آلات مدرن و تجهیزات آزمایشگاهی مورد نیاز و با استفاده از متخصصین و پرسنل مجرب از سال ۱۳۹۳ آغاز به کار نموده است و محصولات خود را با استفاده از مرغوب ترین مواد اولیه به بازار عرضه کرده است.

دفتر مرکزی:
تهران نیاوران تقاطع کامرانیه شمالی
برج بام نیاوران طبقه ۹ واحد ۱۷

02126136130_5



نشانی کارخانه:

مازندران - جویبار - شهرک صنعتی جویبار
- الیاف نمونه

كاوان شيمه سورن



- ◀ اسپين فينیش مخصوص BCF - CF
- ◀ اسپين فينیش مخصوص ذوبریسی (پلی استر استیل)
- ◀ اسپين فينیش مخصوص ذوبریسی (پلی پروپیلن استیل)
- ◀ آنتی استاتیک مخصوص ریسندگی اسپان
- ◀ آنتی استاتیک مخصوص منسوجات بی بافت
- ◀ آنتی استاتیک مخصوص ذوبریسی (پلی استر استیل)
- ◀ نرمکن مخصوص ذوبریسی (پلی استر استیل)



KAVAN CHEMIE SOREN

دفتر مرکزی: تهران، خیابان بهبودی، بالاتراز خیابان نصرت، نبش کوچه امیر، پلاک ۱۸، واحد ۲
کارخانه: شهرک صنعتی اشتهارد، بلوار ملاصدرا غربی، خیابان دماوند ۴، قطعه ۵۲۰۲

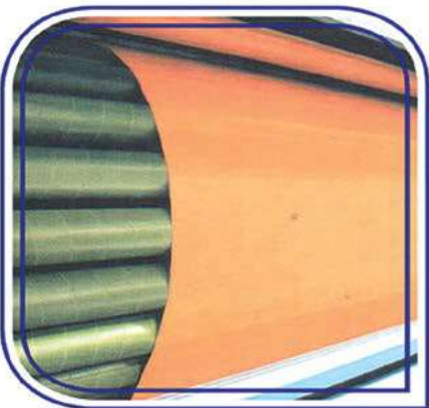
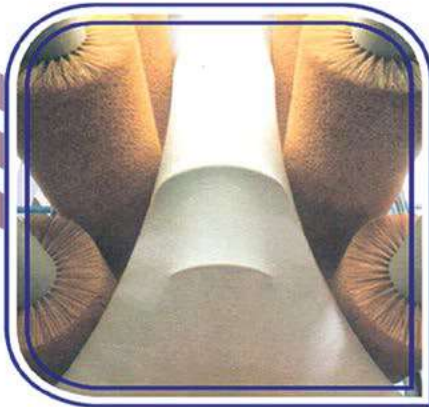
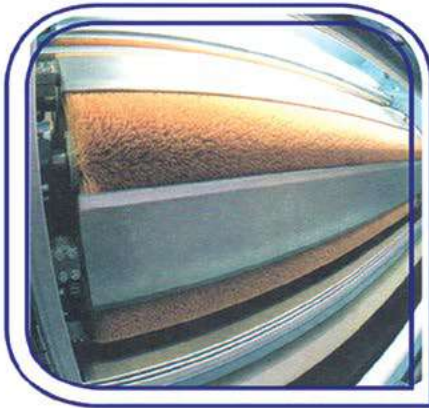
تلفن: ۵۰۷۹ - ۶۶۰۸ - ۲۱ | همراه: ۱۳ - ۲۴۱۲ - ۸۹۰ - ۹۱۲ | فکس: ۳۰۵۶ - ۶۶۰۲ - ۲۱ |
www.kavanchemie.com | info@kavanchemie.com

تولیدکننده مواد شیمیایی
صنعت الیاف مصنوعی



نامی آشنا در تکمیل پارچه

دستگاه کامپکت - دستگاه برس - دستگاه تیغ - دستگاه خار
Raising - Shearing - Sueding - Compacting





کلینیک نساجی تکنو تکس



اصالت و کیفیت بیشتر / هزینه کمتر

✓ فروش ماشین آلات نساجی

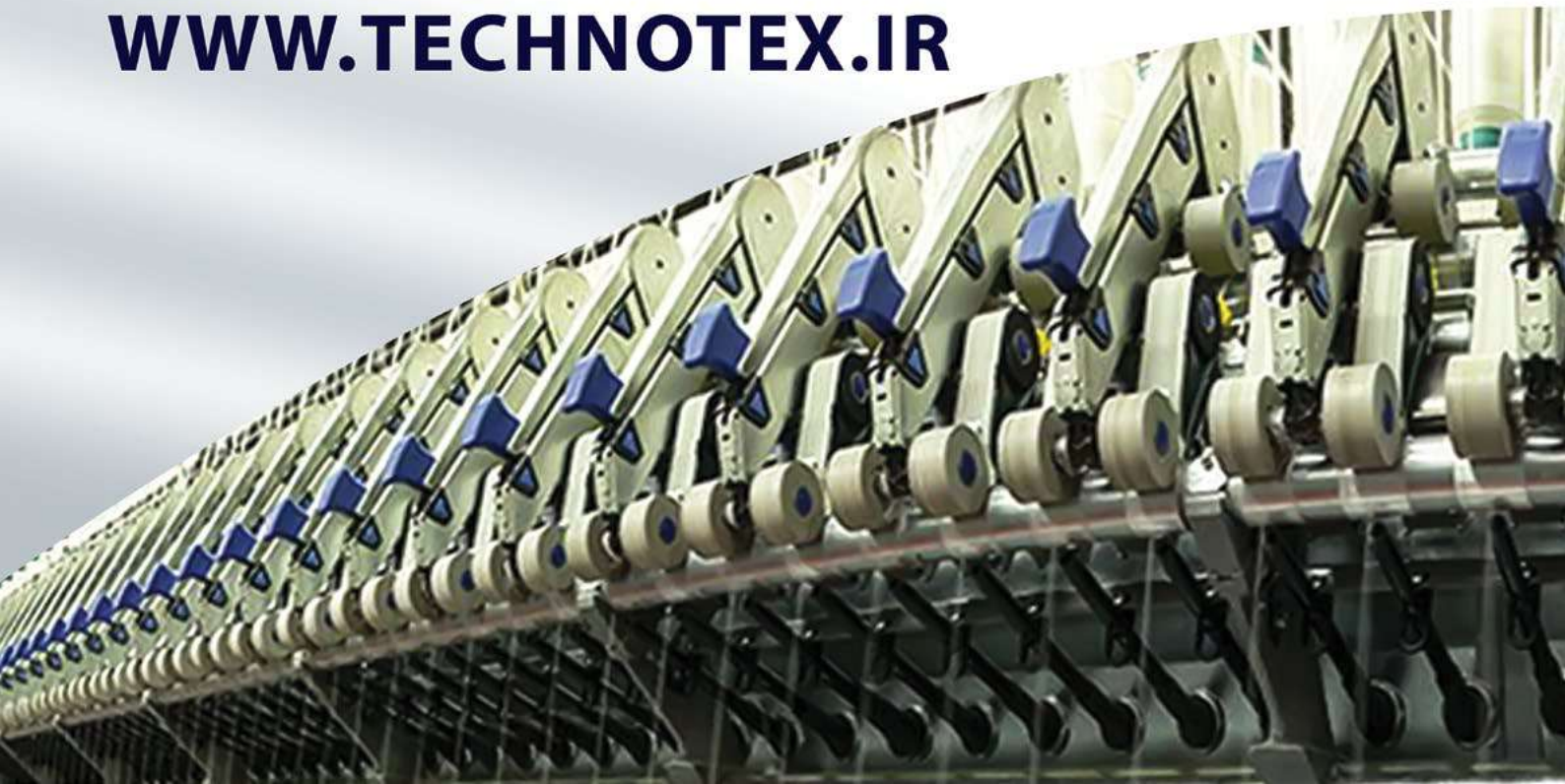
✓ تأمین قطعات (ریندی، بافندی، هیت ت)

✓ مشاوره تخصصی و طراحی خط تولید • دفتر مرکزی: +۹۸۳۱۵۵۵۷۷۶۶۶

✓ ارائه کلیه خدمات بازرگانی • مهندس شیروانی (مدیرعامل): +۹۸۹۱۳۱۶۱۲۰۰۴

• مهندس صائبی (مدیر فروش): +۹۸۹۰۵۳۹۹۴۸۰۰۰

WWW.TECHNOTEX.IR



Masterbatch, Compound, Additive,
 BDO (Chemical Intermediate), PBT (Engineering Polymer),
 PBAT, PBS (Biodegradable Polymers), Carbon Black,
 Biodegradable Compound, Extruded Polymer, Plastic Granules,
 Powder Predisperse Solid, Pigments (Industrial and sanitary),
 PE100+, PE80+, PP-r,
 Welding Rod, Steel Pipe Coating (TOP-COAT)
 and adhesive for the middle layer of steel pipe coating ,
 Agro PET Wire, High Strength Yarn & Fibers



مستریج، 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



رنگدانه
 سیرجان

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 ریسنجی 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، البسه ورزشی

مستریج و افزودنی الیاف پلی استر کتان تایپ

جهت تولید الیاف DOPE DYED

گونی و جامبو پلی پروپیلن

سفید کننده و براق کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF



www.rangdaneh.ir
 info@rangdaneh.com

دفتر تهران :

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

کدپستی : ۱۵۳۷۱۳۹۱۳ صندوق پستی : ۷۴۵۸ - ۱۵۸۷۵

تلفن : (۲۰ خط) ۸۸۷۵۰۶۱۸ - ۰۲۱

فاکس : ۸۸۷۴۱۵۳۰ - ۸۸۷۵۰۶۰۲ - ۰۲۱





شیمه فرآیند مهر آریا

تولید کننده و تامین کننده انواع مواد کمکی و قطعات ماشین آلات صنایع نساجی، شیمیایی، سلولزی و پلیمری و مشاوره خدمات فنی و مهندسی

- انواع روغن های اسپین فینیش جهت تولید نخ های -POY - CF - BCF - DTY - FDY (پلی استرو پلی پروپیلن)
- انواع آنتی استاتیک و نرم کن جهت تولید الیاف پلی استر ریسایکل (هالو_سالید) - کاتن تایپ
- انواع آنتی استاتیک و نرم کن جهت تولید موکت نمدی - پتو
- انواع روغن های پارافینی و پایه گیاهی جهت تولید گونی های PP
- انواع مواد کمکی در صنایع رنگرزی - چاپ و تکمیل
- انواع آنتی فوم مخصوص صنایع نساجی و غیره
- اسپری سیلیکونی مخصوص ذوب ریسی

نشانی: تهران، خیابان آزادی، چهارراه بهبودی
ابتدای خیابان آذربایجان، روبروی بیمارستان شهریار
پلاک ۱۵۴۹، طبقه اول - تلفن: (خط ۱۵) ۰۲۱-۶۶۸۴۲۲۸۴
۰۹۱۲۰۳۸۳۲۰۰ - ۰۹۹۱۴۶۴۵۸۴۶
www.chemifarayand.com
info@chemifarayand.com

شرکت تولیدی و صنعتی

هینزا شیمی

تولید کننده انواع مواد تعاونی نساجی و رزین



Hinza Chemical

تولیدکننده انواع رزین‌های امولسیونی پایه آب و مواد تعاونی نساجی و رنگریزی



تولیدکننده انواع روغن و آنتی‌استاتیک‌های خاص برای صنایع الیاف‌سازی پلی‌استر، کاردینگ، ریسندگی نخ اکریلیک و پلی‌استر



- آنتی‌استاتیک برای الیاف پلی‌استر و پلی‌پروپیلن

- آنتی‌استاتیک (روغن کاردینگ) برای انواع موکت

- روغن کاردینگ برای لایه‌های بی بافت پلی‌استر و پلی‌پروپیلن

- آنتی‌استاتیک برای ریسندگی پلی‌استر

- آنتی‌استاتیک برای ریسندگی مفلوط پلی‌استر و پشم

- آنتی‌استاتیک برای ریسندگی اکریلیک

- آنتی‌استاتیک برای ریسندگی اکریلیک به روش Tow To Tops



تهران، سهروردی شمالی، کوچه سراب، پلاک ۴، واحد ۸



۰۲۱-۸۸۷۴۸۶۳۸-۳۹

@hinza-chemical

@hinzachemical

زمینه فعالیت نمایشگاه

- فرش و قالیچه دست باف
- فرش ماشینی - قالیچه و پادری
- سجاده
- کف پوش های بافته شده (wall to wall)
- کف پوش های انعطاف پذیر
- لمینت، چوب و پارکت
- سنگ طبیعی، سنگ مرمر و کاشی و سرامیک
- چمن مصنوعی و زمین های ورزش
- الیاف، نخ و منسوجات
- ماشین آلات نساجی و تجهیزات
- تجهیزات کف پوش، تکنولوژی های نصب و نظافت
- فدراسیون و انجمن ها
- انتشارات
- غیره



بازدیدکنندگان

عمده فروشان

فروشگاه های زنجیره ایی

واردکنندگان و صادرکنندگان

فروشگاه های مبلمان

معماران و طراحان داخلی

تولیدکنندگان

طراحان

Contact

TÜYAP FAIRS AND EXHIBITIONS ORGANIZATION INC.

+90 (212) 867 11 00 info@icfexpo.com

نمایشگاه
فرش و کفپوش
استانبول

۱۴ لغایت ۱۷ آذر ۱۴۰۲

صنعت فرش و کف پوش این
بار در استانبول گردهم
می آیند

CFE
carpet &
flooring
expo

دفتر ایران ۹-۱۷-۱۹۱۸۸۱-۰۲۱

www.icfexpo.com

@icfexpo



5 - 8 December 2023

ISTANBUL EXPO CENTER
YEŞİLKÖY

فهرست

| | |
|----|--|
| ۱۶ | نمایشگاه شماره یک جهان در بخش فرش ماشینی |
| ۲۲ | توهم قدرت نمایی صنعت فرش ماشینی با تحریم نمایشگاه ها!!! |
| ۳۲ | مقررات جدید موسسه TEX-OEKO ۲۰۲۳ |
| ۳۴ | دریافت برچسب GREEN IN MADE شرکت مد و فشن |
| ۳۸ | کاوش در دنیای پارچه خز مصنوعی، جایگزینی پایدار برای خز واقعی |



۴۴

نوآوری شرکت تروچلر در تولید ماشین آلات نخ فرش ماشینی بی سی اف

شرکت تروچلر Trützschler در نمایشگاه ایتما میلان ITMA ۲۰۲۳ دستگاه تولید نخ فرش و IDY متحول کننده بازار را به نمایش گذاشت.

ساخت بزرگترین سایت نمایشگاهی اروپا در استانبول کلید خورد

مرکز نمایشگاه استانبول در حال آماده سازی برای تبدیل شدن به بزرگترین محل نمایشگاه سرپوشیده اروپا با سالن های جدید خود است.



۴۸

محاسبات خط حلاجی جهت خرید کمپرسور، فیلترپلن و پست برق

خط حلاجی مجموعه ای ماشین آلات می باشد که بصورت متوالی مجموعه ای اقدامات لازم جهت تبدیل عدل الیاف به فتیله انجام می شود...



۴۹

مجله نساجی کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران

دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی

سال ۱۶، شماره ۷۷، شهریور ۱۴۰۲

کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۶، شماره ۷۷، شهریور ۱۴۰۲ قیمت ۸۰۰۰ تومان

کاوان شیمه سورن



تولیدکننده مواد شیمیایی
صنعت الیاف مصنوعی

کارخانه شهرک صنعتی اصفهان
پلوار ملاصدرا غربی، خیابان دماوند ۴
کد پستی ۴۷۴
www.kavanchemie.com
info@kavanchemie.com
Cell: 0912-890 2412

- اسپین قینیش مخصوص BCF-CF
- اسپین قینیش مخصوص ذوب ریزی (پلی استر استیبل)
- اسپین قینیش مخصوص ذوب ریزی (پلی پرویلن استیبل)
- آنتی استاتیک مخصوص ریسندگی اسپان
- آنتی استاتیک مخصوص منسوجات بی بافت
- آنتی استاتیک مخصوص ذوب ریزی (پلی استر استیبل)
- نرمکن مخصوص ذوب ریزی (پلی استر استیبل)

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر:
بهنام قاسمی

مدیر بازرگانی و روابط عمومی: محبوبه قایدی

نویسندگان و همکاران این شماره: دکتر امیررضا باوذر - مهندس قاسم حیدری - فروغ امیر شیرزاد - حائیه ابولحسنی - پریسا تدین فرد - کامبیز مقراضی - احسان اکرامی

امور تبلیغات: الهام حبیبی

طراحی و صفحه آرایی: استودیو کهن نگار

وب سایت: www.kohanjournal.com

پست الکترونیک: info@kohanjournal.com

آدرس: تهران صندوق پستی ۴۶۵-۱۶۷۶۵

چاپخانه: چاپ دیجیتال ایران کهن

- مجله نساجی کهن در انتخاب و ویرایش مطالب ارسالی آزاد می باشد.
- استفاده از مطالب و تصاویر مجله مهن با ذکر منبع بلامانع است.
- 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.
- مطالب ترجمه شده ارسالی باید با یک نسخه از متن اصلی همراه باشد.

۵۰ اکتشافات جدید شرکت وندویل در زمینه بافت فرش ماشینی

۵۲ صنعت نساجی کره جنوبی، جهش در سایه تحقیق و توسعه

۶۱ نقش مشاوران مدیریت در توسعه نساجی

۷۱ همه چیز درباره پارچه توید

۸۱ چینش نیروها متناسب با تیپ شخصیتی افراد در صنعت نساجی

۸۵ بازار لباس زیر آمریکا هدف اصلی تولیدکنندگان ترکیه
صنعت پوشاک ترکیه با قدرت طراحی و تولید در لباس های زیر و لباس های خانگی مورد توجه می باشد...

۸۷ علل رکود اقتصادی فرش کاشان در سه دهه اخیر

کاهش حضور فرش دستباف کاشان در بازارها و نمایشگاه های داخلی و خارجی ارتباطی مستقیم با علل رکود اقتصادی فرش دستباف...

- 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



نمایشگاه شماره یک جهان در بخش فرش ماشینی

گفتگوی اختصاصی با برگزار کننده نمایشگاه فرش و کفپوش استانبول CFE



ما به عنوان Tüyap با همکاری اتحادیه صادرکنندگان فرش استانبول (IHIB) و اتحادیه صادرکنندگان جنوب شرقی آناتولی (GAHIB) قصد داریم ترکیه را که قلب تولید فرش جهان است، به مرکزی نمایشگاهی برای صنعت فرش تبدیل کنیم.

ترکیه علاوه بر پیشرو بودن در صنعت فرش و کفپوش جهان با قابلیت‌هایی که دارد و طرح‌های تولیدی خود، بازیگری کلیدی در بازارهای بین‌المللی و همچنین قطب برجسته نمایشگاه‌های تجاری خواهد بود. این نمایشگاه به صنعت

ترکیه که به خاطر قدرت تولید و طرح‌های نوآورانه‌ای که در بخش تولید فرش دارد، نه تنها به عنوان یک پیشرو در این صنعت بلکه به عنوان یک بازیگر اصلی در بازارهای بین‌المللی مطرح است.

CFE به عنوان یک پلتفرم محوری برای توانمندسازی صنعت فرش ترکیه برای شناخت جهانی، گسترش بازار و افزایش صادرات تلاش میکند.

سفر **Tüyap Fuarçılık** برای سازماندهی نمایشگاه فرش و کفپوش

مجله نساجی در یک مصاحبه اختصاصی با İlhan Ersözlü، مدیر عامل شرکت نمایشگاهی تیوپاپ، به رویداد و اتفاقات قابل توجهی که در نمایشگاه فرش و کفپوش (CFE) وجود دارد، می‌پردازد. این نمایشگاه جذاب که حاصل هم‌کاری با سازمان‌های معتبری مانند اتحادیه صادرکنندگان فرش استانبول (IHIB) و اتحادیه صادرکنندگان جنوب شرقی آناتولی (GAHIB) است، قصد دارد ترکیه را که قطب جهانی تولید فرش است، به مرکز صنعت فرش تبدیل کند.



نمایشگاه منسوجات خانگی ورشو که در آن ائانه یا لوازم داخلی، پارچه های تزئینی، پرده، پارچه توری و لوازم جانبی، محصولات نساجی خانگی اتاق خواب، حمام و آشپزخانه، جهیزیه و محصولات فرش برگزار می شود، رویدادی کلیدی است که متخصصان صنایع نساجی و مبلمان خانگی را گرد هم می آورد.

در طول این نمایشگاه، شرکت کنندگان فرصت تبادل نظر و به اشتراک گذاشتن تجربیات خود را با شرکت ها و کارشناسان در صنایع مربوطه خود خواهند داشت و همچنین فرصت تجارت با خریداران اروپایی را خواهند داشت.

علاوه بر این، در زمینه نساجی، نمایشگاه های IGM و ITM و نمایشگاه بین المللی نخ استانبول را با همکاری شرکت Teknik Fuarçılık برگزار می کنیم.

تسلط ترکیه در بازار جهانی فرش: داستان موفقیت ۱۷ میلیارد دلاری
ترکیه ۱۷ درصد از بازار فرش جهانی را در اختیار دارد که

فرش ترکیه برای رسیدن به جایگاهی پردرآمد در جهان و افزایش سهم بازار و همچنین تعداد صادرکنندگان کمک می کند.

در ۵ سال آینده به نمایشگاه شماره یک جهان در فرش ماشینی تبدیل می شویم

علاوه بر این، ما قصد داریم با کمک تولیدکنندگان فرش بزرگ، متوسط و کوچک در ترکیه، ظرف مدت ۵ سال به نمایشگاه شماره یک جهان در این زمینه تبدیل شویم. تولیدکنندگان برجسته فرش ترکیه از شهرهای مختلف از جمله قاضی آنتپ، استانبول، اوشاک، مانیسا و ازمیر در این نمایشگاه شرکت خواهند کرد. نمایشگاه ما با نمایش قدرت خود در صنعت فرش ترکیه و جذب هزاران بازدید کننده خارجی به استانبول کمک قابل توجهی به درآمدهای گردشگری خواهد کرد.

نگاهی به سایر رویدادها و نمایشگاه های Tüyap

ما در سطح ملی در نمایشگاه بین المللی منسوجات و دکوراسیون منزل ورشو که در تاریخ ۷ تا ۱۰ نوامبر ۲۰۲۳ برگزار می شود، شرکت خواهیم کرد.



زمینه فعالیت نمایشگاه

- فرش و قالچه دست باف
- فرش ماشینی - قالچه و پادری
- سجاده
- کف پوش های بافته شده (wall to wall)
- کف پوش های انعطاف پذیر
- لمینت، چوب و پارکت
- سنگ طبیعی، سنگ مرمر و گاشی و سرامیک
- چمن مصنوعی و زمین های ورزش
- الباف، نخ و منسوجات
- ماشین آلات نساجی و تجهیزات
- تجهیزات کف پوش، تکنولوژی های نصب و نظافت
- فدراسیون و انجمن ها
- انتشارات
- غیره

بازدیدکنندگان

- عمده فروشان
- فروشگاه های زنجیره ای
- واردکنندگان و صادرکنندگان
- انواع کف پوشها
- معماران و طراحان داخلی
- طراحان
- تولیدکنندگان

Contact
TÜVAP FAIRS AND EXHIBITIONS ORGANIZATION INC.
+90 (212) 867 11 00 info@icfexpo.com

ارزش آن ۱۷ میلیارد دلار است. ترکیه به دلیل ظرفیت های بالای تولید و واردات، جایگاه خوبی در صنعت فرش ماشینی و دستباف دارد.

این صنعت طی نیمه اول سال ۲۰۲۳ با صادرات ۲۹۱ میلیون و ۳۷۳ هزار متر مربع فرش، یک میلیارد و ۲۸۰ میلیون و ۸۸۸ هزار دلار درآمد کسب کرده است. تولیدکنندگان فرش ما با صادرات محصولات خود به ۱۸۵ کشور جهان عملکرد موفقی را در سطح جهانی نشان داده اند. شهر قاضی آنتپ، شهری که تعداد شرکت کنندگان بسیار بالایی در CFE دارد، با سهمی بالغ بر ۸۵۶ میلیون و ۳۰ هزار دلار، پیشروترین شهر با بیشترین سهم در صادرات فرش در ترکیه است.

پیوستن ایران به نمایشگاه بین المللی فرش

ما در تلاش هستیم تا فضای نمایشگاه را به همه کشورهایی که می خواهند در نمایشگاه شرکت کنند اختصاص دهیم. ایران کشوری با ارزش و دارای سابقه درخشان در تولید فرش و یکی از کشورهای شرکت کننده در این نمایشگاه است.

هر کشوری که در نمایشگاه ما شرکت می کند سبب پیشرفت کسب و کار ما می شود. به عنوان CFE، ما مفتخریم که با اطمینان به شرکت کنندگان از ۱۷ کشور، به رشد صنعت فرش کمک می کنیم.

استانبول: مرکز استراتژیک نمایشگاه جهانی فرش و کفپوش

با برپایی این نمایشگاه در استانبول که به خودی خود شهری بی نظیر با موقعیت برجسته در مسیرهای تجاری جهانی، تاریخ غنی و زیبایی های طبیعی است، قصد داریم استانبول را به شهر پیشرو در بازارهای جهانی فرش تبدیل کنیم که روند فرش و صنایع کفپوش سازی را شکل می دهد. به لطف این نمایشگاه، استانبول به محل تجمع بین المللی صنعت فرش تبدیل خواهد

شد. تولیدکنندگان فرش در ترکیه و سراسر جهان از این پس محصولات خود را در استانبول به نمایش خواهند گذاشت

نمایشگاه فرش و کفپوش بر اساس آمار

انتظار داریم بیش از ۳۵۰ شرکت از ترکیه و خارج از کشور در این نمایشگاه شرکت کنند. این نمایشگاه در ۸ سالن به مساحت ۱۰۰ هزار متر مربع برگزار می شود. همچنین بیش از ۱۷ کشور از جمله ایران، ازبکستان، پاکستان، روسیه، اردن، تونس، عربستان سعودی، مصر، لیبی و کویت در این نمایشگاه به عنوان بازدید کننده شرکت خواهند کرد.

استراتژی ها و انتظارات بازاریابی برای نمایشگاه فرش



و کفپوش

ما انتظار داریم تعداد زیادی از بازدیدکنندگان به خصوص از آمریکا، اروپا، شمال آفریقا و اسکانديناوی وجود داشته باشد و پیش بینی می کنیم امسال بیش از ۲۰ هزار تاجر حرفه ای در بخش فرش و کفپوش از ۵۲ کشور جهان از نمایشگاه بازدید کنند. علاوه بر این، ما معتقدیم که این نمایشگاه باعث افزایش ۲۰ تا ۲۵ درصدی صادرات فرش از ترکیه خواهد شد. ما کمپین های بازاریابی موثر در ترکیه و خارج از کشور را اجرا می کنیم تا تعداد بازدید کنندگان مفید و موثر نمایشگاه را بالا ببریم.

ما علاوه بر همکاری با مطبوعات و رسانه های بخش، بر روی بیلبوردها تبلیغ می کنیم و تبلیغات اینترنتی منتشر می کنیم و فعالیت های تبلیغاتی بین المللی را در خصوص نمایشگاه خود انجام می دهیم. ما طیف گسترده ای از فعالیت های تبلیغاتی و بازاریابی فعال داریم، به ویژه در اروپا، آمریکا، منطقه MENA و کشورهای آفریقایی.

CFE به بازیگران صنعت فرش ماشینی و کفپوش جهان فرصتی ایده آل برای افزایش علاقه به محصولات خود و ایجاد تأثیر قوی تر بر انتخاب های بازدیدکنندگان ارائه می دهد. نمایشگاه فرش و کفپوش که قصد دارد نمایشگاه شماره ۱ صنعت فرش ترکیه در جهان باشد، بین ۵ تا ۸ دسامبر در مرکز نمایشگاه استانبول پذیرای بازدیدکنندگان خواهد بود.



گروه بازرگانی بوذری آلمان

STAR MANAGEMENT GROUP GMBH

- کادر مجرب حسابداری در آلمان
- پشتیبانی حرفه ای امور اداری ، مالیاتی ، گمرک ، صادرات ، قراردادهای تجاری و ...
- تهیه و ارسال انواع کالاهای تجاری و نساجی به ایران **به طور مستقیم** از شرکت های اروپایی
- تماس با اتاق های بازرگانی آلمان و کشورهای اروپایی
- نمایندگی شرکت های بازرگانی و تولیدی در آلمان و اروپا

گروه بازرگانی بوذری آلمان

STAR MANAGEMENT GROUP GMBH



+49 (0)20189940451

info@bouzary.de

Licht Str. 2, 45127 Essen

توهم قدرت نمایی صنعت فرش ماشینی با تحریم نمایشگاه ها!!



نویسنده: بهنام قاسمی



این امر به خوبی با حضور شرکت های ایرانی در رویدادهای خارجی متعدد ظهور پیدا کرده است. اما به نظر میرسد بنا بر قاعده ایرانی بودن مان کمی در مورد وضعیت صنعت فرش ماشینی کشور توهم خود بزرگ بینی هم توسط افراد غیر کارشناس تزریق شده است. همان توهمی که اعتقاد دارد دبی یا ترکیه فقط با پول ایرانی ها پیشرفت کرده و یا اینکه نصف ناسا و مایکروسافت ایرانی هستند و امثالهم ...

صنعت فرش ماشینی ایران مهمترین و قدرتمندترین بخش صنعت نساجی ایران است که بدون هیچ وابستگی و حمایت دولتی توانسته با تلاش و پشتکار صاحبان و فعالان این صنعت به موفقیت‌های شایانی دست پیدا کند و علاوه بر برطرف کردن نیاز داخلی نیم نگاهی به صادرات داشته باشد و با وجود تمام مشکلات و تحریم ها به نوبه خود دستی بر آتش داشته باشد و سالانه بالغ بر سیصد میلیون دلار ارز وارد کشور نماید.

همان توهم ظاهرا ملی گرایانه که نه فقط در ایران بلکه در همه کشورهای جامانده از قافله پیشرفت وجود دارد.

این صنعت برای رشد و بدست آوردن بازارهای صادراتی نیاز به یک نگرش تازه در بحث بازاریابی و حضور در نمایشگاه ها دارد که در سالهای اخیر

نمایشگاه فرش ماشینی تهران هرساله بر سر سالن ها و جا نمایی ها درگیری و دلخوری دارند و حتی شرکت های بزرگ از حضور در آن انصراف می دهند تا جایی که همان افرادی که نمایشگاه های خارجی را تحریم می کنند قوانینی مانند امتیاز دهی و میزان صادرات و ... برای اختصاص محل های خوب به شرکت های بزرگ را ابداع کرده اند و هنوز هم دلخوری ها و درگیری ها هر ساله شدت می یابد و به قوت خود باقی است.

انتقادات اهالی صنعت فرش ماشینی ایران به همین نمایشگاه فرش ماشینی تهران تا حدی بود که با حمایت شرکت های بزرگ تولید کننده و شرکت های ناراضی نمایشگاه شهر آفتاب شکل گرفت. حالا وقتی هنوز خودمان از پس برگزاری یک نمایشگاه داخلی با حدود صد شرکت ایرانی و به اصطلاح خودی و کسب رضایت همگان بر نمی آیم چطور نمایشگاه فرش ماشینی در ترکیه

در روزهای اخیر بحث نمایشگاه فرش و کفپوش استانبول داغ است و در مورد جانمایی ها و نحوه اختصاص سالن ها و غرفه ها اظهار نظرهای زیادی می شود تا جایی که جریاناتی با هیاهوی رسانه ای باز هم اشتباه خود در دموتکس هانوفر برای تحریم نمایشگاه را تکرار کرده و شرکت ها را دعوت به تحریم نمایشگاه استانبول می کنند. مشخص نیست این افراد با به سینه

کوبیدن سنگ حمایت از صنعت فرش ماشینی چه اهداف و منافی را دنبال می کنند؟

مگر امکان دارد در یک نمایشگاه همه غرفه گذاران از جانمایی سالن و غرفه ها رضایت کامل داشته باشند؟ بهتر است این افراد از نمایشگاه های بیشتری بازدید کنند و بیشتر تحقیق کنند. در بزرگترین نمایشگاه های دنیا به طور کاملاً طبیعی سالن ها و محل های مرغوب تر، معمولی و کم ترافیک وجود دارد که قرار گرفتن در هر کدام از این دسته ها فاکتورهای خاصی از جمله زمان ثبت نام و رزرو، زمان پرداخت وجه، اعتبار و وجهه شرکت ها برای نمایشگاه، میزبان یا میهمان بودن و ... دارد و قرار نیست همه شرکت ها در بهترین نقطه جانمایی شوند.

در نمایشگاه های بسیار بزرگی مانند هایم تکستایل، دموتکس هانوفر، ایتما و ... نیز این یک مساله عادی است و قرار نیست هر کسی از جای خود راضی نیست دم از تحریم و انصراف بزند.

بد نیست یادآور شویم شرکت های ایرانی حتی در



خود خواهد بود. باید از خود پرسیم آیا قدرت صنعت فرش ماشینی با پروژه تحریم نمایشگاه و شایعه پردازی بیشتر می‌شود؟ متاسفانه بسیاری از این اظهار نظرها توسط افراد و شرکت‌هایی مطرح می‌شود که کمترین تجربه ای در بازارهای جهانی ندارند و صرفاً دنباله رو هستند و به چنین شایعاتی دامن می‌زنند.

در برگزاری نمایشگاه استانبول دخالت و اعمال نفوذ اتحادیه تولید کنندگان فرش قاضی آنتپ بسیار قابل پیش بینی و طبیعی است (که حتی نسبت به شرکت‌های سایر نقاط ترکیه هم اعمال شده است) و همان واکنشی است که اگر در هر کشور صاحب صنعتی برگزار شود اتفاق خواهد افتاد. در نمایشگاه ایتما میلان به وضوح قدرت نمایی انجمن ماشین سازان نساجی ایتالیا در بهتر دیده شدن شرکت‌های ایتالیایی مشهود بود که بسیار طبیعی بود و هیچ کشوری حرفی از انصراف و تحریم نزد و با درک متقابل و تعامل همه چیز به بهترین شکل به اتمام رسید.



نمایشگاهها مانند هر پدیده‌ای تحت تاثیر عوامل مختلف دچار نوسان هستند و دوران رونق و رکود دارند. نمایشگاه دومتکس هانور در این مورد نمونه بارزی است. کاهش تولید اروپا، مسایل تحولات بازدارنده سیاسی، مشکل روادید، کاهش چشمگیر مخاطبان، تنش با شرکت‌های ترکیه ای از رونق و جذابیت این نمایشگاه کاست و غرفه داران را وادار کرد که به جایگزین‌های دیگری بیندیشند.

شرکت نمایشگاه‌های هانوفر نیز با تجربه و تخصصی که سالهاست در بخش برگزاری نمایشگاه دومتکس دارد قطعا در حال چاره جویی و بهبود شرایط و بازگرداندن برند دومتکس به دوران طلایی

به عنوان قطب اصلی تولید و صادرات فرش ماشینی جهان و شرکت نمایشگاهی توپاپ به عنوان قدرتمندترین و بزرگترین مجری نمایشگاهی ترکیه با صدها نمایشگاه موفق را نقد می‌کنیم و حتی واژه‌های خیانت، بدعهدی و ... را به کار می‌بریم؟!

این امر که ما باید همه تلاش خود را با ارتباطات منطقی و محترمانه با مسئولین تصمیم‌گیری نمایشگاه برای اختصاص بالاترین مترژ و بهترین جانمایی برای شرکت‌های ایرانی بکار گیریم امری قطعی و ضروری است ولی کاملا با شیوه‌های تخریبی و دشمنانه که اتفاقا مقابله و عناد طرف مقابل را در بر خواهد داشت متفاوت است.





شرکت ها و تولیدکنندگان خود را در دستور کار دارند و بعد سایر کشورها. از قدیم هم گفته اند "چراغی که به خانه رواست به مسجد حرام است".

نمایشگاه استانبول می تواند طیف وسیعی از خریداران منطقه خاور میانه و آفریقا را به خود جذب کند و شرکت های ایرانی به طور قطع می توانند از این دریای پر مشتری شرکت های ترکیه ای ماهی بگیرند و این یک فرصت استثنایی است دقیقا همان علتی که حضور ایرانیان در نمایشگاه دموتکس قاضی آنتپ را به شکل تصاعدی افزایش داد تا جایی که شرکت نمایشگاه های هانوفر مجبور شد تمام شرکت های ایرانی را در چادرهایی با امکانات بسیار کمتر از سالن های اصلی میزبانی کند اما همچنان همه از میزان بازدیدکننده و کیفیت بالای

صنعت فرش ماشینی سنگ اندازی می کنند.

کارشناسان حرفه ای صنعت فرش ماشینی اعتقاد دارند هر نمایشگاهی می تواند برای صنعت فرش ماشینی ایران مفید باشد و اصولا نمایشگاه بد وجود ندارد و وابستگی به هر نمایشگاهی دست و بال ما را می بندد. صنعت فرش ماشینی ما باید آپشن های مختلفی مانند دموتکس هانوفر، نمایشگاه فرش استانبول و ... را روی میز داشته باشد و با همه آنها مذاکره و همکاری نزدیک و به دور از حب و بغض داشته باشد.

قطعا نه آلمانی ها و نه ترکیه ای ها و نه هیچ کشور دیگری فرش قرمز برای ایرانی ها و تولید کنندگان ایرانی پهن نکرده اند و در وهله اول منافع و حمایت از

فقط کافی است تصور کنیم نمایشگاهی با این وسعت قرار بود توسط اتحادیه های فرش ماشینی ایران و یا انجمن ها و سازمان های مرتبط در تهران برگزار میشد و انوقت باید میدیدیم که جانمایی ها به وضوح و با اختلاف به نفع غرفه گذاران ایرانی بود.

متاسفانه به نظر میرسد برخورد قهری و پلیسی دیگر فقط برای دولت ها در ایران نیست بلکه به رده های پایین تر و صنعت ما نیز رسوخ کرده است.

باید عقلای صنعت فرش ماشینی که دستی بر آتش دارند کوششی کنند تا عقلانیت و خرد در صنعت فرش ماشینی جایگزین جریان سازی ها و باندبازی هایی شود که فقط منافع عده ای خاص را تامین می کند و در راه صادرات

نمایشگاه دمو تکس آنتالیا اعلام می‌کردند شلوغی نمایشگاه قاضی انتپ فقط به دلیل آشنایان و فامیل های شرکت های ترکیه ای بود و بازدیدکننده حرفه ای کم بود. مثل این است که بگوییم شلوغی نمایشگاه ایما به خاطر دید و بازدید خانواده ها و بستگان شرکت های ایتالیایی در میلان بوده !!! وگرنه بازدید کننده ای نداشته؟!

این بیانات و عدله سست تخریب کنندگان برای تضعیف هر نمایشگاهی بسیار خنده آور است.

جالب تر اینجاست که کاسبان تحریم نمایشگاهی در صنعت فرش ماشینی ایران با کوچکترین وعده و چراغ سبزی از یک برگزار کننده به سمت او غش می کنند و نمایشگاه رقیب را تخریب می کنند و وا حیرتا از شرکت هایی که از این جریانات و تصمیمات احساسی پیروی کرده و جو را بیشتر تخریب می کنند.



آنها رضایت داشتند.

نمایشگاه دمو تکس آلمان هم از این جهت که بزرگترین پلتفرم صنعت کفپوش و فرش جهان است برای صنعت فرش ماشینی ایران از اهمیت بالایی برخوردار است و در آن می توان طیف وسیعی از خریداران و تجار اروپایی و آمریکایی را ملاقات کرد و برای شرکت های ایرانی که بازار اروپا و آمریکا را هدف قرار دادند حضور در دمو تکس هانوفر یک باید است.

اصولا علت اصلی ایجاد نمایشگاه استانبول نیز ایجاد یک آلترناتیو برای شرکت های ترکیه ای بود و مشکلات ناشی از ویزا که در چند سال گذشته گریبان گیر شرکت ها شد اتحادیه ها و شرکت نمایشگاهی توپاپ را برای استارت پروژه نمایشگاه استانبول ترغیب کرد. واقعا جای تاسف است که تخریب کنندگان در





این دوستان باید بدانند که ایرانی‌ها هیچ قصدی برای تحریم دومتکس هانور نداشتند، بلکه به دلیل عدم صدور روادید برای نزدیک به ۸۰ درصد نمایندگان شرکت‌ها و عدم امکان اداره غرفه‌های خود، انصراف دادند. به تعبیر دیگر میهمان از پشت در قفل شده خانه میزبان بازگشت!

ای کاش دیگر ...

فراموش نکنیم افرادی که امروز می‌خواهند نمایشگاه استانبول را تحریم کنند در تحریم نمایشگاه دومتکس هانوفر هم میانه دار بودند و احتمالاً هر نمایشگاهی در هر جای دنیا برگزار شود هم تحریم می‌کنند و اینگونه حس خود بزرگ بینی توهم ما از همه بهتریم و دنیا بدون ما وجود خارجی ندارد را باد می‌کنند.

از یاد نبریم حضور در نمایشگاه‌های تجاری یک تصمیم کاملاً شخصی و متعلق به شرکت هاست و هیچ نهاد، شخص یا فردی نمی‌تواند و نباید در آن دخالت کند. هر شرکتی با توجه به استراتژی‌های بازاریابی و توسعه خود و بازارهای هدف خود می‌تواند نمایشگاهی را انتخاب و یا رد کند و قرار نیست در همه نمایشگاه‌ها اتوبوسی شرکت کنیم.

ای کاش تحریم کنندگان و کسانی که سنگ حمایت را به سینه می‌زنند تلاش می‌کردند و می‌توانستند مدیران شهری را در جهت ارتقای سایت‌های نمایشگاهی تهران، اصفهان و کاشان متقاعد کنند تا امروز زیر ساخت‌های نمایشگاهی در حد دومتکس را در ایران داشتیم. ای کاش به جای تحریم می‌توانستیم برگزار کنندگان نمایشگاه فرش ماشینی تهران را مجبور کنیم نمایشگاه را پر از خریداران خارجی کنند تا نیازی به رفتن به هانوفر یا استانبول و ... نباشد و با کمترین هزینه در خانه از بهترین خریداران جهان میزبانی می‌کردیم. و هزاران



آقای مهدی جهانی نماینده شرکت نمایشگاه های تویاپ در ایران در گفتگو با خبرنگار مجله نساجی کهن در مورد جو ایجاد شده اظهار داشت: "متأسفانه در ایران بازار شایعات همیشه داغ است و این نه در صنعت فرش ماشینی بلکه در تمام مسایل اقتصادی و اجتماعی محسوس است. در مورد نمایشگاه فرش ماشینی و کفپوش استانبول هم گمانه زنی های غیر واقعی زیادی وجود دارد اما بهتر است در مورد واقعیت ها صحبت کنیم و به اعداد و ارقام اعتماد کنیم."



خارجی داشتیم و تمام شرکت های خارجی در یک سالن تجمیع شده اند اما تمام سالن ها دسترسی راحتی به یکدیگر دارند. قطعاً حضور در نمایشگاه استانبول به شدت به سود شرکت های

ایرانی است چراکه می توانند در زمین بزرگترین صادرکننده فرش ماشینی دنیا بازی کنند. متأسفانه برخی افراد بدون آگاهی و با ایجاد جو رسانه ای در صدد تخریب و تحریم نمایشگاه هستند که مسلماً دود آن به چشم صنعت فرش ماشینی ایران خواهد رفت. ما سعی داریم با توجه به حضور بسیار زیاد شرکت های ترکیه ای و کمبود فضا در سایت نمایشگاهی استانبول با کم کردن فضاهای درخواستی به تمام شرکت های

به نظر میرسد شرکت هایی که در بخش صادرات فرش ماشینی فعال هستند با دیدن اتفاقات گذشته و تحریم نافرجام دموتکس هانوفر و شناخت خود از بازارها آنقدر آگاه هستند که نمایشگاه استانبول را هم مانند هر نمایشگاه دیگری بدون تاثیر پذیرفتن از جریانات مخالف و یا موافق و فقط با تصمیم و آنالیز خود انتخاب یا رد کنند.

این نکته را هم فراموش نکنیم که نوع فرش های ماشینی تولیدی در ترکیه دقیقاً همان چیزی است که ایران در آن قوی است یعنی فرش های تکه ای فیس تو فیس و این یعنی مشتریان شرکت های ترک دقیقاً در پروفایل شرکت های ایرانی هستند. موردی که در نمایشگاه هایی مانند چین وجود ندارد و خریداران در آن نمایشگاه غالباً به دنبال فرش های تافتینگ و آکسمینستر با قیمت بسیار ارزان برای کانترکت مارکت ها هستند.

تا کنون با وجود اینکه اولین دوره برگزاری نمایشگاه است بالغ بر ۱۲ هزار متر مربع تقاضای غرفه





متقاضی خارجی فضا بدهیم و حضور آنها را تسهیل کنیم. جالب اینکه بهترین مکانها و گل سرسبد سالن خارجی ها را هم به شرکت های ایرانی اختصاص دادیم. ارتباط همه سالن ها با هم به بهترین شکل حرکت بازدیدکنندگان به سمت همه غرفه ها را امکان پذیر می کند.

متاسفانه در تاریخ مورد نظر سالن های نمایشگاه توپاپ که فضای بیشتری دارد برای نمایشگاه مهم دیگری رزرو شده و مجبور شدیم امسال نمایشگاه را سالن های مرکز تجاری استانبول

برگزار کنیم."

وی با توجه به حرف و حدیث های ایجاد شده ادامه داد: "متاسفانه در شرایطی که هنوز هیچ نقشه ای از سالن ها و جا نمایی ها منتشر نشده و حتی جانمایی خود شرکت های ترکیه ای نیز با قرعه کشی انجام شده است برخی افراد و جریانات اظهار نظرهای خلاف واقع را منتشر می کنند. اختصاص سالنهای اختصاصی به شرکت های ترکیه ای یک سیاست کلی در شرکت نمایشگاه های توپاپ است و در نمایشگاه هایی که سالن ها به گروه های کالایی

مجزا تقسیم نمی شوند شرکت های ترک در سالن های مجزا جانمایی می شوند و این چیز جدیدی نیست و در تمام صنایع و بخش ها سالهاست انجام می شود و تا به حال هیچ کشور یا بخشی از این امر متضرر نشده و هر سال نمایشگاه های ما در استانبول پرشور تر و با حضور بیشتر خارجی ها برگزار می شود و نمایشگاه نخ استانبول هم یکی از آخرین نمونه های آن بود."

قندونبات

کافه اختصاصی کودک

تادی یک انتخاب است



 **ghandnabat**
www.ghandonabatcafe.ir

0990 0100317 | 021 26404521
بلوار میرداماد، برج رز میرداماد، طبقه دوم تجاری



OR HOME ORHAY



موتل آپارتمان اُرهای محل زندگی

۰۹۰۳ ۸۳۳ ۳۵ ۱۶
 ۰۹۱۵۵۲۳ ۸۷ ۶۰
 ۰۹۱۲ ۳۲۲ ۴۷ ۳۳



گروه کارآفرینی اهری

تهران: سید خندان، ابتدای خیابان
 سهروردی شمالی، روبروی خیابان
 ابن یمن، پلاک ۸۰۱، برج بهشت



مقررات جدید موسسه OEKO-TEX 2023

ترجمه: پریسا تدین فرد



در منسوجات، چرم و کفش برای گواهینامه های STANDARD 100، LEATHER STANDARD و ECO PASSPORT صادر کرده است.

تغییرات بیشتر در گواهینامه اوکو تکس ECO PASSPORT، ارزیابی داوطلبانه قبلی خود را برای همه سایت های تولید نیز از فروردین ۱۴۰۲ اجباری می کند.

همکاری OEKO-TEX SteP به BHive می رود.

همکاری و تبادل با کارشناسان صنعت نساجی و چرم برای انجمن

BHive از GoBlu در SteP است که شرکت های تولید کننده گواهی را قادر می سازد الزامات پایداری و مدیریت شیمیایی را در زنجیره های تامین جهانی بررسی کنند.

گواهینامه جدید اوکو تکس به نام ORGANIC COTTON از آپریل ۲۰۲۳ برچسب گذاری قابل اعتماد منسوجات پنبه ای ارگانیک را تأیید می کند.

علاوه بر این، OEKO-TEX ممنوعیتی کلی برای استفاده از مواد آلکیل پرفلورینه و پلی فلورینه (PFAS/PFC)

ایجاد اعتماد در صنعت نساجی و چرم و برای مشتریان ماموریت موسسه OEKO-TEX است. از آنجایی که اعتماد مبتنی بر کیفیت بالا است، انجمن OEKO-TEX دوباره به روزرسانی هایی را برای معیارهای آزمون، مقادیر حدی و دستورات عمل های گواهینامه های خود منتشر می کند.

مقررات جدید در نهایت در سه ماهه اول سال ۲۰۲۳ و پس از یک دوره گذرا اجرایی خواهد شد.

سایر معرفی ها شامل ادغام برنامه





ORGANIC
COTTON

منسوجات پنبه ای ارگانیک تمرکز خواهد کرد.

گئورگ داینرز، دبیر کل OEKO-TEX گفت: "مصرف کنندگان بیشتر منسوجات پایدار را ترجیح می دهند و تقاضا برای پنبه ارگانیک به سرعت در حال افزایش است." علاوه بر تجزیه و تحلیل، DNA کیفی مواد نمونه (یعنی آیا یک محصول حاوی پنبه اصلاح شده ژنتیکی است، بله یا خیر)، مرحله دوم شامل کمی سازی یعنی تعیین نسبت پنبه اصلاح شده ژنتیکی در یک محصول پنبه است.

یک موجودی مواد شیمیایی ثبت می شود تا برندها بتوانند مستقیماً به داده های شفاف و دقیق دسترسی داشته باشند. از آوریل ۲۰۲۳، مشتریان OEKO-TEX STeP می توانند از این پایگاه داده شیمیایی جامع برای کاهش نیروی کار، زمان و هزینه ها استفاده کنند. این سیستم هوشمند همچنین مطابق با استانداردهای صنعتی شناخته شده مانند STeP و ZDHC MRSL است.

گواهینامه جدید:

از آوریل ۲۰۲۳، گواهینامه جدید OEKO-TEX ORGANIC COTTON بر برچسب زدن قابل اعتماد

OEKO-TEX اهمیت زیادی دارد. مشارکت مهمی با شتاب دهنده پایداری GoBlue International ایجاد شد.

برنامه BHive که توسط GoBlue توسعه یافته است، به تولیدکنندگان امکان می دهد تا اطلاعات مربوط به تمام محصولات شیمیایی مورد استفاده در سایت را از طریق تلفن هوشمند جمع آوری کنند و تعیین کنند کدام محصولات نیازهای پایداری مارک ها و خرده فروشان مختلف را برآورده می کنند.

تمام اطلاعات به طور خودکار در



دریافت برچسب MADE IN GREEN شرکت مد و فشن

ترجمه: پریسا تدین فرد



۲. چرا تصمیم گرفتید گواهی نامه
Oeko-Tex Made in Green را
دریافت کنید؟

Oeko-Tex Made in Green یک برچسب شناخته شده و معتبر برای ایجاد شفافیت و پاسخگویی به مشتریان می باشد. با کمک Label Check می توان به سرعت و به راحتی به تمام اطلاعات ساخت محصول دسترسی پیدا کرد. علاوه بر این، روند صدور گواهی نامه به ما این فرصت را می دهد که نگاه دقیق تری به فرآیندهای خود داشته باشیم. ما می خواهیم بفهمیم که چه کاری را خوب انجام می دهیم. همچنین می خواهیم به شیوه ای

۱. چرا شفافیت و پاسخگویی برای
شما مهم است؟

برای تصمیم گیری مناسب در خرید، مصرف کنندگان باید به درستی و به طور کامل اطلاعاتی داشته باشند.

برای ایجاد شفافیت تنها راه حل پاسخگویی در مورد مکان تولید محصول، چگونگی تولید محصول، مواد مصرفی در تولید محصول... می باشد. در عین حال، شفافیت و پاسخگویی باعث افزایش اعتماد مصرف کنندگان به یک برند می شود که در نهایت منجر به ایجاد احساس مسئولیت بیشتر در تولیدکنندگان می شود.

مادلین علیزاده موسس برند Dariadéh می باشد. Dariadéh یک برند مد است که در پرتغال تولیدات خود را انجام می دهد. خانوم علیزاده در وین زندگی می کند و محتوایی درباره مد پایدار، محیط زیست و عدالت اجتماعی تولید می کند. در ادامه به مصاحبه با ایشان درباره همکاری با موسسه Oeko-Tex می پردازیم.



و بر این اساس طراحی های متنوعی را ارائه دهیم.

۶. بزرگترین مشکلاتی را که صنعت نساجی را تحت تأثیر قرار می دهد چیست؟

مفهوم اصلی مد، مشکل است. یکی از مشکلات آن وجود این باور غلط است که در این صنعت معتقدند هرچه میزان تولیدات در کمترین زمان ممکن بیشتر باشد بهتر است. همچنین ایجاد این باور غلط در مشتری که به آن ها تلقین می شود هرچه که دارند کم است و آن ها به طور مداوم به محصولات بیشتری نیاز دارند نیز یکی دیگر از مشکلات این صنعت می باشد. علاوه بر آن تولید کنندگان این صنعت باید بدانند که با منابع موجود باید با احترام و به درستی رفتار شود.

۷. شما می خواهید با برچسب MADE IN GREEN به چه اهدافی برسید؟

اولین هدف حفظ منابع طبیعی آب و .. و صدور گواهی نامه برای همه محصولات خواهد بود. با این حال، هدف نهایی، قابل بازیافت بودن کامل است، یعنی اینکه ما محصولات را کاملاً بتوانیم در چرخه بازیافت تولید کنیم.



روی دوش مشتریانی باشد که در انبوه اطلاعات گیر کرده اند. من دوست دارم شرکت های پایدار از نظر اقتصادی ارتقاء پیدا کنند و برای تلاش هایشان پاداش دریافت کنند. خرید در صنعت مد باید منصفانه و همچنین تولید آن باید بسیار در دسترس باشد.

۵. کدام قسمت از تولید کردن محصول مناسب و مسئولانه سخت تر است؟

چالش های بی شماری وجود دارد که هر روز با آن ها رو به رو می شویم. ما همیشه باید به پایداری بیشتر از رشد و ترقی اهمیت دهیم، گاهی اوقات آگاهانه رشد مجدد را انتخاب می کنیم. در طراحی محصولات، ما به این علت که نمی خواهیم از مواد اولیه مصنوعی استفاده کنیم نسبت به سایر تولیدکنندگان بسیار محدود تر می شویم. ما همچنین در طراحی هایمان سعی میکنیم خود را در جایگاه واقعی زندگی افراد قرار دهیم

بهتر راه هایی که سبب پیشرفتمان می شود را بررسی کنیم.

۳. می خواهید مشتریان شما هنگام خرید محصولات دارای گواهی نامه ساخته شده در سبز، چه پیامی را از شما بگیرند؟

من می خواهم اطلاعات بیشتری را به مشتریان ارائه دهم تا نظر و دید بهتری نسبت به محصول بر اساس واقعیت در آن ها شکل بگیرد. از آنجایی که اکثر تولیدکنندگان صنعت مد هنوز از مسئولیت پذیری فاصله دارند، وجود مؤسسات و مکانیسم های قابل اعتمادی که استانداردهای مناسب را تعیین می کنند، مهم است.

۴. آرزوی شما برای آینده صنعت مد چیست؟

من مایلم شاهد تغییرات ساختاری (مانند اقدامات سیاسی و شفافیت برای مشتریان) باشم. این قابل قبول نیست که تمام مسئولیت بر

OKEO-TEX

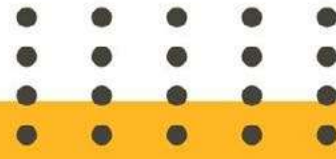
INSPIRING CONFIDENCE

OEKO TEX®

www.okeo-tex.com

استانداردهای بین المللی نساجی
OEKO-TEX®

دکتر احسان اکرامی
تلفن: 02147623233
ehsan.ekrami@oeti.biz



ARAD MACHINE



THE BEST WITH LATEST TECNOLOGIES

ماشین های دست دوم و نو

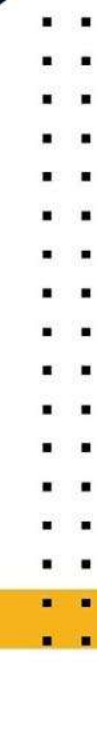
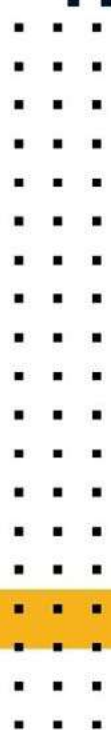
ARAD MACHINE_DB



شماره تماس:

+90-542-2987350

+98-912-1987350



کاوش در دنیای پارچه خز مصنوعی، جایگزینی پایدار برای خز واقعی



پارچه خز مصنوعی چیست؟ پارچه خز مصنوعی یا همان خز غیر حیوانی، که اغلب به عنوان "خز تقلبی" یا "خز تقلیدی" شناخته می شود، یک پارچه مصنوعی است که برای تقلید ظاهر و تلقین احساس خز واقعی حیوانات به مصرف کنندگان طراحی شده است. این پارچه یک جایگزین بدون آزار و اذیت حیوانات برای خز سنتی است، زیرا شامل استفاده از پوست حیوانات واقعی نمی شود. این نوع خز

به عنوان یک گزینه اخلاقی و پایدارتر برای ایجاد پوشاک، لوازم جانبی، و اقلام دکور خانه که ظاهری لوکس از خز دارند بدون نگرانی های اخلاقی، محبوبیت پیدا کرده است.

تاریخچه پارچه خز مصنوعی منشاء پارچه خز تقلیدی را می توان اوایل قرن بیستم تخمین زد، جایی که تلاش هایی برای ایجاد گزینه های مصنوعی برای خز واقعی انجام شد. با این

تاریخچه پارچه خز مصنوعی منشاء پارچه خز تقلیدی را می توان اوایل قرن بیستم تخمین زد، جایی که تلاش هایی برای ایجاد گزینه های مصنوعی برای خز واقعی انجام شد. با این

حال، در اواسط قرن بیستم بود که پیشرفت در فناوری تولید پارچه باعث شد تا پارچه های خز مصنوعی طبیعی تر و واقعی تر تولید شود. این پارچه ها در دوره هایی که پوشیدن خز واقعی به دلیل نگرانی های مربوط به حفاظت از حیوانات با انتقاد مواجه می شد، در صنعت مد محبوبیت خاصی پیدا کردند.

ترکیبات پارچه خز مصنوعی
این نوع پارچه معمولاً از الیاف مصنوعی مانند پلی استر،



افزایش نرمی و دوام و شباهت ظاهری خود، تحت فرآیندهای تکمیلی مختلفی قرار می گیرد.

الیاف مصنوعی مانند پلی استر و اکریلیک به دلیل شباهت آن ها به بافت خز انتخاب می شوند.

انواع پارچه خز مصنوعی
انواع مختلفی از پارچه های خز مصنوعی وجود دارد، از جمله پرز بلند، پرز کوتاه، مجعد، راسو و غیره. این سبک های مختلف جهت تقلید از خز حیوانات مختلف می باشد و تجربیات بصری و لمسی متنوعی را ارائه می دهند.

ترکیب: الیاف مختلف برای دستیابی به بافت، رنگ و ظاهر دلخواه با هم مخلوط می شوند.

رنگرزی: الیاف مخلوط شده برای تقلید و ایجاد شباهت از لحاظ رنگی به خز حیوانات خاص رنگ می شوند.

بافت: الیاف رنگ شده به صورت یک پایه پارچه بافته می شود.

موارد استفاده از پارچه خز مصنوعی

این نوع پارچه در طیف گسترده ای از محصولات استفاده می شود، از جمله:
۱. در مد: طراحان مد از خز مصنوعی استقبال کرده اند و آن را

برش و شکل دادن: پارچه برش داده می شود و به گونه ای شکل می گیرد که شبیه به بافت خز واقعی شود.
پارچه خز تقلیدی برای



اکریلیک و نایلون ساخته می شود. این الیاف پردازش می شوند تا شبیه بافت و ظاهر خزهای حیوانات مختلف باشد. فرآیند تولید شامل ترکیب انواع مختلف الیاف، رنگرزی آنها و سپس شکل دادن و برش دادن الیاف برای رسیدن به ظاهر خز مانند مورد نظر است.

فرآیند تولید پارچه خز مصنوعی
تولید پارچه خز مصنوعی شامل چندین مرحله است:
آماده سازی الیاف: در این پروسه



مورد تأثیر زیست محیطی الیاف مصنوعی مورد استفاده در تولید خز مصنوعی نیز وجود دارد.

چگونه خز مصنوعی و خز واقعی را از یکدیگر تشخیص دهیم؟
تمایز بین خز واقعی و خز مصنوعی را می توان با استفاده از چند آزمایش ساده انجام داد:

نقطه ی اتصال پارچه را بررسی کنید:

خز اصلی رشته های خز متصل به پایه چرم طبیعی را نشان می دهد، در حالی که خز مصنوعی دارای پایه بافتنی است.

انجام تست سوزن:

سعی کنید یک سنجاق را به پارچه وارد کنید. اگر سنجاق به راحتی عبور کند، احتمالاً به دلیل پایه بافتنی آن، خز مصنوعی است. خز واقعی با پایه چرمی خود مقاومت نشان می دهد و سوزن را به راحتی از خود عبور نمی دهد.

تست سوختگی الیاف را امتحان کنید:

یک رشته خز را بردارید و آن را نزدیک یک کبریت روشن یا فندک نگه دارید. هنگامی که خز واقعی مشتعل می شود، بوی



۴. محصولات حیوانات خانگی: حتی حیوانات خانگی نیز می توانند از راحتی خز مصنوعی لذت ببرند، زیرا در ساخت تخت، پتو و اسباب بازی حیوانات خانگی استفاده می شود.

۲. در دکوراسیون منزل: خز

مصنوعی به عنوان روانداز، بالش و فرش مجلل به خانه ها راه پیدا کرده است و عنصری دنج و شیک در طراحی داخلی به شمار می رود.

۳. در لوازم جانبی: از دستکش

های خز مصنوعی گرفته تا روسری های زیبا، اکسسوری های ساخته شده از خز مصنوعی در ماه های سردتر گرما و استایل را ارائه می کنند.

با این حال، بحث هایی در

بود که سیاست بدون خز را اتخاذ کرد و استفاده از طرح های خز را در سال ۱۹۹۴ متوقف کرد.

:Michael Kors

مایکل کورس یک سیاست بدون خز را در مجموعه خود در سال ۲۰۱۸ اتخاذ کرد. این برند فرآیندهای تکنولوژیکی را برای ایجاد زیبایی شناسی در تولید خز غیرحیوانی دنبال می کند.

:Giorgio Armani

برند جورجیو آرمانی در سال ۲۰۱۶ بدون استفاده از خز شد. طراح مد ایتالیایی، جورجیو آرمانی، توضیح

:Stella McCartney

از زمان راه اندازی برند Stella McCartney در سال ۲۰۰۱، هرگز از خز یا چرم حیوانات واقعی استفاده نکرده است. این برند از برچسب "Fur-free-Fur" روی پارچه های خز مصنوعی خود استفاده می کند تا انتخاب آگاهانه خود را مشخص کند. استلا مک کارتنی از خز مصنوعی پایدار، پنبه ارگانیک و سایر جایگزین های پایدار و قابل بازیافت استفاده می کند.

:Calvin Klein

کالوین کلاین یکی از اولین کسانی

موی سوخته متصاعد می شود، در حالی که خز مصنوعی (ساخته شده از اکریلیک و پلیمرهای مداکریلیک) رایحه پلاستیکی تولید می کند.

بافت آن را را احساس کنید:

خز واقعی در مقایسه با خز مصنوعی بافت نرم و متراکم تری دارد. خز غیر حیوانی معمولاً درشت تر و زبرتر است و ممکن است به دست های مرطوب بچسبد.

برچسب ها را بررسی کنید:

به دنبال برچسب هایی باشید که به لباس متصل اند و نشان می دهند خز واقعی است یا مصنوعی.

برندهایی که از پارچه خز

مصنوعی استفاده می کنند:

برندهای مد متعددی از خز غیر حیوانی به عنوان جایگزینی اخلاقی برای خز واقعی استفاده کرده اند، از جمله برندهای استلا مک کارتنی، کالوین کلاین، شریمپس و غیره. این برندها خز مصنوعی را در مجموعه های خود ادغام کرده اند تا تقاضای رو به رشد برای گزینه های بدون ظلم را برآورده کنند.



داد که پیشرفت در فناوری، آینده صنعت خز مصنوعی، به تلاش‌های مداوم نیاز است. اعمال ظالمانه روی حیوانات را غیرضروری کرده است. این برند همچنان به دنبال جایگزین‌های پایدارتر است.

:Shrimps

برند شریمپس از زمان آغاز به کار خود در سال ۲۰۱۳ به دلیل طرح‌ها و الگوهای خلاقانه خز مصنوعی مشهور شده است. این برند همچنان به دنبال فرآیندهای تکنولوژیکی برای بهبود پایداری محصولات خود است.

این نوع پارچه‌ها واقعی‌تر و خلاقانه‌تر شوند و نگرانی‌های مربوط به اثرات زیست‌محیطی الیاف مصنوعی را برطرف کند. با این حال، برای اطمینان از اینکه تولید خز مصنوعی از نظر زیست‌محیطی مسئول و از نظر اجتماعی آگاهانه باقی می‌ماند، این صنعت احتمالاً به رشد خود ادامه می‌دهد زیرا ملاحظات اخلاقی و پایداری در انتخاب‌های مصرف‌کننده برجسته‌تر می‌شود. پیشرفت‌ها در فناوری نساجی ممکن است منجر شود این نوع پارچه‌ها واقعی‌تر و خلاقانه‌تر شوند و نگرانی‌های مربوط به اثرات زیست‌محیطی الیاف مصنوعی را برطرف کند. با این حال، برای اطمینان از اینکه تولید خز مصنوعی از نظر زیست‌محیطی مسئول و از نظر اجتماعی آگاهانه باقی می‌ماند، این صنعت مد می‌دهد.





ماموت (آلمان)
www.mammut.de

دستگاه پنبه دوزی لحاف و تشک



دستگاه دوخت تشک



دستگاه تکمیل رویه تشک



نمایی از کارخانه ماموت

مصرف برق و هزینه نگهداری بسیار پایین
تغذیه نخ از ماسوره تا ظرفیت ۸۰۰ متر
تغییر مکان سوزن و اجرای طرح جدید در ربع زمان صرف شده جهت دستگاه‌های متفرقه
اپراتوری ساده و آموزش در آلمان
ارائه نرم افزار طراحی به خریدار
کلیه قطعات ساخت آلمان با گارانتی
خدمات و پشتیبانی پس از فروش در ایران



رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co.Ltd

تهران، سعادت آباد، خیابان علامه طباطبایی جنوبی، ساختمان ۹۱، واحد ۳

ویژه: ۵۵۶۰ ۹۱۰۳ (۰۲۱)

نمایندگی و پشتیبانی در ایران

WINNERS@NedTex.biz



نگارش: محبوبه قایدی



نوآوری شرکت تروچلر در تولید ماشین آلات نخ فرش ماشینی بی سی اف

مدل شاخص در سر OPTIMA OPTIMA MO60 یک ماشین پیشرفته که دارای پیکربندی شش فرآیندی است. این دستگاه دارای دو کلاسور FW13 و دو وایندر پیشرفته است که قابلیت های بی نظیری را برای تولید نخ های IDY و نخ فرش ارائه می دهد. بیایید به جنبه های فنی پردازیم که OPTIMA MO60 را به یک تغییر دهنده بازی در صنعت تبدیل می کند:

تشکیل رشته فیلامنتی با کیفیت عالی

یکی از ویژگی های برجسته OPTIMA MO60 قابلیت های استثنایی تشکیل رشته آن است. Trützschler سیستم پیشرفته ایجاد کرده است که تولید نخ های با کیفیت ثابت را تضمین می کند. سیستم ریسندگی OPTIMA دستگاه برای برآوردن

شرکت تروچلر Trützschler در نمایشگاه ایتامیلان ITMA 2023 دستگاه تولید نخ فرش و IDY متحول کننده بازار را به نمایش گذاشت.

گروه ماشین سازی آلمانی تروچلر Trützschler، یک رهبر مشهور در صنعت ماشین آلات نساجی جهان به شمار می رود که، با معرفی آخرین نوآوری خود یعنی سری جدید ماشین های OPTIMA، تاثیر قابل توجهی در ITMA 2023 گذاشت. OPTIMA که به طور خاص برای نخ های تکسچره صنعتی (IDY) و تولید نخ فرش طراحی شده است، نقطه اوج تخصص و تعهد تروچلر Trützschler برای ارائه راه حل های پیشرفته برای صنعت نساجی است.



است. این دستگاه مجهز به واحدهای خاموش کننده جریان متقاطع است که خنک کننده بدون انقطاع را فراهم می کند. دمای هوای خنک کننده، رطوبت نسبی، سرعت هوا و سایر مشخصات را می توان با توجه به نیازهای خاص محصول تنظیم کرد. این کنترل دقیق بر روی پارامترهای خنک کننده، خنک کردن بهینه نخ را تضمین می کند و کیفیت و عملکرد کلی نخ های تولید شده را افزایش می دهد.

درام خنک کننده، یکی از اجزای حیاتی دستگاه، نقش مهمی در دستیابی به تثبیت عالی چین در نخ دارد. تخصص Trützschler در تکسچرایزینگ نخ از طریق واحد بافت منحصر به فرد HPC و درام خنک کننده بعدی به نمایش گذاشته می شود. مسیر مستقیم نخ، فشار روی نخ را کاهش می دهد و ویژگی های چین خوردگی و ماندگاری بهتری را تضمین می کند.

نیازهای خاص هر پلیمر، فرآیند ریسندگی و شرایط کارخانه طراحی شده است. با طراحی مدولار، امکان واحدهای تولید کوچک (۴ سرخ) و بزرگ (تا ۱۶ سرخ) را فراهم می کند و انعطاف پذیری و مقیاس پذیری را برای مطابقت با نیازهای تولید فراهم می کند.

سیستم ریسندگی OPTIMA دارای اسپین پک های پیشرفته است که فیلتراسیون عالی، توان عملیاتی بالا و خواص جریان ایده آل را ارائه می دهد. این اسپین پک ها شرایط گرمایشی و عملیات مکانیکی مذاب پلیمری را تضمین می کنند که منجر به حداقل تغییر در قطر رشته ای می شود. بسته های مستطیلی برای جابجایی آسان و ایمن طراحی شده اند و عملیات روان را تسهیل می کنند.

خنک کننده عالی برای کیفیت مطلوب نخ

خنک کننده کارآمد برای حفظ کیفیت نخ بسیار مهم است و OPTIMA MO60 در این زمینه عالی



چندین بار مورد استفاده مجدد قرار می گیرند که این ویژگی باعث افزایش پایداری، کاهش ضایعات مواد و بهبود راندمان کلی تولید می شود.

سیستم واحد نظارت مرکزی (CMU)

شرکت تروچلر Trützschler اهمیت کنترل و نظارت کارآمد در تولید نساجی مدرن را درک می کند. برای رفع این نیاز، OPTIMA MO60 به سیستم واحد نظارت مرکزی تروچلر (CMU) مجهز شده است. این سیستم پیشرفته تمام عملکردهای مورد نیاز برای کنترل خط اکستروژن را در یک رابط کاربری و کاربر پسند ترکیب می کند.

سیستم CMU دارای یک رابط کاربری گرافیکی است که انتخاب آسان و تغییر تمام پارامترهای فرآیند را فراهم می کند. اپراتورها می توانند به لطف قابلیت های خود هدایتی، بدون زحمت در سیستم حرکت کنند. انتخاب زبان، مدیریت دستور العمل و عملکردهای اختار پیچیده به طور یکپارچه در سیستم CMU ادغام شده اند و اپراتورها را قادر می سازد گردش کار خود را ساده کرده و عملکرد مطلوب محصول را تضمین کنند.

سیستم CMU امکان انتخاب و ترکیب ساده روندها

نخ های چند رشته ای با بافت HPC تولید شده توسط OPTIMA MO60 نه تنها حجیم و یکنواخت هستند، بلکه ثبات چین خوردگی بالایی نیز از خود نشان می دهند. فرآیند بافت بدون لاملا، اصطکاک روی رشته های منفرد را به حداقل می رساند و در نتیجه نخ های BCF با ویژگی های چین خوردگی متمایز و ثابت ایجاد می شود.

پیچش بوبین های نخ بی سی اف با کیفیت

دستیابی به بوبین های با کیفیت بالا برای فرآیندهای پایین دستی راحت بسیار مهم است و OPTIMA MO60 در این زمینه پیشرو است. شرکت تروچلر Trützschler وایندر دو طرفه FW11 اثبات شده خود را در دستگاه ادغام کرده است و فرآیند پیچش یا وایندینگ دقیق و کارآمد را اطمینان می دهد. این وایندر های جمع و جور کاملاً اتوماتیک هستند و دارای پیچش دقیق مرحله ای اختیاری هستند که برای عملیات های پایین دستی بدون عارضه، بوبین های عالی را تضمین می کند.

OPTIMA MO60 همچنین هنگام استفاده از بوبین های پلاستیکی یا کاغذی راندمان انتقال بالایی را ارائه می دهد، حتی زمانی که لوله های کاغذی



در فناوری تکسچرایزینگ نخ استفاده کنند. با ترکیب این ارتقاها، کاربران می توانند به یکنواختی بالاتر، ویژگی های چین و نگهداری بهتر، محدوده عملیاتی گسترده، سرعت تولید بالاتر و صرفه جویی در انرژی دست یابند.

گروه Trützschler برنامه های تعمیر و نگهداری را متناسب با نیازهای خاص مشتریان خود ارائه می دهد. این طرح ها تضمین می کنند که OPTIMA MO60 به طور منظم بازرسی، سرویس و بهینه سازی می شود تا پایداری فرآیند و کیفیت نخ حفظ شود. بازرسی در محل و گزارش های دقیق که عملکرد دستگاه را برجسته می کند و اقدامات لازم را برای افزایش کارایی توصیه می کند.

این شرکت همچنین برنامه های آموزشی جامعی را در محل یا در مرکز خود در Winterthur ارائه می دهد. این جلسات آموزشی موضوعات اولیه و پیشرفته مربوط به نگهداری و تعمیرات را پوشش می دهد و اپراتورها و تکنسین ها را با دانش و مهارت های مورد نیاز برای به حداکثر رساندن عملکرد و طول عمر دستگاه توانمند می کند.

گروه Trützschler OPTIMA MO60 یک دستگاه قابل توجه است که برای رفع نیازهای خاص تولید کنندگان نخ فرش و IDY طراحی شده است. بسته به OPTIMEYE Industry 470 تولید کارآمد، نظارت در زمان واقعی و تصمیم گیری مبتنی بر داده را از طریق ویژگی های پیشرفته خود تضمین می کند، مانند وایندهای بوبین، سیستم واحد نظارت مرکزی (CMU) و ... گروه Trützschler تضمین می کند که OPTIMA MO60 یک ماشین قابل اعتماد و با کارایی بالا در طول عمر عملیاتی خود باقی می ماند.



را فراهم می کند و بینش هایی را در زمان واقعی در مورد داده های عملیاتی ارائه می دهد. این ویژگی برای نظارت و تجزیه و تحلیل شاخص های کلیدی عملکرد، شناسایی تنگناهای بالقوه، و تصمیم گیری های مبتنی بر داده برای بهینه سازی فرآیندهای تولید مفید است.

این شرکت دارای انبار بزرگی از بیش از ۲۰۰۰ قطعه یدکی مختلف است که می توانند در کوتاه مدت ارسال شوند. این حداقل زمان خرابی و تعویض سریع اجزای حیاتی را در صورت نیاز تضمین می کند.

Trützschler قطعات ایمن برای سیستم های الکتریکی را همراه با ارتقاء و مقاوم سازی الکتریکی ارائه می دهد. این پیشرفت ها عملکرد و قابلیت اطمینان دستگاه را بهبود می بخشد و آن را با آخرین پیشرفت های فناوری به روز نگه می دارد.

OPTIMA MO60 به گزینه های ارتقاء نیز مجهز شده است. Trützschler به روز رسانی هایی را برای سیستم تکسچرایزینگ ارائه می دهد که به تولیدکنندگان اجازه می دهد از آخرین پیشرفت ها



ساخت بزرگترین سایت نمایشگاهی اروپا در استانبول کلید خورد

مرکز نمایشگاه استانبول در حال آماده سازی برای تبدیل شدن به بزرگترین محل نمایشگاه سرپوشیده اروپا با سالن های جدید خود است.

مرکز نمایشگاهی منطقه ای و شهر کنگره، قاطعانه تر عمل می کنیم. بخش نمایشگاهی قسمتی است که هرگز رکود را نمی پذیرد... این امر مستلزم اجرای فوری تحولات فن آوری جدید، روش های نمایش و خدمات زیرساختی است. اکنون افزایش زیرساخت های نمایشگاهی استانبول به اندازه ای که نیازهای بخش های ما را برآورده کند، به یک ضرورت تبدیل شده است. برای این منظور با این باور و بینشی که ترکیه را به یکی از کشورهای پیشرو در نمایشگاه ها تبدیل کند، به فعالیت خود ادامه خواهیم داد.

ترکیه قصد دارد به یک مرکز جهانی برای نمایشگاه های تجاری در صنایع مختلف از جمله صنعت نساجی تبدیل شود که مزایای بیشماری را برای این کشور به همراه دارد و علاوه بر توسعه تجارت و افزایش صادرات صنعت توریست این کشور را هم رشد می دهد.

حتی بعید نیست با تکمیل این مرکز در استانبول نمایشگاه ماشین آلات نساجی ایتما به عنوان بزرگترین نمایشگاه نساجی جهان نیز در سال ۲۰۳۱ در استانبول برگزار شود.

رئیس اتاق بازرگانی استانبول آقای شکیب آوداگیچ گفت: "ما مرکز نمایشگاه های استانبول را که در حال حاضر با ۱۱ سالن در منطقه یشیلکوی استانبول داریم، و قصد داریم از در راستای هدف تعیین شده توسط رئیس جمهوری مساحت این مرکز را از ۹۶ هزار متر مربع به ۲۲۵ هزار متر مربع افزایش دهیم. زمانی که پروژه تکمیل شود، استانبول صاحب بزرگترین سایت سرپوشیده نمایشگاهی در اروپا خواهد بود و استانبول یکی از نادرترین شهرهایی خواهد بود که دارای چنین فضای نمایشگاهی است."

آوداگیچ رئیس ITO گفت: "بدون اغراق می توانم بگویم که با کمک عوامل چرخه ای خارجی، "نمایشگاه های استانبول" به نقطه ملاقات کل جهان تبدیل شده است. ما اکنون با زیرساخت های تکمیل شده مرکز نمایشگاه استانبول، به ویژه در تبدیل استانبول به یک

محاسبات خط حلاجی جهت خرید کمپرسور، فیلتر پلن و پست برق

خط حلاجی مجموعه ای ماشین آلات می باشد که بصورت متوالی مجموعه ای اقدامات لازم جهت تبدیل عدل الیاف به فتیله انجام می شود.

تهیه و تدوین: مهندس قاسم حیدری، فوق لیسانس تکنولوژی نساجی



خط حلاجی مجموعه ای ماشین آلات می باشد که بصورت متوالی مجموعه ای اقدامات لازم جهت تبدیل عدل الیاف به فتیله انجام می شود. هر یک از این ماشین آلات مقدار هوای فشرده، مکش هوا و برق متناسبی مورد نیاز دارند که در هنگام طرح ریزی خط حلاجی، متناسب با آن باید تجهیزات و تاسیسات کمکی مورد نیاز فراهم گردد.

در این مقاله به منظور خرید کمپرسور، فیلتر پلن و پست برق، ظرفیت هریک از این تجهیزات جهت تامین ماشین آلات خط حلاجی محاسبه گردیده است. جهت نمونه یک خط تک لیف حلاجی با ۳ کاردینگ و ۱ جفت پاساژ در نظر گرفته شده و در جدول زیر شامل موارد مورد نیاز آورده شده می باشد:

| ماشین | تعداد | حجم هوای فشرده لازم لیتر در ساعت | برقی مصرفی کیلووات | فشار هوای انتقال ضایعات پاساژ | فشار هوای انتقال خاک پاساژ | مکش انتقال ضایعات متر مکعب/ساعت | مکش انتقال مواد متر مکعب/ساعت |
|-------------------------------|-------|----------------------------------|--------------------|-------------------------------|----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| عدل بازکن | 1 | 0 | 10.5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| چنداکننده چرغه و فنر کندانسور | 1 | 75 | 9 | 0 | 500 | 0 | 3300 |
| پری فیلتر | 1 | 0 | 6.66 | 0 | 0 | 0 | 4000 |
| فن | 1 | 0 | 7.87 | 530 | 0 | 1200 | 0 |
| میکسر | 1 | 82.8 | 4.78 | 0 | 0 | 0 | 5200 |
| تمیزکننده نهایی فن | 1 | 0 | 12.23 | 700 | 0 | 4400 | 0 |
| تغذیه چنداکننده | 1 | 0 | 0.04 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| چنداکننده مواد خارجی | 1 | 1000 | 4.3 | 700 | 0 | 0 | 0 |
| فن | 1 | 0 | 6.5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| کندانسور چنداکننده | 1 | 0 | 6.66 | 0 | 0 | 0 | 4000 |
| کاماندر خط | 1 | 0 | 0.08 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| شوت فید تغذیه کارد | 3 | 0 | 4.38 | 0 | 50 | 0 | 4000 |
| کاردینگ | 3 | 4200 | 54 | 740 | 0 | 11100 | 0 |
| باتکه گردان | 3 | 0 | 0 | 0 | 190 | 0 | 600 |
| پاساژ اول | 1 | 0 | 12.73 | 0 | 450 | 0 | 800 |
| تویض باتکه | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| پاساژ دوم | 1 | 240 | 12.73 | 0 | 450 | 0 | 800 |
| تویض باتکه | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| جمع | 27 | 5837.8 لیتر در ساعت | 276 کیلووات | - | - | 16700 متر مکعب در ساعت | 22700 متر مکعب در ساعت |

در صورتیکه خط حلاجی دیگری مد نظر باشد، با ثابت بودن پارامترها، با تغییر ضریب تعداد ماشین ها می توان ظرفیت تجهیزات را بصورت مشابه محاسبه کرد. با توجه به نمونه بیان شده، بدون احتساب ضریب اطمینان، تجهیزات با ظرفیت ۱۰۰ لیتر در ثانیه هوای فشرده، ۴۰ هزار مترمکعبی در ساعت و ۲۷۵ کیلو وات برق لازم است.

اکتشافات جدید شرکت وندویل در زمینه بافت فرش ماشینی



دستگاه سه راپیر کات-لوپ USF با راه حل Fast Creel دارای امکان ساختارهای بافت جایگزین و کنترل کشش کامل در حلقه ها است. آخرین راه حل ها برای کارایی بالاتر، تولید بی نظیر و پایداری بهبود یافته در غرفه Vandewiele در برابر چشمان تولیدکنندگان فرش جهان فرار گرفت.

در بخش ماشین‌های بافندگی فرش هندلوک یا همان دست باف گونه Handlook، نسل جدید HCE3+ مجهز به دستگاه‌های ژاکارد Vandewiele U4 است تا ساختار بافت سه راپیر بسیار پربازده را اعمال کند و جلوه‌های بافت مسطح محلی ایجاد

شرکت وندویل Vandewiele، یکی از تولید کنندگان پیشرو در بازار جهانی با راه حل های جامع بافت فرش خود، به میلان آمد تا برای اولین بار در نمایشگاه ایتما ۲۰۲۳ که در تاریخ ۸ تا ۱۴ ژوئن برگزار می شد، سه دستگاه جدید قالی بافی را ارائه دهد.

دستگاه قالی بافی RCF با «Fast Creel» دیجیتال، با بالاترین سرعت تا کنون، تا ۲۵۰ دور در دقیقه بافت انجام میدهد و همچنین انعطاف‌پذیری را برای تغییرات سریع رنگ، توقف کمتر دستگاه و تغییرات قابل برنامه ریزی و ضایعات نخ ارائه می‌دهد.

اتوماتیک SAVIO Proxima Smartconer® را در نقشه راهی که در نمایشگاه ITME هند در دسامبر ۲۰۲۲ در ITMA میلان آغاز شده بود، راه اندازی خواهد کرد.

MEMMINGER-IRO GMBH یکی از پیشتازان بازار در توسعه، تولید و فروش فیدرهای نخ، سیستم های نظارت و روانکاری برای ماشین های بافندگی، خود را در غرفه نمایشگاهی به مساحت ۲۴۰ متر مربع در سالن ۴ غرفه D1۰۸ معرفی می کند.

بخش اکستروژن BCF شرکت نیز با آخرین پیشرفت های خود در نمایشگاه حضور خواهد داشت که بر روی صرفه جویی در انرژی، حمل و نقل آسان و بازیافت و همچنین سایر مارک های آن در بافندگی، تافتینگ، اکستروژن نخ، تنظیم حرارت یا تکمیل تمرکز دارد.

کند که امکانات جدیدی را در طراحی و نوشتن متن نشان می دهد. همه ماشین های بافندگی با نام اختصاری ACES مشخص می شوند: ماشین های خودمختار با حسگرها و قابلیت های تحلیلی، ماشین های متصل، حرکت های الکتریکی به جای درایوهای مکانیکی، و ماشین های هوشمندی که هوش مصنوعی را به جای اپراتورها اعمال می کنند.

برندهای شرکت وندویل از بخش های مختلف آخرین فناوری های خود را ارائه کردند در مجموع ۷ دستگاه ژاکارد Bonas در ITMA در سالن ۱۰، غرفه ۲۰۱ به نمایش گذاشته شد تا فناوری آینده را نشان دهد. Vandewiele - Cobble، یک تولید کننده پیشرو در ماشین آلات تافتینگ و لوازم جانبی، قرار است آخرین نوآوری خود، ماشین تافت با سرعت بالا (HST) را در ITMA ۲۰۲۳ به نمایش بگذارد.

راه حل کارآمد تافتینگ Savio جدیدترین سیم پیچ





تهیه و تدوین: دکتر امیررضا باودر



پوشاک خود ببینند.

صنعت نساجی در کره جنوبی نقشی حیاتی در مراحل اولیه صنعتی شدن این کشور ایفا کرد. اکنون همچنان شاهد رشد ثابتی است و انتظار می رود صادرات آن به حدود ۱۴.۳۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ برسد. علاوه بر این، صنعت نساجی در کره جنوبی یک صادرکننده قابل توجه مواد خام با صنعت پارچه مصنوعی گسترده است.

با شتاب گرفتن صنعت خرده فروشی کره جنوبی، صنعت نساجی سخت در تلاش است تا تکنیک های پردازش و توزیع خود را بهبود بخشد و به ارزش افزوده صادرات خود کمک کند. با رشد پررونق فرهنگ کره ای به دلیل نفوذ زیاد فرهنگ K-Pop، صنعت خرده فروشی در این کشور درها را برای فرصت های زیادی و رشد بازار برای برندهای بین المللی باز کرده است.

برای رسیدن به تکامل سریع روند مد کره ای، صنایع

از یک دوره قابل توجه بی ثباتی اقتصادی، کره جنوبی اکنون به عنوان یکی از بزرگترین اقتصادهای آسیا ظاهر شده است و رتبه دوازدهمین اقتصاد بزرگ جهان را به خود اختصاص داده است و جایگاه خود را به عنوان یک رهبر نوآور جهانی تثبیت کرده است. تا سال ۲۰۲۲، بخش تولید حدود ۲۸ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور را تشکیل می داده است.

صنعت نساجی یک صنعت رو به رشد است که دائماً در حال توسعه است و از بسیاری جهات، نقطه شروعی برای عملکرد و شکوفایی سایر صنایع در نظر گرفته می شود. با تغییرات در بازارها و استراتژی های تجاری، صنعت نساجی نیز باید تغییرات سریعی در ساختار اقتصادی خود ایجاد کند تا بتواند رشد خود را در بازار حفظ کند. این شامل گسترش قابلیت های پردازش، بهبود شکاف های زیرساختی، توسعه منسوجات پایدار و بهبود تصویر یک کشور است به طوری که سایر کشورها آن را به عنوان مقصد انتخابی برای صنعت نساجی و

در حال حاضر، کره جنوبی ۱۷ قرارداد تجارت آزاد با ۵۸ کشور دارد. کره جنوبی یک پیمان تجاری با پنج کشور آمریکای مرکزی (کاستاریکا، السالوادور، هندوراس، نیکاراگوئه و پاناما) بسته است که از اکتبر ۲۰۱۹ اجرایی شده است. همچنین کره جنوبی دارای قراردادهای آزاد تجاری با آسه آن بوده و با ویتنام، سنگاپور، اندونزی و فیلیپین نیز قراردادهای آزاد تجاری را امضا کرده است. بدین ترتیب کره جنوبی با چهار شریک تجاری برتر خود در آسه آن قراردادهای تجارت آزاد دارد. همچنین پس از اجرایی شدن توافق قرارداد آزاد تجاری جدید با اسرائیل تعرفه های گمرکی را بر ۹۷.۴ درصد از کالاهای کره ای کاهش داده خواهد شد و تعرفه های منسوجات کره ای (۶ درصد) حذف خواهد شد.

“

نساجی باید کاملاً نوآورانه و سریع در توسعه فناوری های جدید برای مطابقت با خواسته های مصرف کنندگان عمل کنند. برای کمک به صنعت در رسیدن به هدف صادراتی خود، این کشور حرکات استراتژیک و قرارداد تجارت آزاد (FTA) را با تعدادی از کشورهای جهان امضا کرده است.

این توافقنامه ها پیشرفتی را در زمینه نوآوری و توسعه فناوری به کشور خواهد داد. علاوه بر این کره جنوبی به بنگلادش اطمینان داده است که دسترسی به بازار بدون مالیات و سهمیه را برای همه محصولات بنگلادش در نظر می گیرد که حاکی از آنست که کره جنوبی واردات پوشاک بافته شده، لباس بافتنی، جوت و محصولات جوت را از بنگلادش ترجیح می دهد.

کمیسیون تجارت بین المللی ایالات متحده تغییراتی را در قوانین مبدأ توافقنامه تجارت آزاد ایالات متحده و کره (KORUS) در مورد تجارت ایالات متحده تحت این توافق، در مورد کل تجارت ایالات متحده و در مورد تولیدکنندگان داخلی اقلام آسیب دیده پیشنهاد کرده است. اصلاحات پیشنهادی قوانین مبدأ فعلی را برای برخی از منسوجات و محصولات پوشاک آزاد می کند و اجازه می دهد تا از نهاده های غیر اصلی بیشتری استفاده شود، در نتیجه محصولات بیشتری را واجد شرایط معافیت از مالیات تحت KORUS می کند.



حل های تولید هوشمند را اتخاذ کنند و از پروژه های تحقیقاتی روی پارچه های نسل بعدی حمایت کنند. دولت ۳۳.۷ میلیون دلار در دوره ۲۰۲۲-۲۰۱۸ برای کمک به کارخانجات خیاطی و رنگرزی محلی برای اتخاذ راه حل های هوشمند برای تولید بر اساس تقاضا اختصاص داده است. این حرکت در راستای روند جهانی ساخت محصولات سفارشی برای مشتریان فردی به جای تولید انبوه کالاهای از پیش طراحی شده است. این طرح همچنین خواستار اختصاص ۵۲.۴ میلیون دلار تا سال ۲۰۲۳ برای توسعه پارچه های نسل بعدی است که می تواند در لباس های آتش نشانی و سایر مناطق تخصصی استفاده شود.

بخش نساجی کره جنوبی به عنوان یک تجارت با رشد و ارزش افزوده بالا که دارای فناوری پیشرفته است یاد می شود. این بخش که زمانی صنعت پیشروی بود که حدود ۴۰ درصد از کل صادرات کشور کره جنوبی را در دهه ۱۹۷۰ به خود اختصاص می داد، در دهه های اخیر همراه با رشد شدید بخش هایی مانند الکترونیک و خودرو، دچار رکود شده بود. با این حال برخی شرکت ها ممکن است سقوط کنند، اما هیچ صنعتی برای همیشه سقوط نمی کند. با سرریز شدن تکنولوژی از صنایع پیشرو دیگر شاهد جهش در تولیدات و صادرات صنعت نساجی کره هستیم.



کره جنوبی ویتنام را به عنوان یک منطقه سرمایه گذاری عمده هدف قرار داده است. این سرمایه گذاری ها به طور قابل توجهی در بخش تولید الیاف و منسوجات است. در سال ۲۰۱۸، کره جنوبی با حدود ۴۰ پروژه، ۲۳۴.۲ میلیون دلار در دونگ نای سرمایه گذاری کرد. در بین سرمایه گذاران خارجی در Binh Duong با کل سرمایه ثبت شده بیش از ۳۰۲ میلیون دلار در رتبه دوم قرار گرفت.

انجمن Uztextileprom و Techno Park کره جنوبی یادداشت تفاهمی در مورد همکاری در صنعت نساجی امضا کرده اند زیرا ازبکستان شریک تجاری اصلی کره در میان کشورهای آسیای مرکزی است. انجمن Uztextileprom، با کمک Geongeui Daejin، یک جلسه توجیهی تجاری به منظور اجرای پارک تکنو نساجی ازبکستان-کره ای در تاشکند ترتیب داده است. این امر هم تبادل تجربه و هم بسیج منابع اضافی را افزایش می دهد. تجربه فناوری کره به ازبکستان کمک می کند تا یک زیرساخت پیشرفته نساجی ایجاد کند. این پلتفرم به تولید ایده های رقابتی و تبدیل آنها به محصولات کمک می کند. ساخت تکنو پارک ازبکستان-کره ای با بودجه کره جنوبی بالغ بر ۱۵ میلیون دلار بوده است و در منطقه یاکاسارای تاشکند واقع خواهد شد. کره جنوبی به شرکت های محلی کمک می کند تا راه



هلدینگ خوشه‌ای Hyosung TNC با عرضه الیاف، منسوجات و محصولات رنگی مانند اسپندکس، نایلون و پلی استر و همچنین ارائه فناوری، کیفیت و خدمات عالی به مشتریان، پیشرو صنعت الیاف شیمیایی در جهان است. شرکت هیوسانگ با تحقیق و توسعه خود به مدت ۳۰ سال بر بازار جهانی اسپندکس تسلط داشته است و روی آرامید طناب لاستیک تمرکز می‌کند. این شرکت، برترین تولیدکننده اسپندکس در جهان، طبق گزارش خود به تنظیم کننده مالی، ۱.۱ تریلیون وون (۹۰۷.۶ میلیون دلار) سود عملیاتی در سه فصل اول سال گزارش کرده است که حدود هشت برابر ۱۳۶.۴ میلیارد وون سال قبل است. این شرکت احتمالاً به تنها تولیدکننده نساجی در کشور تبدیل می‌شود که انتظار می‌رود در سال جاری ۱ تریلیون وون سود عملیاتی به دست آورد.



شرکت هیوسانگ، اولین تولیدکننده نایلون کره، به لطف تقاضای زیاد برای سیم تایر و آرامید، الیاف تقویت شده سبک وزن با مقاومت کششی با وزن بالا پنج برابر قوی تر از آهن، در دوره ژانویه تا سپتامبر ۲۰۲۲، ۲۴۹.۹ میلیارد وون سود عملیاتی ثبت کرد که تقریباً سه برابر ۹۱.۹ میلیارد وون سال قبل است.

به گفته منابع صنعتی، سازندگان نساجی کره جنوبی در بحبوحه احیای فعلی اقتصاد جهانی، پاداش تحقیق و توسعه (D&R) مستمر خود را درو می‌کنند. هیوسانگ پس از سه دهه تحقیق و توسعه، تاج و تخت بازار جهانی اسپندکس را به دست گرفت. تولید اسپندکس نیاز به فناوری بالایی دارد زیرا رنگرزی نخ و حفظ خاصیت ارتجاعی دشوار است. این شرکت توسعه اسپندکس را در سال ۱۹۸۹ به کارگردانی چو سوک رائه، رئیس افتخاری گروه هیوسانگ آغاز کرد و قبل از اینکه در سال ۱۹۹۲ موفق به ساخت اسپندکس خود شد، چند سال آزمایش و خطا را پشت سر گذاشت.

حتی در طول بحران مالی آسیا ۱۹۹۷-۱۹۹۸ علی‌رغم



بالایی دارد زیرا رنگرزی نخ و حفظ خاصیت ارتجاعی دشوار است. این شرکت توسعه اسپندکس را در سال ۱۹۸۹ به کارگردانی چو سوک رائه، رئیس افتخاری گروه هیوسانگ آغاز کرد و قبل از اینکه در سال ۱۹۹۲ موفق به ساخت اسپندکس خود شد، چند سال آزمایش و خطا را پشت سر گذاشت.

حتی در طول بحران مالی آسیا ۱۹۹۷-۱۹۹۸ علیرغم افزایش بی میلی برای سرمایه گذاری در این تجارت که مستلزم هزینه های هنگفت بود، به سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه بر روی اسپندکس ادامه داد.

هیوسانگ به سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه روی محصولات نساجی با ارزش افزوده بالا برای تولید آرامید، مورد استفاده برای کابل های نوری ارتباط تلفن همراه 5G و کدهای تایر برای تایرهای خودروهای الکتریکی ادامه داد.

امروزه بخش نساجی توانست به عنوان یک صنعت با فناوری پیشرفته نسل بعدی احیا شود زیرا شرکت ها به جای تعطیل کردن کسب و کار در تحقیق و توسعه برای آینده سرمایه گذاری کردند.

تحقیق و توسعه، تکیه بر تکنولوژی تنها راه برای توسعه فعال فناوری و در نتیجه تضمین کیفیت خوب برای بقا در صنعت نساجی است.



تضمین کیفیت خوب برای بقا در صنعت نساجی است.

شرکت هیوسانگ، اولین تولیدکننده نایلون کره، به لطف تقاضای زیاد برای سیم تایر و آرامید، ایفای تقویت شده سبک وزن با مقاومت کششی با وزن بالا پنج برابر قوی تر از آهن، در دوره ژانویه تا سپتامبر ۲۰۲۲، ۲۴۹.۹ میلیارد وون سود عملیاتی ثبت کرد که تقریباً سه برابر ۹۱.۹ میلیارد وون سال قبل است.

به گفته منابع صنعتی، سازندگان نساجی کره جنوبی در بحبوحه احیای فعلی اقتصاد جهانی، پاداش تحقیق و توسعه (D&R) مستمر خود را درو می کنند. هیوسانگ پس از سه دهه تحقیق و توسعه، تاج و تخت بازار جهانی اسپندکس را به دست گرفت. تولید اسپندکس نیاز به فناوری

افزایش بی میلی برای سرمایه گذاری در این تجارت که مستلزم هزینه های هنگفت بود، به سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه بر روی اسپندکس ادامه داد. هیوسانگ به سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه روی محصولات نساجی با ارزش افزوده بالا برای تولید آرامید، مورد استفاده برای کابل های نوری ارتباط تلفن همراه 5G و کدهای تایر برای تایرهای خودروهای الکتریکی ادامه داد.

امروزه بخش نساجی توانست به عنوان یک صنعت با فناوری پیشرفته نسل بعدی احیا شود زیرا شرکت ها به جای تعطیل کردن کسب و کار در تحقیق و توسعه برای آینده سرمایه گذاری کردند. تحقیق و توسعه، تکیه بر تکنولوژی تنها راه برای توسعه فعال فناوری و در نتیجه

ITM

2024

İ S T A N B U L

INTERNATIONAL TEXTILE
MACHINERY EXHIBITION

4-8 JUNE 2024

DISCOVER
THE FUTURE

تبدیل ضایعات موز به صنایع نوآورانه: تحول نوآورانه نساجی اوگاندا



نگارش: پریسا تدین فرد



موز میوه ای مقوی است که بخشی جدایی ناپذیر از میزهای صبحانه در سراسر جهان را تشکیل می دهد. اما در مناظر سرسبز اوگاندا، این میوه چیزی فراتر از اهمیت رژیم غذایی دارد. این نیروی محرکه یک انقلاب زیست محیطی و اقتصادی است و باعث ایجاد صنایع نوآورانه ای می شود که ضایعات موز را به منسوجات پایدار، مواد افزودنی زیست تخریب پذیر و حتی چرم های گیاهی تبدیل می کنند.

کیلوگرم برای هر نفر، یک غذای اصلی روزانه را تشکیل می دهد.

این وابستگی به میوه پیامدهای گسترده ای برای جمعیت دارد، زیرا بیش از ۷۵ درصد از مردم اوگاندا به موز به عنوان یک منبع غذایی اساسی متکی هستند.

طبیعی خیره کننده خود، "مروارید آفریقا" نامیده می شود، یکی از تولید کنندگان جهانی موز است.

این کشور با تولید سالانه بیش از ۱۰ میلیون تن، پس از هند در رتبه دوم قرار دارد. در واقع، موز چنان عمیقاً در فرهنگ اوگاندا ریشه دوانده است که با مصرف متوسط تقریباً یک

به داستان TextFad خوش آمدید، یک استارت آپ محلی که زباله های موز را به مواد قابل استفاده در صنایع مختلف از جمله صنعت نساجی تبدیل می کند و این فرآیند اقتصاد اوگاندا را تغییر می دهد.

اقتصاد موز در اوگاندا:

اوگاندا، که اغلب به دلیل زیبایی

الیاف موز را ساده کرد. این مشارکت یک تغییر اساسی را نشان داد و باعث شد حجم بیشتری از ضایعات موز به طور موثر قابل استفاده شود.

توانمندسازی جامعه:

خط تولید آن است. این استارت آپ که عمیقاً در جامعه جا افتاده است، نه تنها زباله های موز را از محل های دفن زباله جمع آوری می کرد، بلکه فرصت های شغلی را برای جوانان اوگاندا فراهم کرد. در کشوری که نزدیک به ۷۷ درصد از جمعیت آن زیر ۲۵ سال هستند، رسیدگی به بیکاری جوانان یک چالش حیاتی است. آموزش های حرفه ای، توسعه مهارت ها و ابتکارات تجاری TextFad جان تازه ای به جامعه داده است.

بیش از ۴۰۰ جوان از برنامه های آموزشی مهارت های TextFad بهره مند شده اند و ۲۷ جوان در این شرکت باقی مانده اند.

فیبر موز، فیبر آینده:

نوآوری در صنعت نساجی متوقف نمی شود. فیبر موز برای کاربردهای زیادی در حال بررسی است. از اکستنشن های مو زیست تخریب پذیر که به مواد مغذی گیاهی تبدیل می شوند تا چرم گیاهی برای کفش، کمر بند و کیف، فرش و... امکانات زیادی است. حتی محصولات جانبی تولید الیاف موز نیز هدف پیدا کرده اند - بقایای کربنی شده پوشش موز به بریکت های زغال چوب بدون دود تبدیل می شوند و راه حل هایی برای

ارزشمند تبدیل شوند. این شرکت سفری را آغاز کرد تا ضایعات موز را به منسوجات پایدار، محصولات دست ساز و حتی چرم وگان تبدیل کند. این اقدامی بود که نه تنها مسائل زیست محیطی را کاهش داد، بلکه فرصت های شغلی ایجاد کرد و رشد اقتصادی را تقویت کرد.

تحول نوآورانه:

نوآوری در مرکز این شهر آغاز شد. روش های سنتی استخراج دستی الیاف موز سبب کار فشرده و برای تولید تجاری در مقیاس بزرگ غیرممکن بود. TextFad با همکاری با کشاورزان و بخش های مهندسی غیررسمی، گامی پیشگام برداشت. آنها با هم ماشین های استخراج را توسعه دادند که فرآیند استخراج

از ضایعات تا فرصت:

در این مکان، چالش هایی نیز به وجود می آید. ضایعاتی از موز که پس از برداشت و فرآوری تولید شده یک مشکل قابل توجه است.

تن ها ساقه موز به محل های دفن زباله ختم می شود، که هم برای پایداری زیست محیطی و هم برای پتانسیل اقتصادی مشکلی آشکار است.

اما اوگاندایی ها کسانی نیستند که بگذارند زباله ها هدر برود. TextFad، یک استارت آپ رویایی که فرصتی را در جایی دید که دیگران ندیدند. TextFad تشخیص داد که ساقه های موز، که به طور سنتی دور ریخته می شدند، می توانند به منابع





انرژی پاک ارائه می دهند.

صادرات نوآوری:

از مرزهای اوگاندا نیز رفته است. داستان موفقیت این استارت آپ به بازارهای بین المللی رسیده است. این شرکت قصد دارد محصولات منحصر به فرد خود از جمله فرش های الیاف موزی را به مشتریانی در ایالات متحده، بریتانیا و کانادا صادر کند. آنچه به عنوان یک ابتکار محلی برای مبارزه با زباله آغاز شد، به یک مدل جهانی برای نوآوری پایدار و توانمندسازی اقتصادی تبدیل شده است.

نتیجه گیری، آینده ای سبزتر:

همکاری و چشم انداز را نشان می دهد. با تبدیل زباله به منابع ارزشمند، این استارت آپ نشان داده است که پایداری و رشد اقتصادی می توانند همزیستی داشته باشند.

اقتصاد موز محور اوگاندا چرخش جدیدی را در پیش گرفته است و این کار را به سمت آینده ای سبزتر هدایت می کند. همانطور که جهان با چالش های زیست محیطی دست و پنجه نرم می کند، TexFad به عنوان یادآوری الهام بخش عمل می کند که راه حل ها می توانند از غیرمنتظره ترین مکان ها پدیدار شوند - حتی از درختان موزی که مناظر اوگاندا را پر کرده اند.



تهیه و تدوین: دکتر امیررضا باوذر



نقش مشاوران مدیریت در توسعه نساجی

برخلاف مدیریت موقت، مشاوران مدیریت بخشی از سازمانی که به آن خدمات ارائه می‌کنند، نمی‌شوند. مشاوران کمک‌های مدیریت تغییر سازمانی، توسعه مهارت‌های کوچینگ، تجزیه و تحلیل فرآیند، اجرای فناوری، توسعه استراتژی یا خدمات بهبود عملیاتی را ارائه می‌دهند.

مشاوران مدیریت اغلب روش‌ها یا چارچوب‌های اختصاصی خود را برای راهنمایی در شناسایی مشکلات و به‌عنوان مبنایی برای توصیه‌ها با هدف روش‌های موثرتر یا کارآمدتر برای انجام وظایف کاری ارائه می‌کنند و عملکرد شرکت‌های مشاوره مدیریت به طور کلی کمک و تسهیل

سازمان‌ها ممکن است به دلایلی از خدمات مشاوران مدیریت استفاده کنند. با این حال، ماهیت خاص موقعیت‌های مورد بررسی ممکن است توانایی یا مناسب بودن انتقال چنین شیوه‌هایی را از یک سازمان به سازمان دیگر محدود کند.

مشاوره مدیریت عبارت است از ارائه خدمات مشاوره‌ای به سازمان‌ها برای بهبود عملکرد آنها یا به هر طریقی برای کمک به دستیابی به اهداف سازمانی است. مشاوره مدیریت یک خدمت اضافی برای وظایف مدیریت داخلی است و به دلایل قانونی و عملی مختلف ممکن است جایگزینی برای مدیریت داخلی نباشد.

شرکت‌ها برای پاسخگویی به تقاضاهای در حال تغییر مصرف‌کنندگان، شبکه‌های تولید و عرضه، خرده‌فروشان مد نیاز به بازنگری در استراتژی و بهینه‌سازی عملیات دارند. امروزه شرکت‌ها به ترکیبی از استراتژی‌های جسورانه و فناوری‌های متحول‌کننده برای حمایت از سازمان‌ها برای نوآوری پایدارتر، دستیابی به دستاوردهای پایدار در عملکرد، و ایجاد نیروی کاری که برای این نسل و نسل بعدی شکوفا می‌شوند، نیاز دارند.

به‌عنوان یک نتیجه از قرار گرفتن در معرض و روابط با سازمان‌های متعدد، شرکت‌های مشاوره معمولاً از بهترین شیوه صنعت آگاه هستند.

کند. هدف آن ارائه کیفیت خدمات شفاف و حرفه‌ای و در عین حال حصول اطمینان از بالاترین سطح محرمانگی هنگام کار بر روی تکالیف مشتریان است.

همچنین بازده عملیاتی پایدار و ثابتی را که با هزینه‌های بهینه به دست می‌آید را تضمین می‌کنند و در این فرآیند، استانداردهای شرکت‌های مشتری را به هنجارهای صنعت عصر جدید ارتقا می‌دهند و همین عملکرد ثابت و شفافیت رویه کاری به آنها کمک کرده است تا جایگاهی قوی در بازارهای سراسر جهان کسب کنند. آنها طیف گسترده‌ای از خدمات و راه حل‌ها را به سازمان‌های صنعت نساجی ارائه می‌دهند تا شایستگی اصلی در توانایی حداکثر رساندن درآمد، بهینه‌سازی چرخه عمر محصول، ایجاد رشد و توسعه یک مزیت رقابتی پایدار کسب کنند.

این شرکت به دلیل شایستگی خود در ارائه اطلاعات جامع، حیاتی و ارزشی مناسب به مشتریان، که هماهنگی عمودی و افقی صنعت را قادر می‌سازد که منجر به رشد کسب و کار می‌شود، شناخته می‌شوند.

این امر توسط تیمی از متخصصان هدایت می‌شود که هر کدام سالها

شرکت‌های مشاوره مدیریت با رهبران کسب‌وکار و جامعه برای مقابله با مهم‌ترین چالش‌ها و استفاده از بزرگترین فرصت‌ها شریک هستند. موفقیت شرکت‌ها به روحیه همکاری عمیق و جامعه متشکل از افراد مختلف بستگی دارد که مصمم هستند که با مجموعه‌ای قوی از ارزش‌ها و انگیزه ایجاد تغییرات مثبت و پایدار دنیا و یکدیگر را هر روز بهتر کنند. توانمندسازی سازمان‌ها برای رشد، ایجاد مزیت رقابتی پایدار و ایجاد تأثیر اجتماعی مثبت راه‌حل‌های یکپارچه و رویکردی تحول‌آفرین با هدف سود بردن همه ذینفعان هستند که از طریق مشاوره مدیریت، فناوری و طراحی ارائه می‌شود.

شرکت‌های مشاوره تلاش می‌کند تا بازیگران صنعت نساجی را با پل زدن پیوندهای مختلف در زنجیره ارزش برای بهینه‌سازی سودآوری، توانمند

توسعه، منطقی‌سازی و بهینه‌سازی بازارهای مختلف مربوط به مناطق جغرافیایی و حوزه‌های قضایی است که در آن فعالیت می‌کنند.

مصرف کنندگان با تغییر ارزش، خرید آنلاین و شکستن وفاداری طولانی مدت برای آزمایش برندهای جدید که اولویت‌های جدید را برآورده می‌کنند، به این روندها واکنش نشان داده‌اند. مشاوران کمک می‌کنند تا شرکت‌ها به این محیط مصرف‌کننده‌محور پاسخ داده و راه‌های جسورانه‌ای برای کاهش هزینه پیدا کنند. همچنین با نگاهی گسترده به کسب‌وکار اصلی و زنجیره تامین، با همکاری شرکت‌ها موارد استفاده درست را شناسایی می‌کنند، مزایا را قبل از تغییر یک تجربه مشتری خاص یا فرآیند عملیاتی شامل برند، محصول، قیمت‌گذاری، مفهوم فروشگاه و اجرای فروشگاه بررسی می‌کنند.





تجربه در صنعت نساجی دارند. استراتژی آن ارائه بهینه بازده سرمایه گذاری است که به طور مداوم در تلاش است تا از انتظارات مشتری فراتر رود. همچنین مشاوران به مشتریان خود این امکان را می دهند که پتانسیل واقعی عملیات خود را ببینند و درک کنند و در هر مرحله از پیاده سازی در کنار مشتریان از فرصت های جدید موفقیت آمیز آنها اطمینان حاصل کنند.

مشاوران مدیریت در کمک به مشتریان برای ایجاد طرح های قانع کننده ای که روند بعدی را به تصویر می کشد و در عین حال سریع تر و کارآمدتر عمل می کند، پیشرو هستند. آنها تخصص عمیق صنعتی و عملکردی و طیف وسیعی از دیدگاه ها را به ارمغان می آورند که وضعیت موجود را زیر سوال می برد و جرقه ای را برای تغییر ایجاد می کند. همچنین در یک مدل منحصر به فرد با ارایه راه حل های یکپارچه در سراسر زنجیره، که با هدف کمک به مشتریان برای پیشرفت و قادر ساختن آنها برای تبدیل جهان به مکانی بهتر، مشارکت دارند. امروزه شرکت های بزرگی چون McKinsey & Company، Bain & Company، Boston Consulting Group، به عنوان بزرگترین شرکت ها در زمینه ارائه خدمات مشاور مدیریت شناخته می شوند.

Gherzi مستقر در زوریخ خود را پیشرو در توسعه استراتژیک و توسعه شرکت های صنعت پوشاک و نساجی توصیف می کند. این سازمان متخصص مشاوره و مهندسی جهانی در زمینه مدیریت نساجی هست و پیشرو در توسعه استراتژیک و گسترش شرکت ها در صنعت نساجی از تولید تا خرده فروشی است. خدمات آن از مهندسی کارخانه های جدید گرفته تا مشاوره استراتژی و همچنین امور مالی شرکت ها را شامل می شود. این سازمان مستقل و جهانی متشکل از بیش از ۱۲۰ مشاور، متخصص فنی، مهندس، معمار و برنامه ریز است که در تمام زمینه های پروژه های صنعتی و زیرساختی کار می کند. جوزپه قرزی در سال ۱۹۲۹ شرکت خود را با نام Gherzi Textil Development AG در زوریخ سوئیس تأسیس کرد.

قرزی سیستم ها و خدمات نوآورانه ای را همانند «سیستم یک فرآیند»، «سیستم هزینه قرزی»، «اعداد مطلق نخ»، «سیستم خلاء نخ»، «سیستم نگهداری پیشگیرانه» توسعه و راه اندازی کرد که به استانداردهای صنعت تبدیل شدند. همچنین با افتتاح دفاتر در ایتالیا، اسپانیا، آلمان، ترکیه، کانادا، هنگ کنگ، مصر، ایالات متحده و همکاری با معماران رویایی مانند سانتیاگو کالاتراوا به عنوان یک بازیگر پیشرو در صنعت نساجی که طیف گسترده ای از راه حل ها را برای عملیات نساجی موجود و همچنین شرکت های نوظهور و سرمایه گذاران بالقوه ارائه می دهد، شناخته شده است. سطح بالای نوآوری و تنوع بسیار زیاد کاربردها مشخصه صنعت نساجی است.

برای رقابتی ماندن، مشتریان باید بتوانند خیلی سریع و انعطاف پذیر با تغییرات سازگار شوند. بنابراین، ماموریت و چشم انداز این شرکت تبدیل شدن به استاندارد طلایی برای ارائه دهنده راه حل برای صنعت نساجی است که ارزش های آن مشتری محوری، اعتماد، شفافیت، حرفه ای گری، تمرکز و کار تیمی و فرصت برابر برای رشد و موفقیت کارکنان است.

هیچ پروژه کوچک یا بزرگی وجود ندارد که سازمان قرزی نتواند از بازسازی صنعت الیاف، نساجی و مد در کشورهای مختلف جهان در مقابله با استراتژی های تولید، کیفیت درگیر شود.

مشاوران این مجموعه در رأس همه مسائل مهم جدید پیش روی صنعت

الیاف، نساجی و مد از پایداری تا قابلیت ردیابی هستند. کارشناسان قرزی دانش عملی، قابلیت ردیابی، هوش مصنوعی، کلان داده، تدارکات و زنجیره تامین، تحقیق و توسعه، مهندسی فرآیند، فروش و بازاریابی و ... را به صنعت نساجی ارمغان آورده اند.

این مشاوره مدیریت با بیش از ۹۰ سال تجربه، ترکیبی عالی از فنون قدیم و علم جدید را ارائه می دهد که به شرکتها که از الیاف تا پوشاک سرمایه گذاری کرده اند امکان می دهد راه حل های منطقی و محکمی برای مشتریان خود پیدا کنند.

سازمان درک عمیقی از بازارها، رقبا، فناوری ها و عوامل موفقیت در صنایع فنی در حال رشد جهانی مرتبط با

نساجی دارد. هدف سازمان کمک به مشتریان خود برای افزایش انعطاف پذیری و توانایی ارائه نیازهای بازار در حال تغییر است. قرزی پیشرو در توسعه استراتژیک و گسترش شرکت ها در صنعت نساجی از تولید تا خرده فروشی است.

امروزه دولت ها، انجمن ها، سازمان های غیردولتی و همچنین بانک ها، مؤسسات مالی و صندوق های سهام خصوصی بعنوان مشتری از خدمات سازمان استفاده می کنند. از جمله موارد می توان به همکاری کمسیون اروپا و آژانس اجرایی شرکت های کوچک و متوسط (EASME) با شرکت Gherzi van Delden GmbH را نام برد که مطالعه ای را در مورد بازارهای صادراتی منسوجات فنی که برزیل،





در سال‌های اخیر، افزایش تولیدات منسوجات و ساخت کارخانه‌های عملیاتی جدید در آمریکای شمالی، این سازمان مشاوره نساجی را بر آن داشته تا فعالیت‌های منطقه‌ای خود را گسترش دهد. در همین راستا سازمان Gherzi و BDO USA قرار است در تلاشی برای ارائه خدمات مالی به برندها و تولیدکنندگان در حوزه زنجیره تامین صنایع پوشاک، نساجی و الیاف آمریکای شمالی همکاری کنند.

BDO قادر به ارائه تجزیه و تحلیل مالی صنعت، عملیاتی و سایر مشاوره‌های مالی است و بهترین راه‌حل برای شرکت‌های الیاف، کارخانه‌های نساجی و برندها برای استفاده از Gherzi به عنوان یک راه‌حل کامل برای تولید، منبع‌یابی، برندسازی و مدیریت منابع مالی را ارائه می‌کند. هدف کمک به شرکت‌های زنجیره تامین نساجی برای تحت مدیریت قرار گرفتن در معرض مالی خود در شرایط اقتصادی نامطمئن است.

به طور کلی این مجموعه نقش مهمی در انتقال تحولات

ژاپن، کره جنوبی و ایالات متحده آمریکا را پوشش می‌دهند، انجام دهد.

قدرت سازمان از اتصال نقاط برای پیشرفت‌های جدید و محصولات نوآورانه در کل زنجیره تامین نشأت می‌گیرد. از آنجایی که صنعت نساجی و محیط خرده‌فروشی در حال تطبیق با شرایط عادی جدید عدم قطعیت‌های سیاسی، موانع لجستیکی و رفتار مصرف‌کننده است، سازمان از این فرصت برای یافتن راه‌حل‌ها و دستورالعمل‌هایی برای رفاه استقبال می‌کند. تیم کارشناسان به خوبی در اصول تولید نساجی تثبیت شده‌اند و در عین حال در آخرین فن‌آوری‌های پردازش اطلاعات تخصص دارند. هر شرکتی منحصر به فرد است، اما بسیاری از چالش‌ها دلایل ریشه‌ای مشابهی دارند. تیم متخصصان با تجربه بی‌نظیر خود در تولید پارچه، تولید پوشاک و موارد دیگر، می‌تواند راه‌حلی منحصر به فرد را فرموله کند. راه‌حلی که قرزی به دنبال آن هست راه‌حلی است که بین کیفیت، هزینه، اخلاق، پردازش پایدار و سودآوری تعادل ایجاد کند.

صنعت نساجی آینده بی شک، دیجیتال است و از مواد خام پایدار و قابل بازیافت استفاده می‌کند، زنجیره تامین آن ایمن و شفاف است و از طریق تولید بر اساس تقاضای منطقه ای به تغییرات بازار به طور انعطاف پذیر پاسخ می‌دهد. همچنین پایداری در صنعت نساجی، آینده تولید نساجی، منسوجات برای پزشکی و سلامت، منسوجات هوشمند و انتقال فناوری از روندها جاری در این صنعت هستند. در حال حاضر، این مگاترندها با سرعت کامل در تحقیق و توسعه در حال کار هستند.

در دنیایی که تغییرات سریع و اختلالات بی‌سابقه امری عادی است، شرکتهای مشاوره اعتماد به نفس را به مشتریان القا و در هر کاری با اشتیاق و جدیت به موفقیت مشتری و هدفی که انجام می‌دهد را با قدرت دنبال می‌کنند. تیم‌های مشاوره صنعت نساجی با این صنعت زندگی می‌کند و نفس می‌کشد و تجربه چندین دهه همکاری با صنعتگران را به مشتریان عرضه می‌کنند.

صنعت نساجی جهانی به کاربر نهایی داشته است. صنعت نساجی به طور سنتی به نوآوری ها و طیف وسیعی از کاربردهای صنعتی نیاز دارد. برای اینکه یک بازیگر موفق در این بخش رقابتی باشند باید با تغییرات سریع ناشی از نوآوری ها همگام باشید و از مشاورین بنام این حوزه بهره جویند.

همچنین ورنر اینترنشنال یک مرکز مشاوره مدیریت است که به طور انحصاری در صنعت الیاف، نساجی و مد در سطح جهانی از سال ۱۹۳۹ فعال است. خدمات ورنر از پشتیبانی صنعتی و فناوری برای راه اندازی، بهبود و بازسازی عملیات تولید نساجی و پوشاک تا خدمات استراتژی و بازاریابی برای ورود به بازار جدید، توسعه محصول جدید، مدیریت زنجیره تامین، برندسازی، خرده فروشی، جستجوی شریک و ساخت استراتژی های آینده را شامل می شود. ورنر در بین شرکت های مشاوره پیشرو جهان منحصر به فرد است که می تواند تخصصی در صنعت نساجی زمینه های فنی را با دانش بازاریابی و استراتژی جهانی و شبکه سازی ترکیب کند.



تجارت لباس های دست دوم آفریقا ... شاید انقدر هم بد نیست...

نگارش: بهنام قاسمی



ها با کیفیت مناسب تولید شوند و صحیح استفاده و نگهداری شوند می توانند تا بیست سال در چرخه مصرف باقی بمانند.

با توجه به همه این مطالب به نظر میرسد باید نگاه دوباره ای به تجارت لباس های دست دوم در آفریقا داشت چرا که این تجارت در یک نگاه کلی مزایای زیادی هم دارد. شاید دولت های آفریقایی به جای مقابله با این پدیده بتوانند به شکلی آن را قانونمند کنند به طوری که هم تولید داخلی تشویق شود و از طرفی چرخه استفاده

دست دوم، کیف، کفش و... کرده اند. این ترند جدید حتی در بخش مبلمان و لوازم منزل نیز توسط شرکت های بزرگی از جمله ایکیا رشد کرده و محصولات می توانند با کمی به روز رسانی و تعمیر به چرخه مصرف مجدد بازگردند.

در بسیاری از کشورها هم اپلیکیشن ها و وب سایت های متعددی برای خرید لباس های دست دوم و یا تعویض و فروش آنها ایجاد شده است

تحقیقات نشان داده که اگر لباس

مصرف لباس های دست دوم در آفریقا و تولید پایدار در اروپا
در چند سال اخیر بحث تولید پایدار و بازیافت در صنعت نساجی جهان بسیار داغ شده و به ویژه در کشورهای توسعه یافته اروپایی و آمریکا اهمیت آن به شدت از سمت خریداران نهایی احساس شده است و پروسه های تولید و خرید کالاهای نساجی و پوشاک در حال تغییر و پوست اندازی است.

برندهای بزرگ اروپایی حتی در سالهای اخیر اقدام به جمع آوری مرمت و فروش مجدد انواع پوشاک



مجدد پوشاک حفظ شود.

سرمایه گذاری در بخش بازیافت پوشاک یک کلید طلایی برای آفریقا

تجارت البسه دست دوم و بازیافت یک مزیت واقعی برای آفریقا است. چرخه انتقال پوشاک دست دوم از اروپا به آفریقا و استفاده مجدد از آن، می تواند با یک استراتژی معقول به بازیافت و تولید محصولات بازیافتی ختم شود و با رشد استفاده از محصولات بازیافتی در جهان یک مزیت عالی برای آفریقاست.

تصور کنید پوشاک دست دوم از اروپا جمع آوری و به آفریقا منتقل می شود و پس از چند

سال استفاده مجدد در یک واحد بازیافت در آفریقا جمع آوری می شود و پس از تبدیل شدن به نخ صد در صد بازیافتی مجدد به یک شرکت اروپایی تولید کننده پوشاک بازیافتی صادر شود.

این چرخه فوق العاده تجارت پوشاک دست دوم در آفریقا را از یک تهدید به فرصت تبدیل خواهد کرد و دولت های آفریقایی می توانند به جای مقابله با واردات لباس دست دوم آنها قانونمند کنند و از این حجم بالای لباس وارداتی به عنوان طلای سیاه در کارخانجات بازیافت استفاده کرده و با صادرات آن برای کشورشان ارز آوری کنند.

تجارت پوشاک دست دوم در آفریقا

چندین جنبه مثبت دارد:

لباس های دست دوم که در آفریقا اغلب به آن «mitumba» می گویند، به صنعت مهم و بخش مهمی از اقتصاد در بسیاری از کشورهای آفریقایی تبدیل شده است. با این حال، پایداری این بخش، موضوعی پیچیده است که نیاز به تحلیلی جامع دارد.

۱. مزایای اقتصادی: لباس های دست دوم گزینه ای مقرون به صرفه و در دسترس را برای بسیاری از آفریقایی هایی که توانایی خرید لباس های جدید را ندارند، فراهم می کند. همچنین فرصت های شغلی را در طول زنجیره ارزش، از جمع آوری و مرتب سازی گرفته تا توزیع و فروش، ایجاد می کند.

است کمک می کند.

۶. روند مد و نوآوری: تجارت لباس های دست دوم می تواند خلاقیت و نوآوری در مد را تحریک کند. این موضوع افراد را قادر می سازد تا سبک های مختلف را آزمایش کنند، قطعات قدیمی و مدرن را ترکیب کنند و استایل هایی مناسب شخصیتشان خلق کنند. این می تواند به ظهور روندهای مد منحصر به فرد کمک کند و بیان فردی را افزایش دهد.

۷. محرک اقتصادی: واردات و تجارت لباس های دست دوم نیز از طریق مالیات و عوارض برای کشورهای آفریقایی درآمد ایجاد می کند. این می تواند به تقویت اقتصاد محلی و توسعه ملی کمک کند.



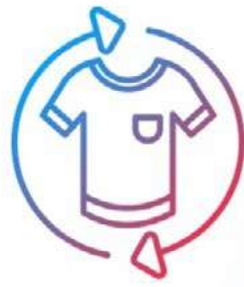
این تجارت همچنین با واردات پوشاک دست دوم برای کشورهای آفریقایی درآمدزایی میکند و به اقتصاد ملی کمک می کند.

۲. کاهش ضایعات: واردات لباس های دست دوم سبب مصرف لباس هایی میشود که در غیر این صورت دور ریز می شدند، بنابراین به کاهش ضایعات منسوجات کمک می کند. این امر بسیار مهم است زیرا صنعت مد به دلیل تأثیرات زیست محیطی و تولیدات بیش از حد بدنام است. با افزایش طول عمر پوشاک، صنعت به کاهش ضایعات و حفظ منابع کمک می کند.

۳. مقرون به صرفه بودن و دسترسی: لباس های دست دوم گزینه های مقرون به صرفه ای را برای بسیاری از مردم آفریقا که توانایی خرید لباس های جدید را ندارند، فراهم می کند. این به افراد اجازه می دهد تا به طیف وسیع تری از سبک ها و گزینه های لباس دسترسی داشته باشند که در غیر این صورت ممکن است در دسترس یا مقرون به صرفه نباشند.

۴. تأثیر اجتماعی: لباس های دست دوم از نظر تأثیر اجتماعی نیز مفید بوده است. این موضوع افراد را قادر می سازد تا خود را از طریق مد بیان کنند و به ایجاد حس هویت و تعلق کمک می کند. همچنین می تواند تأثیرات مثبتی بر عزت نفس و اعتماد به نفس داشته باشد.

۵. حفاظت از محیط زیست: با استفاده مجدد و افزایش طول عمر لباس، این تجارت به کاهش ضایعات نساجی کمک می کند و سبب کاهش ضایعات و زباله ها در محل های دفن زباله می شود. به طور غیرمستقیم به صرفه جویی در منابعی مانند آب و انرژی که برای تولید لباس های جدید مورد نیاز



کنترل کیفیت دقیق می تواند این نگرانی ها را کاهش دهد و ایمنی و رضایت خریداران را ارتقا دهد.

۴. برای تقویت پایداری صنعت پوشاک دست دوم در آفریقا، یک رویکرد متعادل مورد نیاز است. این می تواند شامل حمایت از صنایع نساجی محلی، تشویق شیوه های تجارت منصفانه، ترویج کنترل کیفیت و مقررات مناسب، و سرمایه گذاری در آموزش و پرورش برای توسعه نیروی کار ماهر باشد. علاوه بر این، ابتکاراتی که بر بازیافت و کاهش ضایعات در صنعت مد تمرکز دارند، می توانند مکمل بازار لباس های دست دوم باشند و به اکوسیستم مد پایدارتر د، آف نقا کمک کنند.

۲. وابستگی و استعمار نو: منتقدان استدلال می کنند که اتکا به لباس های دست دوم سیستم وابستگی به کشورهای غربی را تداوم می بخشد. واردات پوشاک دست دوم بازاری برای محصولات ارزان خارجی ایجاد می کند و مانع از توسعه صنایع داخلی می شود و خلاقیت و کارآفرینی داخلی را از بین میبرد.

۳. نگرانی های کیفیت و سلامت: لباس های دست دوم ممکن است همیشه استانداردهای ایمنی و کیفیت را رعایت نکنند. برخی از لباس های وارداتی ممکن است حاوی مواد شیمیایی مضر باشند یا به دلیل فرسودگی آسیب ببینند و سلامتی مصرف کنندگان را به خطر بیندازند. اطمینان از اقدامات

۸. حمایت بشردوستانه: برخی سازمان ها و موسسات خیریه به عنوان بخشی از تلاش های کمک های بشردوستانه، لباس های دست دوم را جمع آوری کرده و به کشورهای آفریقایی اهدا می کنند. این کمک می تواند اقلام ضروری پوشاک را برای افراد نیازمند در مواقع بحران یا بلایای طبیعی فراهم کند.

معایب تجارت پوشاک دست دوم در آفریقا

۱. صنایع نساجی محلی: تسلط بر بازار پوشاک دست دوم اغلب به دلیل ممانعت از رشد صنایع نساجی محلی در آفریقا مورد انتقاد قرار گرفته است. از آنجایی که واردات ارزان بازار را فرا گرفته است، رقابت برای تولیدکنندگان داخلی چالش برانگیز می شود. حمایت از تولید محلی می تواند با ارتقای خودکفایی، ایجاد شغل و کاهش انتشار کربن مرتبط با حمل و نقل از راه دور، پایداری را افزایش دهد.



همه چیز درباره پارچه توید

نگارش: الهام حبیبی



اگرچه نوع های دیگر آن مانند ترکیب با الیاف دیگر مانند ابریشم، پنبه و مواد مصنوعی نیز رایج است و وجود دارد. ویژگی متمایز و خاص پارچه توید، بافت درشت و نازک آن است که از در هم تنیدن نخ های رنگی مختلف ایجاد شده است. این ویژگی سبب ایجاد پارچه های توید با طرح ها و رنگ های مشخص می شود.

رنگ ها:

پارچه های توید اغلب با رنگ های خاکی و طبیعی مشخص

منشا و تاریخچه:

منشأ پارچه توید به اسکاتلند، به ویژه در منطقه رودخانه توید برمیگردد، به همین دلیل نام خود را از آن گرفته است. این پارچه در ابتدا با دست و با استفاده از پشم درشت بافته می شد و به عنوان یک پارچه برای استفاده در فضای باز، به ویژه برای شکار محبوبیت پیدا کرد.

جنس و بافت:

پارچه های توید به طور معمول از الیاف پشم ساخته می شود،

پارچه توید نوعی پارچه است که به دلیل بافت و ظاهر منحصر به فردش شناخته شده است. توید یک نوع پارچه همه کاره و بادوام است که قرن ها به دلیل گرما، راحتی و زیبایی منحصر به فردی که دارد محبوب بوده است. در اینجا آنچه باید در مورد پارچه های توید بدانید آورده شده است:





می‌شوند که منشا تهیه آنها را که در محیط‌های روستایی می‌باشد منعکس می‌کند. رنگ‌های سبز، قهوه‌ای، خاکستری و آبی کم رنگ، رنگ‌های رایج برای تولید هستند.

ماندگاری:

یکی از ویژگی‌های مهم برای پارچه تولید دوام آن است. بافت تنگ و الیاف ضخیم آن را در برابر سایش و پارگی مقاوم می‌کند و آن را به انتخابی ایده‌آل برای لباس‌های بیرونی و سایر لباس‌هایی که نیاز به مقاومت در برابر شرایط سخت را دارند تبدیل می‌کند.

میشود که آن را به خشکشویی بسپارید.

مدرن بودن:

اهمیت فرهنگی:
پارچه‌های تولید میراث کشور بریتانیا و ایرلند هستند و اغلب با فعالیت‌های این کشورها مانند شکار و ماهیگیری مرتبط هستند. آنها همچنین در طول سال‌ها توسط فرهنگ‌ها و استایل‌های مختلف پذیرفته شده‌اند.

در حالی که تولید پیوندهای تاریخی با لباس‌های سنتی دارد، در روند مدرن نیز راه پیدا کرده است. طراحان اغلب تولید را در سبک‌های معاصر قرار می‌دهند و جذابیت همیشگی آن را با زیبایی‌شناسی فعلی ادغام می‌کنند.

نگهداری:

تولید کنندگان پارچه تولید:
تولیدکنندگان پارچه‌های تولید پشمی با کیفیت بالا، اغلب از گوسفندان در مناطق خاص، این نوع پارچه را تهیه می‌کنند و از

پارچه‌های تولید نیاز به نگهداری کمی دارند. برس کردن‌های منظم این پارچه و تهویه منظم می‌تواند به بهتر بودن ظاهر پارچه کمک کند. برای حفظ کیفیت پارچه معمولاً توصیه

گرما و عایق بودن:

تولید به دلیل خاصیت گرما و عایق بودنش شناخته شده است. الیاف پشم به طور موثر هوا را در خود نگه می‌دارند و محافظت عالی در برابر هوای سرد را فراهم می‌کند.

انطباق پذیری:

پارچه‌های تولید راه خود را به انواع لباس‌ها از جمله کت و شلوار، دامن، لباس، کت و اکسسوری باز کرده‌اند. آنها را می‌توان برای هر دو موقعیت رسمی و راحت استفاده کرد و کلاسیک بودن را به استایل شما اضافه کند.

منسوجات پشمی با کیفیت بالا، از جمله پتوها و پارچه‌های توید، شناخته شده است. با میراث غنی در بافندگی، پندلتون همچنان به تولید محصولات ماندگار و شیک که



در سراسر جهان تحسین می شود، ادامه می دهد.

Magee ۱۸۶۶ یک برند ایرلندی است که در سال ۱۸۶۶ تأسیس شد و به دلیل تولید پارچه‌ها و لباس‌های توید با کیفیت بالا با طرح‌های سنتی مشهور است. Magee که برگرفته از میراث غنی نساجی ایرلند می باشد، محصولات ماندگاری را



Harris Tweed

ارائه می دهد که نشان دهنده تعهد به صنعتگری و سبک است.

برند Harris Tweed که در قرن نوزدهم تأسیس شد، یک پارچه نمادین است که در اسکاتلند بافته شده است. این شرکت که به دلیل

حال پذیرفتن نوآوری در تکنیک‌های بافندگی این برند، مورد تحسین قرار گرفته است. پارچه‌های تولید شده در Lovat Mill از پشم خالص پایدار و همچنین زیست تخریب پذیر ساخته شده اند و طیف وسیعی از طرح‌های



کلاسیک تا الگوهای برجسته را در بر می گیرند.

برند تولید پارچه‌های Samuel Tweed که توسط خانواده Tweed تأسیس شد، در هادرسفیلد تأسیس شد و از پشم مزرعه خود برای تولید منسوجات، از جمله فرش استفاده می کرد. در دهه ۱۹۵۰ توسط تیلور و بریگز خریداری شد و گسترش یافت و تولید پارچه‌های پوشاک به آن اضافه شد. این برند که برای پارچه‌های موهر پشمی لوکس بسیار محبوب است، زیر نظر مدیر طراحی، جان هریسون، که منحصراً



در بریتانیا تولید می شود، فعالیت می کند.

برند پارچه‌های Pendleton Woolen Mills که در سال ۱۸۶۳ تأسیس شد، یک شرکت معتبر آمریکایی است که به دلیل تولید

تکنیک‌های بافت سنتی برای ایجاد الگوهای منحصر به فردی که توید را تعریف می کنند، استفاده می کنند. با سابقه ای غنی که ریشه در فرهنگ‌های مختلف دارد، تولیدکنندگان پارچه توید نقش مهمی در حفظ میراث این پارچه دارند و در عین حال آن را با روند مد مدرن تطبیق می دهند.

آنها پارچه‌های تویدی را تولید می کنند که در طیف گسترده ای از پوشاک و لوازم جانبی، از کت و شلوارهای کلاسیک گرفته تا کت‌های معاصر و حتی وسایل دکوری خانه استفاده می شود.



در ادامه به بررسی برخی از این تولیدکنندگان می پردازیم:

Lovat Mill یک برند پارچه است که در شهر مرزی اسکاتلند در هاویک واقع شده است. در سراسر جهان به دلیل بافت و طراحی خوب و کیفیت مشهور است. این برند به دلیل تعهد خود به ساخت بهترین توئید اسکاتلندی، منعکس کننده سنت‌های غنی گذشته و در عین

را می‌سازد که زیبایی مناظر اطراف را منعکس می‌کند. تخصص آن‌ها سنت‌های اجدادی و تکنیک‌های مدرن را در هم می‌آمیزد و پارچه‌های توتی‌دی را با رنگ‌ها و طرح‌های سواحل اقیانوس اطلس و تپه‌ها تولید می‌کند.

به طور خلاصه، پارچه‌های تویید به دلیل تاریخ غنی، طبیعت بادوام، گرما و بافت متمایز خود مشهور هستند. فرقی نمی‌کند به دنبال افزودن یک لباس کلاسیک به کمد لباس خود باشید یا پارچه‌ای که هم سبک و هم کاربردی را ارائه می‌دهد، تویید یک انتخاب همه‌کاره است که همچنان در دنیای مد اثر خود را نشان می‌دهد.



تخصص دارد. این شرکت دارای آرشیو گسترده‌ای از الگوهای پارچه می‌باشد، که به اواخر قرن هجدهم باز می‌گردد. نام فاکس که در ابتدا با نام تجاری Fox Brothers شناخته می‌شد، پس از توماس فاکس در سال ۱۷۷۲ ساخته شد، از آن زمان تاکنون به یک شرکت اختصاصی بسیار



معتبر در جامعه نساجی تبدیل شده است.

شرکت Tweedmill که در سال ۱۹۷۱ تأسیس شد، یک نام تجاری مشهور است و نشان دهنده منسوجات درجه یک است، که شامل پارچه‌های تویید و محصولات پشمی مختلف است. آن‌ها با میراث غنی و تعهد به کیفیت، سنت و نوآوری را در هم می‌آمیزند و محصولات مورد



توجهی را برای مشتریان در سراسر جهان ایجاد می‌کنند.

Molloy & Sons که در قرن نوزدهم تأسیس شد، نامی قابل احترام در دنیای پارچه‌های تویید است. این کسب‌وکار خانوادگی که در Ardara، Co. Donegal مستقر است، شش نسل را در بر می‌گیرد و پارچه توتی‌دی

کیفیت و میراث خود شناخته شده است، همچنین منسوجات متمایز و خاصی از پارچه تویید تولید می‌کند



که در سراسر جهان مشهور است.

شرکت MacAuslands Woolen Mills که در سال ۱۹۳۲ تأسیس شد، یک شرکت کانادایی است که برای تولید منسوجات پشمی با کیفیت بالا، از جمله پارچه‌های تویید، شهرت دارد. این شرکت در جزیره پرنس ادوارد واقع شده، صنایع دستی سنتی



را حفظ می‌کند و طیف وسیعی از محصولات پشمی را ارائه می‌دهد. شرکت Siyaram's که در سال ۱۹۷۸ تأسیس شد، یک شرکت نساجی برجسته هندی است که به دلیل تولید طیف متنوعی از پارچه‌ها، از جمله پارچه‌های کت و شلوار و پیراهن، شهرت دارد. این برند با تمرکز بر کیفیت و نوآوری، به نامی



FOX BROTHERS & CO LTD

قابل اعتماد در صنعت نساجی تبدیل شده است.

شرکت Fox Brothers & Co Ltd یک تولیدکننده پارچه معتبر است که در تولید پارچه‌های پشمی

بررسی عملکرد شرکت های ایرانی حاضر در نمایشگاه دموتکس شانگهای

ترجمه: پریسا تدین فرد- تحریریه کهن



مقدمه

بیست و پنجمین نمایشگاه DOMOTEX Asia/CHINAFLOOR (DACF) در تاریخ ۴ تا ۶ مرداد ماه ۱۴۰۲ در مرکز همایش ها و نمایشگاه های ملی شانگهای، چین برگزار شد. این نمایشگاه پرچم دار نمایشگاه حرفه ای کفپوش در منطقه آسیا و اقیانوسیه است که انواع مختلفی از مواد کفپوش و محصولات فناوری سنگفرش مانند فرش، کفپوش، کفپوش چوبی، کفپوش کشسان،

سنگ، کاشی و سرامیک، پوشش سنگ، کاشی و سرامیک، پوشش کف، تجهیزات بازسازی و تعمیر و نگهداری زمین را به نمایش می گذارد.

این نمایشگاه یک فرصت تجاری ایده آل برای پیمانکاران ساختمانی، طراحان، تجار و خریداران جهانی در سراسر زنجیره این صنعت را فراهم می کند. همچنین این رویداد نقش مثبتی در ارتباط مردم، درک صنعت، نمایش محصولات، ایجاد تصویر برند و تثبیت موقعیت برندها در این صنعت را دارد. این نمایشگاه در آخرین دوره خود یعنی در سال ۲۰۱۹ با مساحت ۳۰۰۰۰۰ متر مربع با ۱۳۰۰۰۰ شرکت کننده و ۲۵۰۰ غرفه دار و برندهای شرکت کننده برگزار شد. پس از دو سال متوالی به تأخیر افتادن این نمایشگاه به علت پاندمی کرونا، بازگشت موفقیت آمیز این نمایشگاه در شانگهای ۲۰۲۳ بار دیگر ثابت کرد

انتخاب می شود: ابریشم، پنبه و پشم. هر چه ابریشم بیشتر استفاده شود، ارزش آن بیشتر می شود. رنگ ها از گیاهان و مواد معدنی طبیعی مانند پوست انار، پوست گردو، جنون، شبدر شیرین، نیل، زاج پتاسیم و ... استخراج می شوند.

رنگی که به این روش استخراج می شود می تواند رنگ خود را برای مدت طولانی حفظ کند و بسیاری از فرش هایی که صدها سال پیش در ایران بافته شده اند هنوز رنگ های بسیار روشنی دارند. با این حال، با توسعه صنعت مدرن، روش های تولید دستی قبلی که بسیار پرکار و زمان بر بوده، با فرآیند تولید فعلی مکانیزه تر شده است.

از فرش های اصیل ایرانی ایجاد کنیم. می توان گفت شرکت های فرش در ایران با داشتن انواع فرش های زیبا احساس راحتی را برای مشتری فراهم می کنند. همچنین جریان مداوم مشتریانی که برای بازدید و پرس و جو می آیند، بزرگترین برجستگی این نمایشگاه است. در ذهن ما، فرش های ایرانی شهرت جهانی دارند و آثار هنری خیره کننده ای هستند، زیرا در انتخاب مواد مصرفی، تطبیق رنگ، طراحی نقش و تکنیک های بافت الزامات بسیار سختی دارند.

فرش اصیل ایرانی کاملاً دستبافت است. از مواد نفیس ساخته شده است که معمولاً از سه نوع ماده

که این نمایشگاه همچنان مهم ترین پلتفرم تجارت، نوآوری و روند پیشرو در صنعت است.

موضوع اصلی این نمایشگاه توسعه پایدار و پیگیری یک زندگی راحت و بی وقفه برای مردم است.

آماري کوتاه و جالب از نمایشگاه دمو تکس شانگهای ۲۰۲۳

■ تعداد بازدید کنندگان رکورد شکست و از رقم ۸۳۵۹۴ نفر عبور کرد.

■ ۱۴ هزار بازدید کننده غیر چینی از نمایشگاه بازدید کردند که ۹۵ درصد سال ۲۰۱۹ بوده.

■ کشورهای بازدید کننده ۱۱۰ کشور

■ حضور ۱۶۰۰ برند و غرفه گذار بالغ بر ۲۰۰ هزار متر مربع فضای نمایشگاهی



در این نمایشگاه آقای ریچارد مالک شرکت RUILONG مفتخر به گفتگو با فرش الماس کویر از ایران شد. شرکت فرش الماس کویر در این گفت و گو بیان کرد: موضوع این نمایشگاه بسیار هم راستا با عملکرد شرکت ما می باشد. ما کاملاً با جهت گیری ارزشی نمایشگاه دمو تکس موافقیم و به پتانسیل های بازار چین بسیار امیدوار هستیم. ما هر سال در این نمایشگاه شرکت می کنیم تا فرصت های بیشتری را برای مردم چین جهت یادگیری و استفاده





۱۵۰°C نیز حفظ کند.
۴. مقاومت در برابر اشعه ماوراء بنفش :

الیاف اکریلیک می توانند به طور مناسب در برابر فرسایش اشعه ماوراء بنفش مقاومت کنند و مقاومت خوبی نیز در برابر آب و هوا دارند.

به عنوان یک تامین کننده چینی الیاف اکریلیک، ما به خوبی از نحوه تولید و ارائه الیاف اکریلیک با کیفیت بالا آگاه هستیم. شرکت RUILONG نیز فعالانه در حال بررسی بازار بین المللی به ویژه در ایران است. ما بر این باوریم که با همکاری و تلاش دوستانه بین مردم چین و ایران، محصولات ما در بازار ایران میتوانند شهرت خوبی پیدا کنند.

که دارای مشخصات زیر می باشند:
۱. ویژگی های کاتیونی:
 الیاف اکریلیک دارای بار مثبت در سطح خود هستند که می توانند سبب جذب باکتری ها، ویروس ها و سایر میکروارگانیسم های دارای بار منفی شوند همچنین عملکرد ضد باکتریایی خوبی دارند.

۲. استحکام بالا:
 استحکام کششی الیاف اکریلیک بالاتر از نایلون، پلی استر و سایر الیاف مصنوعی است و دارای خاصیت کششی عالی می باشد.

۳. مقاومت در برابر حرارت:
 نخ فرش اکریلیک در برابر دماهای بالا مقاوم است و می تواند ثبات خود را در محیط های گرم تا دمای

البته الزامات بیشتری نیز برای مواد اولیه تولید فرش در نظر گرفته شده است. در حال حاضر، الیاف اکریلیک ارائه شده توسط ما می تواند به طور کامل نیازهای تولید فرش های مرغوب را برآورده کند تا شهرت بین المللی فرش های باکیفیت ایران حفظ شود.

از نظر خود محصول، هم فرش های بافته شده ماشینی و هم فرش های دستباف دارای ویژگی های صاف بودن سطح فرش، احساس راحتی پا و مقاومت در برابر فرسایش و دوام بالا هستند. نقش های فرش های ماشینی به اندازه فرش های دستباف معمولی و طبیعی نیستند، اما نقش های مرتب و ظریفی دارند. ماده اولیه فرش های ماشینی در ایران عمدتاً، الیاف اکریلیک هستند



پایان نمایشگاه بین المللی نساجی خانگی شانگهای - پاییز ۲۰۲۳

دهند و همچنین وجود یک برنامه حاشیه ای در این نمایشگاه، این پلتفرم بین المللی بار دیگر اهمیت خود را در ایجاد پل ارتباطی در تجارت و صنعت منسوجات خانگی را نشان داد.

چین به عنوان کشوری که به دلیل بازار عظیم و مراکز تولیدش شناخته شده است، در چند دهه گذشته یک مقصد تجاری مناسب برای تجار بین المللی بوده است. در یک گام مثبت در ماه مارس، دولت اقداماتی را که برای کنترل بیماری کرونا تهیه دیده بود کاهش داد و امکان بازگشت به فعالیت های تجاری فرامرزی و رو در رو را فراهم کرد.

این امر منجر به افزایش شدید غرفه داران و خریداران بین المللی در نمایشگاه شانگهای، با حضور بازدیدکنندگانی از کشورهای دور مانند آفریقا، اروپا و آمریکای جنوبی شد. علاوه بر این، وجود سه پاپیون مختلف از کشورهای بلژیک، تایوان و ترکیه،

با نزدیک شدن به روزهای پایانی تابستان امسال، نمایشگاه بین المللی منسوجات خانگی شانگهای نسخه پاییز ۲۰۲۳ تمام شد و به سه روز تجارت موفق در مرکز نمایشگاه و همایش ملی (شانگهای) پایان داد.

از ۱۶ تا ۱۸ آگوست ۲۰۲۳، ۱۰۳۴ غرفه دار (با ۳۸.۱ درصد افزایش) از ۱۳ کشور با بیش از ۳۲۰۰۰ بازدیدکننده (افزایش ۵۹.۲ درصدی) از ۹۶ کشور که بیش از ۱۰ درصد از آنها خریداران خارجی بوده اند، در این نمایشگاه حضور داشته اند.

برای اثبات بر بین المللی بودن این نسخه از نمایشگاه، غرفه دارانی به نمایندگی از مناطق مختلف دنیا مانند اندونزی، پرتغال، تایوان (چین)، ترکیه و ایالات متحده در این مکان حضور داشتند. با حضور غرفه دارانی که قادر به عرضه محصولاتی هستند که کل زنجیره نساجی خانگی را پوشش می

برخی مشکلات جهانی مانند همه گیری کرونا، ما این نمایشگاه را تقویت کرده ایم تا به بازیگران این صنعت کمک کنیم دوباره باهم ارتباط برقرار کنند و خود را به سمت دوران جدید پس از همه گیری هدایت کنند.»

در سال جاری، مجموعه ای از رویدادهای مختلف در موضوعات مربوط به گرایش های طراحی داخلی، پایداری، فناوری های جدید، طراحی های جهانی و بومی شده، سلامت و تندرستی و بسیاری موارد دیگر مورد بررسی قرار گرفت. یکی از نکات برجسته، انجمن بین المللی Intertextile ۲۰۲۳ - ۲۰۲۴ بود که به روزترین طراحی های داخلی را برای فصل آینده نشان داد.

الهام بخش ترین قسمت توسط برند مبلمان ژاپنی IKASAS ارائه شد، که سمینار و محل نمایش انحصاری آن، کاربردهای تازه منسوجات خانگی را برای مبلمان به نمایش گذاشت. در نهایت، یک کنفرانس بین بخشی توسط CRECC برگزار شد که در آن از کارشناسان هر دو بخش املاک و مبلمان دعوت شد تا شرکت کنندگان را راهنمایی کنند و در گسترش کسب و کارشان به آن ها کمک کنند.

تجربیات غرفه داران در این نمایشگاه

«این اولین باری است که بعد از زمان همه گیری کرونا، به این نمایشگاه بازگشته ایم. برای ما مهم است که اینجا باشیم، جایی که بزرگترین توزیع کنندگان در سراسر جهان با بهترین تولیدکنندگان ملاقات می کنند. به نظر می رسد خریداران بیشتری نسبت به نمایشگاه های سال های گذشته امسال در این نمایشگاه وجود دارند و علاقه بیشتری به انجام معاملات دارند. محصولات ما به

بین المللی بودن این نمایشگاه را ثابت کرد و با استقبال خوبی از سوی بازدیدکنندگان نمایشگاه مواجه شد.

خانم ویلمت شی (Wilmet Shea)، مدیر کل مسه فرانکفورت در سخنرانی خود در افتتاحیه این نمایشگاه گفت: «با باز شدن دوباره درهای چین به روی جهان، ما خوشحالیم که این تعداد شرکت کننده بین المللی جدید که در نمایشگاه حضور یافتند. سه روز گذشته در سرتاسر چهار سالن، نه تنها رفت و آمد بازدیدکنندگان قوی بود، بلکه غرفه ها شلوغ و تعاملات تجاری زیاد بود.»

افزایش غرفه داران بین المللی در این نمایشگاه، سبب ایجاد گزینه های متنوع تر برای خریداران ما از داخل و خارج از کشور است. پس از غلبه بر



“ملاقات رو در رو با مشتریان در شانگهای قدرت شرکت ما را نشان می دهد و سبب ایجاد اعتماد مشتریان به ما می شود که برای تجارت ما بسیار مهم است. چرا این نمایشگاه برای ما مهم است؟ در حالی که بهترین مشتری ما خاورمیانه است، بازار هدف ما اکنون آسیا است. من احساس می کنم پتانسیل در چین با هیچ جای دیگری قابل مقایسه نیست و این نمایشگاه برای ارتباط با بازار آن ضروری است. این یک بازار نسبتاً جدید برای ما است، اما چالش های آن کم و صادرات به چین آسان تر از حد انتظار بوده است.”

آقای Süleyman Altıok، مدیر فروش Aleran Tekstil، ترکیه



دلیل از سرگیری سفرهای جهانی، فروش قراردادی ما حداقل ۲۰ تا ۳۰ درصد رشد داشته است. محصولات سازگار با محیط زیست، محصولات ضد حرارتی و مرتبط با سلامتی در بین مشتریان ما محبوب هستند.”

آقای اریک لی، مدیر عامل شرکت Maxland Home Textile، تایوان (چین)



۸۰ کشور صادر می شود، اما ما اینجا هستیم تا با یکی از بزرگترین بازارهای جهان ارتباط برقرار کنیم و اکنون می دانیم که چگونه برخورد و تعامل بهتری با مشتریان چینی خود داشته باشیم.”

آقای خوزه کارلوس اولیویرا، مدیرعامل شرکت Elastron، پرتغال

“این نمایشگاه یکی از بهترین نمایشگاه های منسوجات خانگی در جهان است. نمایشگاه امسال با انتظارات ما کاملاً همخوانی داشت و ما در نظر داریم سال آینده دوباره در این نمایشگاه شرکت کنیم. ما به این نمایش پیوستیم تا به دنبال مشتریان جدید پس از همه گیری کرونا باشیم. ما مشتریان زیادی از صنعت هتلداری داریم و به



مطالعه موردی: کارخانجات ریسندگی

چینش نیروها متناسب با تیپ شخصیتی افراد در صنعت نساجی

تهیه و تدوین: مهندس قاسم حیدری، فوق لیسانس تکنولوژی نساجی



داشته و از جواب رد شنیدن ناراحت و کم انگیزه نمی شود. نمونه سوالاتی در انتخاب شغل باید مورد پرسش قرار گیرد شامل موارد زیر می تواند باشد:

- برای انجام کارتان چقدر به تحریک و تشویق نیاز دارید؟
- بیشتر اوقات ترجیح می دهید در کنار اشخاص زیادی قرار بگیرید؟

- ترجیح می دهید استقلال کاری داشته باشید و برای خودتان کار کنید؟
- هر فرد شخصیت منحصر به

روانشناسی و شناختن تیپ های شخصیتی به همراه کسب تجربه و انجام آزمون و خطاها در تعاملات اجتماعی و شغلی می توان به نتیجه مطلوب دست یافت. با کسب تصویر درست از تیپ شخصیتی خودمان و طرف مقابل، با تقویت نقاط قوت و برطرف کردن نقاط ضعف، می توانیم ارتباط موثرتری با همکار، مدیر، پرسنل و حتی خومان داشته باشیم.

بعنوان مثال در تناسب شخصیتی و شغل، فردی پر انرژی با قدرت استدلال بالا و پرحرف، مهارت بالایی در قانع کردن دیگران

در مدیریت سازمان و نیروها، تعاملات اجتماعی در ارتباطات بین مدیر و پرسنل و متقاعد کردن و انگیزش روحیه کارگروهی پرسنل و متقاعد کردن و اطاعت پذیری آنها موثر است. البته قبل از تاثیرگذاری روابط بین مدیر و پرسنل، مناسب بودن کار محول شده به هر فرد متناسب با شخصیت آن، بر بهره وری نیروی انسانی موثر است.

علیرغم باورهای رایج غلط، تعاملات اجتماعی و شغلی صرفاً بصورت تجربی و شرکت در جامعه و تعاملات اجتماعی کسب نمی گردد، بلکه با تکیه بر علوم



فردی دارد و با توجه به ثبات شخصیتی و تیپ شخصیتی هر فرد، رفتار هر فرد در هر موقعیت عوض می شود اما خصوصیات و ویژگی های کاملاً قابل پیش بینی رفتاری دارد. البته علاوه بر شخصیت شناسی، رفتارشناسی هم می تواند در پیش بینی رفتاری موثر باشد.

تیپ شناسی MBTI بیشتر از هر متد تیپ شناسی، تمرکز در بحث مشاغل و در گزینش و استخدام متناسب دارد. مثلاً یک حسابدار یا اپراتور چه ویژگی های شخصیتی داشته باشد. البته اینکه مثلاً تیپی مشابه تیپ پیشنهاد شده توسط این روش و یا حتی تیپ مخالف تیپ پیشنهادی در شغلی گماشته شود حتماً ناموفق نخواهد بود، بلکه انرژی بیشتری توسط فرد باید صرف شود و لذت و انگیزه کمتری خواهد داشت. بعد از ارائه راهکار جهت پیدا کردن شغل مناسب، در افزایش توانایی

شغلی و کارایی در ارتقای شغلی در محیط کاری ساز و کارهای مناسب را ارائه می دهد.

با مدیریت تعاملات با هر فرد متناسب با تیپ شخصی همان فرد، باعث افزایش رضایت مندی شغلی و ایجاد انگیزش در پرسنل می شود.

معرفی اجمالی گرایش های اصلی تیپ شناسی MBTI:
این روش گرایش های متمایز شخصیتی را به ۴ طیف مجزا تقسیم بندی کرده است. این گرایش ها بصورت مطلق نبوده و بصورت نسبی یک طیف است. مثلاً فردی ۷۰٪ گرایش برون گرایی دارد و ۳۰٪ گرایش درون گرایی دارد.

۱- منبع دریافت انرژی، درون گرا (فردگرا) / ا برون گرا (جمع گرا) E:
اگر برای فردی، بودن در جمع

خسته کننده و باعث تخلیه انرژی شود و نیاز به خلوت داشته باشد، نشان از فرد گرا بودن اوست. این گرایش با رفتار خجالتی یا پررو بودن متفاوت است.

۲- روش دریافت اطلاعات، حسی S / شهودی N:

ارتباط ذهنی فرد با محیط یا بیشتر بطور عینی در حال حاضر و تجربه فردی با جزئیات از طریق حواس ۵ گانه و کاربردی صورت می گیرد و یا بطور انتزاعی و تداعی ذهنی و ضمنی از طریق درک کلی از امور و فرضیات و ارتباط و فایده آن با پیرامونش و به همراه آینده نگری

۳- روش تصمیم گیری، احساسی F / عقلانی T:

برای فردی احساس عاطفی دیگران و خودش نسبت به امور از واقعیت و نتیجه امور اهمیت بیشتری دارد.

طبقه بندی مشاغل در رسیدگی و تیپ شخصیتی مناسب آن شغل

| تعداد نفرات | تیپ مناسب | عنوان شغلی | گروه |
|-------------|-----------|---|--|
| 1 | ENTJ | مدیر تولید | تولید |
| 4 | ENTP | سرشیفت | |
| 4 | ISFJ | ماهوئی پاک کن | |
| 60 | ISFJ | ایراتور رینگ- اتوکنر- فلایر- شانه/لپ- اپن اند | |
| 1 | ESTJ | مدیر واحد صنعتی | مهندسی صنعتی/ انبار/ بسته بندی/ عملیات |
| 4 | ISTJ | کنترلر خط | |
| 4 | ISTJ | کارگر بسته بندی | |
| 4 | ISFJ | کنترلگر نهایی | |
| 2 | ISFP | عدل چین | |
| 1 | ENFJ | مسئول انبار | |
| 1 | ESTP | مسئول خرید | |
| 1 | ENTP | مسئول تهیه تاسیسات | |
| 4 | ESFP | فنی تهیه تاسیسات | |
| 1 | INTP | جوشکار/تراشکار | |
| 1 | ESTP | مدیر فنی | تولید |
| 1 | ENFJ | مسئول برق | |
| 1 | INFJ | مسئول فنی مقدمات | |
| 1 | ESFJ | مسئول فنی رسیدگی | |
| 8 | ISFJ | فنی سرویس و نگهداری | |
| 12 | ENTP | فنی تعمیرکار | |
| 1 | ISFJ | سنگ زن/شیطانک زن کانس | |
| 1 | INTJ | وایرپیچ و سنگ زن وایر | |
| 1 | INFJ | مسئول الکترونیک | |
| 4 | INTP | برقکار صنعتی | |
| 1 | ESTJ | مسئول آزمایشگاه | |
| 4 | ISFJ | آزمایشگر | |
| 4 | ESFJ | حراست | |
| 1 | ESTP | لیفتراک | |
| 2 | ISFJ | خدمات و نظافتچی | |
| 1 | ISFJ | آشپز | تدارکات/ عملیات |
| 8 | ESFJ | راننده سرویس | |
| 1 | ISTJ | مالی | اداری |
| 1 | ESTJ | حقوقی | |
| 1 | ESFJ | کارگزینی/پرسنلی | |
| 1 | ESFP | بازرگانی/فروش | |

۴-سبک زندگی، منظم (قضاوتگر) J /منعطف (دریافتگر) P:

برای افراد جستجوگر برنامه ریزی دقیق و موشکافانه با توجه ویژه به جزئیات و کامل کارهایشان بصورت سازمان یافته انجام می دهد و خاتمه دادن کارهایش برایش اهمیت بسزایی دارد ولی برای افراد تجربه گرا با انعطاف کامل و بصورت بداهه و ممکن است تصمیم گیری هایش را تا آخرین لحظات التیماتوم زمانی به تاخیر بیندازد.

البته باید توجه داشت که ۳ عامل موثر در انتخاب و رضایت شغلی شامل توانمندی ها، علایق و ارزش ها می باشد. چون شرایط کاری هر عنوان شغلی در کارخانه متمایز از شرایط کاری سایر کارخانه هاست، هر کارخانه جدول تشابه منحصر به فردی می تواند داشته باشد و لزومی به تشابه همه ۴ گرایش تیپ های شخصیتی پیشنهادی با فرد انتخاب شده لازم نیست.

نتیجه گیری

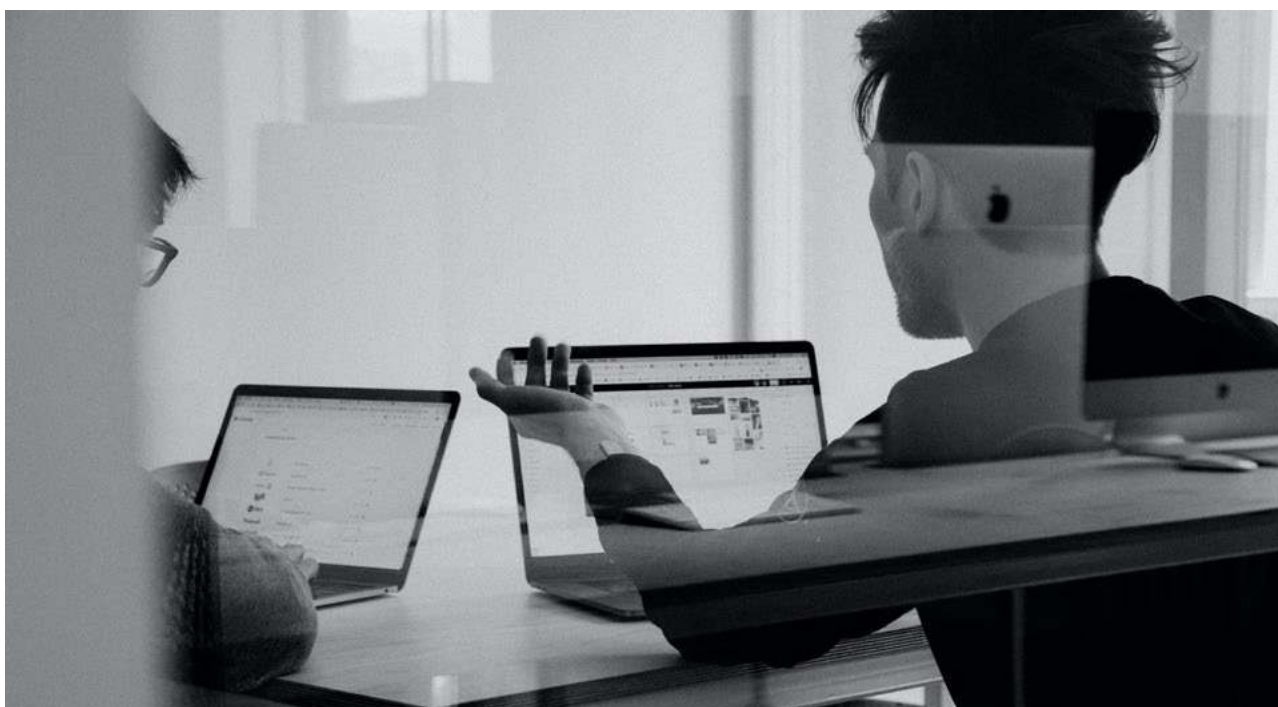
در این نگارش، معرفی و کاربرد تیپ شناسی و مطالعه اجمالی موردی مورد بررسی قرار گرفت. رضایت شغلی پس از کسب

توصیف مختصر خصوصیات شخصیتی چند تیپ از لحاظ شغلی.

| تیپ | خصوصیات شخصیتی |
|------|--|
| ESTJ | مجری، عملگرا، واقع بین، گرم و خوش صحبت، درک سریع، توانایی سازماندهی وظایف و افراد |
| ISTJ | موشکاف، واقع بین، ایجاد و حفظ پروسه ها و چهارچوب ها، گوشه گیر |
| ESFJ | مشاور، معاشرتی، اجتماعی، دلسوز، حامی، |
| ISFJ | مهربان، متفکر، تقدم تعهدات بر علایق، مسئولیت پذیر، علاقه به قرار گرفتن در کانون توجه |

شناخت نسبی نسبت به توانایی ها و نقاط ضعف و قوت هر شخص حاصل می شود. از آنجایی که هر فرد بیشترین زمان خود را در شبانه روز در محیط کار سپری می کند، این شناخت در محیط کار و جامعه و خانواده بر روی سلامت روحی و روانی فرد هم نقش بازی می کند. هر چقدر جنبه های بیشتری از شخصیت

پرسنل با شغل تفویض داده شده همخوانی داشته باشد، رضایت و انگیزه و تاثیرگذاری بیشتری حاصل می شود.



بازار لباس زیر آمریکا هدف اصلی تولید کنندگان ترکیه



UNITED STATES UNDERWEAR MARKET

صنعت پوشاک ترکیه با قدرت طراحی و تولید در لباس های زیر و لباس های خانگی مورد توجه می باشد. ایالات متحده با داشتن پتانسیل بسیار زیاد در این زمینه، موقعیت خود را به عنوان بازار هدف مهمی برای ترکیه تقویت می کند.

گزارش وضعیت لباس های زیر ایالات متحده آمریکا که توسط شرکت مشاوره زوبو (Zobu) برای انجمن صادرکنندگان لباس های زیر استانبول (IHKIB) تهیه شده است، اطلاعات مهمی را در مورد حال و آینده بازار لباس های زیر ایالات متحده و همچنین چگونگی کسب قدرت رقابتی برای دسترسی بهتر مصرف کنندگان آمریکایی در اختیار صادرکنندگان لباس های زیر ترکیه قرار می دهد.

براساس این گزارش، عدم قطعیت ها و تحولات منفی در اقتصاد آمریکا از جمله افزایش شدید نرخ بیکاری و کاهش چشمگیر درآمد خانوارها به ویژه پس از همه گیری کرونا، منجر به کاهش هزینه های مصرفی بخش خصوصی شده است.

کاهش ۴۰.۸ درصدی هزینه های پوشاک آماده

بخش لباس های آماده ایالات متحده شاهد تغییر سریع در عادات مصرف کنندگان بوده است. در سال ۲۰۲۰، در حالی که هزینه های چرم و صنایع چرمی ۲۲ درصد افزایش یافت، پول صرف شده برای محصولات مد و لباس های آماده ۴۰.۸ درصد کاهش یافت.

رشد برندهای لباس زیر در طول همه گیری کرونا

برخلاف تأثیرات شدید این همه گیری بر شرکت هایی با کانال های توزیع بزرگ و شبکه های فروشگاهی وسیع، برندهای

کوچکی که فرصت فروش مستقیم یا آنلاین را به مشتریان ارائه می دهند، به سرعت رشد کرده اند. علاوه بر ترکیه که نوزدهمین شریک تجاری بزرگ ایالات متحده است، بزرگترین تامین کنندگان لباس زیر این کشور چین، ویتنام، هند، سریلانکا و... می باشد.

واردات لباس زیر آمریکا ۶.۳ میلیارد دلار

در سال ۲۰۱۹، کل واردات لباس های زیر ایالات متحده ۶.۳ میلیارد دلار بوده است؛ در حالی که ۳۳.۱ میلیون دلار از این رقم مربوط به صادرات ترکیه به این کشور بوده است. به غیر از ترکیه که نوزدهمین

است، اما باور عمومی این است که در طول زمان به سطح سابق خود باز خواهد گشت. بنابراین، تولید زیرپوش و فروشندگان زیرپوش هنوز هم از اجزای کلیدی صنعت مد هستند و برندهای زیرپوش جهانی به دنبال بهترین شرکای تامین زیرپوش با بیشترین پتانسیل هستند.

از سوی دیگر، نگاهی کوتاه به لباس‌های زیر مردانه نشان می‌دهد که لباس زیر هایی با طرح‌های راحت و طرح‌های مد روز، بسیار محبوب شده‌اند، در حالی که شلوارهای باکسر و لباس‌های زیر نخی کلاسیک جایگاه خود را در بازار حفظ کرده‌اند. وقتی صحبت از لباس‌های زیر می‌شود، محبوب‌ترین ترند همچنان شامل لباس‌های خال‌خالی و گلدار از پارچه‌های بازیافتی، و همچنین لباس‌خواب‌های مینیمالیستی و لباس خواب‌های ابریشمی کلاسیک است.

که از پارچه‌های ضد عرق ساخته شده است. ترجیح مشابهی برای راحتی در لباس زیر نیز مشاهده شده است.

بر این اساس، در سال ۲۰۲۱، طراحان مد که به خوبی از این انتظارات جدید آگاه بودند، روی انواع مواد نساجی نرم و الاستیک کار کردند و هدفشان این بود که لباس زیر های زنانه کوتاه قد و فاق بلند را به عنوان یک گروه محصول محبوب در بازار لباس زیر زنانه ایجاد کنند. امروزه دیگر سوتین های با سیم و مدل های پوش آپ برای اکثر خانم ها اولویت ندارند. روند جدید این است که به سراغ مدل های سبک تر و مینیمالیستی سوتین بروید که در تمام طول روز راحت باشید.

در همین حال، بسیاری از برنده های معروف لباس زیر زنانه به طراحی توری زیر لباس ادامه می دهند. اگرچه تقاضا برای چنین طرح هایی تا حدی کاهش یافته

شریک تجاری بزرگ آمریکا است، بزرگ ترین تامین کنندگان لباس زیر در این کشور به ترتیب چین، ویتنام، هند، سریلانکا، بنگلادش، السالوادور، اندونزی، تایلند، کامبوج و هندوراس ذکر شده اند.

افزایش طراحی لباس زیر راحت

درست مانند روند رو به رشد لباس های خانگی و لباس های راحت از زمان شیوع بیماری همه گیر، هر نوع لباس زیر از جمله لباس های زیر توری زنان نیز شاهد روند صعودی بوده است. برنده های بزرگ طراحی مد که مایل به پاسخگویی به این افزایش تقاضا بودند، در سال ۲۰۲۱ ظرفیت های تولید خود را به سمت این محصولات تغییر دادند و بر این اساس تولیدکنندگان به تامین کنندگان و فروشندگانی روی آوردند که می توانند علی رغم شرایط چالش برانگیز مربوط به پاندمی، به شیوه ای انعطاف پذیر و چابک عمل کنند.

روند جدید این است که به سراغ مدل های سبک تر و مینیمالیستی برویم که ممکن است در تمام طول روز به راحتی پوشیده شوند.

روند جدید: مدل های ساده و مینیمال

به عنوان یک نتیجه از تغییرات مربوط به بیماری همه گیر در سبک زندگی، افراد بیشتری لباس های خانگی راحت را انتخاب می کنند



علل رکود اقتصادی فرش کاشان در سه دهه اخیر

با تکیه بر نظرات تجار و تولیدکنندگان قالی کاشان



نویسنده مجید براری میانانی



خلاصه

تحقیقات میدانی با تولیدکنندگان و بازرگانان با سابقه فرش کاشان میتواند یکی از راه‌های کشف علل مهم و مؤثر در این راستا باشد. این پژوهش به صورت توصیفی-پیمایشی انجام شده است و برای گردآوری اطلاعات فرش حوزه با خبرگان، دستباف کاشان مصاحبه به عمل آمده است.

با عنایت به نتایج به دست آمده از مصاحبه‌های انجام شده، عدم حمایت‌های دولتی، افزایش تعداد تک باف‌های خانگی و استفاده از مواد اولیه نامرغوب از مهم

کاهش حضور فرش دستباف کاشان در بازارها و نمایشگاه‌های داخلی و خارجی ارتباطی مستقیم با علل رکود اقتصادی فرش دستباف کاشان در سه دهه اخیر داشته باشد، که این مهم فرش اعتبار فرش دستباف کاشان را در میان دیگر مناطق قالی بافی ایران کاهش داده است. بررسی و انجام تحقیقات میدانی هدفمند در جهت پی بردن به علل و چند و چون این مسئله میتواند به مسئولین و فعالان این حوزه کمک شایانی در راستای رفع معضلات موجود بکند.



ترین معضلات این مسئله به شمار می آیند. از این روی در جهت رفع کاستی ها و مشکلات پدید آمده، بایستی سه حوزه ی درگیر در این امر یعنی دانشگاه، بازار و تولید با یکدیگر هماهنگ و همگام شوند.

مقدمه:

بر اساس آمارهای منتشر شده توسط سازمان سمت و مرکز ملی فرش ایران و همچنین گفتگو های انجام شده با خبرگان فرش دستباف کاشان اعم از تجار و تولیدکنندگان این عرصه: در دو دهه ی اخیر قالی دستباف کاشان دچار رکود اقتصادی بی سابقه ایی شده است، به نحوی که طی این سال ها شاهد بوده ایم، قالیبافی در این منطقه چه به لحاظ هنری و چه از نظر اقتصادی جایگاه و نقش مؤثر خود را در میان مناطق قالیبافی ایران به میزان قابل اعتنائی از دست داده است، در صورتی که کاشان از شاخص ترین مناطق قالیبافی ایران طی اعصار پیشین

بوده است.

در دوره صفوی بسیاری از قالی هایی که به سفارش کشورهای اروپایی در ایران بافته می شد تولید کارگاه های قالیبافی کاشان بوده است. گواه این مدعا قالی های محفوظ در مشهورترین موزه ها و مجموعه های خصوصی جهان است. به عنوان نمونه میتوان از قالی های معروف به «پولونزی» که به سفارش «سیگسموند واسا» پادشاه لهستان در کاشان بافته شده اند، نام برد. گزارش این سفارش ها توسط «صفر مرادویچ» نماینده پادشاه لهستان در سال ۱۰۶۱ میلادی ثبت شده است.

صفر مرادویچ در سفرنامه خود مینویسد: «... پانزده روز بعد، به شهر بزرگ کاشان رسیدم. در کاشان، سفارش بافت چند قالی ابریشمین زربافت، یک خیمه و ساخت شمشیری مرصّح را برای سرورم پادشاه لهستان دادم». (مرادویچ، ۱۳۹۴: ۵۶ و ۵۷).
پس از دوران صفوی، رونق اقتصادی قالی کاشان در



کاشان (با میمه)، یعنی ۱۸۴ پارچه بادی فقط ۲۵ قریه قالی نم بیافند که اغلب آن ها نیز از نقاط کم جمعیت یا مزارع بدون سکنه اند». (چیت سزایان، ۱۳۸۸، ۱۰۳).

از ۳۰ سال پیش تا به امروز میزان تولید و رونق اقتصادی قالی دستباف کاشان به میزان قابل توجهی کاهش یافته است، کریمی در این رابطه مینویسد: «امروزه کاشان منطقه ای صنعتی است. بسیاری از زنان در کارخانه های مختلف پتوبافی، تولید ظروف چینی و تولید مواد غذایی مشغول به کار هستند. شمار فزایندهایی از زنان تحصیلکرده در فعالیت های آموزشی و بهداشتی اشتغال دارند. قالیبافی در شهر کاشان به شدت کاهش یافته است». (کریمی: ۱۳۸۶، ۱۰۵).

این در حالی است که طی سال های اخیر، علیرغم گسترش مراکز علمی و پژوهشی در ایران و همچنین راه اندازی رشته فرش تا مقطع کارشناسی ارشد و به تبع

دوره ی قاجاریه، به ویژه در عصر ناصری بوده است، که در این رابطه حسن نراقی در مقاله ای پیرامون وضعیت قالی کاشان در دوره ی معاصر مینویسد: «اولین محموله ی قالیچه و پشتی های صادراتی هم که به وسیله حاجی مانده علی آقای کاشانی به استانبول رسید خریداران خارجی خود را به خود جلب کرد و از آنجا نیز تقاضا و سفارش های پی در پی برای خرید قالی شروع شد. سپس به واسطه تنوع در نقشه و رنگ آمیزی و قالی های بزرگ پارچه که در بازارهای اروپا عرضه شد شهرت قدیمی قالی های ابریشمی کاشان را دوباره زنده و بلندآوازه ساخت». (نراقی، ۱۳۹۲: ۵۴).

رونق اقتصادی قالی کاشان پس از دوره قاجاریه ادامه می یابد تا آنجا که اقتصاد کاشان تا سال های ۴۳ و ۴۴ ه. ش وابسته به قالی دستباف بوده است. چیت سزایان در کتاب نگاهی به تاریخ درخشان فرش کاشان مینویسد: «از کل دهات، قصبات و شهرهای حوزه اداری





آن افزایش میزان تحقیقات دانشگاهی، به صورت کاملا آشکاری قالی دستبافت کاشان نادیده گرفته شده است. توجه شده است.

فرش چیست؟

فرش در لغت به معنای «گسترده» است، که در واقع «هر گسترده‌ای که در دوران کهن ایران در زبان پهلوی «ویسترگ» خوانده می‌شد، در دوره اسلامی ایران به «فرش» موسوم شد». (چیتسازیان: ۱۳۸۵، ۱۰۹) در واقع اطلاق واژه ی «فرش»، گونه‌های مختلف منسوجاتی که بر روی زمین پهن شدنی اند را شامل می‌شود، اعم از «قالی که فرش پرزدار است، گلیم که بدون پرز اما با الیاف حیوانی است و زیلو که بدون پرز و دارای تار و پودی پنبه‌ای می‌باشد». (چیتسازیان: ۱۳۸۵، ۱۰۹)

برای خواندن ادامه این مطلب به سایت مجله کهن مراجعه کنید...

به هر روی سوق دادن تحقیقات دانشگاهی در جهت مدیریت اقتصادی، شناخت معضلات و بازارهای هدف قالی دستبافت کاشان، میتواند منجر به بازگرداندن جایگاه اصیل این محصول در بازارهای داخلی و خارجی شود. بنابراین اولین گام پیش روی در این حوزه پی بردن به مشکلات و نظرات دست اندرکاران و خبرگان مستقیم این هنر-صنعت است که بدون واسطه با تولید و فروش قالی دستبافت کاشان ارتباط دارند.

به این منظور در این تحقیق در جهت شناسایی و معرفی علل رکود اقتصادی قالی دستبافت کاشان، با تجار و تولیدکنندگانی در بازار کاشان گفتگو شده است که طی این دو دهه در کانون مسائل تولیدی، اقتصادی و تجاری آن بوده‌اند. در حقیقت در این مجال به این مهم از منظری نگریسته شده است که تا به حال کمتر بدان

تهران؛ میزبان نمایشگاه بین المللی صنعت نساجی



بیست و نهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین‌های گلدوزی و محصولات نساجی تهران از ۲۳ تا ۲۶ مهر در محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی تهران برگزار می‌شود.

نمایشگاه بین المللی ماشین آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین‌های گلدوزی و محصولات نساجی تهران از جمله بزرگ‌ترین رویداد صنعت تجاری نساجی کشور است؛ کالاهای ارائه شده این نمایشگاه، شامل ماشین آلات نساجی، چرخ خیاطی، ماشین‌های گلدوزی، دوخت و برش و قطعات همچنین کالای خواب، منسوجات خانگی، چاپ و تکمیل و نیز الیاف، رنگ، نخ و مواد تعاونی نساجی است

همچنین در این نمایشگاه علاوه بر تجهیزات و ماشین آلات نساجی، گلدوزی و قطعات آنها محصولات تزئینی و خانگی مانند گلیم، قالی، تابلو فرش و ... ارائه می‌شود.

در نمایشگاه بین المللی ماشین آلات و محصولات نساجی شرکت‌های مربوطه می‌توانند

کنندگان در نساجی بوده تا محصولات و خدمات خود را به نمایش بگذارند و نیز از آخرین تحولات و فناوری‌های جدید در این حوزه آگاه شوند.

بیست و نهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین‌های گلدوزی و محصولات نساجی تهران از ۲۳ تا ۲۶ مهر در محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی تهران از ساعت ۸ تا ۱۵ میزبان بازدیدکنندگان خواهد بود.

جدیدترین محصولات و دستاوردهای خود را در این حوزه در معرض دید بازدیدکنندگان قرار دهند، علاوه بر شرکت‌های داخلی شرکت‌ها و تولید کنندگان بین المللی نیز در این نمایشگاه حضور داشته و محصولات و خدمات خود را به بازار ایران معرفی می‌کنند این حضور بین المللی موجب تبادل فرهنگ و دانش در صنعت نساجی بین کشورها شده و برای ایجاد همکاری و تعاملات بین شرکت‌ها فرصتی مناسب را فراهم می‌کند.

همچنین این رویداد فرصتی بی نظیر برای شرکت‌ها و تولید

Textile Filament Yarn & Fiber,
Packaging, Plastic,
Polymer Compound,
Automobile Parts,
Geomembranes,
Pipes & Fitting,
Cable & Wire Industries,
Agriculture Industries,
Film, Strap & Tape,
Writing Supplies,
Kitchen Appliances,
Home Appliances &
Electronics Industries
and ...





Textile

Bags, Sacks, Jumbo Bag PP, Carpet,

Fibers & Filament Yarns

PET Staple Fibers:

- Direct CP
- One- Step (short Spinning)
- Two-Step

PP Staple Fibers:

- One- Step (short Spinning)
- Two-Step

PA Staple Fibers:

- One- Step (short Spinning)
- Two-Step

PVA Staple Fibers:

- One- Step electrospinning

POY/FDY: ATY, TFO, Carpet, Upholstery, Tapestry, Socks, The Textile and Clothing Sports

BCF/CF: Used in the production of carpet, the method of production:

CUT, LOOP, CUT/LOOP, FACE TO FACE, WOVEN CARPET

Non-woven

Spun Bond, Melt Blown, Needle Punch, SS, SMS, SMMS (Food Contact)

Head office:

RANGDANEH SIRJAN Co.

1st Floor, No. 24 , 8th Alley,
Pakestan St. Dr. Beheshti Ave., Tehran 1531713913 IRAN
TEL. : (+98-21) 88750618 (10 Lines)
FAX : (+98-21) 88741530 , (+98-21) 88750602

Factory office:

Factory: No.27-28-49-50 Industrial zone,
Sirjan Special Economic zone, Sirjan-IRAN
TEL. : (+98-344238) 2023 (5 Lines)
FAX : (+98-344238) 2027
Skype: RANGDANEHSIRJAN

Web Site: [Http://www.rangdaneh.ir](http://www.rangdaneh.ir)

E-mail: info@rangdaneh.com

RANGDANEH
SIRJAN Co.



نخ آذر دنیز

Azar Deniz Yarn

خرید و فروش انواع نخ استوک
و درجات (نیمدوک و کم دوک)



فعالیت ها :

خرید و فروش انواع نخ درجات. نخ استوک. نخ ضایعات.
اسپاندکس. نخ نایلون. نخ لمه. نخ ملانژ. نخ اکریک. نخ لاکرا. نخ
تکسچره. نخ یوموش. نخ سوپربرایت. نخ کاموا. نخ شانل. نخ زری.
نخ فیلامنت. نخ پنبه ۱.۳۰، پنبه ۱.۲۰، پنبه ۱.۱۶، پلی استر. ویسکوز.
دنیهای مختلف. نخ ویسکوز ۱.۳۰، اوترویرا ۱۰۰.۱۵۰.۳۰۰ و مینگل
۱۰۰.۱۵۰.۳۰۰ و پلی استر ۱۵۰.۸۰۰.۵۰۰... نخ اسپان. نخ bcf. نخ p.p و پلی
استر پنبه ۱.۲۰ و ۱.۳۰ و غیره

AzarDeniz

شماره های تماس:

پاشازاده ۰۲۱۶۶۲۰۴۳۹۳

۰۹۱۲۷۶۱۱۷۵۴ - ۰۹۱۲۲۴۸۶۹۸۸

asqarpashazadeh@gmail.com

به صورت عمده (تناژ) از سراسر کشور

ما این راه را رفته ایم...

راهکارهای جامع نرم افزار سیلینک



- ۱- تولید
- ۲- بسته بندی
- ۳- پشتیبانی تولید
- ۴- تعمیرات و نگهداری
- ۵- فروش
- ۶- انتظامات
- ۷- انبار
- ۸- کارگزینی
- ۹- مدیریت پرسنلی
- ۱۰- تیکتینگ
- ۱۱- مدیریت پروژه

www.Silink.ir

☎ 035-9109 9209
📞 0930 30 30 194



پر بازدیدترین وب سایت نساجی ایران

کهن

دانلود رایگان

WWW.KOHANJOURNAL.COM