



مجله بین المللی تخصصی صنعت نساجی ایران
دو ماه نامه علمی، پژوهشی، خبری و اطلاع رسانی
دوره جدید / شماره ۴۳ / شهریور ۱۳۹۶ / قیمت ۸۰۰۰ تومان
صنعت فرش ماشینی، الیاف مصنوعی و متسوجات بی بافت

ویژه نامه

نهمین نمایشگاه فرش ماشینی و موکت
پرست و سومین نمایشگاه ایران تکس



فرش ستاره کویریزو

www.setarehkavir.com

چنگی بر تارِ خاطره

صادر کننده نمونه ملی

تندیس طلایی حمایت از حقوق مصرف کنندگان

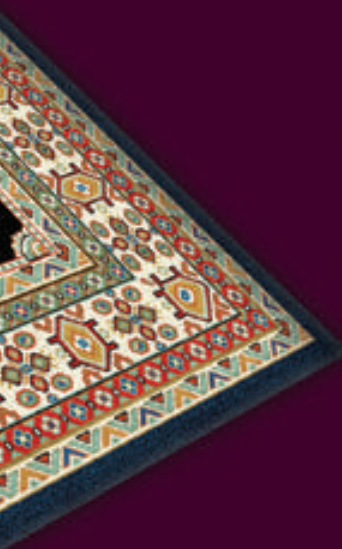
دارای لیسانس درالون آلمان (الیاف اکریلیک بکار رفته در

محصولات این شرکت ضد حساسیت و دارای ثبات رنگ می باشد.)





www.espadanacarpet.ir



فرشتن اسپادانا

ESPADANA CARPET

تولید کننده انواع فرشهای ماشینی با جدیدترین ماشین آلات روز دنیا

هفتصد هزار و هزار و دویست شانه

محصول جدید گلیم و جاجیم هشت رنگ گل برجسته

کاشان / شهرک صنعتی امیرکبیر
خیابان یاس ۷ / مجموعه نگین گلستان

۰۳۱ ۵۵۵۰۳۶۱۷ - ۸

espadanacarpet@yahoo.com



شرکت پایارزین

تنها تولید کننده S.B.R LATEX در ایران
مخصوص صنایع نساجی به ویژه فرش و موکت
برترین گزینه کیفی در آهار فرتن

- Excellent adhesion to polypropylene, acrylic, polyester & cotton fibers.
- Excellent elastic properties.
- Excellent elongation without failure.
- Suitable stiffness.
- Pilling resistance.
- Increasing in dimension fastness of carpet.
- Increasing washing fastness.
- Ability to use in high & low density new machine made carpets.
- Creating good friction with covered surface .
- High filler load ability especially in process of tufted moquette manufacturing.



نشانی : اصفهان، منطقه صنعتی مبارکه،
فاز اول، انتهای خیابان نهم، پلاک ۱۱
تلفن: ۰۳۱ - ۵۲۳۷۳۷۰۳ ~ ۴
فکس: ۰۳۱ - ۵۲۳۷۴۳۰۴
www.payaresin.com
office@abnil.com

S.B.R Latex



...دعوت به دیدن زیبایی

۱۲۰۰
شانه

کلکسیون شاهکار
گل برجسته (هایبالک)

۸ رنگ / تراکم ۳۶۰۰

فرش الماس کویر



www.almascarpets.com

۰۳۴۳ ۱۳۴۲ ۰۲۳

سازمان بازرگانی :



شرکت لونا فام

(سهامی خاص)

www.lunafam.com
info@lunafam.com

تلفن ۲۶۴۰ ۲۷۸۸
فکس ۲۶۴۰ ۲۷۸۹

تهران . میرداماد . بالاتر از میدان کتابی
خیابان ساسانی پور . معیری . شماره ۱۱

تاشکری

بازرگانی نسکوی

فروش انواع فرش ۷۰۰ شانه، ۱۰۰۰ شانه
و ۱۲۰۰ شانه و انواع فرش فانتزی
(شگی، شنل، فیریز، گلیم، کودک)

تلفن: ۰۲۱-۳۳۶۶۰۲۱۲/۰۲۱-۳۳۶۶۰۲۸۵

تلفن: ۰۲۶-۳۶۶۱۵۹۵۰/۰۲۶-۳۶۶۱۵۹۴۴

همراه: ۰۹۱۲-۳۸۶۲۲۷۵





فرش توس مشهد

TOOS MASHHAD CARPET
www.ToosCarpet.ir

EMAIL: INFO@TOOSCARPET.IR

WEB: WWW.TOOSCARPET.IR

دفتر مشهد : ۰۵۱۳۲۲۵۵۵۰۸

دفتر تهران : ۵ - ۰۲۱۳۳۷۷۵۹۲۲

دفتر کاشان : ۷ - ۰۳۱۵۴۷۵۰۱۱۶



همراه فرش قیطان باشید در
نهمین نمایشگاه بین المللی
فرش ماشینی و صنایع وابسته

سالن ۸ و ۹ - غرفه ۱

۱۳ الی ۱۶ شهریور

تهران - محل دائمی نمایشگاه های بین المللی

مفهوم فرش ایرانی

www.gheytarancarpet.com



طرح سپیده

گل برجسته
اتصال

این طرح ثبت صنعتی گردیده و هرگونه کپی برداری پیگرد قانونی خواهد داشت.



کاشان، جاده قدیم آران و بیدگل، میدان شهیدان اربابی
اتنهای بلوار کارگر، میدان همت، بلوار جهاد، خیابان حکمت شرقی
ایستاکرام : www.instagram.com/Gheytran_carpet
ایمیل : info@gheytarancarpet.com
تلفن: ۵۴۷۵۰۵۸۰ - ۵۴۷۵۰۵۷۰ (۰۳۱) ۵۴۷۵۰۵۷۵ فکس: (۰۳۱) ۵۴۷۵۰۵۷۰
همراه: ۰۹۱۳۱۶۱۰۶۱۱ سامانه پیام کوتاه: ۰۲۰۰۰۰۲۷۵۰۵۷۰



ایلم ابریشم ماهان دلیجان

Abrisham Mahan Delijan

Manufacturer of Polyester Staple Fiber

Cotton Type Fiber • Hollow Fiber • Solid Fiber • Tow

تولید کننده انواع الیاف پلی استر

مجموعه تولیدی - بازرگانی ابریشم ماهان دلیجان از شما دعوت می کند
که از غرفه این شرکت در سالن شماره ۴۱A نمایشگاه
Irantex، از تاریخ ۱۳ تا ۱۶ شهریور ماه دیدن فرمایید.



دلیجان، خیابان شهید رجایی، ساختمان سامان

کد پستی: ۳۷۹۱۷ - ۸۶۷۸۸

تلفن: ۴۴۲۲۲۰۸۸ - ۴۴۲۲۲۰۸۵ (۰۸۶)

Saman Building, Rajai st, Delijan/Iran

P.O.Box: 37917 - 86788

Tel: +98 (86) 44 22 20 88

Fax: +98 (86) 44 22 20 85

www.abrishammahan.com

info@abrishammahan.com



شرکت نساجی آسیا دلیجان

الیاف آسیا

تولید کننده انواع الیاف مصنوعی (PET & PP)



- اولین دارنده دو استاندارد همزمان برای تولید الیاف پلی استر مورد مصرف سیستم ریسندگی پنبه ای (COTTON TYPE) و سیستم ریسندگی پشمی (WOOL TYPE)
- اولین دارنده لوح طلایی کیفیت بین المللی و خدمات پس از فروش اروپا
- اولین دارنده تندیس طلایی کیفیت اروپا
- برگزیده جایزه ویژه کسب و کار اروپا در سال ۲۰۱۴
- تنها دارنده گواهی نامه ثبت اختراع در صنعت الیاف ایران
- دارنده پروانه تحقیق و توسعه (R&D) وزارت صنایع
- دارنده گواهینامه مدیریت سیستم کیفیت ISO9001:2008
- واحد نمونه صنعتی سال ۹۲

AsiatEx[®]
ASIA FIBER

(PET & PP) Fiber Manufacturer

www.Asiatex.ir

info@Asiatex.ir

۰۸۶ - ۴۴۴۳ ۳۶۹۰ - ۸

۰۲۱ - ۸۸۱۰ ۸۰۶۱ - ۳





محصولی از شرکت
صنایع محراب فروغ

۷۰۰ شانه

دستباف گونه

◀ VAN DE WIELE HCPX2

تلفن : ۰۳۱-۵۴۷۵۹۰۶۱

تلفکس : ۰۳۱-۵۴۷۵۹۲۹۱

Parmisscarpet@gmail.com

نشانی : آران و بیدگل - شهرک صنعتی سلیمان صباخی - بلوار ۱ - ابتدای فرعی ۵ - سمت چپ

نمایشگاه بین المللی فرش ماشینی
سالن ۱۱-۱۰ / غرفه ۵

آرمن شیمی رنگ (اناکل)
ARMIN CHIMI RANG (ENACOL GROUP)



VEGA 7000 SERIES VEGA-7180K

- قابلیت چاپ ۲۴ ساعته
- امکان چاپ بایک پاس
- طراحی منحصر به فرد
- هزینه نگهداری پایین
- بدون محدودیت در تعداد رنگ
- بدون نیاز به ساخت خمیر رنگ
- رزولوشن بالا از ۴۰۰ تا ۱۲۰۰ dpi

- سرعت چاپ بالا تا تولید ۱۲۰۰۰ مترمربع در ساعت
- قابلیت چاپ روی انواع موکت های نمدی و تافتینگ (پلی استر، نایلون، پشمی)
- سیستم هواگیری اتوماتیک
- قوی ترین هد صنعتی موجود در دنیا
- بدون نیاز به شستشو بعد از چاپ
- در فرش های پشمی و نایلونی



تلفن: ۰۲۱ ۶۱۱۹ ۶۵۷۶ - ۰۲۱ ۳۷۹۶ ۰۸۲۲

فکس: ۰۲۱ ۵۲۳۹

Web: www.enacol.com

Email: info@enacol.com



Tufted PA Carpet Printing Line

Un-roller J-BOX Centering Pre-washer

VEGA Printer

Stresser

Dryer

Accumulator

Winder



Needle Felt PE No-woven Carpet Printing Line

Un-roller J-BOX Centering

VEGA Printer

Dryer-1-For color fixation

Washer

Dryer

Accumulator

Winder





Zimmer

chromoJET
CARPET JET PRINTING SYSTEM

A U S T R I A

پرینترهایی با تنوع جت دیجیتال برای پارچه‌هایی با خواب بلند
پیشرو در بازار با خط‌هایی تا عرض ۵ متر برای انواع چاپ از قبیل: رنگ‌های ترکیبی و رنگ‌های از پیش ساخته شده

برای فرش‌های پرزدار و بافته شده، قالیچه، کفپوش، موکت‌های سیسال و الیاف نارگیل، فرش‌های پلی‌آمید و پلی‌استر، محصولات با خواب بلند، پتوهای پلی‌استر و پلی‌اکریلیک
فشرده‌گی فرش تا ۲۵۰۰ گرم بر متر مربع

کمپانی زیمر اتریش با شعبه‌هایی در کفنتشتاین و کلگنفورت سالیان زیادی است که در امر تولید ماشین‌آلات نساجی و تکمیل فرش (سیستم چاپ دیجیتال-چاپ روتاری و فلت اسکریم-پوشش-بخار زنی و شست و شو-خشک کردن) پیشرو جهانی می‌باشد.

کمپانی زیمر اتریش مرکز چاپ دیجیتال بر روی پارچه‌های نازک، منسوجات و فرش می‌باشد.

این کمپانی تامین کننده و ارائه دهنده تمام اجزای ماشین می‌باشد از قبیل:

- خط کامل چاپ و تکمیل شامل: واحد کنترل و نرم افزار

- پروسه کامل به همراه برنامه کاربردی

- سرویس دهی و پشتیبانی



**راهکارهایی برای سقف در خواست های شما
بر روی فرنتل و انواع کفیونتن**
به واسطه ۱۵۰ سال تجربه در صنعت چاپ




COLARIS

[پرینتر دیجیتالی جوهر افشان برای فرنتل و منسوجات]
چاپ بر روی فرش و انواع منسوجات تا عرض ۴ متر با استفاده از ترکیب آماده سازی

برای ارتقا، نسل نوین فرش، کفپوش های رنگی و سوزنی، ساختار صاف بافت، فرش پلی استر و پلی آمید، محصولات
پلی استر، اثاث و لوازم داخلی منزل، اتومبیل، پرچم و بنر، لباس و مد، منسوجات خانگی و ...
فشرده گی فرش و منسوجات تا ۱۰۰۰ گرم بر متر مربع

Zimmer Maschinenbau GmbH

DIGITAL PRINTING SYSTEM

Eibergstrasse 2-8 | 6330 Kufstein | AUSTRIA

Phone: +43 (5372) 64893-0 | info@zimmer-austria.com

www.zimmer-austria.com

www.zimmer-kufstein.com

Innovation & Tradition



Creativity, Reliability, Quality, Sustainable Technology
from Italy

the best of Italian textile technology on stage at

IRANTEX 2017

4th – 7th September 2017

Hall 38B



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



Ministero dello Sviluppo Economico





فهرست مطالب

دوره جدید - شماره ۴۳ - شهریور ۱۳۹۶

مجله نساجی کهن

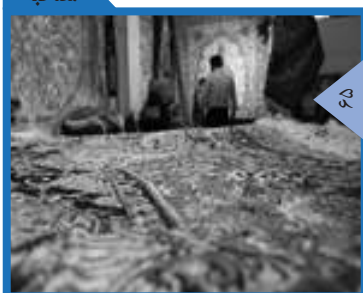
دوماهنامه علمی، پژوهشی، خبری و اطلاع رسانی
بین المللی تخصصی فرش ماشینی و صنعت نساجی

مصاحبه



۲۰

مصاحبه



۲۵

مصاحبه



۲۶

مقاله



۲۲

مصاحبه



۴۹

مصاحبه

۱۵ مصاحبه با حمیدرضا وحدت پور؛ مدیر روابط عمومی و امور بین المللی شرکت ظریف مصور فرهنگ سازی برای حمایت از تولید داخل
۱۸ مصاحبه با مهندس حمیدی؛ مدیرعامل مجموعه فرش مشهد گسترش فرهنگ توسعه، از ضروریات در بخش تولید
۲۲ مصاحبه با حاج احمد فتحی مقدم؛ مدیرعامل کارخانجات ریسندگی و بافندگی یلدای کویر کاشان تولید، بسته به سلیقه و نیاز بازار
۴۹ مصاحبه با مهندس علی جهانگیر؛ رئیس مرکز تحقیقات فرش ماشینی دانشگاه آزاد کاشان همچنان سنتی، در زنجیره صادرات فرش ماشینی
۵۱ مصاحبه با مهندس جمشید بصیری؛ رئیس انجمن صنایع نساجی ایران اصلاح قوانین، تنها راه عملی و اجرایی برای رونق تولید

مقالات

۲۶ آیا تنها تفاوت فرش دستباف و ماشینی در نوع مواد اولیه خلاصه شده است؟؛ سمیه صالحی
۲۸ ضرورت تشکیل گرابی در صنایع مرتبط با نساجی و پوشاک؛ مهندس آقابیک
۳۲ فرش ماشین، اصلاح طلب بی رسانه؛ بهنام قاسمی
۳۸ مدل انحصاری همراهی رشد در توسعه صادرات و سرمایه گذاری
۴۶ بهترین راه برای احیای منسوجات معیوب؛ روزبه مروج
۵۶ ناشناخته ماندن جایگاه طراحی فرش مدرن؛ خانم سمیه صالحی
۶۵ طرح ها، نقوش و رنگ های مورد تقاضای بازارهای دنیا از فرش ایران
۷۰ آخرین تحولات منسوجات بی بافت اسپان باند؛ دکتر شاهین کاظمی
۸۱ آشنایی با انواع جلیقه های ضد گلوله براساس استاندارد NIJ 0101.06؛ دکتر شریف نژاد
۸۴ گواهی نامه یا علامت CE بر فرش ماشین، نشانگر کیفیت محصول یا برداشتی نامفهوم از مقررات روشن بین المللی؛ دکتر اکرامی
۸۶ منسوجات فنی، تحولی شگرف در دنیای مدرن، مهندس وحید قربانی
۸۸ چاپ دیجیتال یا روتاری؛ خانم دکتر ابراهیم بیگی

گزارش ها و اخبار

۱۹ نمایشگاه نساجی و فشن / نمایشگاه منسوجات خانگی مراکش - کازابلانکا
۴۲ گزارشی از یک رویداد و صد رخداد
۴۳ نمایشگاه شهر آفتاب از نگاه مردم
۳۴ تکنولوژی نساجی؛ ادامه حرکت بازار نخ فرش ماشینی به سمت PA6
سرمایه گذاری عظیم ۱۳ میلیارد لیتر ترکیه توسط بزرگترین تولید کننده فرش جهان؛ سرمایه گذاری ها بر روی ماشین آلات بافندگی حلقوی و کشباف در جهان

مصاحبه



۳

مصاحبه



۱۰

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر:

مهندس بهنام قاسمی

مدیر داخلی: قدرت الله قاسمی

مدیر بازرگانی و روابط عمومی: علی یزدانی

تحریریه: فرشاد سلطانی

مدیر بازاریابی: فرزاد بیمه ای

کارشناس تبلیغات: فرزین بیمه ای

کارشناس انفورماتیک: امین امیرخیزی

سرویس خبری: مینو کفیل، سارا بنی عامریان

امور ترجمه: هانیه پناهلو

مشاور تخصصی الیاف مصنوعی و بی بافت:

دکتر شاهین کاظمی

مشاور تخصصی فرش ماشینی:

مهندس احمد فرهی

مشاور تخصصی فرش دستباف:

علیرضا قادری

نویسندگان و همکاران این شماره:

عبدالله احراری، مهندس محبوبه قاندری، مهندس حسین فرشاد،

مهندس علی احمدی، دکتر شاهین کاظمی، سمیه صالحی، دکتر

احسان اکرامی، مهندس وحید قربانی، مهندس آقابیک، دکتر

ابراهیم بیگی، دکتر شیرمحمدی

گروه طراحی: بهنوش قاسمی، فرشاد سلطانی

نماینده توزیع در مشهد:

آقای محسن صلاحی مقدم ۰۹۱۵۶۰۰۷۲۷۹

نماینده توزیع در کاشان:

آقای دشتیان ۰۹۳۶۱۶۸۰۳۰

سامانه اشتراک نشریات تهران:

شرکت پیام آوران پارس ایرانیان

وب سایت: www.kohanjournal.com

پست الکترونیک: info@kohanjournal.com

آدرس: تهران - میدان رسالت - خیابان یزدان پناه - پلاک ۱۶ - طبقه ۲

صندوق پستی: تهران ۴۶۵ - ۱۶۷۶۵

تلفن: ۰۲۱-۵۷۸۰ ۲۴ ۷۷-۲۱ فکس: ۰۲۱-۷۷۲۴ ۳۲-۲۱

لیتوگرافی و چاپ: تهران - پیچ شمیران - نرسیده به پل

چوبی شماره ۲۴۰ - آئین چاپ / تلفن: ۰۲۱-۷۷۵۲ ۰۰۳۵

- کهن مجله ی مستقلی است که به هیچ ارگانی وابسته نمی باشد.
- کهن در پذیرش، رد و ویرایش مطالب آزاد است.
- مطالب ارسال شده برای مجله بازگردانده نمی شود.
- مقالات مندرج لزوما مورد تأیید گردانندگان مجله نیست.
- استفاده از مطالب مجله با ذکر منبع آزاد است.



برای آگاهی از آخرین اخبار
نساجی ایران و جهان عضو کانال
تلگرامی مجله نساجی کهن شوید.

برای دریافت اشتراک

کهن

با شماره

۰۲۱۷۷۲۴۵۷۸۰

تماس بگیرید

مخاطبان دو ماه نامه کهن می‌توانند
دیدگاه‌ها و انتقادات خود را از طریق
پست الکترونیک با ما در میان بگذارند.
mail@kohanjournal.com

سؤل هم آفتابی شد

آشتی کنان صنعت فرش ماشینی در سؤل

همین چند هفته پیش بود که اهالی صنعت فرش ماشینی شاهد برگزاری نمایشگاه تخصصی در شهر آفتاب بودند و حالا یکبار دیگر همه فعالان این حوزه زیر یک سقف اما اینبار در سؤل دور هم جمع می‌شوند. نمایشگاه فرش ماشینی در سؤل می‌تواند محلی برای آشتی اهالی این صنعت باشد چرا که حداقل در دو ماه گذشته این صنعت و مدیران آن فضای پر تنش و پر التهاب بی‌سابقه‌ای را به واسطه برگزاری این دو نمایشگاه در یک محدوده زمانی، تجربه کردند.

در واقع ظهور نمایشگاه شهر آفتاب و در فاصله چند هفته مانده به نمایشگاه فرش ماشینی سؤل موجب ایجاد دو دستگی و دو قطبی سؤل - شهر آفتاب گردید و در این بین تنش‌ها و دلخوریهای بسیاری در بین اهالی این صنعت روی داد که بخشی از آن طبیعت یک رقابت سالم و بخشی دیگر جنگ قدرت بین بزرگان فرش ماشینی ایران بود.

هرچند که شهر آفتاب با همه مشکلات و حرف و حدیث‌ها رویداد نسبتاً موفق‌تری ارزیابی می‌شود و با اینکه نمایشگاه سؤل نیز بدون ریزش و تاثیر پذیری از رقیب تازه وارد برگزار می‌شود اما نمی‌توان گفت که کدام یک از طرفین در این جنگ پیروز شدند. تنها می‌توان اذعان داشت که اگر این بحران ادامه یابد و طرفین نتوانند آنرا با درایت مدیریت نمایند صنعت فرش ماشینی است که بازنده خواهد بود. همواره تجربه نشان داده است که ادامه بحران‌های این چنینی می‌تواند به تشدید یارگیری در بین تولیدکنندگان و استفاده نادرست از رانت و فشارهای بالا دستی منجر شود که نه تنها بر خلاف رسالت اصلی یک نمایشگاه تجاری است که به ضرر صنعت و فعالان این حوزه نیز تمام خواهد شد.

به نظر می‌رسد یک بار دیگر بی‌برنامگی و عدم هماهنگی سازمان‌ها و ادارات دولتی گریبان صنعت نساجی و فرش ماشینی کشور را گرفته و این بار سردرگمی و اختلافات زیادی را در بخش نمایشگاهی ایجاد کرده. تنش‌ها و مسائلی که شاید می‌توانست با یک هماهنگی ساده بین صادرکنندگان مجوز این دو نمایشگاه یعنی نمایشگاه بین‌المللی تهران و مسئولین شهر آفتاب به راحتی حل شود و حداقل دو برند نمایشگاهی رقیب در شرایط سالم رقابتی ایجاد کند نه اینکه صنعت را به دو قطب تبدیل کرده و سردرگمی ایجاد کند. البته همه اینها با این فرض است که واقعا صادرکنندگان این مجوزها سهوا و اشتباها فاصله بین این دو رویداد را لحاظ نکرده باشند و امیدواریم واقعا قصد و منظوری در این بین وجود نداشته باشد که اگر باشد باید فاتحه خود و صنعت نمایشگاهی را بخوانیم.

در این شماره از مجله کهن که ویژه نامه نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران می‌باشد سعی کرده ایم نظرات طیف وسیعی از مدیران این صنعت را در قالب مصاحبه جویا شویم. همین‌طور مقالات تخصصی در زمینه این صنعت و آخرین دستاوردهای آنرا با تلاش و دقت تیم تحریریه کهن گردآوری کرده ایم. در بخش گزارشات و نظرات نیز به بحث‌های روز صنعت فرش ماشینی مانند ایجاد کمپین‌های ضد فرش ماشینی پرداخته ایم و آنرا از جوانب مختلف بررسی و واکاوی کرده ایم.

امید است این شماره از مجله نیز مورد توجه شما عزیزان و یاران همیشگی مجله نساجی کهن قرار بگیرد.

بهنام قاسمی - سردبیر

برای آگاهی از آخرین اخبار نساجی و فرش از سایت ما بازدید فرمایید

www.kohanjournal.com

فرهنگ سازی برای حمایت از تولید داخل



صاحبه با حمیدرضا وحدت پور، مدیر روابط عمومی و امور بین المللی شرکت ظریف مصور

که در شهر آفتاب برگزار شد نمونه یک نمایشگاه کاملاً موفق بود. نمایشگاه خودرو در شهر آفتاب پاسخی به نیاز جامعه بود و مطمئناً با استقبال خوبی رو به رو می‌شد که همین اتفاق هم افتاد. از طرفی بهتر است نمایشگاه‌هایی که در شهر آفتاب برگزار می‌شود نمونه برگزار شده قبلی نداشته باشد. ولی نکته حائز اهمیت این است که کمپانی تولیدکننده زمانیکه در نمایشگاهی حضور پیدا می‌کند صرفاً جهت معرفی محصولات به مصرف‌کننده نیست. بلکه بیشتر برای یک رده خاص جامعه مثل خریدار عمده یا تولیدکننده‌هایی که مواد اولیه آن کمپانی را خریداری می‌کنند حضور دارد.

بنابراین دو دستگی در نمایشگاه‌های تهران را یک کار غیرحرفه‌ای می‌دانیم و مطمئناً تا زمانی که سایت برگزاری نمایشگاه در محل سئول و اتوبان چمران وجود دارد و دولت آنجا را به عنوان یک پایلوت نمایشگاهی در ایران و در تهران معرفی می‌کند انتخاب اول ما برای حضور در نمایشگاه‌ها همین محل خواهد بود البته به جز نمایشگاه‌هایی که برای اولین بار و عنوان‌هایی خاص در شهر آفتاب برگزار خواهد شد.

◀ چرا با وجود اینکه هزینه‌های حضور در نمایشگاه مرداد بسیار پایین بود نمایشگاه شهریور را برای حضور انتخاب کردید؟

نکته اصلی این است که ما در نمایشگاه شهر آفتاب رده مصرف‌کننده جامعه را بیشتر زیارت می‌کنیم ولی در نمایشگاه تهران بیشتر رده بازرگان، خریدار و عمده فروش جامعه را ملاحظه می‌کنیم و برای

شرکت رو نمایی خواهد شد. در بخش صنعت نساجی یک غرفه در سالن میلاد طبقه همکف و در بخش کالای خواب حضور خواهد داشت و در قسمت مواد اولیه هم در سالن A14 بخش‌های شیمیایی پلیمری و ذوب ریزی ما حضور خواهند داشت و ارائه محصولات جدید خودشان را انجام خواهند داد.

بنابراین به صورت کلی می‌توانیم بگوییم شرکت ظریف مصور در شهریور ماه با تمام توان بخش عمده‌ای از واحدهای تولیدی خود را در نمایشگاه مشارکت داده و مشتاقیم بازدیدکنندگان متخصص و شبکه فروش خود را در این نمایشگاه مجدداً زیارت کنیم.

◀ نظرتان در رابطه با این دو دسته‌گی وجود دو نمایشگاه به فاصله کمتر از یک ماه آن هم در سطح بین‌المللی و با عنوان یکسان چیست؟

در خصوص دو دسته‌گی به وجود آمده در نمایشگاه بین‌المللی تهران و نمایشگاه شهر آفتاب یک نکته اساسی وجود دارد: متأسفانه در کشور ما برگزارکنندگان نمایشگاهی و یا هر رخداد دیگری به دنبال ایجاد رخدادهای جدید نیستند و عملاً به فکر کپی برداری از رخدادهای موفق هستند که سال‌ها برگزار می‌گردید. اگر خاطرتان باشد سال گذشته نیز نمایشگاه ایران پلاست با موفقیت بسیار چشم‌گیری در محل نمایشگاه بین‌المللی تهران (سایت چمران) برگزار شد و چند ماه بعد از آن نمایشگاه تهران پلاست در شهر آفتاب برگزار شد که نمایشگاه موفق نبود. امروز هم شاهد این حرکتهای تقلیدی و کپی‌گرایانه هستیم که عملاً نتیجه موفقیت ندارد اما در مقابل نمایشگاه صنعت خودرو

به سراغ یکی از شرکت‌های فعال با سابقه درخشان در حوزه موکت و کفپوش نمودی، تافتینگ و کالای خواب رفتیم، تا در مورد نحوه حضور خود در نمایشگاه‌های داخلی امسال را جویا شویم. آقای مهندس حمیدرضا وحدت‌پور، مدیر روابط عمومی و امور بین‌المللی شرکت ظریف مصور به ما می‌گوید: ای کاش مسئولان نمایشگاهی با ارائه ی چشم‌انداز چند ساله، صنعتگر را دل‌خوش و مطلع از بهره‌برداری‌های اقتصادی سال‌های آتی کنند و جایگزینی نمایشگاه‌های جدید با عنوان جذاب، به جای کپی کردن از نمایشگاه‌های موفق تهران را در برنامه‌های خود بگنجانند. در ادامه گفتگوی کامل مجله کهن با آقای وحدت‌پور را مطالعه بفرمایید.

◀ امسال با چه محصولات جدیدی در نمایشگاه بین‌المللی شهریور شرکت خواهید کرد؟

همان‌طور که مستحضر هستید نمایشگاه شهریور ماه دو نمایشگاه را در خود جای داده است. نمایشگاه موکت، کفپوش و فرش ماشینی و نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی، ماشین آلات، مواد اولیه و منسوجات خانگی است.

شرکت ظریف مصور در هر دوی این نمایشگاه‌ها با چهار غرفه حضور خواهد داشت. در نمایشگاه فرش ماشینی و موکت و کفپوش در سالن ۷ نمایشگاه بخش نمیدی و تافتینگ، شرکت ما حضور دارد و طبیعتاً از محصولات جدید در دو بخش نمیدی و تافتینگ

نکته اساسی که مسئولین برگزاری باید به آن توجه کنند این است که شرکت‌ها یک پنجم هزینه‌ای که برای حضور در نمایشگاه می‌کنند به آنها می‌پردازند، چهار پنجم دیگر را صرف هزینه‌های دیگر من جمله غرفه سازی و ایاب و ذهاب و غیره خود می‌کنند.

به عنوان مثال عینی: اگر من ده میلیون تومان هزینه زمین نمایشگاهی‌ام باشد و این ده میلیون را به برگزار کننده نمایشگاهی پرداخت کنم در حدود چهل میلیون هزینه‌های غرفه‌سازی، هزینه‌های ایاب و ذهاب و هزینه‌های پیش آهنگی من برای برگزاری آن نمایشگاه نیز خواهد بود.

برگزار کنندگان نمایشگاه بر این باورند که بازاریابی خودشان را برای زمین نمایشگاه انجام دهند و فکر می‌کنند اگر بتوانند آن نمایشگاه را از نظر متراژ پر کنند موفق هستند ولی اگر بتوانند بازاریابی خودشان را بر روی آن چهل میلیون تومان سرمایه گذاری شرکت‌ها انجام بدهند مطمئناً موفق‌تر خواهند بود. در نمایشگاه خارجی ارزش زمین بسیار ارزان‌تر از ارزش خدمات جانبی دیگر است. آن‌ها متوجه شده‌اند که موضوع اصلی زمین غرفه نیست بلکه بازدید کننده، سیاست گذاری و چرخاندن چرخ تولید است.

◀ برای امسال برنامه صادراتی دارید؟ چه اهدافی را امسال برای مجموعه خود دنبال می‌کنید؟

مطمئناً توجه به برنامه‌ها و سیاست‌های صادراتی نه تنها برای بنگاه‌های اقتصادی بزرگی مانند ظرفیت مصور بلکه برای تمامی بنگاه‌های کوچک و بزرگ دیگر یکی از اصلی‌ترین وظایفی است که به خصوص با گشایش‌های سیاسی و اقتصادی که اتفاق افتاده باید مورد توجه قرار گیرد. ما هم در برنامه‌ریزی‌های کلان خود بر روی موضوع صادرات تمرکز کرده‌ایم و برنامه‌ریزی‌های خوبی را در بخش‌های صادرات انجام داده‌ایم و امیدواریم هر چه سریع‌تر نتایجی را که در این بخش می‌گیریم بتواند ارز آوری بیشتری را برای کشور عزیزمان به همراه داشته باشد.



قلمداد می‌شود. از طرفی در یک سری از کشورها همچون آلمان که پایت نمایشگاهی جهان هستند در شهرهای فرانکفورت و هانوفر می‌بینیم که شهرها در اختیار نمایشگاه‌ها هستند و کلیه زیر ساخت‌های شهری در زمان برگزاری نمایشگاه در مقابل آن رویداد سر تعظیم فرود می‌آورند. در محل نمایشگاه هانوفر آلمان اتوبانی دیده می‌شود که با نمایشگاه برخورد داشته و طراحان و شهرسازان توانسته‌اند در این شهر با سازه‌های بسیار عظیمی اتوبان را از قلب نمایشگاه رد کنند.

در کشور، ما بیشتر به جای حل مشکلات، مسئله جدیدی را ایجاد می‌کنیم. به جای آنکه با طرح‌های شهرسازی و عمرانی ترافیک حاشیه نمایشگاه تهران را حل کنیم در ورودی تهران، نمایشگاه دیگری تحت عنوان شهر آفتاب را ایجاد می‌کنیم یا در بوستان گفتگو نمایشگاه‌های جانبی ایجاد می‌کنیم.

مسئولین نمایشگاه باید سیاست‌ها و برنامه ریزی‌های خود را برای افق و چشم انداز چند ساله ارائه بدهند و به این ترتیب صنعتگر را امیدوار به سیاست‌های نمایشگاهی خود کنند و اینکه صنعتگر بداند برای چند سال متوالی می‌تواند بهره‌برداری اقتصادی خود را از تقویم نمایشگاهی جمهوری اسلامی ایران ببرد.

اما در مورد سیاست‌های خرد یعنی ارگانیزرها و آن‌هایی که متولی برگزاری نمایشگاه هستند باید عرض کنم

که: شناسایی دقیق قشر مخاطب هر صنعت اولین موضوعی است که نیاز دارد یک برگزار کننده نمایشگاه از آن درک صحیح داشته باشد و من به عنوان شرکت کننده نباید دغدغه این را داشته باشم که در نمایشگاه پیش رو باز دید کننده خودم را می‌بینم یا خیر؟

شرکت های تولید کننده بازدیدکننده متخصص و خریدار واقعی به صورت عمده‌ای یا تولیدکننده‌ها مهم هستند که آن‌ها را طبیعتاً در نمایشگاه تهران در اتوبان چمران بیشتر می‌توانیم پیدایشان کنیم.

◀ خواسته‌های تان از دولت به ترتیب اولویت چیست؟

دولت به صورت کلی باید از صنعتگر به خصوص صنعتگر بخش خصوصی حمایت کند. حمایت‌های مهم و اصلی دولت می‌تواند: نظارت بیشتر بر روی گمرکات و جلوگیری از قاچاق بی‌رویه محصولات به خصوص محصولاتی که نمونه‌های آن در خود ایران تولید می‌شود، باشد. افزایش تعرفه‌های گمرکی یا نظارت بیشتر بر گمرکات، جلوگیری از قاچاق بی‌رویه و هم چنین فرهنگ سازی جز مواردی است که می‌توانیم به صورت وظایف ذاتی دولت در حمایت از بخش خصوصی از آنها نام ببریم.

اضافه بر این موضوع، دولت در مسأله فرهنگ سازی به خصوص فرهنگ استفاده و حمایت از تولید داخل هم باید کمک بی‌شائبه‌ای انجام دهد. این کمک‌ها باید به صورت عملی باشد، صرفاً با ارائه تئوری‌ها، نظریه پردازی‌ها و هم‌چنین ارائه طرح‌های نظری غیرقابل اجرا نبوده و واقعاً باید عملیاتی به جنگ این موضوع رفت.

◀ انتظارات شما از مسئولین برگزاری نمایشگاه چیست؟

مسئولین برگزاری نمایشگاه عملاً باید به نوعی رفتار کنند که کلیه زیر ساخت‌های شهری، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی را در زمان برگزاری یک نمایشگاه به سمت آن معطوف کنند. صنعت نمایشگاهی به عنوان رویداد مادر صنعتی که قادر به چرخاندن چرخ اقتصاد است در کلیه کشورهای توسعه‌یافته





Ziba
Rokh

آهار و تکمیل زیباروخ

Carpet Sizing and Finishing

مجهز به مدرن ترین دستگاه های آهار و تکمیل

با بالاترین تکنولوژی روز اروپا "SELLERS" در صنعت تکمیل فرش ماشینی
استفاده از انواع رزین های هموپلیمر و کوپلیمر و SBR بدون مواد افزودنی

آهار و تکمیل انواع فرش ماشینی

۱۲۰۰ شانه • ۱۰۰۰ شانه • ۷۰۰ شانه

گلیم و فرش های فانتزی در کمترین زمان



۰۹۱۳ ۳۶۲ ۹۰۲۲



۱۳۸۲-۳ ۵۴۷۵ (۰۳۱)



جاده قدیم آران و بیدگل، میدان علم و صنعت
بلوار اقتصاد، میدان استاندارد، فرعی مهر

خبرنگار: سارا بنی عامریان



گسترش فرهنگ توسعه، از ضروریات در بخش تولید

مصاحبه با مهندس حمیدی، مدیرعامل مجموعه فرش مشهد

کافی را داشته باشد در حالی که امروز مردم ما برای مواد ضروری‌تر از فرش نیز با کمبود روبرو هستند و به استناد آمار بخصوص در سال گذشته کمترین میزان سطح فروش را نسبت به سال‌های گذشته داشته‌ایم.

◀ از صفر تا صد محصولات فرش مشهد در گروه صنعتی فرش مشهد تولید می‌شود؟

حمیدی: بله از صفر تا صد محصولات فرش مشهد در واحدهای رنگریزی، ریسندگی و بافندگی خود شرکت فرش مشهد تولید می‌شود و حتی برای برخی از تولیدکنندگان خدمات ریسندگی و رنگریزی نیز انجام می‌دهیم.

◀ دستگاه‌های خط تولید شرکت شما مربوط به چه شرکت خارجی است؟ آیا می‌توانیم در تولید قطعات خودکفا شویم؟

حمیدی: ماشین‌آلات رنگریزی غالباً ساخت کرانتس‌وتیز آلمان است. ماشین‌آلات ریسندگی عمدتاً ساخت اشلورگر فرانسه و برخی دیگر از دستگاه‌های این بخش نیز متعلق به شرکت‌های ایتالیایی است. دستگاه‌های بافندگی همه از ون دوپل بلژیک خریداری شده و آهار از سلرز انگلستان است که البته برخی از قطعات یدکی خط آهارزنی در ایران ساخته می‌شود. با کمک دولت و وزارت صنایع و بانک‌ها می‌توان در تولید قطعات به مقدار قابل توجهی خود کفا بشویم.

◀ امروز رقابت عجیبی در تولید فرش ماشینی به صورت ۱۲۰۰ شانه و ۱۰۰۰ شانه در میان تولیدکنندگان داخلی وجود دارد درحالی‌که بازار خارجی چندان استقبال از این محصولات ندارد، به نظر شما برای بازار خارجی باید چه کرد؟

حمیدی: فرش ظریف‌تر مانند ۱۰۰۰ و ۱۲۰۰ شانه برای صادرات جاذبه ندارد و غالب مشتریان خارجی ظرافت فرش برایشان اولویت اول نیست بلکه قیمت و کیفیت در حد متوسط و مایل به خوب برایشان رضایت بخش است و نیز حاضر نیستند پول بیشتری بابت شانه بالا و ظریف‌تر پرداخت کنند حتماً باید متناسب با بودجه آنها که فرش متوسط می‌باشد تولید کرد.

◀ میزان استقبال مشتریان شما به خرید اینترنتی از سایت شما به چه شکلی است؟

حمیدی: میزان استقبال مشتریان از خرید اینترنتی حدود یک درصد حداکثر فروش کلی مجموعه است.

◀ چهار سال اول دولت تدبیر و امید برای صنعت فرش کشور چگونه گذشت؟

حمیدی: چهار سال اول دولت تدبیر و امید برای صنعت فرش ماشینی کشور، تدبیر و امیدواری خاصی به دست نیآورد. برای خریدن فرش خریدار باید بودجه و توان

شرکت فرش مشهد بزرگترین عضو گروه صنعتی مشهد و یکی از قدیمی‌ترین تولیدکنندگان فرش ماشینی در ایران است. در روزهای گذشته با مهندس حمیدی مدیرعامل مجموعه فرش مشهد به گفت‌وگو نشستیم تا از برنامه‌های ایشان برای صنعت فرش جویا شویم. ایشان راهکارهایی نیز برای حل برخی موانع راه صادرات ارائه دادند که برخی از آنها نقطه نظرات مشترک اکثر واحدهای تولیدی کشور است اما همچنان گوش شنوایی برای این مسائل وجود ندارد. تولیدکنندگان امیدوارند مجله کهن صدای رسای‌شان باشد تا بلکه مسئولان توجه بیشتری نسبت به بخش تولید داشته باشند.

◀ جناب مهندس اصول کلی کار شما در مجموعه فرش مشهد به چه شکلی است؟

حمیدی: فرش مشهد از ابتدای تولید به سه اصل ارزشمند؛ کیفیت، توجه به حقوق مصرف‌کننده و به روز بودن و پایه‌پا بودن با تحولات و پیشرفت‌های صورت گرفته در صنعت فرش ماشینی کشور و جهان پایبند بوده و با اجرای دقیق این سه اصل توانسته است در این حوزه در قامت یک تولیدکننده موفق ظاهر شویم.

بر جوایز تسهیلات صادراتی افراد شایسته از هر نظر را برای این قسمت‌ها در نظر گرفتند و برنامه تور کوالیتی را طراحی نمودند که در پنجاهمین سال جمهوریست ترکیه حجم صادرات ترکیه به ۵۰۰ میلیارد دلار برسد.

◀ چه مولفه‌هایی لازم است تا بتوانیم فرش ایرانی را به جایگاه مناسب خود را در بازار جهانی برسانیم؟

حمیدی: فرش ماشینی از نظر طرح و رنگ و کیفیت مناسب صادرات می‌باشد و با مقداری توجه به تولید کنندگان بهتر نیز می‌شود ولی دولتمردان زیربط باید کاری انجام دهند که سخت هم نمی‌باشد همان کاری که ترک‌ها بدون درآمد سرشار نفت برای گسترش صادرات انجام دادند: اختصاص جوایز ارزنده به همراه گسترش فرهنگ توسعه.

حمیدی: به نظر من توجه به نکات زیر باعث گسترش صادرات می‌گردد:

۱. رفتار هرچه بهتر دولتمردان در سیاست‌های خارجی کشور و ایجاد فضای تفاهم به گسترش صادرات کمک می‌نماید.
۲. تسهیلات و کمک‌های قابل ملاحظه و به موقع به صادر کنندگان باعث رونق صادرات می‌شود.
۳. تخصیص جوایز صادراتی همچون برخی از کارهای صورت گرفته در سال‌های قبل به گسترش صادرات کمک می‌کند.
۴. خرید از صادر کننده با نرخ ترجیحی بیشتر بدون ایجاد آثار تورمی و ایزایی به گسترش صادرات کمک می‌کند.
۵. انتخاب افراد متخصص در پست‌های دولتی مربوطه باعث تسهیل صادرات می‌گردد.
۶. الگوبرداری از ترکیه در این زمینه. آن‌ها علاوه

◀ در حال حاضر به چه کشورهایی صادرات دارید؟

حمیدی: ما در حال حاضر به کشورهای ژاپن، اسپانیا، آلمان، عربستان، کشورهای حاشیه خلیج فارس و چند کشور دیگر صادرات داریم که البته در مورد صادرات به کشور عربستان بدلیل اتخاذ سیاست‌های افراطی از طرف برخی افراد در کشورمان (حمله عده‌ای به کنسولگری عربستان) دیگر قادر به صادرات نیستیم. در صورتیکه عربستان تا همین اواخر علی‌رغم اختلافات سیاسی بین دو دولت بزرگترین خریدار فرش ماشینی ایران بود.

◀ موانع راه صادرات از نظر شما چیست؟ راهکار شما برای حل این موانع و رفع آنها چیست؟

نمایشگاه نساجی و فشن / نمایشگاه منسوجات خانگی مراکش - کازابلانکا

۲۸ لغایت ۳۱ مارچ ۲۰۱۸ میلادی

از این نمایشگاه هیات‌های تجاری مختلفی از روسیه، تونس، مراکش، هلند، مصر، خاورمیانه و فرانسه بازدید خواهند کرد.

جمعیت ۳۰ میلیونی مراکش، تورم زیر ۵ درصد و رشد اقتصادی ۴ درصدی در کنار موقعیت استراتژیک مراکش از پتانسیل‌های آشکار آن برای پیشرفت در صنعت نساجی است.

این نمایشگاه برای فعالان صنعت نساجی ایران نیز می‌تواند یک موقعیت استثنایی باشد تا با مطالعه بازار این کشور به ویژه در بخش‌هایی که ایران دارای مزیت‌های نسبی در آن است، صادرات خود به این کشور شمال آفریقا را نیز گسترش دهند.

وب سایت نمایشگاه: morocccstyle.net
تماس با برگزار کننده: +905392346324
برگزار کننده: شرکت نمایشگاهی پیرامید
قیمت مشارکت برای رزرو غرفه: ۳۰۰ دلار
برای هر مترمربع
حداقل مترآز: ۱۲ متر مربع

شرکت برگزارکننده این نمایشگاه مهم شرکت ترکیه ای پیرامید گروپ می باشد که توانسته به خوبی در سال‌های اخیر بازار خود در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا را به سرعت گسترش دهد.

در حال حاضر این شرکت بزرگترین نمایشگاه نساجی و فشن مصر را نیز برگزار می‌نماید.

نمایشگاه منسوجات خانگی مراکش

همزمان با نمایشگاه نساجی و فشن مراکش نمایشگاه منسوجات خانگی کازابلانکا نیز برگزار خواهد شد. در این نمایشگاه طیف وسیعی از تولید کنندگان منسوجات خانگی، فرش‌های ماشینی سبک و موکت حضور دارند. با توجه به اینکه کشور مراکش دارای تعداد بسیار زیادی توریست می‌باشد صنعت هتل‌داری نیز در این کشور پررونق است و بازاری بسیار خوب برای تولید کنندگان انواع منسوجات خانگی مانند حوله، پادری، فرش‌های حمام، موکت، فرش‌های تکه ای سبک، کالای خواب، رومبلی، پرده و ... می‌باشد.

مراکش یک بازار بکر و مناسب برای محصولات نساجی است و در سال‌های اخیر چشم بسیاری از سرمایه‌گذاران به بازار این کشور در بخش داخلی و حتی در بخش صادراتی دوخته شده است. مراکش علاوه بر بازار داخلی پر کشش، اقتصاد رو به رشدی دارد و سطح رفاه مردم آن در بین کشورهای آفریقایی در بالاترین سطح قرار دارد. همچنین مراکش به دلیل نزدیکی به منطقه جنوب اروپا مزیت‌های زیادی برای بدل شدن به قطب تولید و صادرات منطقه را دارد. موقعیت استراتژیک مراکش سرمایه‌گذاران زیادی را به مطالعه در مورد بازار آن مشغول کرده است و قرارداد تجارت آزاد این کشور با ۳۰ کشور جهان از جمله آمریکا آن را به یکی از بازارهای پر حرارت آینده به ویژه در بخش صنایع نساجی و توریست بدل خواهد کرد.

نمایشگاه نساجی و فشن کازابلانکا در تاریخ ۲۸ لغایت ۳۱ مارچ ۲۰۱۸ میلادی در مرکز نمایشگاه‌های شهر کازابلانکا برگزار خواهد شد و در آن بیش از ۲۵۰ شرکت از کشورهای ترکیه، چین، هند، پاکستان، ایتالیا، مصر، فرانسه، اسپانیا و مراکش حضور خواهند داشت.



فرش کاخ

محصولی از شرکت توحید نقش

Kakh Carpet

The Product of Touhid Naghsh Co.

۱۲۰۰ شانه با تراکم ۳۶۰۰

۱۰۵۰ شانه تراکم ۳۱۰۰

گلیم فرش – گلیم جاجیم

1050 REEDS 3100 PICKS - KILIM



آران و بیدگل - شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی
نرسیده به میدان شهیدان اربابی (صنعت) - فرش کاخ



۰۹۱۳۳۶۳۳۷۷۱ - ۰۵۴۷۵ ۹۰۱۷ - ۰۵۴۷۵ ۹۲۲۰ (۰۳۱)



www.kakhcarpet.com

info@kakhcarpet.com

تولید، بسته به سلیقه و نیاز بازار



مصاحبه با حاج احمد فتاحی مقدم، مدیرعامل کارخانجات ریسندگی و بافندگی یلدای کویر کاشان

ایرانی رغبت بیشتری نشان خواهد داد.

◀ امروز مجموعه یلدای کویر چه نمره نخ‌هایی متناسب با چه نوع فرش‌هایی تولید می‌کند؟ دلیل عدم توانایی در تولید نمره نخ بالا چیست؟

در شرایط کنونی کارخانجات ریسندگی و بافندگی یلدای کویر با پتانسیل بالای تولید انواع نخ‌های آکرلیک از قبیل نمره نخ‌های ۲۷، ۱۸، ۴۰، ۳۸ به صورت مطلوب مشغول خدمت‌رسانی به شرکت‌های فرش‌بافی در راستای برطرف ساختن نیاز عزیزان تولیدکننده برای تولید فرش‌های ۱۲۰۰ شانه، هزار شانه و ۷۰۰ شانه هستیم. شرکت یلدای کویر در حال حاضر با تولیدکنندگان فرش ماشینی که در کیفیت و برند بالای رقابتی تولید می‌نمایند همکاری و نیاز آنها را پاسخگو می‌باشد.

اما برخی از تولیدکنندگان نخ که با دستگاه‌های قدیم و عینکی ۸۰ و غیره مشغول تولید هستند فقط توانایی تولید نخ نمره ۱۸ که مخصوص دستگاه قالی بافی ۷۰۰ شانه است را دارند.

◀ در زمینه صادرات چه کشورهایی امروز خریدار فرش یلدای کویر هستند؟ با توجه به وضعیت فعلی

شده‌اند که از این بابت پروژه با تاخیر حدود یکساله گاهی اتفاق افتاده است.

◀ امروز در مجموعه‌هایی همچون یلدای کویر تولید نخ مورد نیاز برای صنعت را شاهد هستیم. اما همچنان برخی مجموعه‌ها اقدام به تهیه نخ از کشورهای خارجی می‌کنند دلیل چیست؟

در بعضی از مواقع تعدادی از همکاران ممکن است نسبت به تولیدات داخلی کم لطفی داشته و مواد اولیه خارجی را برای محصول نهایی خود امتیاز بدانند. لکن باید همه باور کنیم که ما می‌توانیم با حمایت از تولید داخل و حفظ کیفیت و با شناخت محصول می‌توانیم از اشتباهات گذشته جلوگیری کرده و مسئولین و تولیدکنندگان را به سوی حمایت از تولید داخل هدایت نمایم.

ضمناً یکی از دلایل واردات بی‌رویه از خارج از کشور به علت نرخ بهره بانکی بالا در کشور است. همچنین نرخ ریفاینانس پایین محصولات خارجی که اعمال می‌شود باعث تشویق خرید از خارجی‌ها و واردات می‌گردد.

اگر دولت محترم در موضوع پایین آوردن نرخ بهره بانکی در کشور سریعاً اقدام نمایند بهترین حمایت از تولیدات داخل کشور می‌باشد، پر واضح است در چنین شرایطی خریدار ایرانی به کالای

مجموعه یلدای کویر از معدود واحدهای نساجی کشور است که از صفر تا صد محصولات را در مجموعه خود آماده‌سازی، تولید و به فروش می‌رساند. حاج احمد فتاحی مقدم مدیرعامل این مجموعه به ما می‌گوید برخی تولیدکنندگان نسبت به تولید داخلی کم لطفی‌هایی می‌کنند و مواد اولیه مورد نیاز خود را با وجود اینکه شرکت‌های تولیدکننده مواد اولیه در کشور داریم اقدام به خرید از کشورهای همسایه می‌کنند. بیشتر صحبت‌های ایشان کلیات مسائل مختلف بود اما در دل همین مسائل کلی نیز سخنان بسیاری نهفته بود که در ادامه به تفصیل مطالعه خواهید کرد.

◀ جناب آقای فتاحی مقدم شرکت یلدای کویر جزء شرکت‌هایی هست که تمامی واحدهای ریسندگی تا بافندگی را در مجموعه خود دارا هست. تا به حال مشکلاتی در ارتباط با واردات داشتید؟

برخی کمپانی‌ها در موعد مقرر برای ارسال ماشین آلات به تعهد خود به موقع عمل نکرده‌اند و بارها تمدید LC را خواهان

داشتیم که پس از تنزل روابط بین ایران و عربستان فروش ما به آن کشور قطع گردید.

◀ نگاه شما به شرکت در نمایشگاه خارجی و داخلی چیست؟ یک شرکت ایرانی برای شرکت در نمایشگاه و موفقیت در آن باید با چه رویکردی حضور داشته باشد؟ چه نیازسنجی‌هایی برای بازارهای خارجی انجام صورت گرفته است؟

نمایشگاه‌های داخلی و خارجی بستر مناسبی برای عرضه محصولات مرغوب و با کیفیت است که تولیدکننده با دقت در کاهش هزینه‌های تولید و ارتقا بهره‌وری و کیفیت می‌تواند با تلاش ویژه در عرصه جهانی ظاهر و نقش آفرینی نماید. این مهم در اولویت شرکت یلدای کویر بوده و با تقسیم کار از واحدهای مختلف شرکت در امور اداری و بازرگانی بهره‌مند شده‌ایم و دورنمای بهتری را پیش رو ساخته‌ایم، لذا با شرکت و حضور مفید در نمایشگاه‌ها توانسته ارتباط خود را با سلیقه‌های جهانی کشف و اقدام به تولید بسته به نیازهای آن‌ها نماییم.

◀ در حال حاضر مجموعه یلدای کویر چه دستگاه‌هایی برای بافت کدام فرش‌ها دارد؟ در بازارهای خارجی و داخلی کدام طرح‌ها بیشترین استقبال را دارند؟

خوشبختانه صنعت فرش ایران چه در حوزه دستباف و چه ماشینی دارای شهرت جهانی بوده و از فرهنگ کهن و دیرینه طراحی مخصوص به خود برخوردار است که در میان طرح‌های مدرن طراحان ترک و هندی بی‌رقیب و بی‌بدیل است. اگرچه بعضی از کشورهای دور و نزدیک پیشرو در صنعت فرش در کپی کاری طرح‌های ایران اقدام نموده‌اند ولی غیرممکن است که بتوانند جایگزین فرش ایرانی شوند.

طرح‌های اصیل ایرانی که در کاشان و سایر شهرهای ایران تهیه می‌شود در کنار طرح‌های مدرن خارجی جایگاه خاص خود را در بازارهای جهانی دارد. لذا طرح شاه عباسی و نقشه اصیل کاشان برای همیشه طرحی شناخته شده و ویژه است که مورد قبول جهانیان گردیده است.

کارخانجات ریسندگی و بافندگی یلدای کویر کاشان با بهره جویی از مدرن‌ترین ماشین‌آلات روز دنیا در قسمت بافندگی از طرح‌های اصیل و مدرن استفاده نموده و گلشنی بسیار بزرگ در تنوع طرح و رنگ ایجاد نموده که برای اهل ذوق قابل پذیرش و استقبال بوده است.



خاورمیانه و اختلاف در سطح سیاسی بین ایران و کشورهای حوزه خلیج به فکر ایجاد بازار جدید هستید؟

تا به امروز شرکت یلدای کویر در عرصه جهانی برای صادرات قدم‌های خوبی برداشته است. برای مثال ما به کشورهای مختلف حوزه خلیج همچنین همسایگان شمالی و شرقی کشور محصول خود را صادر نموده‌ایم و در صورتیکه مشکلات بانکی بین کشورها مرتفع گردد آمادگی خود جهت افزایش صادرات به کشورهای اروپایی را نیز داریم اما متأسفانه برای LC شدن وجوه با مشکلات خاص بانکی و گمرکی مواجه هستیم. شایان ذکر است صادرات ارتباط مستقیمی با سیاست‌های بین دولتها دارد به عنوان مثال مشتریان خوبی در کشورهای عربستان

ما می‌توانیم با حمایت از تولید داخل و حفظ کیفیت و با شناخت محصول می‌توانیم از اشتباهات گذشته جلوگیری کرده و مسئولین و تولیدکنندگان را به سوی حمایت از تولید داخل هدایت نماییم.



فرش جردن

رقیب نفیس ترین فرش دستباف ایران

۱۲۰۰ — ۱۰۰۰ — ۷۰۰ شانه

www.JordanCarpet.com



آران و بیدگل، شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی، بلوار کارگر (استی ۱)، فرعی امید (فرعی ۵)، چهارراه اول، پ ۲۹۵

تلفن: ۰۳۱-۵۴۷۵ ۰۳۳۸ ۰۳۱-۵۴۷۵ ۰۶۷۰-۷۴ ۰۳۱-۵۴۷۵ ۰۹۱۳ ۴۲۰ ۰۶۹۴۱ همراه: سامانه: ۳۰۰۰۲۵۱۸۰۰۲۵۱۸



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

۱۳ الی ۱۶ شهریور ۹۶ سالن ۸ و ۹ - غرفه ۱۸

International Floor Covering
Moquette, **Machine made Carpet** &
Related Industries Exhibition
Tehran International permanent Fairground



تهران - محل دائمی نمایشگاه های بین المللی



نمایشگاه مرکزی فرش جردن: آران و بیدگل، شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی، بلوار دکتر اسلامی

www.JordanCarpet.com

info@JordanCarpet.com

آیا تنها تفاوت فرش دستباف و ماشینی در نوع مواد اولیه خلاصه شده است؟

نگارنده:

سمیه صالحی

طراح فرش ماشینی

اطلاق نمی‌کردیم، شاید قالی روستایی و عشایری ما با رجشماری درشت و قیمتی مناسب می‌توانست در برابر فرش ماشینی به خوبی قد علم کند! آنجا هم راه را گم کردیم و برای بها دادن به فرش دستباف به دنبال مواد اولیه گرانتر رفتیم و فریب ابریشم هزار رنگ را خوردیم. آیا آوازه جهانی فرش دستباف ایران صرفاً به سبک شهری و ظرافت و ابریشم در گوش جهانیان پیچیده شده بود و یا فرش روستایی و عشایری با رنگی ابرشی و نقشه‌ای فی‌البداهه بسیاری از برندهای فرش ما را همچون هریس و ملایر و ساروق و فراهان و راور و سنه و ... رقم زده بود؟

حقیقت آنست که ما ابتدا خود فرش دستباف را از دست دادیم و پس از این تهی شدن بود که بازارش را هم به دیگر رقبای ماشینی و دستباف وانهادیم. آری، فرش دستباف را باید با شاخصه‌های دیگری می‌سنجیدیم و ارزش می‌نهادیم تا هم سنت قالی بافی از دست نرود و شأن قالیباف حفظ شود و هم طرح و نقشه اصیل قالی دستباف را به بیهیوتی امروز خود دچار نمی‌کردیم. اگر فرش دستباف قدرت خود را در طرح و نقش و آزادی و زیبایی روح قالیباف می‌دانست شاید راه دیگری جز ظرافت در پیش گرفته و این بیراهه را به فرش ماشینی می‌سپرد و ما همچنان در تبلیغهای قالی دستباف، دخترکی زیبا را در کمال آرامش و رفاه با لباس‌هایی فاخر و رنگارنگ در دشتی سرسبز، با لبخندی سرشار از رضایت و شوق به هنر، پشت دار قالی نشاندیم و به خیال خود سعی داریم خریداران فرش ماشینی که اکثراً از جنس همین دخترکان قالیباف هستند به سودمندی قالی دستباف ایمان بیاورند.

بی‌خبرند که این چنین به استقبال انبوهی ازین کالاهای جراحی‌ها می‌روند؟

آیا دیگر صنایعی که از ورود تکنولوژی در امان نمانده و راه زوال خود را می‌پیمایند هم به دشمنی برخاستند و ازین راه بازار از کف داده خود را بدست آورده و موفق شدند؟

آیا تنها دشمن رکود خرید و فروش فرش دستباف، فرش ماشینی است و پارکت و سرامیک و دیگر انواع کف پوش های مصنوعی نقشی ندارند؟ آیا باید علاوه بر فرش ماشینی به جنگ با پارکت و سرامیک نیز برخیزیم و آن‌ها را مضر و دردسر ساز بخوانیم تا بازاری که از فرش دستباف روده‌اند باز پس بگیریم؟

فرض کنیم با نابودی فرش ماشینی تمام مسائل فرش دستباف ما برطرف می‌شد. سوال این است که هند، پاکستان و چین نقشی در رکود بازار فرش ایران ندارند؟ آیا برآستی چین و هند و پاکستان نیز برای رونق صنعت قالیبافی خود به انکار و پیکار با فرش ماشینی پرداختند و رمز موفقیت ایشان چنین است؟

حقیقت آن است تا زمانی که بین فرش دستباف و فرش ماشینی تفاوتی از نوع ماهیت کلی نگذاریم وضع ازین بدتر هم خواهد شد. حتی با فرض دشمنی فرش ماشینی با فرش دستباف بهتر است جایگاه آن را بپذیریم و به دنبال تفاوتی دیگر جز نوع مواد اولیه این دو دشمن سرسخت بگردیم.

از ماست که برماست

اگر سال‌ها پیش، اوج زیبایی و نفاست و هنر را به فرش دستباف شهری ظریف ابریشم

این ماهیت قالی دستباف است که با فرش ماشینی فرق دارد و برای روبرو شدن با فرش ماشینی بهتر است آن را بپذیریم و سعی در شناخت ویژگی‌های آن کنیم تا بتوانیم مسیر درست توسعه فرش دستباف را بیابیم.

اینکه هربار فرش ماشینی را به‌خاطر نوع الیافش خطرناک می‌دانیم و سعی در نابودی این صنعت ناشی از پیشرفت تکنولوژی داریم راهی درست به نظر نمی‌رسد. چرا که همان خریدار فرش ماشینی نه تنها از مصنوعی و مضر بودن الیاف فرش ماشینی خود اطلاع دارد بلکه از مضر و مصنوعی بودن منسوجات دیگری چون بالش و پتو و پرده و پارچه رومبلی و لباس خود نیز آگاه است. بازار پوشاک ما وارداتی و اکثر اقلام آن با پارچه‌هایی کاملاً مصنوعی و مضر تهیه شده‌اند، آیا خریداری که آن را به لباس پنبه‌ای ترجیح می‌دهد از روی ناآگاهی دست به چنین انتخابی می‌زند؟

آیا تمامی وسایل و ملزومات زندگی انسان معاصر، طبیعی و کاملاً همسو با سلامتی اوست؟ آیا انواع مواد غذایی موجود در بازار ایران صد در صد طبیعی و مفید برای سلامتی بدن است و یا مشتری از روش‌های جدید و بعضاً خطرناک کشاورزی و دامپروری آگاه است؟ آیا انسان معاصر ایرانی از خطرات ناشی از ایمنی نامناسب خودرویی به نام پراید بی‌اطلاع است؟ آیا کودکان ما از بازی‌های رایانه‌ای و تبلت و امواج گوشی در امانند و والدین آنها از روی ناآگاهی و بی‌خردی روز تولد فرزند خود را با هدیه دادن یک تبلت یا لپ‌تاپ جشن می‌گیرند؟ آیا زنان و دختران ایرانی از مضرات لوازم آرایشی موجود و انواع جراحی‌های زیبایی





DONYAYE FARSH

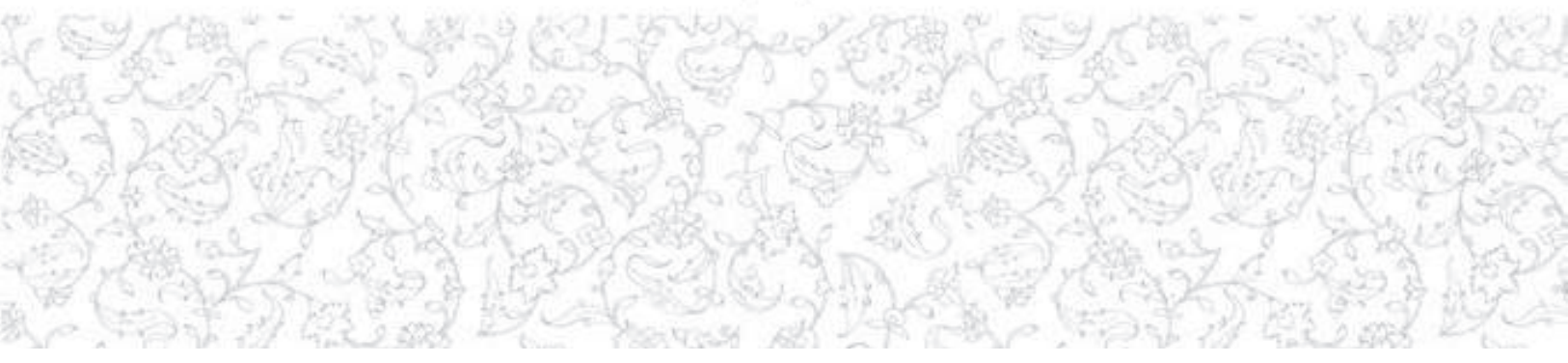
دنیای فرشت

به دنیای جدید قدم بگذارید...

جاجرود | بازارمیل کمرد | روبروی پمپ بنزین

تلفن: ۷۶ ۲۶ ۳۹ ۷۱ - ۷۶ ۲۶ ۳۹ ۳۲

www.donyayfarsh.com



چرا باید به شکل‌ها پیوندید؟

ضرورت شکل‌گرایی در صنایع مرتبط با نساجی و پوشاک

آیا شکل‌های موجود به لحاظ قدرت تأثیرگذاری، در حد مناسبی هستند؟

نگارنده:

مهندس آقابیک

رئیس انجمن تخصصی

صنایع همگن نساجی

استان البرز

صنایع همگن نساجی

کشور ما اکنون در شرایطی قرار دارد که بیش از هر زمان دیگری به بسیج همگانی و همساز کردن توانایی‌های بالقوه به ویژه در عرصه اقتصادی نیاز دارد. از سوی دیگر علاقه‌ای که مردم ما در سال‌های اخیر در مقاطع مختلف برای مشارکت در سرنوشت خویش نشان داده‌اند، فضای مساعدی را برای فراخوان آن‌ها به حضور در صحنه اقتصادی، ایجاد کرده است. با توجه به اینکه دستیابی به هر هدف کلان در گرو تلاش جمعی سازمان یافته و برنامه‌ریزی شده است، شکل‌گیری تشکلهای و پویایی فعالیت آنها به منظور استقرار جامعه مدنی، می‌تواند موجبات بهره‌گیری هر چه بیشتر از تشکلهای را در کمک به ساماندهی امور اقتصادی و اجتماعی فراهم آورده و فرآیند توسعه اقتصادی ملی را تسریع و تسهیل کند.

برای بازنگری قوانین و مقرراتی که در زمینه تولید، سرمایه‌گذاری و صنعتی شدن، موانع و محدودیتی ایجاد کرده و یا اینکه وجود مقررات مبهم و متضاد که در اجرا موجب تعبیر و تفسیرهای متفاوت و ناسازگاری می‌شود، تشکلهای می‌توانند برای ایجاد فضای قانونی مناسب فعالیت، پیشنهادهای اصلاحی به دولت و مجلس ارائه کنند. ضمن آنکه در شرایط کنونی به نظر می‌رسد که دولت و مجلس خواستار و داوطلب چنین همکاری‌هایی بوده و علاقمند به کسب نظرات و آرای تخصصی کارشناسان غیرشاغل در دولت در بررسی لوایح، طرح‌ها، قوانین، مقررات، آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها هستند.

لازم به ذکر است حقی که مردم برای نظارت دولت دارند به عنوان یکی از بزرگترین حقوق مردم، از قدیم‌الایام مورد توجه بوده است. اما نظارت بر دولت‌ها که از حقوق اساسی صاحبان کسب و کار که موضوع صحبت این مقاله است، نیاز به ابزار و امکانات دارد که مهم‌ترین ابزار اعمال نظارت‌ها، با تشکیل سازمان‌های مبتنی بر خرد و توان جمعی است. از این رو در روند توسعه اجتماعی و صنعتی، توسعه تشکلهای و نهادهای مدنی امری اجتنابناپذیر است.

اما صنایع مرتبط با نساجی و پوشاک

صنعت نساجی و پوشاک در کشور ما، همواره متکی به بخش خصوصی بوده است بنابراین می‌بایست زنجیره تأمین مواد اولیه، ماشین‌آلات و نیروی انسانی

عنوان بازیگران و حاملان جدید توسعه بار امانت دولت‌ها و بازارها را بر دوش گرفته‌اند.

از طرفی دولت فعلی با وجود قانون بهبود محیط کسب و کار مصوب ۱۳۹۰ ضرورت بهره‌گیری از نظرات تشکلهای را در برنامه‌های خود دیده است و تمامی دستگاه‌های اجرایی مکلف شده‌اند در تدوین یا اصلاح بخشنامه‌ها و رویه‌های اجرایی و در ارائه پیشنهاد برای تصویب مقررات دولتی، نظر تشکلهای ذیربط را اخذ و مورد توجه قرار دهند. همچنین اعلام نموده‌اند که دفتر هیئت دولت و کمیسیون‌های دولت نیز در فرآیند بررسی پیشنهادهای مربوط، ضمن اخذ نظر کتبی تشکلهای ذیربط، در صورت لزوم از نماینده آنها برای شرکت در جلسات دعوت می‌کند.

با اینکه در کشور ما تشکلهای صنعتی و صنفی در صنایع نساجی، پوشاک و چرم چه در سطح استان‌ها و چه در سطح ملی سال‌هاست که شکل گرفته اما هنوز تا رسیدن به جایگاه در شأن و منزلت خود فاصله زیادی دارند.

مطالعه روند توسعه اقتصادی و صنعتی و اصول و مبانی به‌کار رفته در سیاستگذاری‌ها و تصمیمگیری‌هایی که منجر به توسعه روزافزون کشورهای توسعه یافته نشان می‌دهد که این کشورها مکانیزم‌هایی را طراحی کرده‌اند که در قرون اخیر به خوبی کار کرده و موجبات توسعه یافتگی آنها را فراهم آورده است. حتی کشورهای تازه توسعه یافته هم با طراحی و اجرای سیاست‌ها و مکانیزم‌هایی خاص، در طی چند دهه توانسته‌اند به خوبی راه توسعه را بیمایند.

یکی از این مکانیزم‌ها، مشارکت هر چه بیشتر تشکلهای صنعتی در فرآیند تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در مسائل کلان اقتصادی و صنعتی است زیرا تشکلهای صنعتی با توجه به نقش بخش صنعت در اقتصاد به سبب توان ایجاد ارزش افزوده می‌توانند نقش محوری در راستای بهبود و پیشرفت اقتصاد هر کشور ایفا کنند. به همین دلیل در کشور ما نیز ایجاد، تقویت، رشد و توسعه تشکلهای صنعتی به جهت نقشی که در توسعه کشور در ابعاد بین‌المللی، ملی و در سطح واحدهای اقتصادی دارند، به ضرورتی مهم تبدیل گشته است.

در این راستا از بُعد بین‌المللی می‌توان به زمینه‌هایی از قبیل گسترش ارتباطات و توسعه همکاری‌های چندجانبه به منظور

کارآزموده دانشگاهی توسط خود آن بخش، به نحو مطلوبی مدیریت شود.

با توجه به موارد فوق‌الذکر، تشکلهای صنعت نساجی، پوشاک و چرم، همچنین دیگر انجمن‌های تخصصی مربوطه می‌بایست در تدوین استراتژی‌های این صنعت هم فعالانه ورود نمایند.

اما یکی از اشکالاتی که در تشکلهای موجود در صنایع مرتبط با نساجی و پوشاک وجود دارد تکثر و عدم انسجام این تشکلهاست، چنانکه در حال حاضر چندین تشکل و انجمن فعال وجود دارد که از هماهنگی و انسجام لازم برخوردار نیستند و بنابراین به نظر می‌رسد وزارتخانه صنعت معدن تجارت برای استفاده از آنها در تصمیم‌سازی‌ها با مشکل روبه‌رو است.

با وجود شرایط موجود، راه حلی که ریشه در فرهنگ کشورمان دارد و البته معادله‌ای امروزین نیز هست، این است که «وحدت در عین کثرت و کثرت در عین وحدت». براساس این فرمول تشکلهای موجود با توانمند کردن خود، چه به لحاظ توان ارائه ایده و نظر کارشناسی و چه به لحاظ انسجام و قدرت سازماندهی و تشکیلاتی، تصویر امروزینی از خود به نمایش گذاشته و با سایر تشکلهای به رقابت و همکاری بپردازند و از سوی دیگر با قطع وابستگی خود به دولت، استقلال خود را حفظ کنند.

در این میان این وظیفه دولت خواهد بود که با در اختیار داشتن کادرهای متخصص و مجرب و برنامه‌های مترقیانه بتواند زمینه ارائه بهترین نظرات و خردمندانه‌ترین پیشنهادهای را از سوی تشکلهای فراهم کند و سپس سره و ناسره را از هم تشخیص دهد.

در آن صورت نه تنها نباید از افزایش تعداد تشکلهای و انجمن‌ها گلايه‌مند بود، بلکه باید به این امر کمک و مدد هم رساند و سیاستگذار تلاش‌های انجام شده در این عرصه شد؛ چرا که تنها در این میدان «کثرت و رقابت» است که خردمندانه‌ترین نظریات با پشتوانه‌های اجتماعی قوی ارائه و به کمک دولت می‌آید.

شکل‌گیری و توسعه سازمان‌ها و تشکلهای جامعه مدنی در طول چند دهه گذشته در اقصی نقاط جهان، از رشد چشمگیری برخوردار بوده است به طوری‌که در هزاره سوم، پارادایم‌های توسعه صنعت تغییر کرده است. در پارادایم جدید، تشکلهای به

برنامه در بخش دولتی جهت ارتقاء نقش و جایگاه تشکلهای صنعتی و همچنین تأخیر و تعلل در اجرای برنامههای توسعهای کشور که نقش موثر و مفیدی در شکلگیری تشکلهای صنعتی میتواند داشته باشد (مشابه ماده ۱۵۳ قانون پنجم توسعه و ...) به عنوان عوامل محیطی منجر به ضعف و عدم رشد تشکلهای شده است اما همه اینها در حالی است که در همین محیط، بعضی از صنایع در کشور خودمان علیرغم اینکه دارای قدمتی به اندازه صنعت نساجی نیست ولی اقدامات تشکلهای فعال در آن تأثیر زیادی در بهبود وضعیت کسب و کار فعالان آن داشته است.

اما دلیل این ضعف تشکلی در صنایع مذکور چیست؟

عمده ضعفها و مشکلات عارضی و عمومیت دار در یک نگاه کلی شامل موارد ذیل است:

۱- فقدان استراتژی مدون و برنامه ریزی جامع

میان مدت و بلندمدت در تشکلهای

۲- فقدان ساختار تشکلیاتی برای تعیین وظایف و

توزیع قدرت و اختیارات

۳- فقدان برنامههای آموزشی برای بالا بردن

سطوح کیفی اعضاء تشکل

۴- فقدان سیستمهای اطلاعاتی و اطلاع رسانی

مناسب

۵- فقدان تأمین مالی و بودجهای

۶- فقدان سیستم تعاملی فعال و مثبت

۷- فقدان تدوین منشور اخلاقی

شاید تنها راه حصول به رشد صنعت، همکاری سطوح مختلف فعالان صنعت باشد. به هر حال بدون مشارکت همگانی رسیدن به اهداف توسعهای مورد نظرمان، بسیار دشوار خواهد بود. تحقق این امر ضرورت وجود نهادهای واسط نظیر تشکلهای را طلب میکند تا حرکتها و خواست جمعی را سازمان دهند و با برنامه ریزی و سازماندهی مناسب تحقق اهداف صنعت را تسهیل کنند.

بر این اساس برخاستن هر صدایی و ایجاد هر جمع و گروهی امری میمون و مبارک است. اما تأیید این امر، به معنای ایجاد جزایر پراکنده و بی خبر از یکدیگر و شاید در تضاد با هم نیست، بلکه قطعاً همراهی و همکاری این مجموعه را که جدای از تضادهای در کلان مسئله یعنی «توسعه صنعتی» کشور در معنای امروزی آن که «تولید کالاهای رقابتی در عرصه جهانی» است و با یکدیگر وحدت نظر دارند را میطلبد و در این همراهی لازم است که رویکردمان تعاملی باشد به جای تقابلی. در پایان از همه فعالان عرصه نساجی، پوشاک و چرم و همچنین تشکلهای مربوطه میخواهیم که بهسوی یکپارچگی پیش برویم و با ایجاد وفاق ملی، بستر توسعه پایدار را در این صنعت فراهم آوریم.

برعهده گیرند و از ائتلاف منابع محدود ولی قابل استفاده کشور جلوگیری کنند.

در تنظیم سیاستهای کلان اقتصادی (چه در زمینه تولید و چه در زمینه تجارت)، تشکلهای از یک سو با برخورداری از متخصصان و افراد با تجربه و از سوی دیگر با دسترسی به اطلاعات و رویدادهای واقعی نه تنها مانع از تصمیمگیری نادرست و اعمال نظر سیاستمداران در جهت های خاص میشوند بلکه آنان را به اتخاذ تصمیمهای قابل اجرا رهنمون و هدایت میکنند. از این رو حضور نمایندگان تشکلهای در مراحل مختلف برنامه ریزی و مشارکت در شوراهای و کمیتههای برنامه ریزی و نیز حضور در شوراهای تصمیم گیری مربوط به مسائل اقتصادی مرتبط، این فرصت را به وجود می آورد که سیاستگذاران در اتخاذ تصمیمات و سیاستهای کلان اقتصادی مرتبط با صنایع نساجی و پوشاک، از نظرات و انتظارات فعالان این عرصه، از طریق این نهادهای مدنی که در حد فاصله توده فعالان مختلف و مرتبط با این صنایع و دولت هستند، آگاهی حاصل کند و به سیاست گذاری و اتخاذ تصمیم منطبق با نیازها که در ضمن از جنبه اجرایی قوی نیز برخوردار است، مبادرت کنند.

شرایط کنونی ما از نظر مهیا شدن زیرساختهای صنعتی شدن کشور، گویای این واقعیت است که آمادگی توسعه صنعتی به لحاظ ایجاد زیرساختها و بسترهای مناسب از قبیل ارتباطات، انرژی حدوداً مطمئن، وجود فارغ التحصیلان دانشگاهی در حد اشباع، آموزشهای فنی و حرفه ای در کشور و ... وجود دارد؛ اما با این وجود نقصانهای مشهود و قابل ملاحظه ای وجود دارد. به عنوان مثال فقدان رویه مشارکتجویی و مشارکتخواهی فعالان و خود تشکلهای و همچنین نبود همدلی بین تشکلهای جهت ایجاد کارآمدی و اثرگذاری بیشتر.

در شرایطی، که در مرحله گذار از جامعه سنتی به سمت جامعه توسعه یافته هستیم، دستیابی به دموکراسی، ایجاد نهادهای مدنی و سازمانهای غیردولتی یک نیاز ضروری و الزامی است؛ گرچه تشکلهای شاخصه امروزی امر توسعه همه جانبه و پایدار است و در کشورهای مختلف از قدمت دیرینه ای بهره مند است اما این امر متأسفانه در کشور ایران علی الخصوص در صنایع مرتبط با این صنعت، مثل همه تحولات دیگر دستخوش شرایط سیاسی زمانه و البته سیاسی کاری برخی افراد، واقع شد به طوری که در آستانه تحولات تشکلهای در دنیا، تشکلهای صنعتی در صنایع مذکور به حاشیه رانده شد و قبل از هرگونه تکامل به کهولت و فرسودگی زودرس مبتلا شد. قبول داریم که نبودن

انتقال تجارب بین المللی در زمینه های مختلف صنعتی، بازرگانی و تکنولوژیکی، توسعه همکاری های فنی با سازمانها و نهادهای منطقه ای و جهانی حضور در نشستها و کنفرانس های بین المللی برای دفاع از حقوق صنعتگران ایران، مشارکت در افزایش نوآوری و خلق دانش در سطح بین المللی و گسترش و رونق تجارت در سطح بین المللی و گسترش و رونق تجارت در سطح جهان اشاره نمود.

در بُعد ملی نیز تشکلهای، تأثیر بسزایی در افزایش کیفیت تصمیم گیری ها در اقتصاد کلان کشور دارند. تسهیل روابط بین مردم و حکومت (نهادهای قانون گذاری و اجرایی و نظارتی)، قبول بخشی از نقش های اجرایی دولت، مشارکت در تدوین استراتژی های توسعه کشور، تبادل تجربیات مدیران بخش های خصوصی و دولتی با یکدیگر، ایجاد و ترویج فرهنگ مشارکت در بین مردم، افزایش کارآیی و ثمربخشی واحدهای صنعتی، آشنا ساختن بخش خصوصی با استراتژی ها و سیاست توسعه ای کشور و کمک به تحقق این برنامه ها، از دیگر زمینه های اثرگذاری تشکلهای در سطح ملی است و از سوی دیگر وجود تشکلهای صنعتی در سطح واحدهای تولید، بازرگانی و خدماتی فعال در صنایع مذکور، به دلیل نقشی که در توسعه این واحدها در زمینه های مختلف از قبیل رفع مشکلات و تنگنای پیش روی اعضاء، جمع آوری اطلاعات موجود در صنعت مربوطه، کمک و مشاوره به واحدهای عضو جهت بهبود فعالیتها، تعیین و تدوین ضوابط و معیارهای فنی برای تأسیس واحدهای جدید، تعیین و تدوین استانداردها در صنعت مربوطه، حل مسائل صنعتی و مسائل مربوطه به روابط کار و ...، برگزاری نمایشگاه های تخصصی مشترک، برگزاری دوره های آموزشی به منظور ارتقا سطح دانش و آگاهی های اعضا و بالاخره قبول حکمت و داوری بین اعضا و ایفا می کنند، ضرورتی غیرقابل انکار است.

بالا بردن سطح دانش و تخصص کارآفرینان، مدیران، نوسازی تخصص ها و بازآموزی آنها، بهسازی اطلاعات برای آشنایی با آخرین دستاوردهای علمی و فنی، ترویج فرهنگ ملی در زمینه های احترام به کار، قناعت و صرفه جویی، ترویج روحیه صداقت، صمیمیت در کار از مهم ترین اقدامات تشکلهای در زمینه توسعه منابع انسانی و ایجادنگرش توسعه ای در آنهاست.

همچنین تشکلهای به علت احاطه ای که قاعدتاً به رشد فعالیت های متعدد در صنعت دارند، میتوانند نقش ارشادی و هدایتی سرمایه گذاران را در انباشت سرمایه مولد و ایجاد فرصت های اشتغال و در نهایت کمک به رشد و پیشرفت اقتصادی

آسایش آسایش

401

ASAYESH CARPET

صادر کننده نمونه ملی





ASAYESH CARPET

۱۲۰۰ شانه / ۱۰۰۰ شانه ۱۰ رنگ

۷۰۰ شانه / عروسکی / فریز و هیت ست
گبه و قشقایی / گلیم و گلیم جاجیم

کاشان / آران و بیدگل / شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی

۰۳۱-۵۴۷۵۰۲۱۵-۵۴۷۵۰۳۹۰

Add: Soleimane Sobahi Industrial Town, Aran & Bidgol, Kashan, Iran.

+98-3154750215-54750390



www.ASAYESHCARPET.com

Email: sale@asayeshcarpet.com

فرش ماشینی؛ اصلاح طلب بی رسانه

نویسنده:
بهنام قاسمی

تدوین: مجله کهن



حاضر نیست برای محصولات خود تبلیغ کند؟ جالب اینجاست که وقتی تولیدکنندگان فرش دستباف انتظار تبلیغات گسترده در شبکه های معتبر خارجی را از دولت دارند حاضر نمی شوند در همین تلویزیون ایران تبلیغ کنند.

شاید عده کمی از فعالان فرش دستباف هنوز هم به انحصار اعتقاد داشته باشند اما متأسفانه

یا خوشبختانه جبر روزگار ما اینست که رقابت و پاسخ به نیاز مشتری است که معادله بازار را مشخص می کند و دیگر انحصار و به بند کشیدن همه برای حرکت خود یک استراتژی منسوخ شده است و جواب نمی دهد.

جنگ مدرنیته و کهنه گی

فرش دستباف ایران از جنبه های مختلف در سالهای گذشته خود را به روز کرده اما هنوز با آنچه باید باشد فاصله زیادی دارد. برعکس فرش ماشینی به لحاظ تولید به صورت صنعتی، ناخواسته در مسیری گام بر میدارد که مهندسی شده است، جایی که اعداد و ارقام و مهندسی تولید حرف میزند و نه سلیقه شخصی و تجربه های درست و غلط و نه آزمون و خطا. دقیقاً می توان دلخوری فعالان فرش دستباف را به وضعیت کنونی شرق و غرب شبیه دانست، وقتی که شرقی ها خود را صاحب تمدن چندین هزار ساله و علم و دانش می دانستند، غربی ها با درایت و هوشمندی به همان داشته های زیاد و غنی شرقی ها نظم و ترتیب دادند و بر پایه دانش و تمدن آنها روش های آکادمیک و سیستماتیک ابداع کردند و پیشرفت را به جایی رساندند که حالا ما فقط حسرت آنها می خوریم.

جنگ بین فرش دستباف و ماشینی جنگ مدرنیته و کهنه گی است، قطعاً فعالان و تولیدکنندگان فرش دستباف نیز با حرکت به سمت به روز شدن می توانند جایگاه خوبی در بازارهای داخلی و خارجی به دست آورند.

قانون جذب و پیشنهادی برای حامیان کمپین های ضد فرش ماشینی

قانون جذب یکی از قوانین طبیعت است که کاربردهای فراوانی دارد و همه ما به طریقی با آن آشنایی داریم و یا آنرا تجربه کرده ایم، طبق این قانون به هر چیزی بیشتر توجه

چرا فعالان فرش دستباف به فرش ماشینی حمله می کنند

هر از چند گاهی در رسانه ها و جراید و روزنامه ها موجی به راه می افتد مبنی بر اینکه فرش دستباف ایران رو به زوال و نابودی است و برای آن سلسله عوامل و کمبودهایی نظیر رقبای خارجی، نبود حمایت دولتی و ... را ذکر می کنند، اخیراً نیز با رشد روز افزون و هوشمندانه صنعت فرش ماشینی کشور، وجود کارخانجات فرش ماشینی هم به عوامل به نابودی کشیده شدن فرش دستباف اضافه شده است. از قضا فرش ماشینی نیز که یک صنعت مستقل و خود ساخته است از آنجایی که تربیونی در صدا و سیما و جراید ندارد همواره یک طرفه مقصر جلوه داده می شود.

دعوائی به ضرر همه

شاید بتوان دعوائی فرش ماشینی و فرش دستباف را به اوضاع سیاسی کشور ایران تشبیه کرد، جایی که عموماً دو حزب اصولگرا + دلوپس و اصلاح طلب رو در روی هم قرار می گیرند، از آنجایی که اصلاح طلبان اصولاً تربیونی ندارند و همه رسانه ها در قبضه اصولگرایان است هر چیزی به صلاح آنها نباشد بد و سیاه است، فعالان فرش دستباف نیز به دلیل در اختیار داشتن جایگاه ها و رسانه های دولتی این حق را برای خود قایل می شوند که با اعمال فشار پیشرفت های فرش ماشینی را کم رنگ و منفی نشان دهند.

اگر به هشت سال ریاست جمهوری رییس جمهور محبوب اصولگرایان نگاهی بیندازیم همه چیز گل و بلبل بود و چشم بر خطاها پوشیده، اما وقتی کرسی را از دست دادند کوچکترین خطای دولت جدید بدترین انتقادات و هجمه های منفی و سیاه نمایی را به دنبال دارد، به نظر میرسد فرش دستباف نیز به جای کالبد شکافی مشکلات و کمبودهای درونی خود می خواهد رقیب یعنی فرش ماشینی را مقصر جلوه دهد و با انواع اتهامات جنگ روانی را به سود خود به راه بیندازد.

تبلیغات فرش ماشینی ممنوع

همین چند سال پیش بود که فعالان فرش دستباف از تبلیغات تلویزیونی شرکت های فرش ماشینی هم به خشم آمده بودند و با سر و صدای زیاد سعی داشتند تبلیغات تلویزیونی را برای شرکت های فرش ماشینی ممنوع کنند. سوال اینجاست که چرا فرش دستباف

کنید همان در زندگی شما اتفاق می افتد، اما نکته ظریف این قانون این است که باید واقعاً به چیزی که می خواهید فکر کنید و نه کمبود آن چیز، مادر ترزا یکی از کسانی بود که این قانون را بخوبی درک کرده بود و وقتی از او برای گردهمایی ضد جنگ دعوت کردند در آن شرکت نکرد و به برگزار کنندگان آن گفت: «بروید و هر وقت راهپیمایی صلح داشتید خبرم کنید» توصیه نویسنده هم به حامیان عزیز کمپین نه - به - فرش - ماشینی و همه دیگر کمپین های نه - به ... که در فضای مجازی باب شده، این است که به جای تمرکز بر روی آنچه نمی خواهید واقعاً روی چیزی که می خواهید تمرکز کنید تا آنها را جذب کنید و نتیجه برعکس و منفی نگیرید. بنابر قانون، حمایت از کمپین های ضد فرش ماشینی تنها منجر به بدتر شدن اوضاع فرش دستباف و توجه بیشتر به فرش ماشینی میشود، آیا بهتر نبود به جای کمپین نه به فرش ماشینی، «کمپین آری - به - فرش - دستباف» راه می انداختیم؟

در پایان لازم به ذکر است که هنر صنعت فرش دستباف ایران و همه فعالان آن به سبب مس‌ءولیت بزرگی که برای حفظ این میراث گران بهای پارسی دارند برای همه ما و اهالی صنعت فرش ماشینی کشور قابل احترام و ستایش هستند و اصولاً فرش ماشینی بدون فرش دستباف هویتی ندارد، قطعاً هر ایرانی فرش دستباف را دوست دارد و پیشرفت آن دغدغه همه ماست. امید است انتقادات و مسایل مطرح شده از جانب هر دو طرف به دور از تنگ نظری و تعصب تنها برای پیشرفت و توسعه هر دو بخش ماشینی و دستباف مورد توجه قرار گیرد.

فرش ماشینی رقیب فرش دستباف نیست و باید هر دو صنعت برای پاسخگویی به بخشی از نیاز بازارهای داخلی و خارجی در کنار یکدیگر برای اعتلای نام فرش ایرانی در جهان تلاش کنند.



شرکت تولیدی صنایع رنگرزی

طیف تبار

قابل توجه صاحبان صنایع نساجی (واحدهای رنگرزی)

شرکت صنایع رنگرزی طیف تبار با ۲۸ سال سابقه در صنعت نساجی خصوصاً در زمینه رنگرزی انواع الیاف پلی استر و اکریلیک در راستای کاهش هزینه های جاری و ارتقاء کیفیت : با دارا بودن آزمایشگاه مجهز حاضر به خدمت رسانی به واحدهای مشابه را دارد .



شماره ثبت: ۴۱۴۴۴۰۸
ایزو کیفیت

ارائه نسخه تضمینی به رنگرزی الیاف و نخ
(پلی استر و اکریلیک) طبق درخواست واحدهای نساجی

رنگرزی انواع الیاف با طول و دنیلهای متفاوت

(پلی استر، اکریلیک ، ویسکوز و ...)

کارخانه: تهران، کیلومتر ۴۷ جاده خاوران، شهرک صنعتی پایتخت (علی آباد سابق)، بلوار صنوبر، خیابان یاسمن ۲
تلفن: ۴۵۷۲۱۳۳ (۰۲۳۳) فکس: ۴۵۷۳۲۰۰ (۰۲۳۳) همراه ۰۹۱۲۱۱۱۲۳۹۹

دفتر: تهران، خیابان بهشتی، روبروی مصلا، پلاک ۱۲، واحد ۱۵، تلفکس: ۸۸۷۴۰۷۷۳

Email: ostad9789@gmail.com
www.teiftabar.com

ادامه حرکت بازار نخ فرش ماشینی به سمت PA6

بیش از ۱/۶ میلیون تن نخ فرش بی سی اف در جهان با ماشین آلات تولید نخ فرش بی سی اف اورلیکون نیومگ تولید می شود.

اورلیکون نیومگ در نمایشگاه دمو تکس اسیا ۲۰۱۷ تکنولوژی های جدید را معرفی کرد که نشان داد هنوز هم حرکت اصلی بازار به سمت استفاده از نخ های پلی آمید ۶ حرکت می کند. تنها در ۵ سال گذشته ۹۰۰۰ تن به این ظرفیت افزوده و دستگاه های جدید نصب شده است که سهم اورلیکون نیومگ در آن ۶۵ درصد است.

این شرکت توانسته است بازارهای خوبی در چین بدست آورد و با شرکت های مهمی چون Zhejiang Sitong و Jiangsu Kaili Carpet Chemical Fibre قراردادهای نصب ماشین آلات با ظرفیت بالا را امضاء نموده.

ماشین آلات ساخته شده با تکنولوژی نیومگ توانسته با استفاده از واحدهای تکسچرایزینگ جدید و واحدهای خنک کننده معروف به «وی کولینگ» بالاترین درجه کیفیت و یکنواختی نخ را فراهم می کنند.

تکنولوژی پیشرفته برای نخ های بی سی اف نوآورانه اورلیکون نیومگ به عنوان یکی از شرکت های پیشرو در صنعت ساخت ماشین آلات الیاف مصنوعی شناخته می شوند.

این شرکت با تکیه بر دانش فنی بالا و واحد ار اند دی فعال خود ماشین آلات +S و Sytec One BCF systems را که به عنوان ماشین آلات پیشرو در تولید نخ های فرش بی سی اف به شمار می رود همواره به روز کرده و توانسته است کیفیت، ظرافت و یکنواختی نخ های فرش تولیدی را افزایش دهد. عموماً

فروش ماشین آلات تولید الیاف مصنوعی نیومگ در مناطق تولید کننده فرش ماشینی و کفپوش های نساجی مانند آمریکای شمالی، مصر، ترکیه، خاورمیانه و چین بیشتر است و به عنوان بازارهای اصلی صادراتی این شرکت بین المللی شناخته می شود.

سرمايه گذاري عظيم ۱۳ ميليارد ليترتركيه توسط بزرگترين توليد كننده فرش جهان؛

شرکت ساسا و هدف تبدیل شدن به غول پلی استر جهان

هولدينگ اردموغلو به عنوان یکی از بزرگترین شرکت های تولید کننده جهان در صنعت فرش ماشینی قصد دارد با سرمايه گذاري قابل توجه ۱۳ ميليارد ليتر تركيه معادل ۳,۶۵ ميليارد دلار، توليد ۳ درصد كل پلی استر جهان را در دست بگیرد.

ماشین آلات این پروژه با هدف تولید رنج وسیعی از انواع نخ پلی استر از اواخر سال ۲۰۱۶ میلادی آغاز شده است.

در این پروژه عظیم خط تولید ریسندگی نخ بالک POY پلی استر به دنبال یک خط ریسندگی خط تولید نخ پلی استر از بطری

این بخش از صنعت الیاف مصنوعی تبدیل شود و با توجه به قیمت رقابتی انرژی و نیروی کاری که در ترکیه وجود دارد این کشور می تواند با تولیدکنندگان چینی به خوبی رقابت کند. همچنین در حال حاضر سرمايه گذاري های جدید در صنعت توليد الیاف مصنوعی در ترکیه با تمرکز بر آخرین تکنولوژی های روز دنیا انجام می گیرد که یک مزیت بسیار خوب است.

ظهور ترکیه به عنوان یکی از بازیگران اصلی تولید فرش ماشینی در جهان به تولید کنندگان نخ فرش در این کشور دسترسی آسان به یک بازار عالی و پر ترافیک را دارند.

حال خوب فرش ماشینی و دوران طلایی پلی استر

هولدينگ اردموغلو یک نام آشنا در صنعت فرش ماشینی جهان است. حتی اگر کسی برند اردموغلو را نشناسد ممکن نیست برندهایی مانند مرینوس و دینارسو را به یاد نداشته باشد. در صنعت فرش ماشینی جهان برندهایی مانند مرینوس و دینارسو برندهایی جهانی و شناخته شده هستند.

هولدينگ اردموغلو قدرت اصلی و صاحب برندهایی



مانند Merinos, Dinarsu Padişah, Efsane İmparator می باشد.

هر کدام از این برندها از مهمترین صادرکنندگان فرش ماشینی در جهان به شمار می روند و بخش مهمی از این میزان صادرات بر روی فرش های پلی استری تمرکز دارد. وضعیت بسیار خوب و رو به پیشرفت صادرات فرش ماشینی در ترکیه و برندهای نامبرده بازاری تضمین شده برای واحد تولیدی جدید نخ فرش پلی استر است که در گروه اردموغلو در حال ساخت و راه اندازی است.

های ضایعاتی پت نصب و راه اندازی خواهد شد.

امروزه ترکیه توانسته با سرمايه گذاري های جدید در توليد انواع نخ های پلی استر به یکی از بازیگران مهم



ماشین آلات گردبافی در جهان ترکیه سرمایه گذاری بسیار هنگفتی بر روی این بخش انجام داد و توانست به بزرگترین تولید کننده این محصولات بعد از ایتالیا تبدیل شود. در حال حاضر نیز تولیدات گردبافی در ترکیه سهم عمده ای از تولیدات نساجی ترکیه را در بر دارد که عمدتاً در بخش صنایع کوچک و متوسط فعال هستند. در سال ۱۹۹۶ از ۹۰۰۰ ماشین گردبافی که در جهان ساخته و صادر شد ۱۲۶۰ عدد وارد ترکیه شد که انقلابی در این بخش ایجاد کرد.

تا سال ۲۰۱۰ میلادی اغلب سرمایه گذاری‌ها و تولیدات ماشین آلات حلقوی بر روی ماشین آلات گردبافی بود اما از این سال به بعد با سرمایه گذاری های جدید تازه واردین به بخش تولید با ماشین آلات تخت بافی مانند چین و بنگلادش تولید ماشین آلات تخت بافی نیز با رشد خوبی مواجه گردید.

به طور کلی در بین سال‌های ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۱ ترکیه در بین ۴ کشور مهم وارد کننده و سرمایه گذار در بخش ماشین آلات کشبافی و حلقوی بود اما پس از این دوره سرمایه گذاری‌های ترکیه در این بخش کاهش پیدا کرده است. در سال‌های اخیر اغلب شرکت‌های تولیدکننده ترکیه‌ای به سمت نوسازی ماشین آلات قدیمی خود و مدرنیزه کردن این صنعت حرکت می‌کنند و کمتر سرمایه گذاری‌های بسیار بزرگ و عمده‌ای برای پروژه‌های جدید انجام می‌شود.

توسعه صنعت تولید پارچه‌های کشباف در کشور ترکیه از سال ۱۹۲۰ آغاز شده است. در سال‌های ابتدایی این بخش اغلب بر روی ماشین‌آلات بافت دستی متمرکز بود و تا زمانی که این حرکت به سمت کارخانجات مجهز ویژه سوق پیدا کرد ادامه یافت.

در ابتدا این بخش نقش بسیار مهمی در صادرات کالاهای نساجی از ترکیه داشت و در سال ۱۹۶۴ میلادی تقریباً ۳۰۰ هزار دلار از ۴۰۰ هزار دلار صادرات ترکیه به پارچه‌های کشباف اختصاص داشت. در سال ۱۹۵۰ ورود ماشین‌آلات به ترکیه یک چالش بزرگ بود. ورود ماشین آلات بافندگی حلقوی و کشباف به ترکیه کم‌کم آغاز شده بود و در بسیاری موارد این ماشین آلات به صورت تکه تکه و در چند پارت و به صورت قاچاق وارد کشور می‌شد.

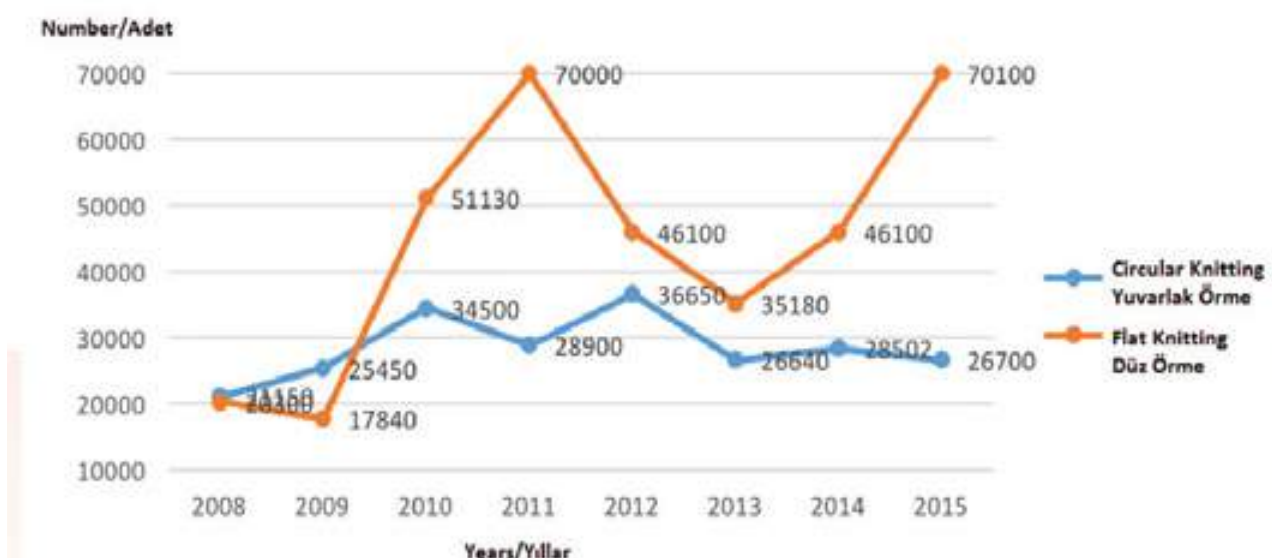
حاشیه سود تولیدکنندگان در طی این سال‌ها بسیار بالا و خوب بود همچنین قیمت انرژی و سوخت بسیار پایین و رقابتی بود. و تولید کنندگان می‌توانستند هزینه یک ماشین گردبافی را در ۷ ماه به طور کامل مستهلک کنند و سودآوری بیشتر را آغاز کنند. در دهه ۱۹۶۰ مناقصه‌های تولید لباس‌های زیر سربازان و نظامیان در ترکیه به تولیدکنندگان داخلی سپرده شد و توانست انقلابی را در این عرصه راه بیندازد و به طور شگرفی این صنعت و تولیدکنندگان آنرا تقویت کند.

در دهه ۱۹۸۰ میلادی همزمان با توسعه

از هر ۱۰۰ فرش ماشینی تولید شده در دنیا ۵ فرش در گروه شرکت های هولدینگ اردموغلو تولید می شود که به همین دلیل این گروه خود را بزرگترین تولید کننده فرش ماشینی جهان معرفی می کند.

در حال حاضر شرکت فرش مریوس ترکیه ۷۰ تا ۷۵ درصد تولید خود را در بازارهای جهانی صادر می کند. در حال حاضر شرکت ساسا ۴۰ درصد تولیدات خود را صادر می کند که قطعاً با افتتاح سرمایه گذاری جدید این رقم به شدت رشد خواهد کرد. سرمایه گذاران و مدیران شرکت ساسا به عنوان زیر مجموعه هولدینگ اردموغلو اعتقاد دارند با توجه به اینکه اغلب تکنولوژی های موجود در کشور چین برای تولید نخ های فرش پلی استر قدیمی و با کیفیت های معمولی هستند سرمایه گذاری های جدید این شرکت می تواند به راحتی در بازارهای جهانی با دارا بودن کیفیت بسیار بالا و رقابتی بودن به خوبی به فروش برسد و مشتریان بسیار این شرکت می تواند پس از اتمام طرح توسعه خود ۳ درصد از نیاز کل جهان به الیاف پلی استر و ۷ درصد نیاز منطقه به این محصول را تامین کند.

سرمایه گذاری‌ها بر روی ماشین آلات بافندگی حلقوی و کشباف در جهان



Graphic 1. Trade of the Knitting Machine in the World (Round and Flat Knitting Machines)

نمایشگاه بین المللی فرش ماشینی

سالن ۱۲ و ۱۳ / غرفه ۸

پدیده کاشان ابریشم

جلوه خاص فرش دستباف در صنعت فرش ماشینی

Padideh Kashan Abrisham

آدرس کارخانه: کاشان کیلومتر ۴ جاده قمصر مجموعه کسری فرش پدیده کاشان ابریشم
آدرس دفتر تهران: خیابان مصطفی خمینی کوچه بالاگر کوچه موسوی کیانی بن بست آقاجانی پلاک ۵
تلفن: ۰۲۱۳۳۴۴۱۸۶۱ / ۰۲۱۳۳۴۴۱۸۵۸



تولید کننده انواع فرش ماشینی
پیشرو در تنوع طرح، رنگ و ابعاد

مدل انحصاری همراهی رشد در توسعه صادرات و سرمایه‌گذاری

خلاصه

آنچه که امروز جهان را درگیر انتخاب نموده است، دیگر این نیست که چه کالا یا خدماتی را در یک منطقه خاص جغرافیایی تولید نماییم، اینکه کدام بازار را برای فروختن کالای مذکور انتخاب نماییم نیز نیست چرا که معادلات خرید و مصرف در جهان از رفتار آشوبی تجاری و انسانی تبعیت می‌کند و صرفاً با دریافت اطلاعاتی از میزان تقاضا و نیاز نمی‌توان پیش‌بینی فروش را در آن مناطق محقق ساخت.

آنچه که موتور محرکه تجارت دوران معاصر می‌باشد نه متصل کردن خریدار و تولیدکننده بلکه ایجاد یک «زنجیره تجاری» متشکل از ده‌ها و شاید صدها نقش مختلف فعال در این زنجیره و اتصال جریان تجاری میان بازیگران زنجیره مذکور و تولید ارزش افزوده در زنجیره ایجاد شده می‌باشد.

امروزه آنچه در تجارت موفق جهانی به عنوان علم و فن «تولید دانش تجاری» جایگاهی برتر از تولید کالا و خدمات پیدا نموده است، تجارتی است که مرز و محدوده و مقیاس خرد و کلان نمی‌شناسد. از کوچکترین صنایع خانگی دستی در روستاهای دوردست هند تا امپراطوری عظیم «سیلیکون ولی» هیچ کدام بدون اتصال مستقیم با یکی از «برده‌پردازها» جهان نه تنها قادر به فروش محصولات تولید شده خود نیستند، بلکه اساساً روند تولید را نیز اشتباه طی خواهند نمود.

مشتریان، این «پیامبران تجارت عصر جدید» یا به زعم دیگر «برده‌پردازها» در آشوب دنیای صنعت، خدمات و کشاورزی، تغییر کرده اند و از حالت صرفاً سنتی به حالتی مدرن و پیچیده تبدیل شده اند. امروز اینکه یک فروشنده قصد فروش نماید و یک خریدار با خرید موافقت کند، تمامی شرایط

لازم و کافی برای تحقق یک تجارت نخواهد بود. مشتریان می‌باید در یک زنجیره دست به دست یکدیگر دهند تا فرآیند فروش و تولید ثروت کامل و نهایی شود.

مقدمه

بر اساس چشم انداز جمهوری اسلامی ایران، در سال ۱۴۰۴ ایران در حوزه های اقتصادی و علم و فن آوری جایگاه نخست را در منطقه دارا خواهد بود. به دست آوردن این جایگاه مسلماً نیازمند هماهنگی بین بخش‌های مختلف اقتصادی و علمی جمهوری اسلامی ایران و کشورهای منطقه خواهد بود.

اگرچه امروز فاصله موجود در خصوص شاخص های اقتصادی با کشورهای منطقه در بخش تولید ناخالص داخلی نزدیک به ۳۰۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود، چنانچه رشد کشورهای منطقه را صفر در نظر بگیریم، نشان دهنده آن است که سالانه باید بتوانیم ۳۰ میلیارد دلار به تولید ناخالص داخلی خود بیافزاییم تا بتوانیم در ده سال آینده رتبه اول منطقه را از آن خود نماییم، معنای صریح این جمله آن است که سالانه باید بتوانیم رشدی در حدود ۲/۵٪ در تولید ناخالص داخلی کشور ایجاد نماییم و چنانچه در هر سال این رشد به دلیلی کاهش یابد، در سال‌های بعد این رشد باید به نحوی جبران گردد.

باید اذعان نمود که اقتصاد مقاومتی یکی از پشتوانه های این مدل ملی محسوب می‌شود. اتکاء به توان داخلی و آماده سازی شرکت‌های بزرگ، کوچک و متوسط در رویارویی با بازارهای هدف صادراتی، حضور در مجامع علمی-تجاری ملی و بین‌المللی بازارهای هدف و ارائه توانمندیهای داخلی در این حوزه، خصوصاً سوابق بسیاری از شرکت‌ها در طول مدت تحریم که توانسته اند نیازهای استراتژیک کشور را تأمین نمایند، و معرفی توانمندیهای بنگاه های طرف قرارداد و محصولات این بنگاه ها بخشی از وظایف مدل رشد محسوب می‌شود.

۱- وضعیت موجود

برای دریافتی صحیح و واقع‌بینانه از وضعیت موجود، جانمایی صادقانه جایگاه کنونی کشور در منطقه بر اساس شاخص‌های بارز اقتصادی و مقایسه آن با شاخص‌های کشورهای رقیب، ضروری است که در زیر بدان پرداخته می‌شود.

۱-۱ تولید ناخالص داخلی ایران در مقایسه با رقیب

چنانچه بخواهیم خود را در یکی از شاخص های اقتصادی که تولید ناخالص داخلی محسوب می‌شود، با جایگاه های اولین منطقه مقایسه نماییم، باید دو کشور ترکیه و عربستان را برای مقایسه برگزینیم.



نمودار زیر نشان می‌دهد که وضعیت تولید ناخالص داخلی ما در مقایسه با ترکیه فاصله ای معنی دار است که رقمی معادل ۳۰۰ میلیارد دلار است، این در حالی است که کشور ترکیه از منابع غنی و خدادادی نفت و گاز محروم بوده و صرفاً با اتکاء بر سایر بخش های اقتصادی توانسته است تولید ناخالص داخلی خود را به رقمی افزون بر ۷۰۰ میلیارد دلار برساند.

کشور عربستان سعودی نیز که بخش عمده اقتصاد خود را مرهون منابع نفت و گاز است، توانسته است کشور ایران را پشت سر گذارده و به رقمی بالغ بر ۶۰۰ میلیارد دلار در تولید ناخالص داخلی دست یابد.

لذا در وضعیت کنونی، ترکیه مهمترین رقیب در شاخص تولید ناخالص داخلی در منطقه در نظر گرفته می‌شود و طی ده سال آینده با در نظر گرفتن فرض غیر محتمل رشد صفر اقتصادی برای این رقیب، باید بتوانیم بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار به تولید ناخالص داخلی خود بیافزاییم.

۱-۲ نسبت صادرات به تولید ناخالص داخلی در مقایسه با رقیب

یکی از نسبت های مهم در سنجش و مقایسه در حوزه اقتصادی شاخص نسبت صادرات به تولید ناخالص داخلی است. این شاخص در



نکته بسیار مهم که باید در برنامه ریزی های اقتصادی به منظور نیل به اهداف در نظر گرفته شود، هدف گذاری های سایر کشورها از جمله کشورهای رقیب در اقتصاد است. ترکیه اعلام کرده تا سال ۲۰۲۰ می خواهد تولید ناخالص داخلی خود را به دو تریلیون دلار برساند که در این صورت و با توجه به تولید ناخالص ۷۰۰ میلیارد دلاری کنونی، ایران، در صورت عدم برنامه ریزی صحیحاً ترکیه افزایش نا مطلوب تری پیدا خواهد کرد.



کشور مورد توجه قرار نگرفته است. الگوهای نوین به خوبی به بخش های دولتی و خصوصی معرفی نشده است و بخش های دولتی، عمومی و خصوصی با نقش این الگوها در توسعه کشور آشنایی کاملی ندارند.

تهیه و تدوین این الگوها می بایست منطبق بر خصوصیات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کشور توسط مشاورین اقتصادی و اطلاع رسانی در مورد آن توسط رسانه های متعهد کشور صورت گیرد، که متأسفانه تاکنون برنامه مدونی برای این موضوع دیده نشده و شاید هنوز در برنامه ریزی های کلان کشور به صورت شایسته مورد توجه قرار نگرفته است. در حال حاضر با توجه به اهداف چشم انداز و مأموریت و کاستی هایی که در این زمینه به چشم می خورد، گروه مشاورین سرمایه گذاری ستاره صنعت پردازان و شرکت آسمان مدیا، در نظر دارند برای، تدوین و اطلاع رسانی این الگوها در قالب قراردادی مشخص با همکاری یکدیگر موجبات توسعه در بخش های مورد نظر را فراهم آورند.

گروه مشاورین سرمایه گذاری ستاره صنعت پردازان در همکاری با شرکاء بین المللی خود در خصوص ورود به موضوع توسعه صادرات و جذب سرمایه های داخلی و خارجی به منظور توسعه بازار بنگاه های اقتصادی کشور و حضور در بازارهای ارزشمند خارجی، با هدف توسعه صادرات محصولات و خدمات شرکت های ایرانی، الگوهای نوینی را طراحی و تنظیم نموده و آماده ارایه آن به مخاطبین در بخش های دولتی، عمومی و خصوصی نموده می باشد که به اختصار در زیر به سرفصل های آن اشاره شده است.

به اشباع، رقابت های بیشتر نتیجه ای جز حذف تعدادی از شرکت ها به همراه نخواهد داشت. از سوی دیگر با توجه به رفع برخی از محدودیت های بین المللی، تاثیر حضور شرکت های خارجی در بازار داخلی را نباید نادیده گرفت، زیرا در صورت عدم مدیریت، این موضوع بر مشکلات عرضه کنندگان کالا و خدمات در بازار داخلی به شدت خواهد افزود.

نگاه به بازارهای بین المللی، جذب سرمایه گذاران خارجی و صادرات یکی از مهمترین نقاط امید در فراهم آوردن امکان رشد و توسعه اقتصادی در کشور می باشد. جالب توجه است که یکی از بزرگترین بازارهای منطقه ای در همسایگی ما قرار دارد و یکی از جذاب ترین مناطق صادراتی دنیا را تشکیل می دهد، حجم واردات همسایگان ما به بیش از ۱۳۰۰ میلیارد دلار در سال بالغ می گردد و متأسفانه سهم شرکت های ایرانی از این حجم واردات بسیار ناچیز و سهم قابل توجهی در اختیار ندارند، در حالی که کشورهای مختلف در تلاش هستند تا این فرصت های گرانقدر را تبدیل به ثروت و نهایتاً اشتغال برای شرکت های محلی خود نمایند. این همه در حالی است که عرضه بسیاری از محصولات و خدمات در کشور ما با در نظر گرفتن برخی ملاحظات، می تواند از جایگاه مستحکمی در بازارهای هدف برخوردار باشد.

لذا به نظر می رسد دو بخش توسعه صادرات و جذب سرمایه گذاری خارجی در کشور می تواند تاثیر بسزایی در تحقق چشم انداز ۱۴۰۴ داشته باشد. آنچه مسلم است تاکنون الگوهای نوین در توسعه صادرات و جذب سرمایه های خارجی به خوبی در

حقیقت سهم صادرات کشور از تولید ناخالص داخلی نشان می دهد. در این میان، عربستان سعودی از وضعیت بسیار خوبی برخوردار است و در این حوزه با نسبتی در حدود ۵۰٪ در بالاترین جایگاه منطقه قرار گرفته است.

اهم صادرات کشور عربستان در حال حاضر نفت خام، گاز و فرآورده های این دو نعمت خدادادی است، اما پیش بینی ها نشان می دهد که این کشور نیز در صدد توسعه صادرات محصولات غیر نفتی بوده و در حوزه اقتصاد، برنامه ویژه ای برای خروج از اتکاء مطلق به نفت و گاز تدوین و در حال اجرا می باشد. در نمودار زیر وضعیت این نسبت در سه کشور ایران، ترکیه و عربستان مقایسه شده است. با مشاهده این نمودار و با توجه به رقم متوسط ۴۸۰ میلیارد دلار تولید ناخالص داخلی کشور در فاصله سال های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ و به فرض ثابت ماندن نسبت فوق در ترکیه، در می یابیم که فاصله تقریبی این نسبت در ایران و ترکیه حدود ۴٪ بوده، یعنی اینکه در صورتی که بخواهیم فاصله موجود در این شاخص اقتصادی با کشور ترکیه را از بین ببریم، می بایست بتوانیم سالانه بیش از ۱۶ میلیارد دلار به صادرات خود بیافزاییم، البته مطمئناً بخش نفت و گاز خواهد توانست این فاصله را جبران کند، چراکه با توجه به افزایش تولید و بهره برداری و با توجه به پیش بینی های صورت گرفته، افزایش فروش نفت خام خواهد توانست این تولید ثروت را برای کشور به همراه داشته باشد ولی علاوه بر پیش بینی افزایش تولید ناخالص داخلی ترکیه، این توانایی نمیاید اولویت جبران این فاصله با افزایش صادرات غیر نفتی را کم رنگ نماید.

اما چنانچه تولید ناخالص داخلی ما به رقم ۷۰۰ میلیارد دلار برآورد گردد، مطمئناً صادرات نزدیک به ۲۰۰ میلیارد دلار مورد انتظار خواهد بود و اگر بر اساس آنچه در طلایی ترین دوران صادرات نفت ملاحظه نموده ایم، صادرات غیر نفتی کشور حداقل باید به ۵۰ تا ۶۰ میلیارد دلار، یعنی حداقل سه برابر آنچه امروز در اختیار داریم، برسد.

باید به نتیجه برسیم و بدانیم که صادرات تنها و تنها یک راه برای رسیدن به هدف و چشم انداز کشور است و بدون آن نخواهیم توانست به رشد پیش بینی شده دست یابیم.

تحقق اهداف چشم انداز ۱۴۰۴ و نقش مشترک مشاورین و رسانه

همگان باور داریم، برای دست یابی به رشد اقتصادی دیگر تنها اتکاء به بازار داخل کافی نخواهد بود، چراکه در حال حاضر با توجه به رقابت تقریباً کامل تولید کنندگان در فعالیت های مختلف اقتصادی، در بازار نزدیک

تجهیزات و قطعات مصرفی انواع خط ریسندگی POY، FDY، BCF



• شرکت Chemical Fiber Technology ایتالیا
ارائه دهنده انواع خطوط تولید POY، FDY، BCF و منسوجات پی بافت



• شرکت Rauschert آلمان
با سابقه ترین شرکت ارائه دهنده انواع
راهنماها و نازل های فیویش



• شرکت Xinlu Spinneret چین
رشته ساز و انواع مختلف فیلتر های
ساده و لبه دار



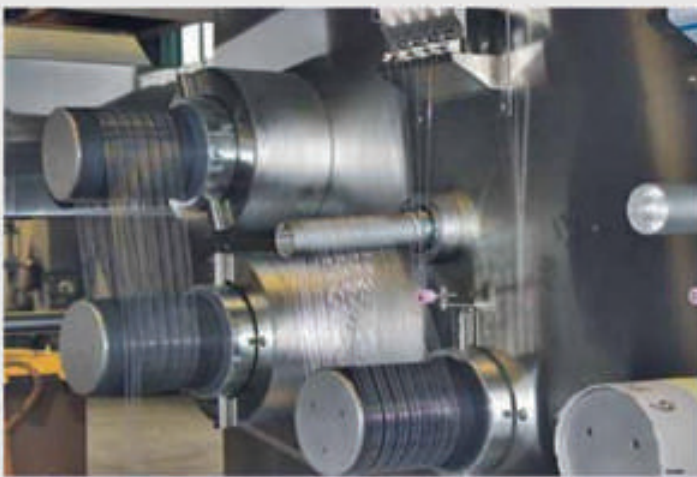
• دستگاه های آزمایشگاهی و کنترل کیفی انواع خطوط ریسندگی



ISO 9001: 2000 CERTIFIED CO.
**Chem-Verse
Consultants**
(India) Private Ltd.

• شرکت Chem Verse هند
انواع اسپری تمیز کننده رشته ساز





• شرکت ISGEV ایتالیا
انواع گادت و الکتروموتور خطوط تولید POY, FDY, BCF
با سابقه حضور ۳۰ ساله در ایران

• شرکت RPETECH آلمان

انواع جت ایتتر مینگل استفاده شده در خطوط تولید شرکت های Trutzschler, SSM, TMT, Swiss Tex, CF Tech

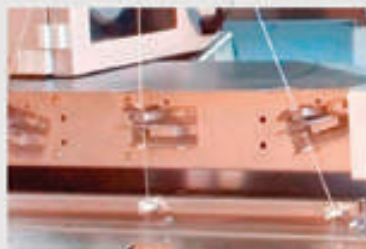


SAURER.

Fibrevision

• شرکت Fibrevision انگلیس

با سابقه ترین و به روز ترین سنسور های کنترل کیفی و پور تابل در جهت افزایش راندمان تولید و کیفیت محصولات



phoenix

• شرکت Phoenix هند

انواع ساکشن گان، اسپلیسر و قطعات یدکی خط ریسندگی



گزارشی از یک رویداد و صد رخداد

گزارشی از نمایشگاه فرش ماشینی شهرآفتاب



اولین دوره و دیدگاه مسئولین

هفدهم مرداد نمایشگاه فرش ماشینی شهر آفتاب بالاخره بعد از کشمکش‌های فراوان و حرف و حدیث‌هایی که وجود داشت با حضور شرکت‌های داخلی و چند شرکت خارجی و مسئولین اتحادیه، رئیس انجمن صنایع نساجی، رئیس اصناف و نمایندگان مجلس افتتاح گردید.

بحث درباره این نمایشگاه بسیار بود اما هرچه که بود به نحو درخور شأن تولیدکنندگان هرچند با کم و کاست‌هایی برگزار گردید.

در این میان مسئولان نیز دیدگاه‌های مختلفی در رابطه با نحوه برگزاری و نفس وجود یک نمایشگاه فرش دیگر داشتند. مخالفین بیشتر بر روی فاصله زمانی نمایشگاه بحث داشتند. ترس دیگر آنها از ضربه خوردن صنعت فرش ماشینی کشور در روزهایی بود که کشور درگیر رکود در بازار است. موافقین اما نظرشان چیز دیگری بود. آنها می‌گفتند که ما خودمان نیز می‌خواستیم در تاریخ دیگری و با فاصله زمانی بیش از ۵ ماه برگزار گردد اما متأسفانه شرایط فراهم نگردید. موافقین دلیل نمایشگاه موازی را عدم رضایت از نمایشگاه شهرپور ماه را دلیل اشتیاق و علاقه برای برگزاری رویداد دیگر در شأن صنعت فرش ماشینی کشور می‌دانستند.

اما در این میان برخی از مسئولان دیدگاه‌های روزهای قبل و بعد از نمایشگاه‌شان متفاوت بود. برخی تا قبل از برگزاری این رویداد مخالف بودند و گله داشتند و بعد از برگزاری با مشاهده شرایط و استقبال بازدیدکنندگان به این رویداد علاقه‌مند شده و خواستار برگزاری همه ساله نمایشگاه فرش در این مجموعه شدند.

سرردگمی

یکی از مواردی که در میان مسئولین

و دو دستگی نیز در میان تولیدکننده‌ها با برگزاری دو نمایشگاه مشاهده می‌گردد. هرآن نیز احتمال دارد اندک بازاری که در خارج داریم را نیز از دست دهیم.

آیین افتتاح همراه با سوالات خبرنگاران

بعد از آیین افتتاح آقای فاضلی رئیس اصناف به همراه آقای کاملیان رئیس اتحادیه فروشندگان فرش ماشینی و مکت تهران از تعدادی از غرفه‌های نمایشگاه بازدید و به صحبت‌های تولیدکنندگان و مشکلات آنها گوش دادند. اما قبل از اینکه به سراغ غرفه‌ها بروند خبرنگاران تعدادی سوال از آقای فاضلی پرسیدند که ایشان اینگونه به سوالات پاسخ دادند.

خبرنگار صداوسیما سوال خود را اینگونه مطرح کرد: تولیدکننده‌ها عنوان کردند که بازار با یک رکود قابل توجهی مواجه است و برای صادرات مشکلات عدیده‌ای دارند پاسخ شما به این مسئله چیست؟

آقای فاضلی در جواب بیان کردند که: بله ما نیز متوجه رکود در بازار هستیم و به نوعی می‌توان گفت بازار داخلی اشباع شده است و ما با انباشت تولید در داخل مواجه هستیم.

در بازاریابی بین المللی در این چندسال دوستان به نسبت عملکرد موفقی داشتند اما ۱۰۰٪ موفق نبوده‌ایم و دلیل آن مشکلاتی است که هنوز باقی مانده است. یقیناً باید دولت دوم آقای روحانی تلاش کند تا این مشکلات را با سرعت و قوت حل کند.

همچنین فاضلی پاسخ سوال خبرنگار باشگاه خبرنگاران جوان که پرسید: برای خروج از رکود چه اقداماتی انجام شده است؟ عنوان کرد: در آستانه انتخاب کابینه دولت دوازدهم نمی‌خواهم خیلی به این مسئله بپردازم بگذاریم وزیر معرفی شود

برگزاری بسیار دیده می‌شد سردرگمی فراوان برای نحوه برگزاری و جلب رضایت تولیدکنندگان تا لحظه آخر برای حضور در نمایشگاه بود. ادعای مسئولین این بود که دست‌اندرکاران نمایشگاه شهرپور تبلیغات سوئی علیه این رویداد راه انداخته‌اند و این باعث بدبینی شرکت‌ها شده است.

از طرفی تولیدکنندگان نیز نمی‌دانستند کدام رویداد قرار است به عنوان نمایشگاه اصلی سالیانه برگزار گردد که این خود تصمیم‌گیری را برای آنها سخت می‌کرد به تبع آن برنامه‌ریزی برای نمایشگاه را سخت می‌کرد.

همین عدم ثبات در تصمیم‌گیری باعث شد برخی شرکت‌ها در هر دو رویداد، تعدادی در هیچ‌کدام و بعضی نیز در یکی از دو نمایشگاه حاضر شوند و جایگاه خود را در بازار با خطر روبرو نکنند.

با مشاهده وضعیت آشفته بازار فرش ماشینی کشور به یاد مصاحبه‌ای که سه سال قبل در همین روزهای گرم تابستان با یکی از اساتید برجسته دانشگاه آزاد کاشان ترتیب دادیم افتادیم. در این مصاحبه بیشتر حول محور چگونگی ورود فرش ایران به بازار خارجی را بررسی کردیم. در بخشی از مصاحبه ایشان عنوان کرده بودند که اگر سه سال دیگر فرش‌های ما بتوانند وارد بازار جهانی شوند توانسته‌ایم این صنعت را نجات دهیم در غیر این صورت باید فاتحه این صنعت را خواند.

مشکلات از نگاه تولیدکننده

امروز ما در ورود به بازار خارجی به دلایل مختلف من جمله قوانین بانکی، عدم ارتباط با بانک جهانی، قوانین گمرکی، عدم حمایت دولت از تولیدکننده، عدم تخصیص جایزه صادرات، هزینه بالای مواد اولیه و دیگر عوامل مختلف موفق نبوده‌ایم. با وجود مشکلات شمرده شده امروز با یک انشقاق

اینگونه پاسخ شنیدیم: ما باید ببینیم چه کسی قانون‌گذاری می‌کند. کسانی در جایگاه‌های قانون‌گذاری هستند که تخصص لازم در آن بخش را ندارند. ما نه فقط مشکل قانون که مشکل مجریان آن را نیز داریم، اگر بهترین پلن و برنامه هم باشد ولی مجری توانمندی نداشته باشیم، قابل اجرا نیست.

نبود مشکلات ترافیکی، تهویه مناسب‌تر، فضای نمایشگاهی بزرگ و مفید قبل دسترس، شلوغ نبودن بی‌خودی سالن‌ها و غرفه‌ها، تمایل خارجی‌ها نیز به دلیل نزدیکی به فرودگاه امام و در دسترس بودن هتل نیز به مجموعه شهرآفتاب از دیگر نکات قابل توجه مجموعه شهرآفتاب از دیدگاه تولیدکنندگان و بازدیدکنندگان بود.

شرکت‌های حاضر و فضای اختصاص داده شده

اگر به تعداد شرکت‌های و فضای اختصاص داده شده به این رویداد نیز توجه کنیم متوجه خواهیم شد که از طرف مسئولین برگزاری عزمی جدی برای ادامه این راه وجود دارد. در نمایشگاه امسال نزدیک به پنجاه شرکت داخلی و سه شرکت خارجی در این نمایشگاه حضور داشتند.

شرکت‌های معتبری چون: فرش افشار زرینه، فرش داریوش، فرش پرهام، فرش توس مشهد، فرش زمرد مشهد، الماس کویر کرمان، بازرگانی سبجه، فرش زاگرس، فرش دیپلمات، فرش عمارت کاشان، فرش اسپادانا، قالی سلیمان، فرش سانا، شرکت فرش و موکت بابل و دیگر شرکت‌های معتبر این حوزه حضوری موثر و چشمگیر داشتند. از میان شرکت‌های خارجی نیز می‌توان به حضور رسمی فرش مرینوس و الکسوس هالی اشاره کرد.

نمایشگاه فرش امسال در دو سالن اصلی مجموعه شهرآفتاب که مجهز به تمام امکانات رفاهی هستند برگزار گردید.

نمایشگاه شهر آفتاب از نگاه مردم

در این گزارش به سراغ تعداد زیادی از خانواده‌هایی رفتیم که برای خرید و بازدید از نمایشگاه شهرآفتاب آمده بودند.

موارد مشترک بسیاری در میان مسائل مطرح شده از طرف شرکت‌ها مشاهده می‌شد و از دیدگاه اکثر آنها «اصلاح قانون نظام صنفی خصوصاً حوزه کسب و کار» می‌تواند به دنبال خود حلال بسیاری دیگر از مسائل باشد.

رکود، تعرفه‌های بالای گمرکی، سیستم بانکی، ارتباط با بانک جهانی، مالیات، ارزش افزوده، بیمه، سازمان تأمین اجتماعی و ... مشکلاتی هستند که همچنان در هر دیداری که شرکت‌ها با مسئولین دارند از آنها یاد می‌کنند و وعده همیشگی مسئولین انشالله و امید به خدا و در آینده با دولت بعدی حل خواهد شد بود. آقایان مسئول صدای تولیدکننده چه زمانی شنیده خواهد شد؟

متن اصلی این رویداد

در کنار حاشیه‌های صورت گرفته. نمایشگاه فرش ماشینی و کفپوش شهرآفتاب با وجود تمام صحبت‌ها و تبلیغات منفی صورت گرفته قبل از نمایشگاه توانست رضایت مسئولین برگزاری و شرکت‌های حاضر را بدست آورد.

مدیران شرکت‌ها غالباً بر این عقیده بودند که باتوجه به اینکه این نمایشگاه اولین دوره خود را می‌گذراند انتظار بازدیدکننده بالای ده هزار نفر را نمی‌توان داشت. یکی از نکات مورد توجه دیگر عدم حضور بازدیدکنندگان متفرقه در این رویداد بود. غالباً حاضرین برای خرید به نمایشگاه آمده بودند و کمتر کسی را می‌توانستیم ببینیم که برای هدیه‌ها و کاتالوگ‌های تبلیغاتی آمده باشد. موردی که در نمایشگاه‌های برگزار شده در سایت چمران به وفور دیده می‌شود.

روز دوم نمایشگاه و گفت‌وگو با تولیدکنندگان

در روز دوم نمایشگاه به سراغ مدیران مجموعه رفتیم تا با آرامش خاطر و در محیط نمایشگاه به صحبت بنشینیم تا به طور مفصل دیدگاه‌هایشان را در رابطه با نمایشگاه و وضعیت بازار جویا شویم. آقای حمایت‌کار مدیر مجموعه فرش زمرد مشهد دل پری از وضعیت بازار فرش داخلی داشت. وقتی از ایشان پرسیدیم تا از مشکلات موجود در این حوزه به ما بگویند پاسخ دادند: از کجای مشکلات شروع کنیم؟ وارد کردن مواد اولیه، گمرک، حمل و نقل، تعرفه‌ها، منابع انسانی، ارزش افزوده و الی ماشالله. در تمام مواردی که نام بردم مشکلات بسیاری وجود دارد که باید تک‌تک بررسی شوند.

از ایشان پرسیدیم به نظرتان آیا در صورتی که قوانین اصلاح شود می‌توان گفت که بقیه مشکلات این حوزه حل خواهد شد

و ببینیم ایشان چه برنامه‌هایی دارند ما نیز برنامه‌های خود را ارائه می‌دهیم.

بازدید مسئولین از غرفه‌ها و گلایه‌های تولیدکنندگان

در هنگام بازدید از غرفه‌های نمایشگاهی ابتدا به سراغ غرفه فرش مرینوس مراجعه و با آقای میرعظیمی نماینده این شرکت در ایران وارد گفت‌وگو شدند. آقای میرعظیمی در رابطه با مشکلات و مسائلی که درگیر آن هستند به آقای فاضلی توضیحاتی ارائه کردند: نمی‌دانم چرا برای واردات مواد اولیه ما به این صورت هزینه‌های سرسام آور گمرکی و ترخیص و تعرفه پرداخت می‌کنیم.

امسال از اول سال ۹۶ سه بار افزایش بهای تعرفه گمرکی داشتیم. در این میان آقای فاضلی از عدم اطلاع خود از وجود چنین مسائلی را مطرح کرده و فرمودند نظام تعرفه‌ای در سال یک بار تعریف می‌شود مگر اینکه شرایط خاصی برقرار باشد و در ادامه عنوان کردند که انشالله ما بعد از نمایشگاه یه نشست تخصصی با شما تولیدکنندگان برگزار خواهیم کرد و آنجا تمام مسائل شما مورد توجه قرار خواهد گرفت.

میزبان بعدی غرفه فرش اسپادانا بودند. آقای شریفیان مدیرعامل مجموعه به مسئله هزینه‌های بالای تولید در کشور پرداختند و بیان کردند که ما توان رقابت با کشور ترکیه را نداریم چون هزینه‌های بالایی را از مواد اولیه تا بقیه مراحل تولید متحمل هستیم. در نتیجه محصل خروجی ما قیمت بالایی دارد.

سه سال قبل قیمت تمام شده محصول بالاتر از امروز بود. تولید و فروش روزانه ما بهتر از امروز بود اما در مقابل ثبات در قیمت نیز وجود نداشت. امروز هم تولیدمان کم شده و به تبع آن در فروش نیز دچار مشکل شده‌ایم. اما علازقم بازار و رکود موجود ما قیات قابل قبولی در بازار مشاهده می‌کنیم. تنها مشکل این است که ما نمی‌دانیم با این رکود چکار کنیم.

پاسخ رئیس اصناف به سوالات کهن:

فاضلی در جواب سوال خبرنگار کهن که بالاخره تکلیف قوانین دست و پا گیر چه خواهد شد و تولیدکننده چه مقدار دیگری باید صبر کند تا گشایشی صورت گیرد پاسخ داد: بحث قوانین فقط مختص تولید و فرش نیست، متأسفانه تولید در جمهوری اسلامی با مشکل مواجه است و ما تماماً به شعار اکتفا کرده‌ایم و کمتر به شعور توجه شده است. یکی از بخش‌های معیوب ما نظام پولی مالی است. حتی بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها نیز در جهت تسهیل صادر نمی‌شود.

اما طبق گفته خودشان تنوع محصولات کمتر از آن چیزی بود که انتظار داشتند. تعدادی از بازدیدکنندگان بودند که از ما در مورد اینکه اینجا با نمایشگاهی که شهرپور برگزار می‌شد چه تفاوتی دارد یا نمایشگاه شهرپور امسال هم دایر خواهد شد و سوالاتی این چنین می‌پرسیدند که ما برای برخی از سوالاتشان جوابی نداشتیم بدهیم. نظرات مختلفی پیراوان نمایشگاه از مردم شنیدیم برای مثال بودند کسانی که می‌گفتند: نسبت به نمایشگاه‌های بین‌المللی فرش که سال‌های گذشته در چمران برگزار می‌شد، خوب نبود. تعداد غرفه‌ها و تنوع مدل‌ها بسیار کم بود. طرح‌ها هم نسبت به سال‌های گذشته خوب نبود. اما در مقابل کسانی نیز بودند که بر این عقیده بودند که نمایشگاه نسبتاً خوب بوده و توانسته نیاز آنها را برطرف کن. کسانی نیز بودند که برای خرید محصولاتی چون پارکت و موکت داشتند که به دلیل نبود شرکت‌هایی در این حوزه متأسفانه نتوانسته بودند که محصول مورد نظر خود را تهیه کنند. در رابطه با قیمت محصولات اما اکثر تفاوتی در قیمت نمایشگاهی با فروشگاهی دیده نمی‌شد. یکی در پاسخ سوال خبرنگار ما مبنی بر اینکه قیمت‌ها به چه شکلی بود عنوان کرد: خیلی فرقی نمی‌کند. این جا ده درصد تخفیف می‌دهند، که اگر فروشگاه‌های مولوی هم بروم می‌توانم همین قدر تخفیف بگیرم. وقتی خواستیم این نمایشگاه را با نمایشگاه چمران مقایسه کنند پاسخ جالبی از برخی افراد شنیدیم. «تنوع مدل‌ها و تعداد غرفه‌ها در آن جا (نمایشگاه چمران) خیلی بیشتر بود و در کل نمایشگاه بهتری بود. کیفیت نمایشگاه نسبت به مسیری که باید طی کنید، خوب نیست. بخش کفپوش و پارکت هم که می‌خواستیم از آن دیدن کنیم، کنسل شده بود. در کل دو غرفه موکت در نمایشگاه بود و در کل راضی نبودم. اما مسئله‌ای که تقریباً همه بازدیدکنندگان بر آن هم نظر بودند بحث ترافیک مسیر و خلوتی اتوبان بود اما در مقابل دوری از مرکز شهر در این اندازه و گرمای هوای خارج از سالن‌ها حاضرین را به نوعی کلافه کرده بود. غالب بازدیدکنندگان نیز از طریق تبلیغات تلویزیونی و بیلборدهای موجود در سطح شهر از وجود همچنین نمایشگاهی در شهرآفتاب مطلع شده بودند. تعداد پایین شرکت‌های حاضر در نمایشگاه یکی دیگر از نکات مورد توجه بازدیدکنندگان بود که در صحبت‌های خود عنوان می‌کردند.

تاریخچه ماهلو

همزمان با اتمام جنگ جهانی دوم در سال ۱۹۴۵ آقای دکتر هاینز ماهلو شرکت را تأسیس کرده است. ماهلو شرکتی کاملاً خصوصی است که به بورس وارد نشده و توسط خانواده و نوه دختری دکتر هاینز اداره و مدیریت می‌شود. ماهلو تا به امروز دارای ۲۵۰ کارگر در سراسر دنیا، (تعداد پایین کارگر به دلیل مکانیزه بودن سیستم مجموعه است) فعال در ۱۱۵ کشور به صورت مستقیم و البته ۹۰ دفتر فروش در کشورهای مختلف است که امکان فعالیت به صورت تولید مستقیم وجود ندارد مشغول به فعالیت و تولید است.

ماهلو در ایران

در اصل شروع کار ماهلو با پارچه بوده است به همین خاطر نمایندگی بخش پارچه سال‌ها قبل به ایران آمده در کل ماهلو دارای دو نمایندگی در ایران است. یکی نمایندگی دائمی فرش و دیگری نمایندگی دائمی پارچه که چند سالی است در ایران حضور دارد.

کاربرد ماهلو در تولید فرش ماشینی

در مواقعی که در فرش ماشینی با سرکجی مواجه هستیم یا فرش شکم داده شکم دادن به صورت محذب یا مقعر بوده و مربوط به فرش‌های ۱۰۰۰ و ۱۲۰۰ شانه مربوط می‌گردد در این صورت با استفاده از دستگاه ortopack crw12 شرکت ماهلو می‌توان این نقص را رفع کرد. دستگاه ارتوپک قادر است تا سه هزار نیوتن فشار را تحمل کند و کششی که در فرش

ایجاد می‌نماید مسئله سرکجی را حل می‌کند. تا به امروز این مسئله به وسیله روش‌های ایرانیزه شده و دستگاه‌های ابداعی خود تولیدکننده‌ها رفع می‌شد که روش‌هایی غیراصولی به حساب می‌آیند.

در دستگاه ارتوپک ۸ دوربین را داریم که نقش اسکنرها را ایفا می‌کنند و بر اساس عرض فرش جمع و پخش می‌شود. اسکنرها زمانیکه مشکلی در فرش تشخیص می‌دهند به غلطک‌ها فرمان درگیر شدن می‌دهند. اگر فرش شکم داشته باشد غلطک‌ها وسط فرش را گرفته و از دو طرف کشیده و اصلاح می‌کنند. هم فرش هم موکت با دستگاه مذکور رفع عیب می‌شوند و اسکنرها دائم در حال رصد فرش یا موکت هستند. زمانی نیز فرش مشکلی نداشته باشد فرش به راحتی بدون هیچ درگیری از داخل آنها رد می‌شود. مغز اصلی دستگاه همین اسکنرها هستند.

نکات مهم در باب نحوه کار و مزایای ارتوپک نسبت به سایر روش‌ها

مهم ترین نکته در کار با دستگاه ارتوپک ماهلو این است که فرش نباید قبل از ورود به ارتوپک آهار خورده باشد زیرا فرش تثبیت شده توانایی صاف شدن ندارد و حتی بهترین کار قبل از ورود به دستگاه این است که وارد محفظه بخار فرش شود.

اصولاً در فرش‌های موکتی مخصوص هتل‌ها یا کشتی‌های لوکس که به اصطلاح شهرک‌های روی آب خوانده می‌شود که دارای عرض و طول بزرگتری و غیرمعمولی هستند بسیار مهم است که درزها به هم رسیده و سرکجی نداشته باشیم. جنس این نوع

موکت‌ها معمولاً ۸۰٪ پشم و ۲۰٪ نایلون است.

ابزار مکانیکی دیگری برای حل مسئله سرکجی وجود دارد اما در این ابزار اپراتور است که تصمیم می‌گیرد و میزان خطای انسانی به هیچ عنوان قابل چشم پوشی نیست و در اکثر موارد وجود دارد. در مقابل دستگاه ارتوپک به صورت کاملاً اتوماتیک و به وسیله اسکنرها عیب‌های موجود را تشخیص داده و با ارسال آن به غلطک‌ها مسئله را حل می‌نماید. البته دستگاه ارتوپک امکان تنظیم دستی و نیمه اتوماتیک نیز دارد. بجز نحوه کار و تنظیم غلطک‌ها برای کار دستگاه ارتوپک، کشش عامل مهمی در صافی فرش است.

ارتباط سرکجی با شانه بالای فرش

در میان تمامی موارد مرتبط با سرکجی حاصل در محصول خروجی، یکسان بودن فیزیکی کیفیت مواد اولیه به نسبت سایر موارد عامل بسیار موثری است. درواقع مهم است که ماده اولیه پلی‌استر باشد یا نخ پود یا موارد دیگر. در سرتاسر طول فرش خصوصاً اگر چله فرش مشکلی داشته باشد این سرکجی بیشتر می‌شود. اما مسئله سرکجی صرفاً به خاطر شانه بالای فرش نیست و یکی از دلایل بالا بودن شانه است.

عیب و ایراد دستگاه ارتوپک ماهلو

ماهلو مشکل S فرش را نمی‌تواند حل کند زیرا این مشکل قرینه نیست و ماهلو این توانایی را ندارد. با ماهلو ۳ مشکل فرش حل می‌شود: محذب یا مقعر بودن و سرکجی در فرش.

نحوه جاسازی دستگاه ارتوپک در خط تولید

به دو صورت است یا از قبل فضا اختصاص داده شده یا فضایی را برای این دستگاه ایجاد خواهند کرد. و مهم‌تر از فضای اختصاص داده شده یا نشده این است که یک غلطک سوزنی قبل و بعد از ارتوپک ماهلو برای ایجاد کشش در فرش یا موکتی قرار گیرد. کار غلطک سوزنی این است که فرش از روی آن لیز نخورده و آن کشش لازم در فرش ایجاد شود. توصیه می‌شود در کوتاه‌ترین مدت زمان بعد از اصلاح، محصول خروجی از ارتوپک وارد مرحله آهارزنی شود تا با چسب خوردن پشت فرش حالت اصلاح شده تثبیت گردد.



INNOVATION

mahlo
trendsetting technology. worldwide.

ORTHOPAC® CRVMC-12

The Specialist for Carpets
and Technical Textiles



ORTHOPAC® CRVMC-12



TEXTILE



NONWOVENS



PAPER



PLASTIC



Quality made
in Germany

WWW.MAHLO.COM

ORTHOPAC® CRVMC-12 84-010362-001-en

Subject to revision!

© Mahlo GmbH + Co. KG



فرش افشار زرینه ۹۶

Afshar Zarineh Carpet Co.



دفتر مرکزی: میاندوآب، خیابان شهدا، جنب سینما انقلاب - تلفن: ۰۴۴-۲۵۲۲۱۲۱۱-۲۵۲۲۱۵۱۳
کارخانه: کیلومتر ۵ جاده شاهین دژ، شهرک صنعتی میاندوآب - تلفن: ۰۶-۲۵۳۵۷۲۲۲
همراه مدیر فروش: ۰۹۱۴ ۱۸۱ ۰۰۹۹ - ۰۹۱۲ ۵۲۲ ۳۲۶۶

www.AfsharZarinehCarpet.com

Afsharzarinehcarpet@yahoo.com

همچنان سنتی، در زنجیره صادرات فرش ماشینی



مصاحبه با مهندس علی جهانگیر، رئیس مرکز تحقیقات فرش ماشینی دانشگاه آزاد کاشان

ماشینی در خدمت صنایع مربوطه خواهد بود.

◀ هدف گذاری مجموعه برای سال ۹۶ چیست ؟

ع.جهانگیر: برگزاری همایش‌های سالانه صنعت فرش ماشینی در اوایل اسفندماه هر سال جزء برنامه‌های روتین این مرکز بوده است.

در آبان ماه سال ۹۶ با همکاری دانشگاه صنعتی شریف استارت‌آپی با عنوان فناوری در فرش ماشینی برگزار خواهد شد که امیدواریم منجر به معرفی ایده‌های کارآمد برای صنعت فرش ماشینی شود و به اعتلای این صنعت کمک کند.

همچنین توسعه آموزش‌های کارگاهی، تقویت بخش پژوهش و اخذ استانداردهای لازم برای آزمایشگاه تخصصی، از دیگر اهداف این مرکز می‌باشد.

◀ تعاملات دانشگاه با تولیدکننده‌ها را از زبان شرکت‌ها که می‌شنویم چندان رضایتی از نوع روابط حال حاضر ندارند دیدگاه شما چیست؟

ع.جهانگیر: تعاملات خوبی بین مرکز تحقیقات و تولیدکنندگان فرش ماشینی وجود دارد که هزینه برگزاری همایش‌ها و فعالیت‌هایی از این دست، توسط صنعتگران

در حوزه پژوهشی انجام پروژه‌های تحقیقاتی مشترک با صنعت و کمک به انجام پروژه‌های دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی.

در حیطه آموزشی برگزاری دوره‌های آموزش مکانیزم ماشین‌های بافندگی فرش شونهر و وندویل، همچنین دوره‌های طراحی فرش در سطوح مختلف.

این مرکز تا کنون چهار همایش ملی در صنعت فرش ماشینی برگزار کرده که هدف در این همایش‌ها ایجاد ارتباط نزدیک‌تر دانشگاه با صنعت و همچنین انتقال مشکلات این صنعت به مسئولین دولتی مربوطه بوده که با جلسات پرسش و پاسخ صاحبان صنعت با مسئولین این امر تحقق پیدا کرده است.

دو دوره نمایشگاه بین‌المللی صنایع وابسته فرش ماشینی در محل دانشگاه آزاد کاشان برگزار کردیم، که از استقبال خوب صنعتگران برخوردار بود. دو سال متوالی در نمایشگاه بین‌المللی با نام مرکز تحقیقات فرش ماشینی حضور داشتیم که دست‌آورد آن ارتباط با تولیدکنندگان فرش ماشینی در خارج از منطقه کاشان بوده است.

این مرکز آزمایشگاهی مجهز و تخصصی در حوزه فرش ماشینی در اختیار دارد که انشالله به‌زودی به‌عنوان آزمایشگاه همکار استاندارد معرفی می‌شود و با انجام آزمایشات تخصصی در حوزه نساجی و به‌خصوص فرش

به سراغ مهندس علی جهانگیر فارغ‌التحصیل رشته مهندسی نساجی که در حال حاضر ریاست مرکز تحقیقات فرش ماشینی را برعهده دارد رفتیم. این مرکز در دانشگاه آزاد کاشان واقع بوده و وظیفه اصلی آن به نوعی می‌توان گفت ایجاد ارتباط میان صنعت و بخش دانشگاهی و انتقال نوآوری‌های این حوزه به تولیدکنندگان برای بهتر شدن تولیدات و پیشرفت و بالارفتن توان صادراتی شرکت‌ها می‌باشد. این مجموعه وظایف دیگری از جمله برگزاری همایش‌ها و کلاس‌های آموزشی نیز دارد که در راستای همان هدف کلی ارتقاء صنعت می‌باشد.

◀ امروز در مرکز تحقیقات چه بخش‌هایی با چه پتانسیل‌ها و اهدافی در حال فعالیت هستند؟

ع.جهانگیر: به طور کلی این مرکز در زمینه‌های پژوهشی، آموزشی، برگزاری همایش، نمایشگاه و آزمایشگاه تخصصی فعالیت می‌کند. به صورت جزئی نیز نحوه فعالیت مرکز در بخش‌های مختلف به شکل زیر است.

فرش ماشینی تأمین می‌شود.

ولی قبول دارم که این ارتباط باز هم باید قوی‌تر شود و بخش زیادی از این نارضایتی، سیستمی است. چون دانشگاه‌های ما عموماً به شکل آموزش محور متکی به درآمد دولت و یا شهریه دانشجو به وجود آمده‌اند در حالی که بسیاری از دانشگاه‌های معتبر به‌ویژه در جوامع صنعتی، پژوهش محور و متکی به درآمدهای ناشی از تعاملات با صنعت می‌باشد.

◀ ارتباط تنگاتنگ با صنعت فرش ماشینی به منظور کشف نیازهای علمی - تحقیقاتی صنعت یکی از اهداف مرکز تحقیقات است امروز چه نیازهایی در بخش صنعت در این حوزه داریم؟

ع.جهانگیر: امروز صنعت فرش ماشینی در زنجیره تولید در زمینه‌ی ماشین آلات، صاحب تکنولوژی روز بوده و در تولید انواع فرش ماشینی پتانسیل بالایی دارد، ولی بخش اعظمی از تولیدکنندگان فرش ماشینی در زنجیره فروش پیشرفتی نداشته و هنوز سنتی عمل می‌کنند که نیاز به استفاده از متخصصین این امر محسوس است و مرکز تحقیقات در این زمینه هم برنامه‌هایی دارد.

◀ چه کمبودها و مشکلاتی در این مرکز دارید؟

ع.جهانگیر: این مرکز در دانشگاه آزاد اسلامی واحد کاشان مستقر بوده ولی موظف است به صورت خودگردان عمل کند. تجهیز آزمایشگاه، برگزاری همایش‌ها، استارت‌آپ‌ها و ... نیازمند تأمین بودجه می‌باشد که با همکاری و مساعدت اتحادیه تولیدکنندگان فرش ماشینی و تعدادی از شرکت‌های تولیدی فرش ماشینی تا کنون این امر محقق شده است. کافی است این دید نسبت به مرکز ایجاد شود که خدمات ما به کل صنعت

تولیدکنندگان ما به دانش چگونگی تعامل با تجار خارجی، تحقیقات بازار، تأمین کالای متناسب با سلیقه مشتریان خارجی و شناخت رقبای مهمی چون ترکیه نیاز دارند. اولین قدم در حوزه توسعه صادرات به کشورهای هدف، تحقیقات بازار و شناسایی بازیگران اصلی در این بازارها می‌باشد

فرش ماشینی مربوط می‌شود و سرمایه‌ای متعلق به همه است تا با مشارکت صاحبان صنایع در فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی بتوانیم کمبودها را مرتفع سازیم. مثلاً می‌توان با مشارکت عزیزان تولیدکننده در صنعت، آزمایشگاهی کاملاً مجهز به عنوان آزمایشگاه رفرنس فرش ماشینی داشت.

◀ به عنوان کسی که هم با شرکت‌های دستیاف ارتباط دارید هم تولیدکنندگان فرش ماشینی نظر شما در رابطه با کمپینی که جدیداً از طریق دستیاف‌ها راه اندازی شده و تنها هدف آن گویا طبق شواهد تخریب صنعت فرش ماشینی است چیست؟

ع.جهانگیر: در مورد این کمپین اطلاعاتی ندارم و اظهارنظر نمی‌کنم ولی اینقدر می‌دانم که فرش‌های دستیاف و ماشینی هر کدام جایگاه خود را دارند و هیچ‌کدام تهدیدی برای دیگری محسوب نمی‌شوند و بدون شک هر نوع کمپینی که در راستای تعطیلی صنعت آن هم صنعتی خصوصی و ضربه‌زدن به اشتغال حاصل از آن باشد، مذموم است.

◀ تولیدکنندگان ما امروز برای کسب موفقیت در عرصه جهانی به چه چیز نیاز دارند؟

ع.جهانگیر: به دانش چگونگی تعامل با تجار خارجی، تحقیقات بازار، تأمین کالای متناسب با سلیقه مشتریان خارجی و شناخت رقبای مهمی چون ترکیه نیاز دارند، تحلیل واردات کشورهای همسایه ما نشان می‌دهد همچنان فرصت‌های گرانقدری در این کشورها مهیاست ولیکن ما نتوانسته‌ایم دسترسی مناسبی به این فرصت‌ها داشته باشیم. اولین قدم در حوزه توسعه صادرات به کشورهای هدف، تحقیقات بازار و شناسایی بازیگران اصلی در این بازارها می‌باشد. هرچند تحقیقات بازار در مرحله اول هزینه‌هایی برای دولت، تولیدکنندگان و یا صادرکنندگان به همراه دارد، ولی باید توجه داشت که این سرمایه‌گذاری اولین قدم در راه نیل به اهداف محسوب می‌شود.

عدم پرداختن به موضوع تحقیقات حرفه‌ای در بازارهای هدف، پرتاب تیر در تاریکی محسوب می‌شود و نتیجه آن عدم حضور پایدار در بازارهای هدف است.

◀ شرایط لازم برای حضور فرش ماشینی در عرصه بین‌المللی و

این مرکز تا کنون چهار همایش ملی در صنعت فرش ماشینی برگزار کرده که هدف در این همایش‌ها ایجاد ارتباط نزدیک‌تر دانشگاه با صنعت و همچنین انتقال مشکلات این صنعت به مسئولین دولتی مربوطه بوده که با جلسات پرسش و پاسخ صاحبان صنعت با مسئولین این امر تحقیق پیدا کرده است.

اختصاص بازار ویژه برای خود چیست؟

ع.جهانگیر: امروز تحقیقات بازار از مدل‌های خاصی پیروی می‌کند و تبدیل به یک مهارت خاص همراه با روابط انسانی پیچیده شده است. اکثر شرکت‌های ایرانی برای یافتن بازارهای جدید با استفاده از ابزارهای بومی در حال دست و پنجه نرم کردن هستند، ولی تا کنون نتیجه قابل لمسی مترتب نشده است.

سوالاتی مطرح است که تمایل داریم تولیدکنندگان عزیز خودشان به آنها پاسخ دهند؛ آیا راه‌های رفته قبلی را ارزیابی کرده‌ایم؟ آیا تا کنون توانسته‌ایم به سوالات ساده زیر پاسخ دهیم؟ بازارهای هدف ما چه رنگ، طرح و نقشه و تراکمی را می‌پسندد؟ اندازه این بازارها چقدر است؟ روند این بازارها چگونه است؟ رقبای ما در این بازارها چه کشورهایی هستند؟ موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای چیست؟ زنجیره ارزش در این بازارها چگونه تعریف شده‌اند؟ انواع قیمت‌ها چگونه است؟ توزیع‌کنندگان، عمده‌فروشان و خریداران اصلی چه کسانی هستند؟ صنعت فرش ماشینی در حوزه صادرات نیازمند تحولی جدی است، با رقیبمان در منطقه فاصله زیادی پیدا کرده‌ایم و کاهش این فاصله صرفاً نیازمند یک اراده و تصمیم قوی تک‌تک شرکت‌ها در حوزه صادرات با استفاده از روش‌های صحیح است.

◀ دستیاف‌ها بایستی چه کارهایی انجام می‌دادند که نکرند؟

ع.جهانگیر: همین کمپینی که فرمودید را باید برای تعدیل قیمت، افزایش تنوع طرح و رنگ، افزایش ظرافت نخ و تراکم بافت داشته باشند تا این کار هرچه بیش‌تر جنبه‌ی هنری پیدا کند و ارزش افزوده بیش‌تری داشته باشد. همچنین به‌نظر می‌آید در زنجیره فروش هم باید پا به پای فرش ماشینی روش‌های علمی را تجربه کنند.

اصلاح قوانین، تنها راه عملی و اجرایی برای رونق تولید



مصافحه با مهندس جمشید بصیری؛ رئیس انجمن صنایع نساجی ایران

بهره‌مند شدن افراد از سود چشمگیری به خاطر کاری که انجام می‌دهند ندارم، مشکل این جاست که در این سال‌ها به خاطر کسب سود کارهایی شده که امروز صنعت را درگیر مشکلات کرده است. مسلماً صحبت‌های من به مذاق تعدادی از صاحبان صنعت خوش نخواهد آمد، اما واقعیت است. تعدادی از کارخانه‌ها با هزینه‌های بالاتر از حد مشخص ساخته شده، صاحبان آنها می‌گویند چرا این کارخانه سودآور نیست؟ و چرا وضع ما بد شده است؟ به مجرد اینکه به تنگنا خوردیم، این بحث‌ها مطرح می‌شود. در صورتیکه ما کارخانه‌هایی داریم که در همین شرایط اقتصادی توسط افرادی ساخته شده‌اند که به صنعت اعتقاد داشتند، و در حال حاضر با تمام معضلات مشکلی ندارند و در حال تولید و صادر هستند و در بازارهای جهانی خودشان را نشان می‌دهند.

آن زمانی که باید ماشین‌ها را نوسازی می‌کردیم، توجهی به مسئله نداشتیم، در صورتیکه طبق قانون هر ساله باید بخشی از سود، هزینه نوسازی ماشین‌ها شود. به جای پرداختن به نوسازی، سهل‌انگاری کرده و مبالغ مربوطه را جای دیگری غیره‌مین صنعت خرج کردیم. مجموع این عوامل از یک طرف و عوامل دیگر (قوانین ضد تولید) دست به دست هم داده و باعث به وجود آمدن وضعیت ناخوشایند در صنایع نساجی شده‌است. چه کسی حال صنعت را بد کرده؟ آیا درست

که صنعت نساجی صنعتی آسان، ارزآور و اشتغال‌زا است. متأسفانه پایه‌های صنعت نساجی توسط کسانی گذاشته نشده است که صنعت‌گر بوده باشند و در صنعت فعالیت کرده باشند، بلکه توسط کسانی پایه‌گذاری شده‌است که تجارت و سودآوری بالا هدفشان بوده. برای مثال اولین کسی که صنعت نساجی را وارد کشور کرد، آقای حاج امین‌الضرب (محمدحسین امین‌الضرب، تاجر ایرانی در دوره قاجار) بوده‌است، که یکی از رشته‌های فعالیت ایشان تجارت قماش بوده که پس از بررسی‌های لازم متوجه می‌شود چنانچه قماش بویژه کفن اگر داخل کشور تولید شود، سود بیشتری حاصل می‌شود، به همین دلیل ماشین‌های نساجی را وارد کشور و شروع به کفن بافی کرد. اگر به خاطرات ایشان رجوع کنیم متوجه می‌شویم که ایشان برای ایجاد صنعت نساجی وارد این خطه نشده بودند، بلکه برای سود چشمگیری تر از واردات قماش به این صنعت وارد شدند.

لذا براحتی می‌توان ادعا کرد که صنایع نساجی در مقایسه با دیگر صنایع در حالیکه توان تولید و اشتغال‌زایی بسیار بالایی دارد از سود سرشاری برخوردار است. به همین دلیل این صنایع نساجی جاذب کارآفرینانی شد که ابتدا با صنعت هیچ رابطه روحی و تحصیلی نداشتند و فقط سود حاصله مد نظرشان بود. همین دیدگاه است ما را به این تنگنا کشانده. من شخصاً مشکلی با

اواسط مرداد ماه با مهندس بصیری درباره‌ی وضعیت صنعت نساجی و مشکلاتی که در حال حاضر این صنعت با آن مواجه است صحبت کردیم. علل مشکلات را جویا شدیم و پاسخهای ایشان و راهکارهای عملی که برای حل این مشکلات در نظر دارند را شنیدیم. ایشان از سال ۱۳۴۸ در صنایع نساجی فعال بوده‌اند و در حال حاضر رئیس انجمن صنایع نساجی ایران و صاحب امتیاز و مدیرمسئول نشریه صنعت نساجی و پوشاک هستند. ایشان عنوان کردند راهکار عملی و اجرایی برای حل تمامی مشکلات اصلاح قوانین در تمامی حوزه‌ها است،

◀ می‌دانیم صنعت نساجی کشور حال و روز خوبی ندارد درواقع نوسازی‌هایی در بخش ماشین آلات صورت گرفته اما کافی نیست. به نظر شما چه باید کرد؟

از ابتدای صحبت می‌خواهم بی‌پرده و شفاف خدمت شما عرض کنم، مشکل صنعت نساجی از تجاری است که این صنعت را به وجود آورده‌اند. کارآفرینان دنیا می‌دانند

ملی است تبلیغات خوبی انجام دهیم و حیثیت صنعت خودمان را افزایش دهیم. هر چیز خوبی را هم که تولید کردیم، گفتیم از ترکیه آمده. با این کار در اصل برای پوشاک ترکیه تبلیغات کرده و بازارمان را دو دستی تقدیم ترکیه کردیم. چون تبلیغات گران است، قوانین دارائی و مالیات و غیره کمک نمی‌کنند. اگر قوانین ساده شود، پول‌ها از جیب‌ها در می‌آید و وارد صنعت می‌شود. صنعت نساجی در همه رشته‌ها به ویژه پوشاک می‌تواند بسیار موفق باشد.

مسئولین وزارت کشاورزی می‌گویند از ازبکستان پنبه وارد کنید، چون با ازبکستان قرارداد بسته‌اند، در حالی که بهترین پنبه دنیا متعلق به کشورهای آمریکا، مصر و آفریقای جنوبی است. می‌پرسیم چرا از این کشورها وارد نکنیم؟ می‌گویند پنبه این کشورها دارای کرم سرخ است، نمی‌توانیم اجازه دهیم کرم سرخ وارد کشور شود. با سند توضیح می‌دهم که اولاً کرم سرخ در ساقه پنبه وجود دارد، و ما ساقه را وارد نمی‌کنیم، ثانیاً کرم سرخ در

بهره بانکی انگیزه سرمایه‌گذاران را کم می‌کند، و باعث می‌شود آنها به جای سرمایه‌گذاری در تولید پولشان را در بانک بگذارند. ما باید برای سرمایه‌گذاران با اصلاح قوانین، حاشیه امنیت ایجاد کنیم. ثبات در قوانین مسئله مهمی است که باید به آن نیز پرداخته شود. مطمئناً کسی که از ترکیه جنس وارد می‌کند، توانایی و علاقه ساخت کارخانه را در کشور دارند.

ما گرفتار بدترین نوع انحطاط اخلاقی شدیم. برای مثال هیچ کشوری را در اروپا پیدا نمی‌کنید که دیوارهای حیاط منازلشان این قدر بلند باشد و روی هر دیوار هزاران کیلو انواع آهن و دزدگیر گذاشته شود. مردم از ترس دزد این دیوارها را ساخته‌اند، ببینید چند تن آهن روی دیوارها در کل کشور گذارده شده و چه قدر سرمایه روی دیوارها خوابیده؟ در واقع هدر رفته، علاوه بر این سالیانه چقدر هزینه حقوق پاسبان‌ها، کلانتری‌ها، دادگستری‌ها، زندان‌ها و داریم. حالا اگر این هزینه‌ها صرف ایجاد شغل شود، آیا جز تعداد معدودی که بیمارند، کسی خلاف و دزدی می‌کند؟

امروز در ایران ۹۸۱۸ کارخانه نساجی وجود دارد که همگی دارای پروانه بهره‌برداری هستند. چطور این تعداد کارخانه با وجود سازمان برنامه‌ریزی و بودجه توانست رشد پیدا کند؟ در سالهای ۱۳۲۲ تا ۱۳۴۲ برای صنایع نساجی این سازمان برای هر بخشی شروع به نگارش استراتژی صنعتی کرد. تجار از آنجا که افرادی با هوش و خدادادی کارآفرین هستند هم، وقتی دیدند که صنعت نساجی برنامه تنظیم شده دارد و چنین صنعت پرسودی هست وارد این حوزه شدند. صنعت نساجی تنها صنعتی است، که بیش از تصور از هر صنعت دیگری سود آورتر و اشتغال‌زاتر است. دولت در دست هر کسی باشد، باید

برای اصلاح وضعیت صنعت، توسط ملت و برای مشارکت مردم انگیزه ایجاد کند.

جالب است بدانیم ساله‌است پوشاک در ایران تولید می‌شود و به نام برندهای معروف خارجی فروخته می‌شود. وقتی که ما توان تولید با کیفیت را داریم، چرا دولت حمایت نمی‌کند؟ ما نتوانستیم برای کالایی که در کشورمان تولید می‌شد و افتخار

است که فقط بگوییم قاچاق؟ قاچاق مثل آنویی است که جدیداً در دست همه افتاده است. اول باید یک مطالعه جامعه‌شناسی صورت گیرد که چرا قاچاق به وجود می‌آید؟ خب خیلی طبیعی است وقتی شما یک شغلی دارید، به هر دلیل که از شما گرفته می‌شود، باید بروید سراغ کار دیگری. طبعاً شما هم ساده‌ترین کار را انتخاب می‌کنید.

قطعاً با تغییر قوانین می‌توان وضعیت را اصلاح کرد. راه حل هم این است که مثل کشورهای دیگر به صنعت نساجی بها داده شود. حالا دیگر نوبت دولت و مجلس است که این کار را انجام دهند. نوبت کسانی است که ذیصلاح و صاحب‌نظر هستند و کسانی که قوانین مملکت را می‌نویسند. دولت چند سالی است که صنعت نساجی را رها کرده و به صنعت نساجی امکانات نمی‌دهد، چون براحتی نفت می‌فروشد و نیاز مردم را با وارد کردن کالا برآورده می‌سازد.

در سال‌های ۴۸ ترک‌ها به ما بدهکار بودند، به واسطه شغلی که داشتیم برای گرفتن طلب با آنها وارد مذاکره شدیم، خلاصه در مذاکرات گفتند شما مرزهای کشورتان را باز کنید، ما هر چه لازم دارید وارد کشورتان می‌کنیم. تعدادی از محصولات به صورت قانونی و تعداد زیادی غیرقانونی وارد کشور شد. به این صورت که اجناس از طریق مناطق آزاد به راحتی وارد کشور و توزیع شد. بعد شروع به اعتراض کردیم. جالب است خود ما زمینه را برای فعالیت آنها آماده کردیم و آنها هم توسط تجار محترم، آنچه کردند که شاهد هستیم.

صنایع نساجی ترکیه در سال ۱۳۴۸ واقعاً کم رنگ و ضعیف بود. در صورتیکه ما تا سال ۵۷ بزرگترین صادرکننده منسوجات نساجی به ایتالیا، انگلیس، روسیه، فرانسه و آلمان با استانداردهای بین‌المللی و قابل قبول و بالا بودیم. بعدها کشورهای اطراف ما مثل ترکیه، پاکستان، هند، بنگلادش و حتی کشورهای دیگر همچون کره، ویتنام، تایوان و غیره خودشان را وارد سازمان تجارت جهانی کردند. و با ورود به این سازمان راهشان برای صادرات بازتر شد و راه ایران به دلیل عدم حضور بسته شد. تا به امروز ایران هیچ اقدام جدی برای پیوستن به سازمان تجارت جهانی نکرده‌است.

قسمت اعظم مشکلات حال حاضر بخش تولید، بی‌توجهی به ضوابط بین‌المللی و قوانین داخلی ماست. اگر این قوانین مورد تجدید نظر قرار بگیرند و به صنعت توجه شود، قطعاً حال صنعت دوباره خوب خواهد شد. انگیزه را باید در کارخانه‌دار زنده کرد. قوانینی که به سرمایه‌دار برای حفظ سرمایه ضمانت دهد می‌تواند انگیزه به وجود آورد.

من با این که افراد سود کاری را که انجام می‌دهند، ببرند مشکلی ندارم، مشکل این جاست که در این سال‌ها به خاطر کسب سود کارهایی شده که امروز جوش را می‌خوریم. صحبت‌های بنده به مذاق خیلی از صاحبان صنعت خوش نخواهد آمد، اما واقعیت است. کارخانه را با قیمتی ارزان‌تر از آن چه باید ساخته‌اند و الان می‌گویند چرا این کارخانه سودآور نیست، و چرا وضع ما بد شده‌است؟



بودجه نسبتاً هنگفتی دادند که استراتژی صنعتی بنویسند. که نوشتند، ولی یک صفحه از آن ۱۲۰۰ صفحه که نوشته شد اجرایی نشد!

نبود استراتژی و برنامه از بین بردن منابع است. گرفتاری ما ضوابطی است که دست و پا گیر است. و تا این ضوابط باشد وضعیت همین است. قاچاق نتیجه همین ضوابط است. قاچاق با انگیزه سود اتفاق می‌افتد، حال اگر بتوانید این انگیزه را در صنعت ایجاد کنید به جای قاچاق وارد تولید می‌شوند.

در تمام دنیا خرید الیاف با وزن خالص محاسبه و صورت می‌پذیرد ولی در ایران، پنبه پاک‌کنی‌ها قیمت گونی‌ها و مفتول‌های بسته‌بندی‌ها را برابر با قیمت پنبه حساب می‌کنند. هر چه قدر هم که به وزارت صنعت، وزارت کشاورزی و سازمان حمایت از تولیدکنندگان اعتراض می‌کنیم که گران فروشی صورت می‌گیرد، توجه نمی‌کنند. (خواهش می‌کنم توجه داشته باشید که قیمت گونی‌های کهنه و تکه و پاره و مفتول‌های عدل‌بندی که باید دور ریخته شود صدها میلیارد تومان است که به هزینه تولید اضافه می‌گردد) مسئولین ذریبط که باید جلو این خلاف‌ها را بگیرند اصلاً اعتنایی نکردند و نتیجه این شد که کارخانه‌دارها سعی کردند از خارج و به قیمت خالص پنبه خریداری کنند، که با وجود هزینه تعرفه و حمل‌ونقل برایشان به صرفه‌تر بوده و پنبه تمیزتر و باکیفیت‌تر به دستشان می‌رسید. سال‌هاست که عاجزانه می‌گوییم که پنبه‌ها را که می‌خواهید از غوزه جدا کنید، درون گونی پروپیلن نریزید. چون الیاف آن رنگ نمی‌پذیرد، و در حین حمل و نقل الیاف پروپیلن با پنبه مخلوط می‌شد و باعث می‌شود وقتی نخ یا پارچه را رنگ می‌کنند، پارچه رنگ نمی‌گیرد و معیوب و ضایعاتی می‌شود، متأسفانه گوش شنوایی نیست در نتیجه با این بی‌توجهی بسیار ساده بجای تولید سالم، ضایعات تولید می‌شود.

ما هم انجمن صنایع نساجی داریم، هم جامعه متخصصین نساجی، هم اتحادیه تولید و صادرات پوشاک و نساجی به تازگی نیز انجمن همگنها در حال پایه‌گذاری در شهرستان‌ها هستند. در کنار این تشکیلات هر استانی سازمان صنعت مجزا در کنار اتاقهای هر استان و این یکم سردرگمی در تولیدکننده‌ها ایجاد می‌کند. با اینکه میدانیم هر یک وظایف مجزایی دارند اما در برخی موارد ناهماهنگی‌هایی ممکن است پیش آید. آیا بهتر نیست یک تشکل واحد با کمیته‌های

مملکت تولید می‌شود، سرمایه‌گذاری هنگفت میلیون دلاری در روز برای ماشین‌آلاتش کرده و جبران این زیان‌ها را چه ارگانی متقبل می‌شود؟ حالا به هزاران دلیل چند سالی است که پنبه نداریم که بماند چرا نداریم، سرمایه‌گذار ماشین‌آلات و سرمایه‌اش را چه بکند؟

◀ به صورت موردی بفرمایید باتوجه به اینکه دولت سهم عمده‌ای در حمایت از تولید دارد و درواقع وظیفه اصلی بر عهده دولت است. چه کارهایی بایستی در این حوزه انجام دهد؟

مهم‌ترین اقدامی که دولت لازم است انجام دهد اصلاح قوانین و مقررات به نفع بخش تولید و تسهیل فضای کسب و کار است تا کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و مدیران بنگاه‌های تولیدی انگیزه لازم برای ورود به صنعت نساجی و پوشاک و استمرار فعالیت‌های تولیدی خود داشته باشند. حمایت‌های دولت لزوماً نباید مادی باشد، بلکه دولت می‌تواند از طریق اعطای معافیت‌ها و مشوق‌های گوناگون نظیر معافیت مالیاتی و بیمه‌ای و کاستن از موانع تولید که امروزه اکثر تولیدکنندگان و صنعتگران با آن مواجه هستند، از بخش‌های تولیدی پشتیبانی نماید

◀ میزان واردات در این حوزه نگران‌کننده است راهکار برای کاهش واردات چیست؟

اگر قوانین اصلاح شود، دیگر هیچ چیز نگران‌کننده نخواهد بود. دنیای امروز، دنیای رقابت است، علم و تکنولوژی پیشرفت کرده‌است. ما دیگر نمی‌توانیم مرزها را محدود کنیم. ما هم باید شبیه بقیه کشورهای دنیا زندگی کنیم. دنیا دارد یکپارچه می‌شود، بانک‌ها به هم متصل می‌شوند. ما

نمی‌توانیم و نباید با دنیا قهر کنیم. باید با دنیا به سمت جلو حرکت کنیم. با مشقت بسته نمی‌توان دست داد. اگر بخواهیم صنعت نساجی را داشته باشیم باید با دنیا آشتی کنیم. زمانیکه آقای جهانگیری وزیر صنعت بودند، به آقای دکتر نیلی

عدلبندی پنبه زیر فشار عدل از بین می‌رود پس کرم سرخ وارد نمی‌شود. قبول نمی‌کنند، می‌گویند کرم سرخ ممکن است وارد کشور شود و کشور را آلوده کند، خوب باز هم راه‌حل وجود دارد. اگر این پنبه‌ها را در اتاقی با گاز متیل بروماید قرنطینه کنید مشکل حل خواهد شد و کرم سرخ از بین می‌رود و در پاسخ می‌گویند خودتان قرنطینه درست کنید. چرا بابت واردات پنبه‌ای که به اندازه نیاز واحدهای ریسندگی در داخل کشور تولید نمی‌شود، تعرفه می‌گیرید؟ حتماً می‌دانید با این عمل تولید داخل گرانتر از جنس ترکیه تمام می‌شود. ترکیه با وجود آنکه خودش یکی از بزرگترین تولیدکنندگان پنبه جهان است، تعرفه واردات پنبه به ترکیه صفر است. همه این مشکلات و ده‌ها معضل دیگر که صنعت را زمین گیر کرده از قوانین است و تا قوانین اصلاح نشود امکان ندارد که از این ورطه‌ای که در آن گیر افتاده‌ایم، نجات پیدا کنیم.

قرنطینه کردن پنبه وظیفه سازمان حفظ نباتات است، تولیدکننده نخ در سیستم پنبه‌ای با امید بر اینکه پنبه در داخل این

در همه جای جهان خرید الیاف با وزن خالص آن انجام می‌شود ولی در ایران، پنبه پاک‌کنی‌ها قیمت گونی‌ها و مفتول‌های بسته‌بندی‌ها را برابر با قیمت پنبه حساب می‌کنند. هر چه قدر هم که به وزارت صنعت، وزارت کشاورزی و سازمان حمایت از تولیدکنندگان اعتراض می‌کنیم که گران فروشی صورت می‌گیرد، توجه نمی‌کنند. دولت باید جلو این خلاف‌ها را بگیرد.





قوانین از یک طرف و مواد اولیه نامناسب از طرف دیگر اوضاع صنعت را بد کرده‌اند. حالا سخن من با دولت این است، شما که این کارخانه‌ها را در کشور به وجود آورده‌اید و به آنها پروانه بهره‌برداری داده‌اید، وقتی نمی‌توانید مواد اولیه را فراهم کنید، چرا برای واردات مواد اولیه ده درصد تعرفه می‌گیرید؟ حال می‌گویند حال صنعت نساجی بد است. وقتی امکاناتی داده نشده‌است و همه چیز از آن گرفته شده، خوب معلوم است حال صنعت بد می‌شود.

اساسنامه قرار بر این است که از همه ی تشکّل‌ها یک نماینده حضور داشته باشند.

◀ چرا بعد از ۳۸ سال همچنان مشکل قاچاق کالا داریم؟ و چه کسانی از این راه سود می‌برند که این چنین درمقابل این پدیده مقاومت صورت می‌گیرد؟

قاچاق پدیده‌ای است که علل و ریشه‌های اقتصادی دارد و همانطور که عرض کردم، به دلیل قیمت تمام شده بالای تولید داخل و مشکلات بخش تولید، تولیدکنندگان کشور در طول این سال‌ها نتوانسته‌اند از نظر قیمت و کیفیت با محصولات خارجی رقابت کنند. همین عامل باعث شده قاچاق سودآوری و توجیه اقتصادی بالایی داشته باشد و گروهی ریسک آن را به جان بخرند. در واقع وقتی نیاز در بازار داخلی وجود دارد و این نیاز توسط تولیدکنندگان داخلی تأمین نشود، واردات و قاچاق برای تأمین این نیاز انجام می‌گیرد. ضمن اینکه برخی از فعالان صنعت نساجی و پوشاک کشور معتقدند، این حجم بالای

و در حال حاضر ۱۵ انجمن صنایع نساجی در استان‌های مختلف داریم، یکی هم به تازگی به نام انجمن صنایع پوشاک ایران تأسیس شده است. بغیر از آنها تعدادی هم سازمان‌های وابسته ایجاد شده‌است، مانند تشکّلات آقای شیرازی که برای اصناف فعالیت می‌کنند. شایسته است بیان شود، حدود ده سال قبل جدا شدن و بوجود

آمدن انجمن‌های جدید دیده می‌شد. به همین دلیل در آن زمان اساسنامه‌ای نوشتم به نام کنفدراسیون صنایع نساجی ایران. هدفم این بود که انجمن‌های جدید تأسیس زیر یک سقف جمع کنیم و مسائل و معضلات و تنگناهای صنایع نساجی را از سراسر کشور توسط یک سازمان به نام کنفدراسیون جمع‌بندی و تقدیم مسئولین کشور نمایم و از چند صدایی جلوگیری کنیم تا اصل موضوع تغییر نکند. البته من فکر می‌کنم حاکمیت و مخصوصاً وزارت صنایع از رشد قارچگونه تشکّل‌ها خوشحال شد، چون همین موضوع باعث می‌شود، تشکّل‌ها بطرق مختلف مقابل هم قرار گیرند و سرشان گرم شود، مسئولین امر اصلاً نمی‌خواستند غیر از این باشد شک ندارم، اگر می‌خواستند، نمی‌گذاشتند کار به این جا برسد. دولت می‌دانست که وزارت کار مسئول تشکیل این تشکّل‌هاست، اما به وزارت کشور، به اتاق بازرگانی و به خانه‌های صنعت و معدن هم اجازه دادند که تشکّل ایجاد کنند، بعد آمدند قانون بهبود کسب‌وکار را نوشتند و گفتند همه این تشکّلات بروند زیر سقف اتاق بازرگانی صنایع و معادن ایران جمع شوند، زیرا همه تولیدکنندگان باید کارت بازرگانی داشته باشند. از آن تاریخ تا به حال اتاق بازرگانی مماشات می‌کند. همانگونه که قبلاً اشاره کردم اساسنامه‌ای را که برای این جمع نوشتم. ۸ یا ۹ جلسه هم با مسئول مربوطه در اتاق بازرگانی داشتیم، نتیجه‌ای کسب نشده و پیگیر هستیم و منتظریم که اتاق جواب مساعد خودش را اعلام نماید. اگر تمام این تشکّلات در یک کنفدراسیون، یکپارچه شوند، مثل تمام کنفدراسیون‌ها در دنیا، مطالبی که به دولت ارائه می‌دهند، پخته‌تر خواهد بود، و دولت هم با یک سازمان بنام کنفدراسیون مطلع طرف خواهد بود. در این

◀ جداگانه وجود داشته باشد؟

به سال ۱۳۴۰ برمی‌گردم، در آن سال بزرگ مردی بنام حسن کورس مالک یکی از عظیم‌ترین کارخانجات نساجی در جنوب تهران به نام «ری» با ۶۵۰۰ کارگر اولین سندیکای صنایع نساجی ایران را بنا نهادند، که دنباله‌اش همین انجمن نساجی موجود است. بعد از انقلاب در سال ۱۳۶۰ انجمن، ۱۷ کمیته تخصصی برای کل صنعت نساجی درست کرد. و تبدیل شد به انجمن کارفرمایی، ولی بعدها شخصاً اسمش را عوض کردم و شد انجمن صنایع نساجی ایران. مشکل اسم انجمن کارفرمایی این بود که کارگر را مقابل کارفرما قرار می‌داد، ولی در انجمن صنایع نساجی، کارگر و کارفرما از هم جدا نمی‌شدند و کنار هم قرار می‌گرفتند.

در سال‌های بعدی از دل انجمن ۱۷ کمیته تخصصی، جامعه متخصصین نساج را با الهام گرفتن از ATI انگلستان به وجود آمد، که در آنجا، اساتید و صنعتگران با تجربه که بازنشسته شده‌اند، جمع می‌شوند و کارخانه‌داران اگر با مشکلی عملی-صنعتی برخوردند، با آنها مشورت می‌کنند و در مقابل پرداخت حق‌الزحمه راهنمایی و حل مشکل می‌نمایند. کار انجمن حفظ منافع تولیدکننده است و وظیفه جامعه متخصصین حفظ دانش صنعت است. در همان دوران اتحادیه تولیدکنندگان را هم به وجود آوردیم، به این علت آن جا را به‌وجود آوردیم که معتقد بودم باید واسطه‌ها حذف شوند، هدف تقویت تولیدکنندگان بود و به عبارت دیگر، همان کسی که تولید می‌کند، خودش هم صادر کند. در آن زمان پرداخت تشویق صادراتی در وزارت بازرگانی توسط مرکز توسعه و تجارت صورت می‌گرفت و آقای خسرو تاج مدیریت آنجا را عهده دار بودند، و ایشان مسئولیت محاسبه و پرداخت ۲۰٪ تشویق صادرات را برای صادرات کارخانجات نساجی را در اختیار انجمن و اتحادیه گذاشته بودند، که انجام کار خوشبختانه با موفقیت کامل صورت پذیرفت و صادرات نساجی وضعیت عالی و چشمگیری پیدا کرد.

حدود ۸ سال پیش که از انجمن صنایع نساجی خارج شدم، پس از رفتن من تشویق صادرات صنایع نساجی هم قطع شد. انجمن صنایع نساجی هم که در آن زمان، با ۱۷ کمیته تخصصی داشت و قطب نساجی کشور بود، و هر وقت وزارتخانه‌های صنایع-کشاورزی و بازرگانی احتیاج به اطلاعاتی داشتند با کمک و مشورت متخصصین کمیته‌ها انجمن حل می‌شد. متأسفانه این وضعیت دوام نیاورد و سیستم به هم ریخت و این کمیته‌ها از هم منفک شدند. در نتیجه در هر استانی انجمن جداگانه ساخته شد،

اولیه را فراهم کنید، چرا برای واردات مواد اولیه آنها ده درصد تعرفه می‌گیرید؟ کسی که کارخانه ساخته‌است، علاوه بر هزینه ماشین‌آلات، باید هزینه بیمه کارگران، تعرفه واردات مواد اولیه، حمل‌ونقل، آب و برق را بدهد. با این هزینه‌های سربار کمرشکن کدام صنعت در کجای جهان می‌تواند اصلاً کار کند؟ سرمایه‌گذاری که سرمایه و توان و آبرویش را برای کار گذاشته است برای حفظ خود مجبور به هر کاری می‌شود.

در بخش‌هایی از صنایع نساجی که ظرفیت و امکانات تولید در کشور فراهم است و تقاضا برای محصولات آن وجود دارد، لازم است تعرفه واردات مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای تولید کاهش پیدا کند تا تولیدکنندگان بهای کمتری برای تأمین مواد اولیه پرداخت کرده و بتوانند محصولی قابل رقابت با نمونه‌های مشابه خارجی تولید و عرضه نمایند. البته اینکه تعرفه چه نوع کالاهایی باید کاهش بیابد، نیازمند بررسی آماری و نظر سنجی دقیق است، تا اولاً واردات متناسب با نیاز انجام شود و ثانیاً واحدهای تولیدی کشور آسیب نبینند.

◀ با مالیات و بیمه و تأمین اجتماعی چه می‌شود کرد؟

در هیچ‌یک از کشورهای آسیایی، تأمین اجتماعی از کارخانه‌ها ۲۳٪ بابت هر کارگر هزینه دریافت نمی‌کند. ۲۳٪ درصد را، کارفرما می‌پردازد، ۳٪ را دولت به عنوان کمک و ۷٪ هم خود کارگر می‌پردازد. یک دفترچه هم به دست کارگر می‌دهند، این دفترچه نه هزینه بیمارستان را می‌پردازد و نه دارو، در واقع این دفترچه گرانبها هیچ کمکی به کارگر و خانواده او نمی‌کند. ظاهراً این هزینه‌ها ببخود پرداخت می‌شود. کارفرما هم اگر بخواهد کارگر را حفظ کند، باید برای کارگر بیمه تکمیلی بخرد. پرداخت ۲۳٪ برای خدمات تأمین اجتماعی و همچنین پرداختن وجه بیمه تکمیلی، هزینه تولید را بالا می‌برد. این یکی از مواردی است که دولت می‌تواند در آن کمک کند.

به تازگی نیز دولت پایش روی خرخره تولیدکننده گذاشته است و می‌گوید باید ارزش افزوده بپردازد. پرداخت ارزش افزوده در تمام دنیا متداول است، اما یک سیکل کامل دارد. یعنی اینگونه است که مصرف‌کننده اگر یک پیراهن بخرد باید یک مقدار ارزش افزوده بدهد، اما اگر ده تا پیراهن بخرد باید بیشتر بدهد، چون کسی که ده پیراهن می‌خرد، پول پرداخت مالیات بر مصرف را هم دارد. در کشور ما هنوز ارزش افزوده جا نیفتاده است.

کشورهای جنگ‌زده و فقیر قرار دارد. اگر کشور ما در منطقه دیگری قرار داشت، وضعیت ایران نبود. ایران مجبور است که با کشورهای منطقه ارتباط داشته باشد، شاید همین اجبار رابطه است که مانع مقابله با قاچاق می‌شود. با این همه من می‌دانم که اگر ما استراتژی صنعتی و اقتصادی داشتیم، و طبق آن حرکت می‌کردیم، قوانین اصلاح می‌شد و در ادامه جلوی قاچاق گرفته می‌شد. ما نیاز به اصلاح قوانین داریم، نیاز به استراتژی صنعتی داریم. نیاز داریم که بحران‌های اخلاقی در جامعه حل شود. نیاز به بررسی جامعه شناسانه این مسائل داریم.

◀ یکی دیگر از بحث‌ها تعرفه کالاهای وارداتی است مخصوصاً در حوزه واردات پنبه. راهکار عملی چیست؟

زمان آقای دکتر محمد مصدق نه وزارت کشاورزی به این بلندی و نه این تعداد متخصصین تحصیل کرده در صنعت کشاورزی داشتیم نه ماشین آلات مدرن، نه بذر اصلاح شده، نه سم لازم، نه کود لازم، در واقع هیچ وسیله‌ای نداشتیم ولی این کشور با دست خالی و تحریم‌های سخت و سخت آن زمان با همان سبک سنتی، دویست و پنجاه و چهار هزار تن پنبه تولید میکرد. در سال ۱۳۵۴ وقتی متخصصین FAO از استرالیا به ایران آمدند و وضعیت تولید پنبه را بررسی کردند گزارش دادند که در این منطقه (ایران) توان تولید پانصدویست و پنج هزار تن پنبه وجود دارد، ولی چون به سبک سنتی عمل می‌شد نمی‌توانستند به آن مقدار برسند. گفتند اگر از بذر اصلاح‌شده، کود و سم مناسب استفاده شود، مقدار تولید بالا می‌رود. اکنون با داشتن اکثر امکانات مدرن و قابل توجه و متخصصین فرهیخته متأسفانه فقط پنجاه هزار تن پنبه تولید می‌شود. قوانین از یک طرف و مواد اولیه نامناسب از طرف دیگر، اوضاع صنعت را بد کرده‌اند. حالا سخن من با دولت این است، شما که موافقت کردید کارخانه‌ها را در کشور به‌وجود آورده و به آن‌ها پروانه بهره‌برداری داده‌اید، وقتی نمی‌توانید مواد



پرداخت ارزش افزوده در تمام دنیا متداول است، اما یک سیکل کامل دارد. یعنی اینگونه است که مصرف‌کننده اگر یک پیراهن بخرد باید یک مقدار ارزش افزوده بدهد، اما اگر ده تا پیراهن بخرد باید بیشتر بدهد، چون کسی که ده پیراهن می‌خرد، پول پرداخت مالیات را هم دارد. در کشور ما هنوز ارزش افزوده جا نیفتاده است، ولی دولت آمده و خرخره‌ای تولیدکننده را گرفت‌ه‌است و از او میخواهد که ارزش افزوده را بپردازد

قاچاق پوشاک به کشور نمی‌تواند صرفاً به روش‌های پیش پا افتاده یا توسط افراد مبتدی یا کوله بر انجام شود و قاچاق پوشاک جنبه سازمان یافته دارد که صحت این موضوع باید مورد بررسی قرار گیرد.

ببینید، به نظر من دولت می‌تواند جلوی قاچاق را بگیرد، اما می‌گوید، اگر جلوی قاچاق را بگیرم بسیاری از افراد بیکار می‌شوند. ایران با ۱۷ کشور همسایه است. در تمام مرزها افراد با کشورهای همسایه داد و ستد دارند. مقابله با قاچاق برای دولت هزینه گزافی دارد. حالا این که هزینه مقابله با قاچاق بیشتر است یا هزینه بسته شدن کارخانه‌ها و بیکار شدن کارگرها، همان استراتژی است که دکتر نیلی نوشته است. و باید با عدد و رقم توسط اقتصاددان‌ها و جامعه‌شناسان بررسی شود که هزینه کدام گزاف‌تر است. این را من نمی‌توانم به شما بگویم. چیزی که من می‌دانم این است که دولت توانایی مقابله با قاچاق را دارد. ولی درگیر کارهای سیاسی است. کشور ما بین

ناشناخته ماندن جایگاه طراحی فرش مدرن

نگارنده:
سمیه صالحی

طراح فرش ماشینی



کپی‌برداری از همین آثار خوشنویسی برای طراحی فرش معاصر روی آورده‌اند!

این وضعیت، از فقدان اندیشه و بینش است و ما به اندیشه‌ای پست مدرن نیاز داریم که روش و تکنیک‌های مختلف را برای به روز نمودن فرش اصیل ایرانی بداند. بعد از شکل گرفتن اندیشه که باید خود هنرمند طراح، فارغ از سمت و سوی جامعه با مطالعه بصری و علمی خود به آن دست یابد، می‌توان

غرب است و حتی در هنر خوشنویسی نیز می‌توان شاهد این بود که عناصر خوشنویسی را مانند اجزایی دکوراتیو و پرکننده در قالب نقاشی معاصر غرب ریخته و آن را به روز شده می‌دانند. یعنی از روح کلی حاکم بر خود خوشنویسی و اینکه اگر خود این هنر بدون حضور هنر غرب چگونه باید مسیر تحول خود را می‌پیمود اثری نیست و به مشتی الفبای تزئینی برای تقلید از هنر غرب بدل شده است. جالب آنست که عده‌ای به

حقیقت آنست که فرش معاصر ایران، تجلی اندیشه ایرانی امروز است اما از آنجا که همه ملزومات کاربردی و تزئینی زندگی امروز ایرانی، وارداتی و یا کپی برداری از اقلام خارجی می‌باشد، لایف استایل و یا همان شیوه زندگی ایرانی را رقم زده است. این تأثیر موجب جدایی انسان معاصر ایرانی امروز از هنر و فرهنگ گذشته خود شده و بهترین نمود آن را در کودکان خردسال می‌توان دید که نقوشی که برای فرش اتاق خود می‌خواهند، فرشی است با تصویر مرد عنکبوتی، شرک، سفیدبرفی و ... چرا که در زندگی این کودکان که امروزی‌ترین نسل ایرانی هستند هنر و فرهنگ ایرانی جایگاهی نداشته و با آن آشنا نیستند تا نمونه‌های آن را از پدرومادر خود طلب کنند. شبیه همین اتفاق در فرش‌هایی که مطلوب والدین این کودکان می‌باشد نیز رخ داده است و آنان با آشنایی سطحی خود از نقوش ایرانی و در عین حال دیدن ظواهر زندگی خارجی و سعی بر روشنفکر و به روز جلوه دادن افکار و سطح زندگی خویش، میان فرش سنتی و مدرن سردرگم هستند. طراحان فرش مدرن هم با این سردرگمی دست و پنجه نرم کرده و سبک‌های مدرن خارجی را تقلید می‌نمایند.

این فقط وضعیت هنر فرش ما نیست و کلاً هنر ایرانی معاصر، برداشتی از هنر معاصر



روش‌های مختلفی برای این منظور به کار بست. در روش اول می‌توان یک فرش اصیل را محور قرار داد و آن را مطابق سبک‌های مختلف هنر معاصر به روز نمود. در روش دوم یکی از سبک‌های هنر معاصر را بنیان اصلی قرار داده و بر فرش پیاده نمود. در روش سوم می‌توان از همان ابتدا همزمان فرش‌ی آفرید که در عین اصالت به روز شده باشد و این روش که بهترین آنست نیاز به توان ایرانی اندیشیدن و تسلط بر هر دو دنیای فرش اصیل و هنر معاصر دارد که بررسی هریک از این روش‌ها و معرفی نمونه‌های آن در شماره بعدی قابل پیگیری است.



"دموتکس" جایگاه بزرگان صنعت فرش و کفپوش

بین المللی ترین رویداد صنعت فرش و کفپوش، نمایشگاه تخصصی Domotex در محل دائمی نمایشگاه های هانوفر برگزار می شود.

در نمایشگاه دموتکس ۲۰۱۷، رکوردی بی نظیر با حضور ۱۵۰۰ مشارکت کننده از ۵۹ کشور در فضایی بالغ بر ۹۸،۰۰۰ متر مربع (خالص) رقم خورد. سالانه ۵۰،۰۰۰ بازدید کننده تخصصی از ۹۰ کشور در این رویداد حضور به هم می رسانند.

در دوره پیشین این مهم، ایران توانست در بین ۵۹ کشور در رده ششم قرار گیرد. این رتبه بندی از لحاظ تعداد و میزان متر از غرفه گذاران صورت گرفت.

پاره ای از محصولات قابل عرضه در این نمایشگاه عبارتند از:

انواع فرش دستباف و ماشینی، موکت، پادری، کفپوش های نسجی، سنگ طبیعی، پارکت، لمینات و کفپوش های چوبی، سرامیک، نخ، الیاف و کلیه سیستم های مرتبط با صنعت فرش و کفپوش، لوازم نظافت انواع کفپوش و ...

دوره آتی این نمایشگاه از ۱۲ تا ۱۵ ژانویه ۲۰۱۸ برابر با ۲۲ تا ۲۵ دی ۱۳۹۶ در هانوفر آلمان برگزار خواهد شد.

به منظور دریافت اطلاعات تکمیلی در خصوص اخذ غرفه در رویداد فوق با دفتر نمایندگی انحصاری نمایشگاه های هانوفر در ایران، شرکت "فوژان راهبران نامی" تماس حاصل فرمایید.



Fujan Rahbaran
Nami

تلفکس: ۰۲۱-۸۸۱۷۱۲۶۱-۳

info@frn-co.com

frn-co.com



Deutsche Messe

DOMOTEX



AUTISM

اوتیسم

به بلندی سخن می گوید
هنگام شنیدن است...

#اوتیسم را بشناسیم

مرکز آموزش، توانبخشی و درمان اختلالات طیف اوتیسم **دوم آوریل**

تهران- تقاطع صدر- شریعتی- خیابان خاقانی- خیابان رودکی شمالی- کوچه دامپزشکی- پلاک ۴

تلفن: ۰۲۱-۲۲۶۳۹۶۹۳ / ۲۲۶۳۹۶۸۹ همراه: ۰۹۱۲۴۵۴۶۴۹۹

www.april2.ir / info@april2.ir / Rezayi.saeed10@gmail.com

کهن

اولین مجله بین المللی
تخصصی فرش ماشینی و نساجی ایران



وبسایت کهن:

پربازدید ترین و بروز ترین وبسایت خبری تحلیلی صنعت نساجی در ایران

مجله کهن:

اولین مجله تخصصی بین المللی صنعت نساجی و فرنس ماشینی ایران.
با بیش از یک دهه فعالیت

فعالیت های تبلیغاتی:

- طراحی و چاپ بروشور های تبلیغاتی
- طراحی و چاپ کاتالوگ
- طراحی و چاپ سررسید تبلیغاتی
- طراحی و نگهداری و مدیریت سایت
- طراحی و چاپ ملزومات اداری تبلیغاتی
- تدوین کمپین های تبلیغاتی
- طراحی ساز و کار های کسب و کار
- تبلیغات محیطی از قبیل بیلبورد و وسایل نقلیه عمومی و ...
- طراحی و سفارش هدایای تبلیغاتی ویژه شرکت های نساجی

آدرس: تهران-میدان رسالت-خیابان یزدان پناه

پلاک ۱۶ - طبقه ۲

تلفن: ۰۲۱-۷۷۲۴۵۷۸۰

فکس: ۰۲۱-۷۷۲۴۳۲۹۶

www.kohanjournal.com

info@kohanjournal.com

<http://t.me/kohanjournal>

نماینده فعال در سراسر
کشور می پذیرد



Zagros Carpet

فرش زاگرس کرمانشاه



خانه ای به تنگه زاگرس

محصول جدید؛

فرش ۱۲۰۰ شانه / برجسته / عرض ۴

عضو انجمن کیفیت ایران B11194

عضو اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران

انواع فرش های ماشینی ۱۰۰۰ شانه، ۷۰۰ شانه، ۵۰۰ شانه و فانتزی

آدرس: کرمانشاه، شهرک صنعتی بیستون، خیابان صنعت ۴ تلفن: ۱۵-۴۷۳۵۲۱۳-۸۳۳ فکس: ۱۲-۴۷۳۵۲۱۳-۸۳۳

zagroscarpetco@gmail.com / www.zagroscarpet.com



VAN DE WIELE

گروه طراحی فرش جامی



طرح شکارگاه
اولین طرح 1200 شانه
این طرح متعلق به شرکت مشهد اردهال میباشد



اردهال

تلفن: ۰۵۱-۳۸۹۱۲۵۹۷ و ۰۹۱۵۵۱۳۳۹۱۱
jamicarpet@yahoo.com

شرکت Tanghe (Belgium)

- شناخته‌شده‌ترین سازنده ماشین‌آلات تکمیلی (برش عرضی و طولی، کناره‌دوزی، پشت پاک‌کنی، ریشه‌دوزی و پیچش) فرش ماشینی در جهان

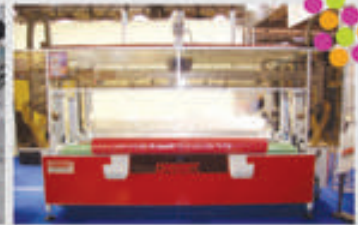


شرکت Bejmac (Belgium)

- خاص‌ترین و موثرترین ماشین‌آلات پرزپاک‌کنی (Cleaning Machine) فرش ۱۲۰۰ شانه جهان
- قوی‌ترین ماشین‌آلات شیرینگ (sheering head) فرش ماشینی و موکت تافتینگ (مالک کمپانی M-TEC آلمان)
- کامل‌ترین و اقتصادی‌ترین خط تکمیل فرش ماشینی و موکت تافتینگ

شرکت Daroitex (Italy)

- اقتصادی‌ترین ماشین‌آلات پیچش و بسته‌بندی اتوماتیک و نیمه اتوماتیک فرش ماشینی و انواع موکت و لایه‌های بی‌بافت
- ماشین‌آلات برش طولی و عرضی انواع لایه‌های بی‌بافت (سوزن زنی، اسپان لیث، اسپان باند و...)
- ماشین‌آلات کنترل، پیچش، برش و بسته‌بندی انواع پارچه و حوله



شرکت Zancaner (Italy)

- ماشین‌آلات اتوماتیک و نیمه اتوماتیک بسته‌بندی انواع بوبین‌های نخ



شرکت Ying Yang چین

خطوط کامل تولید انواع محصولات بی‌بافت از جمله:
- موکت
- انواع لایه‌های کالای خواب
- ژئوتکستایل
- انواع لایه‌های بی‌بافت‌های فنی و غیره



شرکت Fluclean کره

ماشین‌آلات تمیزکننده قطعات خطوط ذوب ریسی به روش:
- آون حرارتی و خلا
- روش شن داغ برای جداکننده پاکسازی قطعات بدون نیاز به بازکردن قطعات و همچنین کاهش زمان و هزینه تمیزکاری



فرش اکباتانی

EKBATAN CARPET

۱۲۰۰ شانه - ۱۰ رنگ - تراکم ۳۶۰۰

۱۰۵۰ شانه - تراکم ۳۰۰۰

۷۰۰ شانه - تراکم ۲۵۵۰



ن ۶۳۳۹۴۹۶۹۲۰



کاشان، شهرک صنعتی امیرکبیر، چهارراه هیئت امنا، روبروی مخابرات
Heiaat Omana Intersection, Amir Kabir Industrial Town, Kashan, Iran
تلفن: ۰۳۱-۵۵۵۰۳۹۰۰ همراه: ۰۹۱۲ ۰ ۳۹ ۳۷ ۳۷
instagram: ekbatancarpet telegram: ekbatancarpet
facebook: ekbatancarpet google plus: ekbatancarpet
www.ekbatancarpet.com info@ekbatancarpet.com





تکنولوژی برتر ✓

کیفیت برتر ✓

تخصص برتر ✓



قالی دستباف گونه اولیای تبریز محصولی از کارخانجات ریسندگی و بافندگی سینا تاب کاشان

۷۰۰ شانه ۱۰ رنگ تراکم ۳۰۰۰

کارخانجات ریسندگی و بافندگی **سینا تاب** کاشان



تولیدکننده نخهای اکریک با نمرة های ۳۳/۳ ، ۳۰/۳ ، ۲۷/۳ ، ۱۸/۳

فکس: ۰۳۱-۵۵۵۰۳۹۹۰

تلفن: ۰۳۱-۵۵۵۰۳۹۱۰ - ۱۴

آدرس: شهرک صنعتی امیرکبیر، خیابان شکوفه ۵

www.sinatab.com

<https://telegram.me/sinatabco>

طرح‌ها، نقوش و رنگ‌های مورد تقاضای بازارهای دنیا از فرش ایران

نگارنده:
استاد عبدالله احراری
طراح فرش



are of Danish race and Christian, is a country of Scandinavia, having the 2nd place of importing Iranian carpets after Sweden. This country allocated to itself 1.28% of handmade carpets imported to the European Union importing around 208201 m2 handmade carpets in 1999, in connection with which Iran is in the first place with 95677 m2, and the next places were occupied by India: 63818 m2, Pakistan: 28579 m2, Turkey: 11917 m2 and China: 1711 m2. This country allocated in 2005 to itself 2.3% and 1.9% respectively in terms of weight and value of Iranian carpets. There have been many fluctuations in the diplomatic and economic relationships with our country and they were more instable than Sweden. During the first 8 months of the current Iranian year, this country's share of exported Iranian carpets is 2% and 1.9% respectively in terms of weight and value. As handmade carpets have been changed from capital to consumable products in particular amongst the youth, therefore, we encounter two groups of consumers in this country. The first group is composed of middle aged and old people demanding excellent traditional carpets with good qualities as well as good color layouts, patterns and drawings. However, in the opinion of the 2nd group of buyers of Iranian handmade carpets, a good carpet should have good appearance. Furthermore, old carpets also have a special place in the Danish market. The most characteristic of the Danish carpet market is that they like very dark colors.

بخش پایانی مقاله طرح‌ها، نقوش و رنگ‌های مورد تقاضای بازارهای فرش ایران که توسط آقای عبدالله احراری نگاشته شده است. در این شماره و این بخش از مقاله آقای احراری میزان استقبال از فرش ایرانی در بازارهای سوئد، امارات متحده عربی، لبنان، کانادا و دانمارک را مورد بررسی قرار داده است.

سوئد

کشور پادشاهی سوئد با ۴۴۹۰۰۰ کیلومترمربع مساحت و با حدود ۹ میلیون نفر جمعیت قریب به ۳٪ از بازار فرش اروپا را به خود اختصاص داده است. این کشور در سال ۱۹۹۹ سیصد و هشتاد و نه هزار مترمربع واردات فرش داشته است که ۱۳۶۳۱۴ مترمربع از ایران، ۱۴۹۰۹۱۰ مترمربع از هند، ۴۴۵۲۳۰ مترمربع از پاکستان، ۳۱۱۰۵۰ مترمربع از چین، ۹۱۳۱۰ مترمربع از نیپال، ۳۶۷۶۰ مترمربع از ترکیه و مابقی آن از سایر کشورهای جهان بوده است. این کشور در سال ۱۳۸۴ از نظر وزنی ۱/۸٪ و از نظر ارزشی ۱/۲٪ فرشهای صادراتی ایران را به خود اختصاص داده است. این وضعیت با ۰/۱٪ افزایش از نظر وزنی و ارزشی در هشت ماهه اول سال ۸۵ نیز برقرار بوده است. مطلبی که می‌بایست در مورد بازار سوئد در نظر گرفته شود: اولاً سوئد نسبت به دانمارک و نروژ همواره روابط اقتصادی و سیاسی بیشتری با کشورمان داشته است ثانیاً اینکه فرش ایرانی سازگاری عجیبی با اقلیم این کشور داشته و دارد. سوئدی‌ها از قدیم



and French are the official languages of this country. 83.5% of its population is Christian, and the rest is composed of Jews, Muslims, Buddhists and Hindus. One of the important factors causing this country to become a major importer of the Iranian carpets is developments of the US market. Exports of Iranian carpets to this country were around 5000 m2 in 1980. After US economic sanctions, the importation of Iranian carpets by Canada increased considerably during four years to be re-exported to USA. This caused importation of the Iranian carpets to this country to have a growth of 30 times and to reach to 150000 m2 within no longer than 10 years. In 249000, 1992 m2 Iranian carpet was exported to Canada to be placed with 18.7% in the 3rd position after India with 41.5% and China with 24.5%, and to surpass Pakistan with 14.7% and Turkey with 1%. Nil Ki Moran, editor in chief of Canadian Handmade Carpet Magazine believes that there are three important factors for such amazing growth to be knowledge of exporters of the Iranian handmade carpets about necessity of opening new markets to sell carpets because of limited demands of European countries and immigration of many Iranians to the north American countries after the Revolution (such as families of Mojtabehi, Ziaei, Zia Khosrowshahi, Gheisary brothers, Kourhani ... and finally, Iranian graduates), and finally, economic sanctions against Iran imposed by Reagan administration (Donya-ye Farsh Magazine, issue No. 17, third year, February 1996). Holding exhibitions in Toronto instead of Atlanta is a result of such three factors. From the three above factors, only one has already been removed. However the two others still continue to be in effect more powerfully. For this, Canada allocated to itself 5.1% and 3.5% of exportation of the Iranian carpets respectively in terms of weight and value in 2005. During the first 8 months of the current Iranian year too, it allocated to itself 4.6% and 3.4% of exportation of Iranian carpets respectively in terms of weight and value. Comparing the shares in weight and value of the exported carpets show that price is of importance for the people of this country and that a considerable part of carpets exported to this country should be commercial carpets with reasonable prices. The most important characteristics of the Canadian carpet market are as follows:

A) Color: The old generation is mainly interested in dull opaque colors in shades of crimson, dark blue and crème. Nonetheless, young buyers wish carpets to be matched with colors of curtains and furniture.

B) Pattern: Afshan and Lachak Toranj patterns of Esfahan, Ghom and Naein and Tiny Fish of Birjand, various big flower and not crowded patterns of Shah Abbasi are interesting for young buyers of this country.

C) Dimensions: All sizes special curtain ones and 6 m2 are needed.

D) Raw material: It is recommended to use Iranian wools.

E) Texture: It is important only for the wealthy class of Canada. The younger ones care more about color layouts.

Denmark

The Kingdom of Denmark with an area of 43094 km2 and a population of roughly 6 million people, the majority of whom

با فرش ایرانی مانوس بوده و این کشور یکی از مهم‌ترین مراکز عرضه و فروش فرش‌های قدیمی است. خریداران فرش ایران در این کشور به دو گروه عمده تقسیم می‌گردند گروه اول نسل میانسال و کهنسال این کشور هستند که عمدتاً آنان که از طبقه اشراف و ثروتمندان هستند دنبال فرش‌های قدیمی و کهنه اراک، بختیار، فراهان، همدان و قلیتوق و هریس و فرش‌های عشایری قشقایی و بلوچ می‌باشند این گروه از خریداران اگر چه تعدادشان اندک است ولی حجم منابع مالی که صرف اینکار می‌شود کم نیست. اما گروه دوم مصرف کنندگان فرش در این کشور جوانانی هستند که اعتقادی به فرش‌های نفیس و گران ندارند و عمدتاً دنبال خرید فرش‌های تجاری هستند که از نظر قیمت مناسب بوده و البته دارای رنگبندی خوبی باشد. این بخش از سلیقه خریداران بازار دانمارک می‌بایست شدیداً مورد توجه تولیدکنندگان فرش در ایران باشد. با عنایت به موارد زیر مهم‌ترین نکاتی به می‌بایست مورد توجه تولیدکنندگان فرش که می‌خواهند خود را به این بازار عرضه نمایند به شرح زیر است:

الف) رنگبندی: رنگ‌های خیلی تیره در این بازار جایگاهی ندارد رنگهای روشن بالاخص در مایه رنگبندی قالی قشقایی و رنگ‌های قدیمی و کلاسیک مورد توجه این بازار هستند.

ب) طرح: طرح‌های اصیل ایرانی بالاخص فراهان، ساروق، مشک آباد، محال، مشهد، اصفهان، تبریز، هریس، همدان، زنجان و فرش‌های عشایری مورد علاقه این بازار هستند. به طرح‌های تصویری و شکارگاهی علاقه‌ای نشان نمی‌دهند.

ج) ابعاد: ابعاد کوچک پارچه همانند قالیچه و کناره و پرده‌ای و بالاخره قالی‌های مورد نیاز این بازار حداکثر ۵-۶ مترمربع می‌باشد چرا که منازل مردم این کشور نیز از زیر بنای کمی برخوردار است.

د) مواد اولیه: از دیدگاه خریدار و مصرف کننده سوئدی بهترین پشم مصرفی در قالیبافی پشم گوسفندان ایرانی است استفاده از پشم ضایعاتی یا پشم خارجی باعث از دست رفتن سهم ما از فرش کشور سوئد می‌گردد.

ه) بافت: برای خریداران قدیمی تکنیک بافت نسبتاً اهمیت دارد ولی خریداران جدید عمدتاً موضوع قیمت و رنگبندی برایشان مهم است.

امارات متحده عربی

کشور امارات متحده عربی با ۸۳۶۰۰ کیلومتر مربع و قریب به سه میلیون نفر جمعیت با ترکیب نژادی ۴۵٪ هند و پاکستان و ۲۵٪ عرب و ۱۷٪ ایرانی و مابقی آن از سایر کشورها یکی از مهم‌ترین مبادی ورودی و خروجی کالا به اقصی نقاط جهان است. این کشور از زمان استقلال (۱۹۷۱) همواره تلاش نموده یکی از قطب‌های تجاری خاورمیانه باشد و دقیقاً به لحاظ اتخاذ همین استراتژی توانسته رونق اقتصادی چشم‌گیری را در سال‌های اخیر داشته باشد. ابوظبی و شارجه دو مرکز مهم تجاری این کشور می‌باشد. این کشور از نظر وزنی و ارزشی مهم‌ترین خریدار فرش‌های ایرانی در بین کشورهای اسلامی است و فی الواقع بخشی از گرانترین و نفیس‌ترین فرش‌های ایرانی بالاخص از نظر کاربرد مواد اولیه گران‌قیمت به این کشور صادر می‌گردد. در سال ۱۳۸۴ از نظر وزنی ۲/۲٪ و از نظر ارزش بالغ بر ۹٪ صادرات فرش‌های ایرانی به این کشور صادر شده است. در هشت ماهه اول سال ۸۵ نیز تقریباً به اندازه سال گذشته فرش‌های ایرانی به این کشور صادر گردیده است. کشور امارات متحده عربی نیز علاوه بر تأمین نیاز داخلی می‌تواند یکی از کشورهای صادرکننده فرش ایرانی باشد. در مورد این کشور تذکر چند نکته ضروری است:

اولاً بخش قابل توجهی از ایرانیان متمکن در این کشور زندگی می‌نمایند که نیازمند فرش ایرانی هستند. ثانیاً در بین کشورهای حاشیه خلیج فارس امارات همواره روابط سیاسی و اقتصادی خوبی با ایران داشته و علیرغم ادعاهایی که بر سر مالکیت سه جزیره ایرانی داشته هیچگاه

handmade carpets. We should strictly avoid importing cheap or low price commercial carpets, because every low quality carpet takes place of an excellent one.

Lebanon

Lebanon with an area of 10452 km² and a population of roughly 4 million is one of the greenest countries in the Middle East. It is an important market of handmade carpets. 80% of population of this country is Lebanese and the rest are Palestinian, Armenian, Syrian or Kurd. Furthermore, in terms of religion, 40% of the people of this country are Shiite, 27% Sunni, 16% Maronite, 7% Druze and 16% Orthodox. Beirut, as the bride of the Middle East, has always been an important tourism pole. Regarding Lebanon, too, we should take into account several points: Firstly, the people of this country are very interested in the Iranians. Maybe we have the most influence in this country amongst the Islamic countries. Secondly, as it was stated, the tourism industry of Lebanon, Beirut in particular, has a special place. Therefore, this country may also, like UAE, be a terminal for carpets to go to many European countries. Thirdly, in order to obtain incomes, many Lebanese people emigrate to other countries particularly to European countries and return back to their own country to spend the same. In 2005, the Lebanon's share of exported carpets of our country was like share of countries such as Sweden with 1.9% in terms of weight but it was 2.4% in terms of value, i.e. almost equal to France. Of course you know well that France has not little diplomatic influence in Lebanon. Because of the existing political crises, the importation of carpets to this country decreased during first 8 months of the Iranian year 1385 (i.e. April to November 2006). Consequently, importation of the Iranian carpets to this country is 1.1% and 1.3% respectively in terms of weight and value. Carpets of Khorasan Razavi Province, particularly Kurdish and Baluch carpets have special places in this market. Therefore, it may be one of the target markets of producers and exporters of this province.

The most important things about the Lebanese market that should be paid attention to by exporters of carpets are as follows:

A) Color: This market is interested in dark and mild colors especially something like crimson, crème, dark blue, cornelian red, madder red, and sun aged colors.

B) Pattern: Lebanon counts as one of the most important of markets of tribal carpets, such as Baluch, Kurd, Ghashghaei and Turkmen. Furthermore, this market is interested in patterns of Lachak Toranj and Afshan of Mashhad, Naein and Tabriz as well as old and traditional Iranian carpets.

C) Dimensions: 100% wool tribal carpets are interesting there. Regarding urban carpets it seems that use of excellent Iranian wool is considered to be an advantage.

D) Texture: The clients of handmade carpets in Lebanon are also divided into two groups. A significant part of the Lebanese people don't care about the texture and care more about prices. However, there are a group of wealthy people of this country who demand fine texture carpets with high count of rows.

Canada

With an area of 9,970,610 km², Canada is the second biggest country. However, in terms of population, with roughly 5 million people, who are mainly French, English, German, Italian and Chinese, it is considered to be the 32nd country. English

روابط دو کشور دچار تنش عمده‌ای نشده، ثالثاً خریدار فرش‌هایی است که سایر کشورهای رقیب توانایی عمده‌ای در عرضه این فرش‌ها ندارند رابعاً عرضه کنندگان عمده فرش در این کشور ایرانی الاصل بوده و کافی است کمی احساسات ناسیونالیستی آنها تقویت گردد.

توصیه‌های ذیل به صادرکنندگان فرش به کشور امارات ضروری است:

الف) رنگبندی: رنگ‌های روشن و شاد بالاخص کرم و همه رنگ‌های متمایل به قرمز بالاخص لاک‌ی مشهد و سورمه‌ای نیلی مورد توجه این بازار است.

ب) طرح: قالیچه‌های افشان ترنج قم، طرح‌های نائین، تبریز، گلدانی و درختی مورد تقاضای شهروندان اماراتی است همچنین از محدود کشورهای عربی است که به لحاظ جمعیت قابل توجه ایرانی که دارد فروش تابلو فرش نیز دارد.

ج) ابعاد: از این نظر تقریباً مشابه بازار فرش عربستان است فرش‌های کوچک پارچه و متوسط و بزرگ پارچه در این بازار از مشتریان خوبی برخوردار است. فرش‌های کوچک پارچه نفیس را معمولاً مهاجرین مرفه برای زندگی در آپارتمان نشینی و فرش‌های بزرگ پارچه منجمله فرش‌های ۱۰۰۰ تا ۶۰۰۰ متری جهت اماکن مذهبی و کاخ‌های سلطنتی مورد استفاده قرار می‌گیرد. تولیدکنندگان توجه داشته باشند که حتماً برای بافت فرش‌های بالاتر از دوازده متر اول نسبت به اخذ سفارش اقدام و سپس تولید آن را شروع نمایند.

د) مواد اولیه: بیشتر به فرش‌های ابریشمی علاقمندند چرا که این کشور فوق العاده گرم و مرطوب است بنابراین فرش‌های چله ابریشم یا گل ابریشمی و بالاخص صد درصد ابریشمی مورد علاقه می‌باشند.

ه) بافت: دستبافته‌های نفیس و اعلا باب این بازار می‌باشد از ورود فرشهای پست یا تجاری ارزان قیمت باید جدا اجتناب نمود چرا که ورود هر فرش نامرغوب به این بازار جای یک فرش نفیس گرفته می‌شود.

لبنان

کشور لبنان با ۱۰۴۵۲ کیلومتر مربع مساحت و قریب به چهار میلیون نفر جمعیت به عنوان سرسبزترین کشور خاورمیانه یکی از بازارهای مهم فرش دستباف است. ۸۰٪ جمعیت این کشور لبنانی و مابقی فلسطینی و ارمنی و سوری و کرد می‌باشند همچنین از نظر مذهبی ۴۰٪ مردم این کشور شیعه و ۲۷٪ سنی و ۱۶٪ مارونی و ۷٪ دروزی و ۱۶٪ ارتدوکس می‌باشند. بیروت به عنوان عروس خاورمیانه همواره یکی از قطب‌های مهم توریستی و گردشگری است. در خصوص کشور لبنان نیز باید چند نکته را مد نظر داشت اولاً اینکه مردم این کشور به ایرانیان علاقمندی خاصی دارند و شاید در بین کشورهای اسلامی بیشترین نفوذ را در این کشور داشته باشیم. ثانیاً همانطور که گفته شد صنعت توریسم در کشور لبنان بالاخص بیروت از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است لذا این کشور نیز همانند امارات متحده عربی می‌تواند مبدا خروج فرش به بسیاری از کشورهای اروپایی باشد ثالثاً بسیاری از مردم لبنان به منظور کسب در آمد به کشورهای دیگر بالاخص کشورهای اروپایی مهاجرت و سپس جهت هزینه کرد آن به کشور خود مراجعه می‌نمایند

سهم لبنان از فرش‌های صادراتی کشورمان از نظر وزنی در سال ۸۴ در ردیف کشورهایی همانند سوئد ۱/۹٪ ولی از نظر ارزشی معادل ۲/۴٪ یعنی تقریباً معادل فرانسه بوده است و البته مستحضرید که نفوذ سیاسی فرانسه بر کشور لبنان نیز کم نیست. در هشت ماهه اول سال ۸۵ به لحاظ بحران‌های سیاسی حاکم واردات فرش به این کشور کاهش داشته است در نتیجه واردات فرش ایرانی به این کشور نیز از نظر وزنی ۱/۱٪ و از نظر ارزشی معادل ۱/۳٪ فرش‌های صادراتی ایران می‌باشد. فرش استان خراسان رضوی بالاخص فرش‌های کردی و بلوچی جایگاه ویژه‌ای در بازار این کشور دارد بنابراین می‌تواند

E) Texture: Weaving techniques are of relative importance for old buyers. Nonetheless, new buyers are interested in the matters of price and color layout.

UAE

UAE with an area of 83600 km² and a population of roughly 3 million and a race composition of 45% from India and Pakistan, 25% Arab, 17% Iranian, and the rest from other countries is one of the most important terminals of importing and exporting goods from/to the farthest reaches of the World. Since independence in 1971, this country has always tried to be a commercial pole in the Middle East. Exactly for adopting such strategy, this country managed to have a significant economic prosperity during recent years. Abu Dhabi and Sharjah are two important commercial centers of this country. This country is the most important buyer of Iranian carpets, in terms of both weight and value, amongst the Islamic countries. In fact some part of the most excellent and most expensive Iranian carpets particularly in view of using precious raw material is exported to this country. 2.2% and 9% of Iranian carpets, respectively in terms of weight and value, were exported to this country in 2005. During the first 8 months of the Iranian year 1385 (April to November 2006) Iranian carpets something in the amount of the previous year were exported to this country. In addition to satisfying its domestic needs, UAE may also export Iranian carpets. About this country, it should be noted as follows:

Firstly, a significant part of wealthy Iranians are living in this country and needs Iranian carpets. Secondly, among Persian Gulf countries, UAE has always had good diplomatic and economic relations with Iran and, although it claims to own three Iranian islands, however, there were never major tensions in the ties of the two countries. Thirdly, it is interested in buying carpets which other competing countries have no major ability to supply. Fourthly, major suppliers of carpet in this country are of Iranian origin and we need nothing except to bolster their nationalistic feelings.

It is necessary to recommend exporters of carpets to UAE as follows:

A) Color: This market is interested in lively bright colors in particular crème and all reddish colors especially crimson of Mashhad, dark blue and indigo.

B) Pattern: UAE citizens demand carpets of Afshan Toranj of Ghom, patterns of Naein, Tabriz, as well as vase and tree patterns. Furthermore, it is one of few Arabic countries where there is sale of carpet tableaux, because of the considerable Iranian Population it has.

C) Dimensions: In this respect it is almost similar to the carpet of Saudi Arabia. Small, medium and large size carpets have good customers in this market. Excellent small size carpets are usually used by wealthy immigrants living in apartments and large size carpets such as carpets with areas 1000 to 6000 m² are used for religious buildings and royal palaces. Producers should be noted that they should inevitably receive orders before beginning the production of carpets larger than 12 m².

D) Raw material: They are interested more in silk carpets, because this country is extremely hot and humid. Therefore, they are interested in Cheleh Abrisham and Gol Abrishami carpets in particular when they are 100% made of silk.

E) Texture: This market is interested in excellent and prime

یکی از بازارهای هدف تولیدکنندگان و صادرکنندگان این استان باشد.

مهمترین مواردی که در خصوص بازار لبنان می‌بایست مورد توجه صادرکنندگان فرش قرار گیرد به شرح زیر است:

الف) رنگبندی: رنگهای تیره و ملایم بالاخص در مایه های لاکه و کرم و سورمه ای و قرمز جگری و روناسی و رنگ های آفتاب خورده مورد توجه این بازار است.

ب) طرح: لبنان را باید یکی از مهمترین بازارهای فرش عشایری اعم از بلوچ و کرد و قشقایی و ترکمن نامید علاوه بر آن طرحهای لچک ترنج و افشان مشهد و نایین و تبریز و همچنین قالیچه ها و قالیهای قدیمی و اصیل ایرانی مورد توجه این بازار است.

ج) ابعاد: بازار لبنان عمدتاً خواهان فرشهای کوچک پارچه شامل قالیچه و کناره و ذرع و نیم و پردهای و گلکی است کم و بیش فرشهای شش متری نیز تقاضا دارد ولی برای فرشهای بالاتر از دوازده متر به ندرت تقاضا وجود دارد.

د) مواد اولیه: فرشهای عشایری صد درصد پشمی مورد توجه قرار می‌گیرند در مورد فرشهای شهری به نظر می‌رسد استفاده از پشم مرغوب ایرانی مزیت محسوب می‌گردد.

ه) بافت: مشتریان فرش دستباف در لبنان نیز به دو گروه تقسیم می‌شوند بخش قابل توجهی از مردم لبنان به بافت فرش اهمیتی نداده و بیشتر قیمت برایشان مهم است ولی گروهی از ثروتمندان و طایفه متمول این کشور خواهان فرشهای ظریف باف و بارجشمار بالا هستند.

کانادا

کانادا با ۹۷۰/۶۱۰ کیلومتر مربع دومین کشور بزرگ جهان اما از نظر جمعیت با حدود پنج میلیون نفر جمعیت که عمدتاً از نژادهای فرانسوی و انگلیسی و آلمانی و ایتالیایی و چینی می‌باشد سی و دومین کشور جهان محسوب می‌شود. زبان رسمی این کشور انگلیسی و فرانسوی است و ۸۳/۵٪ از جمعیت آن را مسیحی‌ها و مابقی را یهودی‌ها و مسلمانان و بوداییان و هندوها تشکیل می‌دهند. یکی از عوامل مهمی که باعث گردیده این کشور از واردکنندگان عمده فرش ایرانی گردد تحولات بازار ایالات متحده آمریکا بود. صادرات فرش ایرانی به این کشور در سال ۱۹۸۰ میلادی حدود پنج هزار متر مربع بود که به دنبال تحریم اقتصادی آمریکا در عرض چهار سال واردات فرش ایران به کانادا جهت صادرات مجدد به آمریکا بطور چشمگیری افزایش پیدا کرده است این موضوع باعث گردید که در عرض کمتر از ده سال واردات فرش ایرانی به این کشور رشدی سی برابر داشته باشد و به ۱۵۰۰۰۰ متر مربع برسد در سال ۱۹۹۲ بالغ بر ۲۴۹۰۰۰ متر مربع فرش ایرانی به کانادا صادر شد و پس از هندوستان با ۴۱/۵٪ و چین با ۲۴/۵٪ با ۱۸/۷٪ در جایگاه سوم قرار گرفت و پاکستان با ۱۴/۷٪ و ترکیه با ۱٪ را پشت سر گذاشت.

نیل کی موران سردبیر مجله فرش دستباف کانادا سه عامل مهم این رشد شگفت انگیز را آگاهی صادرکنندگان فرش دستباف ایرانی به ضرورت گشایش بازارهای جدید برای فروش فرش به دلیل محدود بودن تقاضا در کشورهای اروپایی و مهاجرت تعداد کثیری از ایرانیان به کشورهای آمریکای شمالی در سالهای پس از انقلاب (منجمله خانواده‌های مجتهدی و ضیایی و ضیا خسرو شاهی و برادران قیصری و خانواده کورناتی و بالاخره دانش آموختگان ایرانی) و بالاخره تحریم اقتصادی ایران توسط دولت ریگان می‌داند (مجله دنیای فرش شماره ۱۷، سال سوم بهمن ماه ۱۳۷۴) برگزاری نمایشگاه تورنتو در این کشور بجای نمایشگاه آتلانتا نتیجه این عوامل سه گانه است.

اکنون از عوامل سه گانه فوق صرفاً یک عامل برطرف گردیده ولی دو عامل دیگر کماکان با قوت بیشتری پا برجاست، بهمین دلیل است که کانادا در سال ۸۴ از نظر وزنی ۵/۱٪ و از نظر ارزشی ۳/۵٪ صادرات فرش ایرانی را بخود اختصاص دهد، در هشت ماهه اول

Author:
Abdollah Ahrari
Carpet Designer

Patterns, images and colors demanded in the Iranian carpet markets

Sweden

The Kingdom of Sweden with an area of 449000 km² and a population of roughly 9 million allocated to itself something of the order of %3 of the European carpet market. This country imported 389000 m² carpet in 1999, of which 136314 m² was imported from Iran, 149091 m² from India, 44523 m² from Pakistan, 311050 m² from China, 9131 m² from Nepal, 3676 m² from Turkey, and the remainder from other countries of the World.

This country allocated to itself %1.8 and %1.2 of carpet exportation of Iran respectively in terms of weight and value in 2005. Such figures were maintained with an increase by %0.1 in terms of both weight and value during the first 8 months of the Iranian year 1385 (April to November 2006). We should take into account the following about the Sweden market: (1) Sweden has always had wider economic and diplomatic relations with our country than Denmark and Norway. (2) The Iranian carpet is amazingly consistent with the climate of this country. The Swedes have been accustomed with the Iranian carpet since the old times and this country is one of the most important centers of supplying and selling old carpets. The carpet buyers are divided into two major classes in this country: The first group constitutes middle-aged and old generations of this country who are mainly from the noble and wealthy class. They look for old carpets of Arak, Bakhtiar, Farahan, Hamedan, Ghalatough and Haris as well as Ghashghaei and Baluch tribal carpets. Although there are few people in this group of buyers, however the volume of financial resources spent is not little. Nonetheless, the 2nd group of consumers of carpets in this country involves the youth who don't value excellent expensive carpets and are mainly interested in buying commercial carpets with appropriate prices and, of course, good color layouts. Carpet producers in Iran should pay good attention to such tastes of buyers in the Danish market. In view of the above, the most important points to be paid attention by carpet procurers who want to supply their products in this market are as follows:

A) Color: Too dark colors have no place in this market. This market is interested in bright colors something like color layouts of Ghashghaei or old classic colors.

B) Pattern: This market is interested in traditional Iranian patterns especially Farahan, Sarough, Moshkabad, Mahal, Mashhad, Esfahan, Tabriz, Haris, Hamedan and Zanjan as well as tribal carpets, but no in image and hunting-ground patterns.

C) Dimensions: Small size dimensions such as small, curtain and side carpets as well as carpets of no more than 6.5 m² are needed in this market, because the built areas of houses of people in this country are of small sizes too.

D) Raw material: From the view point of the Swedish buyers and consumers, the best wool used in carpet weaving is the wool of the Iranian sheep. Use of waste or foreign wools leads to losing our share of the Swedish carpet market.

سال جاری نیز از نظر وزنی ۴/۶٪ و از نظر ارزشی ۳/۴٪ صادرات فرش ایرانی را بخود اختصاص داده است. مقایسه سهم وزنی و ارزشی فرش‌های صادراتی نشان دهنده آن است که موضوع قیمت برای مردم این کشور حائز اهمیت است و بخش قابل توجهی از فرش‌های صادراتی به این کشور باید فرش‌های تجاری با قیمت مناسب باشد. مهم‌ترین ویژگی‌های بازار فرش کانادا عبارتست از:

الف) رنگ‌بندی: نسل قدیمی عمدتاً به رنگ‌های مرده و مات در سایه‌های لاک‌ی و سورمه‌ای و کرم علاقمندند ولی خریداران جوان خواهان هماهنگی فرش با رنگ پرده و میلمان منزل هستند.

ب) طرح: طرح‌های افشان و لچک ترنج اصفهان و قم و نایین و ریزه ماهی بیرجند انواع طرح‌های گل درشت و خلوت افشان شاه عباسی خاص خریداران جوان این کشور می‌باشد.

ج) ابعاد: تمامی سایزها و اندازه‌ها بالاخص پرده‌ای و شش متری مورد نیاز می‌باشد.

د) مواد اولیه: استفاده از پشم ایرانی توصیه می‌گردد.

ه) بافت: صرفاً برای خریداران مسن و طبقه مرفه جامعه کانادا مهم است و جوانترها بیشتر به رنگ‌بندی اهمیت می‌دهند.

دانمارک

کشور پادشاهی دانمارک با ۴۳۰۹۴ کیلومتر مربع و قریب به شش میلیون نفر جمعیت که اکثریت قریب به اتفاق آنها از نژاد دانمارکی و از نظر مذهبی نیز مسیحی هستند، یکی از کشورهای منطقه اسکندیناوی است که پس از سوئد دومین رتبه واردات فرش ایران را داراست. این کشور در سال ۱۹۹۹ میلادی معادل ۱/۲۸٪ از واردات فرش دستباف به اتحادیه اروپا را بخود اختصاص داده و قریب به ۲۰۸۲۰۱ مترمربع واردات فرش دستباف داشته است که ایران با ۹۵۶۷۷ مترمربع در رتبه اول و هندوستان با ۶۳۸۱۸ مترمربع و پاکستان با ۲۸۵۷۹ مترمربع و ترکیه با ۱۱۹۱۷ مترمربع و چین با ۱۷۱۱ مترمربع در رتبه‌های بعدی قرار داشته‌اند. این کشور در سال ۱۳۸۴ از نظر وزنی ۲/۳٪ و از نظر ارزشی ۱/۹٪ فرش‌های صادراتی ایرانی را به خود اختصاص داده است.

روابط کشورمان از نظر سیاسی و اقتصادی در چند سال اخیر فراز و نشیب زیادی داشته است و نسبت به سوئد از تزلزل بیشتری برخوردار بوده است. در هشت ماهه اول سالجاری سهم این کشور از فرش‌های صادراتی ایران از نظر وزنی ۲٪ و از نظر ارزشی ۱/۹٪ می‌باشد. باعنایت به اینکه در این کشور نیز مدتهاست که بالاخص در بین جوانان فرش دستباف از کالای سرمایه‌ای به کالای مصرفی تغییر یافته است لذا در این کشور نیز با دو گروه مصرف کننده مواجه هستیم.

گروه نخست افراد میانسال و پیر هستند که خواهان فرش‌های نفیس هستند و علاوه بر رنگ‌بندی و طرح و نقشه خوب خواهان اصالت و کیفیت بافت آن هستند اما از دیدگاه گروه دوم که گروه غالب خریداران فرش دستباف ایرانی هستند فرش خوب فرش‌ای است که ظاهر خوبی داشته باشد. موضوع دیگر آنکه در بازار دانمارک نیز فرش‌های قدیمی جایگاه خاص خود را دارند.

مهمترین ویژگی‌های بازار فرش دانمارک این است که رنگ‌های بسیار تیره را دوست دارند.

آخرین تحولات منسوجات بی‌بافت اسپان باند

دکتر شاهین کاظمی
دکتری شیمی نساجی و
علوم الیاف
عضو هیئت رئیسه جامعه
متخصصین نساجی ایران

مقدمه

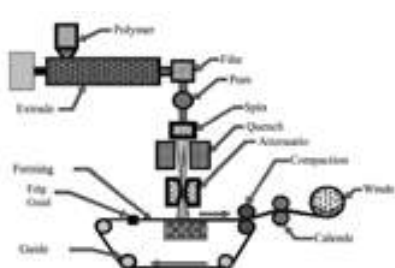
منسوجات بی‌بافت اسپان باند و ملت بلون از لحاظ میزان مترمربع تولید، پرطرفدارترین روش تولید منسوجات بی‌بافت می‌باشد که منسوجات بی‌بافت کارد-سوزنی در رتبه دوم پس از آن قرار دارد. تاریخچه تولید منسوجات بی‌بافت اسپان باند به سال ۱۹۶۵ برمی‌گردد که بطور تقریباً همزمان در آمریکا و آلمان این روش مورد اقبال تجاری قرار گرفت. در این روش می‌توان از پلیمرهای مختلفی استفاده نمود که در جدول ۱ تاریخچه مختصری از آغاز به کار پلیمرهای مختلف در این روش آورده شده است. هرچند که در ابتدا منسوجات بی‌بافت اسپان باند با پلیمرهایی نظیر پلی‌استر و پلی‌آمید به بازار عرضه شدند اما هم‌اکنون بیش از ۷۰٪ سهم بازار منسوجات بی‌بافت اسپان باند در اختیار پلیمر پلی پروپیلن می‌باشد. مهمترین دلیل این موضوع را می‌توان به قیمت مناسب، فرآیند پذیری خوب و خواص مطلوب در منسوج نهایی که متناسب با نیاز بازارهای هدف از قبیل صنایع بهداشتی، پزشکی می‌باشد عنوان نمود.

همانگونه که عنوان گردید به غیر از پلیمر پلی پروپیلن از سایر پلیمرها نظیر پلی استر، پلی آمید و پلی اتیلن نیز هم به صورت مجزا و هم به صورت دوجزئی برای تولید منسوجات بی‌بافت اسپان باند استفاده می‌شود. همانند بسیاری از حوزه‌های دیگر یکی از مهم‌ترین روندهای بازار در حوزه منسوجات بی‌بافت اسپان باند استفاده از پلیمرهای بازبافتی و یا دوستدار محیط زیست می‌باشد.

علاوه بر پلیمر اصلی در تولید منسوجات بی‌بافت نیازمند استفاده از سایر مواد افزودنی نظیر مسترینج رنگی، پایدارکننده در برابر اشعه ماورابنفش و ... نیز می‌باشیم که البته در کاربردهای ویژه می‌توان مواد افزودنی خاصی نیز نظیر مواد ضدآتش، ضدآب، جاذب آب، ضدباکتری، ضد میکروب، هادی جریان الکتریسیته و ... نیز در سیستم تولید مورد استفاده قرار داد.

در دستگاه تولید منسوج بی‌بافت اسپان باند، پلیمر مورد نظر پس از ذوب شدن در درون اکسترودر با عبور از پمپ و صفحه رشته ساز به صورت هزاران رشته فیلامنتی درآمده که این رشته‌ها با گذر از کانال خنک‌کننده به

صورت جامد درآمده و بر روی صفحه توری زیرین دستگاه ریخته می‌شوند. در ادامه با توجه به نوع و مکانیزم مدنظر این لایه بی‌بافت تحت عملیات استحکام دهی توسط غلطک گرم کالندر و یا جت آب اسپان لیث و یا ... قرار می‌گیرد. در شکل ۱ به صورت شماتیک اجزای خط تولید بی‌بافت اسپان باند و در شکل ۲ نحوه خروج الیاف از صفحات رشته ساز نمایش داده شده است.



شکل ۱ - تصویر شماتیک اجزای خط تولید منسوج بی‌بافت اسپان باند



شکل ۲ - نحوه خروج الیاف از صفحات رشته ساز و عبور آنها از کانال خنک کننده کوئچ

تشکیل لایه بی‌بافت

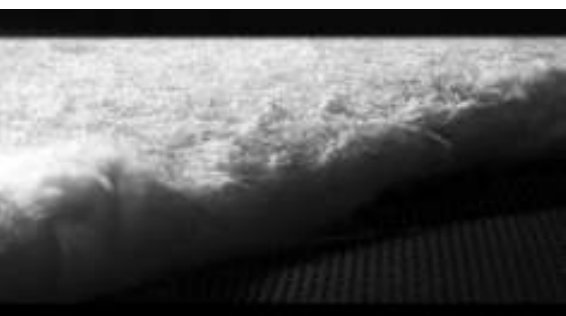
یکی از مهمترین نقطه ضعف‌های مطرح در تولید منسوجات بی‌بافت اسپان باند، ضخامت کم لایه تولیدی و یا اصطلاحاً متراکم بودن ساختار آن می‌باشد. بدین منظور شرکت رایکوفیل Reicofil به عنوان یکی از مطرح‌ترین شرکت‌های فعال در حوزه ساخت ماشین‌آلات تولید منسوجات بی‌بافت به روش ذوب‌ریزی (اسپان باند-ملت بلون) اقدام به طراحی دستگاه ویژه‌ای نموده است که اصطلاحاً می‌تواند منسوجات بی‌بافت اسپان باند با ساختار سه بعدی تولید نماید که دارای ضخامت قابل قبول و حجم پفکی می‌باشد. در این دستگاه که اصطلاحاً به نام

High Loft شناخته می‌شود دو پلیمر مختلف در کنار هم و به صورت پهلوی رسیده شده و پس از ریختن بر روی صفحه جمع‌کننده با قرارگیری در معرض وزش هوای داغ به صورت سه بعدی دارای فر و موج می‌شوند (اختلاف ضریب انقباض-انبساط حرارتی). در شکل ۳ تصویری از این لایه بی‌بافت اسپان باند حجیم نشان داده شده است.

یکی از مهم‌ترین موارد استفاده از این منسوجات بی‌بافت اسپان باند حجیم در تولید پوشک و نوار بهداشتی می‌باشد. این نوع منسوجات بی‌بافت اسپان باند از لحاظ ظاهری شباهت زیادی به منسوجات بی‌بافت تولید شده از الیاف استیپل در روش کاردینگ دارا می‌باشند، اما از سمت مقابل به دلیل وزن بسیار کمتر خود می‌تواند صرفه جویی قابل ملاحظه‌ای در هزینه نهایی کالای تولیدی ایجاد نمایند.

ساختار بسیار ویژه و سه بعدی منسوج بی‌بافت اسپان باند تولید شده به این روش پتانسیل‌های خوبی برای ابداع سایر روش‌های تکمیلی ایجاد می‌نماید که به تعدادی از آنها در ادامه اشاره می‌شود:

- استفاده از فضای‌های حجیم خالی موجود در ساختار منسوج بی‌بافت اسپان باند جهت نگهداری پودرهای با خواص کاربردی متناسب با مصرف نهایی مدنظر
- استفاده از قابلیت حرکت الیاف مجعد درون ساختار منسوج بی‌بافت اسپان باند برای استفاده از روش سوزن زنی و یا دوخت زنی جهت استحکام دهی به لایه. حتی می‌توان به این روش و با کمک استفاده از ماشین‌های مخمل (Velour)، لایه‌های



شکل ۳ - تصویری از این لایه بی‌بافت اسپان باند حجیم High Loft

نظیر تولید عایق‌های حرارتی-رطوبتی، لایه‌های بسته بندی، پوشش‌های محافظتی، فیلتر گازهای داغ و ... و هم می‌توانند بر روی خطوط تولید لایه‌های دوجزئی مورد استفاده قرار گیرند (اسپان جت اسپلیت) که در این حالت محصول نهایی کاربردهای بسیار ویژه‌تری نظیر لایه‌های عایق حرارتی، درون البسه ویژه، لایه‌های عایق صوت، دستمال‌های ویژه و ... خواهد داشت. در شکل (۷) حالت‌های مختلف قرارگیری جت‌های آب در کنار غلطک کالندر در خط تولید منسوجات بی‌بافت کامپوزیتی چندلایه

یکی از قدیمی‌ترین تولیدکنندگان ماشین آلات سوزن زنی در دنیا می‌باشد توانسته است ضمن ارتقا دستگاه‌های سوزن زنی خود آنها را با مشخصات ویژه خطوط تولید منسوجات بی‌بافت اسپان باند که یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های آنها سرعت بالا می‌باشد تطبیق دهد.

اما مهم‌تر از روش سوزن زنی بر روی منسوجات بی‌بافت اسپان باند که تنها برای کاربردهای بسیار ویژه مورد استفاده

بی‌بافت با حالت ظاهری مخمل گونه نیز تولید نمود.

■ استفاده از ساختار سه بعدی منسوج بی‌بافت اسپان باند حجیم جهت کاربردهایی نظیر نگهداری و یا ذخیره‌سازی مواد و رزین در تولید کامپوزیت‌ها ...

استحکام دهی به لایه بی‌بافت

بطور سنتی استفاده از روش اتصال حرارتی به وسیله غلطک‌های گرم کالندر مهم‌ترین روش ایجاد استحکام در لایه منسوج بی‌بافت اسپان باند می‌باشد. یکی از مهم‌ترین معایب این روش ایجاد زبردست فیلم گونه و مصنوعی در لایه بی‌بافت می‌باشد که همواره محققان سعی در برطرف نمودن این موضوع و ایجاد زبردست منسوج گونه در لایه بی‌بافت هستند. البته علاوه بر نوع غلطک‌های کالندر، نوع پلیمر، نحوه شکل‌گیری ساختار و سایر پارامترهای تولید نیز بر روی این مساله تاثیرگذار می‌باشد. شرکت آندریتز کوسترز ANDRITZ Kusters آلمان به عنوان مهم‌ترین و معتبرترین سازنده غلطک‌های کالندر نیز همواره در سعی در بهینه‌سازی این موضوع داشته است و با ابداع غلطک‌های جدید با ساختار سطحی ویژه توانسته است به میزان زیادی این نقیصه را پوشش دهد. البته بایستی توجه داشت که این اصلاحات نبایستی بر روی وظیفه اصلی این فرآیند که ایجاد استحکام مطلوب در لایه مورد نظر است تاثیر منفی گذارد.

در شکل ۴ آخرین مدل غلطک‌های کالندر شرکت کوسترز و در شکل ۵ انواع مختلف ساختارهای سطحی این غلطک‌ها نشان داده شده است.

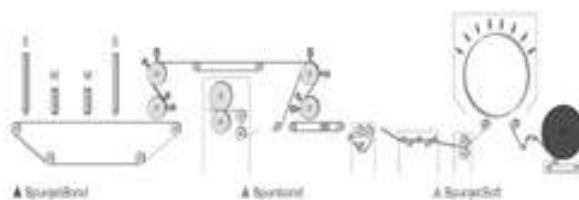
یکی از بهترین روش‌ها برای ارتقا زبردست لایه بی‌بافت اسپان باند، جایگزینی روش ایجاد استحکام مکانیکی در لایه به جای غلطک‌های گرم کالندر می‌باشد. بدین منظور می‌توان از هر دو روش اصلی ایجاد استحکام به روش سوزن زنی و ایجاد استحکام به روش جت آب (اسپان لیث) استفاده نمود.

در روش سوزن زنی شرکت آندریتز آسلین-تیبو ANDRITZ Asselin-Thibau فرانسه که

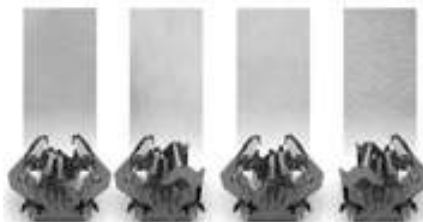


شکل ۴ - آخرین مدل غلطک‌های کالندر شرکت آندریتز کوسترز

قرار می‌گیرد و مهم‌ترین مشکل آن ایجاد تنش و نیروی مکانیکی زیاد بر روی لایه می‌باشد، روش ایجاد اتصال به وسیله جت آب یا اسپان لیث توانسته است در بازار خود را مطرح سازد. در این حوزه شرکت آندریتز پرفوجت ANDRITZ Perfojet فرانسه که به نوعی اولین تولیدکننده تجاری ماشین آلات تولید منسوجات بی‌بافت اسپان لیث برای کاربردهایی نظیر دستمال و ... می‌باشد، ضمن عرضه ماشین آلات ویژه‌ای به نام تجاری Spunjet Splitable و Spunjet Bond است به خوبی نیاز مشتریان را شناسایی و به آن پاسخ دهد (شکل ۶). دستگاه‌های جت آب با فشار زیاد اسپان لیث ارتقا یافته جهت تطبیق با سرعت بسیار زیاد تولید منسوجات بی‌بافت اسپان باند هم می‌توانند بر روی خطوط تولید لایه‌های تک جزئی مورد استفاده قرار بگیرند (اسپان جت باند) که در این حالت کاربرد نهایی محصول در صناعی



شکل ۷ - حالت‌های مختلف قرارگیری جت‌های آب در کنار غلطک کالندر در خط تولید منسوجات بی‌بافت کامپوزیتی چندلایه



شکل ۵ - انواع مختلف ساختارهای سطحی غلطک‌های کالندر

شکل ۶ - دستگاه اسپان جت شرکت آندریتز پرفوجت جهت استفاده در خطوط تولید منسوج بی‌بافت اسپان باند

نشان داده شده است و در شکل (۸) ساختار سطحی این لایه‌ها در مقایسه با لایه‌های اسپان باند استاندارد نشان داده شده است.

در جدول ۲ به صورت خلاصه مقایسه‌ای بین روش‌های مختلف ایجاد استحکام در لایه بی‌بافت اسپان باند آورده شده است.

پیچش لایه بی‌بافت

با توجه به سرعت تولید لایه بی‌بافت اسپان باند و همچنین ظرافت لایه تولید، مسلماً هر وایندری از عهده فرآیند پیچش دقیق لایه بر نمی‌آید. علاوه بر این در بسیاری از موارد جهت کاربرد نهایی لایه بی‌بافت اسپان باند بایستی در عرض‌های مختلفی بریده شود که بدین منظور می‌توان از دستگاه‌های برش طولی به صورت آن-لاین (بر-خط) و یا به صورت مستقل و آف-لاین استفاده نمود.

یکی از مهم‌ترین تحولات در این عرصه افزایش سرعت وایندر و همچنین افزایش قطر رول بی‌بافت اسپان باند

برای این محصول بسیار ظریف و ویژه بود. در این روش یک پلیمر گرمانرم که دارای خاصیت تولید لیف می‌باشد پس از ذوب شدن از درون یک سری منافذ بسیار ظریف که به صورت خطی در صفحه رشته ساز قرار گرفته است عبور می‌نماید و بلافاصله در معرض وزش جریان هوای گرم با سرعتی نزدیک به ۳۰ هزار متر در دقیقه قرار گرفته که باعث می‌شود قطر این الیاف تا حد ۱۰ الی ۱ میکرون کاهش یابد. الیاف کشیده شده در پایین دستگاه بر روی یک صفحه توری شکل به صورت لایه بی بافت بسیار ظریفی جمع می‌شوند که مشخصاً این لایه نسبت به لایه اسپان باند بسیار ظریف‌تر و ضعیف‌تر می‌باشد، به همین دلیل در بسیاری از موارد این لایه بی بافت اسپان باند به صورت کامپوزیتی در بین دو لایه اسپان باند نقش حامی آنرا دارد تولید می‌شود.

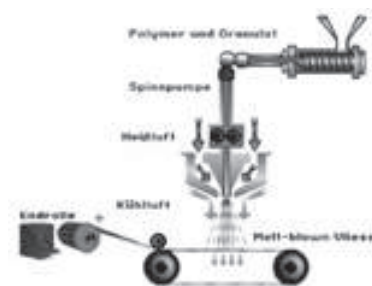
در شکل ۱۰ به صورت شماتیک تصویری از یک دستگاه تولید منسوج بی بافت ملت بلون نمایش داده شده است.

مهمترین تحولات جهانی در حوزه منسوجات بی بافت عمدتاً به نوع پلیمرهای مورد استفاده در این دستگاه مربوط می‌باشد به گونه‌ای که هم اکنون علاوه بر پلیمر پلی پروپیلن به عنوان اصلی‌ترین ماده اولیه این صنعت از سایر انواع پلیمرها نظیر پلی اتیلن ترفتالات (PET)، کوپلی استر (Co-PET)، پلی بوتیلن ترفتالات (PBT)، پلی یورتان (PU)، پلی کربنات (PC)، پلی تری متیلن ترفتالات (PTT)، پلی لاکتید اسید (PLA) و ... نیز در این سیستم استفاده می‌شود.

تولید لایه به صورت ذوب‌ریزی قرار می‌گیرد و به همین دلیل از لحاظ ساختاری شباهت زیادی به آن دارد.



شکل ۹ - دستگاه برش آف-لاین لایه بی بافت اسپان باند آچلی



شکل ۱۰ - تصویر شماتیک دستگاه تولید منسوج بی بافت ملت بلون



شکل ۱۱ - کاربرد نهایی منسوجات بی بافت اسپان باند در صنایع پزشکی و بهداشتی

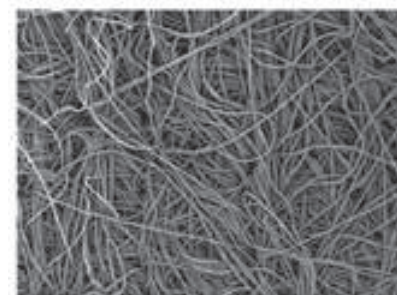
هرچند اولین حق ثبت تجاری این روش در سال ۱۹۵۴ میلادی منتشر شد، اما فاصله زمانی نسبتاً زیادی بین آن تا تولید اولین لایه تجاری به روش ملت بلون در سال ۱۹۸۶ وجود داشت که البته مهمترین دلیل این موضوع به نبودن تقاضا در بازار

بر روی وایندر می‌باشد که شرکت آچلی ACelli ایتالیا به عنوان برترین تولیدکننده جهان در این حوزه همواره در حال ارائه پیشنهادها و راه‌های جدید می‌باشد. در شکل ۹ دستگاه برش آف-لاین لایه بی بافت اسپان باند نشان داده شده است.

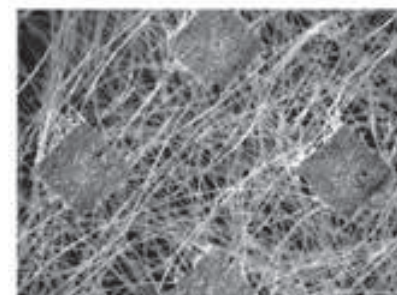
آینده صنعت تولید منسوجات بی بافت اسپان باند

در آینده مهم‌ترین زمینه‌های تحول در صنعت منسوجات بی بافت بطور خلاصه عبارتند از:

- افزایش راندمان و ظرفیت تولید از طریق زیاد شدن عرض کاری ماشین آلات و افزایش تعداد بیم‌ها (Beam)
- افزایش انعطاف‌پذیری خط تولید به وسیله کاهش زمان تغییر نوع پلیمر در دستگاه، ظرفیت بیشتر فیلامنت‌ها و ...



▲ Microscopic view of SpunjetBond web (x20)



▲ Microscopic view of spunbond web (x20)

شکل ۸ - ساختار سطحی لایه های اسپان جت در مقایسه با لایه های اسپان باند استاندارد

- اصلاح روش فرآیند به منظور کاهش مصرف انرژی در تولید لایه بی بافت و همچنین ایجاد استحکام مدنظر در آن.
- تولید لایه‌های بی بافت کامپوزیتی از طریق ادغام دو یا چند روش تولید لایه با یکدیگر و یا استفاده همزمان از دو یا چند پلیمر مختلف در خط تولید
- ادغام فرآیند تولید فیلم‌های متخلخل و لایه بی بافت با یکدیگر به منظور تولید کالاهای ویژه

منسوج بی بافت ملت بلون (دمش مذاپ)

روش ملت بلون یا دمش مذاپ همانند روش اسپان باند در گروه روش‌های

	وزن لایه	استحکام	ازداید طول	نرمی	نفوذپذیری
کالندر صاف	۱۵۰ - ۲۰۰	+	-	-	-
کالندر طرح دار	۵ - ۱۰۰	۰	-	۰	-
ترمویاند	۶۰ - ۴۰۰	۰	-	۰	-
سوزن زنی	۱۰۰ - ۴۰۰	۰	+	+	+
دوخت زنی	۱۰۰ - ۶۰۰	۰	+	+	+
ورنکس	۳۰ - ۲۰۰	+	۰	+	۰

جدول ۲ - تاثیر انواع مختلف روش‌های استحکام‌دهی به لایه بی بافت اسپان باند

محدوده وزنی لایه‌های تولید به این روش در حد ۲ الی ۶۰۰ گرم در متر مربع بوده که عمدتاً در صنایع بهداشتی، پزشکی و تولید فیلترها مورد استفاده قرار می‌گیرد (شکل ۱۱).

سال میلادی	توضیحات
۱۹۶۵	تولید اولین لایه منسوجات بی بافت اسپان باند از پلی استر و پلی آمید در آمریکا و آلمان
۱۹۶۶	تولید اولین لایه منسوجات بی بافت اسپان باند از پلی پروپیلن در آمریکا
۱۹۶۹	تولید اولین لایه منسوجات بی بافت اسپان باند از پلی اتیلن در آمریکا
۱۹۷۳	تولید اولین لایه منسوجات بی بافت اسپان باند دوجزئی (پایکو) در انگلستان
۱۹۷۷	تولید اولین لایه منسوجات بی بافت اسپان باند از ویسکوز در ژاپن
۱۹۸۶	تولید اولین لایه منسوجات بی بافت اسپان باند از پلی یورتان در ژاپن
۲۰۰۰	تولید اولین لایه منسوجات بی بافت اسپان باند بسیار ظریف + اسپان لیث در آلمان
۲۰۰۷	تولید اولین لایه منسوجات بی بافت اسپان باند از پلی لاکتید اسید در آلمان

جدول ۱ - تاریخ تحول منسوجات بی بافت اسپان باند

روغن ریسندگی گیاهی

LUBSTAT AC

Decrease the Hairness, Increase the Softness

تأثیر فوق العاده بر کاهش پرزدهی و افزایش نرمی زیردست



ریسندگی با روغن LUBSTAT AC



ریسندگی با روغن معدنی

- کاهش چشمگیر پرزدهی
- افزایش فوق العاده نرمی و لطافت زیردست
- افزایش وزن الیاف (ارتقاء ظرفیت رطوبت پذیری الیاف)
- عدم لطمه به شفافیت رنگ الیاف
- دارای خاصیت آنتی استاتیک
- ضد زردی
- کاهش میزان مصرف روغن نسبت به روغن های معدنی (حداقل تا نصف)
- ضد خوردگی
- صرفه اقتصادی بالا

Chemical Resin
ATLAS

اطلس شیمی رزین

Supplier Spinfinish For Fibre Producing

WWW.ATCHEMICALS.COM

تلفن: ۸۸۵۱۵۱۵۸

فروشگاههای بزرگ فرش وزراء

عرضه کننده فرشهای دستبافت

فرشهای ماشینی ایرانی

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET



VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

کرج ، سه راه گوهر دشت ، فرسیده به سه بانندی



VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET



VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET



۰۲۶۳-۴۴۲۱۴۵۲ - ۰۹۱۲۱۶۱۲۴۵۵



محمولی از شرکت فرش شهریار
ARSHAM CARPET

فرش ایرانی

فرش آرشم



۱۰۰۰ شانه تراکم ۳۰۰۰
۷۰۰ شانه تراکم ۲۵۵۰



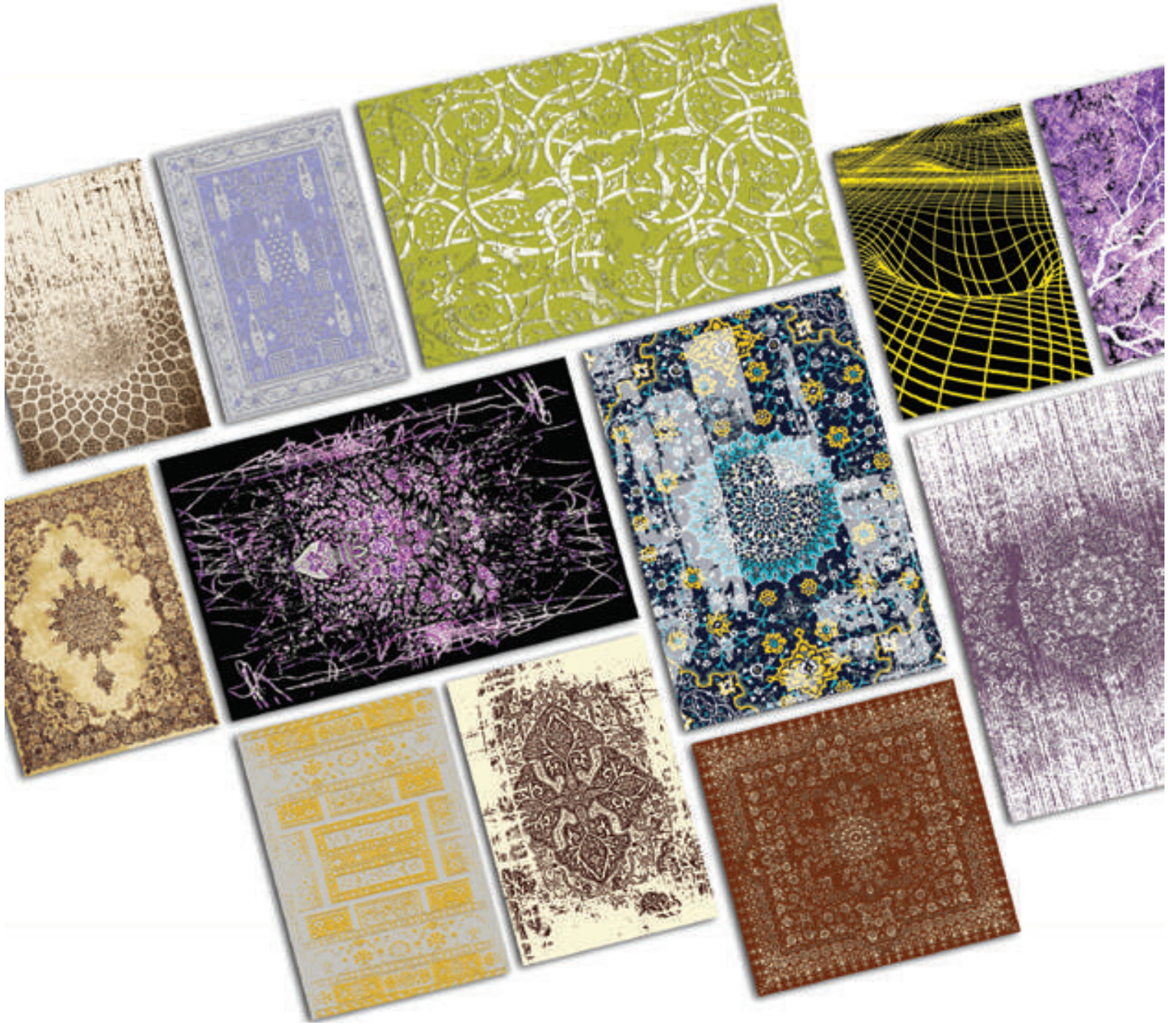
شهرستان آران و بیدگل - شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی - بلوار اصلی ۱ (کارگر) - پلاک ۱۵۱

تلفن: ۸ - ۹۷ ۵۴۷ ۵۹۱ ۰۳۱ فکس: ۹۷ ۵۴۷ ۵۹۳ ۰۳۱ همراه: ۰۳۰۵ ۰۹۱۳ ۱۶۱

www.Arshamcarpet.com Email: Info@Arshamcarpet.com

فرش بیدرنگ Biderang Rugs

مرکز تخصصی طراحی فرشهای مدرن



WWW.BIDERANG.COM

HBIDERANG@GMAIL.COM

WWW.INSTAGRAM.COM/BIDERANGRUGS

https://t.me/biderangrugs

با مدیریت: حمید بیدرنگ

همراه: ۰۹۱۵۳۰۱۹۰۲۱

MANAGER & DESIGNER: HAMID BIDERANG

MOBILE: 00989153019021

*****CENTER FOR PROFESSIONAL RUGS & CARPET DESIGN*****

بخش ژئوتکستایل و لایه های صنعتی

تولید کننده عریض ترین ژئوتکستایل در ایران



- ✦ ژئو تکستایل GMH-DF - جهت سیستم های زهکشی و فیلتراسیون
- ✦ ژئو تکستایل GMH-EC - جهت کنترل فرسایش و آب شستگی سواحل
- ✦ ژئو تکستایل GMH-ST - جهت تحکیم و تثبیت بسترهای سست
- ✦ ژئو تکستایل GMH-SP - جهت جدا سازی لایه های نا مشابه
- ✦ ژئو تکستایل GMH-PLP - جهت تثبیت بستر و ضد شناوری خطوط لوله نفت و گاز
- ✦ ژئو تکستایل GMH-P - جهت محافظ لایه های ژئو ممبران
- ✦ ژئو تکستایل GMH-GP - جهت محافظ بکینگ چمن مصنوعی
- ✦ ژئو تکستایل GMH-A500 - جهت مسلح سازی و جلوگیری از ترک انعکاسی روکش آسفالت
- ✦ ژئو تکستایل GMH-S4 - جهت زیرسازی جاده
- ✦ انواع لایه های صنعتی و خودرویی

مجموعه ژئوتکستایلهای GMH فناوری نوین در پروژه های عمرانی



کارخانه: همدان، شهرک صنعتی بوعلی، بلوار یکم، خیابان شانزدهم، تلفن: ۴۰-۴۳۸۳۲۳۸-۸۱۳، تلفکس: ۴۳۸۳۲۳۸-۸۱۳

دفتر مرکزی: تهران، بلوار میرداماد غربی، کوچه دلفینه، پلاک ۴، طبقه ۳، واحد ۶، تلفن: ۱۹-۸۸۷۷۳۱۱۶، فاکس: ۸۸۷۹۴۳۱۷

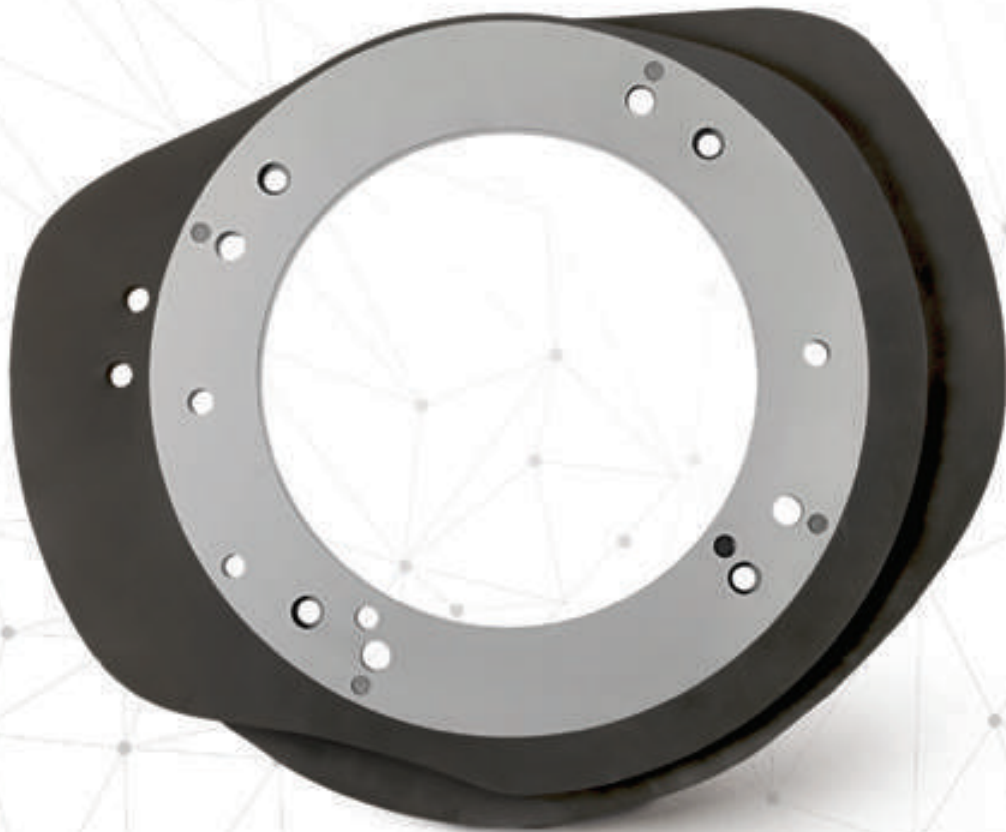
www.hamedanmoquette.com

Email: info@hamedanmoquette.com

شمش محکم

تکیه گاهی محکم برای صنعتگران

تاسیس: ۱۳۷۶



طراحی و تولید قطعات ماشین آلات وندویل و شونهر

■ قطعات تبدیلی دستگاه های بافندگی ■ قطعات کواکس شونهر ■ تولید انواع بادامک و چرخ دنده

www.shemshemohkam.com
info@shemshemohkam.com

۰۳۱ ۵۵۵۰۳۴۴۰
۰۹۱۳ ۳۶۱ ۰۴۶۲

کاشان، شهرک صنعتی امیرکبیر
خیابان شکوفه ۱، شرکت شمش محکم





جمهوری اسلامی ایران
Iran International
Exhibitions Co.



و صنایع وابسته

فرش ماشینی

کف پوش های نوین، موکت،

نمونه نمایشگاه

9th International
Floor Covering, Moquette,
Machine made Carpet &
Related Industries Exhibition



۱۳ الی ۱۶ شهریور ۱۳۹۶ تهران، محل دائمی نمایشگاه های بین المللی
4 - 7 Sep, 2017 Tehran International Permanent Fairground



www.eurasianavid.com

آشنایی با انواع جلیقه های ضد گلوله

براساس استاندارد NIJ 0101.06

نویسندگان:
فرشید شریف نژاد،
دکتری مهندسی نساجی
محسن غفاری،
کارشناس ارشد مهندسی نساجی

چکیده:

یکی از خطرات جدی تهدید کننده واحدهای عملیاتی پلیس، آسیب‌های ناشی از اصابت گلوله می‌باشد. با استفاده از جلیقه‌های ضد گلوله مناسب، می‌توان میزان تلفات و آسیب‌های ناشی از اصابت گلوله را به شدت کاهش داد. انتخاب جلیقه مناسب شدیداً تابع نوع مهمات تهدید کننده نیرو و سطح تهدید دارد و آشنایی با انواع مختلف این جلیقه‌ها می‌تواند در انتخاب نوع مناسب که در عین حال با حفظ قابلیت‌های عملیاتی و تحرک پذیری از سطح محافظتی مناسبی نیز برخوردار باشند مفید واقع گردد. معتبرترین استاندارد در سطح بندی جلیقه‌های ضد گلوله توسط مؤسسه ملی دادگستری ایالات متحده تدوین گردیده است که این استاندارد در تمامی کشورهای جهان جهت تعیین سطح حفاظتی جلیقه‌های ضد گلوله مورد استفاده قرار می‌گیرد. بر اساس این استاندارد جلیقه‌های ضد گلوله در شش سطح تولید و مورد استفاده قرار می‌گیرند.

مقدمه:

نیروهای پلیس به واسطه تنوع ماموریت‌های خود، همواره در معرض انواع بسیار متنوعی از خطرات گوناگون قرار دارند. بی‌شک کمتر شغلی را می‌توان یافت که با چنین گستردگی عظیمی از خطرات کاری مواجه باشد. یکی از تهدیدهای مهم برای نیروهای پلیس، خطرات ناشی از اصابت گلوله، در حین درگیری‌های مسلحانه با افراد شرور و قانون‌گریز می‌باشد. نیروهای انتظامی جهت مقابله موثر با قانون شکنان، بایستی همواره به پیشرفته‌ترین ابزارها مجهز بوده و از آخرین فناوری‌های زمان خود بهره‌برداری نمایند. در این صورت آنها همیشه یک گام از مجرمان و تبهکاران جلوتر خواهند بود. در بین تجهیزات تخصصی مختلف، ادوات حفاظت فردی بویژه در مواجهه با تبهکاران خطرناک از اهمیت زیادی برخوردار می‌باشند. در این میان جلیقه‌های ضد گلوله بسیار مهم و پراهمیت هستند. استفاده از تجهیزات حفاظت فردی می‌تواند علاوه بر کاهش موثر تلفات، موجب افزایش حس اعتماد به نفس و روحیه فردی نیروهای عمل کننده در درگیری‌های خشن نیز گردد.

جلیقه ضد گلوله (Body Armor):

استفاده از تجهیزات و البسه حفاظتی نظیر زره از دیرباز توسط سربازان و جنگجویان مرسوم بوده است. با ورود سلاح های آتشین به جنگ‌ها در اوایل قرن شانزدهم، شکل و ماهیت نبردها و همچنین تجهیزات مورد نیاز نبرد، دچار دگرگونی اساسی شد بطوریکه به تدریج استفاده از زره و تنپوش‌های سنگین منسوخ گردید. زره‌های اولیه علیرغم اینکه چالاکتی و توان حرکتی سرباز را به شدت کاهش می‌دادند، هیچگونه محافظت موثری

بلافاصله در تولید جلیقه‌های سبک وزن و منعطف ضد گلوله مورد استفاده و آزمون قرار گرفتند و مؤسسه ملی دادگستری ایالات متحده اقدام به تدوین استانداردهای مربوطه به جلیقه‌های منعطف نمود.

مؤسسه ملی دادگستری

:National Institute of Justice (NIJ)

مؤسسه ملی دادگستری بخشی از وزارت دادگستری ایالات متحده است که تمامی استانداردهای ویژگی محصول و همچنین استانداردهای روشهای آزمون کلیه تجهیزات و اقلام نیروهای انتظامی امریکا توسط آن تدوین و یا بازنگری می‌گردند. در راستای همین وظیفه، تدوین استانداردهای کیفی جلیقه‌های ضد گلوله نیز توسط این مؤسسه اجرا شده است و به منظور افزایش قابلیت‌ها و بهره‌گیری از فناوریهای جدیدتر، این استاندارد در سالهای متمادی مورد بازنگری قرار گرفته است. بدلیل سختگیری‌ها و دقت نظر بالا و همچنین برخورداری این مؤسسه از آخرین فناوریهای موجود، جلیقه‌های ساخته شده در ایالات متحده دارای بالاترین سطوح کیفی در جهان می‌باشند و سایر کشورهای تولید کننده این قبیل تجهیزات، از استانداردهای مورد تایید این مؤسسه تبعیت می‌نمایند. این مؤسسه کلیه الزامات و تست‌های مربوط به جلیقه‌های ضد گلوله را در قالب استاندارد 0101 NIJ تدوین و ارائه نموده که این استاندارد مرتب تحت بازنگری و اصلاح قرار داشته است، بطوریکه آخرین نگارش آن 0101.06 NIJ می‌باشد. در تدوین استانداردهای این مؤسسه آنچنان دقتی لحاظ میگردد که حتی نگارش قدیمی تر 0101.04 NIJ نیز هم‌اکنون مورد تأیید کامل اداره فدرال پلیس ایالات متحده، وزارت دفاع امریکا و

در برابر پرتابه‌های سلاح‌های آتشین فراهم نمی‌کردند در نتیجه استفاده از این قبیل پوشش‌های محافظتی به شدت کاهش پیدا نمود. طراحی و تولید زره‌های نرمی که در عین دارا بودن سبکی و انعطاف پذیری، در برابر پرتابه‌های سلاح‌های آتشین نیز از مقاومت مطلوب برخوردار باشند همواره مورد نظر فرماندهان نظامی بوده است و تلاش جهت نیل به این مقصود از همان اوایل پیدایش سلاح‌های آتشین آغاز گردید. لیکن دستیابی به نخستین پوشش‌های انعطاف پذیر ضد تیر تا اوایل سالهای ۱۸۶۰ به طول انجامید. در این زمان در جنگ بین ارتش کره به رهبری هنگسون داونگون (Heungseon Daewongun) و نیروهای فرانسوی، کره‌ای‌ها دریافتند استفاده از پوشش‌هایی متشکل از ۱۳ لایه پارچه-پنبه‌ای متراکم، قادر خواهد بود از نفوذ گلوله‌های نیروهای غربی ممانعت نماید. این جلیقه‌ها در جنگ جزیره گانگوا بین ارتش کره و نیروی دریایی امریکا در سال ۱۸۷۱ نیز توسط کره‌ای‌ها با موفقیت بکار گرفته شد. لیکن به تدریج با افزایش قدرت مهمات‌ها و بهبود ساختار سلاح ها، این قبیل جلیقه‌های ضد گلوله کارایی خود را از دست دادند و مجدداً ایده استفاده از صفحات سخت زره مانند مطرح گردید. در حدود یکصد سال انواع مختلفی از صفحات گوناگون فلزی، سرامیکی، پلاستیکی و کامپوزیتی جهت ساخت تنپوش‌های ضد گلوله مورد آزمایش و حتی استفاده قرار گرفتند، لیکن استفاده از چنین زره‌هایی، به دلیل سنگینی زیاد و غیر منعطف بودن با استقبال گسترده‌ای از طرف کاربران نظامی و بویژه انتظامی، مواجه نگردید. در اوایل دهه ۷۰ میلادی شرکت دوپونت (DuPont) با اختراع الیاف پارا آرامیدی با نام تجاری کولار، انقلابی در صنعت تولید الیاف بسیار مستحکم ایجاد نمود. این الیاف

۰/۳۵۷، استفاده از جلیقه های نوع II نسبت به IIA ارجح تر می باشد. جدول ۲ لیست کامل تری از انواع مهمات حفاظت شونده توسط این نوع از جلیقه ها را نشان می دهد.

نوع گلوله	طول لوله (اینچ)	سرعت m/s ±۹/۱
22 Mag 40-GR SP	6.5	360
12 Gage "00" Buck	18	-
9mm 147-GR Subsonic	5	320
9mm 147-Gr JHydraShok	5	320
9mm Cavim-FMJ	4	338
9mm 115-Gr JHP	4	354
9mm 115-Gr Silvertip	5	356
9mm 124-Gr FMJ	5	358
9mm 95-Gr JSP	4	381
9mm 100-Gr JHP	4	381
.38 Spl 125-Gr SJHP +P	6	314
.38 Spl 125-Gr lead+P	6	332
.38 Spl 110-Gr JHP+P	6	376
.357 Mag 158-Gr JSP	4	381
.357 Mag 158-Gr lead	4	381
.357 Mag 158-Gr leadSWC	4	382
.357 Mag 158-Gr JSP	6	425
.357 Mag 158-Gr lead	83/8	430
.357 Mag 158-Gr JSP-Hor	6	441
.357 Mag 125-Gr JHP	4	442
.357 Mag 110-Gr JHP	4	473
10mm 200-Gr FJ-TC	5	327
10mm 170-Gr JHP	5	358
10mm 175-Gr Silvertip	5	372
.41 Mag 210-Gr lead	83/8	330
.41 Mag 210-Gr	4	396
.44 Mag 240-Gr JSP	4	360
.44 Mag 240-Gr leadSWC	4	366
.45 ACP 2300Gr FMJ	5	247

جدول ۲ - انواع مهمات دفع شونده توسط جلیقه کلاس II

می باشند. جدول (۱) سایر انواع مهمات های متداول دفع شونده توسط این کلاس از جلیقه ها را نشان می دهد. ملاحظه می شود که این نوع از زره ها قادر به ایجاد محافظت موثر در برابر تمام پرتابه های متعارف انواع تفنگ های ساچمه زنی کالیبر ۱۲، نظیر ساچمه و همه اوزان چارپاره تا حداکثر چارپاره شماره دو صفر (۰۰) می باشند. (ردیف ۲ جدول ۲)

نوع گلوله	طول لوله (اینچ)	سرعت m/s ±۹/۱
22 Mag -40Gr SP	6.5	360
12 Gage "00" Buck	18	-
9mm -147GR Subsonic	5	320
9mm -147Gr JHydraShok	5	320
9mm -124Gr FMJ	4	332
9mm -115Gr JHP	4	354
9mm -95Gr JSP	4	381
9mm -100Gr JHP	4	381
38 Spl -125Gr SJHP+P	6	314
38 Spl -125Gr lead+P	6	332
38 Spl -110Gr JHP+P	6	377
357 Mag -158Gr JSP	4	381
357 Mag -158Gr lead	4	381
357 Mag -158Gr leadSWC	4	382
10mm -200Gr FJ-TC	5	327
10mm -170Gr JHP	5	358
41 Mag -210Gr	8/3 8	329
45 ACP 2300Gr FMJ	5	247

جدول ۱ - انواع مهمات دفع شونده توسط جلیقه کلاس IIA

۳- جلیقه کلاس II: مهمات های استاندارد برای بیان توان محافظتی این کلاس از زره ها، گلوله های ۹ میلی متری سرگرد غلاف تمام فلزی (FMJ RN) ۸ گرمی، (۱۲۴ گرین) با سرعت برخورد $358 \pm 9/1$ m/s و یا کمتر و همچنین گلوله های مگنوم ۳۵۷ روکش نرم (JSP) $10/2$ گرمی (۱۵۸ گرینی)، و حداکثر سرعت برخورد $427 \pm 9/1$ m/s هستند. این جلیقه ها تمامی انواع مهمات دفع شونده توسط جلیقه های کلاس I و IIA را نیز پوشش می دهند. امروزه با توجه به در دسترس بودن انواع فراوانی از مهمات های سرعت متوسط ۹ میلی متری و پرسرعت مگنوم

همچنین ارتش های بسیاری از کشورهای دیگر می باشد. در نگارش های جدیدتر این استاندارد عمدتاً روش های آزمون، سختگیرانه تر و جدول گلوله ها کامل تر گردیده است.

انواع جلیقه های ضد گلوله (Body Armor Types):

بدلیل تنوع بسیار گسترده انواع گلوله ها و سلاح ها، استفاده از واژه کلی ضد گلوله، غیر دقیق و غیر صحیح میباشد و بطور کلی تولید لباسی که بتواند در برابر همه انواع کالیبرها محافظت موثر ایجاد نماید غیر ممکن است. مؤسسه ملی دادگستری ایالات متحده، جلیقه های ضد گلوله را بر حسب سطح حفاظتی فراهم آورنده به شش کلاس طبقه بندی نموده است. بر این اساس کالیبرهای مرجع جهت تست، به همراه متعارف ترین انواع مهمات های حفاظت شونده توسط هر یک از این کلاس های جلیقه های ضد گلوله در ذیل ارائه می گردد.

۱- جلیقه کلاس I: این جلیقه در برابر گلوله های سرگرد کالیبر ۰/۲۲ (LRN 0.22)، با جرم ۲/۶ گرم (۴۰ گرین) و سرعت برخورد $320 \pm 9/1$ m/s و یا کمتر و همچنین گلوله های سرگرد روکش تمام فلزی کالیبر ۰/۳۸۰ (FMJ RN 0.380) با جرم ۶/۲ گرمی و حداقل سرعت برخورد $312 \pm 9/1$ m/s حفاظت موثر ایجاد می نماید. جلیقه های کلاس I سبک بوده و واجد کمترین سطح حفاظتی در برابر پرتابه های سلاح های آتشین می باشند و در نتیجه امروزه برای کاربردهای عملیاتی نظامی و انتظامی مورد استفاده قرار نمی گیرند. با توجه به طیف ضعیف پوشش داده شده توسط این نوع جلیقه، نیروها تمایل به استفاده از کلاس های قویتر حفاظتی دارند. به همین دلایل این کلاس از جلیقه ها در آخرین نگارش استاندارد NIJ (استاندارد 0101.06) از لیست کلاس های معتبر جلیقه های ضد گلوله، حذف گردیده اند.

۲- جلیقه کلاس IIA: شاخص بیان توان محافظتی این کلاس از جلیقه ها طبق استاندارد 0101.06 NIJ، گلوله ۹ میلی متری سرگرد غلاف تمام فلزی (FMJ RN) ۸ گرمی، (۱۲۴ گرین) با سرعت برخورد $320 \pm 9/1$ m/s و همچنین گلوله غلاف تمام فلزی کالیبر ۰/۴۰ S&W به وزن ۱۱/۷ گرم (۱۸۰ گرین) و سرعت برخورد $312 \pm 9/1$ m/s و یا کمتر می باشند. با توجه به وزن کم و سطح حفاظتی قابل قبول در برابر انواع مهمات های متعارف سرعت پایین ۹ میلی متری و کالیبر ۰/۴۰ S&W، این نوع از جلیقه ها برای مصرف تمام وقت و عمومی نیروهای انتظامی مناسب



به طور واضح ملاحظه می‌شود که این کلاس از جلیقه‌ها صرفاً برای مواجهه با سلاح های جنگی (تفنگ‌های تاکتیکی) بوده و بایستی در چنین شرایطی مورد استفاده قرار گیرند. نیروهای عملیاتی درگیر با اشعار و یا قاچاقچیان مسلح به سلاح‌های تاکتیکی نظامی، نظیر ژ ۳ و کلاشینکف، بایستی صرفاً از این سطح از حفاظت برخوردار بوده و استفاده از انواع قبلی جلیقه‌های ضد گلوله برای آنها هیچ نقش محافظتی نخواهد داشت.

۶- جلیقه کلاس IV: این کلاس از پوشش های ضدگلوله جهت ایجاد محافظت کافی و موثر در برابر گلوله های کالیبر ۰/۳۰ زره شکاف (AP) نظیر تفنگ AP US M2 با وزن مرمی ۱۰/۸ گرم (۱۶۶ گرین) و حداکثر سرعت اصابت $869 \pm 9/1$ متر بر ثانیه طراحی گردیده‌اند. جدول ۵ دو فشنگ استاندارد جهت تست این کلاس از زره‌ها را نشان می‌دهد.

نوع گلوله	سرعت $\pm 9/1$ m/s
7.62mm 150 Grain	838
7.62mm 148 Grain N9 to FMJ	847
308 Winchester FMJ (high powered rifle)	838

جدول ۴ - انواع مهمات های استاندارد دفع شونده توسط جلیقه کلاس III

۴- جلیقه کلاس IIIA: این نوع از جلیقه‌ها جهت حفاظت در برابر مهمات پر سرعت ۹ میلیمتری و مگنوم کالیبر ۰/۴۴ طراحی گردیده‌اند. مهمات‌های شاخص برای بیان توان محافظتی این کلاس از زره‌ها، گلوله‌های ۹ میلیمتری سر گرد غلاف تمام فلزی (FMJ RN) ۸ گرمی، (۱۲۴ گرین) با سرعت برخورد $427 \pm 9/1$ m/s و یا کمتر و همچنین گلوله‌های مگنوم ۰/۴۴ روکش شده مرمی سوراخدار (JHP) ۱۵/۶ گرمی (۲۴۰ گرینی)، و حداکثر سرعت برخورد $427 \pm 9/1$ m/s هستند. این کلاس از زره‌ها همچنین در برابر تمامی مهمات جلیقه‌های کلاس‌های قبلی محافظت موثر ایجاد می‌نمایند. جدول ۳ لیست مهمات متعارف حفاظت شونده توسط این کلاس از جلیقه‌ها را نشان می‌دهد.

ملاحظه می‌گردد که بخش اعظم گلوله های ۹ میلیمتری سرعت بالا، ناشی از مسلسل‌های سبک دستی نظیر مسلسل N-MP5 در این دسته بندی قرار می‌گیرند.

نوع گلوله	سرعت $\pm 9/1$ m/s
06-30 AP 166 Grain (armor piercing rifle)	869
30 Cal. 166 Grain MZ AP	878

جدول ۵ - انواع مهمات استاندارد دفع شونده توسط جلیقه کلاس IV

۵- جلیقه کلاس III: این نوع از جلیقه‌ها جهت حفاظت در برابر گلوله های استاندارد تفنگ های جنگی نظامی طراحی گردیده اند. این کلاس از زره‌ها بایستی توانایی ایجاد محافظت موثر در برابر گلوله های FMJ سرتیز کالیبر ۷/۶۲ به وزن ۹/۶ گرم ۱۴۸ گرین) و حداکثر سرعت برخورد $838 \pm 9/1$ متر بر ثانیه را دارا باشند. سه نوع از گلوله های مورد استفاده جهت تست این کلاس از زره های حفاظت فردی (طبق استاندارد NIJ 0101.06) در جدول ۴ لیست گردیده‌اند.

نوع گلوله	طول لوله (اینچ)	سرعت $\pm 9/1$ m/s
.22 Mag 40-GR SP	6.5	360
12 Gage "00" Buck	18	
9mm 147-GR Subsonic	5	320
9mm 147-Gr JHydraShok	5	320
9mm Cavim-FMJ	4	339
9mm 115-Gr JHP	4	354
9mm 95-Gr JSP	4	381
9mm 100-Gr JHP	4	381
9mm 124-Gr FMJ	4	332
9mm 116-Gr Norma FMJ	4	351
9mm 115-Gr Silvertip	5	355
9mm 124-Gr FMJ	5	358
9mm 115-Gr FMJ Israeli	4	366
9mm 123-Gr Lapau FMJ	4	366
9mm 123-Gr GECO FMC	4	366
9mm 116-Gr FMJ Musgrve	5	374
9mm 116-Gr CanadianFMJ	4	381
9mm 115-Gr JHP+P	5	408
9mm 124-Gr FMC	9.5	427
.38 Spl 125-Gr SJHP+P	6	314
.38 Spl 125-Gr lead+P	6	332
.38 Spl 110-Gr JHP+P	6	377
.357 Mag 158-Gr JSP	4	381
.357 Mag 158-Gr lead	4	381
.357 Mag 158-Gr leadSWC	4	382
.357 Mag 158-Gr JSP	6	425
.357 Mag 158-Gr lead	8/3 8	430
.357 Mag 158-Gr JSP-Hor	6	441
.357 Mag 125-Gr JHP	4	442
.357 Mag 110-Gr JHP	4	473
10mm 200-Gr FJ-TC	5	327
10mm 170-Gr JHP	5	357
10mm 175-Gr Silvertip	5	372
.41 Mag 210-Gr lead	8/3 8	329
.41 Mag 210-Gr	4	397
.44 Mag 240-Gr JSP	4	360
.44 Mag 240-Gr leadSWC	4	366
.44 Mag 240-Gr SWC	6	427
.45 ACP 2300Gr FMJ	5	247

جدول ۳ - انواع مهمات های دفع شونده توسط جلیقه کلاس IIIA

- مراجع:
1. http://en.wikipedia.org/wiki/Ballistic_vest.
 2. U.S. Department of Justice, NIJ 0101.06, July 2008.

احسان اکرامی

دکتری شیمی
نساجی و علوم الیافنماینده شرکت اتریشی
اوتکس در ایران

گواهینامه یا علامت CE بر فرش ماشینی؛

نشانگر کیفیت محصول یا برداشتی نامفهوم از مقررات روشن بین المللی

مقدمه:

product and its placement in one of the specified product subgroups determines its requirement for having the CE mark and conformance based on the criteria specified in that directory.

Accordingly, products such as chemicals, pharmaceuticals, cosmetics and food are not subject to CE regulations, although there are other specific rules and regulations for each of these products that are beyond the scope of this article. There is also no specific subgroup or directory for the types of textiles and, accordingly, there is no specific requirement for CE marking in this category. However, there are also certain textile products that may be classified, according to the type of application, in the subgroups of the CE marking categories, such as protective clothing or traffic safety clothing (Luminous or high visibility), which are in the category of equipment for the protection of individual goods (PPE directive 89/686 / EEC) or flexible flooring of textile in the classification of goods that used in buildings (CPD) and in accordance with the directives (89/106 / EEC). In the case of flexible flooring, specifically, products (that called wall to wall) that are used in the form of fixed and installed under the subgroup of construction equipment were required to observe the regulations and are CE marked.

The essential characteristics of such floors are referred to in the harmonized standard EN 14041 (in different versions), among which the most important of these criteria are fire behavior, hazardous material contents, emissions of volatile organic compounds and volatile organic compounds in closed spaces, etc. Accordingly, other types of textile flooring (types of carpets, rugs, etc.), machine or hand-made, under the definition and coverage of product instructions, does not require a CE mark unless the manufacturer claims to have a specific feature in the product (such as fireproof) which has the potential to create a risk to the consumer.

In these cases, it is clear that the class of fire goods in accordance with EN 13501-1 is a requirement for the installation of the CE marking, indicating that the fire symbol must be included in the marking format of the goods. Therefore, the use of the CE mark on commodities such as the types of carpets not only does not convey specific qualities or qualitative concepts, but may reflect a view that is not desirable by the producer. Another point is the correct form of the CE mark. As you can see in the picture, the CE mark of the European Union and the Chinese export badge are very similar for any reason, which makes it more important to pay more attention to the inclusion and correct

use of this mark on colorful products. It should be noted that today the international standards and indications of the common language of communication are considered in global markets and it is essential to use these tools in a conscious and correct manner.



امروزه بهره‌گیری از نشانه‌ها، تأییدیه‌ها و استانداردهای مختلف یکی از ضرورت‌های اصلی حضور موثر در بازارهای رقابتی داخلی و بین المللی محسوب می‌شود. برجسته سازی کیفیت، نمایش انطباق ویژگی‌های محصول با انواع استانداردهای تخصصی، رعایت حقوق مصرف کنندگان، مدیریت و انسجام سازمانی، حفظ محیط زیست و ضوابط اجتماعی تنها بخش‌هایی از اهداف مدنظر در استفاده از این ابزارها هستند که در نهایت به حفظ و گسترش بازار و رسیدن به چشم اندازهای تجاری برندهای معتبر تولیدی منجر می‌شوند. برچسب CE از معروف‌ترین این نشانه‌ها است که امروزه مصرف کنندگان جهانی آن را در مقیاس گسترده بر طیف متنوعی از محصولات موجود در بازار مشاهده می‌کنند و با آن آشنا هستند. اما CE چیست و چگونه به وجود آمده است؟

یکی از پنج اصل اساسی از حقوق تعریف شده برای مصرف کنندگان در اتحادیه اروپا رعایت ایمنی و سلامت مصرف کننده است. کشورهای عضو اتحادیه در سال ۱۹۸۵ در رویکردی جدید درصدد تضمین حداقل سطح ایمنی محصول و تسهیل گردش کالا در درون یک بازار واحد برآمدند. در این رویکرد، ایمنی، سلامت و حفاظت از مصرف کننده مورد توجه قرار گرفته و اساس آن رعایت مجموعه ای از ضوابط و نیز نصب یک نشان تصویری (CE) مبنی بر رعایت این الزامات بر روی گروه های مشخصی از کالاها مقرر گردید. این نماد (مخفف کلمه فرانسوی Conformité Européenne) به مفهوم تطابق اروپایی، به نوعی گذرنامه محصول در ورود به اتحادیه اروپا و نشان دهنده مورد تایید بودن سیستم تولید کننده محصول است و انطباق ویژگی های آن را با مفاد دستورالعمل های مرتبط تضمین می نماید. دستورالعمل های مورد استناد در این برنامه بر مبنای استانداردهای هماهنگ اروپایی (European harmonized standards) یا دستورالعمل های تأیید فنی اروپا (European Technical Approval Guidelines) هستند که الزامات را در قالب مشخصات فنی ارائه می کنند. این درحالی است که علامت گذاری CE به مسئولان گمرک ها و مقامات مربوطه هم اجازه می دهد محصولات غیرمنطبق را از بازار اتحادیه اروپا جمع آوری کنند.

سوال مهم در این رابطه آن است که آیا کلیه محصولات نیازمند نصب نشان یا دریافت تاییدیه CE هستند؟ پاسخ این سوال خیر است. اساساً محصولاتی که امکان ایجاد ریسک برای سلامت مصرف کننده یا محیط زیست را داشته باشند بر اساس مقررات در چند زیر گروه کالایی و تحت دستورالعمل های (دایرکتیوها) مشخص دسته بندی شده اند. این زیرگروه ها و دستورالعمل ها مصوب کمیته تعیین و تدوین استاندارد کشورهای اروپایی و همچنین سازمان های دارای صلاحیت فنی تخصصی بوده و دربرگیرنده ضوابط کلی و آخرین مصوبات این کمیته ها می باشند. از جمله این دایرکتیوها می توان به تجهیزات ساختمانی، تجهیزات پزشکی، تجهیزات الکترونیکی، سردکننده ها و یخچال ها، اسباب بازی ها، ماشین آلات، تجهیزات حفاظت شخصی

CE certificate or sign on the carpet; Indicator of product quality or inaudible imprint of international clarification

Introduction:

Today, using signs, approvals and standards is one of the essential requirements for an effective presence in domestic and international competitive markets. Highlighting the quality, demonstrating the compatibility of product characteristics with a variety of specialized standards, respecting consumer rights, management and organizational cohesion, environmental protection and social standards are only parts of the intended purpose of using these tools, which lead to the maintenance and expansion of the market and the achievement of the business landscape of credible manufacturing brands. The CE label is one of the most prominent signs that today's global consumers are seeing and familiar with a wide range of products on the market. But what is the CE and how has it come about?

One of the five basic principles of the rights that defined for consumers in the European Union, is the safety and health of the consumer. In 1985, Union countries were seeking a minimum level of product safety and facilitating the flow of goods within a single market in a new approach. In this approach, safety, health and consumer protection have been considered, and it is based on compliance with a set of criteria and the installation of a CE marking for compliance with these requirements for specific groups of goods. This symbol (Abbreviated to the French word *Conformité Européenne*), in the sense of European adaptation, is a kind of product passport in the accession to the European Union, indicating that the product system is approved by the product, and ensures its compliance with the provisions of the relevant guidelines.

The guidelines referenced in this program are based on European harmonized standards or European Technical Approval Guidelines, which provide requirements in the form of technical specifications. Meanwhile, the CE marking allows customs officials and relevant authorities to collect non-conforming products from the EU market.

In this regard, the important question is, whether all products received CE approval are required to install the logo? The answer is no. Essentially, products that could pose a risk to consumer health or the environment are classified according to the regulations in several product subgroups and under specific directions (directives). These sub-groups and guidelines are approved by the committee for the setting-up of standards for European countries, as well as organizations with specialized technical expertise, and include the general rules and final approvals of these committees. One of these directives include construction equipment, medical equipment, electronics, refrigeration and refrigerators, toys, machinery, personal protective equipment, non-automatic measuring equipment, gas equipment, non-military explosives, forklifts, pressure vessels, radio equipment and telecommunications equipment. The final use of a

تجهیزات اندازه گیری غیراتوماتیک، تجهیزات گازسوز، مواد منفجره غیرنظامی، بالابرها، مخازن تحت فشار، تجهیزات رادیویی و مخابراتی اشاره نمود. کاربرد نهایی یک محصول و قرار گرفتن در یکی از زیرگروه‌های کالایی مشخص شده تعیین کننده الزام آن برای داشتن علامت CE و انطباق بر اساس ضوابط مشخص شده در آن دایرکتی می‌باشد.

بر این اساس محصولاتی مانند مواد شیمیایی، داروها، مواد آرایشی و بهداشتی، مواد غذایی و خوراکی‌ها تحت شمول مقررات CE قرار نمی‌گیرند هر چند که ضوابط و مقررات مشخص دیگری برای هر یک از این دسته محصولات وجود دارد که از حوصله این نوشتار خارج است. در مورد انواع منسوجات نیز زیرگروه و دایرکتیو خاصی وجود نداشته و بر این اساس در این دسته از محصولات نیز الزام و تعریف مشخصی برای استفاده از علامت CE وجود ندارد. با این حال محصولات نساجی خاصی نیز وجود دارند که ممکن است بر اساس نوع کاربرد در زیر گروه‌های دایرکتیوهای تحت شمول علامت گذاری CE قرار گیرند مانند البسه ایمنی محافظ و یا ترافیکی (شب نما یا با قابلیت روبیت زیاد) که در زیر گروه کالاهای تجهیزات محافظت شخصی (PPE Directive ۸۹/۶۸۶/EEC) یا کفپوش‌های انعطاف پذیر نساجی که در طبقه بندی کالاهای مورد استفاده در ساختمان‌ها (CPD) و تحت دستورالعمل (EEC/۸۹/۱۰۶) قرار گرفته‌اند. در خصوص کفپوش‌های انعطاف پذیر منسوج، مشخصاً محصولاتی (اصطلاحاً wall to wall) که به شکل ثابت و نصب شده استفاده می‌شوند تحت زیرگروه تجهیزات ساختمانی قرار گرفته و ملزم به رعایت ضوابط علامت گذاری CE هستند. ویژگی‌های ضروری چنین کفپوش‌هایی در استاندارد هماهنگ EN ۱۴۰۴۱ (در نسخه‌های مختلف) مورد اشاره قرار گرفته که از مهمترین این ضوابط می‌توان به رفتار در برابر آتش، محتویات مواد خطرناک، میزان انتشار گازها و ترکیبات آلی فرار در فضاهای بسته و غیره اشاره نمود. بر این اساس سایر انواع کفپوش‌های نساجی (انواع فرش‌ها، قالیچه‌ها و غیره) از نوع ماشینی و یا دستیاب تحت تعریف و پوشش دستورالعمل‌های محصولات نیازمند علامت CE نیستند مگر آنکه تولید کننده مدعی وجود ویژگی خاصی در محصول (مانند ضد آتش بودن) باشد که احتمال ایجاد ریسک خطرآفرینی را برای مصرف کننده داشته باشد. در اینگونه موارد مشخص بودن کلاس کالا به لحاظ آتش پذیری براساس استاندارد EN ۱۳۵۰۱-۱ یک الزام برای نصب علامت CE است که نشان کلاس آتش پذیری باید در فرمت علامت گذاری کالا لحاظ گردد. بنابراین استفاده از علامت CE بر روی کالایی مانند انواع فرش‌های ماشینی نه تنها انتقال دهنده ویژگی‌ها یا مفاهیم کیفی مشخصی نمی‌باشد بلکه ممکن است منعکس کننده دیدگاهی باشد که مد نظر و مطلوب تولید کننده نبوده است. نکته دیگر شکل صحیح علامت CE است. همانگونه که در تصویر مشاهده می‌شود علامت CE اتحادیه اروپا و نشان صادرات کشور چین به هر دلیل بسیار مشابه هم هستند که این امر اهمیت توجه بیشتر به درج و استفاده صحیح این علامت را بر روی محصولات پر رنگ تر می‌نماید. باید توجه داشت که امروزه استانداردها و نشانه‌های بین‌المللی زبان مشترک ارتباطات در بازارهای جهانی محسوب شده و استفاده از این ابزارها به شیوه آگاهانه و صحیح امری ضروری است

منسوجات فنی؛ تحولی شگرف در دنیای مدرن

وحید قربانی
دانشجوی دکتری
تکنولوژی نساجی
عضو هیئت مدیره جامعه
متخصصین نساجی ایران



در قسمت قبل درباره تحولات زندگی بشر و تأثیر آن بر سبک زندگی مدرن صحبت شد؛ سبکی که نیازهای جدیدی را به جامعه القا کرده و به تبع این احتیاجات، آدمی را واردار به پاسخگویی کرده است. یکی از ابعاد این پاسخگویی، به وجود آمدن مصالح و مواد جدید به منظور مقابله با تنش‌ها و بارهای وارده در مقیاس مدرن است. در ادامه درباره مهم‌ترین ویژگی‌هایی که این مصالح باید از آن برخوردار باشند نیز سخن به میان آمد. منسوجات فنی، به عنوان یکی از نمادهای نوگرایی و پاسخی جامع و کامل به اقتضاهای مدرن و پسمادرن معرفی شدند. در مطلب پیش رو، به طبقه‌بندی منسوجات فنی پرداخته می‌شود.

با توجه به گستره وسیع منسوجات و کاربردهای مختلف و متنوع آن‌ها، طبقه‌بندی منسوجات فنی، به صورتی جهان شمول و مورد پذیرش همگان امری تقریباً غیرممکن و یا بینهایت مشکل است. از این رو، تاکنون طبقه‌بندی‌های متفاوتی ارائه شده که البته در موارد زیادی با هم اشتراکاتی را نیز دارا هستند. در این مقاله سعی می‌شود چند دیدگاه متفاوت برای طبقه‌بندی منسوجات فنی که بیش از سایر دیدگاه‌ها مورد توجه قرار گرفته بیان شود.

دیدگاه‌هایی در ارتباط با طبقه‌بندی منسوجات فنی و دلایل استفاده

یکی از دیدگاه‌های کلاسیک به پیشنهاد موسسه نساجی، بیان‌گر آن است که یک منسوج فنی به کالایی اطلاق می‌شود که به دلیل خصوصیات فنی آن تولید شده، و نه به خاطر ویژگی‌های ظاهری و دکوراتیو. دیدگاه دیگر از همین نوع، بیان می‌دارد محصولات نساجی به سه دسته تقسیم می‌شوند: پوشاک و منسوجات مورد استفاده از این بعد، منسوجات خانگی و دسته سوم که از آن به نام منسوج فنی یاد می‌شود، همه تولیداتی را شامل می‌شود که در دو دسته اول قرار نمی‌گیرند. دیدگاه دیگری که پس از به وجود آمدن الیاف با کارایی بالا ارائه شده، منسوج فنی را محصولی می‌داند که در آن از الیاف با کارایی بالا استفاده شده باشد. همان‌طور که از تعاریف ذکر شده بر می‌آید، توضیحاتی که به منظور شناسایی منسوجات فنی ارائه شده، بسیار کلی و در بعضی موارد دارای نقص هستند، هرچند برای شناسایی منسوجات با کاربرد عادی و روزمره

از منسوجات فنی قابل استفاده می‌باشند. دلیل این امر که نگارنده، تعاریف را دارای نقص یا کلی می‌داند به این سبب است که برای مثال در بتن‌های تقویت شده با پارچه‌های سه بعدی تار-پودی از جنس پلی‌پروپیلن، که هدف افزایش ظرفیت کرنشی و جلوگیری از رشد ترک است، منسوج مورد استفاده دارای کاربردی عمرانی و خارج از پوشاک و دکوراتیو بوده و هم اکنون نیز به طور گسترده در آمریکا و اروپا استفاده می‌شود، در زمره منسوجات فنی قرار می‌گیرد، با این وجود که از الیاف با کارایی بالا در آن استفاده نشده است.

از دیگر طبقه‌بندی‌هایی که بر اساس کاربرد برای منسوجات فنی ارائه شده و هم اکنون در اروپا، آمریکای شمالی و همچنین آسیا و به ویژه در کشور ژاپن مورد پذیرش است، ۱۲ زمینه مختلف برای استفاده از منسوجات بیان می‌کند که به شرح زیر است:

۱. مهندسی کشاورزی، علوم و مهندسی شایلات، علوم و مهندسی باغبانی و علوم و مهندسی جنگل
۲. منسوجات مورد استفاده در زمینه‌های ساخت و ساز ساختمانی
۳. منسوجات مورد استفاده در اجزای پوشاک خاص اعم از لباس و کفش
۴. منسوجات مورد استفاده در امور وابسته به تسلیخ خاک و زمین و موارد وابسته (ژئوتکستایل)
۵. منسوجات مورد استفاده در اجزای به کار

۶. منسوجات مورد استفاده در صنعت (منسوجات صنعتی) مانند فیلترها، تسمه نقاله و...
۷. منسوجات مورد استفاده در زمینه‌های پزشکی، آرایشی و بهداشتی
۸. منسوجات مورد استفاده در وسایل حمل و نقل زمینی، هوایی، دریایی و ریلی
۹. منسوجات مورد استفاده در زمینه علوم و مهندسی محیط زیست مانند بازیافت
۱۰. منسوجات مورد استفاده در بسته بندی
۱۱. منسوجات مورد استفاده در محافظت و نگهداری

۱۲. منسوجات مورد استفاده در زمینه‌های مختلف ورزشی و تفریحی

طبقه‌بندی فوق تنوع بالای کاربردی منسوجات را بیش از پیش نمایان می‌دارد. در هر کدام از کاربردها و گروه‌های ذکر شده، منسوجات به یکی از اشکال الیاف، نخ، پارچه، بی‌بافت‌ها یا گره بافی استفاده می‌شود. البته قابل ذکر است که کالاهایی مانند کابل‌های برق، توری‌های فلزی و یا طناب‌های فلزی که در ساخت آن‌ها از روش‌های تولید پارچه در نساجی مانند بافندگی تار-پودی یا قیطون بافی استفاده می‌شود، ولی جنس کالا از الیاف فلزی است، در دسته منسوج فنی قرار نمی‌گیرند.

با توجه به رشد سریع علوم و فناوری و به وجود آمدن روش‌های تولید محصول و



۴. کاربردهای حفاظتی

● حفاظت در برابر گرما، آتش، مواد شیمیایی، امواج الکترومغناطیسی، بارهای ضربه‌ای

پس از بیان و ارائه تعاریف موجود برای توصیف منسوجات فنی و همچنین روش‌های استفاده از آن‌ها، و به عبارتی معین کردن عبارت منسوج فنی در ادبیات بحث، در ادامه مطلب پیش رو، دو مورد از پرکاربردترین زمینه‌های بهره‌بری از منسوجات، یعنی استفاده در مواد مرکب و ژئوتکستایل‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرند. دلیل انتخاب این دو زمینه، کاربرد بالای منسوجات در موارد مذکور است. برای مثال، مواد مرکب در عرصه‌های نظامی، هوا و فضا، خودرو، کشتی سازی، دندانپزشکی، عمران و... مورد استفاده قرار می‌گیرند. ارائه مطالب با مواد مرکب شروع و پس از آن به ژئوتکستایل‌ها پرداخته می‌شود. مطالب ارائه شده به منظور اینکه استفاده عملی داشته باشند، به طور مفصل و کاملاً جزئی مورد مطالعه قرار خواهند گرفت. در هر بخش، پس از بیان تعریف، به توضیح درباره انواع، روش‌های ساخت، مواد مورد استفاده و کاربردها پرداخته خواهد شد. در بعضی موارد، معادلات حاکم نیز ارائه می‌شوند تا به وزن تئوری و نظری مطالب نیز افزوده شود. قابل ذکر است که در هنگام ارائه مطالب درباره مواد مرکب، از ویژگی‌های مکانیکی و فیزیکی الیاف با کارایی بالا هم صحبت به میان خواهد آمد، ولی با توجه به اینکه در مقالات ارائه شده در مجله به طور اختصاصی به این مقوله پرداخته گردیده، از تکرار مکررات اجتناب شده و خوانندگان به مطالعه مقالات اختصاصی در زمینه الیاف با کارایی بالا ارجاع داده خواهند شد.

با استحکام و طاقت بیش از کاربری معمولی یا الیاف با کارایی بالا) تولید می‌گردد. بیان تعریفی یکتا برای این زمینه میسر نیست و همواره جای بحث دارد؛ ولی با بهره بردن از یکی از تعاریف ارائه شده با توجه به نزدیکی آن‌ها،

می‌توان زبانی برای گفتگوهای علمی پیدا کرد که اشتراکات فراوانی دارد.

موضوع دیگری که در ارتباط با منسوجات فنی حائز اهمیت است، انواع این منسوجات از نقطه نظر استفاده است، به بیان دیگر چرایی استفاده از منسوجات در صنایع مختلف مانند هوا و فضا، بهداشتی و یا عمران. در این مقوله می‌توان چهار دلیل برای استفاده از منسوجات در نظر گرفت:

۱. کاربردهای مکانیکی

● افزایش استحکام، افزایش طاقت، تغییر رفتار مکانیکی برای مثال از ترد به خمیری و...

۲. کاربردهای تبدیلی

● استفاده در فیلترها، ایزوله کردن محیط، انتقال حرارت، یا امواج، و همچنین کاربردهای جذبی

۳. کاربردهای مرتبط با موجودات زنده

● آنتی باکتریال، زیست تخریب پذیری و...



همچنین نیاز به ایجاد کالاهایی به تبع پیشرفت‌های صورت گرفته در زندگی بشری، طبقه‌بندی دیگری نیز ارائه شده که از نظر صنعتی، منسوجات را به چهار دسته پوشاک، خانگی، صنعتی و فنی تقسیم بندی می‌کند. در این طبقه‌بندی منسوجاتی که در صنایع با فناوری بالا و مدرن مانند صنعت هوا و فضا و کشتی سازی و زیردریایی، صنعت عمران و به ویژه تسلیح خاک با ژئو تکستایل‌ها و یا تقویت و بهسازی سازه‌ها با استفاده از مواد مرکب، تولید لباس‌های ضدگلوله و فضانوردی و مواردی از این دست و به طور کلی استفاده از منسوجات در قالب مواد مرکب برای مصارف خاص که نیاز به دانش بالایی دارد، منسوجات فنی نامیده می‌شوند.

از همه تعاریف فوق مطلبی که دریافت می‌شود و از آن می‌توان برای توصیف منسوجات فنی و تمایز آن‌ها از سایر تولیدات صنایع نساجی و پوشاک استفاده کرد، دانش بنیان بودن کاربردهایی است که در آن منسوج با استفاده از مواد اولیه خاصی (معمولاً الیاف



چاپ دیجیتال یا روتاری

نویسنده:
خانم دکتر ابراهیم بیگی
دکتری شیمی نساجی و علوم الیاف

عکاسی می‌شود و نگهداری می‌شوند. شابلون‌ها آماده می‌شود، رنگ همانندی انجام می‌شود و شابلون‌ها در ماشین چاپ تنظیم و اجرا می‌شوند. آماده سازی شابلون و اجرای چاپ روی دستگاه ۲-۳ روز طول می‌کشد، زمان کل از طراحی تا پایان محصول می‌تواند چندین هفته باشد. (دستگاه‌های چاپ روتاری زیرم در حال حاضر مزیت‌هایی بدلیل پیشرفت تکنولوژی در بخش‌های مختلف دستگاه‌های چاپ روتاری‌اش داشته که از لحاظ اقتصادی نمونه گیری، تهیه رنگ و نصب و تعویض شابلون و همچنین بدلیل اهمیت به محیط زیست فیلترهایی جهت تصفیه پساب شستشوی چاپ قرار داده است. همچنین به دلیل ساختار اسکوپچی مدولار تعویض جداگانه قطعات مانند لوله رنگ، بدن اصلی، آهنربا و نگهدارنده لبه‌ها و محدود کننده‌های جانبی، تمام قطعات ساخته شده از فولاد ضد زنگ، آلومینیوم یا فیبر کربن KFC ساخته شده است و با تدابیر اندیشیده شده توزیع خمیر چاپ در عرض شابلون دقیق‌تر روی پارچه انجام می‌شود.)

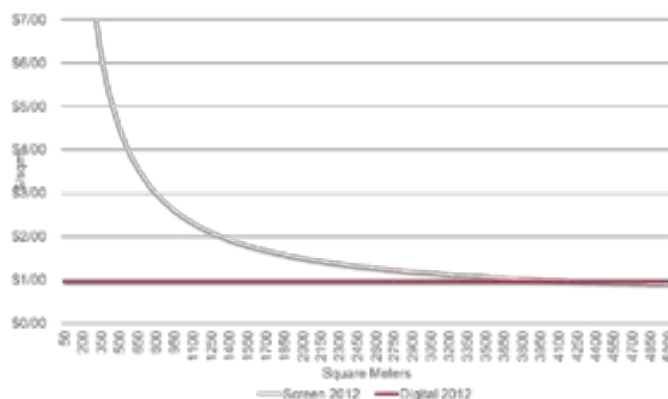
چاپ پارچه دیجیتال می‌تواند راه حل‌هایی برای این اندازه اجرا و زمان را ارائه دهد. چاپ دیجیتال زمان بین طراحی اولیه و محصول نهایی را کاهش می‌دهد. چاپگرهای دیجیتال به مدت زمان طولانی آماده سازی و نصب شابلون‌ها بین تعویض طرح و رنگ نیاز ندارند و می‌توانند به طور مداوم چاپ شوند. علاوه بر این، چاپ دیجیتال نیز

حذف هزینه‌های تهیه و آماده‌سازی شابلون و کاهش زمان و هزینه در نمونه گیری را فراهم می‌کند و اجرای مقدار کم و کوتاه مدت و سود آور تولید را ارائه می‌دهد، چاپ دیجیتال، تولید چاپ بدون شابلون و از همه مهم‌تر سفارشی‌سازی انبوه را فراهم می‌کند. (شکل ۱) رزولوشن طرح بر روی پارچه بسیار بالاست و تعداد رنگ در مقایسه با چاپ‌های دیگر سنتی نامحدود است. در برخی از دستگاه‌های چاپ دیجیتال محدودیت عرض

این تقاضای مشتری را همراه با پیوند دیجیتال به زنجیره عرضه پشتیبانی می‌کند.

چاپ روتاری رایج‌ترین روش (نزدیک به ۷۰ درصد) چاپ پارچه، شامل مزایای زیر است: تولید با سرعت بالا، در اجرای طولانی مدت با صرفه اقتصادی و گستره رنگی وسیع از رنگ نقطه. معمولاً چاپگرهای روتاری با خشک کن‌ها و دیگر دستگاه‌های تکمیل ادغام می‌شوند که تولید پارچه چاپ مداوم را فراهم کنند، که مراحل می‌تواند شامل چاپ و خشک کردن، تثبیت و بخار دادن، شستشو و خشک کردن باشد. پارچه چاپ شده دارای ثبات نوری بسیار عالی، ثبات سایشی (در حالت خشک و مرطوب) و ثبات شستشویی است. چاپ روتاری در مقدار کم تولید قیمت تمام شده بسیار بالاست در حالیکه با افزایش تولید، هزینه به شدت کاهش خواهد یافت و در مترهای هزینه‌ها به هم می‌رسند. (نمودار ۱)

Analog vs. Digital



نمودار ۱- مقایسه چاپ دیجیتال و آنالوگ (روتاری)

اگرچه چاپ روتاری مزیت‌های زیادی را ارائه می‌دهد، برخی نقاط ضعف نیز در این روش چاپ وجود دارد: راندمان ماشین به علت تغییر طرح و رنگ و اصلاح مشکلات چاپ (۴۰٪ خرابی) کم است. همچنین چاپ در مقدار کم به راحتی انجام نمی‌شود و صرفه اقتصادی ندارد. چاپ روتاری یکی از چاپ‌های آنالوگ سنتی، شامل پروسه نمونه‌گیری طولانی و گران از مشکلات این پروسه چاپ است. طرح‌ها روی شابلون‌ها

روش‌های مختلفی برای چاپ پارچه در صنعت نساجی وجود دارد که به طور سنتی برای تولید پارچه‌های چاپ شده استفاده می‌شود. در ایالات متحده، چاپ روتاری (۶۹٪)، چاپ تخت (۲۰٪)، چاپ انتقالی (ترانسفر) (۱۰٪) و چاپ غلتکی (۱٪). سرعت چاپ ۲۷ تا ۵۵ متر (۳۰ تا ۶۰ یارد) در هر دقیقه، در ۱٫۵ متر (۶۰ اینچ) عرض چاپ تعداد رنگ در یک طرح می‌تواند تا ۲۴ عدد باشد. با این حال، طرح‌های چاپی معمولی طرح هشت رنگ دارند. همچنین، به طور متوسط از ۲۷۰۰ متر تولید به بالا چاپ می‌کند. (و اکنون در شرکت زیر چاپ روتاری با سرعت ۱۲۰ متر در دقیقه تا عرض ۳۲۰ سانتی متر و ۲۴ رنگ صورت می‌گیرد.)

بازار نساجی ایالات متحده آمریکا و اتحادیه اروپا با چالش‌های اقتصادی در حال توسعه در جاهای دیگر در سراسر جهان مواجه است. مجتمع نساجی/پوشاک آمریکا ساختار تولید تقاضای فعال سازی (DAMA) برای زنده ماندن در قرن بیست و یک اتخاذ کرده است. این استراتژی تولید نیاز به "پاسخ سریع"، رقابت بر اساس زمان، اندازه‌های کوچک تولید (معمولاً ۴۵۰m یا کمتر)، تنوع زیاد و پیوند به زنجیره تأمین را دارد. چاپ منسوجات با استفاده از فن‌آوری چاپ دیجیتال قادر به دست‌یابی به این اهداف است. در این فرآیند چاپ، حداقل زمان برای نمونه‌گیری سریع را لازم دارد و برای مقادیر کم پارچه، امکان چاپ با صرفه اقتصادی را فراهم می‌کند.

پیشرفت‌های بیشتر در فرمولاسیون جوهر، طراحی جت، عملیات مرطوب قبل و بعد از چاپ الزامات و بازدهی بالاتر راه حل برای گسترش فن‌آوری چاپ دیجیتال، فراتر از آماده سازی نمونه ادعا شده را فراهم می‌کند. از دیدگاه چاپ سنتی پارچه، چاپ دیجیتال در مقایسه با مشخصات تولید انبوه چاپ روتاری، بسیار کند و گران است. از اواخر دهه ۱۹۸۰ مشتریان خواستار اجرای کوتاه مدت با کیفیت بالا و سفارشی سازی هستند. فن‌آوری چاپ دیجیتال

مسلماً چاپ دیجیتال منسوجات، موانع ورودی فنی اولیه را به دلیل پیشرفت‌های اخیر در پرنترهای جوهر افشان با سرعت بالا، جوهرهای تخصصی و نرم افزار مدیریت رنگ شکسته است. این می‌تواند جایگزین چاپ اسکرین در مقدار کم و متوسط در کوتاه مدت و یا حتی حجم بالای تولید بر اساس کیفیت، هزینه و سرعت شود. به دلیل ویسکوزیته کم جوهر چاپ جوهر افشان و مشخصات منسوج و رنگ، منسوج برای چاپ نیاز به یک پیش عملیات برای بهبود کیفیت چاپ و پس عملیات که تثبیت جوهر چاپ را بر روی منسوج باعث می‌شود، دارد. (شکل ۲) کیفیت چاپ، به طور کلی، تحت تاثیر سخت افزار/نرم افزار چاپ، منسوج و جوهر قرار دارد.

"چاپ دیجیتال علیرغم مزایای تولیدی بسیاری که صرفه جویی قابل توجهی در آب، انرژی و مواد اولیه ایجاد می‌شود، هنوز به قله‌ای برای صعود ادامه می‌دهد تا به طور جدی به چالش کشیدن فرآیندهای چاپ روتاری و تخت را برای پارچه‌ها ادامه دهد. با این وجود، این پیشرفت همواره در حال افزایش است." John Provost

سخنی از: Ulrike Wechsung مدیر همی تکستایل: "این تکنولوژی (چاپ دیجیتال) نیاز به منابع کمتری دارد و چرخه تولید را سریعتر می‌کند." و سخن دیگری از او "طراحان منسوجات همچنین توانایی خواهند داشت که خلاقیت و انعطاف پذیری با فرم و مدل‌های با کیفیت بالا را تجربه کنند. علاوه بر این، خریداران لوازم و منسوجات خانگی نیز قادر به پاسخ سریع‌تر و سفارشی‌تر به الزامات مصرف کننده امروز هستند"

در واقع ما می‌توانیم این بحث را با نقل قول از Brooks G. Tippet به پایان برسانیم: آینده چاپ نساجی، دیجیتال خواهد بود، هرچند هیچ کس نمی‌تواند پیش بینی کند زمانی را که ما آن را ببینیم.

References

- 1- H. Ujiie, Digital printing of textiles, Wood head Publishing Limited, Cambridge England, 2006
- 2- WWW.WoodheadPublishing.com
- 3- WWW.Zimmer-Austria.com

کاربرد مفید بدون مشکل را دارند. سیستم تمیز کردن هد و سیستم دائمی گردش جوهر برای کاهش هزینه تعمیر هد و مصرف جوهر از ویژگی‌های مهم این دستگاه است.

و همچنین جوهر مناسب از لحاظ شیمیایی قابلیت اطمینان بالایی ندارند و نیز برای دستیابی به کیفیت چاپ مناسب، نیاز به پوشش‌های ویژه (پیش عملیات) است. علاوه بر این، چاپگرهای دیجیتال اصلی تنها فرایند رنگ CMYK را ارائه می‌دهند که به شدت حجم گستره رنگ را محدود می‌کند. تنظیمات جوهر و تعداد رنگ پیشرفت‌هایی داشته است که مثلاً در زیمبر اتریش برای CMYK+2، CMYK*2، CMYK+4 نیز برای سرعت دوبرابری چاپ ارائه شده است.

چاپ و سرعت چاپ نیز وجود دارد. در حال حاضر عرض چاپگر دیجیتال زیر از ۱۸۰۰، ۲۶۰۰ میلی متر برای منسوجات و تا ۴۲۰۰ میلی متر برای پارسخوگی به نیاز چاپ دیجیتال فرش کامل شده است.

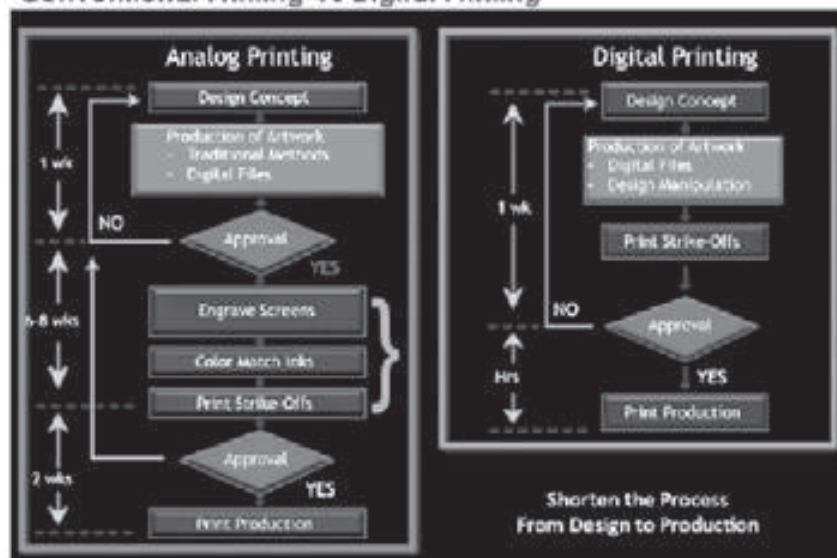
با وجود مزایای چاپ دیجیتال، معایبی مربوط به چاپ دیجیتال منسوجات وجود دارد. این تکنولوژی جدید در حال ظهور است و مدل‌های چاپگر جوهر افشان مجهز به هد جوهر هستند. هدهای دستگاه چاپ مصرفی است و دوام کافی در خط تولید را ندارند (برخی از هدهای چاپگرهای دیجیتال امروزی تا یک ماه عمر مفید دارند در حالیکه هدهای چاپگرهای دیجیتال زیمبر اتریش تا دوسال با سه شیفت کاری قابلیت

Post-Treatment Flow for different Inks



شکل ۲- پس عملیات برای جوهرهای مختلف چاپ

Conventional Printing Vs Digital Printing



شکل ۱- مقایسه مراحل چاپ دیجیتال و آنالوگ (روتاری)

فرم اشتراک

نام و نام خانوادگی:	نام شرکت/موسسه:
---------------------	-----------------

زمینه فعالیت:	سمت:
---------------	------

تعداد نسخه دریافتی از هر شماره:	صندوق پستی:
---------------------------------	-------------

آدرس دقیق پستی:

تلفن:	فکس:
-------	------

همراه:	کد پستی:
--------	----------

ایمیل (اجباری):

☐ اشتراک جدید

☐ تمدید اشتراک

اشتراک سالانه + هزینه پست سفارشی	۷۰ هزار تومان
اشتراک سالانه ویژه دانشجویان و انجمن های علمی	۵۰ هزار تومان

لازم به ذکر است مجله صنعت کهن به صورت دو ماهنامه چاپ می شود و هزینه های فوق بابت اشتراک ۶ شماره از مجله دریافت می گردد.

« لطفاً در این قسمت چیزی ننویسید »

کد اشتراک:

اشتراک از شماره:

توضیحات:

اشتراک سالانه سیستم اطلاع رسانی نمایشگاه های نساجی کهن - SMS Fair

آگاهی از زمان برگزاری و اطلاعات بیش از ۲۰۰ نمایشگاه و رویداد نساجی در ایران و جهان از طریق گوشی تلفن همراه شما

۱۵ هزار تومان

☐ اشتراک سالانه

• لطفاً جهت اشتراک مجله، پس از تکمیل فرم اشتراک و واریز وجه آن به حساب جاری بانک صادرات به شماره حساب ۰۱۰۸۱۲۹۹۶۸۰۰۰ و یا شماره کارت ۶۰۳۷۶۹۱۵۲۳۰۷۶۰۹۹ به نام آقای بهنام قاسمی، فیش بانکی و فرم اشتراک را از طریق فکس، ایمیل و یا صندوق پستی زیر ارسال نمایید.

• به جهت دریافت به موقع و قطعی مجلات توسط مشترکین عزیز، اشتراک مجله کهن تنها از طریق پست سفارشی و پیشتاز انجام می شود.

• لطفاً در صورت عدم دریافت مجله به شماره تلفن ۷۷۲۴۵۷۸۰ تماس حاصل نمایید.

Intertextile Shanghai Home Textiles

Leading domestic suppliers to present the latest original products at Intertextile Shanghai Home Textiles

Presence of well-known international exhibitors affirms the show's prominence in the industry

First cooperation between Andrew Martin International Interior Design Award & Intertextile Shanghai

With less than two months to go before the largest home textiles sourcing event in Asia – Intertextile Shanghai Home Textiles – takes place, a number of leading suppliers from around the world are gearing up to showcase their latest products. The four-day show, which will unfold from 23 – 26 August, is one of the region's most significant events that connects the entire home furnishings industry. This full spectrum of home textile products and accessories is provided by top manufacturers from Mainland China, as well as Asian and European countries.

With increasingly high quality and competitive prices, Chinese home textile products are gaining in competitiveness, while the government's recent national 13th Five-Year Plan encourages the industry to upgrade by incorporating more innovative ideas and advanced technology.

What's more, Chinese suppliers are no longer limited to resellers nor agents of foreign brand names, but are also capable of producing high-end products and developing their own brands. Huatex International is one of these exhibitors. With profound experience in jacquard for over 13 years, it established its own design brand TEXDREAM in 2015 to provide more quality woven fabrics to customers. Hangzhou Aico Home Textile is another well-known brand in China that will present its high-end home textile products like curtains, bedding and other deco-

orative fabrics in the August show.

Amongst the Chinese exhibitors, there is no lack of companies equipped with both sophisticated design and production ability. Yuanzhicheng Home Textile has been co-operating with a famous Italian design company – Arte Tessile – to get new product design ideas for hotel and residential usage. Meanwhile, advanced and professional jacquard

design software is used to improve the product development process. They have also developed a widespread sales network and worked closely with several international hotel brands including InterContinental, Starwood, Shangri-La, Hilton, Hyatt, Marriott, Accor and more.

Zhejiang Maya Fabrics focuses on designing fabrics for the high-end interior design and home furnishing industries. Their products are supplied to over 200 fabrics distributors, furniture manufacturers, design firms and hotel groups in 25 countries. In addition, they have been partnering with the Art Institute of China and various Italian designers to incorporate the latest technology and innovative elements into their designs so as to keep up with the changing trends in the market.

Apart from the mentioned veteran exhibitors, some newcomers are going to catch buyers' attention this year. Being the sole Asian distributor of leading British bedding brands such as Common Living, Harlequin, Morris & Co., Sanderson and Scion, Qingdao Mirtos Textiles will also have their first participation. Equipped with its own design studio, they will be showcasing mid-range to high-end bedding products and accessories with stylish design and competitive price.

Presence of well-known international exhibitors affirms the show's prominence in the industry

To satisfy buyers with various sourcing needs, the show will also feature universal big names from different product sectors. German brand JAB Anstoetz will be providing a series of delicate appliques to household textile decoration products, while the UK's Prestigious will offer a diverse range of fabrics for drapes & upholstery, wallcoverings and home décor accessories. Some of the other leading suppliers also include D Décor, one of the world's largest manufacturers of woven curtains & upholstery, and Advansa Marketing, the leading German supplier of polyester fibres.

Apart from fabrics and finished product suppliers, non-textiles suppliers like Somfy are also not to be missed. The Somfy Group from France excels at designing and producing automated controls for doors, windows and other building openings. Its Chinese subsidiary will make its debut in the show, presenting their world class sun protection systems.

First cooperation between Andrew Martin International Interior Design Award & Intertextile Shanghai

In addition to a sourcing platform, Intertextile Shanghai Home Textiles aims to bring more inspiration to the industry. This year, the show will feature the Andrew Martin International Interior Design Award, for the first time which includes a forum where leading players from the interior design, architectural design, apparel design and art sectors will share their insights on the transformation of design in the new information era. This widely recognised award has been organised by the well-known interior design house, Andrew Martin International annually since it was introduced to China in 2006. There will also be a Trans-border Home Art exhibition which enables new home living styles to be illustrated in the form of furniture and installation art.

Fibres key to environmental sustainability in the textile and apparel supply chain

The environmental sustainability of the textile and clothing supply chain depends significantly on the way that fibres are grown or manufactured and the raw materials used, according to a report in the latest issue of Global Apparel Markets from the business information company Textiles Intelligence. Fibres represent only the starting point of the textile and apparel supply chain. But it is in these areas where much of the damage to the environment is caused.

In the case of wool, the problems start with the rearing of sheep. Manure generated from livestock, for example, has contributed significantly to the increase in atmospheric greenhouse gases over the last 250 years, and faecal matter has been known to contaminate waterways in areas where sheep are farmed. Also, high stock numbers can be a cause of significant soil erosion which can trigger desertification.

In the case of cotton, there is a problem of water usage -- it is said that around 8,500 litres of water are cause damage to the environment. Moreover, pesticides can cause considerable harm to human health.

If cotton is going to be produced in significant quantities for the foreseeable future, there will be rising pressure to find ways of improving the environmental sustainability of cotton growing.

A variety of initiatives have emerged with this objective in mind, including the Better Cotton Initiative (BCI), organic cotton, Cotton made in Africa (CmiA) and Fairtrade certified cotton.

Despite these initiatives, these so-called "identity cottons" account for only a small proportion of total cotton production. In 2015 organic cotton accounted for a mere 0.5%. And even when other types of sustainable cotton are added, the total is only 16%. Admittedly, this share is expected to reach 35% by 2020. But most identity cottons fall short of the standards of organic cotton in terms of environmental sustainability as they still involve the use of artificial pesticides and fertilisers.

Set against these issues, man-made fibres would appear to provide a more environmentally friendly alternative. In the manufacture of man-made cellulosic fibres such as cuprammonium rayon (cupro),

lyocell, modal and viscose -- most of the raw material used is wood pulp, which can be obtained from a naturally occurring renewable resource in the form of trees. Moreover, there is scope for making the raw material even more environmentally friendly by sourcing the trees from managed forests. However, most cellulosic fibres are made using a process which is unfriendly to the environment -- with the notable exception of lyocell fibres, which are produced using a closed loop solvent spinning process.

In the manufacture of synthetic fibres, the raw materials are less environmentally friendly than those used in the production of cellulosic fibres as the bulk are derived from the petrochemical industry, starting with non-renewable fossil fuels.

But a number of initiatives are under way to make synthetic fibres from sources which are more sustainable. Recycling initiatives are gathering pace, and an increasing volume of fibres is being made from polymers

derived by processing industrial waste generated in factories -- or from polymers obtained by processing post-consumer polyethylene terephthalate (PET) drinks bottles. Also, synthetic fibres such as Ingeo are being made from agricultural crops.

However, critics argue that the use of agricultural crops as raw materials for synthetic fibres uses land which should be devoted to feeding the world's growing population.

The textile and apparel supply industry still has a long way to go. Despite efforts aimed at improving the environmental sustainability of the supply chain, sustainable fibres account for only a small proportion of the 89 million tons of fibres produced globally.



FASCINATING TEXTILE MACHINERY

Sustainable, efficient and competent - from project planning to line commissioning we introduce ourselves as technology and global market leader for intelligent and energy-efficient system concepts 100% made in Germany.

Our company was founded in 1949. Today, Regina Brückner directs the business together with an experienced team of specialists and executive managers. We develop, design and produce machines and complete system concepts for the coating and finishing of classical and technical textiles, nonwovens, glass fibre fabric and floor coverings. Energy efficiency, the saving of resources and the individual requirements of the customers are always our focus. Our lines are exclusively produced in Germany at our own production site. This is the only way for us to ensure the constantly high quality of our products and we will continue this tradition also in future.

The individual requirements of our customers are more and more challenging - and the products more and more multifunctional. To allow us an optimum advisory service for our customers and companies interested in our products we established in our technology center in Leonberg a test plant on which we are able to do coating and finishing processes for textiles, technical textiles and nonwovens under production conditions. Our customers and interested companies can test their products or develop them further. For commission finishers we offer to make pre-tests in our plant before they start a new production. In our laboratory the data can be evaluated rapidly and an individual machine

configuration can be made. Our Technology Center gives of course also our own specialists the opportunity and the space for research and development.

Man and machine are a unit and this has a very great influence on the productivity and the energy efficiency of a textile machine. We developed a new software supporting the operator in using the line as productively as possible. The core of this software is a data base in which many years of experience are memorized as machine parameters depending on the fabric type to be finished. The effectively used machine parameters can be compared with the target recipes in order to identify saving potentials and dormant capacity reserves over freely selectable periods of time. At the same time the system monitors conditions which reduce the output and increase the energy consumption such as dirt accumulation and gives suggestions for maintenance.

The useful machine life of our



lines extends to several decades. During this time there may occur a multitude of changes in our customer's production environment such as changed requirements on the capability of the line. New market conditions may require a modified finishing of the products and increased energy and production costs or environmental specifications affect the prices of the final product. In such cases not always the investment in a new line is required. Selective modernizations and / or extensions of the existing line allow also a technical and technological benefit. In addition their implementation offers advantages regarding time and costs contribute just as clearly to an optimization of the performance. We assure you tailor-made solutions for your needs.



Strong German participation at Irantex

Twenty-six VDMA member companies will participate in the official German presentation at Irantex, taking place in the beginning of September in Tehran. The German Pavilion, initiated by the VDMA Textile Machinery, will cover 300 square metres of exhibition space.



It is the first time that the German Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (BMWi), in cooperation with the Association of the German Trade Fair Industry (AUMA), is supporting a German group participation at Irantex.

The prospects for German textile machinery in Iran are promising, according to VDMA. In the first five months of 2017, Germany's exports of textile machinery and accessories reached more than 27 million euros which was already more than in the entire year 2016.

The VDMA exhibitors at Irantex will cover the whole textile chain. The companies presenting their latest developments include: ANDRITZ Küsters, Autefa Solutions Germany, Brückner Textile Technologies, Dilo Maschinenfabrik, Genkinger, Heusch, Interspare, Jagenberg Textile, Karl Mayer Textilmaschinenfabrik, Karl Mayer Technische Textilien, Küsters Calico Machinery, A. Monforts Textilmaschinen, Neuenhauser Maschinenbau, NOMACO, Oerlikon Manmade Fibers Segment c/o Oerlikon Textile, Georg Sahm, Sohler-Neuenhauser, Spinnbau, Strobel Spezialmaschinen, Temafa Maschinenfabrik, Textechno, Trützschler, Weko - Weitmann & Konrad, Welker Vacuum, Xetma Vollenweider, and ZSK Stickmaschinen.

Good Better Premium

Experience the difference



EliTe® CompactSet *Advanced*

Your compact spinning system for any application in short-staple fibre ring spinning. Join the market leader and benchmark – over 15 years of experience with EliTe® Compact Spinning Systems running on ring spinning machines of any brand and type.

www.suessen.com

Suessen



AUTEFA Solutions customized concepts and service for complete nonwovens lines

AUTEFA Solutions represents companies with a long tradition and a history of years of successful participation in the market. Combining the experience of the companies AUTEFA, Fehrer, FOR, OCTIR and Strahm the company stands for high quality, durability and performance made in Europe.

AUTEFA Solutions Nonwovens Technology delivers turn-key lines as well as individual machines for needle punched, hydroentangled and thermobonded nonwovens manufacturing. The customers benefit from the dynamic flexibility and specialist know-how of AUTEFA Solutions key technology sites in Germany, Austria, Italy and Switzerland. Since 2011 AUTEFA Solutions is part of China Hi-Tech Group Corporation (CHTC) one of the world big-

gest textile machinery suppliers. With the state-of the art Nonwovens Competence Center Autefa Solutions offers multiple web forming and bonding technologies in industrial scale to cover customer's requirements for application oriented product optimization.

AUTEFA Solutions- the full line supplier for needlepunch nonwoven lines

AUTEFA Solutions needlepunch lines meet the highest requirements for quality web formation, bonding, active weight regulation, and minimal maintenance requirements. The company delivers turnkey nonwoven lines including opening and blending, chute feed, carding, crosslapping, needlepunching, drafting, and winding. Customer demands are driving AUTEFA Solutions new developments. The Web Master FUTURA card is specially developed and designed for high production speeds with a focus on improved and easy maintenance. The combination of AUTEFA Solutions Crosslapper Topliner and the Needle Loom Stylus (Fehrer Technology) leads to higher fabric quality.

Autefa Solutions- advanced energy saving spunlace production

Hydroentanglement is the ideal method of producing nonwovens for the strong growing wipes or cotton pads markets and allows production speeds beyond 300 m/min. With the

new developed and patented V-Jet injector, Autefa Solutions reduces the energy consumption of a spunlace line while still offering a perfect product quality. Compared to common systems the V-Jet injector decreases the distance between nozzle and injector bottom from 15 mm- 25 mm now to 0.5mm. This leads to an energy saving using the V-Jet injector of total 30 %. For the drying of spunlaced nonwovens Autefa Solutions offers the Square Drum Dryer SQ-V. This dryer combines the small footprint of a drum dryer with the better performance of a belt dryer. The nozzle system in the Square Drum Dryer SQ-V distributes the airflow in terms on speed and temperature uniform throughout the whole working width, providing best spunlace web and surface quality results. For a capacity of 2,5 to water evaporation per hour, the Square Drum Dryer SQ-V is using 4 chambers where the temperature, airflow and humidity profile is individually adjustable and controlled. The modular design of the SQ-V dryer allows also a later up-grade to 4,2 to water evaporation per hour.

The customer today is more demanding and requires best possible Total Cost of Ownership (TCO). The high productivity, the flexibility for various nonwovens products with low maintenance costs increases the demand for top quality machines from AUTEFA Solutions.



STRAHM

از غرفه ما در نمایشگاه ایران تکس 2017 دیدن فرمایید
4-7 سپتامبر
تهران - ایران

تکنولوژی ما در خدمت موفقیت شما
آتفا سلوشن راه را نشان می دهد

تماس با ما در ایران:

شرکت ژینا تکس

ایمیل: info@zhinatex.ir

TEXTILE MACHINERY

SIGNIFICANT PARTICIPATION OF ITALIAN MANUFACTURERS AT IRANTEX 2017

For the second consecutive year, ACIMIT (Association of Italian Textile Machinery Manufacturers), in partnership with the Italian Trade Agency, has organized a collective venture at IranTex, the primary trade fair for the Iranian textile and textile machinery sector. to be held in Tehran from 4 - 7 September 2017.

Last year, the trade fair was attended by a good number of Italian manufacturers, and this year's edition will be marked by the participation of 24 machinery producers. Of these, the following companies are ACIMIT associated members: A.Piovan, Caipo, Cognetex, Comez, Corino, Cormatex, Cps Tex, Fadis, Ferraro, Fk Group, Guarnieri Technology, Itema, Laip, Lgl, Pentek, Ramina, Reggiani Macchine, Santex Group, Smit, Stalam, Tecnorama, Textape, Unitech.

"Thanks to its textile vocation," explains ACIMIT president Alex Zucchi, "Iran has always represented an important market for Italy's textile machinery industry. The global tensions of the past few years have slowed down trade and commerce, but the ongoing relaxation process is opening up very interesting business prospects for our companies."

The validation of this new phase can be found in the statistics of Italian sales in Iran. For the first three months of 2017, Italian exports to this specific market amounted to 12 million euros, whereas during the same period in 2016 sales had reached only slightly under 2 million euros. It shouldn't be difficult, therefore, for Italian exports to outperform 2016, for which total sales amounted to 16 million euros.

Background on the Italy's textile machinery industry and ACIMIT

ACIMIT represents an industrial sector comprising around 300 manufacturers (employing close to 12,000 people) and producing machinery for an overall value of about 2.7 billion euros, with exports amounting to more than 85% of total sales. Creativity, sustainable technology, reliability and quality are the characteristics which have made Italy a global leader in the manufacturing of textile machinery.



SANTEX
RIMAR
GROUP



ONE PROVIDER
THOUSANDS SOLUTIONS
Our machinery, your success.



ShanghaiTex 2017 “Sports Arena” Unleashes the Latest Textile Technology in Sports

With the increasing health awareness among people and unceasing development of fitness boom, coupled with the rise of “Athleisure” trend, wearing yoga clothes and sportswear out into fashion has never been so popular. Featuring the world’s latest smart textile technology, ShanghaiTex 2017 (27-30 November 2017 at SNIEC, Pudong, Shanghai, PR China) will focus on sports knitting technologies that create high performance sportswear for sports lovers.

Three Hot Topics: Exploration of Textile Innovations

Nowadays, sport textiles take good care of not only users’ skin sensation like keeping warm and comfortable, but also their muscle and performance, with functions such as supporting movement in specific sports to strengthen training, reducing injuries and speeding up recovery. With the focus of textile technology on sports market, the ShanghaiTex 2017 Concurrent Event “Sports Arena” at

Hall W1 will look into three hot topics: sports bra, wearable technology and shoe technology. And one of the world’s leading 3D printing innovators, Materialise, will display 3D printing technology and give a speech at Sports Arena.

Sports Bra & Sportswear

Many lingerie brands have launched their sports bra line under the “Sporty Athleisure” trend in recent years, while issues on comfort, support, shoulder strap design and function remain the main challenges on sports bra production. Mr. Notes Luk, visiting lecturer from Hong Kong Polytechnic University, will be invited to share his rich experience in intimate apparel industry, addressing both theoretical and practical matters in various bra issues.

Wearable Technology X Textile

Research showed that the annual global turnover of smart textiles will be nearly USD 5 billion by 2020. In the future, elements of electronics,

sensing and cloud technologies will be incorporated into textiles to provide users a more interactive experience for athletic performance improvement and health maintenance. The CEO of HKRITA and Antelope, As well as professor from Hong Kong Polytechnic University will speak at the event to explore the latest developments of smart textiles and inspire the industry with innovative ideas on sporting goods market.

Shoe Tech

Running shoes have always been regarded as the vital equipment for runners. The success of running shoes lies in the materials, design and technology in different parts of a shoe. Sports Arena will gather professionals from different fields such as shoe uppers, soles, 3D printing and smart technology to explore the latest sports shoes development and trend.

Pre-Register Now to Enjoy Buyer Privileges

Interested parties are encouraged to complete the online pre-registration now to enjoy buyer privileges including priority to participate in symposia, one free copy of show catalogue, and free from on-site registration procedure.

ShanghaiTex is sponsored by ShanghaiTex Holding Co. Ltd, China Council for the Promotion of International Trade Shanghai Sub-council and China Chamber of International Commerce Shanghai Chamber of Commerce; and is organized by Ad-sale Exhibition Services Ltd, Shanghai Textile Technology Service & Exhibition Co. Ltd. and Shanghai International Exhibition Co. Ltd.



Huge Investment of 12.8 Billion TL In SASA: The Goal Is To Become A Global Polyester Giant

Erdemoğlu Holding, number one of the world in producing machine-made carpet piece and the worldwide pride of Turkey, is currently getting ready to meet 3 % of world polyester production alone and started to make a huge investment of 12.8 billion TL (\$ 3.658 billion) in SASA, another source of national pride.

WE WILL PRODUCE THE RAW MATERIAL OURSELVES FROM NOW ON

In fact, the technological basis of SASA, which was bought from Sabancı with a professional technical staff and know-how, had to be nurtured. In this respect, the results of the fast-paced and productivity-oriented works were soon reflected in the figures. Following this, the turn of major investment projects came. In this sense, the move to launch such projects began after the decision taken for fiber investment in the past year. When we look at the road map we see that the machines would come next year and would be commissioned in the last quarter. In the second stage, the POY bulk yarn spinning investment will be followed by a plastic bottle investment. In order to be more competitive, let's underline the fact that the main raw materials will be produced indoors. Starting with polyester, the process like a stone thrown into the sea will cause growing ripples of investments in fiber, chips, yarn and weaving etc. In this respect, one of the most important cost items in order to compete with China, which meets 80 % of global polyester production alone, will be overcome.

CARPET IS OKAY; IT IS POLYESTER'S TURN!

Even if everybody who is familiar with the sector has already heard of the name of Erdemoğlu, its recognizability is originated in its brands rather than the name. If we put a question like 'What is Merinos and Dinarsu?' to someone in the street, we receive the answer of "carpet brands" without hesitation. Here, Erdemoğlu Holding is the name behind all of the carpet brands of Merinos, Dinarsu, Padişah, Efsane and İmparator. As we have already mentioned above, Erdemoğlu is the biggest producer of the machine-made carpet in the world. Five of every 100 carpets produced in the world bear its signature.

GLOBAL 3 %, REGIONAL 7 %

Merinos is currently exporting about 70-75% of its total production while SASA's exportation rate is currently at the level of 40-45 %. It is not difficult to predict Erdemoğlu Holding's goal in this viewpoint. On the other hand, that China is the only competitor in the sector can be regarded as a positive potential because the facilities both in Russian and in the Middle Eastern regions are old and far from competitiveness. From the other point of view, the fact that the raw material will be produced here will provide an incredible advantage as having already mentioned above. Imagine that we are talking about a raw material that is used in shirts, diapers, security ribbon in the paper money, the automotive sector etc. The volume of world polyester production is 60 million tons per year, worth 90 billion dollars. Erdemoğlu Holding will be able to meet 3 % of the global and 7 % of the regional productions immediately after this giant investment.

NEXT GENERATION TEXTILE QUALITY CONTROL SYSTEMS BUILT TO BE ON TOP



WebtMaster®

FALCON-i

BUILT TO CONTROL
The digital hot wire cutting
system for technical fabrics.

YarnMaster®

ZENIT+

BUILT TO SEE MORE
The new optical yarn clearer.

WebtMaster®

CUT-iT

BUILT TO CONTROL
The digital hot wire cutting
system for technical fabrics.

MillMaster®

TOP

BUILT TO OUTPERFORM
The new real time online
data management system.

SEE WHAT'S NEXT
www.loepfe.com



Loepfe

EU Textile & Clothing External Trade in 2015-2016



The report provides an in-depth analysis of the EU Textile & Clothing external trade in 2015-2016. It includes trade evolution by sector (i.e. fibres, yarns, fabrics, carpets, technical textiles, home textiles, home textiles, workwear, men & womenswear), by products and by EU main trade partners.

Good performances of EU exporters in technical textiles and menswear

Exports of technical textiles outside the EU-28 once again increased year-on-year. This sector is a pillar of textile exports outside the EU with a 38% share in 2016. This growth translated into almost €10 bn of exports, an increase of +2.4% in value. With 20% of technical textile purchases from the EU-28, the USA was far and away the main client.

With a +2% year-on-year increase, menswear exports outside the EU-28 still accounted for 23% of total clothing exports amounting to more than €5 bn. The leading buyer of menswear, Switzerland, reduced its purchases in value (-3.9%). There was noteworthy double-digit growth in the value of exports to South Korea, Australia, Mexico, Serbia, Israel and Ukraine. The three major menswear products for export were: trousers (32% of category exports), shirts (19%) and coats (17%). Purchases of all three were up thanks to the weak euro (€).

Furthermore, exports of rugs and carpets outside the EU-28 expanded again strongly in value by +5.5%. This sector represented 4.3% of all textile exports outside the EU. Customer-wise, the four main buyers (USA, Switzerland, Norway and Russia) absorbed 49% of exports of rugs and carpets outside the EU.

EU Imports surge in home textiles and clothing articles

Activity in homebuilding varied widely depending on the Member State, and purchasing of homeware followed suit. Nevertheless, imported home textiles took advantage of the situation of lower average unit prices, resulting in rises of +3.3% in value corresponding to an increase of €192 million. This growth was mainly attributed to bed and home linens. Imports of home textiles from outside the EU reached €6 bn and were mainly divided among four countries: China (share 33%), Pakistan (share 25%), Turkey (share 16%) and India (share 11%). Besides, there were remarkable gains in value for Vietnam,

Morocco, Taiwan and Ukraine.

In 2016, EU imports of menswear climbed to more than €20 bn (25% of total clothing imports), with a +0.5% increase in value and +4.4% in volume terms, leading to a -3.7% fall in the average unit price. Of the five main imported menswear items (trousers, shirts, coats, underwear, jackets), only shirts suffered weaker demand. China remained the main supplier of menswear. In value terms, its share of total imports stood at 28%, representing another year of steady decline. The EU-28's second ranked supplier, Bangladesh, continued its inexorable rise adding +8.5% to improve its market share. A comparable situation was observed in imports coming from Pakistan which added +5.8% in value.

Imports of womenswear reached €29 bn (36% of total clothing imports), with a +0.8% increase in value. Imports rose for the five main imported items: trousers, skirts and dresses, coats, blouses and underwear. China continued to be the main supplier but its share was being eroded year-on-year. Due to continued annual expansion of its import share, Bangladesh was inevitably next in line behind China, with value increasing by +13.7%. In third place, Turkey continued to be a preferred traditional supplier even with a slight dip of -0.3%.

Among other clothing articles, EU imports of worn clothing achieved an outstanding growth while pullovers & cardigans have pointed down.



Viscose fibres against marine pollution

Viscose speciality fibres manufacturer Kelheim Fibres is introducing a new concept to help prevent marine litter, a global problem which is attracting more and more public attention due to the plastic waste posing serious danger to flora and fauna and entering our food chain without being detected.

The company believes that substituting conventional wet wipes, which usually contain a significant share of synthetic fibres, by wet wipes made with Kelheim's viscose speciality short cut fibre *Viloft* and cellulose would help solve the problem. Both raw materials are plant-based and therefore completely bio-degradable.

With moist toilet tissue in particular, disposal via the toilet is clearly the obvious solution – but in contrast to conventional wipes containing polyester, wipes made of Viloft short cut fibres can be flushed without concern, the company explains. According to Kelheim Fibres, there is no reason to fear neither entry of plastic particles into the oceans, nor the blockage of private or municipal sewage systems. "Wipes made of Viloft short cut fibres disintegrate in the sewage systems to small particles that do not harm this infrastructure," says the manufacturer.

At the 56th International Man-made Fibers Congress, which will take place next month in Dornbirn, Austria, Business Manager Horst Wörner will speak about Kelheim's contribution to the reduction of marine litter. His colleagues Dr Nina Köhne and Dr Roland Scholz will present further innovations of the Bavarian fibre specialist.

Dr Köhne will present the result of a joint research project with Resorba: based on the bio-polymers cellulose and collagen, the scientists created a multifunctional wound dressing that is said to be significantly superior to reference products as a result of its pH-indication and its gel-forming and wound healing properties.

Dr Scholz will speak about carbon fibres that can also be manufactured sustainably, of the renewable raw material like cellulose, by using viscose fibres as precursors. Dr Scholz explained the benefit: "By modifying the viscose fibre during its production, the course of the subsequent carbonisation can be changed in specific ways. For instance, a significant increase in the yield of carbon as well as a reduction of undesirable pyrolysis by-products was achieved."



**See us at IRANTEX 2017
Hall 38 B, Swiss Pavillon**

Jakob Müller AG
Systems and Solutions
for Narrow Fabrics
www.mueller-frick.com



Global fabric output declined in Q1/2017, while global yarn production improved

Global fabric output is expected to stay stable in Q2/2017 and then to improve in Q3/2017.

Global yarn production should keep the same trend as fabric output in both Q2/2017 and Q3/2017.

The global yarn production improved in Q1/2017 quarter-on-quarter. Thereby, output in Asia, North America and South America improved, and it declined slightly in Europe. On an annual basis, the global yarn production in Q1/2017 increased versus Q1/2016. Global yarn stocks declined in Q1/2017 quarter-on-quarter with the most significant decline in South America. Also year-on-year, global yarn stocks fell slightly. Quarter-on-quarter yarn orders in Europe increased, while in South America they decreased. Compared to the same quarter a year ago, yarn orders also decreased in South America and increased in Europe.

Global fabric production declined in Q1/2016 against Q4/2016 due to decreases in Asia, South America and in Europe. Global fabric output improved year-on-year in Q1/2017 despite a decrease in Europe. In Q1/2017, worldwide fabric stocks fell quarter-on-quarter, with the most

significant change in South America. Year-on-year, fabric stocks declined. European fabric orders remained fairly stable quarter-on-quarter while they rose in South America. On a yearly basis South America's fabric orders declined significantly while they slightly increased in Europe.

For Q2/2017, estimates indicate a stable trend in both global yarn and fabric production.

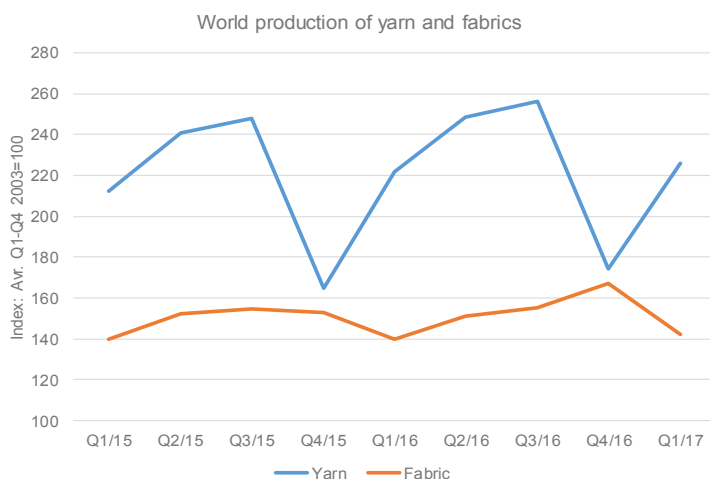
For Q3/2017, the global outlook for both yarn production and fabric output signal further rise.

In Q1/2017, global yarn production rose by almost 30% quarter-on-quarter mainly due to the 31.8% increase in Asia. In North and South America yarn production increased by 13% and 3.5%, respectively. In Europe, there was a slight decline by 1.2%. Global yarn output increased by 1.9% in Q1/2017 versus Q1/2016. In Asia yarn output improved 2.1% year-on-year while in South America it declined by 4% and rose by 0.6% in North America. In Europe yarn output increased by 1.6% year-on-year.

Q1/2017. Thereby, Asian production increased by 2.6% and South America's output improved by 2.2%. Europe's fabric output fell by 8.7% year-on-year.

Global yarn inventories decreased in Q1/2017 by 6.6% quarter-on-quarter with decrease of 6.3% in Asia. In South America inventories fell by 10%. In Q1/2017, production of global yarn inventories continued to decrease with the annual percentage change of 1.9%. Thereby, Asian yarn stocks increased by 2.8% year-on-year. European yarn stocks fell by 9.5% annually and South American stocks diminished by over 41%.

Worldwide fabric stocks fell by 7.8% quarter-on-quarter in Q1/2017. The major culprit was South America, where stocks were reduced by 34.7%. In Asia fabric stocks increased by 0.6% while in North America they fell by 0.8%. On a yearly basis, global fabric inventories in Q1/2017 decreased by 12%. Asia's fabric stocks increased by 0.9% annually and South America's inventories fell by 45%. In Europe fabric inventories rose by 4.7% and in North America stocks remained unchanged year-on-year.



Global fabric production fell by almost 15% in Q1/2017 against the previous quarter, with the most significant decrease by almost 17% in Asia. Year-on-year, global fabric output improved by 1.9% in

In Q1/2017, European yarn orders increased by 7.6% quarter-on-quarter and in South America they decreased by 3.7%. The annual percentage change of European yarn orders amounted to +1.1% and decreased by 1.1% in South America. European fabric orders in Q1/2017 rose by 0.4% quarter-on-quarter. South American fabric orders in Q1/2017 increased by 2.1% quarter-on-quarter. Year-on-year, fabric orders increased by 1.5% in Europe and in South America they fell by 22.4%.

Machine operation gets close to 'child's play' with the Monforts Qualitex 800

The latest Qualitex 800 control system from Monforts is available on line to make operation of the company's finishing machines 'child's play'

Access to the internet is turning everyone into an instant handyman and when a job around the house needs doing, YouTube is the place to go to for demonstrations and instructions from experts, just as Wikipedia has become the default source for information. Previous obstacles to knowledge such as language and access to specialist manuals are fast disappearing as a result.

The same instant connectivity and easy distribution of know-how is changing the face of industrial manufacturing, making the operation of complex machinery much simpler and cutting down the required training periods, while at the same time, reducing the chance of human error. This is certainly the case with the latest Qualitex 800 control system which has been introduced by Monforts to make operation of its finishing machines as close to 'child's play' as is possible. This highly advanced system is available for the automatic and continuous operation of the company's Montex stenters, Thermex and E-Control continuous dyeing ranges, Monfortex and Toptex shrinking systems and Eco Applicator and texCoat coating units.

Familiar features

The Qualitex 800 has all the intuitive features operators will be familiar with from touchscreen smart phones and tablets to make navigation extremely easy and cut down the time required for becoming familiar with the system. Operation is via touchscreen and wheel effect selection and the dashboard can be individually configured to meet the exact needs of an operator's tasks.

All parameters for setting up a machine – the working width, the chamber temperatures, drive selections and energy settings – can be pre-selected to a comprehensive range of stored and well-proven recipes specific to the weight, construction and fibre content of the individual fabric being processed.

The machine can then be set to 'Monformatic Mode' to allow it to operate automatically, based on maximized pre-set values in respect of parameters such as machine speed, fabric dwell time and the fixation temperature for specific finishing operations.

All machine parameters are stored for further evaluation and the creation of historic trend charts and any potential problems are flagged up by instant alarms for later performance analysis.



Wound for perfect seams



TK2-20

The SSM TK2-20 CT/KT/KTE/TT sets new market standards in combining the established performance of the well-known THREAD KING series with the functionality and operational comfort of modern control and drive technology.

Sewing Thread

The TK2-20 series stands for

- ▶ First-class unwinding properties
- ▶ Perfect package appearance
- ▶ Accurate yarn length
- ▶ Highest energy efficiency with a unique energy recovery system
- ▶ Fulfills the highest yarn processing requirements



SSM

SSM Schärer Schweiter Mettler AG
8810 Horgen · Switzerland
Phone +41 44 718 33 11
Fax +41 44 718 34 51

IRANTEX
Hall 38B
Swiss Pavilion

www.ssm.ch

Interested in sourcing high quality textile raw materials or ready garments?

Welcome to TextileExpo Uzbekistan 2017

The International Exhibition Company ITE Uzbekistan and its partner ITE Group (the organizers of MODA UK, Scoop, Jacket Required, Bubble London leading industry exhibitions in the UK) look forward to welcoming you once again at TextileExpo Uzbekistan – the 14th International Exhibition for Textile and Fashion Industries – to be held September 13 to 15 in Tashkent.

TextileExpo Uzbekistan is the leading international exhibition for textile industry in Uzbekistan and an effective business platform to meet for the industry's professional buyers and sellers from all over the world

The flagships of the textile and light industry of Uzbekistan, such as UzTex Group, BO Group, Osborn Textile,

Pyatyorochka, Gloria Jeans, Magnet, OGGI, etc. Leading

European manufacturers of textile products purchase the highest-quality yarns and fabrics for their collections.

The recent ratification of the 'textiles protocol' between Uzbekistan and the EU has significantly expanded the trade and



- home textiles
- technical textiles
- component parts for garment manufacture and finish hardware
- women's / men's / children's wear
- legwear garment
- undergarment
- active wear and leisure wear



Biryuza Group, Alkim Textile (Crokid), and many others who export most of their products, take part in the exhibition annually making up a total of about 30 domestic companies and brands. Textile products made from environmentally friendly materials and known for their high quality and reasonable prices are sold in the trading networks such as Auchan, C & A, WalMart, Quelle, Primark,

increased the demand for textile products and semi-finished products made in Uzbekistan.

To make the exhibition most effective and attending comfortable, the Special Buyer's Programme for professional visitors – wholesale customers – has been carried out since 2011 as part of each exhibition. More than 300 major purchasers from Belarus, China, Kazakhstan, Russia, Turkey, Ukraine, and other countries have taken part in the exhibitions over the years of the programme's implementation.

The following will be exhibited in 2017:

- yarns and fibers
- fabrics / knitted fabrics





تنظیم آهنگ بازار با تولید محصولات منحصر به فرد :

ایران تکس 2017
Swissmem Pavillon – 38B غرفه

تولیدات شما با استفاده از تکنولوژی منحصر به فرد و راهکارهای اشتابلی آهنگ خاص و با کیفیتی را جهت تنظیم بازار نساجی عرضه خواهد کرد. از مقدمات بافندگی تا فرایند تشکیل دهنه نخ تار-چه برای پارچه های بافت دابی و چه برای پارچه های بافت ژاکارد - و همچنین جزئی ترین سیستمهای بافت برای فرش بافی و منسوجات تکنیکی و فنی، اشتابلی دارای ماشین آلات و تجهیزات بسیار نوآوری شده برای منسوجات با ارزش افزوده بالا می باشد. از تخصص اشتابلی بهره مند شوید: از تمامی طیف تجهیزات اشتابلی برای تولید مناسب در حوزه های متنوع منسوجات پیچیده خود استفاده کنید.

www.staubli.com/textile

STÄUBLI

FAST MOVING TECHNOLOGY

Stäubli Anniversary

Quality and innovation as a driving force for 125 years

After starting in a small workshop in 1892, Stäubli has developed into a leading industrial partner for high-quality mechatronic solutions and technologies. With three dedicated activities – Connectors, Robotics and Textile – Stäubli is valued by industrial customers worldwide for its high-quality products and cutting-edge technologies.

Two family threads came together at the end of the 19th century – the heyday of the Swiss textile industry – and were woven into a new corporate fabric: Rudolph Schelling and Hermann Stäubli, displaying both commercial acumen and technical skill, founded the company “Schelling & Stäubli” in the Swiss village of Horgen in 1892. At that time, this village on the shores of Lake Zurich – and on the silk road as well – was the site of many mills operating a total of some 1,000 weaving machines. Hermann Stäubli had acquired his initial know-how by repairing these machines. After a short time, he set out to produce superior machinery. His credo from the start was the highest quality and a pronounced customer focus. He sought no less than to make the world’s best dobbies – with which weaving mills could achieve optimal results. Even in those early days, Stäubli set very high targets for efficient production; specifically, to weave more fabrics at lower cost, higher quality, and with a greater variety of patterns.

Already in 1893, Schelling & Stäubli introduced their first dobby, designed and constructed in house. In 1900 they introduced the world’s first paper-card dobby, equipped

with a warp-leasing system that is still widely used today. Following the death of Rudolph Schelling in 1909, the company was renamed Stäubli.

Geographical spread and portfolio expansion

The Stäubli Group has grown exuberantly since 1892, in both technical and geographic terms. Already in 1909 Stäubli built its first factory in France, followed by additional production sites in other European countries as well as in the Americas and China.

The Group’s Textile activities have grown in line with its corporate targets, and Stäubli has become a leading supplier to the global weaving industry. In 1969 Stäubli acquired the German company Trumpelt, which specialised in heavy dobbies. As a shedding solution specialist in frame weaving, the company then decided to expand its range to include Jacquard weaving. This led to the acquisition of Verdol in Lyon, a manufacturer of mechanical Jacquard machines. And to expand its product range to cover the complete weaving process, the companies Zellweger (weaving preparation solutions) and Schönherr (carpet weaving systems) were purchased in 1994 and 1998. Finally, the DEIMO company was acquired, a long-time industry partner providing drive and control systems for a wide range of applications.

This expansion strategy has been constantly augmented by intensive R&D activities, and today the result can be seen in a comprehensive range of high-performance products integrating state-of-the-art technologies. This machinery is renowned for exceptional reliability, unsurpassed production speeds, and

very long service life. SAFIR automatic drawing-in machines, the latest generation of S3000/S3200 dobbies, the LX/LXL electronic Jacquard machines, ALPHA carpet weaving systems, the TF technical weaving systems, and DEIMO knitting solutions all attest to continuity and a passion for innovation, which is embedded in the DNA of the company.

Excellence means constant improvement and development in all areas

“The spirit of innovation has defined our company from the beginning – it’s rooted deeply in the nature of Stäubli”, says Rolf Strebel, Stäubli CEO. “It’s the reason we constantly develop new solutions which add value for our customers. Other decisive factors for our long-term success are the spirit of cohesion amongst our staff around the globe, our inquisitiveness, and our philosophy of continuous improvement. Our aspiration is to constantly improve – on a human, professional, and technical level – and to remain just as successful during the next 125 years.”

Stäubli – 125 years of passion for innovation

Technological advancements and visionary ideas have formed a company that is poised to operate as successfully in the new millennium as it did at the end of the 19th century.

Today Stäubli is a mechatronics solutions provider with three dedicated activities: Connectors, Robotics and Textile. With a global workforce of over 4,500, the company generates an annual turnover of 1.1 billion Swiss francs. Founded in 1892, today Stäubli is an international group headquartered in Pfäffikon, Switzerland.

KOHAN TEXTILE JOURNAL

ISSN: 9619-1735
Vol.10 No.43-September 2017
www.kohanjournal.com



Editor in chief:
Behnam Ghasemi

Technical Editor:
Mir Shahin Seyed Saleh

Circulation Director:
Mahboobeh Ghaedi

Advisory Board:
Dr. Behnam Pourdeyhimi
NC State University-Raleigh, USA

Dr. Noorullah Soomro
Mehran University-Pakistan

Mario Cortopassi
Textile Magazine-Brazil

Print, Design and Publish:
Kohan Negar

Tel: +9821-77245780
Fax: +9821-77243296
info@kohanjournal.com
P.O.Box: 16765/465 Tehran-iran

Middle East Textile Journal contents



18



44



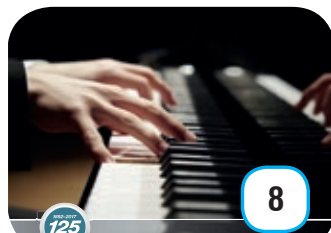
16



19



10



8



11



13



14

8 Quality and innovation as a driving force for 125 years

10 Interested in sourcing high quality textile raw materials or ready garments?

11 Machine operation gets close to 'child's play' with the Monforts Qualitex 800

12 Global fabric output declined in Q1/2017, while global yarn production improved

13 Viscose fibres against marine pollution

14 EURATEX RELEASED THE BULLETIN NO. 02/2017

15 Huge Investment of 12.8 Billion TL In SASA: The Goal Is To Become A Global Polyester Giant

16 ShanghaiTex 2017 "Sports Arena"

Unleashes the Latest Textile Technology in Sports

17 TEXTILE MACHINERY

18 AUTEFA Solutions customized concepts and service for complete nonwovens lines

19 Strong German participation at IranTex

20 FASCINATING TEXTILE MACHINERY

21 Fibres key to environmental sustainability in the textile and apparel supply chain

22 Intertextile Shanghai Home Textiles

28 CE certificate or sign on the carpet; Indicator of product quality or inaudible imprint of international clarification

44 Patterns, images and colors demanded in the Iranian carpet markets



SUZHOU JWELL POLY ENGINEERING CO.,LTD

**In Professional,
Because We Care**

About Us:

We do the job which focus on Chemical Fiber Machinery and Technology. Our company devote to synthetic Fiber industry development, Providing Engineering scheme, Main technical process, Equipment manufacturing and "Turn-Key" Engineering Services.

We Provide:

- Polyester POY/FDY Line
- Polyester Bottle Flakes Recycling POY Line
- Nylon POY/FDY Line
- Micro Filaments POY/FDY
- PP POY/FDY/BCF Line
- All Type of Chemical Fiber Extruders/CPF
- Old Spinning Project Modification
- Automatic Take up Winders
- Engineering General Contractor (EPS)
- Technical Engineering General Contractor (TEPC)
- Project Consultant (PC)
- Project Supervision (PS)
- Joint Explore (JE)



درباره ما:

تمرکز اصلی شرکت مهندسی jwell poly بر روی ساخت انواع ماشین آلات صنعت الیاف مصنوعی و تکنولوژی های مربوطه می باشد. شرکت jwell poly پروسه کامل توسعه و تولید انواع خطوط تولیدی الیاف مصنوعی، ارائه خدمات مهندسی دقیق، پروسه فنی خطوط تولید، تولید تجهیزات و خدمات مهندسی از آغاز تا راه اندازی و کلید خوردن پروژه را ارائه می دهد.

زمینه های فعالیت ما:

- خطوط تولید پلی استر FDY , POY
- خطوط تولید پلی استر پرک بطری بازیافتی
- خطوط تولید نایلون FDY , POY
- خطوط تولید الیاف میکرو فیلامنت FDY , POY
- خطوط پلی پروپیلن BC,FDY, POY
- انواع اکسترودر الیاف مصنوعی CPF
- به روز رسانی و توسعه خطوط ریسندگی قدیمی
- سیستم های وایندر اتوماتیک
- پیمانکار پروژه های مهندسی عمومی
- پیمانکار پروژه های مهندسی تکنیکال
- مشاوره در پروژه ها PC
- نظارت بر انجام پروژه ها PS

Contact Us:

www.jwellpoly.com

Add: DONGLIN HI-TEC

INDUSTRIAL PARK CHENG XIANG TOWN
TAICANG SUZHOU 215400 CHINA

Tel: +86-512-53660807

Fax: +86-512-53660806

GSM: +8613918876270

Email: salap@jwell.cn

MR.JACK WANG



www.jwellpoly.com

SHANGHAITEX

TEXTILE FOR
SMARTER FUTURE

The 18th International Exhibition on Textile Industry



www.ShanghaiTex.cn

2017•11•27-30

Shanghai New International Expo Centre, Shanghai Pudong, PR China



Pre-register Now

Exhibitor Enquiry

☎ (852) 2516 3519

✉ textile@adsale.com.hk

Visitor/Media Enquiry

☎ (852) 2516 3510

✉ textile.pr@adsale.com.hk

Connect with us



@Shanghaitex



ZHEJIANG YUFENG MACHINERY CO., LTD

WENZHOU YUFENG CHEMICAL FIBER MACHINERY CO., LTD

تولید کننده ماشین آلات تولید الیاف مصنوعی

Company Brief:

Our company is a globally recognized company with integration of scientific research, designing, fabrication and sales for various chemical fiber filtration equipment. We professionally manufacture Melt Filter, Liquid Filter, Melt Jacket Valve with more than 20 years experiences.

Application Scope of product:

Polycondensed fibers (like PET, PBT Nylon6). BOPET, POY, FDY, Kevlar Fiber Carbon, PE, PPS, Spandex etc.

Product Categories:

Products of Melt filter-Series: Polymer Melt Filter (automatic, manual), Prepolymer Melt Filter, Leaf Disc Types CPF, Liquid/Gas Filter etc.

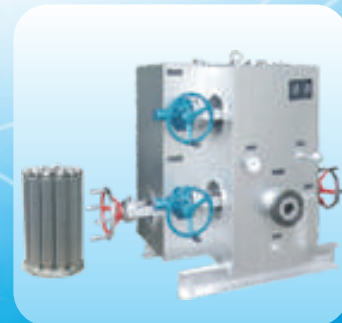
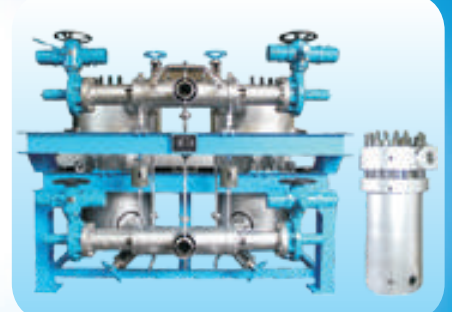
Product of Valve-series:

Jacketed Multi-ways Material Reversing Valves, Flow Control Valves, Jacketed Stop Valves, Jacketed Discharge Valves, Jacketed Sampling Valves, Jacketed Filling Valves, Jacketed Vessel Bottom Valves etc

Vendor of: CTIEI /CTA/CTAMP/DSFIDI/ CHTC/POLYTEX/
Shanghai Jwell/Changshu Suhong/Shanghai Pacific/
Huitong Chemical/Beijing Sanlian Hope Shaoyang Textile Machinery



معرفی شرکت :
شرکت ZHEJIANG YUFENG با 20 سال تجربه به عنوان یک شرکت شناخته شده در بازارهای جهانی توانایی تحقیقات، طراحی و تولید انواع تجهیزات خطوط تولید الیاف مصنوعی و به ویژه تجهیزات فیلتراسیون الیاف مصنوعی مانند Melt Fiber , Liquid Fiber, Melt Jacket Valve را دارد.



Add: No. 328.25th RD Binhai Area WenZhou Economic and Technological Development Zone Zhejiang China.

TEL: +86-577-86655699 86655799

MOB: +86-13968867269

FAX: +86-577-86655299

E-mail: yufeng@zjyfgroup.com

Website: <http://en.yofull.cn/>

pitt@zjyfgroup.com

<http://yofull.en.alibaba.com/>



ITM

2018

İSTANBUL

INTERNATIONAL TEXTILE MACHINERY EXHIBITION

14-17 APRIL 2018

www.itm2018.com



TÜYAP FAIRS INC.
P : + 90 212 867 1414
F : + 90 212 886 6901
www.tuyap.com.tr



TEKNİK FAIRS INC.
P : + 90 212 876 75 06
F : + 90 212 876 06 81
www.teknikfuarcilik.com



itm2018

SWISS-MADE IS PLUS-MADE.



FACTOR +

The Swiss textile machinery industry opens up crucial competitive advantages for its customers with creative, economic and sustainable overall solutions – the FACTOR +:

- + Quality + Lasting Value
- + Strength + Partnership
- + Creativity + Success
- + High Tech + Reliability
- + Performance + Sustainability

AGM JACTEX AG
JACQUARD • WEAVING • EMBROIDERY

AMSLER
SWISS EFFECT YARN SYSTEMS



Becatron AG

BENNINGER

Bräcker

CREALET

Graf

GROB

HANNECARD

HEBERLEIN
TECHNOLOGY FOR PROFESSIONALS



itema

LÄSSER
Swiss Embroidery Machines

Loepfe

Luwa



Mathis

MAURER



KARL MAYER



Perfecta Schmid

polytex
switzerland

prolim ideas worth millions

RETECH

RIETER

ROTORCRAFT
Swiss Spinning Solutions • Hans Stahlecker

SANTEX
RIMAR GROUP

SAURER
Embroidery

schaetti
switzerland
we stick together

SSM

STÄUBLI

STEIGER
SWISS KNITTING TECHNOLOGY

Steinemann
CENTRAL VACUUM SYSTEM

TRÜTZSCHLER

USTER
Think quality

VITO NOTO
INDUSTRIAL DESIGN



www.factor-plus.ch



POLYTEX ENGINEERING

EPC & EMC

Technology:

PET/PBT/PBS/PTT/PLA/PBAT/PETG/...[EPC]

PA6/PA66/...[EPC]

COAL TO BDO/EG [EPC]

HP[Hydrogen Peroxide][EPC]

EXPANSION TO GAS/COAL CHEMICAL [EMC]

RECYCLING [EPC& EMC](PET、FIBER、PLASTIC)



Main Achievement:

PBT -400TPD-KAIXIANG HENAN(Biggest Capacity in the world)

PET-150-800TPD-HUAHONG FIBER(Lowst Running Cost in China)

PET-400TPD-FIBER GRADE-INDIA NAKODA

MutiFunction-PET-120TPD-FIBER GRADE-FUDONG

PET-600TPD-FIBER GRADE-INDIA RAJ RAYON

PET-200TPD-FILM GRADE-INDIA JINDAL

PET-600TPD-FIBER/FILM/BOTTLE GRADE-INDIA CHIRIPAL

More Than 60 Lines PET Recycling Project(Physical+Chemical)

Expansion project -3200TPD Coal-Methanol -EMC-Guanghui



IRANTEX2017

TEHRAN 4-7 Sep

Visit us at Irantex Stand 27 Hall No:35



Quality & Service

Members:



Chindustry-Technology-Shanghai



ACME-Technology-Jiangsu



POLYTEX ENGINEERING GROUP. WWW.POLYTEX.CC

Email: market@polytex.cc polytex@vip.sohu.com

办公:江苏扬州文昌中路18号 No.18 Wenchang Mid Rd,Yangzhou,Jiangsu,P.R.C

Tel:+86-514-87859276,85553618 Fax:+86-514-87857559

基地:江苏仪征月塘民营工业园1号 No.1 Private Industrial-Park,Yuetang,Yizheng,Jiangsu,P.R.C

Tel:+86-514-89318098,83918793 Fax:+86-514-83902590

فرش ماهر



- فرش های ده رنگ ۱۰۰۰ شانه تراکم ۳۰۰۰ در رنگبندی کرم، شکلاتی، آبی، سورمه ای
- فرش های ده رنگ ۷۰۰ شانه تراکم ۲۵۵۰ در رنگبندی کرم، گردویی، بژ، سورمه ای
- فرش های هشت رنگ ۷۰۰ شانه تراکم ۲۵۵۰ در رنگبندی کرم، گردویی، بژ، سورمه ای
- فرش های هشت رنگ ۷۰۰ شانه تراکم ۲۵۵۰ ویژه منطقه کرمان و توابع آن در رنگ بندی کرم، آبی، فیروزه ای، سورمه ای
- فرش های پلی استر فانتزی (شنل)

ماهریس نادای از ظرافت و زیبایی

تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان صابونچی،
کوچه چهارم، پلاک ۱۹
تلفن: ۶۵-۸۸۵۳۰۴۵۹-۰۲۱ فکس: ۸۸۷۴۵۲۵۵-۰۲۱
www.mahriscarpet.com.com
info@mahriscarpet.com



• **Indemnification of Government by U.S. companies or private citizens** is prohibited

Figure 1

© 2004 Blackwell Publishing Ltd, *Journal of Internal Medicine* 255: 105–112



بزرگترین بازار فرش در بازار بزرگ

♀ بازار، چهارراه سیروس (۰۶۰۰ ۵۵ ۲۲ - ۸۱۰۰ ۵۵ ۲۲)

www.sarayeabrisham.com  sarayeabrisham

