

کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۴. شماره ۷۱. شهریور ۱۴۰۱. قیمت ۸۰۰۰ تومان

تولیدکننده مواد شیمیایی صنعت الیاف مصنوعی



کاوآن شیمه سورن 

کارخانه: شهرک صنعتی اشتهارد
بلوار ملاصدرا غربی، خیابان دماوند ۴
قطعه ۵۲۰۲
www.kavanchemie.com
info@kavanchemie.com
Cell: 0912 - 890 2412

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



شرکت تولیدی و صنعتی هینزا شیمی (سهامی خاص)

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



هینزا شیمی

تولیدکننده انواع مواد تعاونی نساجی و رزین

تنها تولیدکننده روغن‌های اسپین فینیش با تکنولوژی روز دنیا

www.hinzachemical.com

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

تلفن: ۸۸۷۴۸۶۳۹ - ۸۸۷۴۸۶۳۸ فکس: ۸۸۷۶۹۸۹۲

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



Masterbatch, Compound, Additive, Biodegradable Compound, Extruded Polymer, Plastic Granules, Powder Predisperse Solid, Pigments (Carbon Black & Colors), PE+100, PE+80, PP-r, Welding Rod, Adhesive Granule, Steel Pipe Coating (TOP-COAT), Agro PET Wire, High Strength Yarn & Fibers

موارد استفاده در صنایع نساجی، نخ و الیاف

فرش ماشینی و موکت :

. نخ های فیلامنتی و الیاف کوتاه

. الیاف پلی استر ، پلی پروپیلن و پلی آمید کوتاه

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

موکت تافتینگ، کات و لوپ

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

بافت محافظتی

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

رومبلی، جوراب و البسه ورزشی

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

ریسندگی نخ های پنبه ای، فرش ماشینی، موکت و

لانی های سوزنی

منسوجات نبافته (Non woven) بهداشتی :

. اسپان باند (Spunbond)

. ملت بلان (Melt Blown)

. سوزن زن

. SS , SMS , SMMS .

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

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

پرده ای، جوراب، البسه ورزشی

مسترپیچ و افزودنی الیاف پلی استر کتان تایپ جهت تولید

الیاف DOPE DYED

گونی و جامبو پلی پروپیلن

سفید کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF از پرک بطری

براق کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF مورد مصرف در

موکت های چاپی



رنگدانه سیرجان

www.rangdaneh.ir

info@rangdaneh.com

دفتر تهران :

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

کدپستی : ۱۵۳۱۷۱۳۹۱۳ صندوق پستی : ۲۴۵۸ - ۱۵۸۲۵

تلفن : (۲۰ خط) ۸۸۲۵۰۶۱۸ - ۰۲۱

فاکس : ۸۸۲۴۱۵۳۰ - ۸۸۲۵۰۶۰۲ - ۰۲۱





ARAD فرش آراد CARPET



ARADCARPETKASHAN



TELEGRAM



SYTE

SCAN & JOIN US



INSTAGRAM

- تولید کننده ی فرشهای ۵۰۰-۷۰۰-۱۲۰۰-۱۵۰۰ شانه ۱۰۰٪ آکرلیک
 - Manufacturer of 500-700-1200-1500REEDS
 - Machin-made carpets Classic designs and vintage
 - DEDICATED DESIGNS
 - إنتاج سجاده ۵۰۰-۷۰۰-۱۲۰۰-۱۵۰۰ عقده من الأكروليك بالكامل
- +98 912 119 29 69 +98 31 54 75 14 26 -8
- Tolid Bld(Main 3) Solieman Sobahi Industrialtown /Aran&Bidgol road/Kashan /Iran



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

تولید روغن های اسپین فینیش

SPIN FINISH

شکل ظاهری

مایع ای غلیظ کاملاً شفاف

هفت (خنثی) : PH

درصد اکتیو : 82.5

حلالیت : به راحتی در آب حل می گردد

خواص شیمیایی

این محصول هیچگونه تغییری در خصوصیات الیاف

بوجود نیاورده و هیچگونه اثری

بر روی رنگ الیاف ندارد.

با آب بر راحتی قابل شستشو میباشد و نسبت به

عملیات مکانیکی مقاوم است.

ماده فوق باعث ایجاد لغزندگی بین الیاف شده و این امر

هدایت الکتریکی الیاف را افزایش داده و الکتریسیته ساکن را خنثی میکند.

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

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

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

و الیاف پلی استر و پنبه بسیار مناسب می باشد.

ارتباط مستقیم با بخش فروش

0912 956 2500

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

info@pishgamresin.com
www.pishgamresin.com

021-88325384
021-88315004



کلینیک نساجی تکنوتکس



اصالت و کیفیت بیشتر / هزینه کمتر

✓ فروش ماشین آلات نساجی

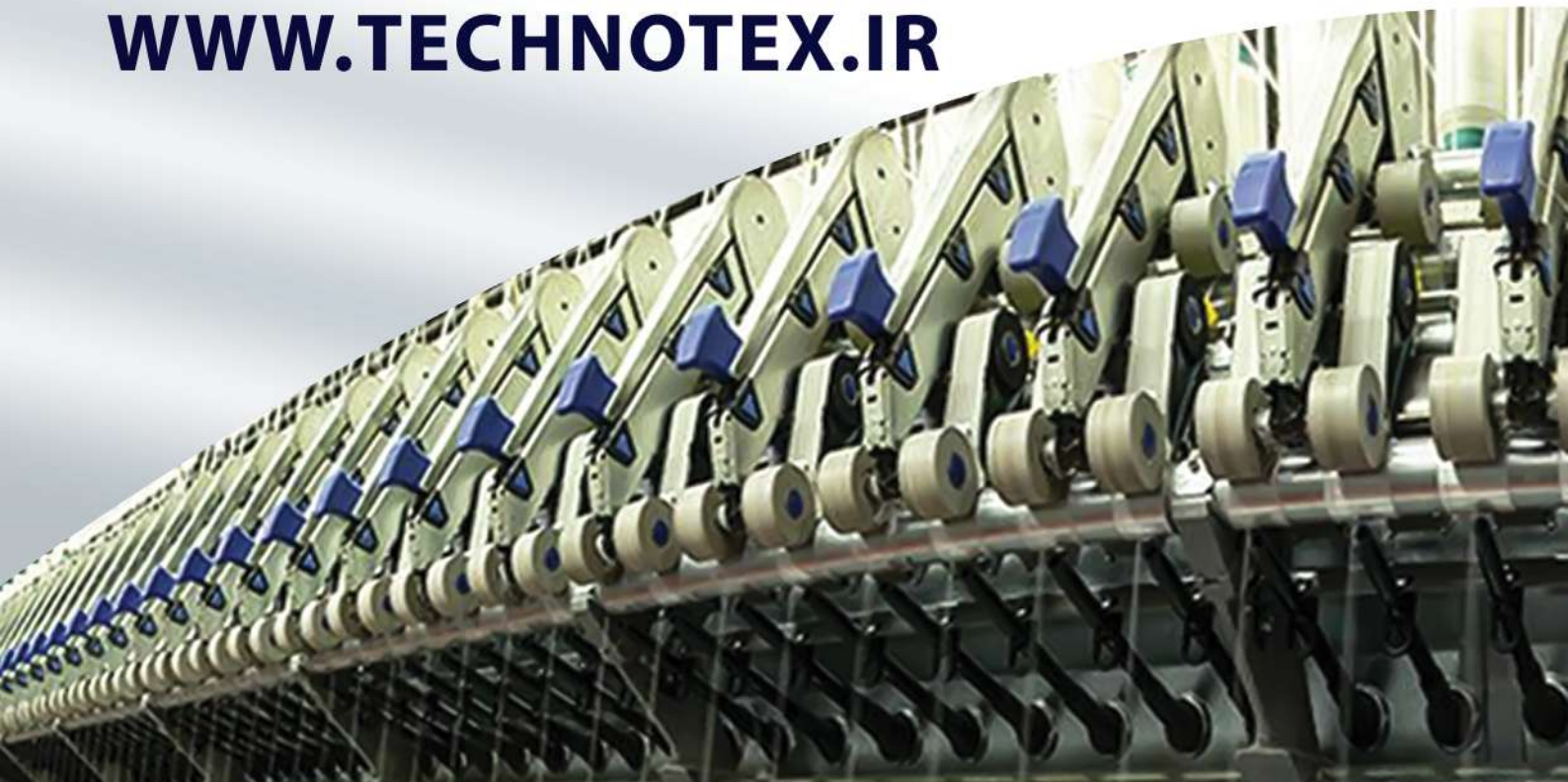
✓ تأمین قطعات (ریبندی، بافندی، هیت ست)

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

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

• مهندس صائبی (مدیر فروش): +۹۸۹۰۵۳۹۹۴۸۰۰۰

WWW.TECHNOTEX.IR






چاپ صنعتی پردیس

PARDIS PRINT

چاپ تخصصی لیبل فرش و تشک

اتیکت مخملی ، ضد آب
با چسبندگی فوق العاده بالا

مجهز به Heidelberg GTO Offset 52-4 Color

 Pardis_print_kashan

 +۹۸ ۹۱۲ ۰۱۴ ۶۳۰۹ +۹۸ ۹۱۲ ۰۱۴ ۶۲۰۹
موسوی زاد سیدی

 کاشان ، شهرک صنعتی سلیمان صباحی، بلوار دکتر اسلامی

سابقه همکاری:



فرش مینوس بافت
MERINOUSBAFT CARPET



ما این راه را رفته ایم...

راهکارهای جامع نرم افزار سیلینک



تولید برتر آینده را، با جمع بهترینها تجربه نمایید

www.mammut.de



ماموت (آلمان)

ماشین پنبه دوزی لحاف، تشک و مبلمان



www.spuhl.com

SPÜHL

اشپول (سوئیس)

ماشین فتر، اسکلت و فتر پاکتی برای تشک و مبلمان



زد اس کا (آلمان)

ماشین گلدوزی انواع پارچه



www.zsk.de

www.beckmann-sew.com

BECKMANN
AUTOMATION GmbH

بکمان (آلمان)

خط اتوماسیون تکمیل انواع کالای خواب و مبلمان



www.nowotex.fi

NOWO

نوو (فنلاند)

خط تولید لایی پلی استر، بالش و کالای خواب



NedTex Co.Ltd

نمایندگی و پشتیبانی در ایران

رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.

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

ویژه: ۵۵۶۰ ۹۱۰۳ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz

فهرست

۱۲

نگاه تخصصی به تولید و فروش مواد تعاونی نساجی راز موفقیت هینزا شیمی

۱۷

لافر برندی محبوب در صنعت نساجی ایران

۲۰

شکایت نکن ... صادر کن!

۲۴

حسن زرکار: باید در صادرات فرش در دنیا بیشترین سهم را داشته باشیم

۳۲

گزارش چهاردهمین نمایشگاه بین المللی کف پوش ها، موکت، فرش ماشینی تهران

۳۶

تولایی: فاصله زیادی تا نمایشگاه فرش ماشینی در عیار جهانی داریم



۳۹

آینده صنعت پوشاک در نمایشگاه IGM رقم خواهد خورد

این نمایشگاه که در تاریخ ۸ الی ۱۱ سپتامبر ۲۰۲۲ (۱۷ تا ۲۰ شهریور) برگزار می شود تمام فناوری‌های مورد استفاده در صنعت پوشاک را در مرکز نمایشگاهی Tüyap به نمایش می گذارد.

در نمایشگاه IGM که با شعار "بیابید آینده را طراحی کنیم" آغاز به کار کرده است، همه فناوری ها مورد استفاده در تولید پوشاک و پوشاک آماده، از دوخت تا

اشتغالزایی و کمک به خودکفایی در فرش ماشینی حاصل ربع قرن تلاش خانواده زرکار کاشان

فرش اولیای تبریز در ابتدا با نام فرش زرکار کاشان در سال ۱۳۶۹ فعالیت خود را در زمینه چله پیچی و بافت فرش های ماشینی با ماشین آلات ایرانی و خط آهار و تکمیل فرش آغاز نمود. در حال حاضر با نوسازی و سرمایه گذاری های جدید انجام شده در این راستا از ماشین آلات بافندگی با تکنولوژی روز دنیا یعنی ...

INTERVIEW



۴۴

مصاحبه با نساجیت، فروشگاه آنلاین پارچه مبلی، پرده و روتختی

هم اکنون این شرکت با مساحتی بالغ بر ۵۰۰۰ مترمربع و تولید روزانه ۵۰۰۰ متر پارچه مبلی، پرده و کالای خواب متنوع و اشتغال ۱۵ نفر نیروی کار به صورت مستقیم و ۳۵ نفر غیر مستقیم با بهره مندی از دستگاه های بافندگی و نساجی به روز در حال فعالیت است. در حال حاضر بالغ بر ۸۰ طرح متنوع و جذاب ایرانی روی خط تولید این شرکت ...

۴۸



مجله نساجی کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران

دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی

سال ۱۴، شماره ۷۱، شهریور ۱۴۰۱

کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۴، شماره ۷۱، شهریور ۱۴۰۱، قیمت ۸۰۰۰ تومان

تولیدکننده مواد شیمیایی
صنعت الیاف مصنوعی



کاوان شیمیه سورن

← اسپین فینیش مخصوص BCF - CF

← اسپین فینیش مخصوص ذوب‌ریسی (پلی‌استر استیلر)

← اسپین فینیش مخصوص ذوب‌ریسی (پلی‌پروپیلان استیلر)

← آنتی استاتیک مخصوص ریسندگی اسپان

← آنتی استاتیک مخصوص منسوجات بی‌بافت

← آنتی استاتیک مخصوص ذوب‌ریسی (پلی‌استر استیلر)

← نرمکن مخصوص ذوب‌ریسی (پلی‌استر استیلر)

کارخانه شهرک صنعتی اصفهان
بزرگ‌ماده‌ها: تهران، خیابان مازندران
تلفن: ۰۲۱-۸۵۲۰۰۰۰
www.kavanchemie.com
info@kavanchemie.com
Cell: 0912 - 890 2412

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر:
بهنام قاسمی

مدیر بازرگانی و روابط عمومی: محبوبه قایدی

نویسندگان و همکاران این شماره: فروغ امیر شیرزاد
- مهلقا صدوقی - حانیه ابولحسنی - فاطمه معتمدی
سده - بهروز عباسی - کامبیز مقرایی - احسان
اکرامی - عصمت غنی زاده

امور تبلیغات: محبوبه قایدی

طراحی و صفحه آرایی: استودیو کهن نگار

وب سایت: www.kohanjournal.com

پست الکترونیک: info@kohanjournal.com

آدرس: تهران صندوق پستی ۱۶۷۶۵-۴۶۵

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 دیدگاه‌های 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.

شرکت های نساجی ترکیه و حمایت های دولتی

۵۸

OEKO - TEX® سالگرد خود را جشن می گیرد- ۳۰ سال تخصص به
عنوان پایه ای برای آینده

۵۹

فرایند بازیافت لباس

۶۱

پیشرفت های صنعت فرش

۶۴

افزایش کارایی و کاهش تاثیرات زیست محیطی صنعت فرش

۶۷

مصر شورای صنایع نساجی را برای توسعه بخش ریسندگی و بافندگی
ایجاد می کند

۷۰

چهل و دومین نمایشگاه فرش هند ۲۰۲۲ بزرگترین
نمایشگاه فرش آسیا

چهل و دومین نمایشگاه فرش هند با حضور تعداد زیادی
از بازدیدکنندگان هر ساله در دهلی نو برپا میشود. شورای
ترویج صادرات فرش، چهل و دومین دوره نمایشگاه فرش
هند را از ۲۵ تا ۲۸ مارس ۲۰۲۲ در محل نمایشگاه NSIC،
دهلی نو،...

۷۴



انعطاف پذیری چین در شاخص آسیب پذیری زنجیره تامین
منسوجات و پوشاک جهان

یک شاخص آسیب پذیری زنجیره تامین، برخی از
صنایع نساجی و پوشاک پیشرو در جهان را رتبه بندی
کرده است. در این رتبه بندی، چین به عنوان دارنده
خودکفایتترین زنجیره تامین نساجی و پوشاک ...



۷۶

• 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



گفتگو با مهندس کامیار صفی نژاد و مهندس حسین زمانی - شرکت هینزا شیمی

نگاه تخصصی به تولید و فروش مواد تعاونی نساجی راز موفقیت هینزا شیمی

تولید مشغول هستیم. طیف محصولات ما به طور کلی مواد تعاونی نساجی است که در بخش‌هایی مثل رنگرزی، تکمیل، ریسندگی و مقدمات مصرف میشود. همچنین برای صنایع فرش، موکت و پرده رزین‌های امولسیون تولید می‌کنیم. هرچند محصولات ما در سایر صنایع نیز قابلیت مصرف دارد اما چون تخصص ما و تیم کاری ما صنعت نساجی است فقط در بخش مواد تعاونی نساجی مشغول فعالیت هستیم.

لطفاً در مورد شرکت هینزا شیمی، نحوه تاسیس، اهداف و محصولات خود توضیحاتی را ارائه دهید.

مهندس زمانی: حدود سال ۱۳۷۳ شرکتی با نام سیزال را به طور رسمی ثبت کردیم و تا سال ۱۳۸۶ با نام سیزال در بازار مشغول فعالیت بودیم. شرکت هینزا شیمی نیز پس از خرید زمین در شهرک صنعتی اشتهارد و اتمام ساخت و سازهای کارخانه در سال ۱۳۸۳ تاسیس شد. در سال ۱۳۸۶ تولید را شروع کردیم و تا به امروز با نام هینزا شیمی به

بیش از ۳۰ سال تجربه در بخش تولید و توزیع مواد شیمیایی نساجی و تلاش و کوشش برای ارتقا سطح آگاهی تولید کنندگان کشور و تمرکز خاص بر روی صنعت نساجی از جمله مواردی است که شرکت هینزا شیمی را برای مصاحبه و تحلیل بازار نسبتاً آشفته مواد تعاونی نساجی به کاندیدایی جذاب بدل می‌کند. به همین خاطر با مدیران این شرکت به گفتگو نشستیم که حاصل آنرا در ادامه مشاهده می‌کنید...



مهندس زمانی



الیاف تا پوشاک که به دست مصرف کننده می رسد عملیات و فرایندهای مختلفی وجود دارد.

در این بین یک شرکت مواد تعاونی که مثلاً فقط صابون تولید می کند تنها روی همان بخش تسلط دارد و اینکه قبل و بعد از مصرف صابون چه اتفاقی برای کالا افتاده یا خواهد افتاد را مورد توجه قرار نمی دهد. چون بیشتر متخصصین شیمی هستند و با نساجی کمتر آشنا هستند. همانطور که مهندس زمانی اشاره کردند تیم متخصص و نساج هینزا شیمی می تواند به طور کلی قبل و بعد پروسه را بررسی و تحلیل کرده و با سرعت بالا مشکلات و کمبودها را تشخیص داده و رفع نماید. برگ برنده شرکت ما تسلط کافی به کلیه فرایندها و عملیات نساجی است.

در ایران برای مواد تعاونی نساجی جهت جلوگیری از سودجویی ها استاندارد خاصی وجود دارد؟

مهندس زمانی: متأسفانه در ایران برای مواد تعاونی نساجی استاندارد خاصی تعریف نشده است ولی ما

هینزا شیمی در مقایسه با سایر رقبای داخلی در چه وضعیتی قرار دارد؟

مهندس زمانی: اغلب شرکت های فعال در این حوزه روی تعداد محدودی از مواد کمک نساجی کار می کنند. مثلاً فقط ضد کف یا سیلیکون تولید می کنند. ما در هینزا شیمی قابلیت ساخت ۹۰ درصد موادی که در صنعت نساجی استفاده می شود و کشور به آن نیاز دارد را داریم و با مهندسی معکوس، ارسال نمونه به مشتری، بهینه سازی و بهبود محصول آن را فرموله می کنیم از روغن های آنتی استاتیک روغن های ریسندگی و نرم کن ها گرفته تا ضدکف ها، دترجنت ها، آهار و غیره. ما در هینزا دارای تیم تخصصی نساجی هستیم و بیش از نیمی از پرسنل ما مدرک لیسانس، فوق لیسانس و دکترای نساجی دارند.

مهندس صفی نژاد: به نظر من هینزا شیمی تفاوت عمده ای که با دیگر رقبا دارد تخصص بومی شده و تجربه و سابقه نساجی است که بسیار مهم است. صنعت نساجی صنعتی بسیار گسترده است. از

مهندس صفی نژاد: ظرفیت تولیدی هینزا شیمی طبق پروانه بهره برداری حدود ۲۲۵۰۰ هزار تن در سال می باشد اما با توجه به وضعیت بازار و اینکه به دلیل کمبود نقدینگی فقط طبق سفارش تولید می کنیم ظرفیت تولیدی ما متغیر است. تولید کنندگان مواد تعاونی نساجی در حال حاضر برای مدیریت نقدینگی و جلوگیری از دپو محصولات در انبار که به معنای خواب سرمایه است طبق سفارش کار می کنند و مشتریان نیز با علم به این موضوع زودتر از موعد مقرر سفارشات خود را ثبت می کنند.

مواد اولیه مورد نیاز خود را از کجا تامین می کنید؟

مهندس صفی نژاد: بخش زیادی از مواد اولیه از پتروشیمی های داخلی کشور تامین می شود و حدود ۲۰ درصد آن وارداتی است که در ایران تولید نمی شود. قبلاً این مواد از تایوان، ژاپن و اروپا وارد کشور می شد اما در حال حاضر به دلیل مشکلات موجود این ۲۰ درصد را بیشتر از چین و ترکیه وارد می کنیم.



نرم کننده



آنتی استاتیک



اسپین فینیش



رزین های امولسیون

مهندس زمانی هم به آن اشاره کردند پایین بودن سطح علم و اطلاعات فنی در بین صاحبان صنایع و حتی مهندسين کارخانجات است. از نظر دانش مواد کمکی نساجی ضعف هایی دارند و همین زمینه ساز سودجویی ها میشود.

آیا در تامین مواد اولیه از پتروشیمی های کشور مشکلاتی دارید؟

مهندس صفی نژاد: ما اغلب مواد اولیه خود را از بورس تامین می کنیم اما گاهی کمبودهایی هم وجود دارد که به دلیل اورهال شدن پتروشیمی ها یا رقابت زیاد بر سر تولیدات محدود آن ها و گاهی هم نوسانات قیمتی پتروشیمی می باشد. متاسفانه پتروشیمی ها به راحتی قیمت ها را دستکاری می کنند. گاهی افزایش شدید قیمت ها باعث میشود خرید داخلی کم شده و پتروشیمی ها محصولات خود را بتوانند صادر کنند.

نقدینگی یک مشکل جدی است. قبلا اغلب تولید کنندگان مواد تعاونی نساجی به مقدار زیادی قابلیت خرید و دپوی مواد اولیه مصرفی خود را داشتند اما در حال حاضر فقط بنا بر سفارش مواد اولیه

دلیل نیست یا این که جنس بی کیفیت را میخرد و بعد از مدتی با دادن خسارت متوجه نامرغوبیت آن میشود و حالت سومی هست که مشتری به دلیل نا آگاهی جنس نا مرغوب را مصرف میکند و متوجه موضوع هم نمی شود. متاسفانه به این دلیل در بازار رقابت های کاذب زیادی وجود دارد. برخی از شرکتهای مواد شیمیایی در بازار فقط جنس را وارد کرده با آب مخلوط می کنند و می فروشند و چون متر و معیار و استاندارد مشخصی وجود ندارد قابل کنترل نیست.

مهندس صفی نژاد: بخش مهمی از کار ما دادن اطلاعات کافی و مشاوره به شرکت هاست. ما در ابتدا مواد خود را در کارخانه مشتری تست میکنیم و برای گرفتن بهترین نتیجه و اپتیوموم مصرف با شرکتهای ارتباط داریم. تیم فروش ما در هینزا شیمی فقط فروش و بازاریابی انجام نمی دهند بلکه تیمی متخصص و با دانش فنی هستند که کار فروش را انجام میدهند. فروش مواد شیمیایی کار بسیار تخصصی است و رمز موفقیت هینزا شیمی نیز همین نگاه تخصصی به کار است.

متاسفانه یکی از مشکلاتی که

سعی می کنیم مواد خود را مطابق با کیفیت قابل قبول روز دنیا و کشورهای اروپایی تولید کنیم و یا حداقل نزدیک به آنها تولید کنیم.

در ایران سعی کرده ایم پروتکل های ام اس دی اس را برای محصولات خود تهیه کرده و به مشتری ارائه دهیم. اطلاعاتی از قبیل اینکه ماده شیمیایی آتش زا هست یا خیر؟ در تماس با پوست مضر است یا خیر؟ بخارهای سرطان زا دارد یا خیر؟ شرایط کار کردن با آن چگونه است؟ و غیره را در نظر میگیریم. در شرکتهای خارجی نیز بر این منوال است.

ماهیت مواد شیمیایی به شکلی است که امکان سود جویی در آن زیاد است و در حال حاضر هم کم نیستند شرکتهایی که با رقیق کردن و ضعیف کردن ماده سر مشتری را کلاه می گذارند و متاسفانه به دلیل عدم آگاهی مصرف کننده بازار خوبی هم دارند. به همین دلیل شما می توانید یک ماده را در بازار و قیمت های مختلفی پیدا کنید. متاسفانه این مشکل را داریم.

یا مصرف کننده با توضیحات ما قانع می شود که هیچ ارزانی بی

انتقال به مرحله بعدی مشکل بروز خواهد کرد.

خریداری می کنند چرا که از نظر نقدینگی تحت فشار هستند. خود ما مجبور هستیم فقط مصرف هفتگی خود را خریداری کنیم.

آیا قابلیت رقابت با شرکت های خارجی را در بخش مواد کمکی نساجی داریم؟

مهندس زمانی: بله به اعتقاد من امکان تولید محصولات مشابه خارجی وجود دارد با توجه به اینکه در بحث تولید مواد اولیه پتروشیمی هم مزیت هایی داریم می توانیم بسیاری از تولیدات را هم رده و یا حتی بهتر از محصولات چینی یا ترکیه تولید کنیم. مثلاً در مورد اسپین فینیش کیفیت تولیدی ما بسیار بالا است اما به دلیل تعرفه های گمرکی بالا نمی توانیم به ترکیه صادر کنیم و در این بخش در ایران خودکفا هستیم.

در حال حاضر به غیر از رزین های SBR بخش دیگری از مواد تعاونی نساجی صادرات ندارد هرچند در موارد محدودی برخی از تاجران کشورهای همسایه مثل عراق و افغانستان خرید های ریالی را انجام می دهند که چندان نمیتوان اسم صادرات را روی آن گذاشت ولی صادرات به صورت رسمی تقریباً وجود ندارد. ما این امکان را داریم هر ماده شیمیایی مورد نیاز صنعت نساجی را تولید کنیم.

شرکت ها می توانند به ما مراجعه کنند و نیازهای خاص و سفارشی خود را با ما مطرح کنند و با قدرت می گویم

مهندس زمانی: متأسفانه در بحث برگشت پول بخش مواد تعاونی نساجی یکی از بدترین قسمت هاست و کارخانجاتی که پول الیاف فروش، ماشین ساز و غیره را نقد و راحت پرداخت می کنند در زمان پرداخت پول به شرکت مواد تعاونی بی پول می شوند.

در بخش مواد تعاونی نقد فروشی جا نیفتاده و علت آن همان وجود افراد سوگو و رقابت ناسالم با قیمت های غیرواقعی و مواد نامرغوب است که تولید کننده خوب را تحت فشار قرار می دهد. حدود ۴۰ شرکت در بخش تولید مواد تعاونی نساجی ایران حضور دارند که حدود ۱۵ شرکت از این تعداد طیف قابل قبولی از محصولات را تولید میکنند.

به نظر من باید کنسرسیومی از شرکت های بزرگ و ریشه دار در بخش مواد کمکی نساجی تشکیل شود که برای مصرف کننده کلاس های آموزشی بگذارد و کمبود دانش را در این صنعت رفع کند. باید مصرف کننده بدانند که مثلاً یک نرم کن چه آیتم ها و فاکتور هایی را باید برای او پاس کند اگر این آیتم ها پاس نشد قطعاً جایی به زیان مصرف کننده است که متوجه آن نیست و یا بعد از



چطور می توانیم مواد کمکی غیر مضر و سبز تر و دوستدار محیط زیست تولید کنیم؟

مهندس زمانی: ما در شرکت هینزا شیمی سعی کرده ایم همواره در انتخاب مواد اولیه در تولید محصولات خود نظر داشته باشیم و از موادی استفاده کنیم که برای محیط زیست ضرر کمتری داشته باشد و زیست تخریب پذیر باشد. مواد مضر کمتری در پساب ها به جا بگذارد و برای مصرف کننده نهایی و اپراتور کارخانه که با این ماده سر و کار دارند کمترین خطر را داشته باشد. این کار چندان قیمت نهایی را تحت تاثیر قرار نمی دهد و تنها به دانش تولید کننده برمی گردد که چطور بتواند مواد کمکی نساجی را با کمترین میزان تخریب محیط زیست و بی ضرر تولید و روانه بازار کند.

ما حتی زمانی برای دریافت گواهینامه های ایزو و استاندارد اکوتکس اقدام کردیم اما متأسفانه از آن جایی که مشتری توجهی به آن ندارد در ما نیز انگیزه کافی ایجاد نشد. شاید از حدود ۷۰ مشتری که ما در سال داریم کمتر از تعداد انگشت های دست از ما گواهینامه های ام اس دی اس را طلب میکنند و دیگران حتی نسبت به ساده ترین مطالب آگاهی ندارند چه برسد به مفاهیمی مانند استاندارد اکوتکس! متأسفانه بسته بودن درهای دنیا به روی ما باعث ایجاد نوعی عقب ماندگی اطلاعاتی نیز شده است.

بیوگرافی مهندس حسین زمانی ایبانه: "در

سال ۱۳۶۷ از دانشگاه امیرکبیر در رشته مهندسی نساجی شاخه علوم و تکنولوژی رنگ که در حال حاضر زیر شاخه پلیمر شده است فارغ التحصیل شدم از بدو ورود به صنعت در بخش مواد تعاونی نساجی مشغول به کار شدم که تا به امروز هم ادامه دارد. در شرکت های سایار، شرکت رنگرزی مخمل پاسارد، شرکت سیزال و شرکت هینزا شیمی فعالیت داشتم.

بیوگرافی مهندس کامیار صفی نژاد: من در دانشگاه امیرکبیر در رشته مهندسی نساجی شاخه علوم و تکنولوژی رنگ به همراه مهندس زمانی تحصیل کردم در بسیاری از درس ها همکلاس بودیم. در سال ۱۳۸۶ فارغ التحصیل شدم. جزو افرادی بودم که بعد از فارغ التحصیلی در صنعت نساجی در بخش ماشین آلات مشغول به کار شدم. ابتدا در چیت ری به عنوان سرپرست سفیدگری و رنگرزی و پس از آن در شرکت فرش سهند مشغول به کار شدم. پس از آن در شرکت بوریا در بخش فروش و تحقیق و توسعه به فعالیت خود ادامه دادم. از سال ۱۳۸۳ تا به امروز در شرکت هینزا شیمی مشغول فعالیت هستیم.

که امکان ندارد نتوانیم آن ماده را با مهندسی معکوس و تکرار و آزمون تولید کنیم.

همانطور که اشاره شد تولیدکنندگان ریشه دار و قوی در ایران نیاز مواد اولیه ارزان و با حجم بالا دارند تا بتوانند صادرات کنند. مثلاً در بخش روغن های ریسندگی بخش عمده کار وابسته به ماده پارافین است که در ایران هم خوشبختانه به وفور تولید می شود اما اینکه ما به عنوان تولید کننده بخواهیم مقدار زیادی پارافین را خرید کنیم ممکن نیست.

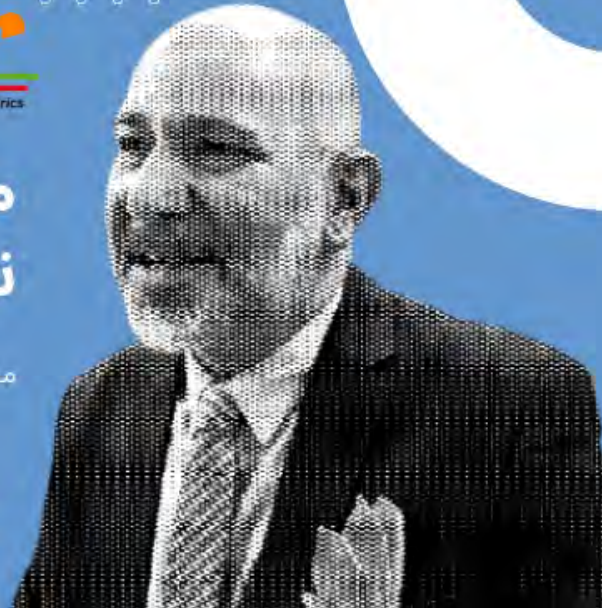
مهندس صفی نژاد: یکی از بحث های جالب در کشور ما ارزش افزوده است که به غلط از تولیدکننده گرفته میشود آن هم نه یک بار بلکه از هر تولید کننده به طور جداگانه! یعنی یک کالای نساجی از زمانی که مواد اولیه است تا زمانی که به دست مشتری برسد چند بار ۹ درصد ارزش افزوده به آن اضافه شده و یک افزایش قیمت بی دلیل و سرسام آور داریم که ترمز مارا کشیده است. این پول به جیب دولت میرود که یا سهواً یا عمدتاً مانع تولید است.

محبوبیت لافر در صنعت نساجی اتفاقی نیست...

مصاحبه با مهندس امیررضا افشاری - شرکت ندتکس

مصاحبه

مجله نساجی کهن



لافر برندی محبوب در صنعت نساجی ایران

گفتگو با مهندس امیررضا افشاری مدیر عامل شرکت ندتکس

های ایرانی مشغول هستند. آقای مهندس مثل همیشه با تبسم های صمیمی و اطلاعات خوب میزبان ما در غرفه لافر بودند که در زیر خلاصه ای از این گفتگو را می خوانید:

در ابتدا نظر ایشان در مورد نمایشگاه را جویا شدیم :

مهندس امیررضا افشاری: بسیار خوشحالم که بالاخره پس از سه سال و با پشت سرگذشتن پاندمی کرونا مجدداً رویدادهای نمایشگاهی نساجی از سر گرفته شده و این به معنی آغاز یک دوره خوب برای همه اهالی این صنعت است.

نمایشگاه امسال از نظر برگزاری عالی بود و ما پذیرای تعداد زیادی از بازدیدکنندگان از ایران ترکیه و سراسر منطقه و حتی اروپا بودیم که این نشان دهنده اهمیت این نمایشگاه در جهان و نیز بیانگر کار خوب برگزار کننده در تبلیغات و دعوت از هیات های تجاری از سراسر جهان است که جای تقدیر و تشکر دارد.

نمایشگاه ماشین آلات نساجی استانبول که در ماه جون ۲۰۲۲ در کشور ترکیه برگزار شد محلی برای ملاقات بسیاری از فعالین مهم صنعت نساجی جهان به ویژه منطقه خاورمیانه و آفریقا بود. جایی که بالغ بر ۶۰ هزار بازدید کننده به نمایشگاه آمدند.

ایتالیا از کشورهایی بود که حضور خوبی در نمایشگاه داشت. شرکت های ایتالیایی که عمدتاً در ساخت ماشین آلات رنگرزی و تکمیل انواع کالاهای نساجی سابقه درخشانی دارند در نمایشگاه حضور داشتند و یکی از نام های مهم در بین آنها شرکت لافر ایتالیا (Lafer) بود.

حضور فعال نماینده این شرکت در ایران (شرکت ندتکس (NEDTEX) در غرفه شرکت لافر فرصتی مغتنم بود تا گفتگویی صمیمی با جناب آقای مهندس امیررضا افشاری مدیر عامل این شرکت داشته باشیم که سالهاست به تامین نیازهای ماشین آلات و قطعات نساجی شرکت

تولید برتر آینده را، با جمع بهترینها تجربه نمایید



خوبی به اروپا و سایر نقاط جهان دارد. همچنین نیروی کار ارزان و آموزش دیده در دسترس است.

اینها دقیقا آیتم هایی است که ما برای یک صنعت نساجی پویا نیاز داریم که وقتی با ماشین الات روز دنیا آمیخته و فراوری شود نتیجه یک صنعت پیشرو و ارز آور خواهد بود که نمونه آن را به خوبی در کشور هایی مثل ترکیه میبینیم که توانسته صنعت نساجی پویا و قدرتمندی داشته باشد.

ما در سالهای اخیر شاهد رشد خوبی در بازار ایران هم بودیم. صاحبان صنایع نساجی و سرمایه گذاران صنعت نساجی ایران به ویژه در نسل های جدید که همان پسران و دختران تولیدکنندگان قدیمی هستند متوجه شده اند که باید از ماشین الات به روز دنیا برای بهبود کیفیت و تولیدات خود سود ببرند.

آنها به این درک رسیده اند که حضور در بازارهای جهانی و صادرات برای بقا و پیشرفت آنها یک اصل مهم است و این نیاز به زیرساختهای حرفه ای دارد. آنها باید دانش و آگاهی خود را ارتقا دهند. در بازار داخلی نیز کیفیت باعث برتری می شود که هر دو اینها نیازمند ماشین آلات خوب و تکنولوژی روز است.

همچنین در بخش غرفه گذاران نیز پیشرفت های خوبی رخ داده و تعداد بسیار زیادی از ماشین سازان نساجی جهان در اینجا حضور دارند.

همچنین شهر توریستی استانبول برای بازدیدکنندگان ایرانی هم یک مزیت ویژه به شمار میرود و ما بسیاری از مشتریان حال حاضر و بالقوه خود را در اینجا ملاقات کردیم. من اطمینان دارم که بازار ایران ترکیه و منطقه از این نمایشگاه سود بسیار زیادی خواهد برد.

ایشان بازار منطقه را بسیار خوب توصیف می کنند و در مورد ظرفیت های آن توضیح می دهند:

مهندس امیررضا افشاری: منطقه خاورمیانه و آسیای مرکزی دارای پتانسیل بسیار بالایی در صنعت نساجی است که این را به وضوح در نمایشگاه می بینیم. در این منطقه کشورهای مهمی مثل ایران، ترکیه، ازبکستان، ترکمنستان، مصر، تونس و ... هستند که هر کدام به نوبه خود بازارهای بکری به شمار می آیند.

در این کشورها امکان تهیه مواد اولیه بومی مانند پنبه، پشم، چرم و حتی الیاف مصنوعی پایه نفتی وجود دارد. انرژی هنوز هم در مقایسه با اروپا ارزان است و دسترسی


www.laferspa.com

نامی آشنا در تکمیل پارچه

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





آخرین تکنولوژی ها و ماشین آلاتی که لافر در معرض نمایش گذاشته را هم از زبان ایشان شنیدیم:

مهندس امیررضا افشاری: ندتکس سالهاست که در صنعت نساجی ایران حضور دارد. ما در این مدت سعی کرده ایم تعدادی از شرکت های خوب دنیا را گلچین کرده و برای تامین نیازهای تولیدکنندگان ایرانی بهترین ها را ارایه کنیم که یکی از این برندها شرکت ایتالیایی لافر است.

در این نمایشگاه لافر تعدادی از آخرین ماشین آلات و تکنولوژی های خود را که حاصل تحقیق و توسعه و بر پایه تجربیات طولانی است را به نمایش گذاشته است که از جمله

مشکل پساب های نساجی و آلودگی بالای آب در صنعت تکمیل نساجی را حل می کند. ماده شیمیایی که در این پروسه مورد استفاده قرار می گیرد تا ۹۰ درصد قابلیت چرخش و بازگشت به سیستم را دارد.

یکی دیگر از محصولات ما که در بازار ایران هم به خوبی جواب داده و بسیار محبوب است ماشین آلات رایزینگ خارزنی و شیرینگ لافر است که می توانم به جرات بگویم در هر کارخانه ای در ایران می توانید این ماشین آلات لافر را به دلیل محبوبیت بالا پیدا کنید.

می توان به ماشین آلات کامپکت عرض باز اشاره کرد. در این ماشین آلات ما توانایی کنترل تنش در سراسر پارچه به صورت یکسان و یکنواخت را داریم که به تولید کننده امکان تکمیل ایده آل پارچه را می دهد.

ما خط کاملا جدید و نو آورانه ای را برای تکمیل انواع پارچه های دنیم - جین - داریم. همچنین برای تکمیل پارچه های پنبه ای یک سیستم تکمیل بسته با آمونیاک مایع را معرفی کردیم.

این تکنولوژی انقلابی برای تکمیل پارچه های پنبه ای بدون استفاده از آب است که به ویژه برای کشورهای کم آب منطقه خاور میانه و آفریقا یک ماشین ایده آل است. همچنین

مصاحبه: بهنام قاسمی



گفتگو با نایب رئیس اتحادیه تولیدکنندگان ماشین آلات صنعت پوشاک ترکیه آقای Tuncay Koru

شکایت نکنید... صادر کنید!

اتحادیه KOMID یکی از حامیان اصلی نمایشگاه ماشین آلات پوشاک استانبول ۲۰۲۲ بود حدود ۲ سال پیش تاسیس شده است KOMID که مخفف اتحادیه تولیدکنندگان ماشین آلات پوشاک می باشد با هدف هم افزایی در فروش، بازاریابی و صادرات ماشین آلات نساجی ساخت ترکیه شکل گرفته است تا بتواند با همکاری تمام اعضا در جهت رشد این بخش گام بردارد.



لطفاً در مورد انجمن ماشین آلات صنعت پوشاک ترکیه و فعالیتهای آن توضیحاتی را ارائه دهید.

آقای Tuncay Koru: این انجمن با هدف حمایت از تولیدکنندگان ماشین آلات صنعت پوشاک ترکیه برای حضور در نمایشگاه‌های خارجی، انجام فعالیت های بازاریابی برای افزایش فروش و صادرات، افزایش سهم بازار و البته انتقال نظرات مشکلات و خواسته های همکاران به مسئولان دولتی به شکل سریع تر و قدرتمند تر تشکیل شده است. همواره با هم بودن موجب پیشرفت است.



در حال حاضر حدود ۶۰ عضو داریم و هدف ما رسیدن به ۱۰۰ عضو است. اعضای ما باید احتیاجات صنایع پوشاک در بخش ماشین آلات و تجهیزات، برنامه نویسی و غیره را تولید کنند که ساخت ترکیه است. یک اتحادیه کاملاً تخصصی هستیم و به سرعت در حال رشد.



در مورد نمایشگاه ماشین آلات پوشاک و صنایع وابسته استانبول امسال چه فکر می کنید؟

آقای Tuncay Koru : این نمایشگاه

یک نمایشگاه قدیمی است که امسال بیست و هفتمین دوره خود را طی می کند اما امسال با مشارکت شرکای جدید خود یعنی شرکت برگزار کننده نمایشگاه آی تی ام برگزار شد که میتوان آینده امیدوار کننده ای را برای آن در نظر داشت.

برای ما بسیار مهم است و قصد داریم با تمام توان به رشد و تقویت این نمایشگاه کمک کنیم در تمام دنیا در این بخش ۴ نمایشگاه بزرگ وجود دارد. نمایشگاههای Texprocess آلمان و آمریکا، نمایشگاه CITME چین و همین نمایشگاه ترکیه.

نمایشگاه آمریکا به دلیل اینکه صنعت تولید پوشاک و نساجی در آمریکا تقریباً به صفر رسیده و از بین رفته است و عملاً اعتباری ندارد. چین نیز بعد از پاندمی به یک محل ترسناک برای نمایشگاه و مسافرت

بود. در ترکیه مشکلات ویزا وجود ندارد و ویزا گرفتن راحت است. هتل های خوب در استانبول از حد تصور بالاتر هستند. دسترسی ها آسان است.

خرید و رفاه توریست بسیار بالاست. استانبول مزیت های بسیار بالاتری از فرانکفورت برای چنین نمایشگاهی دارد. قصد داریم با حمله های درست و بازاریابی دقیق و خوب نمایشگاه های دیگر را حذف کنیم و نمایشگاه ماشین آلات پوشاک استانبول را به بهترین و اولین نمایشگاه بزرگ دنیا تبدیل کنیم.

نمایشگاه باید در مرکز صنعت نساجی برگزار شود که ترکیه یکی از مهم ترین مراکز و با مزیت های بالاست. امروز حضور در نمایشگاه های خارجی بسیار پر هزینه است اگر بتوانیم نمایشگاهی داشته باشیم که در دنیا اول باشد اعضای ما با هزینه بسیار کمتر می توانند خیل عظیمی از بازدیدکنندگان منطقه و جهان را ملاقات کنند.

نظر شما در مورد شرایط اقتصادی موجود در ترکیه و جهان چیست؟

تبدیل شده است. نمایشگاه تکس پروسس آلمان نیز که خود ما در آنجا به عنوان شرکت روباتک غرفه گذار بودیم با مشکلات جدی روبروست.

اول اینکه تعداد غرفه گذاران و بازدید کنندگان بسیار کم بود. چینی ها به نمایشگاه نیامده بودند و سایر کشورهای صاحب صنعت پوشاک که هدف ما برای فروش ماشین آلات پوشاک هستند مانند بنگلادش، ویتنام، هندوستان و بسیاری از مشتریان در منطقه خاورمیانه و آفریقا به دلیل عدم صدور ویزا در نمایشگاه حاضر نشدند. نمایشگاهی که مشتری نتواند بیاید و بازدید کند برای ما ارزشی ندارد.

شرکت ما به عنوان شرکت روباتک به تنهایی حدود ۴۰ هزار یورو در آلمان هزینه کردیم اما اصلاً راضی نبودیم و انتظارات ما را برآورده نکرد. ما اعتماد زیادی به نمایشگاه ماشین آلات پوشاک استانبول داریم و اعتقاد داریم در چند سال آینده بزرگترین و تنها نمایشگاه در بخش ماشین آلات پوشاک در جهان خواهد



کالاهای ترکیه در مصر وجود دارد که امیدواریم اوضاع سیاسی بهتر شود. ایرانی‌ها پوشش رسمی، پیراهن، کت و شلوار را دوست دارند. بازار پوشاک قوی در ایران وجود دارد.

بالانس قیمت و کیفیت در مورد ماشین آلات صنعت پوشاک ترکیه را در مقایسه با سایر رقبا در چه وضعیتی می بینید؟

آقای Tuncay Koru : ببینید صادرات ماشین آلات نساجی ترکیه به طور کلی برای اولین بار به بین ۱۰ کشور برتر دنیا رسیده و این در کنار تلاش بی وقفه ماشین سازان دلایل دیگری هم دارد که یکی از دلایل آن افزایش ارزش دلار و رغبت بیشتر به صادرات است. از طرف دیگر امروزه تولید کنندگان ماشین آلات ترکیه یاد گرفته‌اند که باید از قطعات خوب و با کیفیت استفاده کنند.

همچنین مشکل زبان های خارجی در شرکت های ترکیه ای تا حد زیادی حل شده و در بسیاری از شرکتها و افراد متخصص مسلط به زبان های خارجی وجود دارد. در بخش بازاریابی و انجام هزینه های تبلیغاتی هم همینطور. وقتی شرکت ها این نکات را یاد گرفتند قطعاً باید انتظار افزایش سهم صادرات را داشت.

هدف ما در انجمن صادرات سالانه ۵۰۰ میلیون دلار ماشین آلات پوشاک به سراسر دنیا است. در حال حاضر فقط ۲۵ درصد این هدف محقق

به طور مستقیم ارز خارجی وارد کشور و شرکت میشود. صادرات برای همه کشورها یک اصل شمار می‌رود اما برای کشورهای در حال توسعه مثل ترکیه، پاکستان، هند، ایران و ... از اهمیت دوچندان برخوردار است.

نسبت به بازار ایران و خاورمیانه چه شناختی دارید؟

در حال حاضر بیش از ۶۰ کشور جهان صادرات داریم. چندین بار به ایران سفر کردم و شناخت خوبی از بازار ایران دارم. به عنوان شرکت روباتک در ایران نمایندگی داریم و فروش ما بسیار خوب است. در پراتز به این نکته اشاره می‌کنم که در سفرهایی که به ایران داشتم متوجه شدم آنچه در تلویزیون به عنوان ایران به ما نشان داده اند با واقعیت بسیار اختلاف دارد. ایران کشور زیبا و دوست داشتنی است.

ایران دارای پتانسیل بسیار بالایی است. در بخش پوشاک در حال حاضر تجارت ایران و ترکیه وجود دارد اما پتانسیل ها بیشتر از حد تصور است و بسیار به بازار ایران امیدوار هستیم. در شمال آفریقا با تونس و مراکش خوب کار می‌کنیم. الجزایر بازار کوچکی است. مصر بازار بسیار خوبی دارد اما به دلایل سیاسی نوعی تحریم مخفی برای

آقای Tuncay Koru : شعار اصلی ما در اتحادیه این است شکایت نکن صادرات کن. در حال حاضر در بسیاری از کشورهای در حال توسعه مشکلات اقتصادی عمیقی وجود دارد. به نظر من به عنوان کسی که درس اقتصاد خوانده برای حل مشکلات در این کشورها تنها یک راه وجود دارد و آن هم صادرات است. اعتقاد دارم که برای حل مشکلات باید بیشتر از آنچه که مصرف میکنیم تولید کنیم در غیر این صورت تورم افزایش بدهی های خارجی و غیره مواجه خواهیم شد.

مشکل اصلی در دنیای امروز هم اینجاست که مصرف گرایی و کمبود تولید در دوران کرونا هرج و مرج ایجاد کرده است. ترکیه در حال حاضر بسیار خوش شانس است که توانسته از طریق توریست بخشی از مشکلات اقتصادی را حل کند. ایران هم پتانسیل های توریست تاریخی و زیارتی خوبی دارد اما به دلایل مختلف سیاسی فعلاً از این شانس محروم است. به همین دلیل ما در انجمن خود این شعار را داریم که به جای شکایت کردن از تورم و اوضاع اقتصادی تولید کنید و صادر کنید تا به همه مشکلات فائق بیاییم.

در صادرات پول نقد و گارانتی است. فروش وعده ای و چک وجود ندارد.

هدف ما در انجمن صادرات سالانه ۵۰۰ میلیون دلار ماشین آلات پوشاک به سراسر دنیا است. در حال حاضر فقط ۲۵ درصد این هدف محقق شده است.

سیاست ما افزایش کیفیت ماشین آلات حداقل تا ۹۰٪ ماشین آلات اروپایی است.

در بخش قیمت نیز باید بتوانیم قیمت تمام شده خود را بالاتر از چین و نزدیک به ۷۰ درصد قیمت اروپا نگه داریم.



اخيراً مجبوریم برای یک تکه پارچه بریده شده به عنوان نمونه که دریافت یا ارسال میکنیم کارهای دست و پاگیر بروکراسی اداری را طی کنیم و برای یک نمونه بدون ارزش تجاری هزینه های گمرکی و ترخیص پرداخت کنیم.

دولت باید به این مسئله واقف باشد که اگر به دلیل این بروکراسی ما سفارشی را از دست بدهیم هم ما ضرر کردیم و هم کشور. دولت به جای اینکه به چند دلاری که از این کار نصیبش می شود فکر کند به چند هزار دلاری فکر کند که ممکن است از مالیات صادرات ما نصیبش شود تا هر دو طرف سود کنند.

آیا تا به حال خود مهندسی معکوس کردید؟

آقای Tuncay Koru : ببینید هیچ کسی تا به حال یک ماشین کامل را دقیق در خواب ندیده که آن را بسازد همه ماشین آلات در همه صنایع و در همه کشورها از یک ایده شروع شده و هر شرکت به آن چه چیزی اضافه کرده و تغییر در کارکرد آن داده که باعث افزایش بهره وری و کارایی آن شده است. خود آلمان ها و ژاپنی ها هم یک ماشین دوخت و خیاطی را از صفر تا صد را در رویا ندیدند که بسازند. ما با این تفکر سعی میکنیم با ایجاد تغییرات مثبت ماشین آلات خاص و با طراحی خودمان را با کیفیت جهانی تولید کنیم.

شده است اما اگر بتوانیم کارتهای خود را خوب بازی کنیم و بتوانیم سیاست های قیمت گذاری هماهنگ و مناسب داشته باشیم قادر به زمین گیر کردن چند غول تولید کننده اروپایی در این بخش خواهیم بود که رقیب جدی ما هستند. با کنار رفتن آنها از صحنه ما پرچمدار بازار خواهیم شد.

سیاست ما افزایش کیفیت ماشین آلات حداقل تا ۹۰٪ ماشین آلات اروپایی است که همانطور که گفته شد با استفاده از بهترین قطعات و موتور های الکترونیکی و غیره به ان میرسیم. نیروی کارگری ما ارزانتر از اروپا است و در بخش نرم افزاری نیز خودکفا هستیم اگر کمی بیشتر در تحقیق و توسعه زمان و هزینه کنیم به نتیجه می رسیم.

در بخش قیمت نیز باید بتوانیم قیمت تمام شده خود را بالاتر از چین و نزدیک به ۷۰ درصد قیمت اروپا نگه داریم. ترکیه به بازار اروپا نزدیک است. شرکت های ترکیه ای بسیار انعطاف پذیر هستند.

ما قادریم در ماشین های خود برای مشتری سفارشی سازی کنیم. همچنین قادریم اگر سفارشی مجبور به تحویل در زمان کوتاه باشد شب و روز کار کنیم. اما در اروپا این خبرها نیست. رسیدن یک بار از چین به اروپا یک ماه طول می کشد در حالی که ماشین ما سه روزه در ایتالیا است.

ده سال پیش خود ما از ایتالیا سالانه ۶۰ ماشین میخریدم اما در حال حاضر هر سال ۶۰ ماشین به ایتالیا صادر می کنیم. با اشراف به مزیت های خوب خودمان توانستیم داستان را برعکس کنیم اما هنوز در بخش ما چند شرکت تولید کننده اروپایی باقی مانده اند اگر بر آن هم فائق بیاییم برای مدت طولانی بازار در دست ما خواهد بود.

متأسفانه دولت در بعضی بخشها قوانین دست و پاگیر گمرکی وضع کرده که کار ما را کند می کند. مثلاً

مدیری با ژن خوب کار آفرینی

آقای حاج حسن زرکار

مصاحبه با رئیس هیئت مدیره کارخانجات
ریسندگی و بافندگی سیناتاب کاشان



www.kohanjournal.com



حسن زرکار: باید در صادرات فرش در دنیا بیشترین سهم را داشته باشیم

اما به مرور زمان و کم به کم به بیرون کشیده شد و با ورود افراد غیر متخصص و سود جو دست در این کار زیاد شد و اعتبار و ابروی شغلی ابریشم کاری را از بین بردند لذا بنده تصمیم گرفتم ابریشم کاری را رها کنم.

در سال ۱۳۶۹ کار ابریشم را کنار گذاشتم و در شهرک صنعتی جعفر آباد در زمینی به مساحت ۵۰۰۰ متر مربع اقدام به تولید فرش ماشینی نمودم ابتدا با یک ماشین بافندگی و کم کم به ۵ دستگاه بافندگی و چله پیچی و آهار رساندم به مرور زمان دستگاه های خارجی وارد ایران شد یک دستگاه قالی بافی ۷۰۰ شانه وندویل ۴ متر عرض تراکم ۲۵۵۰ را وارد کردیم.

۲ - سیناتاب چطور تاسیس شد؟ در مورد تاریخچه و توسعه سیناتاب تا به امروز بفرمایید.

۱ - لطفا در ابتدا کمی در مورد سوابق تحصیلی و شغلی خود برای خوانندگان ما بفرمایید.

اینجانب حسن زرکار متولد ۱۳۳۲ در خانواده مذهبی در کاشان متولد شده ام. دوران ابتدایی تا دیپلم خود را در کاشان گذرانده ام از آنجایی که فعالیت شغلی ابریشم کاری داشتم جهت توسعه کاری خود، درس را رها کردم. تا ۱۳۶۹ به شغل ابریشم کاری و تولید نخ های ابریشم خالص جهت بافت قالی های دستبافت ابریشمی مشغول بودم.

از آنجایی که تعامل با شهر های مختلف و خرید و فروش ابریشم داشتم در صنف ابریشم اگر اولین نفر نبودم جزو آدم های دومی و یا سومی بودم به طوریکه نرخ ابریشم با نظر کارشناسی من در بازار تعیین می شد.

ابریشم کاری در قدیم الایام متعلق به افراد خاص و پدر و پسری سینه به سینه منتقل و در خانه ها کار می شد و

اشتغالزایی و کمک به خودکفایی در فرش ماشینی حاصل ربع قرن تلاش خانواده زرکار کاشان



از انجایی که ماشین های ۱۰۰۰ و ۱۲۰۰ و ۱۵۰۰ شانه به مرور وارد ایران شد و تعداد شان کم کم زیاد شد و نیاز به نخ اکریلیک افزایش یافت اقدام به تاسیس شرکت ریسندگی سیناتاب نمودم.

یک خط کامل دستگاه های ریسندگی ابتدا از کشور ایتالیا و سپس یک خط از کشور المان با دستگاه های جدید و به روز و تمام اتوماتیک که قابلیت تولید نخ اکریلیک از نمره ۳/۲۱ تا ۳/۶۰ هایبالک و یا هیت ست شده را دارد وارد کردیم.

همچنین خط رنگرزی مدرن از با دستگاه های به روز شرکت لایپ ایتالیا در اختیار داریم. الحمدلله نخ های با کیفیت بالا و استاندارد تولید می نمایم و جهت قطع وابستگی به واردات نخ از خارج گام بر میداریم و هم اکنون نیز در حال توسعه شرکت و واردات دستگاه های به روز دنیا هستیم.

با نظر به اینکه کاشان قطب تولید فرش ماشینی می باشد و با وجود صنعتگران فهیم و با تجربه تولیدات با کیفیت بالایی انجام می پذیرد باید نگاه مان را به دروازه های بیرون از کشور جهت صادرات معطوف داریم که خداروشکر الان به چندین کشور فرش های ماشینی ایران صادرات شده و ارز آور هم می باشد ما باید در صادرات فرش در دنیا بیشترین سهم را داشته باشیم.

۳- به نظر شما سرمایه گذاری های آینده در بخش ریسندگی انواع نخ به ویژه نخ فرش ماشینی باید چه سمت و سویی داشته باشد و در چه بخش هایی انجام شود تا سود ده باشد؟

سرمایه گذار باید در هر زمینه کسب و کار ابتدا اطلاعات کافی داشته باشد و دور اندیش باشد و نسبت به حجم سرمایه اش و صنعتی که وارد آن شده ببینید سود ده خواهد بود یا خیر.



یک نخ فرش خوب نباید پرز و نپ داشته باشد. مقاومت بالایی داشته باشد سایش زیرپا دو رنگی نداشته باشد و در هنگام استفاده در دستگاه بافندگی فرش میزان پارگی بسیار پایینی داشته باشد.

۵ - علت گرانی و نوسانات شدید نخ در سالهای گذشته چه بوده است؟

الیاف داخلی جواب گوی تولید نیست و حتما باید واردات داشته باشیم آن هم با ارز و بازار آشفته هر روز دلار بالا تر می رود و به تبع دولت هم همه چیز را بالاتر می برد و ارز نیمایی و گمرگ و ۹ درصد ارزش افزوده و خواب پول چند ماه طول می کشد تا بیاید و بعدش هم یک تا دو ماه بیشتر در گمرک می ماند و کرایه و دیگر افزوده ها نیز به آن اضافه می شود که باعث می شود قیمت تمام شده بالا باشد.

۶ - آیا نخ های تولید شده در ریسندگی های ایران از کیفیت لازم در مقایسه با رقبای خارجی برخوردار است؟ نقاط ضعف و قوت ما در بخش ریسندگی در ایران چیست؟

اگر ریسندگی های بروز داشته باشیم می توانیم حتی از رقبای خارجی هم پیشی بگیریم. تولید کننده باید در زمینه استفاده و کاربرد الیاف مدیریت خوبی داشته باشد. برخی الیاف مقاومت بالاتر دارد برخی الیاف پرزدهی دارد و ... اگر بخواهیم نخ خوب تولید کنیم باید با مدیریت و تجربه الیاف را باهم به گونه ای ترکیب کنیم که بهترین محصول حاصل شود سپس اقدام به نمونه گیری و آزمایش و در آخر تولید انبوه می نمایم.

در سال های اخیر ماشین های شانه بالا با نخ های ویسکوز مورد توجه قرار گرفته اند. فرش هایی که شباهت بسیار زیادی به فرش های ابریشم دستبافت دارند و حتی ریشه فرش ها به صورت دستی و چله ابریشمی انجام می شود و این فرش ها را به جای فرش ابریشمی به تجار خارجی به فروش می رسانند که سود کلانی برای تولید کننده و تاجر صادر کننده به همراه دارد که سود بسیار بیشتری نسبت به سرمایه گذاری در بخش ریسندگی دارد و خیلی بی دردسر و کم غصه تر است.

یک خط ریسندگی علاوه بر سرمایه گذاری بالا چندین سال زمان میبرد تا به بار بنشیند و تخصص بالایی نیاز دارد.

امروز هر کاری که می خواهیم انجام بدیم باید حتی الامکان به روز باشد. ضمنا نمی توان منتظر وام و قرض بود.

باید قبل از انجام کار بنشینیم کلاه مان را قاضی کنیم این کاری که می خواهیم انجام بدهیم چقدر سرمایه می خواهد و چه مدت زمان می برد تا به سود دهی برسد و بعد از چه مدت جبران سرمایه می شود.

امروز اگر وام بخواهید با این قانون های جدید دست و پا گیر مثلا برای یک وام ۲۰ میلیارد تومانی باید سابقه خوش حسابی مالی و گردش کاری بالا و یک ملک ۵۰ میلیارد تومانی در گرو بانک به نصف قیمت بازار ۵۰ درصد و بعد هم چند تا پشت امضا از اشخاص معتبر و ضمنا سفته و دیرکرد گرفته می شود و تازه باید چند میلیارد حساب سپرده هم داشته باشید که نزد بانک بماند و چک های حاصل از فروش را به حساب بخواهید تا ماه به ماه وصول شود و برداشت کنند و هفت خوان رستم را بگذرانید.

۴ - يك نخ فرش خوب چه خصوصياتی باید داشته باشد؟



شیمی فرآیند مهر آریا
علاءالدینی - شاه‌بابایی

تولیدکننده و تامین کننده انواع مواد کمکی در صنعت نساجی و

سایر صنایع

- انواع روغن‌های اسپین فینیش مخصوص ذوب ریسی در تولید نخ‌های BCF - CF-
POY- FDY - DTY
- انواع آنتی استاتیک - روغن کاردینگ- نرم کن مخصوص تولید الیاف پلی استر
ریسایکل (سالید - هالو) و موکت
- انواع روغن‌های گیاهی- پارافینی جهت تولید گونی‌های PP
- انواع ضد کف (آنتی فوم): سیلیکونی - نفتی - الکی و غیره مخصوص صنایع
نساجی- کاغذسازی - تایر خودرو- چسب - رزین و غیره
- مواد کمکی مورد نیاز صنایع رنگرزی - چاپ و تکمیل شامل انواع آنتی استاتیک-
نرم کن سیلیکونی (میکرو- ماکرو)- نرم کن کاتیونی (مایع، خمیری، پرک) دیس
پرس کننده پودری و مایع- یکنواخت کننده- نفوذ دهنده - سختی گیر - صابون
- ریتارد- پایدار کننده آب اکسیژنه و...
- اسپری سیلیکونی کسری مخصوص صنایع ذوب ریسی
- روغن‌های حرارتی (دائوترم)
- تجهیزات آزمایشگاهی کنترل کیفیت نساجی و کفپوش و قطعات ماشین آلات

شرکت شیمی فرآیند مهر آریا جهت مشاوره راه‌اندازی خطوط تولید،
تامین قطعات و تجهیزات و طراحی تغییر محصول هم افتخار خدمت
رسانی به صنایع را دارا می‌باشد.

تهران، خیابان آزادی، چهارراه بهبودی، ابتدای خیابان آذربایجان، روبروی بیمارستان شهریار، پلاک ۱۰۴۹، طبقه اول

۰۳۸۳۲۰۰-۰۹۱۲ (خط ۱۰) ۸۴ ۲۲ ۸۴ ۶۶ - ۰۲۱



شرکت صنایع قالی دستباف گونه

اولیای تبریز



فرش اولیای تبریز

VanDewieleHCPX2

فرش 700 شانه

3000 تراکم

10 رنگ

استاندارد

کاشان-شهرک صنعتی امیرکبیر-خیابان شکوفه 5



OLIAYETABRIZ_CARPET



03155503910





سینا تاب کاشان



کارخانجات رسیندگی و بافندگی سینا تاب کاشان

تولیدکننده انواع نخ آکرلیک از نمره 18 تا 60 متریک

(هایبالک و هیت ست شده)

افتتاح خط نازک ریس **Zinser Saurer**

دارای دو خط **carding** و **Tow to Taps**

تکنولوژی برتر ✓

کیفیت برتر ✓

تخصص برتر ✓

کاشان- شهرک صنعتی امیرکبیر- خیابان شکوفه 5

03155503910

@sinatab_spinning



شرکت آناهیتا

تولید کننده انواع منسوجات بی
بافت و پارچه های اسپان باند



تولید انواع ساک های

دستی اسپان باند

دسته پانچ دسته بند دار (عطف دار)

ته کاست

سه طرف کاست

ساک های سه تکه

ساک دستی با نخ جمع شو

ست های رومیزی و...

آشنایی با منسوجات بی بافت و دستگاہ های اسپان باند

اسپان باند: منسوجات نبافته متشکل از فیلامنتهای ممتد که بصورت چند لایه تولید می گردند و از جمله خصوصیات برجسته این محصول استحکام بالا و یکنواختی مناسب می باشد.

مشخصات:

- گرماژ ۲۰۰-۸
- قابلیت تولید به دو صورت آب جذب و آب گریز
- خصوصیات مکانیکی بسیار مطلوب
- در انواع رنگها با توجه به سفارش

پارچه هیدروفیلیک: پارچه های اسپان باند که خاصیت آب دوست دارند و آب را به خود جذب میکنند که در صنایع بهداشتی مانند پوشک بچه و نوار بهداشتی مورد استفاده قرار می گیرند.

پارچه هیدروفوبیک: پارچه های اسپان باند که به صورت آب گریز تولید می شوند و شبیه به عایق برای آب و رطوبت عمل میکند.

شرکت آناهیتا تولید کننده انواع منسوجات بی بافت و پارچه های اسپان باند
آمادگی خود را جهت تامین نیازهای صنایع نساجی و ساخت انواع ساک های
دستی اسپان باند اعلام می کند.

اطلاعات تماس : ۰۹۱۲۰۶۰۲۹۲۳ سرکار خانم نظری



نمایشگاه بین المللی تهران در قبضه کاشانی‌ها

عضو شورای سیاستگذاری نمایشگاه تهران تصریح کرد: بعد از خارجی نمایشگاه بین المللی فرش تهران در طی سال‌های گذشته رشدی نداشته و نتوانسته است به عنوان یک نمایشگاه در سطح بین المللی ظاهر شود.

تهیه و تنظیم: حانیه ابوالحسنی - تحریریه مجله نساجی کهن



نمایشگاه محلی برای ظهور و بروز توانمندی‌هاست؛ لذا تلاش شورای سیاستگذاری برطرف کردن ضعف موجود در جذب مخاطبین خارجی و بعد بین المللی نمایشگاه است.

وی افزود: نداشتن برنامه تقویمی مناسب و به طبع ناتوانی در ارائه برنامه زمان بندی شده دو عامل مهم در کاهش بازدهی صادراتی است. با این همه قرار است سایت نمایشگاه سال آینده افتتاح شود و تلاش بر آن است که با تبلیغات برنامه ریزی شده از امسال نمایشگاه سال آینده را به تجار خارجی معرفی کنیم، که البته برای رساندن نمایشگاه به جایگاه واقعی خودش نیازمند همراهی اصحاب رسانه هستیم.

ضعف در بعد خارجی نمایشگاه؛ دلیلی بر ورود کاشان در سیاست گذاری نمایشگاه

عضو شورای سیاستگذاری نمایشگاه فرش ماشینی تهران تصریح کرد: بعد از خارجی نمایشگاه بین المللی فرش تهران در طی سال‌های گذشته رشدی نداشته و نتوانسته است به عنوان یک نمایشگاه در سطح بین المللی ظاهر شود. همین امر دلیلی بر حضور تشکلهای وابسته و در راس آن اتاق بازرگانی کاشان در سیاستگذاری نمایشگاه بین المللی فرش تهران بوده است.

برادران با تاکید بر آنکه صنعت فرش ماشینی ایران پتانسیل مطرح شدن در سطح جهانی را دارد اذعان کرد:

مسئول نمایشگاه بین المللی کاشان در خصوص چهاردهمین نمایشگاه بین المللی فرش ماشینی و موکت تهران در گفت و گو با «مجله نساجی و فرش ماشینی کهن» گفت: حدود ۱۴۰ غرفه در نمایشگاه چهاردهم دایر بود که ۸۰ درصد از این مقدار متعلق به کاشان و آران و بیدگل است.

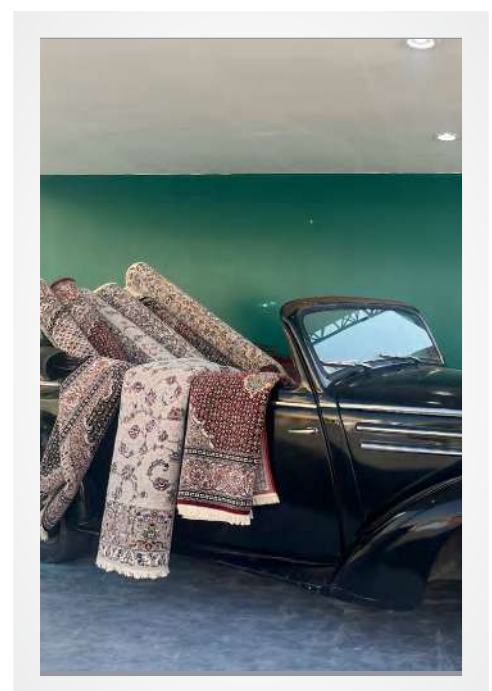
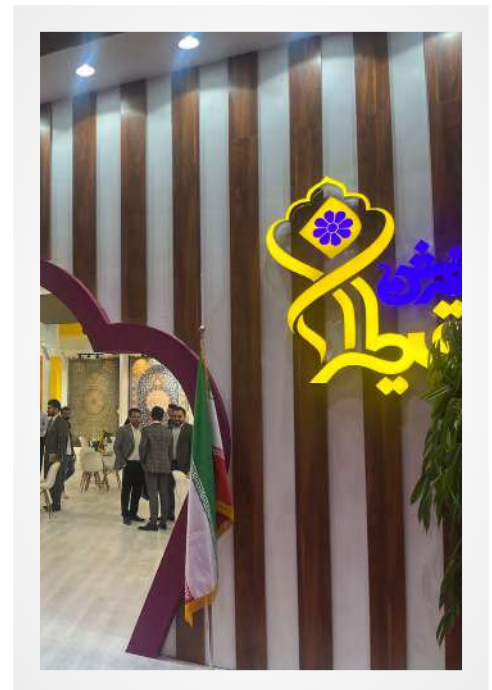
محمود برادران با اشاره به آنکه ۱۰۲ شرکت از کاشان در نمایشگاه چهاردهم حضور داشتند، بیان کرد: هدف آن است که در سال‌های آینده نمایشگاه صنایع وابسته به فرش ماشینی را در کاشان برپا کنیم همانگونه که پایه گذار نمایشگاه بین المللی فرش ماشینی تهران نیز شهر کاشان بوده است.

نمایشگاه فرش ماشینی ۱۴۰۱



صادرات ۳۰۰ میلیون دلاری فرش ماشینی
معاون صنایع عمومی وزارت صنعت
معدن و تجارت از ظرفیت صادراتی
صنعت فرش ماشینی بالغ بر ۳۰۰ میلیون
دلار طی امسال خبر داد.

آقای محمد مهدی برادران در حاشیه
چهاردهمین نمایشگاه بین المللی فرش
ماشینی گفت: صنعت فرش ماشینی
ایران در سال های اخیر با افزایش تعداد
واحدهای این صنعت که به حدود ۱۲۰۰
رسیده است بیانگر پیشرفت و توسعه این
صنعت در کشور است.



چهاردهمین نمایشگاه بین المللی کف پوش ها، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته تهران



آقای برادران افزود: در سال گذشته مجموع صادرات فرش ماشینی ۲۵۰ میلیون دلار بود که درصد افزایش این رقم هستیم و پیش بینی ما این است که امسال این عدد به بالغ بر ۳۰۰ میلیون دلار افزایش پیدا کند.

وی با اشاره به ظرفیت تولید فرش ماشینی در کشور ادامه داد: با توجه به ظرفیت تولید در مجموعه فرش ماشینی ایران برای صادرات افق های یک میلیارد دلاری در برنامه ای چهار ساله برای این صنعت در نظر گرفته شده که آن را محقق می کنیم.



آیا نمایشگاه فرش ماشینی به برگزارکنندگان خود وفادار می ماند؟

نمایشگاه فرش ماشینی تهران به لحاظ جذابیت های زیادی که برای اهالی صنعت نساجی دارد و تقریباً پیشرو ترین و قدرتمند ترین بخش صنعت نساجی ایران در حال حاضر است محلی است که توجه بسیاری از افراد حقیقی و حقوقی را برای داشتن سهمی در آن به خود معطوف کرده و بسیاری علاقمند هستند حالا که یک پروژه

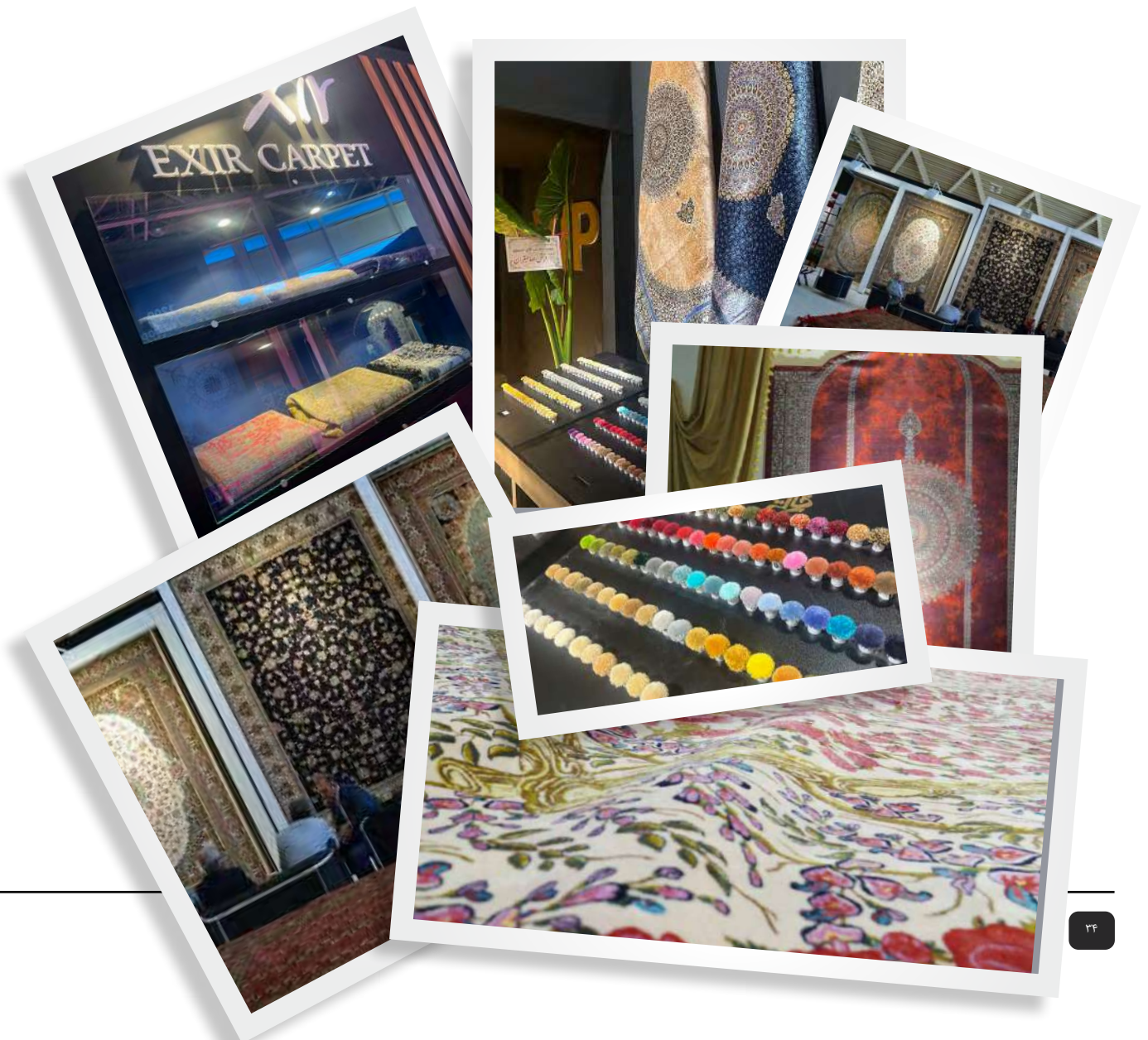
نمایشگاهی در قدرتمند ترین بخش صنعت نساجی ایجاد شده در عرصه مدیریتی و سیاستگذاری آن شراکت داشته باشند و از منافع مادی و معنوی آن بهره مند شوند.

یکی از سازمانهایی که خود را مستحق سکنداری این رویداد می داند اتاق بازرگانی کاشان است که در سال های گذشته به طرق مختلف و با اهرمهای

متفاوت سعی در انتقال این نمایشگاه از تهران به کاشان داشت و حتی در برهه ای مجوز برگزاری از شرکت اوراسیا نوید گرفته شد و به مجری نمایشگاه نساجی تهران واگذار گردید.

اما امسال مجددا اوراسیا نوید نمایشگاه را باز پس گرفته و با کسب مجوز از سازمان توسعه تجارت ایران اتاق بازرگانی و صنایع و معادن کاشان را به عنوان

سیاست گذار و مشاور در کنار خود دارد. اما باید دید این همکاری مشترک چقدر عمر خواهد داشت و با توجه به عزم جدی تولید کنندگان و مسیولین دولتی کاشان مبنی بر انتقال قطعی این رویداد به کاشان در سال های آینده آیا شرکت اوراسیا نوید در سالهای آینده هم می تواند جزو برگزارکنندگان این رویداد باشد یا اتفاق دیگری خواهد افتاد؟



نظرات متخصصین صنعت فرش در حاشیه نمایشگاه



**حجت موسوی زاده - چاپ صنعتی
پرديس:**

نمایشگاه فرش ماشینی تهران همواره محلی برای همفکری و تعامل اهالی صنعت فرش ماشینی بوده است. شرکت چاپ صنعتی پرديس به عنوان یکی از شرکت های پیشرو در زمینه چاپ انواع لیبل های فرش ماشینی با کیفیت صادراتی به دلایل تغییرات درون سازمانی در این نمایشگاه غرفه گذار نخواهد بود اما قطعاً به عنوان بازدید کننده در نمایشگاه حضور خواهیم داشت. بسیاری از شرکت های مطرح حاضر در این رویداد از مشتریان پر و پا قرص محصولات ما هستند که دیدارهای فشرده ای با آنها خواهیم داشت. . متأسفانه در سالهای اخیر نمایشگاه رو به افول رفته و امیدوارم برگزار کنندگان با حمایت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن کاشان بتوانند مجدداً این نمایشگاه را احیا کنند تا از حالت یک مهمانی پر زرق و برق خارج شود و به نمایشگاهی با بهره وری بالا و البته تاثیر گذار بدل شود.



مهندس صابر - شرکت فرش آراد:

شرکت فرش آراد یکبار دیگر حضوری پررنگ در نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران خواهد داشت. این شرکت در سالن ۱۰ و ۱۱ غرفه شماره ۲۴ میزبان همه اهالی خوش ذوق فرش ماشینی ایران خواهد بود.

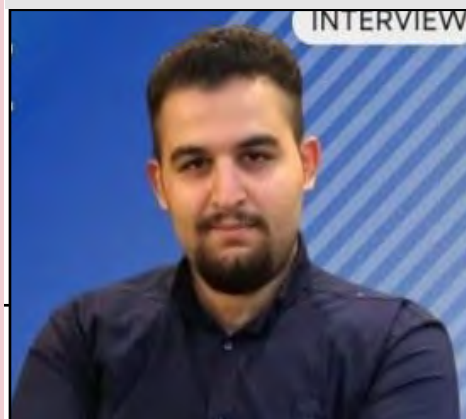
محصولات تولیدی شرکت آراد فرش، فرشهایی ۱۵۰۰ شانه با تراکم ۴۵۰۰ با استفاده از بهترین جنس نخ فرش اکریلیک کم پرز و در دو سبک کلاسیک و وینتیج است.

در سبک کلاسیک فرشها با طرحهای متنوع در انواع نقشه های، افشان، تبریز، اصفهان و خشتی که تمامی نقشه ها اختصاصی اراد فرش هستند در قالب ۸ رنگ و رنگ بندی بسیار آرام و دلنواز تولید میشوند و در سبک مدرن وینتیج فرشها در دو دسته رنگ بندی با رنگ بندی هایی با کنتراست بالا و دسته دوم با رنگ بندی لایت و هارمونی میباشد.

**محمد جواد طوقانی - فرش
اولیای تبریز:**

متأسفانه نمایشگاه فرش ماشینی تهران در بخش صادرات توجیه و حرفی برای گفتن ندارد. معمولاً فقط تعداد انگشت شماری از کشورهای همسایه مثل عراق و افغانستان برای بازدید می آیند و بازدید کننده از کشورهای اروپایی، آمریکایی و آسیایی شرقی عملاً وجود ندارد و علیرغم وعده های هرساله برگزار کنندگان مبنی بر دعوت از هیات های تجاری اتفاقی نمی افتد و صرفت نمایشگاه در حد یک دوره می بسیار پرهزینه برای شرکت ها به اتمام میرسد.

به هر حال شرایط تحریم ها و وجود کشور رقیبی مثل ترکیه کار را در زمینه صادرات بسیار سخت کرده است.





مصاحبه : حانیه ابوالحسنی - تحریریه مجله نساجی کهن



تولایی: فاصله زیادی تا نمایشگاه فرش ماشینی در عیار جهانی داریم

گفتگو با محمود تولایی - رییس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن کاشان و رئیس شورای سیاستگذاری نمایشگاه فرش ماشینی تهران

مجموعه این عوامل سبب شد، در سالهای گذشته عملکرد نمایشگاه از نظر بازدید کنندگان خارجی و بازدیدی صادراتی آنگونه که باید، رضایت بخش نباشد. لیکن، در سالهای اخیر توانستیم از طرق خاص فراخوان هایی را به کشورهای همسایه شمالی، غربی و شرقی بدهیم.

تولایی با اشاره به آنکه، نمایشگاه باید تدریجا به عنوان نمایشگاه بین المللی و منطقه ای جا بیافتد افزود: در همه دنیا تکرار نمایشگاه ها در زمان خاص و معینی است که همه افراد از آن آگاه می شوند. لذا لازم است تقویم نمایشگاه مشخص شود. از طرفی تبلیغات و اطلاع رسانی باید به نحو موثرتری پیگیری شود البته از آنجایی که همیشه در دنیا تغییر با مقاومت مواجه است. موانعی هم بر سر این سیاستگذاری ها وجود

رئیس شورای سیاستگذاری نمایشگاه در خصوص چهاردهمین نمایشگاه بین المللی فرش ماشینی تهران در گفت و گو با «مجله نساجی و فرش ماشینی کهن» گفت: تعداد شرکت کنندگان امسال نسبت به سالهای گذشته ۴۰ درصد افزایش یافته است. با این همه فاصله ما تا رسیدن به سطح نمایشگاه های بین المللی سراسر دنیا کوتاه نیست.

محمود تولایی تصریح کرد: رسیدن به تراز بین المللی و فروش در سطح جهانی مهم ترین هدف ماست، لیکن در سالهای اخیر به سبب تحریم ها که ورود بازدید کنندگان خارجی را محدود کرده؛ بیشتر فروش نمایشگاه در سطح داخلی بوده است. و از طرفی معمولا صادرکنندگان برای بازاریابی به نمایشگاه های بیرونی می رفتند.

دارد.

وی درگیر کردن سفارتخانه ها را نیز از دیگر راهکارها برای افزایش بازدیدکنندگان خارجی دانست و گفت: فرش کالای تخصصی است و مخاطبان خاص خودش را دارد، از طرفی رقابت سنگین بین خریدار و مشتری ورود تجار را سخت کرده است لذا تمامی تمهیدات اندیشیده شده را نمی توان به صورت رسمی اعلام کرد.

دخیل بودن در برگذاری نمایشگاه مطالبه فعالان حوزه نساجی کاشان است

تولایی در خصوص لزوم حضور اتاق بازرگانی کاشان در سیاست گذاری نمایشگاه گفت: ز آنجایی که ۷۰ تا ۸۰ درصد تولید محصولات نساجی در کاشان است. فعالان حوزه نساجی و شرکت کنندگان گلایه ها و توقعاتی در خصوص ذی مدخل بودن در برگذاری نمایشگاه داشتند؛ لذا سالها با سازمان توسعه تجارت و وزارت خانه مکاتبه میکردند نهایتا هفت

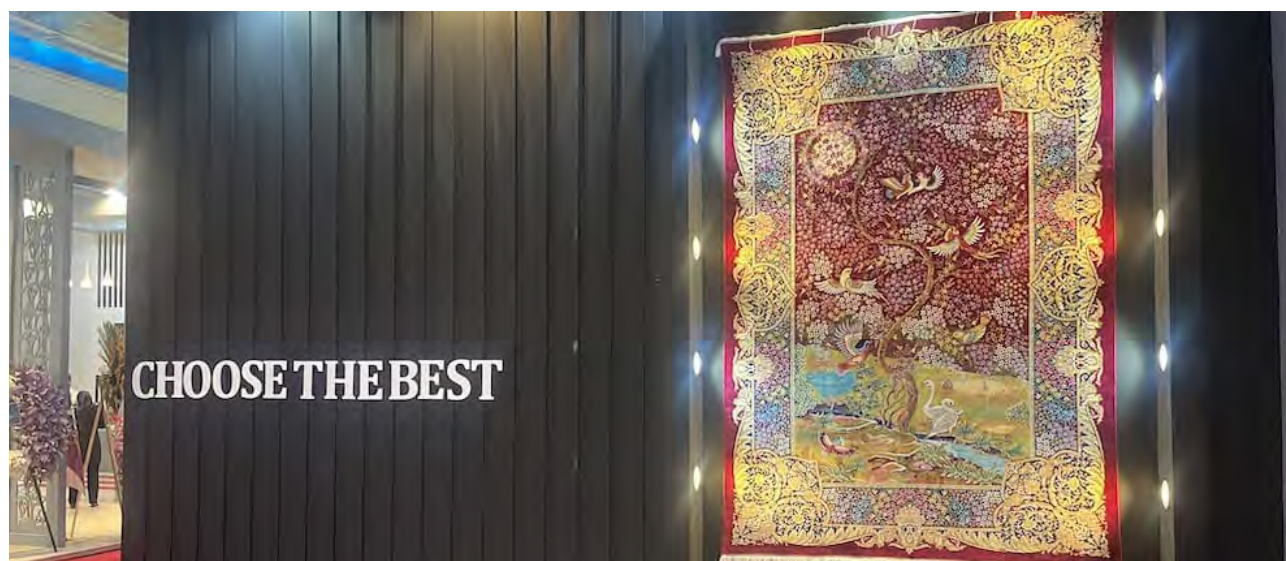


دستور به این کار دادند و در نهایت پیش از کرونا بنا شد، اتاق بازرگانی کاشان، سیاست گذاری و تدریجا اجرا را برعهده بگیرد.

سال پیش نامه ها بدست وزیر وقت آقای شریعت مداری رسید و بنا شد؛ اتاق بازرگانی کاشان تولید نمایشگاه را بپذیرد.

رئیس شورای سیاستگذاری نمایشگاه ابراز داشت: قاعده واگذاری نمایشگاه به بخش خصوصی ان است که؛ اتاق های بازرگانی باید برگزار کننده نمایشگاه های بین المللی باشند و

وی تصریح کرد: طبعا افراد فعال در این حوزه متمایل به این امر نبودند، مقاومت داشتند و می خواستند خود مختار باشند لذا، علیرغم پیگیری ها اتفاقی که باید نیافتاد در نهایت سه وزیر بعدی نیز



زیر ساخت های لازم برای ایجاد نمایشگاه را ندارد. نمایشگاه تهران نیز علی رغم آنکه سایتی ۴۰ - ۵۰ سال است، کاستی هایی دارد که بسیاری دارد و همه چیز مهیا نیست مجری و شرکت کنندگان به سختی می توانند مسائلمان را حل و فصل کنند.

وی با بیان آنکه فضای نمایشگاه امسال ۲۰ هزار متر مربع است تصریح کرد: حدود سی درصد از فضای مورد تقاضای شرکت کنندگان را حداقل نتوانستیم تامین کنیم همچنین عده ای به سبب کاستی فضا مجبور به انصراف شدند؛ امید است سال بعد مذاکراتی داشته باشیم که کل سالن نمایشگاهی به فرش ماشینی اختصاص داده شود.

وی در مورد اعضای این شورا بیان کرد: اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش ماشینی، کمیته فرش ماشینی ایران، کمیته موکت، انجمن نساجی ایران، کمیته فرش ماشینی، انجمن نساجی ایران، پژوهشکده فرش ایران عامل خوشه فرش ماشینی (شرکت شهرک ها)، شرکت تعاونی تولیدکنندگان فرش ماشینی آران و بیدگل و سرای نوآوری فرش ایران اعضای این شورا هستند.

درحال حاضر کاشان شرایط انتقال نمایشگاه را ندارد

تولایی در خصوص انتقال نمایشگاه به کاشان گفت: هرچند ۷۵ تا ۸۰ درصد شرکت کنندگان از کاشان هستند، اما کاشان درحال حاضر

از طرفی اصناف مجری نمایشگاه های صنفی و عرضه مستقیم هستند. با این همه اتاق بازرگانی به جهت حضور شکل های دخیل فرش ماشینی در سیاست گذاری نمایشگاه، شورایی را ایجاد کرده است.

تولایی افزود: این شورا سالانه برنامه ها خواسته ها و مطالباتشان خواصشان از مجری را در جلسات مختلف تدوین می کنند. که سازمان توسعه و تجارت نیز در جریان این امر است. با این روش مجریان صاحب صلاحیت معرفی شده و نحوه اجراشان بررسی میشود تا کارها با نظام قاعده مندی پیش برود.



فرش بهشتی

فرش بهشتی یک نام و چند نشانی

چهاردهمین نمایشگاه بین المللی فرش ماشینی فرصتی ویژه برای کسب نمایندگی از فرش بهشتی ۱۲ تا ۱۵ شهریورماه، نمایشگاه بین المللی، سالن ۶

IGM 2022 İSTANBUL

**INTERNATIONAL GARMENT MACHINERY &
SPARE PART AND SUB-INDUSTRY EXHIBITION**

بیست و هفتمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات پوشاک، قطعات یدکی و صنایع وابسته (IGM استانبول)

آینده صنعت پوشاک در نمایشگاه IGM رقم خواهد خورد

گرفته تا دکمه و زیپ، از پارچه گرفته تا لیبیل نیز به نمایش گذاشته شد.

جامع ترین و تنها نقطه گردهمایی صنعت

استانبول که در مرکز تجارت جهانی نساجی و پوشاک است، میزبان این نشست بزرگ بود و فعالین صنعت ماشین آلات پوشاک، تولیدکنندگان پوشاک و سرمایه گذاران در نمایشگاه IGM گرد هم آمدند.

موفقیتهای که در نمایشگاه های ITM به دست آمده است با نمایشگاه IGM ۲۰۲۲ اوج می گیرد

برگزارکنندگان نمایشگاه بین المللی ماشین آلات نساجی ITM که یکی از مهم ترین نمایشگاه های دنیا در حوزه خود است، ایده های جدید به ایده های بزرگ خود اضافه

این نمایشگاه که در تاریخ ۸ الی ۱۱ سپتامبر ۲۰۲۲ (۱۷ تا ۲۰ شهریور) برگزار شد تمام فناوری های مورد استفاده در صنعت پوشاک را در مرکز نمایشگاهی Tüyap به نمایش گذاشت.

در نمایشگاه IGM که با شعار "بیایید آینده را طراحی کنیم" آغاز به کار کرده است، همه فناوری ها مورد استفاده در تولید پوشاک و پوشاک آماده، از دوخت تا برش، از سیستم اتو تا بسته بندی، از گلدوزی تا چاپ ارایه شد.

علاوه بر این؛ خدمات لجستیکی، قفسه ها و سیستم های ذخیره سازی، ماشین آلات کنترل کیفیت و همچنین کلیه لوازم جانبی مورد استفاده در تولید، از نخ خیاطی

ستاره نوظهور جهان صنعت پوشاک و پوشاک آماده: ترکیه

ترکیه جزو ۵ کشور برتر جهان در صنعت پوشاک و پوشاک آماده است. نرخ بهره برداری از ظرفیت در صنعت پوشاک و پوشاک ترکیه که به ویژه در دوره اخیر صادرات و تولید آن را افزایش داده است، به ۸۰ درصد رسیده است. بسیاری از تولید کنندگان در این بخش با شیوع بیماری همه گیر، تولیدات و سفارشات خود را به ترکیه هدایت کرده اند.

کیفیت بالا، تنوع، ظرفیت تولید و سرعت از ویژگی های مهم صنعت تولید پوشاک در ترکیه است.

انواع سفارشات با توجه به موقعیت جغرافیایی ترکیه، نزدیکی آن به خریداران پوشاک و لباس های آماده، به ویژه اروپا، باعث شده تا برندهای جهانی تولیدکنندگان ترکیه را ترجیح دهند. صنعت پوشاک، دومین صنعت بزرگ ترکیه از نظر تولید و اشتغال، به بیش از ۲۰۰ کشور

کردند و این بار با نمایشگاه ماشین آلات پوشاک همکاری کردند.

در نمایشگاه IGM، که در آن نوآوری مانند یک حلقه بافته می شود. ; طرح هایی که زندگی را رنگ و زیبا می کنند با جدیدترین مدل های ماشین آلات و فناوری هایی که صنعت مد جهان را شکل می دهند ملاقات می کنند.

بازدیدکنندگان و هیئت تجاری در سراسر جهان

نمایشگاه IGM با حضور غرفه گذاران فعال در صنعت، فناوری و تنوع محصول؛ میزبان هزاران بازدید کننده و هیئت تجاری از بسیاری از نقاط جهان از اروپا تا آسیا، از خاورمیانه تا بالکان بود.

صدها شرکت غرفه دار از ترکیه و خارج از کشور فن آوری ها و محصولات جدید خود را در نمایشگاه IGM معرفی کردند.





جهان صادرات دارد.

بزرگترین بازارهای صادراتی در این حوزه عبارتند از آلمان، اسپانیا، انگلستان، هلند، فرانسه، ایالات متحده آمریکا، ایتالیا، عراق، اسرائیل، عربستان سعودی و دانمارک.



این بخش که با برچسب "ساخت ترکیه" وجهه کشوری قدرتمندی در بازارهای جهانی دارد، با طراحی و درک مد که اخیراً در حال توسعه است، پیشرفت بزرگی در زمینه برندسازی و خرده فروشی داشته است.

مشخصات غرفه داران

چرخ خیاطی صنعتی، ماشین آلات HI-TECH دوخت اتومات

- انواع چرخ خیاطی
- انواع اتومات ها
- ماشین های دوخت اورلاک
- ماشین های دکمه و سوراخ دکمه
- ماشین های لبه دار
- ماشین آلات Bartack
- دستگاه های جوش التراسونیک

ماشین های برش و کنترل پارچه و اتوماسیون های برش

- ماشین آلات پلاتر
- ماشین آلات طاقه بازکنی و برش پارچه
- ماشین های کنترل پارچه و اندازه گیری کمیت
- فن آوری های کنترل کیفیت
- اتوماسیون و تجهیزات برش
- سیستم ها، شبیه سازی ها و نرم افزارهای CAD-CAM



- صنایع فرعی، قطعات یدکی، مواد
مصرفی و لوازم جانبی
- انواع لوازم یدکی چرخ خیاطی
 - اوراق پلاتر
 - نایلون و کیوم
 - ماشین های شماره گذاری و برچسب ها
 - سوزن یاب
 - گروه های اسپری
 - تجهیزات کارگاه خیاطی
 - نخ ها و لوازم جانبی: بافت باریک،

- فن آوری های اتو، ماشین آلات فیوزینگ- ماشین آلات، بسته بندی - آویز- سیستم های حمل و نقل
 - انواع فناوری های اتو
 - انواع نیمکت، میز، ربات و میز اتو شوفاژ
 - پرس، دستگاه فیوزینگ و اپلیکیشن Sequin
 - ماشین های تشخیص
 - ماشین آلات تاشو و بسته بندی
 - سیستم های حمل و نقل و ذخیره سازی آویزان
- کفش و لوازم مصرفی چرمی
- ماشین های کمکی**
- ماشین های پلیسه کاری
 - بست های دکمه ای
 - ماشین آلات برش لیبل
 - سیستم های لیبل گذاری و چاپ الگو
 - ماشین های بارکد
 - ماشین آلات چاپ قطعات
 - ماشین آلات نظافت



- دستگاه گلدوزی و گلدوزی، لیزر، پولک، ماشین های پرس و فن آوری ها
- انواع ماشین های گلدوزی
 - دستگاه برش لیزری برای گلدوزی
 - کاربرد پولک و ماشین های پرس

- ماشین آلات و فن آوری های کفش و چرم**
- انواع چرخ خیاطی چرمی
 - انواع ماشین های برش چرم
 - ماشین های روبه کفش
 - دستگاه های برش چرم لیزری



خود برسند.

کشورهای بازدید کننده اصلی

- آلمان
- ایتالیا
- اسپانیا
- انگلستان
- فرانسه
- سوئد
- هلند
- بلژیک
- جمهوری های ترک
- کره جنوبی
- تایوان
- هند
- پاکستان
- بنگلادش
- ازبکستان
- تونس
- مراکش
- الجزایر
- اندونزی
- مالزی
- بلغارستان
- روسیه
- رومانی
- مجارستان
- ویتنام
- سری لانکا
- لهستان
- گرجستان
- مولداوی
- ایالات متحده آمریکا.
- عراق
- دانمارک
- ایران
- عربستان سعودی
- اوکراین
- اسرائیل
- B.A.E.
- مصر
- چین
- سودان
- صربستان
- اتریش



برچسب ها، دکمه ها، زیپ ها و گیره ها، گلدوزی نخ، نخ خیاطی، پولک، منجوق، اینترلاین

- روغن ماشین

- سیستم های لجستیک

- سیستم های تهویه و تهویه مطبوع

- کمپرسورها

- ژنراتور و منابع تغذیه بدون وقفه

در نمایشگاه IGM ۲۰۲۲ که در مرکز نمایشگاه و کنگره Tüyap برگزار می شود، از لحظه ورود به محوطه نمایشگاه احساس امنیت خواهید کرد. شما "نمایشگاه بدون تماس" را مطابق با تمام اقدامات انجام شده در برابر بیماری همه گیر تجربه خواهید کرد.

شما می توانید با گرفتن دعوت نامه نمایشگاه از طریق وب سایت، نشان نام نمایشگاه خود را ایجاد کنید. شما می توانید جلسات کاری یک به یک را در مناطقی که مطابق با اقدامات فاصله اجتماعی ترتیب داده شده است برگزار کنید و به

جای تبادل کارت ویزیت، با اسکن یک کد QR، اطلاعات مربوطه را با شرکت کننده به اشتراک بگذارید.

ترکیه به دلیل موقعیت جغرافیایی خود، کشوری است که اروپا و آسیا را در تولید پوشاک به یکدیگر متصل می کند. نمایشگاه IGM به عنوان یکی از بزرگترین نمایشگاه های حوزه خود در جهان، صنعت پوشاک و پوشاک را با غرفه داران و غرفه داران گرد هم می آورد.

غرفه داران؛ بازدیدکنندگان حرفه ای ضمن معرفی آخرین پیشرفت ها و نوآوری ها در محصولات ماشین آلات و فناوری، این فرصت را خواهند داشت تا آنها را از نزدیک دنبال کنند

نمایشگاه IGM؛ ضمن اینکه به توسعه حجم تجارت جهانی با بازدیدکنندگان حرفه ای و بین المللی کمک می کند، غرفه داران را قادر می سازد تا با بازارهای موجود خود ملاقات کرده و به بازارهای بالقوه

INTERVIEW

OLIAYE TABRIZ CARPET

اشتغالزایی و کمک به خودکفایی در فرش ماشینی

MOHAMMAD JAVAD TOGHANI



اشتغالزایی و کمک به خودکفایی در فرش ماشینی

حاصل ربع قرن تلاش خانواده زرکار کاشان

مصاحبه با جناب آقای مهندس محمدجواد طوغانی، مدیر تولید شرکت فرش اولیای تبریز

۱- لطفا در ابتدا در مورد تاریخچه تاسیس شرکت فرش اولیا تبریز و داستان رشد و موفقیت آن برای مخاطبین کهن توضیحاتی را بفرمایید.

فرش اولیای تبریز در ابتدا با نام فرش زرکار کاشان در سال ۱۳۶۹ فعالیت خود را در زمینه چله پیچی و بافت فرش های ماشینی با ماشین آلات ایرانی و خط آهار و تکمیل فرش آغاز نمود. در حال حاضر با نوسازی و سرمایه گذاری های جدید انجام شده در این راستا از ماشین آلات بافندگی با تکنولوژی روز دنیا یعنی دستگاه های وندوبیل بلژیک بهره گرفته ایم.

هدف مجموعه از بدو تاسیس همواره بر این بوده که در کنار بستر مناسب اقتصادی با اشتغال زایی و جلب رضایت مشتریان داخلی به دروازه های دیگر کشورها (صادرات) نیز دست پیدا کند در این راه اگر چه فراز و

آقای محمدجواد طوغانی سالهاست که در حوزه تولید نخ آکرلیک، تولید و فروش و طراحی فرش ماشینی مشغول فعالیت هستند و در حال حاضر نیز در شرکت فرش اولیای تبریز به عنوان مدیر تولید در صنعت فرش ماشینی فعالیت دارند.

مصاحبه مجله کهن در مورد مسایل

پیرامون صنعت فرش

ماشینی با ایشان را در زیر
از نظر میگذرانید.



فرود های بسیاری را پشت سر نهاده ایم اما با توکل به خدا و عزم و اراده به افق های روشن فردا چشم امید دوخته ایم.

وسیعی از مشتریان پاسخ دهیم.

در حال حاضر ما تولید کننده کلکسیون های

۱- فرش های کلکسیون کلاسیک

۲- کلکسیون لایت (دودی)

۳- کلکسیون فرش های سنتی

۴- کلکسیون فرش های کارتونی و آشپزخانه ای و فانتری هستیم.

۴- تا چه میزان به خرید طرح های اورجینال اعتقاد دارید. چند درصد از طرح های شما اختصاصی و اورجینال و چند درصد طرح های رایج بازار هستند؟

در بازار حال حاضر فرش ماشینی ایران خرید طرح های اختصاصی برای فرش ۷۰۰ شانه، توجیه اقتصادی ندارد. به همین دلیل با توجه به تجربه و شناختی که از بازار داریم اکثرا از طرح های نیمه اختصاصی و غیر اختصاصی استفاده می کنیم. در فرش های ۷۰۰ شانه مهمترین نکته همان پالت رنگبندی خوب و حرفه ای است که حرف اول را می زند و ما خوشبختانه توانسته ایم در این بخش به موفقیت های خوب دست پیدا کنیم.

هیئت مدیره شرکت در سال ۱۳۹۴ اقدام به تاسیس شرکت ریسندگی و بافندگی سیناتاب نمود.

ریسندگی سیناتاب با بهره گرفتن از جدید ترین و بروز ترین ماشین آلات مدرن اروپایی در حال حاضر دارای دو خط کاردینگ و Tow to Tops می باشد که ظرفیت تولید نخ های ۳/۲۱ تا ۳/۶۰ متریک هیت ست شده یا هایبالک را دارد.

این کارخانجات دارای ۱۵۰ نفر پرسنل به صورت مستقیم می باشد و برای صدها نفر هم به صورت غیر مستقیم اشتغالزایی کرده است.

۲- چه محصولاتی در شرکت فرش اولیا تبریز تولید می کنید؟ (از نظر جنس نخ تراکم و شانه و طرح و نقشه)

در حال حاضر فرش اولیای تبریز با دستگاه HCP و نندویل بلژیک ، فرش های ۷۰۰ شانه ۳۰۰۰ تراکم ۱۰ رنگ را تولید می کند فرش های تولیدی ما ۱۰۰ درصد اکریلیک هیت ست شده می باشد دارای استاندارد ایران و CE اروپا نیز هستیم.

۳- در مورد آخرین محصولات و کلکسیون های جدید فرش اولیا تبریز توضیحاتی را بفرمایید.

در فرش اولیای تبریز با توجه به ۱۰ رنگ بودن دستگاه های بافندگی HCP و نندویل بلژیک ، تنوع های بسیار زیادی در طرح و نقش داریم و توانسته ایم به نیازهای طیف



۶- وضعیت طراحی فرش را در صنعت فرش ماشینی چطور ارزیابی می کنید؟

وضعیت طراحان کشور از لحاظ طراحی و کشیدن نقشه های زیبا و اصیل ، همیشه حرف اول را میزده ولی با توجه به اینکه تولید کنندگان از لحاظ مالی زیاد هزینه نمی کنند و طراحان در ایران از لحاظ درآمد و اقتصادی در تنگنا هستند تا حدودی ناراضی هستند .

اکثرا طراحان خوب ایرانی در حال مهاجرت به کشور ترکیه هستند و این موضوع یک فاجعه برای فرش ایرانی محسوب می شود چون باعث میشود بازار های صادراتی بیش از پیش از دست ایران برود.

۷- آیا در زمینه صادرات فرش ماشینی فعال هستید؟

۵- آیا از نمایشگاه فرش ماشینی امسال بازدید کردید؟ آیا کیفیت این نمایشگاه جوابگوی نیازهای صنعت فرش ماشینی به ویژه در بخش صادرات هست؟

بله - اما متأسفانه نمایشگاه فرش ماشینی تهران در بخش صادرات توجیه و حرفی برای گفتن ندارد. معمولا فقط تعداد انگشت شماری از کشور های همسایه مثل عراق و افغانستان برای بازدید می آیند و بازدید کننده از کشور های اروپایی ، آمریکایی و آسیایی شرقی عملا وجود ندارد و علیرغم وعده های هرساله برگزار کنندگان مبنی بر دعوت از هیات های تجاری اتفاقی نمی افتد و صرفت نمایشگاه در حد یک دوره می بسیار پرهزینه برای شرکت ها به اتمام میرسد.

به هرحال شرایط تحریم ها و وجود کشور رقیبی مثل ترکیه کار را در زمینه صادرات بسیار سخت کرده است.





چه برنامه هایی برای افزایش صادرات خود دارید؟

بله - ما در حال حاضر به کشور های عراق و افغانستان و آلمان صادرات داریم و همچنان به دنبال بازار های صادراتی مناسب هستیم و آماده همکاری با تاجران محترم هستیم.

۸- آینده صنعت فرش ماشینی در کاشان را چطور ارزیابی می کنید؟ به نظر شما سرمایه گذاری های آینده باید به چه سمت و سوی باشد تا بهترین نتیجه حاصل شود؟

فرش ماشینی در ایران متأسفانه آینده خوبی ندارد چون در حوزه مواد اولیه الیاف اکریلیک، خودکفا نیستیم و وابسته واردات هستیم و روز به روز با توجه به گران شدن و نوسان بازار ارز و اوضاع تحریم و از طرفی تحمیل مالیات های سنگین دولت در زمینه واردات الیاف و ماشین آلات و همچنین تولید و فروش محصول، کار برای تولید کنندگان روز به روز سخت تر شده و بازار مواد اولیه و

محصول نهایی دارای بی ثباتی قیمت می باشد.

از طرف دیگر رقابت با کشور ترکیه که خودش در تولید الیاف اکریلیک خودکفا می باشد و حتی صادرکننده محسوب می شود و از لحاظ تحریم و اقتصادی وضع بهتری نسبت به ما دارد و اکثر بازار های صادرات به اروپا و امریکا را بدست گرفته، بسیار سخت می باشد که نیازمند حمایت دولت از تولید کنندگان می باشد.

آیا می دانستید تنها لوازم خانگی که هیچ گونه واردات به کشور نداریم و بهترین نوع و با کیفیت ترین اش در خود ایران تولید میشود ، فرش ماشینی است!

ما در همه لوازم های خانگی چه

کم چه زیاد واردات داریم ولی تنها لوازم خانگی که بومی سازی شده و تولید داخل است، فرش ماشینی است پس دولت باید قدردان تولید کنندگان فرش ماشینی در کشور و بالاخص شهرستان کاشان باشد و بیشتر حمایت کند.

۹- آیا در زمینه فروش اینترنتی و خرید مستقیم از درب کارخانه نیز فعال هستید؟ در مورد شبکه توزیع و فروش فرش اولیا تبریز توضیحاتی را بفرمایید.

با توجه به اینکه در اکثر شهرها، دارای نمایندگی فروش هستیم در شهرهایی که نمایندگی داشته باشیم، فروش مستقیم درب کارخانه نداریم و فروش صرفاً از طریق نمایندگی صورت می گیرد و در شهر هایی هم که نمایندگی نداریم آماده همکاری با نمایندگان داران و بنکداران فرش های ماشینی هستیم.

نساجیت زیرساخت های تکنولوژی، تبلیغات، بازاریابی و لجستیک را برای کمک به کسب و کارها فراهم می کند تا از قدرت تکنولوژی جدید برای تعامل با خرده فروشان و نمایندگان خود برخوردار شوند.

nasajit.com



مصاحبه با نساجیت، فروشگاه آنلاین پارچه مبلی، پرده و روتختی

مصاحبه با آقای محمد دهقانپور - مدیر عامل شرکت نساجیت

۱) لطفا در ابتدا در مورد برند نساجیت، نحوه تاسیس و فعالیت آن توضیحاتی را بفرمایید

هم اکنون این شرکت با مساحتی بالغ بر ۵۰۰۰ مترمربع و تولید روزانه ۵۰۰۰ متر پارچه مبلی، پرده و کالای خواب متنوع و اشتغال ۱۵ نفر نیروی کار به صورت مستقیم و ۳۵ نفر غیر مستقیم با بهره مندی از دستگاه های بافندگی و نساجی به روز در حال فعالیت است.

در حال حاضر بالغ بر ۸۰ طرح متنوع و جذاب ایرانی روی خط تولید این شرکت هستند. صادرات پارچه مبلی نساجیت به کشورهای همسایه اعم از عراق و آذربایجان و... نیز صورت می گیرد.

در حال حاضر فروشگاه اینترنتی نساجیت در زمینه عرضه انواع پارچه مبلی، پارچه پرده و پارچه کالای خواب به صورت متری و طاقه ای فعالیت می کند. فروشندگان، تولید کنندگان و مصرف کنندگان خانگی می توانند پارچه های

نساجیت (Nasajit) تلفیقی از نساجی (Nasaji)، فناوری اطلاعات (IT) و تئوری کنترل موجود (IT) است. گروه تولیدی پارچه نساجیت در سال ۱۳۹۷ با مشارکت یک شرکت تولیدی تاسیس شد. این شرکت با هدف تولید پارچه مبلی، پرده و کالای خواب درجه یک

ایرانی با کیفیت و مواد اولیه مرغوب و طرح های زیبا و چشم نواز شروع به فعالیت کرد.





با توجه به توسعه صنعت ساختمان و انبوه سازی های صورت گرفته در ایران کمتر از صنعت مبلمان نیست. بنابراین اقیانوس این صنعت نه تنها در حال حاضر آبی است، بلکه با توجه به دسترسی ایران به منابع چوبی متنوع و بازارهای مصرفی حوزه خلیج فارس و خاورمیانه می تواند در آینده نیز بسیار استراتژیک و آبی باقی بماند. به تبع این موضوع صنایع بالادستی این صنعت هم در صورت تولید باکیفیت، به روز و تحویل به موقع می توانند از منفعت خوبی بهره مند شوند.

طبق گزارش سازمان صنعت معدن تجارت، ایران رتبه پنجم جهان در تولید انواع پارچه مبلی و پرده (بر حسب تن) را به خود اختصاص داده است. این صنعت در حال حاضر یکی از بروزترین صنایع حال حاضر ایران بوده و با تولید سالانه ۲۶ میلیون متر پارچه های مبلی، پرده و کالای خواب توانسته نیاز ۸۰ درصد از بازار را پاسخگو باشد.

در سال های اخیر با محدودیت واردات از ترکیه، چین و کشورهای اروپایی و همچنین حمایت از تولید داخلی، سرمایه گذاری های قابل توجه ای صورت گرفته است که امیدست در آینده نزدیک ایران به یک از قطب های تولید در جهان تبدیل شود.



مورد نظر خود را در سایت و اپلیکیشن همراه نساجیت جستجو کرده و سفارش دهند.

۲) نساجیت چه طیف از محصولات را به مصرف کننده نهایی و صنایع دیگر ارائه می دهد؟

هدف ما تولید و فروش اینترنتی تمام منسوجات دکوراتیو خانگی است که شامل پارچه های مبلمان خانگی و فضای باز، پرده، کالای خواب، فرشینه های مدرن، دیوارپوش و انواع ست های رومیزی متناسب با فضاهای مختلف یک خانه، هتل و حتی بیمارستان است. خوشبختانه در حال حاضر تمامی این محصولات در مجموعه نساجیت به صورت سفارشی برای گروه های مختلف مشتریان در حال تولید بوده و به صورت اینترنتی در وبسایت رسمی شرکت به فروش می رسد.

همچنین شرکت در دو سال اخیر برای تسهیل برخی از صنایع تولیدی مانند مبلمان، کالای خواب و پرده اقدام به راه اندازی یک شوروم و دفتر مرکزی در بازار میل چهاردانگه کرده است تا با ایجاد دسترسی و امکان مشاهده و بررسی محصولات مشتریان به راحتی اقدام به خرید منسوجات کنند.

۳) به طور کلی صنعت تولید پارچه رو مبلی، پرده و کالای خواب در ایران را چطور ارزیابی می کنید؟

صنعت مبلمان ایران جزو سه صنعت نخست در بین صنایع کوچک است و جزو صنایع کوچک بسیار سودده و زود بازده در نظر گرفته می شود. در حال حاضر ارزش صادراتی در این حوزه سالانه ۲۵ میلیون دلار برآورد شده است.

البته این اهمیت برای حوزه پرده و کالای خواب



خارجی قابل رقابت است؟

اینترنت نمی خریدند، پاسخ به این سوال کمی سخت بود. اما در حال حاضر با رشد خرده فروشی اینترنتی و اجین شدن این تکنولوژی ها با زندگی مردم، من استقبال مردم را خوشبینانه و روبه رشد ارزیابی می کنم.

اما کتمان نمیکنم که رفتار خرید در حوزه پارچه رومبلی با خریدهای روزمره و به اصطلاح خرید کالای های تدمصرف یکسان نیست.

همان طور که روزی دیجی کالا با شعار خرید کالاهای دیجیتالی مانند انواع دوربین و لنز بر بستر اینترنت در سال ۸۵ شروع به فعالیت کرد، در حال حاضر همه کالاهای صنعت خرده فروشی را به صورت دیجیتالی به فروش میرساند.

بازار پارچه نساجیت نیز با الهام گیری از فعالیت های صورت گرفته در این صنعت، تلاش به تولید انواع محتوای آموزشی با هدف نحوه تشخیص و خرید محصولات این صنعت می نماید. به امید روزی که با ورود رقابلی قوی تر بتوان تمام منسوجات ایران را به صورت اینترنتی و در پلتفرم نساجیت به فروش برسانیم.

۷) چه برنامه هایی برای توسعه فعالیت خود در آینده دارید؟ چشم

اگر این سوال را ده سال پیش می کردید، با قاطعیت جواب من تایید محصولات خارجی بود، اما در حال حاضر ورق برگشته و محصولات ایرانی با توجه به توسعه صنایع پایین دستی مانند نخ، تکنولوژی تولید و همچنین ورود متخصصین دانشگاهی به حوزه طراحی و بازاریابی محصولات، با کلاس جهانی رقابت می کنند و حتی به کشورهای همسایه و اروپا صادر می شوند.

البته نباید موضوع کیفیت را به قیمت تمام شده و یا امکان صادرات معطوف کنیم. چون همه واقفیم با توجه به مشکلات بانکی، محدودیت های معاملاتی و قراردادی در حوزه بین الملل کاهش محسوسی در صادرات این نوع کالاها داشته ایم، اما این به معنی نبود تقاضا در این حوزه نیست.

۶) به عنوان یک فروشگاه اینترنتی فعال در زمینه فروش پارچه رومبلی و کالای خواب استقبال خریداران از خرید اینترنتی این نوع کالا را چگونه ارزیابی می کنید؟

شاید اگر مردم کفش، لباس، مواد خوراکی و یا عطر و ادکلن خود را از

۴) صنعت تولید پارچه رومبلی، پرده و کالای خواب در ایران چه مزیت هایی دارد؟

به دلیل وجود صنایع پایین دستی مانند صنعت مبلمان و کالای خواب در ایران اکثر محصولات تولیدی در کشور مصرف شده و نیاز به بازاریابی بین المللی ندارد. از طرفی به روز بودن تکنولوژی تولید و طراحی در ایران موجب شده تجار و مصرف کنندگان این صنعت به دنبال پاسخ این نیاز در داخل بوده و با کاهش هزینه های خود محصولات باکیفیت و قیمت مناسب تری را روانه بازار ایران و کشورهای همسایه کنند.

از طرفی این صنعت بدلیل توسعه شهرنشینی و ساختمان سازی و سبک زندگی در ایران هر روز در حال توسعه بوده و تقاضا در بازار داخلی هر روز در حال افزایش هست. همچنین کشورهای همسایه نیز باتوجه به پایان جنگ و روند توسعه شهری، فرصت های مناسبی را برای صنعت ما در حوزه صادرات فراهم کرده اند.

۵) آیا محصولات ساخت ایران با رقبای

انداز آینده نساجیت را چطور ارزیابی می کنید؟

با خرده فروشان و نمایندگان خود برخوردار شوند.

دارد و همه صنایع با آن مواجه هستند نه فقط نساجی. من فکر می کنم تا اینجا مصاحبه همه سوالات نشان از امید و آینده ای روشن برای این صنعت و نساجیت بود.

پس به من اجازه بدهید این مشکلات را برای خود به عنوان عضو کوچکی از این صنعت و بقیه همکاران و تلاشگران این صنعت نگه دارم.

البته لازم میدانم به این موضوع اشاره کنم که اگر مشکلات و مصائبی در این صنعت گریبان گیر تولید هست، در حوزه بازاریابی و فروش به دلیل مواردی که پیش تر ذکر شد و نبود رقبای خارجی فرصت هایی وجود دارد که با مغتنم شمردن آنها می توان خستگی این صنعت را از دوش ما و همکارانمان کمتر کند.

چشم انداز نساجیت ساخت آینده تجارت منسوجات با بهره مندی از ابزار تکنولوژیکی است و واقفیم که تجار و مشتریان داخلی و خارجی، در آینده ما را در نساجیت ملاقات خواهند کرد. در نساجیت، تعاملات تجاری و اجتماعی تجار و خرده فروشان را هر روز با تولید کنندگان بیشتر می کنیم.

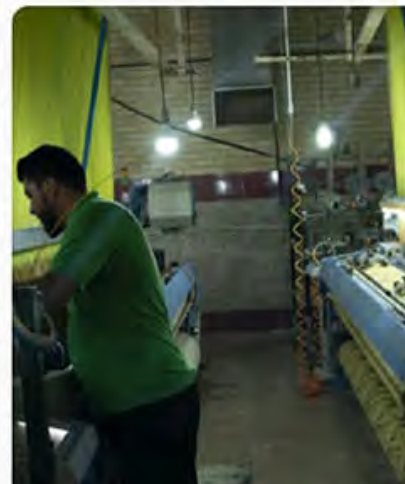
۸) چه مشکلاتی در بخش تولید پارچه رو مبلی، پرده و کالای خواب در ایران وجود دارد؟

سوالی که در ایران یک جواب تکراری

ما در برنامه ۵ سال آینده خود که ۲۰ درصد از آن را نیز پشت سر گذاشته ایم، بر این باوریم که باید با ارائه راه حل های مناسب، مقرون به صرفه و امن، در نساجیت راهی برای خرید جزئی و گروهی و بدون واسطه از تولید کنندگان محصولات نساجی ایران را برای مصرف کنندگان ایجاد کنیم.

ما در نساجیت تولیدکنندگان را قادر می سازیم که راه فروش و خدمت رسانی خود را تغییر دهند.

نساجیت زیرساخت های تکنولوژی، تبلیغات، بازاریابی و لجستیک را برای کمک به کسب و کارها فراهم می کند تا از قدرت تکنولوژی جدید برای تعامل



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، اوتروریرا ۱۰۰، ۱۵۰، ۳۰۰ و مینگل
۱۰۰، ۱۵۰، ۳۰۰ و پلی استر ۱۵۰، ۸۰، ۵۰.... نخ اسپان. نخ bcf. نخ p.p و پلی
استر پنبه ۱.۲۰، ۱.۳ و غیره

AzarDeniz

شماره های تماس:

پاشازاده ۰۲۱۶۶۲۰۴۳۹۳

۰۹۱۲۲۴۸۶۹۸۸ - ۰۹۱۳۷۶۱۱۷۵۴

asqarpashazadeh@gmail.com

به صورت عمده (تناژ) از سراسر کشور



دانا نساج توانا

سهامی خاص شماره ثبت: ۴۲۴۲

مشاور رنگری کارخانجات معتبر
مشکلات خط رنگری را به دانا نساج بسپارید
و بدون واسطه خرید کنید

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

CITACOLOR

با مدیریت مهندس محرابی

☎ 086 42480271

📍 📧 📞 0912 256 44 82





دانا نساج توانا

سهامی خاص شماره ثبت: ۴۲۴۲

انواع رنگ های نساجی با برند Cita Color
راکتیو | کاتیونیک | مستقیم | اسیدی | متال کمپلکس

گروه دانا نساج توانا:

با در اختیار داشتن مجموعه زیر آماده همکاری
با فعالین بخش صنعت نساجی می باشد.

مهندس محرابی | مدیر دفتر مرکزی | ۹۸ ۹۱۲ ۲۵۶ ۴۴۸۲ +
واردات و فروش انواع رنگ های نساجی و مشاوره تخصصی به کارخانجات
آدرس دفتر مرکزی: ساوه، شهرک صنعتی کاوه، مجتمع اداری خدماتی کاوه،
طبقه همکف، واحد ۱



مهندس قندچی | مدیر دفتر کاشان | ۹۸ ۹۱۳ ۱۶۳ ۹۶۱۷ +
صادرات تخصصی فرش، تامین رنگ و مواد اولیه کارخانجات
کاشان، بلوار دانش، کوچه دانش ۲۳



مهندس امینیان | مسئول دفتر استانبول | شرکت شیدا ترک بازرگان
۹۰ ۵۵۱ ۷۴۴ ۰۸ ۰۴ + واتساپ
انجام کلیه خدمات واردات و صادرات از کشور ترکیه



- نخ معمول و هایبالک شیرینک با الیاف معمول و تکنولوژی تبدیل نوع به تاپس
- استفاده از الیاف با دیتکس ۲ تا ۶
- نمره ۱۸ (الیاف استیپل) تا ۵۵ متریک (الیاف نوع ۳ و ۴ لا
- رنگریزی ثابت با استفاده رنگ تایوان T&T INDUSTRIES
- تکرنگ و ملانژ تا ۳ رنگ
- تکمیل نخ با: هیت ست - بسته بندی پالت
- استفاده و تحت لیسانس الیاف درجه یک: درالون آلمان و آکسا ترکیه



شرکت ستاره طلایی دلجان

پاتریس

- تولید کننده نخ اکریلیک فرش ماشینی ۷۰۰ تا ۱۵۰۰ شانه
- قبول سفارشات خاص (رنگ و نمره)
- تحویل فوری تا یک هفته
- کیفیت درجه یک و تضمینی

جهت مصارف و محصولات:

- فرش ماشینی نفیس و لطیف و نرم ۱۲۰۰ و ۱۵۰۰ شانه
- فرش های خاص وینتیج (کهنه نمای مدرن) با نخ ملانژ
- فرش برجسته کلاسیک و وینتیج



Van de wiele CRT , CRM Small Pulley



Jakob Muller Pulley



Staubli Quick



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



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



Van de wiele CRT , CRM Big Pulley

توليد انواع قطعات ژاکارد وندويل

UYUM TEKSTIL

توليدکننده قطعات ماشين آلات

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



📍 GUMUSSUYU CAD. DALGIC CARSI SI NO:3/8 TOPKAPI İSTANBUL UYUM TEKSTİL

☎ 90 0536 962 46 75

✉ mail@uyumtekstil.com tamer_firat@hotmail.com

سیلندر بخار

خط تکمیل فرش از شرکت سلرز انگلستان

#نهایت ایمنی #دارای گواهی استاندارد
#راندمان کاری فوق العاده #دوام بسیار بالا



Sellers
Textile Engineers

ساخت انگلستان

STEAM DRUM

پشتیبانی در ایران: ۰۹۱۲۳۰۲۵۲۸۷ روزبه مروج

Roozbeh Moravej . (+98 912) 3025287

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

MADE IN ENGLAND





نویسنده: محبوبه قایدی

شرکت های نساجی ترکیه و حمایت های دولتی

بازارهای جذاب و بزرگی مانند بازار آمریکا همواره در صدر حمایت های دولت ترکیه است و به تازگی نیز همزمان با رشد چند صد درصدی میلان، منسوجات خانگی و فرش ماشینی ترکیه به آمریکا دولت این کشور حمایت های خود را پررنگ تر کرده است.

جالب اینکه این حمایت ها حتی شامل اجاره دفتر کار و فروشگاه و انبار فرش ماشینی و میلان هم می شود و در حال حاضر بسیاری از شرکت های ترک به طور مستقیم در آمریکا اقدام به راه اندازی فروشگاه های عرضه مستقیم در ایالت های مختلف آمریکا کرده اند.

در سال های اخیر با توجه به افزایش چشمگیر قیمت ارزهای خارجی در ترکیه و افزایش ریسک های اقتصادی شرکت های نساجی ترک به شدت به سمت بازارهای صادراتی و خارج از ترکیه سوق پیدا کرده اند تا بتوانند با افزایش درآمدهای دلاری و ارزی خود از بازار عقب نمانند و ضربه های سنگین تورم ترکیه را از طریق صادرات جبران نمایند.

در حال حاضر بازارهای اروپا، آمریکا، آفریقا و کشورهای خاور میانه از مهم ترین مقاصد صادراتی کالاهای شرکت های نساجی ترکیه به شمار می روند.

طبق این حمایت های حضور در نمایشگاه، شرکت های نساجی ترکیه می توانند ۵۰ تا ۷۰ درصد هزینه های حضور خود در نمایشگاه های بین المللی که علاوه بر هزینه اجاره غرفه حتی شامل بلیط هواپیما و هتل اقامت هم می شود را از دولت و پس از اتمام نمایشگاه دریافت کنند.

شرکت های نساجی ترکیه توانسته اند با توجه به این حمایت ها ریسک بالاتری را برای سفر به اقصی نقاط جهان و پیدا کردن مشتریان جدید برای کالاهای صادراتی نساجی ساخت ترکیه را قبول کنند و همین نکته موجب رشد خوب سالانه صادرات نساجی ترکیه شده است.

در سال ۲۰۲۱ شرکت های نساجی ترکیه توانستند صادرات خود را به بالا ترین رقم خود یعنی ۱۲ میلیارد و ۹۰۰ میلیون دلار برسانند و رتبه پنجمین صادرکننده برتر کالاهای نساجی جهان را از آن خود کنند.

دولت ترکیه ساز و کار حمایت های نمایشگاهی خود را هر سال بهینه می کند و با توجه به شرایط اقتصادی جهان و روابط با کشورهای دنیا و نیازهای روز بازارهای صادراتی هر سال کشورهای هدف جدیدی را به لیست بازارهای هدف اضافه کرده و یا حذف می کند.

شرکت های نساجی ترکیه در دهه اخیر توانسته اند پیشرفت های بسیار خوبی را در بخش صنعت نساجی به دست آورند و به بازارهای گسترده صادراتی در اقصی نقاط جهان ورود پیدا کنند.

این موفقیت ها در بخش های مختلف صنعت نساجی ترکیه مانند تولید انواع الیاف و نخ های طبیعی و مصنوعی، تولید انواع کفپوش های نساجی و فرش، تولید انواع پارچه های با کیفیت و دارای استانداردهای بین المللی، انواع پوشاک، منسوجات بی بافت، منسوجات فنی و ... روی داده است.

اما این پیشرفت های شرکت های نساجی ترکیه علاوه بر دلایل مختلف یک عامل مهم و اساسی هم دارد و آن حمایت های عالی دولت ترکیه از صادرات و سرمایه گذاری های جدید شرکت های نساجی ترکیه است.

این حمایت ها در بخش های مختلف بانکی، مالیاتی، مشوق های صادراتی و... انجام میگیرند اما اصلی ترین این حمایت ها را می توان مشوق های عالی برای حضور در نمایشگاه های بین المللی نساجی و پوشاک در سراسر جهان دانست که توسط دولت ترکیه هر ساله و با معرفی تعداد زیادی از کشورهای هدف صادراتی انجام می شود.



OEKO-TEX® سالگرد خود را جشن می گیرد ۳۰ سال تخصص به عنوان پایه ای برای آینده

معرفی و ساز و کارهای مربوط به آن را راه اندازی کرد، که اکنون یکی از شناخته شده ترین گواهی نامه های استاندارد نساجی است که به خوبی در سراسر جهان گسترده شده است.

در حال حاضر، ۲۱۰۰۰ تولید کننده، برند و خرده فروش در بیش از ۱۰۰ کشور با استانداردهای OEKO-TEX® کار می کنند تا اطمینان حاصل کنند که محصولات آنها برای مواد مضر بالقوه آزمایش می شوند. همچنین، میلیون ها مصرف کننده در سراسر جهان از برچسب های OEKO-TEX® برای هدایت تصمیمات خرید خود استفاده می کنند تا بتوانند

مسئولانه ای برای محافظت از مردم و کره زمین بگیرند.

گئورگ داینرز (Georg Dieners)، دبیر کل OEKO-TEX® می گوید: «خدمات ما شفافیت را برای زنجیره های تامین صنعت نساجی و چرم در سطح بین المللی به ارمغان می آورد. آنها همه ذینفعان را قادر می سازند تا تصمیمات آگاهانه ای بگیرند که به حفظ سیاره ما برای نسل های آینده کمک می کند.»

رهبری بازار OEKO-TEX®

در سال ۱۹۹۲، ۲۰ سال قبل از اینکه سازمان ملل اهداف توسعه پایدار (SDGs) را اعلام کند یکی از مهمترین استانداردهای اوکو تکس OEKO-

درباره OEKO-TEX®

چشم انداز انجمن استانداردهای بین المللی نساجی OEKO-TEX®، که در مارس ۱۹۹۲ از طریق مشارکت بین مؤسسه تحقیقاتی هوهنشتاین (Hohenstein Research Institute) و مؤسسه تحقیقات نساجی اتریش (OETI) تأسیس شد، امروزه همچنان در ارزش های اصلی سازمان منعکس شده است: اعتماد، ایمنی و پایداری.

برای سه دهه، OEKO-TEX® با هدف ایجاد اعتماد برای شرکت ها و مصرف کنندگان کالاهای نساجی و پوشاک در حال فعالیت است و آنها را قادر می سازد تا تصمیمات

۱۳) منعکس شده است که از طریق برچسب محصول جامع MADE IN GREEN توسط OEKO-TEX® اجرا می شوند.

اجناسی که نه برای بدن آنها مضر است و نه برای طبیعت و در شرایط برابر و منصفانه تولید شده اند را خریداری کنند.

امروزه، انجمن بین‌المللی متشکل از ۱۷ موسسه تحقیقاتی و آزمایشی مستقل است که بر نساجی و چرم متمرکز شده‌اند و با دفاتر تماس در بیش از ۶۰ کشور جهان آماده ارائه خدمات و راهکارهای به روز به شرکت های متقاضی هستند. آنها مسئول توسعه مشترک روش های آزمایش و مقادیر استاندارد در استانداردهای OEKO-TEX® هستند و آزمایش ها و ممیزی های کارخانه را مطابق با مشخصات یکنواخت جهانی انجام می دهند.

ایندکس ها و مقادیر به کار رفته و روش های آزمایشی که STANDARD 100 توسط OEKO-TEX® بر اساس آنها برای واحدهای متقاضی منتشر شده است، استانداردهای بین‌المللی بوده و حداقل سالی یک بار با آخرین یافته های علمی و قوانین موجود تطبیق داده می شوند و این اصلی است که برای همه استانداردهای OEKO-TEX® اعمال می شود.

با ۳۰ سال تجربه، OEKO-TEX® یک رهبر جهانی در توانمند ساختن مصرف کنندگان و مشاغل برای محافظت از سیاره ما با عمل مسئولانه است. OEKO-TEX® راه حل های استاندارد شده ای را ارائه می دهد که شرکت ها را قادر می سازد فرآیندهای تولید خود را بهینه کنند و به ارائه محصولات با کیفیت بالا و پایدار به بازار کمک کنند.

پروفسور دکتر Stefan Mecheels، مالک شرکت ارائه دهنده خدمات تست نساجی Hohenstein، می افزاید: "از همان ابتدا، ما نیازهای همه بازیگران زنجیره ارزش نساجی را در نظر گرفته ایم و به ایجاد راهکارهای تازه برای حفظ اطمینان و سلامت کالاهای نساجی پوشاک و فرش ادامه می دهیم."

راه حل هایی برای نیازهای بازار فعلی و آینده

تمام خدمات موجود در مجموعه OEKO-TEX® در خدمت تقویت سیستم ها، فرآیندها و محصولات مشتریان و در نهایت ایجاد شرکت ها و محصولات نساجی پایدارتر است.

حداقل هفت SDG به طور محکم در سبد محصولات OEKO-TEX® ادغام شده است. به عنوان مثال، سلامت و رفاه خوب (SDG ۳) و آب پاک و بهداشت (SDG ۶) در StEP توسط گواهی کارخانه OEKO-TEX® و مصرف و تولید مسئول (SDG ۱۲) و اقدام آب و هوا (SDG)



فرایند بازیافت لباس



ضرورت بازیافت لباس

در دنیای امروزی، حساسیت‌های زیست محیطی زیادی در زمینه تولید زباله و نحوه دفن یا از بین بردن آن‌ها بوجود آمده است. با توجه به آگاهی‌هایی که در این زمینه بوجود آمده است، تولید کنندگان و مصرف کنندگان صنعت نساجی علاقه زیادی به صنعت بازیافت نشان داده‌اند.

صنعت بازیافت به سرعت در حال پیشرفت است و می‌تواند فرصت‌های تجاری جدیدی را برای کارآفرینان این

جمله پوشاک، ضایعات پارچه و مواد لیفی باشد.

بازیافت لباس

در طی فرایند بازیابی منسوجات، محصولات جمع آوری شده براساس جنس و رنگ دسته بندی می‌شوند. پس از دسته بندی این منسوجات خرد شده و طی فرایندهایی به شکل الیاف خام در می‌آیند. در نهایت الیاف به دست آمده کاملاً تمیز شده و به عنوان ماده اولیه صنعت نساجی مورد استفاده قرار خواهند گرفت.

بخش اعظمی از منسوجات مورد استفاده در زندگی روزمره ما کاملاً قابل بازیافت هستند. در حقیقت منسوجات شامل تمامی محصولاتی است که از الیاف طبیعی یا بشر ساخته تولید می‌شوند. انواع و اقسام لباس‌ها، ملحفه، دستمال‌های پارچه‌ای، حوله و مواردی از این قبیل، در دسته منسوجات قرار می‌گیرند.

یکی از بخش‌های فرایند بازیابی منسوجات، بازیافت پوشاک است. با توجه به افزایش جمعیت و به دنبال آن افزایش میزان زباله‌های تولیدی، انجام عملیات‌هایی برای بازیابی و برگرداندن محصولات قابل بازیافت به چرخه مصرف امر مهمی است. در ادامه با ما همراه باشید تا به بررسی فرایند بازیافت لباس پرداخته و ابعاد مختلف آن را بررسی کنیم.



بازیافت پوشاک استفاده شده، یکی از بخش‌های مهم در فرایند بازیافت منسوجات است. در راستای این فرایند کفش و لباس‌های قدیمی تحت عملیات مختلف قرار گرفته و به محصولات جدیدی تبدیل می‌شوند. محصول نهایی فرایند بازیافت می‌تواند شامل موارد مختلفی از



دوم، نشانه گذاری کامیون‌های حمل مواد بازیافتی و سطل‌های بازیافت است.

در این قسمت، می‌توان از سطل‌های رنگارنگ برای تفکیک هر جنس لباسی استفاده کرد. به این صورت که هر سطل با رنگ مشخص، مخصوص جمع‌آوری البسه یک جنس مشخص خواهد بود. همچنین نشانه گذاری کامیون‌های جمع‌آوری کننده مواد بازیافتی نیز یک ایده خوب برای افزایش آگاهی عمومی است. این کار می‌تواند سبب آگاهی افراد از برنامه زمانی حمل و نقل این مواد در سطح شهر شود.

حلقه دوم زنجیر بازیافت لباس، گروه بندی و جداسازی لباس‌هاست. شرکت‌های بازیافت کننده لباس از استراتژی‌های مختلفی جهت گروه‌بندی لباس‌ها استفاده می‌کنند. در کشورهای خارجی لباس‌ها پس از مصرف در سطل‌هایی که در مکان‌های عمومی تعبیه شده‌اند قرار داده می‌شوند.

معمولا این سطل‌ها در مکان‌های پر رفت و آمد مانند پارکینگ مراکز خرید و مراکز تجاری قرار می‌گیرند. پس از جمع‌آوری، لباس‌ها به سه گروه تقسیم می‌شوند. این سه گروه عبارتند از: لباس‌هایی که مجدداً استفاده می‌شوند، لباس‌های کهنه و الیاف. جداسازی و مرتب سازی این گروه‌ها به صورت دستی انجام می‌شود. همچنین می‌توان از سیستم‌های مکانیکی شامل تسمه نقاله و سطل برای جداسازی درجات مختلف البسه

حوزه وجود آورد. از طرف دیگر در مناطق مختلف جهان، موسسات خیریه نیز از طریق برنامه‌های جمع‌آوری لباس‌های کهنه درآمدزایی می‌کنند.

مراحل بازیابی منسوجات

فرایند بازیافت پوشاک در برگزیده یک زنجیره از فعالیت‌ها است که در ادامه به آن‌ها اشاره خواهیم کرد. اولین حلقه این زنجیر، ایجاد آگاهی درمورد بازیافت لباس است. در قدم اول افراد بایستی درباره اهمیت فرایند بازیافت و همچنین مزایای آن برای جامعه اطلاعاتی داشته باشند.

در این زمینه شرکت‌هایی که بازیافت انجام می‌دهند در پایگاه‌های اطلاع‌رسانی خود، درباره اهمیت این موضوع اطلاعاتی قرار می‌دهند. به علاوه هر شرکت توضیح می‌دهد که چه اقلامی را برای بازیافت می‌پذیرد. قدم



استفاده نمود.

به طور کلی گزارش شده که تقریباً ۵۰ درصد لباس‌های اهدایی برای بازیافت در کشورهای پیشرفته، قابل استفاده مجدد هستند. برخی شرکت‌های بازیافت کننده، این لباس‌ها را برای صادرات به کشورهای در حال توسعه بسته بندی می‌کنند.

پردازش البسه بازیافتی، بخش آخر فرایند است. منسوجاتی مانند پارچه و لباس، معمولاً ترکیبی از مواد اولیه مصنوعی و مواد زیست تخریب پذیر مانند پنبه هستند. ترکیب مواد اولیه محصولات بر روش بازیافت و همچنین دوام آن اثرگذار خواهد بود. همانطور که پیش از این بیان شد، لباس‌های جمع آوری شده توسط کارگران با تجربه جمع آوری و بسته بندی می‌شود. پس از دسته بندی بسته به نوع آن‌ها به مقاصد مختلف جهت بازیافت یا استفاده مجدد ارسال می‌شوند.

در فرایند دسته بندی منسوجات طبیعی، اقلام ورودی براساس جنس و رنگ دسته بندی می‌شوند. تفکیک لباس‌ها براساس رنگ می‌تواند نیاز به رنگ شدن مجدد آن‌ها را از بین برده و سبب کاهش طول فرایند، هزینه و آلاینده‌ها شود. لباس‌های ارسال شده جهت بازیافت تکه تکه شده و نهایتاً به الیاف اولیه تبدیل می‌شوند. الیاف تولیدی با توجه به محل استفاده نهایی آن‌ها، با سایر الیاف ترکیب می‌شوند. نهایتاً الیاف تولید شده در این مرحله شستشو و تمیز می‌شوند.

پس از شستشو و ریسندگی مجدد الیاف، می‌توان آن‌ها را در فرایندهای مختلف به عنوان ماده اولیه بکار برد. به عنوان مثال می‌توان با فشرده سازی این الیاف، از آن‌ها در فرایند تولید تشک استفاده کرد. بخش دیگری از منسوجات بازیافتی را می‌توان برای تولید مواد پرکننده در صنعت مبلمان، مخروط بلندگوها، عایق خودروها و غیره استفاده کرد.

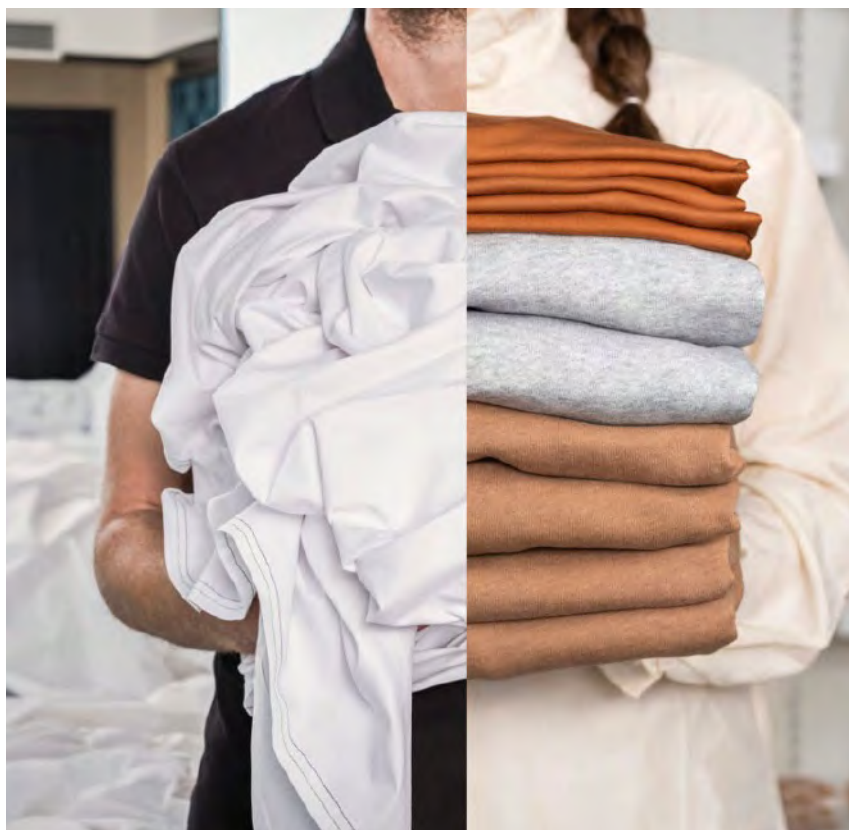
فرایند بازیافت منسوجات مبتنی بر پلی استر تا حدودی متفاوت از منسوجات طبیعی است. در این فرایند در ابتدای امر زیپ‌ها و دکمه‌ها از لباس جدا می‌شوند. در قدم دوم لباس بایستی به قطعات کوچک بریده شود. پس از خرد شدن، پارچه‌ها دسته بندی شده و به شکل گلوله در می‌آیند و ادامه

فرایند بازیافت را طی می‌کنند.

سخن پایانی

با توجه به رشد روز افزون صنعت نساجی و افزایش تولید منسوجات، صنعت بازیافت نیز در حال توسعه است. رشد جمعیت جهان و افزایش زباله‌های تولیدی یکی از مواردی است که لزوم فرایند بازیافت منسوجات را بیان می‌کند.

در حقیقت فعالان در حوزه بازیافت منسوجات، به دنبال ابداع راه‌هایی برای افزایش نرخ بازیافت و همچنین توسعه فناوری‌های مورد استفاده جهت به حداکثر رساندن راندمان فرایند هستند. منسوجات بازیافتی تولید شده در موارد مختلفی به کار برده شده و سبب کاهش هزینه‌ها و آلاینده‌های تولیدی خواهند شد.



پیشرفت‌های صنعت فرش



امروزه تولید کنندگان فرش به ترکیب الیاف مورد استفاده برای بافت فرش توجه بیشتری دارند. در تکنولوژی تولید فرش‌های امروزی روی الیاف مصنوعی کار می‌شود تا به افراد مبتلا به آلرژی کمک شود. الیاف بشرساخته از جمله پلی استر و نایلون مواد حساسیت زا را دفع می‌کنند.

استفاده می‌شود. در برخی موارد به الیاف مورد استفاده در بافت فرش توجه نمی‌شود. در این موارد الیاف الرژی زای استفاده شده پس از مدتی در محیط منزل پخش می‌شوند. در حقیقت این الیاف با راه رفتن عادی روی فرش پس از مدتی از بدنه جدا می‌شوند.

در جوامع کنونی اکثر مردم از تکنولوژی‌های جدید ارائه شده در صنعت فرش بی‌خبر هستند. کنار هم قرار گرفتن دو مفهوم فرش و تکنولوژی برای اکثر افراد مفهومی دور از ذهن است. اما بر خلاف تصورات عامه، کارشناسان و تولید کنندگان فرش و کفپوش دائماً به دنبال راه‌هایی برای بهبود محصولات خود هستند.

از طرفی از آنجایی که این الیاف جزء ترکیبات آلی نیستند، مکان مناسبی را برای رشد کپک‌ها و باکتری‌ها فراهم نخواهند کرد. همچنین گرد و غبار قرار گرفته روی فرش تولید شده از این الیاف، بجای رشد و گسترش به

توصیه می‌شود که افراد مبتلا به آلرژی، پرزهای فرش را با جارو برقی تمیز کرده و فرش را با شامپو و بخارشو تمیز کنند. استفاده از فیلترهای هوا در منازل نیز می‌تواند در به دام انداختن ذرات و پرزهای آلرژی زا کمک زیادی کند.

تولید کنندگان صنعت فرش تلاش می‌کنند که نیاز مشتریان خود را شناسایی کرده و آن را برآورده سازند. صنعت فرش در دنیای امروزی درحال پشت سر گذاشتن کلیشه‌های قدیمی مبنی بر کثیف بودن و جمع آوری میکروب توسط فرش‌ها است.



فرش‌های مدرن تولید شده می‌توانند ویژگی‌های خاص و منحصر بفردی داشته باشند. آن‌ها می‌توانند ضد حساسیت، ضد لکه، ضد آب و حتی سازگار با محیط زیست باشند. خریداران می‌توانند بسته به نیاز خود فرشی را انتخاب کنند که دارای یک یا چند ویژگی خاص باشد.

فرش‌های ضد حساسیت

برای تولید فرش از الیاف مختلفی



سادگی پاک می‌شود. از بین الیاف بشرساخته، نایلون بهترین متریال برای کنترل مواد حساسیت زا و تولید فرش‌های ضد آلرژی است. در بین تکنیک‌های تولید فرش، فرش‌های ماشینی که به وسیله رشته‌های کوتاه و محکم بافته شده‌اند خاصیت ضد حساسیت بیشتری دارند.

بسیاری از فرش‌های موجود دارای سطح مشخصی از ترکیبات آلی فرار هستند. در حقیقت این ترکیبات، مواد شیمیایی باقی مانده از فرایند بیندینگ روی فرش هستند. این ترکیبات به صورت گاز آزاد می‌شوند و مصرف کنندگان بوی آن را حس خواهند کرد. این ترکیبات سبب آسیب جدی به افراد نمی‌شوند اما ممکن است باعث بوجود آمدن واکنش‌های آلرژیک در افراد شوند. بنابراین اگر می‌خواهید یک فرش ضد حساسیت داشته باشید، محصولی را انتخاب کنید که سطح ترکیبات آلی فرار (VOC) آن کمتر باشد.

افرادی که با مشکل آسم دست و پنجه نرم می‌کنند، بیشتر نگران وجود ذرات معلق و گرد و غبار روی سطح فرش هستند. برخلاف تصور عموم، فرش‌های پشمی انتخاب مناسبی برای افرادی که از آسم رنج می‌برند خواهد بود. زیرا این فرش‌ها گرد و غبار کمتری را به خود جذب کرده و همچنین الیاف بلند پشم به سیستم تنفسی افراد راه پیدا نخواهد کرد. البته بایستی به این نکته توجه داشت که فرش مورد استفاده این افراد بایستی به صورت منظم و کامل تمیز شود.

فرش تاکید بیشتری داشته باشید. این دو ویژگی عبارتند از خاصیت ضد آب بودن و مقاومت در برابر لکه که در ادامه در باره آن‌ها صحبت خواهیم کرد.

خاصیت ضد آب بودن فرش

اکثر مردم تصور می‌کنند که میزان جذب رطوبت فرش بسیار پایین است. به همین دلیل است که در آشپزخانه‌ها و سرویس‌های بهداشتی از فرش استفاده نمی‌شود. اما امروزه



فرش‌های مناسب برای کودکان و حیوانات خانگی

وجود بچه‌ها و حیوانات خانگی در منازل می‌تواند سبب آشفته‌گی محیط خانه و کثیفی فرش‌ها شود. به همین دلیل است که والدین بچه‌ها و همچنین افرادی که در منزل از حیوانات خانگی نگهداری می‌کنند، از انتخاب فرش به عنوان یک کفپوش مناسب منزلشان دوری می‌کنند.

امروزه اما به دلیل پیشرفت‌های بوجود آمده در صنعت فرش، این مشکل تا حدودی حل شده است. بسیاری از فرش‌های تولید شده می‌توانند آب و لکه‌های کثیفی را دفع کنند.

در این صورت فرش یک انتخاب مناسب برای خانواده‌های دارای فرزند و حیوانات خانگی است. زیرا فرش یک سطح نرم‌تر با لغزندگی کم‌تر را ایجاد خواهد کرد. فرش همچنین به صورت طبیعی سبب دفع صداها خواهد شد. در هنگام داشتن کودک و یا حیوانات خانگی شما بایستی به وجود دو ویژگی در

صنعت تولید فرش در حال تغییر است. تولید کنندگان با استفاده از فناوری‌های تازه و تولید فرش‌های ضد آب و همچنین ساختار مقاوم‌تر به کمک خانواده‌ها می‌آیند.

امروزه می‌توان از الیاف پلی پروپیلن و سایر پلاستیک‌های بازیافتی برای تولید فرش استفاده کرد. این امر سبب می‌شود که فرش‌های تولیدی قابلیت دفع آب بیشتری داشته باشند. همچنین ساختار چنین فرش‌هایی بجای اینکه دچار ساییدگی و فرسودگی شود، در برابر رفت و آمدهای معمولی مقاوم‌تر خواهد بود. اگر چنین فرشی مرطوب شود، رطوبت به لایه زیرین آن نفوذ نخواهد کرد و سبب لکه شدن نمی‌شود. در نتیجه شما می‌توانید هر محلی را فرش کرده و نگران خراب شدن کف آن نباشید.

مقاومت در برابر لکه

زمانیکه کودکان و یا حیوانات خانگی در یک خانه حضور داشته باشند، مقاومت کفپوش در برابر لکه شدن نیز از اهمیت بالایی برخوردار خواهد بود.

مخلوط الیاف مبتنی بر پلاستیک که پیش‌تر نیز به آن‌ها اشاره شد، دارای خاصیت ضد لکه نیز خواهند بود. الیاف نایلون برای بحث مقاومت در برابر لکه نیز انتخاب بسیار خوبی خواهند بود.

فرش‌های نایلونی تقریباً همیشه در برابر لکه‌ها از خود مقاومت نشان می‌دهند. در حقیقت الیاف نایلون در اغلب موارد با مواد شیمیایی خاص

پوشانده می‌شوند که به دفع لکه‌ها و بوهای نامطبوع از سطح فرش کمک می‌کنند.

امروزه برای فرش‌هایی که دارای دو خاصیت ضد آب و مقاومت در برابر لکه‌ها هستند، تقاضای بیشتری از طرف مصرف کنندگان وجود دارد. زیرا تمیز کردن و نگهداری و مراقبت از این فرش‌ها ساده‌تر از فرش‌های متداول است. این فرش‌ها اغلب از نظر قیمت مقرون به صرفه‌تر هستند و دوام بیشتری دارند. همچنین خاصیت دفع آب و لکه سبب می‌شود که فرش خریداری شده به مدت طولانی‌تری نو و تمیز به نظر می‌رسند.

فرش‌های سازگار با محیط زیست

امروزه در دنیای صنعت می‌توان فرش‌ها را از منابع تجدید پذیر و بازیافتی تولید کرد. فرش‌های جدید را می‌توان از الیاف زیست تخریب پذیر مانند سیسال، علف دریایی، زغال سنگ، پنبه ارگانیک، جوت، پشم ارگانیک و بامبو تهیه کرد. این

الیاف به راحتی در طبیعت رشد می‌کنند، همچنین پس از استفاده نیز دور ریخته نخواهند شد. از بین الیاف بشر ساخته، پلی استر لیفی است که به راحتی بازیافت خواهد شد. الیاف پلی استر را می‌توان برای ایجاد تمام قسمت‌های یک فرش بکار برد. پس از فرسوده شدن فرش نیز، می‌توان آن را دوباره به کارخانه فرستاد و به فرش جدید تبدیل نمود.

یکی از راه‌های عالی برای ترکیب بسیاری از نکات ذکر شده در قبل، استفاده از کاشی فرش‌ها است. این گزینه که به تازگی در بازار رواج پیدا کرده است، این امکان را فراهم خواهد کرد که بجای یک رول بزرگ فرش قطعات و تکه‌های کوچک‌تری داشته باشیم. کاشی فرش‌ها زیبا و شیک هستند و طرح‌های چند وجهی را در انواع استایل‌ها و رنگ‌ها ایجاد خواهند کرد.

کاشی فرش‌ها به راحتی قابل تعویض هستند. بنابراین در صورت ایجاد مشکل و خرابی در فرش ترمیم و تعویض آن ساده‌تر خواهد بود.





افزایش کارایی و کاهش تاثیرات زیست محیطی صنعت فرش

منسوجات کاربردی

استفاده از منسوجات در کاربردهای خاص، به ارتقای محصولات کمک می‌کند. یکی از کاربردهایی که می‌توان برای منسوجات مثال زد، بخش آرایشی و بهداشتی است. در بحث منسوجات و فرش‌هایی که به سلامت مصرف‌کننده ارجحیت می‌دهند، قیمت عاملی تعیین‌کننده نیست. همچنین شناسایی نیازهای بخش‌های مختلف این حوزه راحت است.

تولید کنندگانی که قصد دارند از منسوجات کاربردی استفاده کنند، قادر هستند که محصولات خود را با استفاده از ایده‌های تکنیکال و خلاقانه ارتقاء دهند. صنعت فرش نیز یکی از حوزه‌های کاربردی برای منسوجات است که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

افراد در جوامع امروزی به خوبی از ضرورت حفاظت از محیط زیست آگاهی دارند. همچنین مواردی مانند پایداری و قابلیت

یکی از نوآوری‌هایی که امروزه در بخش نساجی مشاهده می‌شود، استفاده از فرش در کاربردهای خاص است. این امر به تولید کنندگان این امکان را می‌دهد که فرش‌هایی جدید با ویژگی‌های خاص را با استفاده از طیف وسیعی از فناوری‌ها تقویت کنند. در ادامه این مطلب همراه ما باشید تا با تکنیک‌های جدیدی که برای افزایش کارایی و کاهش تاثیرات زیست محیطی در صنعت فرش مورد استفاده قرار می‌گیرند آشنا شوید.





ویژگی‌های کاربردی برای صنعت ریسندگی و بافت فرش شناسایی می‌شوند. همچنین نمونه‌های اولیه فرش‌های کاربردی تولید شده با الیاف شناسایی شده، توسعه داده می‌شود. از طرفی در قسمت دیگری از این عملیات، نمونه‌های اولیه تولید شده با نخ‌های کاربردی به روش تافتینگ نیز توسعه داده می‌شوند.

۳. محصولات تکمیلی مفید که می‌توان از آن‌ها در صنعت چاپ فرش استفاده نمود نیز شناسایی شده و نمونه اولیه فرش‌های چاپی توسعه داده می‌شوند.

۴. تولید فرش‌های پایدار: در زمینه پایداری محصولات، در ابتدا الیاف از منابع تجدید پذیر و بازیافتی برای استفاده در صنعت ریسندگی و بافت فرش شناسایی می‌شوند. پس از شناسایی الیاف مناسب نمونه‌های اولیه تولید شده از این الیاف توسعه داده می‌شود.

علاوه بر استفاده از نخ و الیاف پایدار، برای رنگرزی نیز از رنگ‌های طبیعی برای رنگرزی الیاف طبیعی استفاده می‌شود. در این بخش بایستی توجه داشت که مواد شیمیایی نظیر چسب‌ها نیز بایستی از منابع تجدید پذیر، زیست تخریب پذیر و یا قابل بازیافت شناسایی شوند.

نتایج مورد انتظار

بازیافت محصولات، به عنوان اصولی هستند که مصرف کنندگان به هنگام انتخاب محصول آن‌ها را در نظر می‌گیرند. در حقیقت هدف از تولید محصولات پایدار داشتن میزان ضایعات صفر است. همچنین در مفهوم پایداری بر استفاده از محصول تولیدی به عنوان ماده خام اولیه برای محصولات جدید، مانند فرش و قالیچه، نیز تاکید می‌شود.

اهداف این پروژه

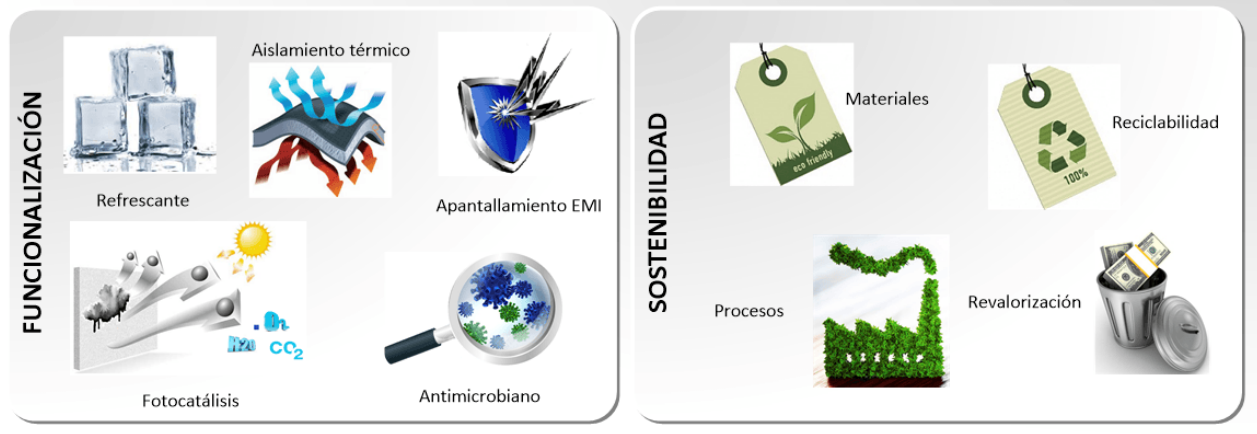
هدف اصلی در این بررسی، توسعه فرش‌های دارای کاربردهای خاص است. در این تحقیقات با استفاده از مواد و فرایندهای خاصی، قابلیت بازیافت محصول نهایی بهبود خواهد یافت. همچنین یکی دیگر از اهداف این پروژه، انجام تحقیقاتی در مورد ارزیابی مجدد ضایعات تولید شده در تمام مراحل تولید به منظور افزایش کیفیت و طول عمر محصولات و ایجاد ارزش افزوده در محصولات می‌باشد.

اهداف خاص مورد توجه در این پروژه عبارتند از:

۱. نظارت تکنولوژیکی به منظور درک وضعیت فعلی صنعت فرش: در این بخش عملکردهایی که به صورت متداول از آن‌ها استفاده می‌شود، راه حل‌های پایدار مورد استفاده در صنعت و همچنین تجهیزات و فرایندهای مورد استفاده در صنعت شناسایی می‌شوند.

۲. ویژگی‌های کاربردی فرش: در این بخش الیاف با

APLICACIÓN



تولید شده از الیاف زیستی (بیوالیاف) و الیاف بازیافتی بخش دیگری از نتایج مورد انتظار در این پروژه است.

با توجه به این موضوع، انتظار می‌رود که نمونه‌های فرش حاوی درصدی از الیاف پایدار و رنگ‌های طبیعی توسعه پیدا کنند. همچنین توسعه فرش‌هایی که به سادگی قابل بازیافت هستند و با استفاده از یک لیمنت یک سره تولید می‌شوند نیز از نتایج مورد انتظار این پروژه است.

از لیمنت یک سره فیلم‌های ضد لغزش در پشت فرش) توسعه داده می‌شوند.

همچنین انتظار می‌رود که در انتهای این پروژه فرش‌های کاربردی که بوسیله چاپ، پرداخت‌هایی روی آن‌ها انجام شده است، توسعه پیدا کنند. در این بخش نمونه‌های فرش با ویژگی‌هایی نظیر قابلیت ایجاد حس تازگی، ضد عفونی کردن محیط داخلی و خواص ضد باکتری و ضد قارچ توسعه داده خواهند شد. به علاوه توسعه فرش‌های پایدار

در این پروژه سعی شده میزان کارایی فرش‌های تولید شده افزایش یابد و همچنین تاثیرات زیست محیطی مخرب آن‌ها کاهش یابد. یکی از نتایجی که در انجام این پروژه مورد توجه است؛ توسعه الیاف زیستی و الیاف کاربردی برای استفاده در صنعت فرش می‌باشد.

انتظار می‌رود که نمونه فرش‌های تولید شده با قابلیت‌هایی نظیر بهبود تعادل بیومکانیکی، که با ترکیب الیاف و ترکیبات بیوسرامیک تولید می‌شوند؛ توسعه یابند.



در بخش دیگری از نتایج مورد توجه این پروژه، انتظار می‌رود که لیمنت‌های کاربردی مورد استفاده برای فرش‌ها توسعه پیدا کنند.

در این بخش نمونه اولیه فرش که دارای قابلیت‌هایی نظیر تضعیف یا محافظت در برابر تشعشعات EMI (با استفاده از پارچه‌های محافظ در پشت فرش)، ظرفیت گرمایی مناسب (با استفاده از ادغام عناصر تکسترونیک در پشت فرش) و خاصیت ضد لغزش (با استفاده

مصر شورای صنایع نساجی را برای توسعه بخش ریسندگی و بافندگی ایجاد می کند

افزایش رقابت پذیری محصولات داخلی در مقایسه با محصولات وارداتی کمک کند. و تهیه نقشه ای برای صنایع نساجی که محل تجمع، پتانسیل رشد و کارایی آنها را مشخص می کند. افزایش ارزش افزوده آنها؛ و زنجیره های ارزش را تقویت کند.

وزیر امور خارجه خاطرنشان کرد: از وظایف این شورا نیز می توان به ایجاد سازوکارهایی برای پیوند بین صنایع غذایی و شرکت های بزرگ در صنعت ریسندگی و بافندگی و یافتن مکانیزمی مدرن برای ارتباط با تمام بازارهای جهانی با هدف ارائه محصولات مصر به عنوان جایگزینی قوی و رقابتی اشاره کرد.

همچنین مطالعه ای برای طراحی برندهای مصری برای بازار داخلی و صادرات با کمک مقامات ذیربط داخلی و بین المللی در این زمینه و همچنین راه اندازی برنامه های آموزش حرفه ای برای احراز شرایط اشتغال مورد نیاز برای این صنعت و راه های اجرای آن تهیه خواهد شد.

در این تصمیم مقرر شده بود که شورا دارای دبیرخانه فنی برای اجرای توصیه ها و تصمیمات خود با مراجع ذیربط و ارائه کمک های فنی در کار شورا باشد. این شورا حداقل هر سه ماه یک بار تشکیل می شود و ممکن است بنا به درخواست رئیس یا حداقل پنج عضو این شورا تشکیل جلسه دهد.



نوبین گاما، وزیر تجارت و صنعت مصر گفت: تشکیل این شورا با هدف ایجاد صنایع نساجی در سطح جمهوری مصر و هماهنگی تلاش ها برای تقویت تمامی حلقه های صنعت نساجی و تلاش برای اجرای چشم انداز راهبردی آن صورت گرفته است.

نوبین گاما، وزیر تجارت و صنعت، تصمیم به ایجاد شورای صنایع نساجی به ریاست وزیر و تعدادی دیگر از مقامات کشوری و کارشناسان این حوزه را صادر کرده است.

وزیر امور خارجه مصر گفت: این مصوبه در تاریخ انتشار در روزنامه رسمی اجرا می شود و مصوبه ۷۸۳ وزارتخانه در سال ۱۳۹۶ و هر آنچه مغایر با مفاد این تصمیم باشد لغو می شود.

وی خاطرنشان کرد که دولت توجه زیادی به ارتقای سیستم صنعت ریسندگی، بافندگی و پوشاک آماده در مصر طبق استانداردهای بین المللی دارد که نیازهای بازار محلی را برآورده می کند و با گسترش در تمامی مراحل تولید، کیفیت محصولات مصر را برای صادرات به بازارهای جهانی از این طریق افزایش می دهد.

او توضیح داد که صنایع نساجی یکی از حیاتی ترین صنایعی است که مصر دارای مزیت های رقابتی بزرگی است که این کشور را واجد شرایط دو برابر کردن صادرات و دسترسی به بازارهای خارجی بیشتر می کند.

گاما تصریح کرد: در این تصمیم صلاحیت هایی مشخص شده است که شورا با هماهنگی مراجع ذی ربط در صنایع نساجی انجام می دهد، از جمله برشمردن مشکلات و موانع پیش روی این صنعت، تنظیم برنامه عملیاتی برای اجرای استراتژی و اهداف دولت برای ترویج و توسعه صنعت ریسندگی و نساجی. صنعت بافندگی و برنامه اجرایی برای اجرای استراتژی.

همچنین شامل مطالعه بهای تمام شده تولید داخلی و پیشنهاد اقدامات لازم برای کاهش این هزینه ها به گونه ای است که به



کلیدی در موفقیت یا شکست بنگاه بازی می‌کند.

مدیران با اندیشه جهانی، دارای یک سری ویژگی‌ها و فاکتورهای اثرگذار هستند که قصد داریم در سلسله نوشتارهایی، آنها را مورد واکاوی قرار دهیم. به این امید که مجموعه این نوشته‌ها در آینده کسب‌وکار این مرز و بوم، اثرگذار باشد.

دانش مدیران

نخستین ویژگی کلیدی مدیران ارشد بنگاه‌های موفق در حوزه بازارهای جهانی به دانش آنها برمی‌گردد. دانش در یک زمینه کلی مطرح می‌شود و بعضاً باعث سردرگمی مخاطب شده است. دانش از یک طرف بیانگر سطح تحصیلات آکادمیک بوده و به میزان سواد اقتصادی و بازرگانی مدیران توجه دارد و از طرف دیگر تجربه بین‌المللی مدیران و آگاهی آنها از بازارهای جهانی، مصرف‌کنندگان و ویژگی‌های خاص آنها در هر بازار (تحلیل فرهنگی بازارها)، رقبای حاضر در بازار و ویژگی‌های خاص آنها (تحلیل رقابتی)، شناسایی گوشه‌های از بازار که دست‌نخورده و بکر باقی مانده‌اند (راهبرد نیچ مارکتینگ) و...

تمرکز بر نوآوری

مدیران جهانی‌نگر دارای اندیشه‌های پویایی بوده و تلاش می‌کنند از تمام فرصت‌های محیط پیرامون بهره‌برداری کنند. یکی از کلیدی‌های این موضوع در نوآوری محوری نهفته است. براین اساس مدیران با بهره‌گیری از آموزه‌های نوآوری محوری، تلاش می‌کنند تمرکز کل سازمان را بر این حوزه قرار داده و در نتیجه در صنعت برخوردار از چنین مدیرانی، نوآوری تبدیل به یک فرهنگ همه‌جانبه می‌شود.

یک صنعت نوآور، لازم است تفکر نوآوری را در همه بخش‌های صنعت جاری و ساری نموده و فرهنگ نوآوری محوری را

ویژگی‌های مدیران جهانی‌نگر

دستاوردی از تحقیقات دانشگاه MIT

در محیط رقابتی و مرگبار امروز، بنگاه‌هایی قدرت ماندن در بازار و بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در آن را دارند که از ویژگی‌های خاصی برخوردار باشند. این موضوع در مورد ورود به بازارهای جهانی از اهمیت بیشتری برخوردار است زیرا شرایط رقابت در آنجا اساساً متفاوت بوده و بنگاه‌های کسب‌وکار به سطح توانمندی بسیار بالایی برای ماندن، افزایش سهم بازار و ادامه حیات نیاز دارند.

یکی از مقوله‌های مهم توانمندی بنگاه‌ها در عرصه بازارهای جهانی به مدیران آنها برمی‌گردد. تفکرات راهبردی مدیران ارشد یک موضوع بسیار اثرگذار در این حوزه بوده و نقش



پاسخگویی بیشتر به افراد زبردست در سازمان "تعریف کرده است (گرین و مکاندرو، ۱۹۹۹).

مشتری محوری

توجه به خواسته‌ها و نیازهای مشتریان و تلاش برای برآورده ساختن آنها به شکلی بهتر و برتر از رقبا شاید مهمترین ویژگی و رویکرد مدیران موفق حداقل از خاستگاه بازاریابی و مدیریت بازار باشد. بر همین اساس مدیران تلاش می‌کنند با بهره‌برداری از راهبردهای نوین بازاریابی بیشتر و بیشتر به مشتریان خود نزدیک شده و آنها را در فرایندهای کاری بنگاه خود دخیل سازند.

یک راهبرد موثر در این حوزه که در صنایع مربوط به فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی درونی‌سازی شده و بسیار مورد توجه قرار گرفته است، استراتژی هم‌آفرینی ارزش است که نگاه متفاوتی به مشتری داشته و وی را به‌مثابه شریک راهبردی بنگاه مورد توجه قرار می‌دهد. در نتیجه مشتری یا مصرف‌کننده در تمامی مراحل کاری تولید ارزش دخالت داشته یا به عبارت ساده‌تر محصول یا خدمت درخواستی وی براساس خواست و نیاز وی و با دخالت مستقیم ایشان تولید و به وی ارائه می‌شود. نتیجه و خروجی محسوس چنین راهبردی رضایت بالاتر مشتری و نهایتاً وفاداری بیشتر وی خواهد بود.

در نوشتارهای بعدی، سایر ابعاد و ویژگی‌های کلیدی مدیران جهانی‌نگر را با هم مرور و در نهایت یک جمع‌بندی کلی در این حوزه ارائه خواهیم کرد. منابع و ماخذ این مجموعه نوشتارها نیز در آخرین مطلب برای علاقمندان عزیز معرفی خواهد شد. امیدوارم برای خوانندگان عزیز مفید واقع شود.



در صنعت درونی‌سازی نماید. درچنین صنعتی، همه بخش‌ها درجست‌وجوی خلق فرصت از دل حوادث، وقایع و حتی بحران‌های پیرامونی بوده و همگام با نیازها و خواسته‌های نسل نوین مشتریان، برای برآورده ساختن آنها بنحوی بهتر و برتر از رقبا تلاش می‌کنند. پس نوآوری محوری تبدیل به ارزش شده و همه اعضای صنعت پایبندی به آن را تعهد خود می‌دانند (لین و همکاران، ۲۰۲۰).

تلاش برای توانمندسازی همه‌جانبه سازمان

خصوصیت دیگر مدیران جهانی‌نگر، توانمندسازی سازمانی است. این ویژگی کلیدی باعث می‌شود، مدیران به جای تمرکز بر یک حوزه خاص از سازمان مانند دپارتمان تولید، بازاریابی، مالی و ...، برنامه‌ریزی‌ها را بر توانمندسازی همه ارکان سازمان متمرکز کنند.

فضای امروز کسب‌وکار با یک محیط رقابتی مرگبار روبروست. مدیران فرصت چندانی برای کنترل کارکنان در اختیار ندارند و باید بیشترین وقت و نیروی خود را صرف شناسایی محیط خارجی و داخلی سازمان کنند و سایر وظایف روزمره را به عهده کارکنان بگذارند. کارکنان زمانی می‌توانند به خوبی از عهده وظایف محوله برآیند که از مهارت، دانش و توانایی لازم برخوردار بوده و اهداف سازمان را به خوبی بشناسند. ابزاری که می‌تواند در این زمینه به کمک مدیران بشتابد فرایند توانمندسازی است (عبداللهی و دیگران، ۱۳۸۵).

از توانمندسازی بعنوان داروی شفابخش و شعار رایج مدیریتی در اوایل سال های ۱۹۹۰ یاد می‌کنند. شاکلتون (۱۹۹۵) توانمندی را بعنوان "فلسفه دادن اختیار تصمیم‌گیری و

جوراب ۱۷۰۰ ساله و اسراری درباره مد در مصر باستان

ترجمه: محبوبه قایدی



این جوراب که طرحی راه راه دارد در حدود قرن سوم یا چهارم دور انداخته شده است و به نظر برای پای یک نوزاد بافته و استفاده شده است.

این جوراب که از محل دفن زباله طی سال‌های ۱۹۱۳-۱۹۱۴ حفاری شهر آنتینوپولیس مصر به رهبری پاپیروولوژیست انگلیسی جان دی مونس جانسون به نمایندگی از صندوق اکتشاف مصر خارج شد، به مجموعه‌های موزه بریتانیا در لندن رسید.

در حالی که تحقیقات قبلی قدمت آن را مشخص کرده بود، چیز زیادی در مورد جوراب یا جفت آن، که احتمالاً در اثر زمان گم شده بود در دست نبود.

اکنون، تحقیقات جدید اسرار جوراب را آشکار می‌کند. همانطور که کارولین دیویس برای گاردین گزارش می‌دهد، گروهی از دانشمندان موزه با امید به درک بهتر شیوه‌های ساخت و تجارت لباس مصر باستان تصمیم گرفتند رنگ‌های موجود در جوراب را به همراه چندین منسوجات دیگر که مربوط به حدود ۲۵۰ تا ۸۰۰ پس از میلاد هستند تجزیه و تحلیل کنند.

آنها از تصویربرداری چند طیفی استفاده کردند، که فقط به اسکن سطح جوراب برای آزمایش رنگدانه‌ها نیاز دارد. حتی اگر رنگ‌های خاصی به حدی تنزل پیدا کرده باشند که با چشم غیرمسلح قابل مشاهده نباشند، تصویربرداری چند طیفی می‌تواند آثار رنگی کوچک را در طول موج‌های مختلف نور تشخیص دهد. می‌توانید این سیستم را به عنوان دوربینی برای جوهر نامرئی در نظر بگیرید.

تجزیه و تحلیل‌ها نشان داده که این جوراب حاوی نخ پشمی در هفت رنگ است که با الگوی دقیق و راه راه بافته شده‌اند. به گفته

جوآن دایر، نویسنده اصلی این مطالعه، تنها سه رنگ طبیعی و گیاهی - ریشه‌های روناس برای رنگ قرمز، برگ‌های نیل برای رنگ آبی و گل‌های گل وحشی خودرو برای رنگ زرد - برای ایجاد ترکیب‌های رنگی مختلف روی جوراب استفاده شد.

در مجله PLOS ONE. در مقاله‌ای، او و همکارانش توضیح می‌دهند که تکنیک تصویربرداری همچنین نشان داد که چگونه رنگ‌ها برای ایجاد رنگ‌های سبز، بنفش و نارنجی ترکیب می‌شوند: در برخی موارد، الیاف با رنگ‌های مختلف با هم چرخیده می‌شوند. در برخی دیگر، نخ‌های منفرد از حمام‌های رنگی متعدد عبور کرده‌اند.

چنین پیچیدگی بسیار چشمگیر است، با توجه به اینکه جوراب باستانی هم «ریز» و هم «شکننده» است. با توجه به اندازه و جهت آن، محققان بر این باورند که ممکن است روی پای چپ کودک استفاده شده باشد.

این جوراب بینشی فراتر از آنچه در میان مدهای جوانان تقریباً ۱۷۰۰ سال پیش وجود داشت، ارائه می‌دهد. تجزیه و تحلیل ساخت آن بینش زیادی در مورد دوره زمانی که در آن پاهای کوچک را گرم کرده است به دست می

دهد. دوره‌ای که اواخر دوران باستان مصر را تشکیل می‌داد، سرشار از تاریخ است: در این زمان، مصر تحول عظیمی را تجربه کرد که با فتح منطقه توسط مسلمانان در سال ۶۴۱ پس از میلاد به پایان رسید.

دایر به دیویس می‌گوید: «این رویدادها بر اقتصاد، تجارت، دسترسی به مواد تأثیر می‌گذارد، که همگی در آرایش فنی لباس‌های مردم و نحوه ساخت این اشیاء منعکس می‌شود.»

اعتقاد بر این است که جوراب‌ها از عصر حجر تکیه‌گاه اصلی انسان‌ها بوده‌اند - اگرچه اولین نسخه‌های آن، که فقط پوست حیوانات یا پوست‌هایی بودند که قرار بود دور پا پیچیده می‌شدند، شباهت زیادی به جوراب‌های امروزی نداشتند.

مصریان باستان از تکنیک حلقه زدن تک سوزنی که اغلب به آن "nälbinding" گفته می‌شود برای ایجاد جوراب خود استفاده می‌کردند. قابل توجه است که این رویکرد می‌تواند برای جدا کردن انگشت شست پا و چهار انگشت دیگر در جوراب مورد استفاده قرار گیرد.



۲۵۷ خریدار فرش خارجی از ۴۸ کشور و ۲۸۰ نماینده خرید

چهل و دومین نمایشگاه فرش هند ۲۰۲۲

بزرگترین نمایشگاه فرش آسیا

چهل و دومین نمایشگاه فرش هند با حضور تعداد زیادی از بازدیدکنندگان هر ساله در دهلی نو برپا میشود. شورای ترویج صادرات فرش، چهل و دومین دوره نمایشگاه فرش هند را از ۲۵ تا ۲۸ مارس ۲۰۲۲ در محل نمایشگاه NSIC، دهلی نو، با هدف ترویج میراث فرهنگی و به نمایش گذاشتن مهارت های بافندگی فرش دستباف هندی در میان صنعتگران فرش دستباف هندی و خریداران خارج از کشور برگزار می کند.



چهل و دومین نمایشگاه فرش هند ۲۰۲۲ - بزرگترین نمایشگاه فرش آسیا با معیاری برای دستیابی به هدف تعیین شده توسط دولت هند برای ۲۰۲۲ - ۲۰۲۳ به پایان رسید.

۲۵۷ خریدار فرش خارجی از ۴۸ کشور و ۲۸۰ نماینده خرید حضور خود را در نمایشگاه فرش هند ۲۰۲۲ ثبت کردند.



۲۵۷ واردکننده فرش عمدتاً از آرژانتین، استرالیا، آذربایجان، بنگلادش، بلژیک، برزیل، کانادا، کاستاریکا، کرواسی، دانمارک، مصر، فنلاند، فرانسه، آلمان، غنا، گواتمالا، اندونزی، ایران، اسرائیل، ایتالیا، ژاپن، اردن، کنیا، قرقیزستان، لیتوانی، موریس، مکزیک، نپال، هلند، فلسطین، لهستان، پرتغال، قطر، رومانی، روسیه، سنگاپور، اسلواکی، آفریقای جنوبی، اسپانیا، سریلانکا، سوئد، سوئیس، تایلند، تونس، ترکیه، امارات متحده عربی، بریتانیا، ایالات متحده آمریکا و ۲۸۰ نماینده خرید حضور خود را در مگا

اکسیپو فرش هندوستان شرکت کردند.

جو هینسون، یک خریدار از ایالات متحده گفت که این اولین بار است که او به هند می رود. "نمایشگاه شگفت انگیز بود و محصولات واقعاً از مواد طبیعی و دست ساز با کیفیت برتر ساخته شده بودند. ما در آینده نزدیک فرصت های تجاری خوبی را با شرکای هندی و محصولات هندی با کیفیت خواهیم داشت زیرا صنایع دستی غنی هند تقاضای زیادی در بین خریداران آمریکایی دارد."

از Angel Lackrin خریدار دیگری از کشور انگلستان و از فروشگاه های زنجیره ای ICE ۲۰۲۲ بود که در آن عمدتاً فرش های دست باف هندی به فروش می رسد. خانم انجل در مورد نمایشگاه گفت: این باعث صرفه جویی در زمان، انرژی و پول من شد که در غیر این صورت برای ملاقات جداگانه با هر یک از این تولیدکنندگان باید انجام می دادم. هماهنگی ها و برگزاری نمایشگاه در سطح جهانی بود و من شخصاً می خواهم از CEPC برگزار کننده این رویداد تشکر کنم که این نمایشگاه را پس از ۲ سال از گذشت کرونا به یک رویداد پربار و سودآور تبدیل کرد. من مشتاقانه منتظر شرکت در نمایشگاه بعدی هستم."

آقای عمر حمید، رئیس CEPC، در سخنان پایانی خود گفت: "در حالی که جنگ بین روسیه و اوکراین از

قبل آغاز شده بود، هرگز تحمل چالش برگزاری چنین رویداد بزرگی آسان نبود. جنگ، کرونا، اوضاع مبهم اقتصاد جهانی و ... دعوت و حضور خریداران در نمایشگاه را به کار دشواری تبدیل کرده که خوشبختانه توانستیم آن را انجام دهیم."

او در ادامه گفت: «کسی برای شروع باید ابتکار عمل را به دست می گرفت. این نمایشگاه صنعت فرش هندوستان را نقطه عطفی به جلو خواهد برد و به آنها برای کل سال تجارت خواهد داد. از آنجایی که ما باید به هدف تعیین شده برای صنعت خود برای سال ۲۰۲۲-۲۳

دست یابیم، گام های خود را برای پیشبرد و تحقق اهدافمان برداشته ایم."

این نمایشگاه فرصت های بازار جدیدی را برای صنعت فرش هندوستان ایجاد کرده و به صادرکنندگان فرش کوچک و متوسط هندی کمک می کند تا محصولات خود را به کشورهای خارجی صادر کنند. در نهایت، این یک فرآیند در حال انجام، در مقیاس وسیع تر است و در طرح «نام تجاری ساخت هند» در بازارهای صادراتی بسیار مؤثر است.



زنجیره تامین منسوجات و پوشاک در جهان را بهتر بشناسیم

انعطاف‌پذیری چین در شاخص آسیب‌پذیری

زنجیره تامین منسوجات و پوشاک جهان

یک شاخص آسیب‌پذیری زنجیره تامین، برخی از صنایع نساجی و پوشاک پیشرو در جهان را رتبه‌بندی کرده است. در این رتبه‌بندی، چین به عنوان دارنده خودکفاترین زنجیره تامین نساجی و پوشاک معرفی شده است. صادرات نساجی و پوشاک چین بسیار بالاتر از واردات آن است.

Just Style داده‌های ارائه شده توسط پایگاه داده تجارت جهانی Comtrade را تجزیه و تحلیل کرده است که ۱۲۷ کشور از ۱۹۵ کشور جهان را برای تعیین تعادل کالا میان واردات و صادرات منسوجات و پوشاک را بررسی می‌کند.



هدف این تجزیه و تحلیل این است که مشخص کند صنایع تولید نساجی و پوشاک در کدام کشورها کمتر آسیب‌پذیر هستند یا به عبارتی سهم صادرات خیلی بیشتری در مقایسه با واردات خود دارند.

جای تعجب نیست که چین در هر دو شاخص بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده است، در حالیکه هند در هر دو شاخص پوشاک و منسوجات در فهرست سه رتبه اول قرار دارد.

با این حال، باید توجه داشت که بنگلادش که از کشورهای پیشرو در صادرات پوشاک در جهان محسوب می‌شود، یکی از کشورهای بود که در این شاخص نشان داده نشده بود. Comtrade دلیل این امر را اینگونه توضیح داده است که اطلاعاتی از اداره آمار ملی بنگلادش برای آنها ارسال نشده است.

سلطنت کشور چین

براساس داده‌های Comtrade، چین در سال ۲۰۲۰ به ارزش ۲۱.۰۵ میلیارد دلار مواد خام نساجی وارد کرده، در حالیکه صادرات ۷۰.۶۱



از نظر منسوجات پنبه‌ای، در سال ۲۰۱۹، سهم بازار چین به ۳۱.۶ درصد از واردات منسوجات پنبه‌ای آمریکا رسید که در سال‌های ۲۰۲۲ و ۲۰۲۱ به ۲۸ درصد و ۲۴.۱ درصد کاهش یافته است.

صنعت قوی تولید نساجی، ایالات متحده را در جایگاه خوبی نگه می‌دارد.

بسیاری از برندهای پوشاک و خرده فروشان آمریکایی به دلیل تنش‌های سیاسی میان ایالات متحده و چین که منجر به اعمال تعرفه‌ها و متعاقباً افزایش هزینه‌های منابع شده، مجبور شده‌اند راه‌های مختلفی را برای تهیه پوشاک خود جستجو کنند. بخشی از این تنش‌ها ناشی از سرکوب وارداتی است که حاوی مواد اولیه از منطقه سین کیانگ چین است، جایی که ایالات متحده ادعا می‌کند که مسلمانان اویغور درگیر بدرفتاری و کار اجباری هستند. سین کیانگ مسئول ۲۰ درصد از تولید پنبه چین بود و لایحه ایالات متحده مبنی بر ممنوعیت واردات تمام محصولات این منطقه در دسامبر ۲۰۲۱ امضا شده است. بنابراین جالب است که ببینیم چگونه پیشروی چین در این شاخص آسیب‌پذیری، که بر اساس داده‌های سال ۲۰۲۰ است، اکنون با ممنوعیت کامل پنبه سین کیانگ

میلیارد دلاری آن، مازاد تجاری ۴۹.۵۵ میلیارد دلاری برای این کشور به همراه داشته است. از نظر پوشاک تمام شده، چین ۲۳۸.۳۳ میلیارد دلار صادرات و ۱۵.۶۶ میلیارد دلار واردات داشته است که منجر به مازاد کالای ۲۲۲.۶۷ میلیارد دلاری در سال ۲۰۲۰ شده است.

برای چندین دهه، چین به عنوان منبع اصلی پوشاک بوده است. هزینه پایین پوشاک و نیروی کار بسیار ماهر به همراه زنجیره‌های تامین یکپارچه آن، عملاً بی‌رقیب است.

علاوه بر این، چین تامین کننده اصلی منسوجات از جمله پنبه است و ۸۰ درصد از تولید پنبه در جهان را بر عهده دارد. همچنین، یکی از بازارهای عمده پوشاک و منسوجات پنبه‌ای ایالات متحده است. اما در چند سال گذشته، سهم بازار چین از واردات پوشاک و منسوجات پنبه‌ای آمریکا کاهش شدیدی داشته است.

در سال ۲۰۱۹، سهم بازار چین از محموله‌های پوشاک پنبه‌ای به ایالات متحده به ۲۱.۹ درصد رسید که به ترتیب به ۱۵.۴ درصد و ۱۵.۲ درصد در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ کاهش یافته است.

Apparel trade balance: top ten surplus countries

Country	Trade surplus (\$bn)
China	222.67
Vietnam	45.67
India	16.98
Turkey	16.33
Indonesia	10.55
Pakistan	9.72
Cambodia	8.39
Italy	7.12
Myanmar	4.92
Sri Lanka	4.16

Source: Comtrade

JUST STYLE

تغییر خواهد کرد.

هند، یکی دیگر از تولیدکنندگان عمده پنبه، الگویی مشابه چین از خود نشان می‌دهد و در شاخص‌های زنجیره تامین پوشاک و منسوجات انعطاف‌پذیری بالایی دارد.

در سال ۲۰۲۰، هند ۱۸.۹۱ میلیارد دلار پوشاک تمام شده صادر کرده، در حالیکه تنها ۱.۹۳ میلیارد دلار واردات داشته است. از نظر مواد خام نساجی، صادرات ۱۰.۶۵ میلیارد دلار در مقایسه با واردات ۳.۶۱ میلیارد دلار موجب مازاد کالای ۷.۰۴ میلیارد دلاری شده است.

در سال‌های اخیر، هند توجه و سرمایه‌گذاری خود را بر افزایش تولید و صادرات نساجی خود متمرکز کرده است.

اخیراً، دولت مرکزی یک طرح تشویقی مرتبط با تولید (PLI) به ارزش ۱۰۶۸۳ کرور INR برای تولیدکنندگان پارچه و پوشاک در بخش الیاف مصنوعی و شرکت‌های منسوجات فنی داخلی تصویب کرده است.

علاوه بر این، در پاسخ به فشار جهانی بر موضوع پایداری، هند نیز تلاش می‌کند تا به صورت سبز و پایدار دیده شود.

است که آن را در موقعیتی قوی در شاخص آسیب‌پذیری زنجیره تامین نساجی قرار می‌دهد، زیرا کمتر به منابع منسوجات و پوشاک پنبه‌ای وابسته است.

ایالات متحده با کسری تراز تجاری ۱۱۶.۰۸ میلیارد دلار میان واردات و صادرات پوشاک در سال ۲۰۲۰ در پایین‌ترین نقطه شاخص آسیب‌پذیری زنجیره تامین پوشاک قرار دارد. این امر احتمالاً با اشتباهی مصرف‌کننده برای لباس‌هایی که ایالات متحده قادر به تولید سریع آن‌ها یا در حجم مورد نیاز نیست، مرتبط است.

برعکس، به دلیل توانایی آن در تولید و صادرات منسوجات بیشتر از آنچه که وارد می‌کند، در شاخص آسیب‌پذیری زنجیره تامین نساجی با تراز کالای مازاد ۵.۳۶ میلیارد دلاری، بسیار برجسته است.

آیا هند یک مدعی شایسته برای عنوان پیشروی چین است؟

Textiles trade balance: top ten surplus countries

Country	Trade surplus (\$bn)
China 	49.55
India 	7.04
USA 	5.36
Italy 	3.58
South Korea 	2.63
Brazil 	2.26
Australia 	1.41
Uzbekistan 	1.24
Austria 	1.07
Thailand 	0.76

Source: Comtrade

JUST STYLE

آسیب‌پذیرترین هستند.

این ارقام نشان می‌دهد که کشورهای توسعه‌یافته بیشتر به پوشاکی که وارد می‌شود متکی هستند تا صادرات آن.

بریتانیا و آلمان همراه با ایالات متحده در انتهای شاخص آسیب‌پذیری زنجیره تامین پوشاک قرار دارند. بریتانیا در سال ۲۰۲۰ به ارزش ۱۰.۶۷ میلیارد دلار پوشاک صادر کرده است که در مقایسه با واردات ۳۵.۸۹ میلیارد دلاری آن، کسری تراز کالایی ۲۵.۲۳ میلیارد دلاری بر جای گذاشته است.

در همین حال، کشور آلمان ۳۵.۷۶ میلیارد دلار پوشاک صادر کرده که در مقابل واردات ۶۱.۶۶ میلیارد دلاری آن منجر به کسری تراز کالایی ۲۵.۹۱ میلیارد دلاری شده است.

اما زنجیره‌های تامین نساجی کشورهای توسعه یافته کمتر آسیب‌پذیر هستند.

با نگاهی به روی دیگر سکه، آلمان، ایالات متحده، جمهوری کره، استرالیا و اتریش جزو ۲۰ صادرکننده بزرگ منسوجات در جهان در سال ۲۰۲۰ بوده‌اند. این امر منطقی است زیرا کشورهای توسعه یافته معمولاً به دلیل اینکه تولید نساجی بیشتر سرمایه بر است، بر تولید و صادرات منسوجات تمرکز می‌کنند.

در پایان سال گذشته، برندهای Adidas، Levi Strauss & Co و PVH Corp اعلام کردند که از یک پروژه جدید برای درک جریان زباله‌های نساجی در مراحل قبل و پس از مصرف در هند و راه‌حل‌های آزمایشی حمایت خواهند کرد.

با نگاهی به شاخص‌های آسیب‌پذیری زنجیره تامین پوشاک، می‌توان دریافت که کشورهای آسیایی و شمال آفریقا غالب هستند. پاکستان، اندونزی، میانمار، سریلانکا، مراکش و مصر، همگی در میان کمترین آسیب‌پذیری‌ها قرار دارند. این امر با این ایده مرتبط است که کشورهای در حال توسعه بر روی نقاط قوت خود در تجارت کارگر در زمینه تولید پوشاک بازی می‌کنند.

همچنین جالب است که ببینیم کدام کشورها در شاخص آسیب‌پذیری زنجیره تامین پوشاک آسیب‌پذیرترین کشورها محسوب می‌شوند.

کشورهای اروپایی از جمله آلمان، بریتانیا، اتریش و سوئیس و همچنین آمریکا، کانادا، روسیه، استرالیا و جمهوری کره در انتهای جدول قرار دارند.

زنجیره‌های تامین پوشاک کشورهای توسعه یافته

Apparel Supply Chain Vulnerability Index 2022



Source: GlobalData based on Comtrade

شاخص آسیب‌پذیری زنجیره تامین منسوجات

JUST STYLE

در سال ۲۰۲۰، ازبکستان که از صنعت پنبه قوی‌ای برخوردار است - علیرغم نگرانی‌های جهانی در مورد کار اجباری در فصل برداشت پنبه، ۱.۵۱ میلیارد دلار منسوجات صادر کرده است، در حالیکه تنها ۲۷۴.۷۲ میلیون دلار واردات داشته است که منجر به تراز کالایی مازاد ۱.۲۴ میلیارد دلاری شده است.

آسیب پذیرترین زنجیره تامین نساجی جهان

در پایین نمودار که به عنوان آسیب پذیرترین زنجیره تامین نساجی در نظر گرفته شده، برخی از بزرگترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک آماده جهان از جمله سریلانکا (رتبه ۱۲۰)، اندونزی (رتبه ۱۲۴)، کامبوج (رتبه ۱۲۵) و ویتنام در جایگاه آخر (رتبه ۱۲۶) قرار دارند.

طبق داده‌های سازمان تجارت جهانی، در سال ۲۰۲۰ ویتنام دومین صادرکننده بزرگ پوشاک آماده جهان بوده است. این کشور، ۱۶.۹۷ میلیارد دلار مواد خام نساجی وارد کرده است، در حالیکه صادرات آن تنها ۶.۲۲ میلیارد دلار بوده و کسری درآمدی ۱۰.۷۵ میلیارد دلاری به همراه داشته است.

با پیشرفت اقتصاد یک کشور، ما همچنین انتظار داریم که از تولید و صادرات اقلام پوشاک دور شده و به جای آن بر محصولات نساجی مبتنی بر سرمایه و فناوری متمرکز شود.

یک نمونه بارز کشور پاکستان است که در حالیکه یکی از بزرگترین تولیدکنندگان پوشاک در جهان است، زنجیره تامین نساجی آن نیز یکی از قوی‌ترین‌ها در نظر گرفته می‌شود.

موارد استثنا

در سال ۲۰۲۰، صادرات منسوجات پاکستان به ارزش ۳.۲ میلیارد دلار بوده است، در حالیکه ۲.۸۴ میلیارد دلار واردات داشته و مازاد تراز کالایی آن ۳۶۲.۷۳ میلیون دلار بوده است.

ازبکستان در شاخص آسیب پذیری زنجیره تامین پوشاک در رتبه ۲۲ با تراز کالایی مازاد ۵۷۲.۳۵ میلیون دلاری قرار دارد. همچنین، توسط Comtrade در میان ده تامین کننده برتر شناسایی شده و توسط Just Style با آسیب پذیری کم در زنجیره تامین نساجی (رتبه نهم) معرفی شده است.

Textiles Supply Chain Vulnerability Index 2022



Source: GlobalData based on Comtrade

شاخص آسیب پذیری زنجیره تامین پوشاک

JUST STYLE

آسیب شناسی مدیریت فروش فرش دستباف



چکیده

توجه به سلايق مشتریان، توجه به روش های مدرن فروش و توجه به روش های مدرن بازاریابی.

مقدمه

کاشان در گذشته یکی از مهم ترین شهر های ایران در تولید فرش بوده و در این زمینه از شهرت ویژه ای برخوردار بوده است. اما به مرور زمان از این شهرت کاسته می شود. این امر دلایل مختلفی دارد که یافتن این دلایل نیاز به آسیب شناسی دقیق و درست دارد، تا بتوان فرش هایی با کیفیت و زیبا تولید کرد و مهم تر از آن این فرش ها را به فروش رساند. شهر کاشان به لحاظ قدمت از قدیمی ترین شهر های ایران است که تمدنی باستانی در آن شکل گرفته است.

این شهر در منطقه ای کویری قرار گرفته و دارای آب و هوایی خشک است. در این شهر صنایع دستی مهمی وجود داشته که از دلایل شهرت جهانی آن است مانند قالی بافی، مخمل بافی و زری دوزی. اما متأسفانه در طول زمان این تولیدات کاسته شده و حتی فرش دستباف جای خود

تولید فرش و صادرات فرش کاشان، همواره از گذشته تا کنون بخش مهمی از تولیدات فرش ایران و فرش های صادراتی را تشکیل می داده است. کاشان یکی از مراکز مهم تولید فرش دستباف در گذشته بوده است اما امروزه از شهرت آن کاسته شده است. این امر عوامل مختلفی دارد که نیازمند آسیب شناسی و رفع آسیب هاست.

یکی از آن عوامل مدیریت فروش فرش دستباف است که دچار آسیب هایی شده است. این آسیب ها شامل آسیب هایی در زمینه خلاقیت و نوآوری، توجه به سلايق مشتریان، روش های مدرن فروش، روش های مدرن بازاریابی و کیفیت و اصالت فرش دستباف کاشان است. هدف این پژوهش شناسایی آسیب های وارد شده بر مدیریت فروش فرش دستباف کاشان است.

این پژوهش از بعد هدف کاربردی و از بعد چگونگی گردآوری داده ها و روش کار، از نوع همبستگی می باشد. ابزار جمع آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه بوده و تعداد ۸۰ نفر از فروشندگان، تولید کنندگان، طراحان فرش دستباف کاشان و صاحب نظران جامعه آماری این پژوهش را تشکیل داده اند.

جهت سنجش پایایی پرسش نامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. برای آزمون فرضیه های تحقیق از روش حداقل مربعات جزئی در نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است. یافته ها نشان از آن بود که آسیب های مدیریت فروش بر فروش فرش دستباف کاشان تاثیر دارند. تاثیر این مولفه ها به ترتیب عبارتند از: خلاقیت و نوآوری در فرش دستباف کاشان، وجود کیفیت و اصالت،





آسیب شناسی مدیریت فروش نیازمند توضیح مفاهیمی مانند آسیب شناسی، مدیریت فروش، بازاریابی، آمیخته بازاریابی، کیفیت، تجارت الکترونیک، تبلیغات، نوآوری، برند و برند سازی می باشد تا با درک درست این مفاهیم به شناسایی میزان تاثیر آن ها در فروش فرش دستباف پرداخته شود. امروزه با گسترش استفاده از شبکه های اینترنتی و بازاریابی های اینترنتی، هر حرفه و تولیدی نیازمند نوآوری و فروش اینترنتی است که فرش دستباف از این قاعده مستثنی نیست.

در این میان فرش ماشینی با وجود تنوع در رنگ و طرح، تنوع در فرم و اندازه جایگاه بهتری نسبت به فرش دستباف کسب کرده است. حال فرش دستباف کاشان نیازمند راهکار هایی است تا به جایگاه گذشته خود را باز یابد. همچنین نیازمند همکاری تولید کنندگان فرش دستباف و دولت برای اجرایی کردن این راهکار ها می باشد.

را به فرش ماشینی داده است و در حال حاضر کاشان یکی از مهمترین قطب های تولید فرش ماشینی در ایران است. این امر دلایل مختلفی دارد که در این پژوهش سعی شده با استفاده از مطالعه و مشاهده و هم چنین پرسشنامه این دلایل شناسایی شود.

جامعه آماری در این پرسشنامه صاحب نظران و فروشندگان فرش دستباف هستند. یکی از مهم ترین دلایل، پایین آمدن کیفیت فرش دستباف نسبت به گذشته است. الیاف همانند گذشته طبیعی نیستند و از رنگرزی طبیعی و سنتی نیز دیگر استفاده چندانی نمی شود. همچنین تقلب کاری نیز افزایش یافته و این امر باعث سلب اعتماد مشتریان شده است. همین طور عدم استفاده از طرح ها و رنگ های جدید و مدرن و عدم نوآوری در زمینه های مختلف از تولید تا فروش از دیگر دلایل کاهش فروش فرش دستباف است.

ادامه مقاله را از لینک زیر دنبال نمایید: www.kohanjournal.com

TRANSFORMING THE WORLD OF TEXTILES



ITMA 2023

08 — 14
JUNE 2023

FIERA MILANO RHO
MILAN - ITALY
www.itma.com

Accelerating Industry Innovation Through Collaboration

Be a part of the world's largest textile and garment technology exhibition. Together we will shape the future of textiles and lead sustainable change in our world.



1,717

Exhibitors*
45 Countries



105,298

Visitorship*
136 Countries



220,000m²

Gross Exhibition
Space*

*ITMA 2019 Statistics

Start-Up Valley ^{NEW}

If you are a start-up with innovative solutions for the textile industry, apply now for the **CEMATEX grant** which covers 100% of stand rental and construction fee!

// 97% of Exhibition Space Sold. Limited Space Available. Act Now! //

Learn more about what ITMA has to offer.

Visit itma.com/whyexhibit/m47ktj or scan the QR code below.

Show Owner



CEMATEX Associations

ACIMIT (Italy)
AMEC AMTEX (Spain)
BTMA (United Kingdom)
GTM (Netherlands)
SWISSMEM (Switzerland)

SYMATEX
(Belgium)
TMAS (Sweden)
UCMTF (France)
VDMA (Germany)

Show Organiser



ITMA SERVICES
T: +65 6849 9368
E: info@itma.com



Connect With Us
@ ITMA 2023





کهن

مجله بین المللی تخصصی صنعت نساجی ایران
 دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
 سال ۱۳ شماره ۷۰، تیر ۱۳۹۱، قیمت ۷۰۰۰۰ تومان

Silink
 سامانه ارتباطی

ایمکانهای جدید نرم افزار سیلینک

www.silink.ir

کهن

مجله بین المللی تخصصی صنعت نساجی ایران
 دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
 سال ۱۳ شماره ۷۰، تیر ۱۳۹۱، قیمت ۷۰۰۰۰ تومان

چاپ صنعتی سردیس
 چاپ صنعتی نساجی، چاپ گرافیک و تبلیغات
 سردیس چاپ صنعتی نساجی

PARDIS PRINT

www.pardisprint.com



کهن

مجله بین المللی تخصصی صنعت نساجی ایران
 دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
 سال ۱۳ شماره ۷۰، تیر ۱۳۹۱، قیمت ۷۰۰۰۰ تومان

www.kohanjournal.com



کهن

مجله بین المللی تخصصی صنعت نساجی ایران
 دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
 سال ۱۴ شماره ۷۰، تیر ۱۳۹۱، قیمت ۷۰۰۰۰ تومان

اسطوره تکرار نشدنی صنعت نساجی و فرش ماشینی

فرش پارسیان
 شرکت سهامی عام فرش پارسیان

**FREE
 DOWNL
 OAD**