کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۷ . شماره ۹۳. بهمن ۱۴۰۳. قیمت ۸۰۰۰۰ تومان

کاوان شیمی سورن

تولید کننده و ارائه کننده
پیشرفته ترین و متنوع ترین
انواع سیلیکون و مواد نو ترکیب
جهت فنیش الیاف پلی استر هالو و سالید

کارخانه: شهرک صنعتی اشتهارد، بلوار ملاصدرا غربی
خیابان دماوند ۴ ، قطعه ۵۲۰۲
همراه : ۰۹۱۲-۸۹۰ ۲۴۱۲ | www.kavanchemie.com

قالی سلیمان

SOLOMON CARPET®

قالی سلیمان برترین صادرکننده کشور

فرش بهشتی، تنوعی از طرح و نقش

www.beheshticarpet.com

+ 9 8 2 1 - 4 1 1 7 3

گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس

MOTAMEDTEX

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

انواع ریپر و گریپر

انواع قیچی

انواع کالسکه ای

و تامین قطعات یدکی دیگر

مودول
M5 , M6

موتور
رزرو پود

سی ال برد

برد ژاکارد

نیدل
برینگ

آسانسوری
و بند مودول

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

WWW.MOTAMEDTEX.COM

مشاوره و فروش ماشین آلات بافندگی فرش

مشاوره و فروش ماشین آلات تمام اتوماتیک بسته بندی فرش ماشینی آنماک

معتمدتکس نماینده رسمی و انحصاری Anmak در ایران

Makine ve Tekstil San. Tic. A.Ş.

دستگاه رول کننده

دستگاه بسته بندی

دستگاه وکیوم

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

+90 552 374 9272

manager@motamedtex.com

WWW.MOTAMEDTEX.COM

معتمدتکس پیشرو در ماشین آلات نساجی

MOTAMEDTEX

PERSIAN
CARPET

بهشت زیر پای شماست

آدرس کارخانه:

مشهد، شهرک صنعتی توس، فاز یک

تلفن: **۳۱۴۸ - ۰۵۱**

www.Mashhadpersiancarpet.com

Farsh.Persian.Mashhad

تولید برتر آینده را
با جمع بهترینها تجربه نمایید

www.mammut.de

mammut

ماموت (آلمان)

ماشین پنبه دوزی لحاف، تشک و مبلمان

www.spuhl.com

SPÜHL

اشپول (سوییس)

ماشین فنر، اسکلت و فنر پاکتی برای تشک و مبلمان

www.beckmann-sew.com

BECKMANN AUTOMATION GmbH

بکمان (آلمان)

خط اتوماسیون تکمیل انواع کالای خواب و مبلمان

www.bonino1913.it

BONINO 1913 carding machines

HDB

بونینو (ایتالیا)

ماشین کاردینگ و کراس لاپر

www.zsk.de

ZSK

زد اس کا (آلمان)

ماشین گلدوزی انواع پارچه

www.outlast.com

Outlast

آوت لست (آلمان)

پارچه سرد - گرم کالای خواب

رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.

NedTex Co,Ltd

نمایندگی و پشتیبانی در ایران

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

ویژه: ۹۱۰۳ ۵۵۶۰ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz

انجمن صنایع نساجی ایران

ASSOCIATION OF IRAN TEXTILE INDUSTRIES

OYAZ
TEXTILE

کیفیتی به بزرگی یک راز

بزرگترین تولید کننده انواع پارچه های رو مبلی و پرده ایی

دفترمرکزی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان احمد قصیر، کوچه نهم، پلاک 7 ۰۲۱-۸۸۵۵۶۲۵۰

کارخانه :قرچک،کمربندی جنوبی،شهرک صنعتی‌قرچک،بلوارصنعت،پیشرفت2 ۰۲۱-۳۴۲۶۱۰۰۰

FAMA®

Working hours

Monday - Friday: 9.00 - 18.00
Weekend: Holiday

Call anytime/send email

+90 (546) 745 94 18

www.famatransfer.com.tr

info@famatransfer.com.tr

-شرکت تولیدی و بازرگانی فاما ترانسفر واقع در ترکیه با بیش از ۲۰ سال سابقه در صنعت چاپ نساجی و پوشاک

-تامین کننده و صادر کننده مواد اولیه در صنعت چاپ از جمله جوهر، مواد شیمیایی مورد استفاده در صنعت فرش، انواع کاغذ، لوازم یدکی و ماشین آلات
-توزیع کننده مارک های شناخته شده ترکیه ایی و ایتالیایی تولید جوهر در ایران
-توزیع کننده لوازم یدکی دستگاه های چاپ صنعتی اتریشی در ایران
-تامین کالاهای مورد نیاز مشتریان از کشورهای مختلف در سراسر دنیا و صادرات کالا به ایران

فهرست

۱۲ بازگشت بزرگ DOMOTEX خاورمیانه در سال ۱۴۰۴: نمایش نوآوریهای پیشرفته کفپوش در دبی

۱۸ فرصت‌های بازاریابی جهانی در صنعت فرش ایران

۲۴ حمایت از صنعت فرش دستباف ایران در نمایشگاه بین‌المللی سی اف ای استانبول

۳۰ معرفی شرکت Covtex Feizy و روند بازار فرش ماشینی

۳۶ نوآوری در بکارگیری تکنولوژی پردازش تصویر در ماشین آلات مقدمات ریسندگی تروشلر

۴۲ آیا انتخاب سنگاپور برای برگزاری نمایشگاه ITMA آسیا انتخاب درستی بود؟

۵۲ Colombiatex۲۰۲۵ با ثبت رکورد جدید نقطه عطفی در صنعت مد آمریکای لاتین

۵۶ نقش هوش مصنوعی در آینده صنعت نساجی، با تأکید بر طراحی فرش

۶۰ نمایشگاه فرش و کفپوش استانبول (CFE)؛ گامی بزرگ برای صنعت فرش ماشینی

مجله نساجی کهن
مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۷.شماره ۹۳. بهمن ۱۴۰۳

کهن

نساجی البرز قطب تولید محصولات نساجی ۷۰

صادرات محصولات نساجی ایران به ۶۵۰ میلیون دلار رسید ۷۲

پراتو، بزرگترین مرکز نساجی در اروپا ۷۶

هیم تکستایل ۲۰۲۶: گسترش دامنه محصولات با پوشش‌های کف ۸۴

نقش زنان در صنعت نساجی ۸۶

نمایشگاه APPPEXPO با شعار «فراتر از محدودیت‌ها» در ماه اسفند در شانگهای برگزار می‌شود ۹۴

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر:
بهنام قاسمی

مدیر بازرگانی و روابط عمومی: محبوبه قایدی

نویسندگان و همکاران این شماره : دکتر امیررضا باودر - مهندس قاسم حیدری- کامبیز مقراضی - دکترکامران داوری نیکو رایزن - احسان اکرامی

امور تبلیغات: الهام حبیبی

طراحی و صفحه آرا: سحر عصار

وب سایت: www.kohanjournal.com

پست الکترونیک:info@kohanjournal.com

آدرس: تهران صندوق پستی ۱۶۷۶۵-۴۶۵

چاپخانه: چاپ دیجیتال ایران کهن

- مجله نساجی کهن در انتخاب و ویرایش مطالب ارسالی آزاد می باشد.
- استفاده از مطالب و تصاویر مجله مهن با ذکر منبع بلامانع است.
- مجله نساجی کهن آماده دریافت و انتشار مقالات و دیدگاه های صاحب نظران، همکاران و کارشناسان صنعت فرش ماشینی و نساجی و نیز کارشناسان حوزه اقتصادی می باشد.
- مطالب ترجمه شده ارسالی باید با یک نسخه از متن اصلی همراه باشد.

- نظرات طرح شده در مقالات و مصاحبه ها لزوما دیدگاه مجله نساجی کهن نمی باشد.
- مجله کهن به صورت الکترونیکی و از طریق مراجعه به سایت مجله کهن قابل دسترسی و دانلود است.

www.instagram.com/kohanjournal

بازگشت بزرگ DOMOTEX خاورمیانه در سال ۱۴۰۴: نمایش نوآوریهای پیشرفته کفپوش در دبی

نمایشگاه DOMOTEX خاورمیانه با تکیه بر موفقیت چشمگیر در سال گذشته، از تاریخ ۲ تا ۴ اردیبهشت ۱۴۰۴ در مرکز تجارت جهانی دبی (DWTC) برگزار خواهد شد. این رویداد بزرگ به نمایش نوآوریهای پیشرفته کفپوش و صنایع دستی نفیس در منطقه میپردازد.

دوره قبلی نمایشگاه، DOMOTEX خاورمیانه را به عنوان یکی از مهمترین پلتفرمها برای صنعت کفپوش جهانی معرفی کرد.

بیش از ۱۲۰۰۰ شرکتکننده از ۷۴ کشور در این رویداد حضور داشتند و غرفههای متنوعی از جمله فرشهای ممتاز و عتیقه به نمایش درآمدند. بهویژه نمایش فرش ابریشم تبریز به مساحت ۶۰۰ متر مربع و آثار ارزشمند موزهای از جمله فرشهای با ارزش ۱/۸۳ میلیارد درهم، جلب توجه بسیاری کرد.

دوره بعدی این نمایشگاه با توجه به موفقیتهای گذشته، محلی برای گردهمآیی رهبران صنعت از جمله مدیران عامل، معماران، طراحان و توسعهدهندگان محصول خواهد بود.

این رویداد بهویژه بر روی فناوریهای نوآورانه، هنرهای دستساز و فرصتهای شبکهسازی تمرکز دارد.

سونیا ودل کاستلانو، مدیر جهانی DOMOTEX در Deutsche Messe AG، با اشاره به هیجان این رویداد، اظهار داشت که در سال جدید، تمرکز این نمایشگاه بیشتر بر روی فرشهای دستباف، محصولات سفارشی و نوآوریهای طراحی شده در بخشهایی مانند خردهفروشی و مهماننوازی خواهد بود. هدف این رویداد، بازتعریف نوآوری در صنعت کفپوش و تقویت همکاریهای معنادار است.

در حال حاضر، منطقه خاورمیانه شاهد افزایش تقاضا برای راهحلهای کفپوش سفارشی با کیفیت بالا، بهویژه در بخشهای خردهفروشی و مهماننوازی است.

پیشبینی میشود بازار کفپوشها و فرشها تا سال ۲۰۳۳ با نرخ رشد سالانه ۷/۸ درصدی به ۲۱/۵۲ میلیارد دلار برسد.

DOMOTEX خاورمیانه به عنوان پلتفرمی مهم، فرصتی بینظیر برای ایجاد ارتباطات استراتژیک میان غرفهداران و تصمیمگیرندگان فراهم میآورد.

این رویداد علاوه بر معرفی محصولات نوآورانه، برنامههای تخصصی برای خردهفروشیها و صنایع مهماننوازی، شبکهسازی پیشرفته با خریداران و طراحان سطح بالا و تأکید بر صنایع دستی و راهحلهای پایدار را نیز در دستور کار خود قرار خواهد داد.

سونیای ودل کاستلانو افزود: "در دوره بعدی، DOMOTEX خاورمیانه همچنان به تلفیق سنت و مدرنیته ادامه خواهد داد و الهامبخش جامعه کفپوشها برای ایجاد تجربیات متحولکننده خواهد بود."

با توجه به شهرت این نمایشگاه به عنوان یکی از رویدادهای پیشرو در صنعت کفپوش، DOMOTEX خاورمیانه فرصتی استثنایی برای کشف روندهای نوظهور، مشارکتهای استراتژیک و پیشبرد رشد کسبوکار خواهد بود.

DOMOTEX
Middle East

حمله به موقع و مهم دموتکس دبی به رقیب خود در استانبول

دموتکس خاورمیانه یا همان دموتکس دبی که تا چند ماه دیگر از ۲ تا ۴ اردیبهشت ۱۴۰۴ در محل دائمی نمایشگاه‌های مرکز تجارت جهانی دبی برگزار خواهد شد در یک اقدام بسیار مهم توانست با کاهش قیمت نمایشگاه جذابیت این نمایشگاه را برای شرکت کنندگان ایرانی چند برابر کند و حتی شاید متراژ غرفه های ایرانی در این نمایشگاه به طرز چشمگیری نسبت به دور قبل افزایش یابد.

خانم نارینه آذلبار در گفتگوی اختصاصی با مجله نساجی کهن گفت: "خرسندیم به استحضار برسانیم که طبق توافق به‌عمل‌آمده با انجمن صنایع نساجی ایران، اتحادیه ملی تولیدکنندگان، کمیسیون فرش ماشینی و کمیسیون فرش، هنر و صنایع دستی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، شرایط ویژه‌ای برای حضور تولیدکنندگان ایرانی در این رویداد فراهم شده و اجاره‌بهای غرفه از متری ۴۹۵ دلار به ۲۹۵ دلار کاهش یافته است.

این بدین معناست که سهم پرداختی مشارکت کنندگان کاهش یافته و مازاد اجاره از محل تسهیلت دیگری پرداخت خواهد شد."

خانم آذلبار در پاسخ به این سوال که چگونه شرکت مسه هانوفر موفق به چنین اقدامی شده است گفت: "ما در شرکت نمایشگاه های مسه هانوفر و برند دموتکس سالهاست که با شرکت های ایرانی در تماس مستقیم هستیم و سعی کرده ایم دسترسی محصولات ایرانی به بازارهای صادراتی را تسهیل کنیم.

قطعا قیمت بالای نمایشگاه دموتکس خاورمیانه در سال گذشته خواسته ما نبود و هزینه های بالای سایت نمایشگاهی در شهر دبی منجر به این مساله شده بود و بر همین اساس سعی کردیم با رایزنی های متعدد با سازمان ها و انجمن های ذیربط در ایران تسهیلات ویژه ای برای غرفه گذاران ایرانی مهیا کنیم به ویژه در شرایط کنونی اقتصاد ایران و افزایش بسیار زیاد قیمت ارزهای خارجی فکر می کنم این حمایت از صادرکنندگان ایرانی به جا و به موقع بود"

خانم آذلبار همچنین در مورد تاثیر این کاهش قیمت بر تشدید رقابت با نمایشگاه فرش استانبول گفت:

"اقتضای نگاه حرفه ای ما این است که فقط بر روی کار خود تمرکز کرده و در مورد سایر رویدادها اظهار نظری نکنیم.

قطعا در بازار رقابتی هر شرکتی بر روی انجام کار با کیفیت و مشتری پسند تمرکز می کند و ما هم با تکیه بر پشتوانه چهل ساله برند دموتکس به نیازها و خواست مشتری اهمیت می دهیم.

با توجه به اینکه امارات و منطقه خلیج فارس بسیار برای شرکت های ایرانی حائز اهمیت است حضور در این بازار می تواند درهای تازه ای را برای تجارت فرش و کفپوش باز کند.
وظیفه ما فراهم کردن بستر مناسب و با کیفیت است و تصمیم نهایی بر عهده تولیدکنندگان است."

در صورت تمایل به مشارکت در این نمایشگاه تخصصی و حضور در کنار بزرگان این صنعت از ایران و سایر نقاط دنیا، می توانید با دفتر نمایندگی نمایشگاه در ایران تماس حاصل فرمایید:

۰۹۱۹۷۰۸۴۰۲۷ .
۰۹۱۲۳۰۶۴۲۳۳ .

DOMOTEX
MIDDLE EAST

22 – 24 APRIL 2025

Dubai World Trade Centre
domotex.de

دموتکس خاورمیانه - دبی

۲ تا ٤ اردیبهشت ١٤٠٤

مرکز تجارت جهانی دبی

Deutsche Messe

DOMOTEX
Middle East

DOMOTEX MIDDLE EAST

THE HOME OF FLOORING IN THE MIDDLE EAST

دموتکس خاورمیانه، فراتر از یک رویداد و محل ملاقات صنعتگران فرش و کفپوش در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا می باشد.

پس از موفقیت چشمگیر نمایشگاه دموتکس دبی در سال ۲۰۲٤، ما همچنان نقطه‌ی تلاقی برندهای معتبر از سراسر جهان و مهمترین خریداران منطقه شامل توزیع کنندگان، خرده فروشان و طراحان داخلی خواهیم بود.

از تاریخ ۲۲ تا ۲٤ آوریل ۲۰۲۵ برابر با ۲ تا ٤ اردیبهشت ۱٤۰٤ با جامعه صنعتگران فرش و کفپوش در مرکز تجارت جهانی دبی(DWTC) به ما بپیوندید.

80%
تصمیم گیرندگان مانند مدیران بازاریابی درنمایشگاه حضور داشتند

150+
مقاله رسانه ها در سطح جهانی منتشر شد

7.300
بازدید در طول ۳ روز از اولین رویداد در سال ۲۰۲۴ انجام شد

102
غرفه دار در اولین دوره دموتکس دبی حضور داشتند

82%
غرفه داران نوآوری ها یا محصولات پیشرفته را به نمایش گذاشتند

در نمایشگاه دموتکس خاورمیانه با چه کسانی ملاقات خواهید کرد؟

- توزیع کنندگان
- خرده فروشان
- فروشگاه های دکوراسیون و مبلمان
- عمده فروشان
- واردکنندگان / صادرکنندگان
- طراحان داخلی
- معماران
- پیمانکاران / مدیران پروژه
- تجارت الکترونیک
- صاحبان پروژه
- دکوراتورها

امکان تجارت با خریداران از ۷٤ کشور، از جمله:

مصر | آلمان | اردن | چین | عربستان سعودی | ترکیه | هندوستان | امارات متحده عربی

فرصت‌های بازاریابی جهانی در صنعت فرش ایران

آقای کامبیز مقراضی: همکاری و تبادل نظر در این فضا همیشه مفید و مثبت بوده و همچنان معتقدم که این تعاملات می‌تواند به پیشرفت همه کمک کند.

البته برای همه روشن است که ترکیه طی سال‌ها توانسته جایگاه خود را در بازار فرش جهانی مستحکم کند و به سمت تبدیل شدن به یک مرکز اصلی در این صنعت حرکت کرده است.

این روند تقریباً از ۱۰ تا ۱۵ سال پیش آغاز شد. پیش از آن، بازیگران اصلی این صنعت در اروپا بیشتر کشورهای بلژیک و بعد از آن آمریکا و مصر بودند.

در آن زمان، نمایشگاه دموتکس یک مرجع بزرگ برای صنعت فرش بود و حضور در آن همیشه دارای اهمیت زیادی بود. من شخصاً ۲۶ سال است که در این نمایشگاه‌ها حضور داشتم و همیشه شاهد تغییرات و تحولات بزرگی بوده‌ام.

گاهی سال‌ها شرایط خوب بوده، گاهی هم ضعیف، اما این روند همیشه در حال تغییر است.

نمایشگاه دموتکس همیشه یکی از مراجع اصلی در صنعت فرش بوده است؛ هم از نظر تعداد شرکت‌کنندگان و هم از نظر زمان برگزاری. بسیاری از افراد از برگزاری نمایشگاه در اوایل ژانویه و در هوای سرد انتقاد می‌کردند، اما کسانی که در گذشته مدیریت این رویداد را بر عهده داشتند، نگاه عمیقی به این مسئله داشتند.

آنها می‌خواستند شروع سال کاری با یک نگاه جامع به وضعیت بازار آغاز شود، تا بتوانند پیش‌بینی کنند که کدام مسیر باید انتخاب شود، چه محصولات و چه طراحی‌هایی باید مورد توجه قرار گیرند.

با گذشت زمان، این رویدادها دچار تغییراتی شدند، اما اکنون احساس می‌کنم که نمایشگاه‌های ترکیه، با توجه به موقعیت جغرافیایی و دسترسی آسان به بازارهای منطقه‌ای، پتانسیل بالایی دارند.

استانبول، که به عنوان مرکز دنیا شناخته می‌شود، برای برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی ظرفیت زیادی دارد. به گفته ناپلئون، اگر دنیا قرار بود پایتختی داشته باشد، استانبول شایسته این عنوان بود.

از این رو، با توجه به زیرساخت‌های موجود و دسترسی راحت به بازارهای منطقه‌ای، این نمایشگاه‌ها می‌توانند جایگاه ویژه‌ای پیدا کنند.

در چند سال اخیر، نمایشگاه‌ها در اروپا بیشتر به صورت خصوصی برگزار می‌شوند و برخی کشورها مانند بلژیک تصمیم گرفته‌اند که رویدادهای خود را به‌طور جداگانه و بدون مشارکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی برگزار کنند.

همچنین، تحریم‌های مختلفی باعث شده که کشورهای روسیه و ایران نتوانند به راحتی در این نمایشگاه‌ها حضور پیدا کنند.

به نظر من، دموتکس دیگر نمی‌تواند به همان قدرت گذشته بازگردد و پتانسیل نمایشگاه‌های ترکیه به مراتب بیشتر از آن است.

بازاریابی بین‌المللی؛ چالش اصلی تولیدکنندگان ایرانی در نما یشگا ه ها

یکی از موضوعات مهمی که در گفتگو با فعالان صنعت فرش مطرح شد، نگرانی درباره آینده نمایشگاه‌ها و وضعیت رقابتی بازارهای جهانی است.

به گفته یکی از کارشناسان، با توجه به روند فعلی، احتمال این که نمایشگاه‌ها به ضعف بروند وجود دارد.

دلیل این نگرانی این است که وقتی ترکیه با یک بازار مواجه می‌شود که به طور مستقیم به آن نیاز دارد، خود اقدام به تقویت زیرساخت‌ها و بازارهای داخلی‌اش می‌کند.
از این رو، شاهد پیشرفت قابل توجهی در نمایشگاه‌های ترکیه بوده‌ایم که نسبت به سال گذشته بهتر برگزار می‌شوند.

در این بین، بازار ترکیه طی ۳۵ سال اخیر به وضوح توانسته خود را به بازار جهانی نزدیک‌تر کند. ترکیه به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص خود، دسترسی بسیار آسانی به بازارهای جهانی دارد.

افراد از کشورهای مختلف، چه از کشورهای با درآمد پایین و چه از کشورهای با درآمد بالا، می‌توانند به راحتی وارد این بازار شوند و تجارت کنند.

این ویژگی‌ها باعث شده که نمایشگاه‌های ترکیه همیشه برای فعالان صنعتی به ویژه ایرانی‌ها، که به راحتی می‌توانند در آن شرکت کنند، مفید واقع شود.

اما مشکل اصلی که تولیدکنندگان ایرانی با آن مواجه هستند، ضعف در بازاریابی بین‌المللی است. باوجود تولیدات با کیفیت بسیار بالا و حتی بالاتر از تولیدات ترکیه، شرکت‌های ایرانی نتوانسته‌اند جایگاه مناسبی در بازار جهانی پیدا کنند.

دلیل اصلی این موضوع هم عدم استراتژی مناسب در بازاریابی جهانی است. بسیاری از تولیدکنندگان ایرانی فقط به فروش داخلی و محدود به بازارهای داخل کشور فکر می‌کنند و به کشورهای دیگر نگاه نکرده‌اند.

در حالی که بسیاری از شرکت‌های ترک با کیفیت‌های پایین‌تر از محصولات ایرانی، توانسته‌اند به راحتی در بازارهای جهانی حضور پیدا کنند و صادرات داشته باشند.

ترکیه با سرمایه‌گذاری‌های گسترده و گسترش بازارهای خود در مناطق مختلف جهان، به ویژه در آفریقا، توانسته

خود را به یک بازیگر مهم در این بازار تبدیل کند.

در مقابل، ایران هنوز نتوانسته است به چنین جایگاهی برسد، حتی در زمینه‌هایی مانند زعفران که محصولات ایرانی به نام کشورهای دیگر در بازار جهانی عرضه می‌شوند.

برای بهبود این وضعیت، به گفته کارشناسان، باید روی بازاریابی بین‌المللی تمرکز بیشتری صورت گیرد. به خصوص اینکه ایران باید از تجربیات شرکت‌های موفق مانند ترکیه استفاده کرده و متخصصین و کارشناس‌های مجربی را برای تقویت موقعیت خود در بازارهای جهانی به کار گیرد.

شرکت‌های ایرانی باید یاد بگیرند که علاوه بر تولید با کیفیت، بازاریابی حرفه‌ای نیز برای موفقیت در بازارهای جهانی ضروری است.

یکی از فعالان این حوزه با اشاره به ضعف‌های موجود در بازاریابی بین‌المللی، گفت: «اگر شرکت‌های ایرانی بتوانند با افراد متخصص همکاری کنند و در بازاریابی جهانی سرمایه‌گذاری کنند، موفقیت‌های بیشتری در انتظارشان خواهد بود.»

چالش‌ها و راهکارهای تولیدکنندگان ایرانی در شرایط دشوار

ممکن است گفته شود که فاصله ما با دنیا هر روز بیشتر می‌شود.

در بخش‌هایی مانند استفاده از نخ، تکنولوژی و به‌طور کلی در فرآیند تولید، به‌نظر نمی‌رسد که شرکت‌های ایرانی توانایی رقابت در چنین فضایی را داشته باشند.

بسیاری از تولیدکنندگان در صحبت‌های خود اشاره می‌کنند که با مشکلاتی مانند کمبود برق، محدودیت‌ها و تحریم‌ها روبه‌رو هستند که باعث می‌شود تحقیق و توسعه به اولویت‌هایشان تبدیل نشود.

این مشکلات شاید تا حدی قابل درک باشند و تولیدکنندگان تحت فشارهای زیادی قرار دارند.

اما باید گفت که این مشکلات نباید بهانه‌ای برای عدم پیشرفت و بهبود عملکرد باشد.

وقتی مشکلاتی وجود دارد، نباید به جای حل مسئله، مشکلات را بیشتر کنیم و به مشکلات دیگر اضافه کنیم.

بلکه باید سعی کنیم در کنار این چالش‌ها، مسیر پیشرفت را ادامه دهیم و مشکلات را کوچک‌تر از آنچه که هستند نکنیم.

یکی از نکات مهم این است که نباید اجازه دهیم مشکلات روزمره یا شرایط خاص، نحوه رفتار و تصمیم‌گیری‌های ما را تحت تأثیر قرار دهد.

در گذشته نیز مشکلات مختلفی داشتیم، از کمبود برق گرفته تا نوسانات ارزی و تورم، اما نباید تمام این مسائل را بهانه‌ای برای عدم پیشرفت قرار دهیم.
اگر همواره بخواهیم که رفتار و استراتژی‌هایمان را بر اساس مشکلات روزمره تعریف کنیم، به جایی نمی‌رسیم. در حقیقت، این مسیر به بن‌بست می‌انجامد.

محصولاتی که تولید می‌کنیم، ممکن است خودمان را به مشکلاتی دچار کند. به‌طور مثال، کیفیت محصولات در بلندمدت می‌تواند آسیب‌زننده باشد، چرا که هر چیزی که زیاد تولید شود، ممکن است با مشکلاتی همراه شود.

در ابتدا، ممکن است به‌خاطر افزایش تقاضا تولید را بیشتر کنیم، اما با گذشت زمان و ایجاد تورم، ممکن است این انتخاب‌ها نتیجه معکوس بدهند.

این‌طور شد که به‌نظر رسید بسیاری از ما در خواب خرگوشی فرو رفته‌ایم و به‌جای پیشرفت، تنها در تلاش برای حفظ وضعیت موجود بودیم.

حالا که با شرایط سخت روبه‌رو هستیم، بهانه‌گیری و پیدا کردن علت‌هایی برای عدم پیشرفت دیگر جواب نمی‌دهد. حتی در همین شرایط بحرانی، برخی از واحدها توانسته‌اند با موفقیت کار کنند و به نتایج خوبی برسند.

این واحدها نه از امکانات خاصی بهره‌مند هستند، نه از شرایط بهتری برخوردارند. بلکه آن‌ها با همین مشکلات در حال تلاش و موفقیت هستند.

اگر همیشه بخواهیم مشکلات و تصمیم‌گیری‌های غلط خود را با شرایط موجود توجیه کنیم، هیچ‌وقت به جایی نمی‌رسیم. اگر طرز فکر خود را تغییر دهیم و به دنبال راه‌حل‌های مؤثر باشیم، می‌توانیم در این مسیر پیشرفت کنیم.

در نهایت، هنر این است که در همین شرایط سخت، بتوانیم به نتیجه برسیم و نه به بهانه مشکلات، از مسیر درست خارج شویم.

Aksaray

مجموعه کارخانجات آکسارای

آمیختگی نیرو، خلاقیت

- فرشینه
- روفرشی
- کالای خواب
- پادری

شماره تماس: ۰۹۳۳۱۲۲۲۶۹۶
۰۹۳۸۶۷۶۰۷۴۳

WWW.AKSARAYCO.COM

حمایت از صنعت فرش دستباف ایران در نمایشگاه بین‌المللی سی اف ای استانبول

گفتگو با آقای مرتضی میری رئیس کمیسیون فرش هنر و صنایع دستی اتاق بازرگانی ایران

آقای مرتضی میری، رئیس کمیسیون فرش، هنر و صنایع دستی اتاق بازرگانی ایران، در حاشیه نمایشگاه بین‌المللی سی اف ای استانبول ۲۰۲۵، به بررسی وضعیت صنعت فرش دستباف ایران و لزوم حضور مؤثر در بازارهای جهانی پرداخت.

این نمایشگاه، که در سال دوم خود برگزار می‌شود، به‌طور چشمگیری جایگاه خود را در صنعت نمایشگاهی پیدا کرده و فرصتی مناسب برای معرفی فرش دستباف ایران به بازارهای بین‌المللی به شمار می‌آید.

آقای میری در این نشست گفت: "ما به‌عنوان متولیان صنعت فرش دستباف ایران، همراه با اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش ایران در این نمایشگاه حضور داریم تا گامی مثبت در جهت تقویت حضور ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی برداریم."

او افزود که ترکیه با برنامه‌ریزی دقیق و تلاش‌های مستمر، به‌ویژه در زمینه فرش ماشینی، زیرساخت‌های نمایشگاهی خود را به سطحی بین‌المللی ارتقاء داده و این فرصت را برای صنعت فرش ایران ایجاد کرده است تا در این نمایشگاه‌ها مشارکت بیشتری داشته باشد.

ضرورت نوسازی زیرساخت‌های نمایشگاهی در ایران

آقای میری همچنین در خصوص وضعیت زیرساخت‌های نمایشگاهی ایران اظهار داشت: "در شرایط کنونی، زیرساخت‌های نمایشگاهی ایران با استانداردهای بین‌المللی فاصله زیادی دارد.
این امر باعث می‌شود که حضور در نمایشگاه‌های جهانی برای ایران با چالش‌هایی مواجه شود.

کشورهایی مانند ترکیه و دبی در زمینه برگزاری نمایشگاه‌های حرفه‌ای پیشرفت‌های چشمگیری داشته‌اند و ایران برای رقابت در این عرصه نیاز به نوسازی زیرساخت‌های خود دارد."

او افزود که صنعت فرش دستباف ایران با وجود مشکلات مختلف، می‌تواند در بازارهای جهانی به‌ویژه در نمایشگاه‌های خارجی، به‌ویژه استانبول و دبی، حضوری مؤثر داشته باشد.

"هدف ما این است که از طریق این نمایشگاه‌ها ارتباطات بین‌المللی خود را حفظ کرده و برند فرش ایران را در سطح جهانی معرفی کنیم."

حمایت موقت و هدفمند از فرش دستباف ایران

مرتضی میری در ادامه به اهمیت حمایت‌های موقتی و هدفمند از صنعت فرش دستباف اشاره کرد و گفت: "دولت و نهادهایی مانند اتاق بازرگانی باید در مراحل اولیه به صنعت فرش دستباف کمک کنند تا این صنعت از حالت رکود خارج شود.
پس از آن، صنعت باید بتواند به‌طور مستقل از حمایت‌های دولتی بهره‌برداری کند."

او با اشاره به اینکه بیش از دو میلیون نفر در صنعت فرش دستباف ایران مشغول به کار هستند، افزود:

"فرش دستباف نه تنها یک کالای هنری با ارزش افزوده بالا است، بلکه بخش بزرگی از اشتغال کشور را به خود اختصاص داده و نمادی از فرهنگ ایرانی به شمار می‌آید."

آینده روشن فرش دستباف ایران در بازارهای جهانی

رئیس کمیسیون فرش اتاق بازرگانی ایران در نهایت تأکید کرد که هدف از این حمایت‌ها، ایجاد شرایطی است که صنعت فرش دستباف ایران بتواند به‌طور مستقل در بازارهای جهانی حضور پیدا کند.

"امیدواریم که با جلب حمایت‌های لازم و آغاز فعالیت‌های جدید، صنعت فرش دستباف ایران در دو سال آینده به جایی برسد که نیازی به حمایت‌های مستمر دولتی نداشته باشد و بتواند از درآمدهای خود برای حضور در نمایشگاه‌ها و بازارهای بین‌المللی استفاده کند."

به گفته آقای میری، فرش دستباف ایران به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد و کیفیت بالا، باید جایگاه خود را در بازارهای جهانی حفظ کرده و حتی در سطح محدود حضور خود را در این بازارها تقویت کند.

صنعت فرش دستباف ایران و مقایسه با رقبا

آقای منصور علیپور فرد مدیرعامل شرکت آلتین فرش تبریز

مشکلات صنعت فرش دستباف ایران

منصور علیپور فرد، مدیرعامل شرکت آلتین فرش تبریز، به عنوان بزرگ‌ترین کارگاه قالیبافی تبریز و احتمالاً ایران، در خصوص چالش‌های موجود در صنعت فرش دستباف ایران صحبت می‌کند.
وی اشاره می‌کند که با وجود تولید فرش دستباف با کیفیت و با حضور ۳۰۰ قالیباف حرفه‌ای، صنعت فرش ایران با مشکلات زیادی مواجه است.

عدم موفقیت در صادرات فرش دستباف

علیپور فرد توضیح می‌دهد که صنعت فرش ماشینی در حال حاضر پیشرفت‌های زیادی کرده است.
در حالی که ایران فقط توانسته است دستگاه‌های تولید فرش ماشینی را در داخل کشور تولید کند، اما در زمینه صادرات آن موفق نبوده است.

وی به آمار واردات فرش به کشورهای دیگر مانند آمریکا اشاره می‌کند که سال گذشته ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار فرش وارد کرده‌اند و ایران هیچ سهمی در این بازار ندارد.

رقابت با کشورهای دیگر در صنعت فرش

علیپور فرد همچنین به صادرات فرش ترکیه اشاره می‌کند که سالانه ۳ میلیارد دلار فرش صادر می‌کند.

این در حالی است که ایران هنوز نتوانسته است به‌طور مؤثر به بازار جهانی فرش دستباف وارد شود.

وی بیان می‌کند که کشورهای دیگر، مانند ترکیه، با بازسازی فرش‌های قدیمی ایران، این محصولات را به بازار جهانی عرضه می‌کنند.

نیاز به استفاده از تکنولوژی‌های جدید
اهمیت تکنولوژی و تبلیغات در صنعت فرش

مدیرعامل آلتین فرش تبریز معتقد است که برای پیشرفت در صنعت فرش دستباف، ایران باید از تکنولوژی‌های جدید و روش‌های نوین استفاده کند.

به گفته او، تولید فرش به‌صورت سنتی دیگر برای رقابت در بازار جهانی کافی نیست. در دنیای امروز، تبلیغات و استفاده از تکنولوژی برای معرفی محصولات بسیار اهمیت دارد، اما ایران در این زمینه بسیار ضعیف عمل کرده است.

چالش‌ها و مشکلات داخلی در ایران

علیپور فرد ادامه می‌دهد که در صنعت فرش ایران هیچ کمکی از دولت دریافت نکرده‌اند و حتی در برخی موارد با مشکلاتی همچون بیمه و تعهد ارزی روبه‌رو شده‌اند.

به اعتقاد وی، دولت باید در زمینه صادرات فرش به تولیدکنندگان کمک کند تا این صنعت دوباره رونق یابد.

وضعیت فرش در کشورهای دیگر
کمک‌های دولت به تولیدکنندگان در کشورهای دیگر

علیپور فرد به کمک‌های دولت‌ها به تولیدکنندگان در کشورهای دیگر مانند ترکیه اشاره می‌کند. او بیان می‌کند که در ترکیه، دولت به تولیدکنندگان فرش کمک می‌کند و شرایط بهتری برای صادرات دارند.

وی همچنین تأکید می‌کند که ایران باید در این زمینه اقداماتی مشابه انجام دهد تا بتواند در بازار جهانی رقابت کند.

نتیجه‌گیری: نیاز به همفکری و همکاری بیشتر در نهایت، علیپور فرد اشاره می‌کند که برای پیشرفت صنعت فرش دستباف در ایران، باید همفکری و همکاری بیشتری بین دولت، مردم و تولیدکنندگان وجود داشته باشد.

به گفته او، این صنعت پتانسیل بالایی برای اشتغال‌زایی و درآمدزایی دارد و نیازمند حمایت‌های بیشتر از سوی دولت است.

شرکت فرش شاهکار آریایی (کارپیتا)

CARPITA

MANUFACTURER OF SILK AND WOOL CARPETS

تولـید کننده فرش های ابریشمی و پشم ابریشـــم دستبافت گـــونه

مدیریت فروش و بازرگانی بین الملل

دکتر حمیدرضا کتابچی

whatsapp:+989991550295

Cell phone:+989128190295

+98 315 4750878

+98 912 819 0295

WWW.CARPITA.CO

INFO@CARPITA.CO

CARPITA.IR

Aryaei carpet (carpita) ,kargar Blvd ,Soleiman sobahi industrial zone.Aran & Bidgol,Kashan,Iran

آرمو

راهکار هوشمند فروش فرش برای کسب و کارهای پیش‌رو

مشکل شما:

چگونه محصولات متنوع فرش را به مشتریان معرفی کنیم؟

راه‌حل ما:

سرویس هوش مصنوعی تحلیل و پیشنهاد فرش

برای فروشگاه‌ها و برندهای فرش:

- تحلیل دقیق سبک دکوراسیون مشتریان با استفاده از هوش مصنوعی
- معرفی تخصصی فرش متناسب با فضای هر مشتری
- نمایش آنی فرش در محیط واقعی
- افزایش ضریب فروش با پیشنهادات هدفمند
- کاهش چشمگیر برگشت محصول

مزایای کلیدی:

- معرفی هوشمندانه کل کالکشن
- تجربه خرید شخصی‌سازی شده
- اتصال مستقیم مشتری با محصول

اولین سرویس تخصصی هوش مصنوعی در صنعت فرش

+98 937 018 0730

armogroup.tech

معرفی شرکت Covtex Feizy و روند بازار فرش ماشینی

گفتگو با آقای محسن فیضی مدیرعامل شرکت Covtex Feizy

شرکت Covtex Feizy: این شرکت از سال ۲۰۰۰ در ترکیه تأسیس شده است. مالک و موسس این شرکت، برادر بزرگتر من، آقای حسین فیضی هستند که سال‌هاست در آمریکا به تجارت فرش مشغول‌اند.

ایشان این کارخانه را در ترکیه تأسیس کردند تا نیازهای فرش ماشینی خود برای بازار آمریکا را تولید کنند و از اینجا به آمریکا ارسال نمایند.
من هم از حدود ۱۶-۱۷ سال پیش به عنوان مدیر و مسئول این کارخانه مشغول به کار هستم.

تولیدات و مواد اولیه

ما در کارخانه خود فرش‌های ماشینی تولید می‌کنیم. از نظر نوع نخ، بیشتر از نخ‌های پلی پروپیلن و پلی استر استفاده می‌کنیم.

در سال‌های گذشته از ویسکوز هم استفاده می‌کردیم، اما امروزه عمدتاً از پلی استر و پلی پروپیلن بهره می‌بریم.

بازار اصلی ما آمریکا است و به همین دلیل نخ‌هایی مانند اکریلیک را استفاده نمی‌کنیم، زیرا واردات آن به آمریکا ممنوع است.

علاوه بر این، در تولید فرش از نخ‌های نایلون و پشم هم استفاده کرده‌ایم، اما در حال حاضر تمرکز ما بیشتر بر روی پلی استر و پلی پروپیلن است.

تراکم و طراحی فرش

از نظر تراکم، ما معمولاً در رنج متوسط کار می‌کنیم و از فرش‌های با تراکم بالا یا پوینت زیاد استفاده نمی‌کنیم. به‌طور کلی، فرش‌هایی که تولید می‌کنیم از نظر قیمت و تراکم در رده متوسط قرار دارند.

توسعه محصول و طراحی جدید یکی از بخش‌های پیچیده در فرآیند تولید است که ما به صورت مشترک با مجموعه برادرم در آمریکا انجام می‌دهیم. این همکاری در توسعه محصول برای بازار آمریکا انجام می‌شود و محصولات تولیدی در ترکیه، با تغییراتی به سایر بازارها نیز عرضه می‌شود.

بازار آمریکا و تقاضا

بازار آمریکا یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین بازارها برای فرش است. فرش‌های با پوینت بالا و تراکم بالا در این بازار طرفداران زیادی دارند، ولی تقاضای عمومی برای فرش‌های با تراکم و قیمت متوسط است.

در این بازار، فروش‌های اینترنتی نیز رواج زیادی پیدا کرده و فرش‌های ارزان‌قیمت بسیار مورد توجه قرار دارند.
برای تولید فرش‌های ارزان، لازم است که مواد اولیه با قیمت مناسب، سبک و تراکم کمتری استفاده شود.

توسعه سیستم‌های مدیریتی

در سال‌های اخیر، ما یک سیستم یکپارچه و توتال سیستم برای کارخانه کافتکس طراحی و پیاده‌سازی کرده‌ایم.
این سیستم مراحل مختلف تولید از ورود نخ تا مراحل تکمیل، کنترل کیفیت، بسته‌بندی، انبار و حمل و نقل را شامل می‌شود.

اطلاعات مربوط به مشتریان، مواد اولیه و مراحل تولید در این سیستم ثبت می‌شود و به ما این امکان را می‌دهد که آنالیز و تصمیم‌گیری‌های مدیریتی بهتری انجام دهیم.

چالش‌های صنعت فرش در ایران

صنعت فرش ایران با وجود مشکلاتی که به دلیل تحریم‌ها و محدودیت‌های اقتصادی دارد، هنوز پتانسیل بالایی برای رشد و توسعه دارد.

بسیاری از شرکت‌های ایرانی در شرایط محدودیت‌های اقتصادی و تحریم‌ها، به خوبی کار می‌کنند و امیدوارکننده به نظر می‌رسند.

صنعت فرش ایران می‌تواند در بازارهای بین‌المللی رقابت کند، به‌خصوص اگر بتواند به بازارهای جدید راه پیدا کند و طراحی‌ها و محصولات جدیدی ارائه دهد.

نمایشگاه‌های بین‌المللی فرش

در زمینه نمایشگاه‌ها، به ویژه نمایشگاه دموتکس در ترکیه، به نظر می‌رسد که روند رشد آن ادامه دارد و امسال نسبت به دوره قبل، نمایشگاه بزرگ‌تر و موفق‌تر برگزار شد.

حضور بیشتر شرکت‌ها و گسترش بخش‌های مختلف نمایشگاه نشان‌دهنده موفقیت آن است.
موقعیت جغرافیایی استانبول و تسهیلات موجود در این شهر برای تجار و تولیدکنندگان، این نمایشگاه را به یک نقطه کانونی برای صنعت فرش تبدیل کرده است.

نتیجه‌گیری: در نهایت، صنعت فرش ماشینی در ترکیه و ایران هنوز پتانسیل زیادی برای رشد و گسترش دارد.

با وجود چالش‌ها، همکاری‌های بین‌المللی و استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته می‌تواند کمک زیادی به رشد این صنعت بکند.

امیدواریم که با توجه به تلاش‌های مستمر تولیدکنندگان، صنعت فرش در آینده‌ای نزدیک به موفقیت‌های بیشتری دست یابد.

نمایشگاه Heimtextil۲۰۲۶ با ترکیب استراتژیک گروه‌های محصول، پتانسیل رشد را افزایش می‌دهد

پس از برگزاری موفقیت‌آمیز این رویداد با افزایش تعداد بازدیدکنندگان و غرفه‌داران، نمایشگاه Heimtextil در سال ۱۴۰۴ شمسی (۲۰۲۶ میلادی) با ساختار جدید و بهینه‌شده سالن‌ها به دنبال گسترش بیشتر ظرفیت‌های رشد خود است.

این نمایشگاه، که تأثیرگذارترین رویداد بین‌المللی در حوزه نساجی خانگی، تجاری و طراحی منسوجات محسوب می‌شود، اکنون با تمرکز بیشتر بر نیازهای بازار، فواصل بین بخش‌های مختلف را کوتاه‌تر کرده و هم‌افزایی بیشتری میان بخش‌های گوناگون محصولات ایجاد می‌کند.

با معرفی یک طرح جدید برای سالن‌ها، Heimtextil بر موفقیت‌های دوره قبل تکیه می‌کند.

این نمایشگاه که در سال ۱۴۰۳ شمسی (۲۰۲۵ میلادی) با افزایش حضور بین‌المللی و تقاضای بیشتر روبه‌رو بود، اکنون قصد دارد با انتخاب و ترکیب استراتژیک گروه‌های محصول مرتبط، محدوده ارائه محصولات را بیش‌ازپیش با نیازهای شرکت‌کنندگان نمایشگاه هماهنگ کند.

اولاف اشمیت، معاون منسوجات و فناوری‌های نساجی، در این باره می‌گوید:

"Heimtextil ۲۰۲۵ شاهد افزایش بین‌المللی‌سازی و تقاضا بود. در سال ۲۰۲۶، از این موقعیت قوی برای تطبیق بیشتر مجموعه محصولات با نیازهای شرکت‌کنندگان نمایشگاه استفاده می‌کنیم و از طریق انتخاب استراتژیک گروه‌های محصول مرتبط، فرصت‌های رشد بیشتری را فعال خواهیم کرد."

تقویت موقعیت Heimtextil به‌عنوان پلتفرم پیشرو در طراحی داخلی نساجی و غیرنساجی

این تغییرات جدید، Heimtextil را به پلتفرم پیشرو برای طراحی داخلی جامع (چه در حوزه نساجی و چه غیرنساجی) تبدیل می‌کند. در شرایط چالش‌برانگیز بازار، این نمایشگاه به صنعت نساجی پایگاهی قوی ارائه می‌دهد.

به دلیل اشتراک بین گروه‌های بازدیدکنندگان، غرفه‌داران می‌توانند دامنه دسترسی خود را افزایش داده و مشتریان جدید بالقوه را جذب کنند. همچنین، استفاده از تمامی ورودی‌ها به بهبود بهره‌وری و یافتن سریع‌تر شرکای تجاری جدید کمک می‌کند.

محتواهای اصلی نمایشگاه، مانند ترندهای Heimtextil، نیز باعث افزایش ترافیک بازدید و دیده‌شدن بیشتر تولیدکنندگان خواهند شد.

طراحی داخلی نساجی و غیرنساجی

مرکز جدید برای طراحی داخلی باکیفیت در بخش‌های نساجی و غیرنساجی و همچنین پارچه‌های تزئینی و مبلمان، در سالن‌های ۳.۰، ۳.۱ و ۴.۱ قرار دارد.

سالن ۳.۰ (Interior Design Concepts: Window, Wall & Floor):

در این بخش، طیف وسیعی از محصولات شامل کاغذ دیواری، چاپ دیجیتال، ویرایشگرهای نساجی، پرده‌ها، کف‌پوش‌ها و سیستم‌های محافظ در برابر نور خورشید به نمایش گذاشته می‌شود.
ترکیب محصولات تکی با مجموعه‌های کامل، مفاهیم طراحی داخلی جامعی را ارائه می‌دهد که نیازهای طراحان داخلی، دکوراتورها، فروشگاه‌های DIY و خرده‌فروشان تخصصی را پوشش می‌دهد.

سالن‌های ۳.۱ و ۴.۱:

این دو سالن، مجموعه‌ای کامل از پارچه‌های دکوراتیو و مبلی، پارچه‌های تجاری، چرم‌های مصنوعی، منسوجات فضای باز و همچنین الیاف و نخ‌ها را ارائه می‌دهند.

از نکات برجسته این بخش می‌توان به کتابخانه Interior. Architecture.Hospitality در سالن ۳.۱ و نصب هنری توسط پاتریشیا اورکیولا در سالن ۳.۰ اشاره کرد که این بخش را به قطب محتوایی اصلی برای طراحان، معماران و فعالان حوزه هتلداری تبدیل می‌کنند.

ارتباط مستقیم میان حوزه خواب و طراحی نساجی

سالن ۴.۰ (Smart Bedding):

این سالن مجموعه‌ای جامع از محصولات خواب، شامل پتو، بالش، تشک، سیستم‌های خواب، الیاف و نخ‌ها را به نمایش می‌گذارد.

اتصال به Bed, Bath & Living در سالن‌های ۵.۰، ۵.۱، ۶.۰ و ۶.۱:

این ترکیب، دسترسی راحتی را برای خرده‌فروشان کالای خواب و تصمیم‌گیرندگان صنعت هتلداری، قراردادهای تجاری و خرده‌فروشی تخصصی فراهم می‌کند. در این بخش، برندها و تأمین‌کنندگان لیبل خصوصی انواع ملحفه، حوله‌های حمام، رومیزی و پارچه‌های آشپزخانه، کوسن‌های تزئینی و اکسسوری‌های خانگی را ارائه می‌کنند.

تازه در ۲۰۲۶: بخش طراحی نساجی در سالن ۶.۱

این بخش میزبان استودیوهای طراحی و تأمین‌کنندگان CAD/CAM خواهد بود و در کنار Heimtextil Trends ۲۷/۲۶، محیطی خلاقانه را برای طراحی‌هایی فراهم می‌کند که کاملاً با مجموعه‌های آینده هماهنگ هستند.

پلتفرمی جامع برای صنعت جهانی فرش و کفپوش

در سال ۲۰۲۵ (۱۴۰۳ شمسی)، بخش Carpets & Rugs تعداد غرفه‌داران خود را سه برابر کرد. اکنون، با ساختار جدید سالن‌ها، این بخش فرصت‌های بیشتری برای رشد دارد و با اضافه شدن بخش Flooring & Equipment، دامنه محصولات گسترش یافته است.

در سالن‌های مدرن ۱۱.۰ و ۱۲.۰، تأمین‌کنندگان پیشرو فرش‌های ماشینی، دست‌بافت، دست‌گره و همچنین قالیچه‌های خاص و پادری‌ها محصولات خود را ارائه می‌دهند.

در بخش Flooring & Equipment در سالن ۱۲.۰، کفپوش‌های الاستیک، پوشش‌های طراحی‌شده، چوب‌پنبه‌ای، لمینت، پارکت و راهکارهای فضای باز نمایش داده می‌شود.

Global Home و Global Home Excellence: مفاهیم موفق و فرصت‌های جدید

بخش Global Home در سالن‌های ۸.۰ و ۹.۱ و Global Home Excellence در سالن ۹.۰ همچنان در ۲۰۲۶ (۱۴۰۴ شمسی) ادامه خواهد داشت.

تولیدکنندگان بین‌المللی و پاویون‌های کشوری در این بخش طیف گسترده‌ای از محصولات را در نزدیکی ورودی‌های Galleria و Torhaus ارائه می‌دهند. علاوه بر این، Global Home و Global Home Excellence در سالن‌های ۱۰.۱، ۱۰.۲ و ۱۰.۳ قرار خواهند داشت.

اتصال این بخش‌ها به Carpets & Rugs و Flooring & Equipment هم‌افزایی ارزشمندی ایجاد کرده و Heimtextil را به بزرگ‌ترین پلتفرم تأمین منسوجات خانگی باکیفیت در اروپا تبدیل می‌کند.

نوآوری در بکارگیری تکنولوژی پردازش تصویر در ماشین آلات مقدمات ریسندگی تروشلر

نویسنده: قاسم حیدری، فوق لیسانس تکنولوژی نساجی

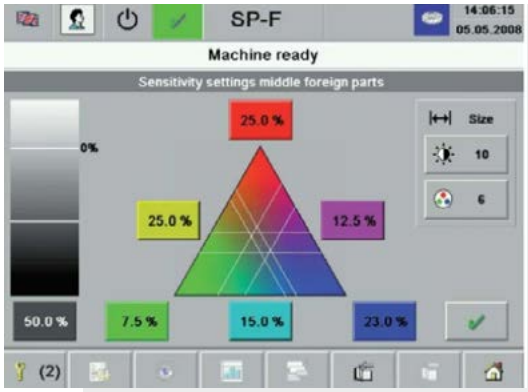
با پیشرفت و قوی تر شدن پردازنده های کامپیوتری، پردازش های دیجیتال و علی الخصوص پردازش تصویر، نقش و کاربردهای موثرتر و بیشتری در ماشین آلات صنعتی ایفا می کنند.
پیشتر با نقش پردازش تصویر در سنسورهای سنجش یکنواختی نخ آشنا بودیم.

در این مقاله به معرفی ۳ نوآوری بکارگیری پردازش تصویر فوق العاده کاربردی و موثر تروشلر در مقدمات ریسندگی پرداخته خواهد شد.

۱- جداکننده اجزای خارجی در ماشین الیاف غریبه یاب

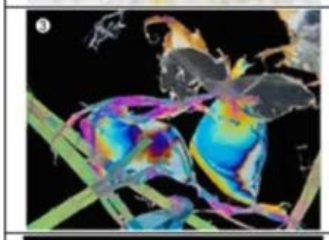
شناسایی همزمان اجزای کوچک با کنتراست بالا و اجزای بزرگ با کنتراست پایین در جریان الیاف سخت شناسایی می شود که شامل اجزای رنگی با کنتراست بالا و شید تیره یا شمعی با قطر کمتر از ۰.۵م.م. و تیره و نوار و پلی پروپیلن و جوت با سطح مقطع کوچک با قطر ۱م.م و طول حدود ۲۰ م.م. می شود.

برای رفع این مشکل، تروشلر از دوربین های نسل جدید ۳CCD با پردازش سریع توسط ۳چیپ مجزا برای هر رنگ بصورت همزمان بهره گرفته است.

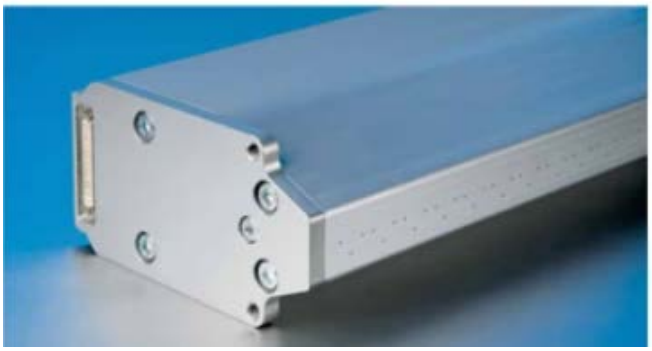


برای انتخاب رنگ بصورت شهودی توسط دیاگرام و سمبل از مانیتور رنگی استفاده شده است و انتخاب پارامترها بصورت مجزا صورت می گیرد.

مدول های بکار گرفته شده جهت شناسایی اجزای خارجی شامل موارد زیر می باشد:

اجزای جداشونده	مدول	شکل
رنگی و سیاه	F	
شفاف	P	
فلوروسنت	UV	
براق	G	
کوچک/نازک	LED	

جهت کاهش از دست دادن الیاف همراه اجزای خارجی و مصرف کم هوای فشرده، توزیع ۴۸ شیربرقی و ۱۴۴نازل در کانال عریض و مسطح صورت گرفته است و با اندازه گیری سرعت فعلی جریان عبور الیاف، زمان بهینه پاسخ نازل محاسبه و اعمال می شود.



ضایعات گیاهی ساقه و برگ اجزای خارجی هستند که می توان در کاردینگ بدون ضایعات شدن الیاف همراه با آنها جداشوند.

جهت پیشگیری از تولید ضایعات بیش از حد، حساسیت جداسازی متناسب با کیفیت پنبه تنظیم می شود.
خود بهینه شوندگی های لازم شامل بالانس مقدار سفیدی مرجع، اندازه گیری رنگ پنبه و تغییرات رنگی و انطباق سرعت مواد لحظه ای می بشاد که به آسانی کالیبره می شود.

مدول ال.ای.دی با ۵۳۶ ال.ای.دی کوچک عملکرد خود-بهینه شوندگی دارد تا شدت نور ثابت داشته باشد و از دو طرف به توده های الیاف عبوری تابیده می شود.

از طرفی بعلت استانداردسازی لامپ های فلوروسنت و کاهش شدت بازه نور آبی، سرویس و نگهداری حداقلی با تعویض ۶ماهه میسر شده است.

نتایج بصورت آماری اجزای غریبه شناسایی شده در هر لحظه متناسب با توزیع رنگی و تعداد و اندازه آنها بصورت نموداری ارائه می گردد.

۲- نپ-کنترلر در ماشین کاردینگ

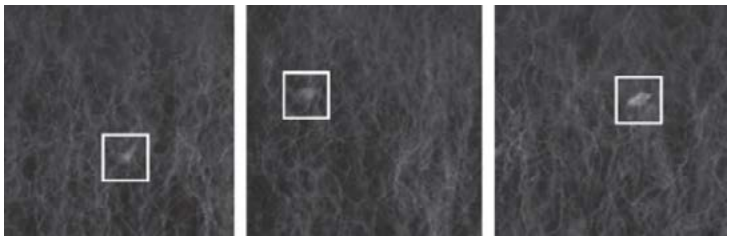
یکی از مهمترین وظایف کاردینگ،کاهش نپ توسط خارج کردن آن توسط فلت ها می باشد. از طرفی تنظیم فواصل بگونه ای باید انجام شود که خود کاردینگ نیز باعث افزایش نپ الیاف تغذیه شده به کاردینگ نگردد.

بدین منظور سیستم مانیتورینگ شمارش تعداد نپ های وب تولید شده از کاردینگ ارائه گردید که شامل دوربین و فلش کنترل نپ می باشد.

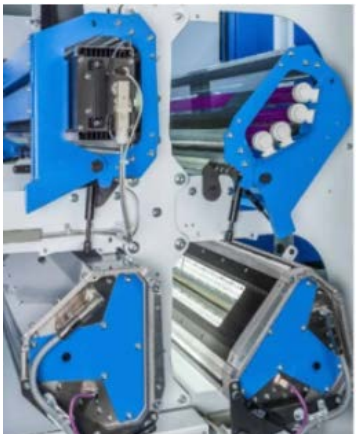
این دوربین هر متر از وب را اسکن می ¬ند و سریعا افزایش بیش از حد مورد قبول نپ را شناسایی می کند.

این دوربین بالای غلتک تیکاپ وب بر روی یک پروفایل نصب گردیده که در تمام عرض ماشین حرکت می کند و هر ثانیه ۲۰ از وب درحال عبور عکس تهیه می کند.

نپ¬های شناسایی شده شامل گلوله الیاف و ضایعات گیاهی(trash) و ذرات پوشیده پنبه دانه را شامل می¬شود.



تشخیص صدمه دیدگی پوشش ها و یا تنظیمات غلط با بدست آوردن چگونگی توزیع نپ ها در طول عرض ماشین، از سایر مزیت های این سیستم است.



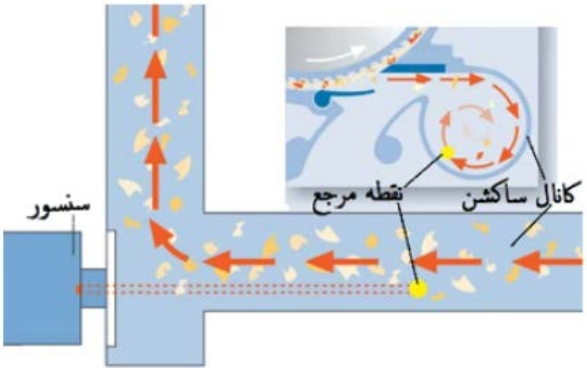
۳- کنترل ضایعات در تمیزکننده های حلاجی و کاردینگ

الیاف باید جزئی از نخ شوند نه جزئی از ضایعات، بعلت سهم بالای مواد اولیه در تولید نخ ، المان های نظافتی باید بهترین زاویه و فاصله را داشته باشند تا الیاف خوب خارج نشوند و متناسب با مواد اولیه تنظیم گردند.

مهمترین ناحیه تمیزکنندگی الیاف ناحیه تیکرین است ولی جهت تمیزشوندگی بهتر، ممکن است الیاف بسیار خوبی را بعنوان ضایعات خارج شود.

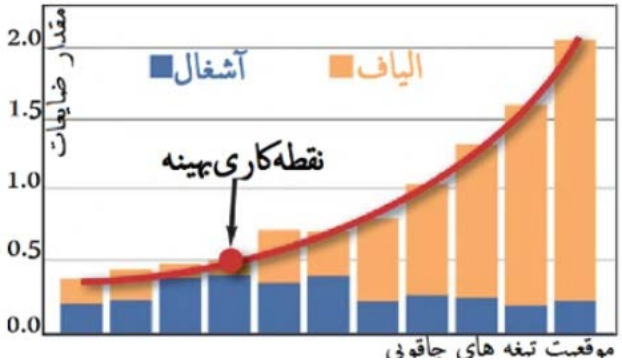
برای بررسی ضایعات خارج شده از کانال مکش ضایعات تیکرین، سنسور بررسی حجم الیاف و ضایعات محتوی آن درنظر گرفته شده است.

سنسور نوری تعبیه شده ترکیبات ضایعات خارج شده مقدار الیاف محتوی و مقدار ضایعات محتوی توده الیاف خارج شده را را اندازه گیری می کند.



اندازه گیری با بسته بودن کامل المان تمیزکننده آغاز می شود. تیغه های دفلکتور کم کم باز می شوند. و خروج ضایعات کم کم افزایش می یابد.

از یک لحظه ای تعداد زیادی از الیاف خوب نیز خروج به استخراج می شود. بدین ترتیب کاهش ضایعات بهمراه درجه بالای باز شوندگی بدست می آید. تنظیمات بصورت اقتصادی، کیفی و استاندار قابل تنظیم است.



شرکت آرادنساج اصفهان

Arad nassaj co .

نماینده رسمی شرکت تماک ترکیه

تولید کننده انواع شیطانک

نماینده رسمی شرکت فورمک ترکیه

سازنده انواع ماشین آلات رنگرزی الیاف، نخ و اتوکلاو

نماینده رسمی شرکت روتکس ترکیه

دفتر مرکزی استانبول

مشاوره / طراحی / محاسبه و اجرا

واردات به‌روز ترین ماشین آلات نساجی نو و دست دوم

ساخت و واردات کلیه قطعات نساجی

دفتر مرکزی ایران

اصفهان/خیابان امام خمینی
کوچه 79،مجتمع اداری تجاری کوروش
طبقه سوم،واحد 5

0313332724 0

+989139286721
مهندس علی سعیدی(مدیر عامل)

+989136862411
مهندس حسین صابری(مدیر بازرگانی)

دفتر مرکزی استانبول

ORUCREIS MAH.
MAHMUTPASA CAD.
GIYIM KENT B1NO.16

+905386553899
مهندس بهنام الهیاری

ROTEKS
TEKSTİL SANAYİ TİCARET İTHALAT İHRACAT LİMİTED ŞİRKETİ

TEMAK

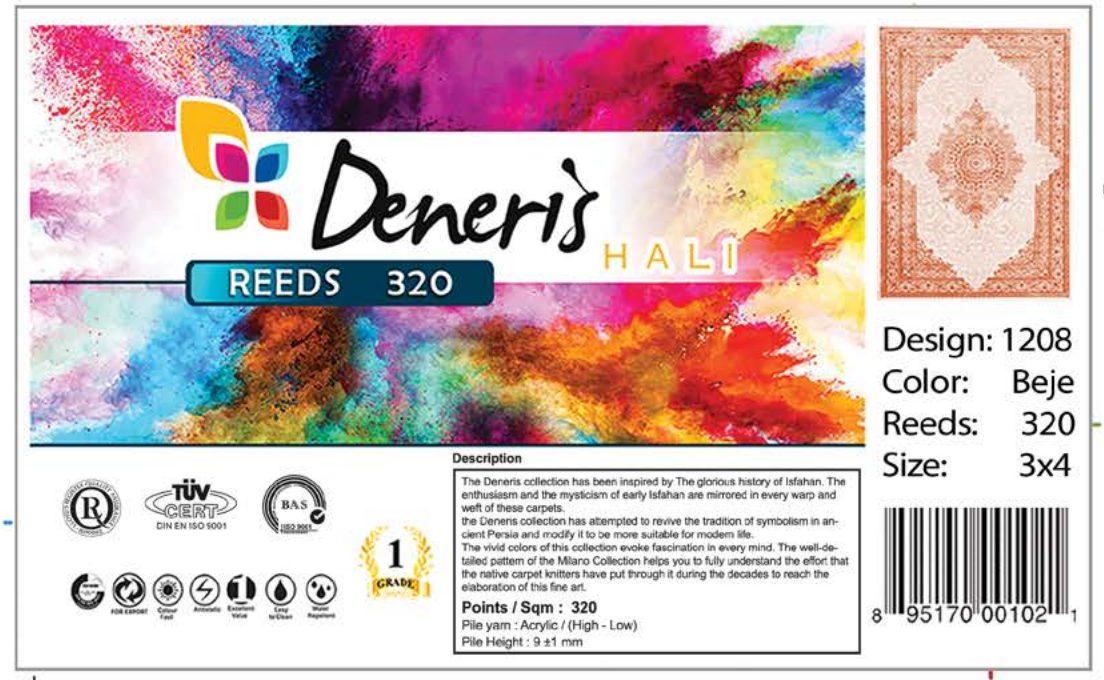
FORMAK

ARADNASSAJ

THE REVOLUTION OF PRINTING

High-Volume Inkjet Label Printer

چاپ نقشه فرش



چاپ اطلاعات

چاپ به میزان مورد نیاز

چاپ بارکد

- چاپ اتیکت به میزان مورد نیاز
- تنوع طرح و رنگ و اندازه
- چاپ مستقیم بارکد و نقشه فرش
- چاپ ۲۰۰۰ عد اتیکت در هر ساعت
- چاپ کاتالوگ

تهران

تلفن: (+98)21-88174715

موبایل: (+98)912-5430519

www.satinetiket.com

P. O. Box. 22286 Ajman, U.A.E.

No 2/14, First Malek Abasabad bazaar, Tehran,Iran. Satin Etiket
Postal Code: 1163734785

SATIN etiket

آیا انتخاب سنگاپور برای برگزاری نمایشگاه ITMA آسیا انتخاب درستی بود؟

نویسنده: بهنام قاسمی

انتخاب سنگاپور به عنوان میزبان نمایشگاه ITMA آسیا تصمیمی است که به ویژه برای صنعت نساجی و ماشین آلات نساجی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این انتخاب نه تنها به دلایل جغرافیایی و اقتصادی بلکه به دلایل خاصی همچون سهولت در سفر و دسترسی به بازارهای بزرگ آسیا نیز قابل توجه است.

در این مقاله، به بررسی دلایل و چالش‌های این انتخاب خواهیم پرداخت و نظرات فعالان صنعت را تحلیل می‌کنیم.

دلایل انتخاب سنگاپور

یکی از دلایل اصلی انتخاب سنگاپور به عنوان میزبان نمایشگاه ITMA آسیا, سهولت در دریافت ویزا برای بازدید کنندگان از کشورهای مختلف است.

سنگاپور یکی از معدود کشورهایی است که برای بیش از ۱۲۹ کشور ویزای فرودگاهی یا معافیت از ویزا را فراهم کرده است.

این ویژگی برای بسیاری از کشورهایی که معمولاً با مشکلات دریافت ویزا برای سفر به کشورهای اروپایی یا حتی چین روبه‌رو هستند، بسیار حائز اهمیت است.

به ویژه برای بازدیدکنندگان از کشورهای آسیایی مانند پاکستان، بنگلادش، هند، ایران و سایر کشورهای مشابه، این تسهیلات سنگاپور می‌تواند به طور چشمگیری تعداد بازدیدکنندگان نمایشگاه را افزایش دهد.

عدم وجود مشکلات ویزا و سهولت در سفر می‌تواند موجب جذب تعداد بیشتری از شرکت‌کنندگان شود و این خود از عوامل کلیدی موفقیت برگزاری ITMA آسیا در سنگاپور خواهد بود.

مزایای انتخاب سنگاپور

سنگاپور تنها از لحاظ سهولت ویزا، بلکه از نظر زیرساخت‌های تجاری و اقامتی نیز دارای مزایای بسیاری است. این کشور به عنوان یک هاب تجاری و مالی در آسیا شناخته می‌شود که دسترسی به بازارهای مهم و بزرگ آسیایی را به راحتی فراهم می‌آورد.

همچنین، سنگاپور دارای زیرساخت‌های پیشرفته‌ای در زمینه حمل و نقل، هتل‌ها و مراکز اقامتی با کیفیت بالا است که می‌تواند تجربه خوبی را برای شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان فراهم کند.

طبق اطلاعات موجود در سایت ITMA ASIA + CITME ۲۰۲۴ این رویداد بزرگ که در شانگهای چین برگزار می‌شود، بیش از ۱۷۰۰ شرکت از ۲۲ کشور را گرد هم می‌آورد.

این نمایشگاه در حال تبدیل شدن به یک رویداد بزرگ برای نمایش جدیدترین فناوری‌ها و ابتکارات در صنعت نساجی است.

همچنین، سنگاپور با تبدیل شدن به میزبان نمایشگاه بعدی در سال ۲۰۲۵، نشان‌دهنده اهمیت آن در صنعت نساجی است و می‌تواند مرکز اصلی این صنعت در منطقه آسیای جنوب شرقی شود.

نظرات فعالان صنعت نساجی

نظرات فعالان صنعت نساجی در خصوص انتخاب سنگاپور برای برگزاری ITMA آسیا بسیار مثبت است. آقای Alejandro Galleco، مدیر انجمن ماشین‌سازان نساجی اسپانیا، در این خصوص اظهار داشت:

"این تصمیم درستی است که توسط انجمن ماشین‌سازان نساجی اروپا و شرکای چینی برای برگزاری ITMA آسیا در سنگاپور گرفته شده است.

همواره عدم حضور مدیران و صاحبان صنایع در نمایشگاه‌های تجاری در سال‌های اخیر یک امر مهم بوده و برخی غرفه‌گذاران حضور در نمایشگاهی که امکان بازدید مشتریان را نداشته باشند را بی‌معنی می‌دانند.

بنابراین، انتخاب کشوری که مشکلات ویزا و سفر را برای اهالی این صنعت رفع کند، بسیار مهم است. ما به عنوان انجمن ماشین‌سازان نساجی اسپانیا از این تصمیم خوشحالیم."

آقای Alex Mandel از شرکت بروکنر نیز در این باره اشاره کرد که:

"برگزاری ITMA آسیا در سنگاپور یک شانس مهم برای جان تازه بخشیدن به این نمایشگاه است. به نظر من، ITMA آسیا هر ساله بیش از قبل در حال تبدیل شدن به یک رویداد کاملاً منطقه‌ای بوده و حتی در آخرین دوره نمایشگاه درسال ۲۰۲۴، بسیاری از بازدیدکنندگان چینی بودند و چندان جنبه بین‌المللی نداشت.

سنگاپور می‌تواند با تسهیل حضور بازدیدکنندگان از کشورهای مختلف، این مشکل را حل کند. در حال حاضر، تعداد نمایشگاه‌های تجاری نساجی در دنیا بسیار افزایش یافته و ما با دقت زیادی برای انتخاب نمایشگاه‌های خوب تصمیم می‌گیریم."

آقای Gerd Paul Wienand از شرکت تروچلر نیز در مورد نمایشگاه سنگاپور گفت:

"تعدد نمایشگاه‌های ماشین‌آلات نساجی در جهان مزیت‌های خودش را هم دارد. مثلا شما در هر چند ماه یکبار می‌توانید در یک گوشه از دنیا در یک نمایشگاه حضور یابید و مشتریان قبلی و پتانسیل‌های جدیدی را از نزدیک ملاقات کنید و این یک فرصت خوب است.

من به نمایشگاه سنگاپور هم بسیار خوشبینم و ما سعی می‌کنیم در سنگاپور بسیار پرقدرت ظاهر شویم و از مزایای این نمایشگاه استفاده کنیم."

آقای Fritz Legler از شرکت اشتابلی نیز در مورد نمایشگاه ITMA آسیا اظهار داشت:

"به نظر من تعداد نمایشگاه‌های نساجی در بخش ماشین‌آلات نساجی بسیار افزایش یافته است و باید انجمن‌های نساجی در اروپا و انجمن ماشین‌سازان نساجی اروپا برای کاهش این نمایشگاه‌ها تصمیمات جدی اتخاذ کنند.

در حال حاضر فاصله نمایشگاه‌های ماشین‌آلات نساجی به زیر یک سال رسیده و شرکت‌ها نمی‌توانند در همه این رویدادها شرکت کنند و این مسأله زمان و هزینه بالایی برای شرکت‌ها در بر خواهد داشت."

چالش ها و نگرانی ها

با وجود مزایای بسیار، انتخاب سنگاپور برای برگزاری نمایشگاه ITMA آسیا بدون چالش نیست. یکی از چالش‌ها این است که سنگاپور به عنوان کشوری با تولیدات صنعتی محدود در بخش ماشین‌آلات نساجی و کارخانجات نساجی، ممکن است نتواند همانند کشورهای بزرگ صنعتی نظیر هند، ترکیه، ایتالیا و آلمان، جذابیت زیادی برای بازدیدکنندگان صنعتی ایجاد کند.

این مسئله می‌تواند تأثیر منفی بر حضور بازدیدکنندگان و غرفه‌گذاران داشته باشد، چرا که بسیاری از شرکت‌ها ترجیح می‌دهند در نمایشگاه‌هایی حضور یابند که در کشورهایی با تولیدات بزرگ و صنایع پیشرفته برگزار می‌شود.

در حال حاضر نیز اغلب نمایشگاه های مهم و مطرح ماشین آلات نساجی در دنیا در شهرهایی برگزار می شود که خود صاحب صنعت نساجی قویه هستند.

چالش دیگری که در صنعت نمایشگاه‌های نساجی مشاهده می‌شود، کاهش نوآوری‌ها و دستاوردهای جدید در این صنعت است.

بسیاری از بازدیدکنندگان نمایشگاه‌ها به خوبی می‌دانند که دیگر مانند گذشته نمی‌توانند شاهد دستاوردهای جدید و شگفت‌انگیزی در زمینه ماشین‌آلات نساجی باشند و این شاید رغبت آنها برای سفر را کم کند.

این کاهش نوآوری‌ها دلایل خاص خود را دارد. یکی از این دلایل، نزدیک شدن زمان برگزاری نمایشگاه‌ها است که باعث می‌شود

شرکت‌های ماشین‌ساز نتوانند به سرعت نوآوری‌های جدید را ارائه دهند.

همچنین، محدودیت‌های فنی و فیزیکی در تولید ماشین‌آلات نساجی باعث شده است که شرکت‌ها بیشتر بر روی بهینه‌سازی سیستم‌ها، کاهش مصرف انرژی و اتوماسیون تمرکز کنند، تا تغییرات انقلابی در ساخت و عملکرد ماشین‌آلات.

نتیجه گیری:

در نهایت، انتخاب سنگاپور به عنوان میزبان نمایشگاه ITMA آسیا مزایای زیادی از جمله سهولت دسترسی به بازارهای آسیایی، تسهیل در فرآیند ویزا و زیرساخت‌های تجاری و اقامتی را به همراه دارد.

با این حال، چالش‌هایی مانند عدم وجود صنایع بزرگ در حوزه نساجی و ماشین‌آلات در سنگاپور ممکن است بر جذابیت این رویداد تأثیر بگذارد. با این وجود،

می‌توان گفت که سنگاپور با توجه به ویژگی‌های خاص خود، می‌تواند گزینه مناسبی برای برگزاری این نمایشگاه مهم باشد و به رشد و توسعه صنعت نساجی و ماشین‌آلات در منطقه آسیا کمک کند.

نمایشگاه استانبول و استراتژی های آینده صادرات فرش ماشینی

خانم سلامی مدیر اجرایی سمپوزیوم صادرات فرش ماشینی

گفتگو با مدیر اجرایی سمپوزیوم صادرات فرش ماشینی درباره دومین نمایشگاه فرش استانبول

خانم سلامی مدیر اجرایی سمپوزیوم صادرات فرش ماشینی: این نمایشگاه نسبت به سال گذشته پیشرفت‌های چشمگیری داشته است.

مشتریانی که برای اولین بار با فرش ایرانی آشنا می‌شدند، علاقه‌مند به خرید بودند و این برای ما بسیار خوشحال‌کننده است. فرش ایرانی با فرش ترک تفاوت‌هایی دارد که می‌تواند مشتریان خاص خود را جذب کند.

مهمانانی از عربستان و کشورهای حوزه خلیج فارس نیز در نمایشگاه حضور داشتند که بسیاری از آن‌ها برای اولین بار قصد خرید فرش ایرانی را داشتند. به طور کلی نمایشگاه امسال از لحاظ کیفیت و تنوع خوب بود و امیدواریم که در سال‌های آینده ایرانی‌ها جایگاه بهتری پیدا کنند.

سمپوزیوم صادرات فرش ماشینی

امسال سومین دوره سمپوزیوم صادرات فرش را برگزار کردیم و خدا را شکر استقبال بسیار خوبی از آن صورت گرفت. در این دوره، نمایندگان از کشورهای مختلف حضور داشتند و صادرکنندگان ایرانی توانستند ارتباطات زیادی برقرار کنند.
این سمپوزیوم‌ها بستری مناسب برای عقد قراردادهای طولانی‌مدت و صادرات موفق به کشورهای مختلف شده است.

با توجه به تجربه سه ساله، در نظر داریم که سمپوزیوم‌های آینده را به یک سلسله نشست‌های تخصصی در طول سال تبدیل کنیم تا ارتباطات بین صادرکنندگان و مشتریان بیشتر و راحت‌تر شکل بگیرد.
به زودی جزئیات این نشست‌ها را از طریق رسانه کهن و صفحه رسمی سمپوزیوم به اطلاع شما خواهیم رساند.

چالش‌ها و فرصت‌های پیش رو

یکی از چالش‌هایی که در طول این سال‌ها با آن روبرو بوده‌ایم، کپی کردن ایده‌های نو و بی‌اثر شدن آن‌هاست. این امر به دلیل اجرای سطحی برخی ایده‌ها رخ می‌دهد که هیچ تاثیری در صنعت نداشته و مشکلات را حل نمی‌کند. بنابراین، برای اجرای یک ایده، باید آن را به درستی و با دقت اجرا کنیم تا نتیجه مطلوب حاصل شود.

ما در سمپوزیوم به دنبال ایجاد ارتباطات عمیق و موثر هستیم و تلاش می‌کنیم که هر سال تمرکزمان بر کشورهای خاصی باشد که با آن‌ها ارتباطات تجاری داریم.

هدف ما تنها افزایش تعداد کشورها نیست، بلکه ایجاد روابط کاری است که منجر به صادرات بیشتر و پایدارتر شود.

نقش رسانه‌ها و همکاری با اتاق‌های بازرگانی

ما از رسانه کهن به دلیل پوشش کامل و دقیق رویدادهای صنعت فرش تشکر می‌کنیم. در این راستا، همچنین با اتاق‌های بازرگانی همکاری‌های نزدیکی داریم تا مسیرهای مختلف صادراتی را شناسایی و مشکلات موجود را برطرف کنیم.

این همکاری‌ها به ما کمک می‌کنند تا راهکارهای بهتری برای انتقال پول و انجام معاملات بین‌المللی پیدا کنیم.

آینده صادرات فرش ایران

صنعت فرش ایران پتانسیل زیادی برای صادرات دارد، بیشتر از حجم فعلی که در بازار وجود دارد. ما با انجام مطالعات مستمر، سعی داریم تا بازارهای جدیدی شناسایی کرده و صادرات خود را گسترش دهیم.

به همین دلیل تمرکز ما بر شناسایی نیازهای مختلف بازارهای جهانی، طراحی‌های جدید و بهبود کیفیت تولید است.

در نهایت، هدف ما افزایش صادرات از طریق ارتباطات بلندمدت و قراردادهای موثر است.

امیدواریم که در دوره‌های بعدی سمپوزیوم‌ها، این مسیر ادامه پیدا کند و بتوانیم بازارهای جدید را شناسایی و صادرات فرش ایرانی را در سطح جهانی افزایش دهیم.

راهنمای کمپرسورهای هوا برای فصل زمستان از شرکت فرافن هوا

شرکت فرافن هوا یکی از پیشگامان در ارائه خدمات و تجهیزات مربوط به کمپرسورهای هوا است.

این شرکت با ارائه انواع کمپرسورهای هوا، تأسیسات و خدمات نگهداری مرتبط، به صنایع مختلف کمک می‌کند تا از بهره‌وری بالاتر و عملکرد بهینه دستگاه‌های خود اطمینان حاصل کنند.

فرافن هوا با داشتن تیم متخصص و تجربه گسترده در این حوزه، به عنوان یک تأمین‌کننده معتبر در صنعت کمپرسور، در تلاش است تا به نیازهای مشتریان خود در زمینه تعمیر، نگهداری و نصب کمپرسورها پاسخ دهد.

مقدمه ای برکمپرسور

امروزه کمپرسورها از تجهیزات پرکاربرد در صنعت می‌باشند. کمپرسور وسیله ای جهت فشرده سازی گازها می‌باشد.

هوای تولیدی توسط کمپرسور، به وسیله ی لوله های فشار قوی جهت استفاده یا ذخیره‌سازی به مخازن هوا منتقل می شود.

می توان گفت، کمپرسور هوا از تجهیزات بزرگی مثل زیر دریایی ها گرفته تا وسایل حمل و نقل عمومی و کارهای پزشکی مورد استفاده قرار میگیرد.

کمپرسور هوا جزو بهترین تجهیزات انتقال انرژی می باشند و از لحاظ به صرفه بودن و ایمنی از انرژی بخار و باتری مناسب تر هستند.

ذخیره هوای تولیدی توسط کمپرسور ها کار پیچیده ای نیست و نیاز به تجهیزات و دستگاه های پیشرفته ای ندارد.

از آنجایی که کمپرسورهای هوا در گستره ی وسیعی از کارها و مشاغل قابل استفاده هستند و کاربردهای ویژه‌ای دارند توجه به تعمیر و نگهداری آن ها از عوامل موثر در عملیاتی بودن و کارایی داشتن آن هاست.

انجام به موقع سرویس نگهداری کمپرسورها میتواند از بروز مشکلات بزرگ تر جلوگیری کند.
جهت استفاده از کمپرسورهای هوا باید در ابتدا نفرات کاربر کتابچه دستگاه ها را مطالعه کنند و آموزش های لازم را جهت بهره برداری از دستگاه ها دیده باشند.

هرچند در سالیان اخیر در فصول سرد خبری از سرمای شدید و بارش برف سنگین نیست ولی با این وجود کمپرسورها به دماهای زیر ۱۰ درجه سانتیگراد حساس هستند مخصوصا اگر دما به زیر ۵ درجه سانتیگراد برسد که مشکلات عدیده ای را برای این دستگاه ها ایجاد میکند.

بسیاری از کارخانجات و شرکت ها در فصل زمستان با وجود سرمای هوا آسیب های جدی در سیستم های خود داشته اند. دمای سرد زمستان عملکرد کمپرسورهای هوا را به شدت تحت تأثیر قرار میدهد .

بهترین کار این است که قبل از شروع فصل زمستان کمپرسورها را مورد بررسی قرار دهیم و اشکالاتی که وجود دارد را مرتفع کنیم. در این مقاله قصد داریم تا نحوه آماده کردن کمپرسور هوا برای فصل زمستان را برای شما تشریح کنیم.

انواع کمپرسورها:

کمپرسورها بصورت کلی به انواع جابجایی مثبت مانند کمپرسور اسکرو و گریز از مرکز تقسیم می شوند. از لحاظ مصرف انرژی ۱۶ درصد انرژی برق موتور های صنعتی توسط کمپرسورها مصرف می شوند .

مشکلات ایجاد شده در کمپرسورها:

کمپرسورها میانهی جالبی با فصل سرما ندارند. دمای مناسب برای عملکرد کمپرسور هوا بین ۱۰ تا ۳۰ درجه سانتیگراد است.

با کاهش دما، روغن کمپرسور سرد میشود و غلظت آن بالا میرود، در زمان روشن کردن کمپرسور، فشار بسیار زیادی به کمپرسور و الکتروموتور وارد میشود.

سوختن الکتروموتور کمپرسور، سوراخ شدن رادیاتور، ترک خوردن لوله های انتقال هوا، خرابی فیلتر درایر و... بخشی از این خرابی هایی است که در فصل سرد اتفاق میافتد.

همچنین اگر کیفیت روغن کمپرسور پایین باشد یا مدت زمان زیادی از تعویض آن گذشته باشد، مقدار آب ایجاد شده در روغن افزایش میابد و در زمان سرما به ذرات یخ تبدیل می شود.

بهتر است در زمان شروع فصل سرما کمپرسورها را تعویض روغن کنید تا از خرابی های احتمالی جلوگیری کنید عملکرد درایر نیز در دمای زیر ۵ درجه مختل می شود و نمیتواند رطوبت را از هوا جدا کند در نتیجه مقدار زیادی آب، وارد ماشین آلات شده و باعث به یخ زدگی و خوردگی آنها می شود.

راه کارهای جلوگیری از خرابی های کمپرسورها در فصل زمستان

برنامه بازدید از کمپرسورها جهت کاربران و اپراتور ها از قبل آماده شده و در اختیار آنها باشد که شامل چگونگی عملکرد دستگاه، اقدامات ایمنی و اقداماتی که باید روزانه بر روزی دستگاه انجام شود.

جهت تجهیزات مهم بخصوص کمپرسورها بهتر است دفترچه ی تعمیرات انجام شده تشکیل شود که در صورت تعویض و جابجایی اپراتور ها نفرات جایگزین به راحتی از اقدامات انجام شده در گذشته بر روی دستگاه ها و همچنین نحوه ی انجام آنها اطلاع پیدا کرده و از آن بهره برداری لازم را داشته باشند .

حتما کمپرسور هوا و درایر را در یک اتاق مخصوص نگهداری کنید با دمای بالای ۱۰ درجه سانتیگراد.

به صورت منظم شیر برقی های مربوط به تخلیه آب را همیشه چک کنید تا از عملکرد درست آنها در تخلیه آب اطمینان حاصل نمایید.

تنظیمات بارگذاری کمپرسورها را طوری قرار دهید که در دمای زیر ۱۰ درجه سانتیگراد بدون بار و بصورت خلاص کار کند و بعد از اینکه کمپرسور به دمای بالای ۱۰ درجه رسید زیر بار برود و عمل تراکم را انجام دهد.

از عملکرد صحیح درایر مطمئن شوید. درایر اگر درست کار کند رطوبت موجود در هوای فشرده کاملا گرفته می‌شود و از یخ زدگی احتمالی جلوگیری میکند.

شلنگ ها و تسمه های کمپرسور هوا قبل از آغاز فصل سرد بازدید شده و درصورت نیاز تعویض گردد.
در صورت نیاز میتوان از وسایل گرمایشی جهت گرم نگه داشتن کمپرسورها استفاده کرد.

نسل جدید واحد های هواساز دبل استیج ۱۵٪ هوا دهی بیشتر ۱۵۰۰ دور

نسل جدید الکتروموتورهای بدون بلبرینگ القا دائم (PM)

فرافن هوا

پیشرو در تکنولوژی **نوآوری در صنعت هوای فشرده**

کمپرسورهای هوای فشرده اسکرو روغنی
۱متر مکعب بر دقیقه الی ۷۰ متر مکعب بر دقیقه
نسل جدید کمپرسور دبل استیج با ۱۵٪هوادهی بیشتر تا ۱۱۰ متر مکعب
نسل جدید الکتروموتورهای کمپرسور بدون بلبرینگ القا دائم(PM)
کمپرسور های فشار قوی ۳۰-۳۰۰بار
تجهیزات وابسته نظیر بوستر ، درایر تبریدی و جذبی و مخازن هوای فشرده استاندارد
و همچنین ارائه دهنده خدماتی نظیر تامین قطعات تله آبگیر ، روغن ، فیلتر روغن ، فیلتر سپراتور ،قطعات درایر و....هوای فشرده آماده ارائه محصولات و خدمات به کلیه مشتریان محترم در همه صنوف میباشد

farafan

More Information At
www.farafanhava.com

تلفن دفترمرکزی:۰۲۱۴۴۹۶۹۸۶۰
تلفن کارخانه: ۰۲۱۶۵۷۶۷۷۲۴
همراه: ۰۹۱۹۳۷۶۷۴۲۸

Email:
Marketing@farafanhava.com

Colombiatex۲۰۲۵ با ثبت رکورد جدید نقطه عطفی در صنعت مد آمریکای لاتین

نمایشگاه Colombiatex de las Americas ۲۰۲۵ با ثبت بیش از ۲۹ هزار بازدیدکننده، از جمله ۱۷،۸۰۰ خریدار ملی و بین‌المللی، به رکوردی جدید دست یافت.

این رویداد که میزبان ۶۱۹ غرفه‌دار بود، ۴٪ بیشتر از دوره قبل تأثیر اقتصادی ۱۰.۲ میلیون دلاری برای شهر مدئین به همراه داشت که در بخش‌هایی مانند اقامت، حمل‌ونقل و گردشگری غذایی منعکس شد.

در شرایطی که صنعت مد جهانی در لحظه‌ای کلیدی قرار دارد، این نمایشگاه در ۳۷مین دوره خود تأثیری چشمگیر بر اقتصاد جهانی مد گذاشت و اتصالات استراتژیکی میان شرکای تجاری از بیش از ۲۰ کشور مختلف ایجاد کرد.

سباستین دیز، مدیرعامل Inexmoda، درباره اهمیت این نمایشگاه گفت: "ما به انعطاف‌پذیری و سرعت واکنش صنعت مد در مواجهه با چالش‌های جهانی افتخار می‌کنیم.

این دوره نه‌تنها نشان‌دهنده‌ی خوش‌بینی کارآفرینان در سراسر زنجیره ارزش ملی است، بلکه علاقه‌ی آن‌ها به برقراری ارتباط با بازارهای بین‌المللی و ایجاد فرصت‌های جدید را نیز برجسته می‌کند.

ویژگی منحصربه‌فرد این نمایشگاه، ارائه‌ی ارزش پیشنهادی نوآورانه، خلاق و با پیشینه‌ای غنی است."

پلی برای گسترش تجارت میان کشورهای آمریکای لاتین

این نمایشگاه نقش کلیدی زنجیره تولید در میان کشورهای آمریکای لاتین را تقویت کرد و فرصت‌هایی برای توسعه در بازارهای استراتژیک در اختیار کارآفرینان و خریداران قرار داد.

در فضایی به وسعت ۱۲ هزار مترمربع در مرکز همایش‌های Plaza Mayor مدئین، تولیدکنندگانی از آنتیوکیا، کوندیدامارکا، واله دل کائوکا، سانتاندر و نورته د سانتاندر، همراه با نمایندگانی از برزیل، ایتالیا، ترکیه، ایالات متحده، پرو و اکوادور، آخرین نوآوری‌های خود در نساجی، مواد اولیه، ماشین‌آلات و راهکارهای پایدار را به نمایش گذاشتند و توانایی این منطقه را برای رقابت در بازار جهانی به اثبات رساندند.

در مجموع، ۱۵,۹۰۰ خریدار ملی از نقاط مختلف کلمبیا و ۱,۹۰۰ خریدار بین‌المللی از اکوادور، ونزوئلا، پرو، مکزیک و ایالات متحده در این نمایشگاه حضور یافتند که نشان‌دهنده‌ی اهمیت کلمبیا در زنجیره ارزش جهانی مد است.

از میان این خریداران، ۴۲۰ نفر از طریق برنامه‌ی ProColombia به این نمایشگاه آمدند که این تعاملات منجر به بیش از ۲۵ میلیون دلار مذاکرات صادراتی و بیش از ۴ میلیون دلار معاملات فوری شد.

مد آمریکای لاتین در مسیر تحول و بین‌المللی‌سازی

نمایشگاه Colombiatex de las Americas ۲۰۲۵ ثابت کرد که مد در آمریکای لاتین همچنان در حال تحول، بین‌المللی‌سازی و تمرکز بر پایداری است.

در این دوره، دسته‌بندی "Full Package" به‌عنوان یکی از استراتژیک‌ترین بخش‌ها مورد توجه قرار گرفت. این بخش فرصتی را برای شرکای تجاری جهانی فراهم کرد تا در آمریکای لاتین به زنجیره تأمین کارآمد، باکیفیت و مبتنی بر لجستیک پیشرفته دسترسی داشته باشند.

مدئین، مرکز جهانی صنعت مد

در جریان نمایشگاه، Inexmoda دو پلتفرم جدید را معرفی کرد که کلمبیا را به‌عنوان مرکز دانش، نوآوری و فناوری در صنعت مد معرفی خواهند کرد:

Colombia Fashion Summit:
اولین اجلاس بین‌المللی صنعت مد که در ۱۰ مهر ۱۴۰۴ برگزار خواهد شد و بر روندهای جدید، مدل‌های تجاری و گسترش بین‌المللی تمرکز خواهد داشت.

NEXTECH:
اولین نمایشگاه تخصصی آمریکای لاتین در زمینه فناوری، ماشین‌آلات و نوآوری در زنجیره ارزش مد که در ۳۱ شهریور تا ۲ مهر ۱۴۰۵ برگزار خواهد شد.

این رویدادها، در کنار Colombiatex de las Americas، نه‌تنها رقابت‌پذیری صنعت را تقویت می‌کنند، بلکه مدئین را به کانون توجه جهانی برای رویدادهای تجاری و مد تبدیل خواهند کرد.

طبق گزارش INVAMER، این نمایشگاه به‌تنهایی تأثیری ۱۰.۲ میلیون دلاری بر اقتصاد مدئین داشته که در بخش‌هایی مانند اقامت، حمل‌ونقل و گردشگری غذایی منعکس شده است.

ماریا فرناندو گالیانو روخو، دبیر توسعه اقتصادی مدئین، در این باره گفت: "علاوه بر موفقیت تجاری این نمایشگاه، شهر مدئین جایگاه خود را به‌عنوان مرکز صنعت نساجی، پوشاک و مد در آمریکای لاتین تثبیت کرده است.

این امر تعهد ما را نسبت به توسعه گردشگری، تجارت و گشایش بازارهای جدید تأیید می‌کند، که در نهایت، منجر به ایجاد فرصت‌های شغلی و اقتصادی برای مردم مدئین می‌شود."

تمرکز بر پایداری: دعوت به "بازآفرینی"

پایداری یکی از محورهای اصلی این نمایشگاه بود. مسیر ویژه‌ی "Sustainability Route" بیش از ۴۰ شرکت را معرفی کرد که بر فرآیندهای دایره‌ای و بازیافت در صنعت مد تمرکز دارند. همچنین، "Materials Library" نوآوری‌های جدید در زمینه‌ی مواد اولیه پایدار را به نمایش گذاشت.

خوزه لوئیس کوئینتانا، کارشناس اسپانیایی حقوق مد، در سخنرانی خود به فرصت‌های گسترده‌ی کلمبیا در زمینه طراحی پایدار اشاره کرد و راهکارهای ارائه‌شده توسط شرکت‌های محلی را ستود.

این نمایشگاه همچنین بیش از ۳,۱۰۰ فرصت شغلی مستقیم و غیرمستقیم ایجاد کرد که تأثیر اجتماعی بالای این رویداد را نشان می‌دهد.

Colombiatex، سکوی پرتاب صنعت مد آمریکای لاتین به بازارهای جهانی

نمایشگاه Colombiatex de las Americas نقش کلیدی در معرفی کلمبیا و منطقه‌ی آمریکای لاتین به‌عنوان مقصدی مهم برای بازار جهانی مد ایفا می‌کند.

این نمایشگاه که تقویم رویدادهای صنعت مد را افتتاح می‌کند، برای سال ۲۰۲۵ (۱۴۰۴) رشدی ۴ درصدی پیش‌بینی کرده است.

Inexmoda، با تمرکز بر بین‌المللی‌سازی، زنجیره تأمین و رقابت‌پذیری، بار دیگر تعهد خود را نسبت به کارآفرینان و جایگاه صنعت مد آمریکای لاتین در عرصه جهانی اثبات کرد.

RAAHI
TEXTILE STUDIO

طراحی تخصصی چاپ پارچه

Raahi Textile Design Studio

راحیـــلا پروانه‌وار

طراحی چاپ:

روتاری

سیلک اسکرین

دیجیتال

- Rotary Printing
- Silk screen Printing
- Digital & Sublimation Printing

استودیو تخصصی طراحی چاپ پارچه "راحی "

- ۱۸ سال سابقه فعالیت حرفه‌ای در صنعت نساجی
- همکاری با تولیدکنندگان پارچه و پوشاک
- آموزش حرفه‌ای تیم‌های طراحی
- همکاری با دانشگاه‌های معتبر کشور

- تحلیل و بررسی روند بازار
- پیشرو و همگام با ترندهای جهانی
- مشاوره سبک طراحی و چاپ
- طراحی کلکسیون‌های اختصاصی
- طراحی سفارشی مبتنی به نیاز مشتری
- ایجاد پالت رنگی تخصصی
- استفاده از تکنیک‌های هنری
- استفاده از نرم‌افزارهای به روز
- فیلم‌سازی و تفکیک رنگ

فرایند طراحی حرفه‌ای؛
گام نخست تولید متمایز و پیشرو !

09127942665

@Raahistudio

@Rparvane

texstudioraahi@gmail.com

نقش هوش مصنوعی در آینده صنعت نساجی، با تأکید بر طراحی فرش

آقای وحید یوسفیان مدیرعامل شرکت نقش یار

نقش هوش مصنوعی در آینده صنعت نساجی از جنبه‌های مختلف قابل بررسی است. یکی از مهم‌ترین این جنبه‌ها که ما هم در حال حاضر در آن فعالیت می‌کنیم، حوزه طراحی است. در این بخش می‌توان از دیدگاه‌های مختلفی به مسئله نگاه کرد.

ساده‌سازی و تسریع فرایند طراحی فرش با استفاده از ابزارهای نوین

مسیری که ما در آن گام برداشته‌ایم این است که فرایند طراحی فرش را ساده‌تر و سریع‌تر کنیم. در این راستا، ابزارهایی را ارائه داده‌ایم که کمک می‌کنند این فرایند راحت‌تر شود.

نکته مهم این است که این ابزارها همیشه مبتنی بر هوش مصنوعی نیستند؛ بلکه در بسیاری از مواقع از الگوریتم‌های ساده یا الگوریتم‌های کلاسیک نرم‌افزاری استفاده می‌کنیم که می‌تواند به‌طور مؤثری کمک کند.

فرایند طراحی فرش معمولاً شامل مراحلی مانند طراحی نقشه مدادی، تبدیل نقشه به نقطه، سایه‌زنی، رنگ‌آمیزی و در نهایت تولید در اندازه‌های مختلف است.

هدف ما این است که در هر یک از این مراحل، ابزارهایی ارائه دهیم که روند کار را تسریع کنند. با توجه به نیازسنجی‌هایی که در بازار انجام دادیم، از انتهای این فرایند شروع کرده‌ایم و تمرکز خود را روی تسریع تولید فرش در اندازه‌ها و اشکال مختلف قرار داده‌ایم.

برای مثال، ابزارهایی مانند ری‌سایز فرش و ابزارهای دایره‌ای و بیضوی به همین منظور طراحی شده‌اند.

با پیشرفت در این مسیر، ما به‌دنبال این هستیم که هوش مصنوعی را وارد مراحل مختلف فرایند طراحی کنیم تا بتواند کمک بیشتری به طراحان و تولیدکنندگان کند.

به‌ویژه در مراحل ابتدایی که نیاز به خلق ایده‌ها و طراحی نقشه‌های جدید است، ممکن است هوش مصنوعی بتواند نقش مؤثری ایفا کند و بخش عمده‌ای از کار را به‌صورت خودکار انجام دهد.

آینده هوش مصنوعی در طراحی نقشه‌های فرش

سوالی که برای بسیاری از طراحان مطرح می‌شود این است که آیا هوش مصنوعی در آینده قادر خواهد بود که به‌طور کامل نقشه‌های فرش را طراحی کند و آماده بافت به تولید برسد؟

به‌نظر من، با توجه به محدودیت‌های فنی فعلی، در کوتاه‌مدت پاسخ به این سوال مثبت نخواهد بود.

در حال حاضر، الگوریتم‌های هوش مصنوعی به‌ویژه در شرکت‌های بزرگ، در فضای RGB کار می‌کنند که محدودیتی از نظر تعداد رنگ‌ها ندارند.

هر پیکسل می‌تواند ۱۶ میلیون رنگ مختلف داشته باشد، اما در صنعت فرش ما تنها از ۸ تا ۱۰ رنگ محدود می‌توان استفاده کرد.

این محدودیت فعلاً مانع از آن می‌شود که هوش مصنوعی به‌طور کامل نقشه‌ها را طراحی کند.

اما با گذشت زمان و پیشرفت تکنولوژی، احتمالاً این محدودیت‌ها از میان برداشته خواهد شد. همچنین، روند آموزش هوش مصنوعی به کمک داده‌های دریافتی از صنعت، در آینده به مراتب ساده‌تر خواهد شد.

در حال حاضر، آموزش الگوریتم‌های هوش مصنوعی نیازمند تخصص در زمینه برنامه‌نویسی و دسترسی به دیتابیس‌های بزرگ است، اما پیش‌بینی من این است که در آینده، این فرایند خودکارتر و برای کاربران ساده‌تر خواهد شد.

در نهایت، می‌توان گفت که هوش مصنوعی پتانسیل زیادی برای بهبود و تسریع فرایند طراحی در صنعت نساجی دارد، اما باید منتظر بود تا تکنولوژی‌های جدید این مسیر را هموارتر کنند.

شخصی‌سازی و تسهیل فرایند برای طراحان

یک راه‌حل نوآورانه که شرکت‌های بزرگ دنیا در حال ارائه آن هستند، این است که هر کسی می‌تواند نقشه‌ها، تصاویر و طرح‌های خود را به هوش مصنوعی بدهد و از آن بخواهد که فرایند آموزش (ترینینگ) را با توجه به داده‌های وارد شده انجام دهد.

به‌این‌ترتیب، هوش مصنوعی می‌تواند به‌صورت دقیق‌تری به اطلاعات و داده‌هایی که ارائه شده، توجه کند و تصاویر بهتری تولید کند.

این اتفاق مشابه با آن چیزی است که در حوزه تولید متن و با استفاده از ابزارهایی مانند چت جی‌پی‌تی می‌بینیم، جایی که می‌توانیم کتاب‌ها یا داده‌های مختلف را به‌عنوان ورودی به سیستم بدهیم و از آن بخواهیم که پاسخ‌هایی بر اساس آن‌ها ارائه دهد.

در آینده نزدیک، این امکان برای تولید تصاویر نیز فراهم خواهد شد و کار طراحان را بسیار ساده‌تر خواهد کرد. به‌ویژه برای طراحانی که مجموعه‌های خوبی از داده‌ها و نقشه‌ها دارند، این امکان به‌وجود خواهد آمد که بدون نیاز به دانش تخصصی در زمینه هوش مصنوعی، بتوانند از این ابزارها استفاده کنند.

به‌عنوان مثال، نرم‌افزارهایی مشابه با نمونه‌های خارجی که هنوز در ایران دیده نمی‌شود، می‌توانند برای طراحی نقشه‌های با ظرافت بالا و تغییر اندازه فرش‌ها استفاده شوند.

این نرم‌افزارها برای شرکت‌های ایرانی که به‌طور خاص به طراحی فرش‌های با دقت بالا و تغییر اندازه‌های مختلف می‌پردازند، بسیار کاربردی است.

در خصوص کیفیت خروجی این نرم‌افزارها باید گفت که نمی‌توان انتظار داشت که پس از استفاده از این ابزارها، نقشه‌ها به‌طور مستقیم برای بافت مورد استفاده قرار گیرند.
اما زمانی که صرفه‌جویی می‌شود، به‌ویژه برای طراحان و ادیتورها، بسیار قابل توجه است.

برای مثال، اگر بخواهیم نقشه‌ای ۹ متری را به ۱۲ متری تبدیل کنیم، این فرایند به‌طور معمول چند روز زمان می‌برد و نیاز به حضور چند نفر دارد.

اما با استفاده از این نرم‌افزارها، این فرایند می‌تواند به یک یا دو روز کاهش یابد. این صرفه‌جویی زمانی در نهایت باعث کاهش هزینه‌ها می‌شود.

در نهایت، می‌توان گفت که این نرم‌افزارها برای همه افراد و شرکت‌ها در این حوزه مفید هستند. شرکت‌ها از آنجایی که هزینه کمتری برای تغییر اندازه می‌پردازند، می‌توانند از این ابزارها سود ببرند. طراحان نیز به‌خاطر اینکه دیگر نیاز نیست زمان زیادی را صرف تغییر اندازه‌ها کنند، می‌توانند طرح‌های بیشتری تولید کنند و درآمد بیشتری کسب کنند.

همین‌طور، ادیتورها نیز می‌توانند راندمان کاری خود را افزایش دهند و در مدت زمان کمتر، بیشتر کار کنند، که در نتیجه درآمدشان بالا می‌رود.

بنابراین، در نهایت هم شرکت‌ها، هم طراحان و هم ادیتورها می‌توانند از این ابزارها به‌طور قابل توجهی سود ببرند و همگی از صرفه‌جویی در زمان و هزینه بهره‌مند شوند.

این ابزارها به‌ویژه در صنعت فرش و پارچه که نیاز به تغییر اندازه تصاویر ایندکس‌شده در تعداد رنگ‌های محدود دارند، کاربرد زیادی خواهند داشت.

نمایشگاه فرش و کفپوش استانبول (CFE)؛ گامی بزرگ برای صنعت فرش ماشینی

آقای مهرداد زکی پور کارشناس صنعت فرش ماشینی

آقای مهرداد زکی پور، از پیشکسوتان صنعت فرش ماشینی کشور، در گفت‌وگویی صمیمانه به بررسی نمایشگاه بین‌المللی فرش و کفپوش استانبول (CFE) پرداخت.
وی با اشاره به اهمیت این رویداد، اظهار داشت که این نمایشگاه در دومین دوره برگزاری خود جایگاه ویژه‌ای در صنعت فرش جهان پیدا کرده است و فراتر از انتظارات ظاهر شده است.

تاریخچه و روند برگزاری نمایشگاه CFE

نمایشگاه CFE نخستین بار در دسامبر ۲۰۲۳ برگزار شد. این رویداد پس از سال‌ها مذاکره و برنامه‌ریزی، توسط صنعت فرش ماشینی ترکیه به‌عنوان یک نمایشگاه مستقل شکل گرفت.

هدف از برگزاری آن، نمایش توانمندی‌های صنعت فرش ترکیه و ایجاد بستری برای توسعه تعاملات تجاری بین‌المللی بود.

به گفته آقای زکی‌پور، نخستین دوره این نمایشگاه بازخوردهای مثبتی به همراه داشت و مشارکت شرکت‌های مختلف، به‌ویژه شرکت‌های ایرانی، قابل توجه بود.
با این حال، برخی انتقادات درباره موقعیت مکانی نمایشگاه نیز مطرح شد.

رشد چشمگیر نمایشگاه در سال ۲۰۲۴

دومین دوره این نمایشگاه امسال پس از تعطیلات سال نو میلادی برگزار شد و نسبت به سال گذشته با افزایش تعداد غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان همراه بوده است.

به‌طور مشخص، متراژ نمایشگاه افزایش یافته و سالن‌های ۹، ۱۰ و ۱۱ که در دوره قبل بسته بودند، امسال به فضاهای نمایشگاهی اضافه شده‌اند.

همچنین، یکی از شرکت‌های بزرگ ترکیه در این سالن‌ها مستقر شده که باعث جذب غرفه‌داران بیشتری به این بخش شده است. در مجموع، نمایشگاه امسال در ۱۱ سالن و با فضایی حدود ۵۵ تا ۶۰ هزار متر مربع برگزار شده که نشان‌دهنده رشد و توسعه آن است.

اتحاد و همدلی، رمز موفقیت نمایشگاه

یکی از نکات قابل توجه در مراسم افتتاحیه، سخنان زین‌العابدین کاپلان، رئیس اتحادیه تولیدکنندگان فرش قاضیان‌تپ، بود.

وی تأکید کرد که اتحاد و همدلی میان اتحادیه‌های استانبول و قاضیان‌تپ، عامل کلیدی در برگزاری موفق این نمایشگاه بوده است.

در حالی که این دو اتحادیه در گذشته رقابت‌هایی داشتند، اما اکنون برای یک هدف مشترک کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند.

چرا ایران نمایشگاه مشابهی ندارد؟

یکی از سؤالاتی که مطرح می‌شود این است که چرا در ایران چنین همگرایی‌ای میان فعالان صنعت فرش ماشینی و دستباف وجود ندارد تا نمایشگاهی مشابه و قدرتمند برگزار شود؟

به نظر می‌رسد که عدم انسجام بین نهادهای مرتبط و نبود سیاست‌گذاری واحد، از موانع اصلی در این مسیر باشد.

نمایشگاه CFE اکنون به یکی از رویدادهای مهم صنعت فرش جهان تبدیل شده است و می‌تواند الگویی برای ایران باشد تا با ایجاد تعامل و همبستگی بیشتر، نمایشگاهی قدرتمند در سطح بین‌المللی برگزار کند.

بررسی تحولات نمایشگاه‌های فرش ترکیه و مقایسه با ایران

یکی از عوامل مهم در برگزاری موفق نمایشگاه فرش و کفپوش استانبول (CFE) اتحاد و هماهنگی بین اتحادیه‌های تأثیرگذار این صنعت در ترکیه بوده است.

در گذشته، اتحادیه‌های مختلف این کشور به دلیل تفاوت در سطح قدرت اقتصادی و تولیدی، رقابت شدیدی با یکدیگر داشتند.

معمولاً زمانی که یک اتحادیه از نظر مالی و تولیدی قوی‌تر از دیگران می‌شود، تمایل به انحصارطلبی پیدا می‌کند. این روند در صنعت فرش ترکیه نیز قابل مشاهده بود.

با این حال، تغییرات جهانی و تحولات نمایشگاه‌های بین‌المللی مانند دموتکس هانوفر، زمینه‌ساز تحولاتی در ترکیه شد.

تعطیلی دو ساله نمایشگاه دموتکس به دلیل شیوع ویروس کرونا، مشکلات اقتصادی در اروپا، افزایش هزینه‌های شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و خروج برخی کشورها مانند بلژیک از رقابت، باعث شد که ترکیه به دنبال ایجاد یک مرکز نمایشگاهی مستقل برای صنعت فرش خود باشد.

تشکیل نمایشگاه CFE و نقش اتحاد اتحادیه‌های ترکیه

در سال ۲۰۲۳، ابتدا مذاکراتی برای همکاری با نمایشگاه دموتکس انجام شد و توافقی برای برگزاری استانبول کارپت اکسپو شکل گرفت.

اما این همکاری در ادامه به نتیجه نرسید و ترک‌ها تصمیم گرفتند به‌طور مستقل نمایشگاهی را برگزار کنند.
نتیجه این تصمیم، شکل‌گیری نمایشگاه CFE (Carpet Flooring Expo) بود که اولین دوره آن در دسامبر ۲۰۲۳ برگزار شد.

نکته کلیدی در موفقیت این نمایشگاه، کنار گذاشتن اختلافات و اتحاد میان اتحادیه‌های مهم استانبول و قاضیان‌تپ بود.

این اتحادیه‌ها به این نتیجه رسیدند که به جای رقابت، باید برای منافع کلی صنعت فرش ترکیه همکاری کنند.

پس از اعلام رسمی نمایشگاه در مه ۲۰۲۳، در کمتر از دو ماه، تمام سالن‌های نمایشگاهی که برای شرکت‌های ترک در نظر گرفته شده بود، تکمیل شد.

این استقبال نشان داد که صنعت فرش ترکیه آماده چنین رویدادی بود و وحدت میان اتحادیه‌ها توانست نمایشگاهی قدرتمند را در سال اول پایه‌گذاری کند.

چرا در ایران چنین اتحادی شکل نمی‌گیرد؟

در ایران، نمایشگاه‌های مرتبط با صنعت فرش ماشینی و دستباف همچنان با چالش‌های متعددی مواجه هستند.

برخلاف ترکیه که اولویت را به هم‌افزایی و همکاری بین اتحادیه‌ها داد، در ایران مشکلات زیر باعث شده که چنین رویداد یکپارچه‌ای شکل نگیرد:

۱. عدم تمرکز بر مسائل کلان صنعتی: بسیاری از اتحادیه‌ها و انجمن‌های فرش ماشینی و دستباف درگیر مشکلات روزمره و چالش‌های اقتصادی هستند، به همین دلیل ایجاد یک نمایشگاه مشترک در اولویت آن‌ها قرار نمی‌گیرد.

۲. نبود همکاری بین اتحادیه‌ها و انجمن‌های مختلف: برخلاف ترکیه که اختلافات داخلی را کنار گذاشت، در ایران همچنان رقابت و عدم هماهنگی بین نهادهای صنفی دیده می‌شود.

۳.کمبود حمایت‌های دولتی و سرمایه‌گذاری خارجی: دولت ترکیه از صنعت فرش به عنوان یکی از ارکان صادرات غیرنفتی حمایت می‌کند، درحالی‌که در ایران حمایت‌های دولتی پراکنده و محدود است.

۴.عدم وجود استراتژی واحد برای توسعه بازارهای بین‌المللی: ترکیه توانست به سرعت جایگاه خود را در بازارهای جهانی تقویت کند، اما در ایران این استراتژی هنوز به‌درستی تدوین نشده است.

چالش‌های نمایشگاه‌های فرش ماشینی در ایران و مقایسه با ترکیه

مشکلات برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی در ایران

در ایران، صنعت فرش ماشینی با وجود تعدد تشکل‌های مرتبط مانند تعاونی قالیبافان، انجمن نساجی، کمیته فرش ماشینی و اتحادیه فرش ماشینی کاشان، همچنان با چالش‌هایی جدی در مسیر برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی روبه‌روست.

مشکل اصلی، نه تنها عدم هماهنگی بین این تشکل‌ها، بلکه نبود زیرساخت‌های لازم و موانع کلان اقتصادی است.

یکی از تفاوت‌های کلیدی بین نمایشگاه‌های ایران و ترکیه، سطح مخاطبان بین‌المللی و خدمات نمایشگاهی است.

در نمایشگاه‌های فرش ترکیه، تعداد زیاد بازدیدکنندگان خارجی، خدمات باکیفیت، برنامه‌ریزی دقیق و استقبال حرفه‌ای از مشتریان، تجربه‌ای موفق را برای شرکت‌کنندگان ایجاد کرده است.

اما در ایران، به دلیل مشکلاتی نظیر کمبود امکانات سخت‌افزاری، عدم برنامه‌ریزی مدون و ضعف در ارتباطات بین‌المللی، نمایشگاه‌ها نتوانسته‌اند به استانداردهای جهانی نزدیک شوند.

برخی از چالش‌های مهم ایران در این زمینه:

۱.نسبت پایین بازدیدکنندگان خارجی: در نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران، نسبت بازدیدکنندگان داخلی به خارجی حدود ۸ به ۱ است، درحالی‌که در نمایشگاه‌های ترکیه این نسبت بسیار بالاتر است.

۲. عدم جذب مشتریان کلیدی: بسیاری از تاجران بین‌المللی از کشورهای هدف، به دلایل مشکلات تجاری و تحریم‌ها، تمایلی به بازدید از غرفه‌های ایرانی ندارند.

۳. موانع زیرساختی: امکانات لازم برای پذیرایی، هماهنگی و مدیریت حرفه‌ای بازدیدکنندگان در نمایشگاه‌های داخلی ایران محدود است.

۴. محدودیت‌های سیاست‌های کلان: حتی در صورت اتحاد بین تشکل‌ها، موانع کلی‌تر اقتصادی و سیاسی، مانع از توسعه نمایشگاه‌های بین‌المللی در ایران شده است.

وضعیت صادرات فرش ماشینی ایران در مقایسه با ترکیه

صادرات فرش ماشینی ایران در مقایسه با ترکیه، به شدت تحت تأثیر تحریم‌ها و مشکلات بانکی قرار دارد.

درحالی‌که ترکیه توانسته بازارهای کلیدی جهانی را تصاحب کند، ایران همچنان به کشورهای اطراف خود وابسته است.

. سهم کشورهای هدف در صادرات فرش ترکیه:

ایالات متحده آمریکا: بزرگ‌ترین مقصد صادراتی، با بیش از یک‌سوم کل صادرات فرش ترکیه

عربستان سعودی: دومین مقصد، به دلیل تقاضای بالای بازار لوکس

انگلستان و آلمان: سومین و چهارمین بازار هدف، با تقاضای زیاد برای محصولات باکیفیت

.سهم کشورهای هدف در صادرات فرش ایران:

. ۷۵ تا ۸۰ درصد صادرات ایران به کشورهای همسایه محدود است.

. امکان ورود به بازارهای بزرگ جهانی تقریباً وجود ندارد.

. شرکت‌های ایرانی به دلیل محدودیت‌های تجاری، نمی‌توانند قراردادهای بین‌المللی بلندمدت ببندند.

چرا ایران از بازارهای جهانی عقب مانده است؟

عدم دسترسی به بازارهای بزرگ: درحالی‌که شرکت‌های ترکیه‌ای با استفاده از زیرساخت‌های تجاری قوی، به بازارهای جهانی راه یافته‌اند، ایران به دلیل مشکلات بانکی و تحریم‌ها، از حضور در بسیاری از بازارهای مهم بازمانده است.

عدم اعتماد تاجران خارجی: وقتی یک تاجر بین‌المللی قصد خرید فرش دارد، نیاز به ثبات تأمین و ضمانت کیفیت دارد.
اما با توجه به مشکلات تجاری ایران، بسیاری از این تاجران ترجیح می‌دهند از ترکیه، چین یا هند خرید کنند.

نبود استراتژی بلندمدت صادراتی: شرکت‌های فرش ترکیه هر ماه آمار صادرات خود را منتشر می‌کنند و کشورهای هدف خود را مشخص می‌کنند. در مقابل، در ایران اطلاعات دقیقی از صادرات فرش ماشینی در دسترس نیست.

چالش‌های نرم‌افزاری صنعت فرش ماشینی ایران در مقایسه با ترکیه

۱. مسئله‌ی اساسی: تفاوت در تجربه‌ی بازارهای جهانی

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌هایی که شرکت‌های فرش ماشینی ایران با آن مواجه‌اند، تفاوت در تجربه‌ی کار در بازارهای بین‌المللی است.

بسیاری از تولیدکنندگان ایرانی در یک بازار بسته و محدود فعالیت کرده‌اند و به دلیل تحریم‌ها، امکان تعامل با بازارهای بزرگ جهانی را نداشته‌اند.

. مثال مقایسه‌ای:

شرکتی در ایران که در بازارهای منطقه‌ای مانند عراق، افغانستان، پاکستان، ارمنستان و روسیه کار می‌کند، با فرآیندهای تجاری ساده‌تر، انتظارات پایین‌تر و استانداردهای کیفی متفاوتی روبه‌روست.

اما یک شرکت ترکیه‌ای که وارد بازار آمریکا، آلمان یا انگلستان شده، مجبور است استانداردهای بالای کیفیت، خدمات مشتری و نرم‌افزارهای حرفه‌ای مدیریت سفارش را رعایت کند.

. نتیجه:
بازار، ذهنیت و سیستم کاری شرکت را شکل می‌دهد.
فعالیت در بازارهای توسعه‌یافته، شرکت‌ها را مجبور می‌کند که سطح کار خود را ارتقا دهند.
شرکت‌های ایرانی به دلیل نبود فرصت‌های کافی در بازارهای بزرگ، هنوز این مسیر را طی نکرده‌اند.

۲. ضعف در بخش نرم‌افزاری و فروش بین‌المللی

بسیاری از کارشناسان معتقدند که مشکل اصلی ایران در فرش ماشینی، نه در تولید بلکه در بخش نرم‌افزاری، بازاریابی و فروش بین‌المللی است.

. چرا این بخش مهم است؟

فرایندهای صادراتی پیچیده‌اند: از لحظه‌ی دریافت سفارش تا تأمین مالی، حمل‌ونقل، گمرک، بیمه و خدمات پس از فروش، همه‌ی این‌ها نیازمند تیم حرفه‌ای و ابزارهای نرم‌افزاری مناسب هستند.

فرهنگ فروش بین‌المللی نیاز به تجربه دارد: در بازاری مثل آمریکا، خریداران توقع دارند که سفارش دقیق، طبق استانداردهای خاص و در زمان مشخص و با کیفیت تضمین‌شده تحویل داده شود. اگر شرکتی نتواند این سطح از هماهنگی را مدیریت کند، بازار خود را از دست می‌دهد.

نیاز به تیم‌های متخصص صادرات: شرکت‌های موفق در ترکیه تیم‌های حرفه‌ای فروش و صادرات دارند که زبان مشتریان هدف را می‌دانند، بازارهای جهانی را درک می‌کنند و فرآیندهای قانونی و مالی را مدیریت می‌کنند. در ایران، این تخصص به‌اندازه کافی توسعه نیافته است.

. نمونه‌ی تجربه‌ی ترکیه:

بسیاری از شرکت‌های ترکیه‌ای که سال‌ها صادرکننده بودند، وقتی اولین سفارش بزرگ از "کاسکو آمریکا" دریافت کردند، متوجه شدند که تجارت در سطح جهانی، یک بازی کاملاً متفاوت است!

این تجربه باعث شد که نرم‌افزارهای خود را بهبود دهند، تیم‌های فروش قوی‌تر ایجاد کنند و خدمات پس از فروش خود را ارتقا دهند.

. ایران در چه وضعیتی است؟

بیشتر شرکت‌های ایرانی هنوز تیم‌های حرفه‌ای صادراتی ندارند.

اکثر فروش‌ها در بازار داخلی یا منطقه‌ای انجام می‌شود، جایی که استانداردهای صادرات پیچیده‌ای وجود ندارد.

نرم‌افزارهای مدیریت سفارش، CRM، ارتباط با مشتری و سیستم‌های لجستیکی در بسیاری از شرکت‌ها یا وجود ندارد یا بسیار ضعیف است.

۳. چالش‌های تحریم و FATF در تجارت بین‌المللی

یک مسئله‌ی مهم دیگر، محدودیت‌های مالی و بانکی در تجارت بین‌المللی برای شرکت‌های ایرانی است.

. تفاوت ایران و ترکیه در تراکنش‌های مالی:

ترکیه: به‌راحتی می‌تواند با بانک‌های بین‌المللی کار کند، نقل‌وانتقال مالی بدون مشکل انجام می‌شود، و پرداخت‌های صادراتی با اطمینان و بدون ریسک انجام می‌شود.

ایران: شرکت‌ها برای دریافت پول با مشکلات زیادی روبه‌رو هستند، برخی مجبورند از روش‌های غیررسمی (صرافی‌ها) استفاده کنند که هم هزینه دارد و هم ریسک بالا.

. نتیجه:

محدودیت‌های مالی باعث کاهش اعتماد مشتریان خارجی به شرکت‌های ایرانی می‌شود.
حتی اگر یک مشتری بخواهد از ایران خرید کند، به دلیل مشکلات انتقال پول، ممکن است از انجام معامله صرف‌نظر کند.

۴. راهکارها برای تقویت توان صادراتی شرکت‌های فرش ایران

الف) توسعه‌ی تیم‌های حرفه‌ای فروش و صادرات

شرکت‌ها باید کارشناسان حرفه‌ای بازاریابی بین‌المللی استخدام کنند که با فرهنگ مشتریان هدف، قوانین تجارت جهانی و استانداردهای صادراتی آشنا باشند.

ب) استفاده از نرم‌افزارهای مدرن برای مدیریت صادرات

سیستم‌های ERP، CRM و نرم‌افزارهای مدیریت زنجیره تأمین باید در شرکت‌ها پیاده‌سازی شوند.
شرکت‌ها باید یاد بگیرند که چطور سفارشات بین‌المللی را با دقت و سرعت مدیریت کنند.

ج) تمرکز روی بازارهای جایگزین به جای بازارهای مسدود

به‌جای تمرکز روی بازارهایی که به دلیل تحریم‌ها بسته هستند، ایران باید به دنبال بازارهای جدیدی در شرق آسیا، آفریقا و آمریکای لاتین باشد.

کشورهایی مثل چین، هند، اندونزی و برزیل می‌توانند بازارهای جذابی برای صادرات فرش ایرانی باشند.

د) بهبود خدمات پس از فروش و اعتمادسازی در بازارهای هدف

یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های شرکت‌های ترکیه‌ای و ایرانی، کیفیت خدمات پس از فروش است.

مشتریان خارجی، علاوه بر کیفیت محصول، به خدمات پس از فروش، پشتیبانی و تضمین‌های خرید نیز توجه دارند.

نتیجه‌گیری

• ایران از نظر توان تولیدی، ماشین‌آلات و نیروی انسانی چیزی از ترکیه کم ندارد.

• اما به دلیل ضعف در بخش نرم‌افزاری، تجربه‌ی محدود در بازارهای جهانی، عدم دسترسی به تراکنش‌های مالی امن و کمبود تیم‌های حرفه‌ای صادرات، از رقابت جهانی عقب مانده است.

• اگر شرکت‌های ایرانی بتوانند روی ارتقای مهارت‌های بازاریابی، توسعه‌ی نرم‌افزارهای تجاری و بهبود خدمات پس از فروش کار کنند، می‌توانند صادرات خود را به‌طور چشمگیری افزایش دهند.

• **پیشنهاد:** ایجاد یک مرکز ملی آموزش صادرات فرش ماشینی برای آموزش شرکت‌ها در زمینه‌ی استانداردهای جهانی، نرم‌افزارهای مدیریت تجارت و فرآیندهای لجستیکی می‌تواند یک گام بزرگ در راستای حل این چالش‌ها باشد.

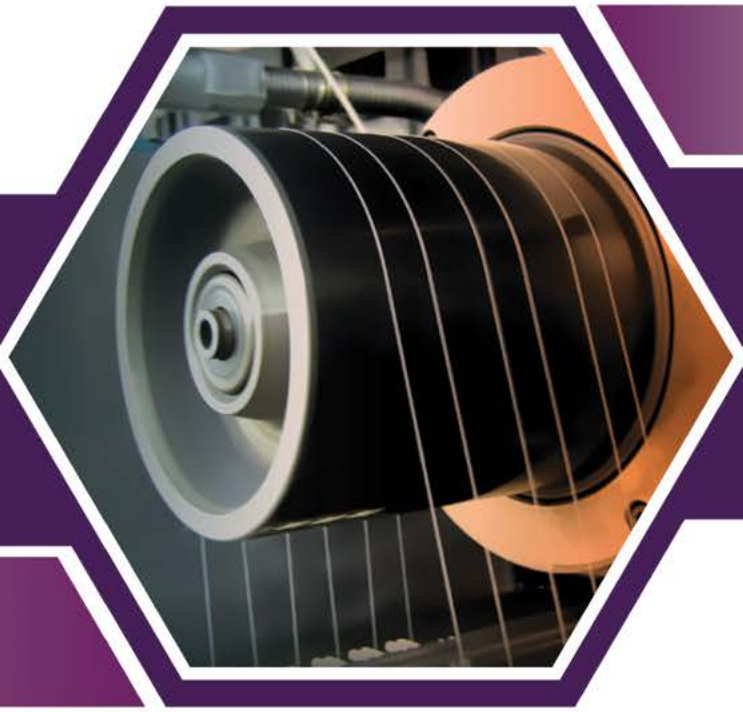
HINZA CHEMICAL

شرکت تولیدی و صنعتی هینزا شیمی

hinzachemical

hinza-chemical

www.hinzachemical.com



تولید کننده انواع
روغن های اسپین فینیش

- روغن اسپین فینیش مخصوص نخ POY
- روغن اسپین فینیش مخصوص نخ BCF پلی استر
- روغن اسپین فینیش مخصوص نخ BCF پلی پروپیلن
- روغن اسپین فینیش مخصوص نخ CF برای مصرف گونی
- روغن اسپین فینیش مخصوص موکت و لایی های پلی استر

سهرودی شمالی-خ خرمشهر-خ مرغاب-پلاک ۷-واحد ۹

۰۲۱-۸۸۵۴۲۵۴۹-۸۸۵۲۶۰۳۹

نساجی البرز قطب تولید محصولات نساجی

البرز؛ قطب تولید نساجی ایران با ۲۱۵ کارخانه و صادرات به کشورهای خارجی

نایب رئیس اتاق بازرگانی، صنایع و معادن استان البرز اعلام کرد که این استان با دارا بودن ۲۱۵ کارخانه نساجی بزرگ، متوسط و کوچک، به عنوان قطب تولید محصولات نساجی در کشور شناخته می‌شود.

یدالله مالمیر شامگاه یکشنبه در حاشیه همایش دست‌اندرکاران صنایع نساجی استان البرز و اتحادیه‌های پوشاک تهران در کرج گفت: هم‌اکنون بیش از ۶ هزار واحد صنفی در زمینه نساجی و پوشاک در این استان فعال هستند.

وی افزود: بخشی از محصولات نساجی البرز به صورت صادراتی عرضه می‌شود و به عنوان برندهای معتبر شناخته شده‌اند. حتی کشور ترکیه استقبال خوبی از این محصولات دارد.

احداث شهرک نساجی در البرز

مالمیر ادامه داد: به دلیل سابقه طولانی تولید پارچه در استان البرز، برنامه‌ریزی برای احداث یک شهرک صنعتی نساجی با اشتغالزایی ۳۰ هزار نفر در این استان در دستور کار قرار دارد.

این شهرک به طور تخصصی و تکمیلی زنجیره تولید محصولات نساجی و پوشاک را پوشش خواهد داد.

وی تصریح کرد: راه‌اندازی این شهرک می‌تواند هزینه‌های تولید محصولات نساجی در کشور را کاهش دهد. در این راستا، انتظار می‌رود دولت با اعطای تسهیلات، از صنایع نساجی البرز حمایت کند تا این صنعت رونق بیشتری یابد.

وی افـزود: صنعـت نسـاجی و پوشـاک بـه دلیـل داشـتن پتانسـیل بـالای اشـتغال‌زایی و درآمدزایـی، از اهمیـت ویـژه‌ای برخـوردار اسـت. هم‌اکنـون بیـش از ۱۰ هـزار نفـر در بخش‌هـای مختلـف صنعـت نسـاجی اسـتان البـرز از جملـه حلاجـی، ریسـندگی، بافندگـی و سـایر بخش‌هـای تولیـد مشـغول بـه کار هسـتند.

مالمیـر با تأکیـد بـر اهمیـت سـرمایه‌گذاری در ایـن بخـش، گفـت: اگـر دولـت بـه جـای صنعـت خـودرو، در صنعـت نسـاجی سـرمایه‌گذاری کـرده بـود، کشـور بـه مراتـب وضعیـت اقتصـادی بهتـری داشـت؛ چـرا کـه صـادرات محصـولات نسـاجی ۱۰ برابـر صنعـت خـودرو بـرای کشـور درآمـد ارزی بـه همـراه دارد.

چالش‌ها و فرصت‌ها در صنعت نساجی

وی افـزود: عمـده مـواد اولیـه در صنعـت نسـاجی پنبـه و الیـاف مصنوعـی اسـت کـه بـرای تأمیـن آنهـا نیـاز بـه واردات داریـم. شهرسـتان اشـتهارد در اسـتان البـرز در دهه‌هـای گذشـته یکـی از قطب‌هـای کشـت پنبـه در کشـور بـود، امـا بـه دلیـل کمبـود آب، تولیـد ایـن محصـول کاهـش یافتـه اسـت.

وی پیشـنهاد کـرد کـه بـا تأمیـن آب مـورد نیـاز کشـت پنبـه از پسـاب تصفیـه شـده، امـکان احیـای کشـت ایـن محصـول فراهـم شـود.

مالمیـر اشـاره کـرد: کارگاه‌هـای خیاطـی در اسـتان البـرز از خانه‌هـا تـا زندان‌هـا فعالیـت می‌کننـد و در ایـن بخـش نیـز بانـوان نقـش مؤثـری دارنـد.

پیش‌بینی صادرات ۲ میلیارد دلار در البرز

نایـب رئیـس اتـاق بازرگانـی البـرز همچنیـن گفـت: بـرای امسـال صـادرات ۲ میلیـارد دلار کالا از اسـتان البـرز پیش‌بینی شـده اسـت کـه بخشـی از ایـن کالاهـا محصـولات نسـاجی هسـتند.

کشـورهای آسـیای میانـه، عـراق، افغانسـتان، ترکیـه و کشـورهای اروپایـی از جملـه بازارهـای هـدف صادراتـی ایـن اسـتان هسـتند.

وی خاطرنشـان کـرد: در حـال حاضـر اسـتان البـرز ۱۵۱ برنـد تولیـد ملـی دارد کـه بخشـی از آنهـا مربـوط بـه صنعـت نسـاجی اسـت.

وضعیت برندهای موفق پوشاک در البرز

امیـر نـوری، دبیـر اجرایـی همایـش صنعـت نسـاجی البـرز، اظهـار داشـت: ۸۰ درصـد پوشـاک و محصـولات نسـاجی اسـتان تهـران در اسـتان البـرز تولیـد می‌شـود.

وی افـزود: امشـب حـدود ۴۸۰ نفـر از تولیدکننـدگان صنعـت نسـاجی و پوشـاک اسـتان البـرز و اتحادیـه پوشـاک اسـتان تهـران در کـرج گردهـم آمده‌انـد تـا مشـکلات ایـن بخـش را بررسـی کننـد.

نـوری گفـت: هم‌اکنـون حـدود ۶۰ برنـد موفـق در بخـش پوشـاک اسـتان البـرز وجـود دارنـد کـه بـه عنـوان الگـو شـناخته می‌شـوند.

صادرات محصولات نساجی ایران به ۶۵۰ میلیون دلار رسید

رشد ۱۱ درصدی صادرات محصولات نساجی در سال جاری

سرپرست دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت از صادرات ۶۵۰ میلیون دلار محصولات صنعت نساجی در سال جاری خبر داد و اعلام کرد که این مقدار صادرات نسبت به سال گذشته، ۱۱ درصد رشد داشته است. این محصولات شامل پوشاک، منسوجات و سایر اقلام وابسته به صنعت نساجی می‌شود.

پاسخ به چالش‌های واردات مواد اولیه صنعت نساجی با ارز صادراتی

محسن ترحمی در حاشیه بازدید از نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی و پوشاک در مشهد، به تحلیل وضعیت صنعت نساجی و پوشاک در زمینه تأمین ارز و مواد اولیه پرداخت.

وی گفت: وزارت صنعت از واردات مواد اولیه مورد نیاز صنعت نساجی، به‌ویژه موادی که امکان تولید آن در داخل کشور وجود ندارد، با استفاده از ارز حاصل از صادرات استقبال می‌کند.

وی افزود که این امکان برای شرکت‌های صادرکننده فراهم است تا با استفاده از ارز حاصل از صادرات، مواد اولیه مورد نیاز صنعت نساجی را طبق قوانین و ضوابط مشخص وارد کشور کنند.

همچنین، بخشی از این فرآیند به سیاست‌های بانک مرکزی در زمینه بازگشت ارز حاصل از صادرات بستگی دارد.

ضرورت نوسازی ماشین‌آلات و حمایت از صنعت نساجی

ترحمی در ادامه توضیح داد که نوسازی ماشین‌آلات صنعت نساجی به عنوان یک ضرورت مطرح است و در برنامه هفتم توسعه، صنعت نساجی و پوشاک به عنوان یکی از اولویت‌های مهم کشور در نظر گرفته شده است.

او همچنین بیان کرد که برای این صنعت باید تصمیمات خاص و سیاست‌های راهبردی تدوین شود که برنامه‌ها و تسهیلات حمایتی از این بخش در چارچوب این سیاست‌ها تنظیم گردد.

وی افزود: تدوین این سند سیاستی در حال انجام است و به زودی از فعالان بخش خصوصی دعوت می‌شود تا در این فرآیند مشارکت کنند.

ترحمی همچنین بر ضرورت استفاده از فناوری‌های نوین و نوسازی ماشین‌آلات برای افزایش بهره‌وری و بهینه‌سازی مصرف انرژی تأکید کرد.

ساماندهی فروشگاه‌های آنلاین پوشاک و استفاده از شناسه کالا

سرپرست دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت همچنین در خصوص ساماندهی فروشگاه‌های آنلاین پوشاک اظهار داشت که با توجه به گسترش سریع فروش آنلاین در کشورهای مختلف، این حوزه نیاز به سیاست‌گذاری و تنظیم قوانین دارد.

ترحمی افزود که استفاده از شناسه کالا برای ساماندهی این بازارها بسیار مهم است و می‌تواند به نظارت بهتر بر عرضه محصولات کمک کند.

نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی مشهد

این در حالی است که نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی، پوشاک و منسوجات خانگی مشهد از ۲۵ تا ۲۸ دی ماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی مشهد برگزار می‌شود.

OEKO TEX®

استانداردهای بین المللی نساجی

OEKO-TEX® STANDARDS

OEKO TEX®
ORGANIC COTTON

OEKO TEX®
MADE IN GREEN

OEKO TEX®
STANDARD 100

برای دریافت اطلاعات بیشتر و کسب گواهینامه اوکوتکس OEKO-TEX با نماینده رسمی این سازمان در ایران جناب آقای دکتر احسان اکرامی در تماس باشید.

۰۲۱-۴۷۶۲۳۲۳۳ ehsan.ekrami@oeti.biz oeko-tex.com

استاندارد های تخصصی و صادراتی فرش ماشینی

- ویژگی آتش گیری فرش ماشینی و کلاس بندی مرتبط
- آزمون گازهای منتشره و دود زایی فرش ماشینی
- ارزیابی ویژگی پاخوردگی و کلاس بندی مصرف فرش ماشینی
- ویژگی آنتی استاتیک فرش ماشینی
- آزمون انتقال حرارت از کف در فرش های ماشینی
- رفتار فرش ماشینی در برابر صندلی چرخدار
- مقاومت در برابر شوینده های متداول کلر دار شامپو ها و ...
- ارزیابی مقاومت فرش در برابر اشعه فرابنفش
- ویژگی های ثبات رنگی (سایش, مرطوب, نور)
- ویژگی های جذب صوت (اکوستیک) فرش و کفپوش ها
- قابلیت استفاده از فرش بر روی پله ها
- آزمون مواد خطرناک و ممنوعه مانند رنگزاهای آزو در محصول
- ارزیابی انطباق مواد اولیه و محصول با مقررات مواد شیمیایی اتحادیه اروپا
- ممیزی و ارایه گواهینامه های استاندارد OEKO-TEX
- آزمون و گواهی ویژگی ضد میکروب. ضد باکتری و قارچ و
- برچسب گذاری CE (شماره 0534) و اجرای آزمون های مرتبط
- کلاس بندی درجه لوکس بودن فرش و کفپوش

برای دریافت اطلاعات بیشتر و کسب گواهینامه استانداردهای تخصصی و صادراتی فرش ماشینی با نماینده رسمی این سازمان در ایران جناب آقای دکتر احسان اکرامی در تماس باشید.

۰۰۹۸-۹۱۲۰۲۴۸۰۶۷ ehsan.ekrami@oeti.biz www.oeti.biz

پراتو، بزرگترین مرکز نساجی در اروپا

نویسنده: دکتر امیررضا باودر

پراتو: قلب تپنده صنعت نساجی اروپا

ایتالیا برای همه چیزهای مد شناخته شده است، زیرا این کشور خانه برخی از بزرگترین نام ها و خانه‌های مد است.

وقتی به ایتالیا فکر می‌کنید، ممکن است ذهن شما مستقیماً به سمت پر زرق و برق مد برود، اما این کشور همچنین مسئول بسیاری از کارهای پشت صحنه است، زیرا ایتالیا میزبان بزرگترین مرکز نساجی اروپا است: پراتو.

پراتو یکی از بزرگترین مناطق صنعتی ایتالیا، بزرگترین مرکز نساجی اروپا و یکی از مهم‌ترین مراکز تولید نخ و پارچه پشمی در جهان به شمار می‌رود.

پراتو یک شهر کوچک در حدود ۱۰ مایلی خارج از فلورانس است. یکی از منحصربفردترین عوامل این مرکز نساجی، واقع شدن کارخانه های تولیدی در مرکز شهر است.

همانطور که در خیابان‌های پراتو قدم می‌زنید، خانه ها، مغازه ها و کارخانه‌های تولید پارچه را در یک خیابان خواهید دید.

منطقه پراتو در دهه ۱۹۷۰ به طور کامل تأسیس شد. ظهور مد به عنوان یک پدیده، همراه با حقوق‌های بالاتر و انقلاب در گمرکات، یک تقسیم تاریخی در بازار پوشاک، ایجاد کرد و با پراکندگی، متمایز بودن، ناپایدار و فصلی بودن تقاضا که این متغیرها زنجیره تولید و توزیع را مختل کرده و به این دلیل سازمانهای منطقه تشویق شدند تا ساختار را مجبور به انعطاف پذیری، پاسخگویی و چابکی نمایند.

تغییری که منجر به جهشی بزرگ به جلو شد، شاهکاری شگفت‌انگیز در زمانی که صنایع نساجی در سرتاسر اروپا و در ایتالیا رو به کاهش بود.

منطقه نساجی پراتو از حدود ۷۰۰۰ شرکت در بخش مد تشکیل شده است (که بیش از ۲۰۰۰ شرکت در بخش نساجی به معنای دقیق آن هستند) که حدود ۲ میلیارد یورو با صادرات به دست می آورند.

شرکت‌های بخش نساجی، پارچه‌های صنعت پوشاک، محصولات مبلمان نساجی، نخ‌های صنعت بافتنی، بافتنی و پوشاک، پارچه‌های نبافته و پارچه‌های مخصوص مصارف صنعتی را تولید می‌کنند.

کیفیت و خلاقیت در نساجی ایتالیا

به‌ویژه، مرکز نساجی منطقه‌ای مرجع برای مد آماده و بسته‌بندی لباس‌های تولید شده در ایتالیا است، به حدی که "پوشاک آماده پراتو" در سراسر اروپا شهرت دارد.

به این دلایل، منطقه نساجی-پوشاک پراتو نقطه مرجع اصلی برای عرضه بسیاری از برندهای مد بین‌المللی است:

کیفیت، تکنیک، سرعت، خلاقیت، انعطاف‌پذیری، خدمات بسیار تخصصی، زیرساخت‌های موردی، همه عوامل رقابتی ضروری برای یک سیستم تولیدی هستند که به طور فزاینده‌ای مبتنی بر برتری و مرتبط با زنجیره تامین لوکس هستند (همانطور که با شیوع بالای "ساخت در پراتو" نیز نشان داده شد.

در محصولات برندهای بزرگ جهانی و در رویدادهای مد و فشن بین المللی).

منطقه نساجی پراتو، با دانستن اینکه چگونه خلاقیت را با نوآوری های تکنولوژیکی ترکیب کند، "نساجی فنی" (به عنوان مثال برای بخش مبلمان، خودرو، بخش هوافضا و غیره) را ایجاد کرده است که از مفهوم استفاده های سنتی الیاف پیشی گرفته و به مرزهای مهم فناوری رسیده است.

منطقه نساجی پراتو همچنین توسط سیاست های صنعتی خاص برای حمایت از قطب های نوآوری و مراکز تحقیقاتی حمایت می شود، مانند مورد OTIR ۲۰۲۰ کارگاه آموزشی توسکانی برای نوآوری و تحقیق در بخش مد، یکی از قطب های حمایت شده توسط منطقه توسکانی، مستقر در پراتو در فناوری بعدی – Tecnotessile ، یک مرکز تحقیقاتی پیشرو برای نوآوری و تحقیق و توسعه در نساجی.

از قرون وسطی تا امروز

پراتو جایی که هنر به معنای سنت، مدرنیته و اشتیاق است. منشا صنعت نساجی در پراتو را می توان به قرون وسطی جستجو کرد، زمانی که این شهر مرکز تولید پشم بود.

در طول قرن‌ها، این صنعت با تطبیق با فناوری‌های جدید و تغییر

تقاضای بازار، تکامل یافته و رشد کرده است و به یکی از مهم‌ترین محرک‌های اقتصادی در منطقه تبدیل شده است.

پراتو، پیشرو در فناوری‌های نساجی و بازیافت

یکی از عوامل کلیدی در موفقیت صنعت نساجی در پراتو کیفیت مواد اولیه استفاده شده است.

این منطقه به‌خاطر پشم، ابریشم و پنبه عالی‌اش که از تولیدکنندگان محلی تهیه می‌شود و برای تولید طیف وسیعی از منسوجات، از پارچه‌های پشمی کلاسیک گرفته تا پنبه‌های سبک تابستانی استفاده می‌شود، شناخته شده است.

یکی دیگر از عوامل، سطح بالای مهارت و تخصص است که در پراتو یافت می شود.

این شهر خانه تعداد زیادی از صنعتگران ماهر است که بسیاری از آنها تجارت خود را در طول نسل ها به ارمغان آورده اند و دانش و تجربه زیادی را برای صنعت به ارمغان می آورند.

این انبوه استعداد و تخصص به

پراتو این امکان را داده است که در تولید پارچه های با طراحی پیشرفته و همچنین در توسعه فن آوری های جدید و روش های تولید پیشرو شود.

شهر پراتو از قرن دوازدهم پارچه های پشمی تولید می کرد. صنعتی شدن در اواسط قرن ۱۹ باعث شد که این منطقه یک سیستم تولید صنعتی را توسعه دهد.

پس از جنگ جهانی دوم، برخلاف روند در سایر نقاط اروپا، صنایع پراتو گسترش یافت: در اوایل دهه ۱۹۸۰، این منطقه یک منطقه صنعتی نمونه بود. تغییرات در سبک زندگی و توسعه فناوری‌های جدید باعث شد شرکت‌های نساجی پراتو کسب‌وکار سنتی پشم کارتی خود را کنار بگذارند و بازارهای جدید را بررسی کنند.

برای پراتو، مخمل نوعی پرچم سلطنتی است. از زمان رنسانس، مخمل های آن تحسین برانگیزترین منسوجات بوده است، عنصر واقعی افتخار برای منطقه، جایی که تکنیک‌ها و ماشین‌های مختلف در طول سال ها ابداع شد تا به کیفیت، لباس، گرانبها و مطلوبیت مخمل های پراتو برسد.

این شهر همچنین به دلیل تلاش برای ارتقای پایداری و کاهش ضایعات نساجی شناخته شده است. پراتو با بیش از ۷۰۰۰ شرکت تولید و تجارت منسوجات، خانه یک صنعت نساجی پررونق است.

این شرکت‌ها از کارگاه‌های کوچک تا تولیدکنندگان بزرگ را شامل می‌شوند و مسئول تولید برخی از بهترین پارچه‌های جهان از جمله پشم، ابریشم و پنبه هستند.

در سال های اخیر، پراتو به یک پیشرو در بازیافت پارچه و مدیریت زباله تبدیل شده است.

این شهر ابتکارات مختلفی را برای تشویق بازیافت و استفاده مجدد از ضایعات نساجی اجرا کرده است، از جمله ایجاد تسهیلات تخصصی برای تفکیک و پردازش منسوجات زباله.

این تسهیلات به کاهش میزان زباله‌هایی که به محل‌های دفن زباله ختم می‌شوند و همچنین حفظ منابع و حفاظت از محیط زیست کمک می‌کنند.
۱۵ درصد از زباله های جهان پس از مصرف در پراتو بازیافت می شود و آن را به بزرگترین مرکز بازیافت در جهان تبدیل می کند!

یکی از اهداف اصلی این ابتکارات، ترویج اقتصاد دورانی است که شامل استفاده از منابع در حلقه بسته و کاهش ضایعات است.

صنعت در پراتو با بازیافت و تغییر کاربری زباله های نساجی می تواند اثرات زیست محیطی خود را کاهش دهد و در عین حال فرصت های جدیدی برای تولید منسوجات با کیفیت بالا ایجاد کند.

علاوه بر بازیافت، صنعت نساجی در پراتو نیز بر کاهش ردپای کربن و ترویج شیوه های پایدار متمرکز است.
این شامل استفاده از منابع انرژی تجدیدپذیر و همچنین اجرای فرآیندهای تولید سازگار با محیط زیست است که باعث کاهش ضایعات و حفظ منابع می شود.

شرکت های بزرگ نساجی پراتو به برنامه سم زدایی صلح سبز پیوستند. این یک کمپین جهانی با هدف از بین بردن مواد شیمیایی سمی از صنعت مد و نساجی است.

به طور کلی، صنعت نساجی در پراتو نمونه بارز این است که چگونه پایداری و نوآوری می توانند دست به دست هم دهند. پراتو با تعهد خود به کاهش ضایعات، حفظ منابع و ارتقای پایداری به پیشبرد راه به سوی آینده ای پایدارتر برای صنعت نساجی کمک می کند.

موزه نساجی پراتو

کارخانه Campolmi، موزه پارچه پراتو و کتابخانه Lazzerini یک موزه و کتابخانه نساجی در پراتو در توسکانی ایتالیا است.

این موزه یک نقطه لنگر در مسیر میراث صنعتی اروپا است. موزه نساجی پراتو ابتدا در سال ۱۹۷۵ در موسسه فنی تولیو بوزی افتتاح شد، از می ۲۰۰۳، در کارخانه نساجی تبدیل شده Campolmi در مرکز پراتو قرار دارد. این بزرگترین مرکز ایتالیا برای مطالعه، حفاظت و نمایشگاه منسوجات تاریخی و معاصر است.

بنیاد موزه نساجی پراتو در نوامبر ۲۰۰۳ به عنوان مشارکتی بین شهر، گروه‌های موسیقی و اتحادیه‌های صنایع دستی تأسیس شد.

موزه نساجی پراتو در کارخانه نساجی Cimatoria Campolmi Leopoldo متر مربع، تنها سایت صنعتی قرن نوزدهمی در دیوارهای قرن چهاردهمی شهر قرار دارد. ۲۴۰۰ متر مربع از بال غربی طولانی (طبقه همکف و اول) مجموعه معماری، به اشتراک گذاشتن ساختمان با کتابخانه شهری پراتو (کتابخانه Lazzerini).

این سایت از قرون وسطی برای تولید منسوجات استفاده می شده است. در سال ۱۳۲۶ در همین محل یک گوالچیرا (آسیاب پشم پرکن) وجود داشت.

این آسیاب در سواحل Gora del Fiume Romita قرار داشت، کانالی که در نیمه اول قرن سیزدهم به طور خاص حفر شده بود تا بتواند از آب رودخانه Bisenzio برای تولید پارچه استفاده شود.

بعداً توسط کلیسا خریداری شد و به آسیاب سنت کلر تبدیل شد، یک آسیاب آرد، که در طول قرن ۱۸ فعال باقی ماند.

در مارس ۱۸۶۳، توسط وینچنزو کامپولمی، لوئیجی سیکونی و دیوید آلفاندری خریداری شد و دوباره به عنوان یک کارخانه نساجی با نیروی آب تأسیس شد. کارخانه نساجی Campolmi که به دست آمد به دلیل کیفیت تکمیل پارچه های خود شهرت پیدا کرد.

در پایان قرن نوزدهم، کارخانه نساجی کامپولمی به یک ساختمان مستطیل شکل دو طبقه تبدیل شد که در اطراف یک حیاط با یک مخزن (لژ) و یک دودکش آجری ۴۰ متری در مرکز آن ساخته شده بود.

کارخانه به آموزش مشغول بود و شرکت های اسپین آف زیادی وجود داشت. توسعه نهایی ساخت کارخانه رنگرزی با سقف اوجیوال مشخص بود. فعالیت شرکت در سال ۱۹۹۴ متوقف شد.

مهاجران چینی پراتو

پراتو، شهری متوسط در توسکانی ایتالیا به دو دلیل مشهور شده است.

اول، این یک داستان موفقیت شناخته شده در ادبیات مناطق صنعتی و تخصص انعطاف پذیر در سراسر جهان است.

پراتو جایی است که ویژگی های اصلی مناطق صنعتی ایتالیایی به بالاترین شدت خود می رسد، به طوری که به عنوان یک "مورد نمونه" توصیف شده است.

دوم، پراتو به یکی از مناطق اروپا با بیشترین تراکم جمعیت چین تبدیل شده است.

با شروع از اوایل دهه ۱۹۹۰، تعداد فزاینده‌ای از مهاجران چینی در منطقه صنعتی ساکن شده‌اند که ابتدا شرکت‌های تامین‌کننده و سپس شرکت‌های تولیدی در صنعت پوشاک را آغاز کردند.

از اوایل دهه ۱۹۹۰، تعداد فزاینده ای از مهاجران چینی در منطقه صنعتی ساکن شده اند. تا پایان سال ۲۰۱۱، ۱۳۰۵۶ چینی اقامت رسمی در پراتو داشتند.

بر اساس برآوردها، دو برابر بیشتر چینی ها در پراتو زندگی و کار می کنند.

مقامات دولت محلی گاهی اوقات جرات می کنند تخمین بزنند که تا ۵۰۰۰۰ مهاجر چینی در شهر زندگی می کنند. با این حال، هم داده‌های موجود و هم تخمین‌های مربوط به تعداد مهاجران چینی در پراتو باید با دقت مورد بررسی قرار گیرند.

در واقع، از یک سو، چینی‌هایی که دارای مجوز اقامت در پراتو هستند، تنها بخشی از تعداد بیشتری از مهاجران چینی ساکن در این محل هستند.

در واقع، در ایتالیا، یک خارجی که دارای به اصطلاح «مجوز اقامت» صادر شده در یک محل است، آزاد است در شهرهایی متفاوت از شهری که در آن سند صادر شده، زندگی و کار کند.

با توجه به تحرک بالای مهاجران چینی در اروپا و ایتالیا. تعداد واقعی چینی هایی که در پراتو زندگی می کنند ممکن است به طور قابل توجهی بیشتر از تعداد ساکنان چینی باشد.

علاوه بر این، مهاجران چینی بدون مدرک نیز در این منطقه زندگی می کنند. از سوی دیگر، تخمین تعداد چینی‌هایی که در پراتو کار می‌کنند ممکن است به دلایل سیاسی توسط کسانی که می‌خواهند نشان دهند چینی‌های زیادی در این منطقه وجود دارد، متورم شود.

به طور خلاصه، مجموعه ای از عوامل مختلف در تغییر اساسی در پراتو نقش داشتند: رقابت بین المللی که سود تولیدکنندگان را کاهش داد و به نوبه خود حاشیه سود پیمانکاران را کاهش داد.

رقابت در هزینه کارگاه های چینی؛ فشار قوی به سمت خوداشتغالی در میان مهاجران چینی در مقابل عدم علاقه نسل بعدی ایتالیایی ها به کار به عنوان تامین کننده. در نتیجه، بسیاری از پیمانکاران بومی تعطیل شدند و بسیاری از پیمانکاران و تولیدکنندگان چینی جدید، کسب و کار کوچک خود را باز کردند، در شرایطی که صنعت پوشاک محلی پویا و در حال رشد بود که هرگز قبلاً نبوده است.

ناحیه صنعتی پراتو ۲۵ درصد از کل صادرات محصولات پشمی ایتالیا را تامین می کند. در دو دهه گذشته، مرکز صنعتی که قبلاً ثروتمند بود، تولید منسوجات با کیفیت متوسط تا بالا که به موفقیت بین‌المللی طراحی ایتالیایی کمک کرد، تحت تأثیر رقابت جهانی قرار گرفت.

پس از اولین بحران در نیمه دوم دهه ۱۹۸۰، قبل از ورود مهاجران به پراتو، منطقه نساجی بحران دیگری را در سال های ۲۰۰۰ تجربه کرد و اشتغال و صادرات به طور چشمگیری کاهش یافت.

اتاق بازرگانی محلی تخمین زده است که در یک دهه، از سال ۲۰۰۲، حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد از ظرفیت تولید نساجی محلی از بین می رود.

بر اساس داده های جدیدتر، در ده سال گذشته، تعداد شرکت های نساجی از ۵۸۰۰ به حدود ۳۰۰۰ کاهش یافته است، تعداد کارگران به نصف کاهش یافته و ۱.۶ میلیارد گردش مالی از دست رفته است.

پراتو در حال حاضر بدترین بحران اقتصادی خود را تجربه می کند (سانتینی و همکاران، ۲۰۱۱)، بحرانی که شهر را در وضعیت عدم اطمینان اجتماعی-اقتصادی و پریشانی اجتماعی فرو برده است.

افول صنعت نساجی پراتو و همچنین کاهش بیشتر صنعت نساجی و پوشاک ایتالیا به طور محلی به عنوان "تا حد زیادی ناشی از فشار خارجی جهانی" تلقی می شود.

در واقع، این نتیجه تغییراتی است که نه تنها در سطح جهانی، بلکه در سطح ملی و محلی رخ می دهد. در سال ۱۹۹۹، دولت ایتالیا ۱۹۹ منطقه صنعتی را به رسمیت شناخته بود که یارانه های مختلفی به آنها تعلق می گرفت.

در همین حال، کاهش مکرر ارزش پول ملی توسط دولت ایتالیا برای تقویت رقابت بین المللی صنعت ایتالیا اتخاذ شده بود.

معرفی یورو در سال ۲۰۰۲ به این اقدامات حمایتی پایان داد. همچنین تا سال ۲۰۰۵، موانع حمایتی ایجاد شده توسط کشورهای غربی از طریق موافقتنامه چند الیافی و موافقت نامه نساجی و پوشاک از بین رفت، بنابراین این امکان را برای کشورهایی که هزینه تولید کمتری داشتند، افزایش صادرات خود را (برای بحث مفصل در مورد ژئوپلیتیک) فراهم کرد.

تغییرات در سطح جهانی و ملی و فرآیندهای بازسازی بعدی که در شناسه‌های ایتالیایی رخ می دهد.

این پیشرفت‌ها بسیاری را در پراتو، مانند سایر شناسه‌های ایتالیایی، سوق داده است تا بخشی از تولید یا همه شرکت‌ها را به کشورهای کم هزینه کار منتقل کنند.

بنابراین بحران صنعت نساجی محلی نیز نتیجه فرآیندهای فشرده سازی محلی سازی است. فرآیندهای بازسازی در شناسنامه های ایتالیایی همچنین شامل استفاده گسترده از کارگران مهاجر است.

در پراتو، اکثر مهاجران از آلبانی، مراکش و پاکستان به عنوان کارگر در شرکت‌های نساجی به کار می‌روند، علاوه بر این که در صنعت ساختمان و خدمات فعال هستند.

با هم می‌توانیم
با هم انجام خواهیم داد

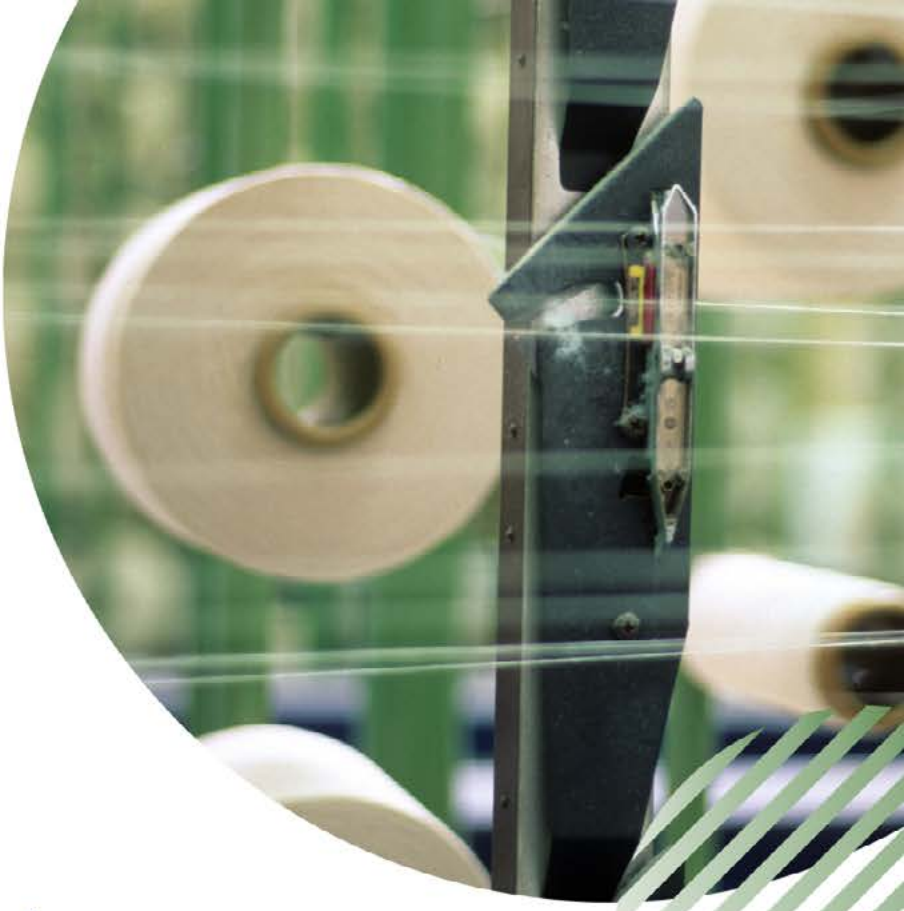
Star Management Group GmbH

ما راهکارهای جدید
برای برندهای جدید و کسب‌وکارها در صنعت
ماشین‌آلات نساجی ارائه می‌دهیم تا رشد کنند

برای دریافت خدمات با ما تماس بگیرید
info@bouzary.de

Licht Str. 2, 45127 Essen, Germany
+49 (0)20189940451

بهزاد کارآفرین تجارت



همراه با تجار و کارآفرینان در جست‌وجوی راهکارهای مبتکرانه در صنعت نساجی

خدمات ما

- پشتیبانی حرفه‌ای امور اداری، گمرک، صادرات، قراردادهای تجاری اقلام ماشین‌آلات نساجی و ...
- تهیه و ارسال انواع کالاهای تجاری و نساجی به ایران به طور مستقیم از شرکت‌های اروپایی
- تماس با اتاق‌های بازرگانی آلمان و کشورهای اروپایی
- نمایندگی شرکت‌های بازرگانی و تولیدی در آلمان و اروپا

درباره ما

بهزاد کارآفرین تجارت در تهران
به نمایندگی شرکت آلمانی
Start Management Group GmbH
همراه شما در زمینه‌های متفاوت
فعالیت‌های تجاری صنعت نساجی

تماس با ما

۰۹۹۱۲۸۱۳۸۷۰
۰۲۱۹۱۶۹۴۵۲۳

ایمیل
info@bouzary.de

آدرس
خیابان سهروردی شمالی، خیابان کاووسی فر

هیم تکستایل ۲۰۲۶:
گسترش دامنه محصولات با پوشش‌های کف

بیش از فرش و پارچه: نمایشگاه هیم تکستایل ۲۰۲۶ دامنه محصولات خود را با پوشش‌های غیرپارچه‌ای کف گسترش می‌دهد

نمایشگاه هیم تکستایل در نسخه ۲۰۲۶ خود، محصول جدیدی را معرفی می‌کند. منسوجات کفپوش های سخت در مهم‌ترین نمایشگاه تجاری دنیا برای پارچه‌های خانگی و تجاری در فرانکفورت، جایی جدید پیدا می‌کنند: «پوشش‌های کف و تجهیزات» به‌طور ایده‌آل، مجموعه موجود محصولات فرش و قالی را تکمیل کرده و افزونه جذابی برای گروه‌های هدف مختلف بازدیدکنندگان و تماس‌های جدید ارزشمند فراهم می‌آورد.

با راه‌اندازی این بخش جدید، هایم تکستایل دوباره خود را به‌عنوان پلتفرم جهانی برای کل بخش طراحی داخلی پارچه‌ای و غیرپارچه‌ای معرفی می‌کند.

چه ارتباطی بین منسوجات کفپوش های سخت و یک نمایشگاه پارچه وجود دارد؟ پاسخ این است: آنها تجربه خرید جامع‌تری برای طراحی داخلی ایجاد می‌کنند.
از سال ۲۰۲۶، پوشش‌های کف و تجهیزات به مجموعه گسترده محصولات هیم تکستایل افزوده خواهند شد.

تمرکز این بخش بر روی پوشش‌های کف بدون ساختار پارچه‌ای است که شامل پوشش‌های کشسان، کاشی‌های وینیل طراحی شده و لوکس، کفپوش‌های چوب پنبه‌ای، لمینت، پارکت و سایر کفپوش‌های چوبی و همچنین پوشش‌های کف بیرونی می‌شود.

پوشش‌های کف و تجهیزات، تاریخ مشخصی را برای صنعت با مجموعه‌ای سفارشی در فرانکفورت ارائه می‌دهند. نمایشگاه هیم تکستایل به‌عنوان پیشروترین نمایشگاه تجاری دنیا در زمینه پارچه‌های خانگی و تجاری و طراحی پارچه‌ای، یک نمای کلی از بازار جهانی برای کل بخش طراحی داخلی فراهم می‌آورد.

اینجا، خریداران مجموعه کاملی از محصولات باکیفیت، روندها و طراحی‌های داخلی برای خانه و کسب‌وکارهای تجاری را پیدا می‌کنند، از کاغذ دیواری و پرده‌ها تا فرش‌ها و پوشش‌های غیرپارچه‌ای کف.

مارگیت هربرت، مدیر هیم تکستایل می‌گوید: «ما به‌طور مداوم با صنعت در حال همکاری هستیم تا هیم تکستایل را به یک صحنه جهانی الهام‌بخش و راه‌حل‌های مربوط به کل بخش طراحی داخلی تبدیل کنیم.

منسوجات کفپوش های سخت یک افزونه ایده‌آل به مجموعه محصولات موجود در هیم تکستایل هستند و گروه‌های هدف جدیدی مانند فروشگاه‌های تخصصی پوشش کف را جذب می‌کنند.

به‌لطف ارتباط مستقیم با فرش‌ها و قالی‌ها، صنعت همچنین از هم‌افزایی‌های کارآمد بین بخش‌های محصول و تماس‌های جدید متعدد بهره‌مند می‌شود».

همچنین، پوشش‌های کف و تجهیزات منافع گروه‌های هدف موجود بازدیدکنندگان را به‌طور هدفمندتری تأمین می‌کنند - مانند طراحان و دکوراتورها، معماران (داخلی)، تأثیرگذاران فضا و اشیاء، فروشگاه‌های DIY و بهبود منزل، مراکز باغبانی، عمده‌فروشان و خرده‌فروشان.

بخش موفق فرش و قالی به خانه‌ای برای صنعت جهانی فرش تبدیل شده است. این بخش رشد قوی‌ای دارد و قبلاً گروه‌های هدف مرتبط با پوشش‌های کف را در هایم تکستایل جذب می‌کند. بخش پوشش‌های غیرپارچه‌ای کف به‌طور مستقیم به بخش فرش متصل است، از نظر گروه‌های محصول و همچنین موقعیت در محل نمایشگاه.

بتینا بر، مدیر هیم تکستایل می‌گوید: «مجموعه محصول جدید به‌طور یکپارچه در نقشه سالن‌های هایم تکستایل ۲۰۲۶ در مرکز نمایشگاه Messe فرانکفورت قرار می‌گیرد. ما مسیرهای گروه‌های هدف بازدیدکنندگان را به‌طور بهینه تنظیم می‌کنیم تا آنها را به‌طور کارآمد و هدفمند به مجموعه موجود هدایت کنیم». علاوه بر این، برنامه محتوای باکیفیتی نیز برای صنعت جهانی فرش و پوشش کف وجود خواهد داشت.

نقش زنان در صنعت نساجی

نویسنده: دکتر امیررضا باودر

زنان در صنعت پوشاک

زنان بنیه اصلی نیروی کار در صنعت پوشاک را تشکیل می‌دهند. صنعتی شدن فرصت‌های جدیدی برای اشتغال، تغییر ایده‌های کار و چرخه‌های اقتصادی رونق و رکود به ارمغان آورد.

در این دوره نقش زنان به طرز چشمگیری تغییر کرد. صنعتی شدن نقش زنان را در خانه بازتعریف کرد و در عین حال فرصت‌های جدیدی را برای آنها به عنوان دستمزدهای صنعتی باز کرد.

استخدام زنان در نقش‌های نظارتی می‌تواند فرهنگ کار استثمارگرانه کارخانه‌های پوشاک را تغییر دهد و برابری جنسیتی را در محیط کار ترویج دهد.

زنان در این نوع مشاغل ترجیح داده می‌شوند زیرا تمایل بیشتری به پذیرش نظم و انضباط سخت کاری دارند، کمتر به اتحادیه‌های کارگری می‌پیوندند و مشروط به انجام کارهای خسته کننده، تکراری و یکنواخت هستند که همه آنها را بازده بیشتری می‌کند.

سرپرستان زن در مقایسه با سرپرستان مرد، بهتر می‌توانند به کارگران زن انگیزه دهند. صنعت پوشاک از لحاظ تاریخی یکی از صنایع تحت سلطه زنان در جهان بوده است.

امروزه بیش از ۷۰ درصد کارگران پوشاک در چین زن هستند، در بنگلادش این سهم ۸۵ درصد و در کامبوج به ۹۰ درصد می‌رسد. برای این زنان، پیشرفت ارتباط نزدیکی با شرایط کاری آنها دارد. این در مورد دریافت حقوق مناسب، کار در شرایط آبرومندانه و داشتن امنیت اولیه کار است.
این در مورد خروج از فقر، توانایی ارائه آموزش به کودکان، و مستقل شدن و رشد فردی است.

واقعیت برای اکثر کارگران پوشاک در جهانی بسیار دور از ذهن است. اگرچه برای برخی از سودآورترین شرکت‌های جهان تولید می‌کنند، اما با دستمزدهای فقیرانه در شرایط وحشتناکی کار می‌کنند و مجبورند مقدار زیادی اضافه کاری را انجام دهند.

در بنگلادش (دومین صادرکننده بزرگ لباس در جهان) حداقل دستمزد کارگران پوشاک ۵۳۰۰ تاکا (۴۵ پوند / ۶۲ یورو) در ماه است که با ۸۹۰۰ تاکا (۷۵ پوند / ۱۰۴ یورو) که برای پوشش دادن یک کارگر لازم است فاصله زیادی دارد.

نیازهای اولیه و حتی دورتر از دستمزد زندگی بسیاری از کارگران پوشاک بین ۶۰ تا ۱۴۰ ساعت اضافه کاری در هفته کار می کنند و معمول است که در پرداخت اضافه کاری مورد تقلب قرار می گیرند.

بهداشت و ایمنی اغلب نادیده گرفته می‌شود، کارگران از استراحت محروم می شوند و سوء استفاده ها رایج است، با این حال، برخی هستند که استدلال می‌کنند که این استثمار راهی برای توانمندسازی زنان است.

از لحاظ تاریخی، ادغام زنان در کار دستمزدی یکی از نیروهای مهم برای رهایی و برابری جنسیتی رو به رشد بوده است.
نویسندگان لیبرال مانند Leslie T. Chang استدلال می‌کنند که صنعت جهانی پوشاک این تأثیر قدرت‌بخش را داشته است زیرا زنان با پیشینه‌های فقیر قادر به یافتن کار و دریافت حقوق هستند.

به همین ترتیب، نایلا کبیر، اقتصاددان اجتماعی تأکید می‌کند که چگونه کار در صنعت پوشاک به زنان در بنگلادش این امکان را می‌دهد تا به خاطر سهم اقتصادی خود در خانواده به رسمیت شناخته شوند و کارگران پوشاک تمایل دارند نسبت به حقوق خود آگاه‌تر باشند و آنها ذهنیت انتقادی‌تری نسبت به زنان دیگر داشته باشند.

شناخت این دستاوردها مهم است. با این حال، دلایلی وجود دارد که در مورد پتانسیل دگرگونی که کار پوشاک برای زنان در جهان دارد، تردید داشته باشیم.

اولاً، درک نحوه ادغام زنان در صنعت بسیار مهم است.

در اقتصاد جهانی مقررات زدایی نئولیبرالی، کشورهای در حال توسعه برای تولید برندهای چند ملیتی با ارائه کمترین هزینه و سریع ترین و انعطاف پذیرترین تولید با یکدیگر رقابت می کنند.

در یک صنعت پرکار مانند پوشاک، این امر عمدتاً با ارزان‌تر و انعطاف‌پذیرتر کردن نیروی کار، یعنی با پرداخت حقوق کمتر، فشار برای ساعات طولانی‌تر، و کاهش استانداردهای کار و محیط‌زیست به دست می‌آید.

ادغام زنان در کارخانجات پوشاک نقش مهمی در این فرآیند ایفا کرده است. صاحبان کارخانه‌ها از موقعیت نابرابر زنان در جامعه برای تشکیل نیروی کار ارزان‌تر، مطیع‌تر و منعطف‌تر استفاده شده‌اند. بنابراین، به جای به چالش کشیدن زیردستان آنها در جامعه، کار در صنعت پوشاک در حال بازتولید آن است.

زنان تمایل دارند به طور قابل توجهی کمتر از مردان درآمد داشته باشند، آنها با تبعیض سیستماتیک روبرو هستند و تنها می توانند به مشاغل کم درآمد با چشم انداز بسیار ضعیف برای ارتقا دسترسی پیدا کنند.

بسیاری از آنها امنیت کاری پایینی دارند و اگر آماده نباشند طبق شرایط تعیین شده توسط کارفرمایان خود کار کنند، در معرض خطر از دست دادن شغل خود هستند.

استثمار کارگران زن به شرکت های مد اروپایی اجازه داده است تا سودهای کلانی به دست آورند و در عین حال کارگرانی که لباس هایشان را تولید می کنند از ابتدایی ترین حقوق محروم شوند.

این شرکت ها با برون سپاری تولید می توانند هم از مسئولیت خود کناره‌گیری کنند و هم تولیدکنندگان را در مقابل یکدیگر قرار دهند تا بهترین و سودآورترین معامله را به دست آورند.

ماهیت مقررات زدایی اقتصاد جهانی، حمایت قانونی کارگران را بسیار ضعیف می‌کند و حق سازماندهی و چانه زنی جمعی آنها دائماً محدود می‌شود.

با وجود این چالش‌ها، زنان بسیاری هستند که در اتحادیه ها و دیگر جنبش های کارگری بسیج می شوند تا نابرابری ها و استثمار در صنعت پوشاک را به چالش بکشند.

از بنگلادش گرفته تا کامبوج و هندوراس، کارگران با تهدید، خشونت، ستم اجتماعی و نیروهای قدرتمند سرمایه‌داری مبارزه می‌کنند تا از حقوق اولیه خود دفاع کنند.
مبارزه آنها برای توسعه کارگران، خانواده های آنها و کل جوامع کلیدی است.

همچنین برای زنانی که معمولاً به حاشیه رانده شده‌اند و از انجام فعالیت‌های سیاسی دلسرد می‌شوند، تأثیر قدرتمندی دارد.

این می تواند تغییرات واقعی رهایی بخش را برای زنان و فرصتی برای خروج از فقر و تبدیل شدن به افراد قوی تر و مستقل تر فراهم کند. شهروندان اروپا نقش مهمی در این مبارزه دارند.

کارگران پوشاک برای رویارویی با نیروهای قدرتمندی که در مقابل آنها قرار دارند به منابع و حمایت نیاز دارند و سازمان‌های زیادی وجود دارند که روی این موضوعات کار می‌کنند، از جمله کمپین لباس‌های پاک، War on Want و TRAID.

با حمایت از آنها می توان سهم مهمی در مبارزه کارگران پوشاک داشت.

همچنین می‌توان با اعمال فشار بر شرکت‌های اروپایی در همبستگی با کارگران پوشاک عمل کرد، به ویژه برای پرداخت هزینه تولید و اطمینان از اینکه در صورت افزایش قیمت نیروی کار، تولید به مکان جدیدی منتقل نمی‌شود.

سیاست های بی دندان CSR کافی نیست. اکنون به تعهدات واقعی از سوی شرکت های مد نیاز است و آنها باید از مقابله با مبارزه کارگران پوشاک دست بردارند.

علاوه بر این، باید برای تغییراتی در صنعت پوشاک جهانی مبارزه کرد تا مانع از بازی خرده‌فروشان بزرگ مد با تولیدکنندگان علیه یکدیگر شود.

سود دیگر نمی‌تواند به هر قیمتی به دست آید. اخلاق و محیط زیست باید در کانون بحث قرار گیرد و باید نشان دهد که به عنوان شهروندان اروپایی، تخلفاتی را که در صنعت پوشاک رخ می دهد را پذیرفتنی نیست.

برندهای مد اروپایی باید در قبال نقض حقوق بشر که در زنجیره تامین آنها رخ می‌دهد پاسخگو باشند و آنها باید متعهد شوند که از رعایت دستمزدها و شرایط کاری منصفانه اطمینان حاصل کنند.

سازمان هایی مانند CORE و ائتلاف اروپایی برای عدالت شرکتی در حال حاضر برای این تغییرات در سطح ملی و اتحادیه اروپا کمپین می‌کنند و با حمایت از آنها می توان کمپین‌های آنها را بزرگتر کرد.

با بازگشت به مسئله اولیه توسعه، صنعت پوشاک می‌تواند پتانسیل بزرگی به عنوان نیروی رهایی بخش زنان در جنوب جهانی داشته باشد.

با این حال، همانطور که دیدیم، کار به خودی خود برای ایجاد توسعه و به چالش کشیدن نابرابری جنسیتی کافی نیست، ماهیت کار به همان اندازه مهم است و این باید فوراً مورد بازنگری قرار گیرد.

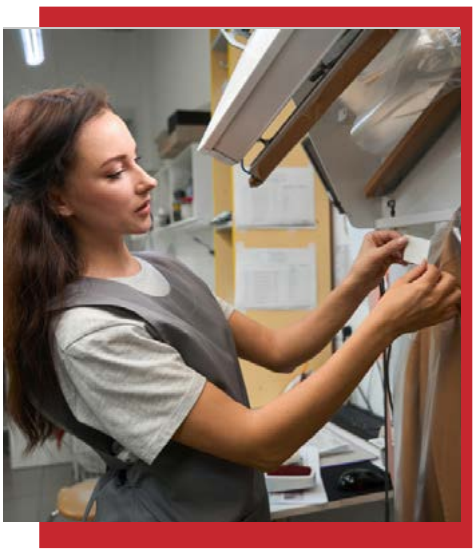
مهمترین منبع برای این تغییر از خود کارگران پوشاک است، اما مردم اروپا با حمایت از مبارزات آنها و مبارزه برای تغییرات قانونی در سطح ملی و اتحادیه اروپا نقش مهمی را ایفا می کنند.

با هم می توان قدرت ایجاد کرد و برای صنعت مد عادلانه تر و پایدارتر تلاش کرد.

وضعیت زنان در صنعت نساجی و پوشاک هند

صنعت نساجی و پوشاک یکی از بزرگترین و مهم ترین بخش های اقتصاد هند است. بیش از ۴۵ میلیون نفر در آن مشغول به کار هستند که بیش از ۶۰ درصد آنها را زنان تشکیل می دهند.

زنان نقش حیاتی در صنعت دارند و در تمام جنبه های زنجیره ارزش، از تولید مواد خام گرفته تا تولید پوشاک و خرده فروشی کار می کنند.



زنان در صنعت نساجی و پوشاک با تعدادی چالش از جمله دستمزد پایین، ساعات کاری طولانی و شرایط بد کاری روبرو هستند.

با این حال، آنها همچنین فرصت هایی برای توانمندسازی اقتصادی و تحرک اجتماعی دارند. این صنعت این پتانسیل را دارد که برای زنان معیشت خوب و فرصتی برای بهبود زندگی خود فراهم کند.

برخی از چالش های کلیدی زنان در صنعت نساجی و پوشاک در هند وجود دارد عبارتند از:

دستمزدهای پایین: زنان در صنعت نساجی و پوشاک به طور قابل توجهی دستمزد کمتری نسبت به مردان دریافت می کنند.

طبق گزارش سال ۲۰۱۸ سازمان بین المللی کار، زنان در این صنعت به طور متوسط ۷۷ درصد دستمزد مردان را دریافت می کنند.

ساعات کار طولانی: زنان در صنعت نساجی و پوشاک اغلب ساعات طولانی کار می کنند، گاهی اوقات تا ۱۲ ساعت در روز. این می تواند منجر به خستگی، مشکلات سلامتی و مشکل در ایجاد تعادل بین مسئولیت های کاری و خانوادگی شود.

شرایط کاری نامناسب: زنان در صنعت نساجی و پوشاک اغلب در شرایط کاری بد مانند کارخانه هایی با تهویه و روشنایی ضعیف کار می کنند.

این می تواند منجر به مشکلات سلامتی مانند عفونت های تنفسی و فشار چشم شود.

آزار و اذیت و آزار: زنان در صنعت نساجی و پوشاک نیز در معرض آزار و اذیت و آزار کارفرمایان و همکاران خود هستند. این امر می تواند کار آنها را در یک محیط امن و سازنده دشوار کند.

با وجود این چالش ها، زنان در صنعت نساجی و پوشاک نیز فرصت‌هایی برای توانمندسازی اقتصادی و تحرک اجتماعی دارند.

این صنعت فرصتی را برای زنان فراهم می کند تا بتوانند امرار معاش کنند و از خانواده خود حمایت کنند.

همچنین فرصت هایی را برای زنان فراهم می کند تا مهارت های جدید بیاموزند و شغل خود را توسعه دهند.

دولت هند اقداماتی را برای مقابله با چالش های پیش روی زنان در صنعت نساجی و پوشاک انجام داده است. این شامل:

تصویب قوانین برای بهبود شرایط کار: دولت قوانینی را برای بهبود شرایط کار در صنعت نساجی و پوشاک تصویب کرده است، مانند قانون کارخانجات و قانون حداقل دستمزد.

ارائه کمک های مالی: دولت از طریق طرح هایی مانند Pradhan Mantri Kaushal Vikas Yojana (PMKVY) به زنان شاغل در صنعت نساجی و پوشاک کمک مالی می کند.

ترویج کارآفرینی زنان: دولت از طریق طرح هایی مانند طرح Stand Up India، کارآفرینی زنان را در صنعت نساجی و پوشاک ترویج می کند.

این ابتکارات به بهبود زندگی زنان شاغل در صنعت نساجی و پوشاک کمک کرده است. با این حال، برای مقابله با چالش هایی که آنها با آن مواجه هستند، باید کارهای بیشتری انجام شود.

دولت، صنعت و جامعه مدنی باید با یکدیگر همکاری کنند تا یک صنعت عادلانه تر و فراگیر ایجاد کنند که به نفع همه کارگران، از جمله زنان باشد.

در اینجا برخی از کارهایی که می توان برای بهبود وضعیت زنان در صنعت نساجی و پوشاک در هند انجام داد آورده شده است:

اجرای قوانین کار: دولت باید قوانین کار را اجرا کند تا اطمینان حاصل شود که کارگران زن دستمزد عادلانه دریافت می کنند و شرایط کار ایمن دارند.

آموزش و توسعه مهارت: دولت و صنعت باید برنامه های آموزشی و توسعه مهارت را برای کارگران زن فراهم کنند تا به آنها کمک کند مهارت های خود را بهبود بخشند و شغل خود را پیش ببرند.

حمایت از زنان کارآفرین: دولت باید به زنان کارآفرین در صنعت نساجی و پوشاک کمک های مالی و فنی ارائه کند.

پایان دادن به آزار و اذیت و آزار و اذیت: دولت و صنعت باید اقداماتی را برای پایان دادن به آزار و اذیت و آزار کارگران زن در صنعت نساجی و پوشاک انجام دهند.

با برداشتن این گام ها، دولت، صنعت و جامعه مدنی می توانند صنعت نساجی و پوشاک عادلانه تر و فراگیرتر ایجاد کنند که به نفع همه کارگران از جمله زنان باشد.

وضعیت زنان در صنعت نساجی و پوشاک بنگلادش

تقریبا ۲۰ درصد از تولید ناخالص داخلی بنگلادش از صنعت نساجی تامین می‌شود. اقتصاد بنگلادش تا حد زیادی توسط بخش نساجی حمایت می‌شود، که برای تغییر پویایی جنسیتی در کشور و توانمندسازی زنان در همه سطوح ضروری است.

این بخش اولین بخش بود که زنان را در تعداد زیادی به کار گرفت و درآمد منظمی را فراهم کرد و برای افرادی که شاغل بودند درجه جدیدی از توانمندی اقتصادی و استقلال را فراهم کرد.

طبق تحقیقات صورت گرفته زنان کارگر پوشاک از ۵۴.۲۲ درصد در سال ۲۰۱۵ به ۵۳.۸۹ درصد در سال ۲۰۱۸ و ۵۳.۶۵ درصد در سال ۲۰۲۱ کاهش یافته است.

دلایل متعددی برای کاهش نرخ کارگر زن از کارخانه های RMG وجود دارد. یکی از دلایل اصلی مراقبت از فرزندانشان است.

مسئله پرورش کودکان یک مسئله مهم در مناطق روستایی بنگلادش است. بارداری، تناسب سن، عدم تعادل خانه و محل کار نیز بر این وضعیت تأثیر می گذارد.
برخی از مسائل دیگر نیز وجود دارد، اما مانند آزار و اذیت و خشونت، ساعات کاری طولانی، حقوق کم و غیره.

این نظرسنجی نشان داد که ۸٪ از تمام کارگران زن فعلی می خواستند پس از یک سال و ۲۷٪ پس از پنج سال بخش RMG را ترک کنند.

آنها همچنین وضعیت خانوادگی خود (۴۱٪) را به عنوان دلیل اصلی هرگونه افکار مربوط به ترک شغل، پس از آن بازگشت به روستای خود (۲۰٪)، شرایط کاری (۱۸٪)، نقل مکان به شغل متفاوت (۱۳٪) معرفی کردند.) و تناسب سنی (۸٪).

تحرک رو به بالا برای زنان کارگران پوشاک بسیار محدود است. حدود ۸۶ درصد از کارگران به عنوان کمک به

کارخانه پیوستند، ۶۶ درصد به عنوان اپراتور و تنها ۱ درصد به عنوان سرپرست به کارخانه رفتند.

بر اساس نظرسنجی از کارگران زن بالقوه، ۵۴ درصد ترجیح می دهند در بخش RMG کار کنند در حالی که ۴۶ درصد ترجیح می دهند در بخش های غیر پوشاک مشغول به کار شوند.

پیامدهای این وضعیت می تواند یک مشکل جدی برای دیدگاه های اجتماعی و اقتصادی باشد.

این مطالعه نشان داد که تصمیم کارگران زن ماهر برای ترک بخش RMG احتمالاً بر بهره‌وری نیروی کار تأثیر می‌گذارد، موضوعی که به نظر می‌رسد مدیریت کارخانه کاملاً از آن آگاه است.

گردش مالی بالای کارگران ممکن است منجر به تاخیر در سفارش و افزایش خطرات ناشی از پیمانکاری فرعی کارخانه ها برای رعایت ضرب الاجل های تولید شود.

این موضوع چالش برانگیز احتمالاً دستاوردهای اقتصادی کشور و به‌ویژه برای زنان را معکوس خواهد کرد و همچنین بر تلاش‌های کشور برای دستیابی به اهداف توسعه حول هدف توسعه پایدار ۵ در مورد برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان و تعهدات تحت برنامه توسعه ملی تأثیر خواهد گذاشت.

این مطالعه راهکارهایی را برای حل فوری این موضوع توصیه کرد، آموزش مدیران و کارگران، و همچنین اجرای مکانیسم‌های شکایت مناسب برای اجازه دادن به کارگران برای گزارش چنین رفتاری، می‌تواند به ایجاد یک محیط کاری سالم و عاری از آزار فیزیکی و کلامی کمک کند.

طبق مقررات دولتی، ارائه خدمات مربوط به زایمان شامل مرخصی زایمان به کارگران می تواند به حل این وضعیت کمک کند. به عنوان مثال، تامین وسایل حمل و نقل برای تضمین ایمنی و امنیت کارگران زن نیز رویکردی ضروری است.

هنگامی که این مسائل پیش می‌آیند، دولت باید سهامدارانی مانند خریداران بین‌المللی، انجمن‌های تجاری، جامعه مدنی و نمایندگان کارگران را گرد هم بیاورد تا به طور جمعی به آنها رسیدگی کنند.

برندها باید شیوه‌های خرید خود، به‌ویژه برنامه‌ریزی تولید را بررسی کنند تا اطمینان حاصل شود که کارخانه‌ها می‌توانند بدون اعمال فشار بر کارگران برای کار اضافه کاری و هزینه‌های پایدابه تعهدات خود

عمل کنند تا کارخانه‌ها بتوانند دستمزد زندگی را به کارگران خود بپردازند و در بهبود کارخانه سرمایه‌گذاری کنند.

پیشرفت در ماهیت صنعت باید توسعه یابد تا زنان بتوانند در حین کار و ارائه ارزش برای جامعه احساس امنیت و اطمینان کنند.

زنان باید مانند مردان در صنعت از حق برابر برای ایجاد یک نظام برابری جنسیتی مبتنی بر نظم برای رفاه کشورمان برخوردار باشند.

نمایشگاه APPPEXPO با شعار «فراتر از محدودیت‌ها» در ماه اسفند در شانگهای برگزار می‌شود

نمایشگاه APPPEXPO که بزرگ‌ترین رویداد صنعت چاپ دیجیتال در چین است، با مساحتی بیش از ۱۶۰،۰۰۰ متر مربع، میزبان ۱۶۰۰ غرفه‌دار و ۱۷۰،۰۰۰ خریدار و بازدیدکننده از بیش از ۱۰۰ کشور خواهد بود. این نمایشگاه همواره به عنوان یک پلتفرم ایده‌آل برای معرفی روندهای بازار، فناوری‌های نوآورانه و راه‌حل‌های پیشرفته شناخته می‌شود.

نمایشگاه APPPEXPO ۲۰۲۵ با شعار «فراتر از محدودیت‌ها»، دستاوردهای نوآورانه از تمامی زنجیره صنعت چاپ، از صنعت تبلیغات تا چاپ پارچه، را به نمایش خواهد گذاشت و توانمندی‌های متنوع فناوری‌های چاپ دیجیتال پیشرفته را به معرض دید قرار خواهد داد.

«نمایشگاه بین‌المللی چاپ دیجیتال پارچه شانگهای ۲۰۲۵»، که بخشی مهم از زنجیره صنعتی APPPEXPO به شمار می‌آید، از ۱۴ تا ۱۷ اسفند ۱۴۰۳ در مرکز نمایشگاه و کنفرانس ملی شانگهای برگزار خواهد شد.

پس از نه سال رشد و توسعه، نمایشگاه بین‌المللی چاپ دیجیتال پارچه شانگهای توانسته است غرفه‌داران بسیاری از سرتاسر جهان را جذب کند و آخرین فناوری‌ها و راه‌حل‌های نوآورانه چاپ دیجیتال را به نمایش بگذارد.

این رویداد قصد دارد به یکی از معتبرترین و پیشروترین نمایشگاه‌های بین‌المللی تبدیل شود که ارتباطات صنعت چاپ پارچه را تقویت کرده و برند «ساخت چین» را در سطح جهانی ترویج کند.

21st INTERNATIONAL
İSTANBUL

YARN FAIR

February 26-28, 2025

TÜYAP

iplikfuari

www.iplikfuari.com

garment TECH istanbul

KONFEKSİYON, NAKIŞ MAKİNELERİ
YEDEK PARÇA VE YAN SANAYİ FUARI

GARMENT, EMBROIDERY MACHINES
SPARE PARTS AND SUB-INDUSTRY EXHIBITION

25-28
Haziran / June 2025

İSTANBUL FUAR MERKEZİ / YEŞİLKÖY

www.garmenttech.com.tr

Teknik Fuarcılık
www.teknikfuarcilik.com

DOMOTEX asia/*CHINA*FLOOR

More than Flooring

The leading International Flooring Show in Asia Pacific

- 210,000 sqm
- 1600+ companies and brands
- 80,000+ trade visitors

26 - 28 May, 2025 - 27th Edition

Shanghai, China
National Exhibition & Convention Center

www.domotexasiachinafloor.com

万耀企龙 GLOBUS events

Deutsche Messe

FIERA MILANO

Build Your Dream Group

DOMOTEX asia CHINAFLOOR

FABTEX GEORGIA

2nd International Exhibition of Textile Industry

26 - 28 September 2025

ExpoGeorgia, Tbilisi, Georgia

Discover Best Destination

ExpoGeorgia SINCE 1958

+90 212 577 66 76
info@kuzeyexpo.com

KUZEY EXPO

Grow Your Business with Cutting-edge Textile Technologies

at the Region's Leading Exhibition

ITMA ASIA | CITME

ITMA ASIA + CITME

SINGAPORE 2025

28 – 31 October 2025
Singapore Expo
www.itmaasiasingapore.com

Source the Latest Textile and Garment Technologies Across the Entire Manufacturing Chain for Sustainability and Competitiveness

70,000m²
Gross Exhibition Space

770+
Exhibitors
33 Countries/Regions

19
Product Sectors

Sign Up for Updates Now!

View live machinery demonstrations by technology owners.

Visitor Registration Opens 27 March 2025

Owners: CEMATEX, CCCPIT TEX, CTMA
Organiser: ITMA SERVICES
Co-organiser: BJITME
In Partnership With
Supported By: Singapore Exhibition & Convention Bureau
Held In: Singapore Passion Made Possible

TÜYAP
www tuyap com tr

Teknik Fuarcılık
www.teknikfuarcilik.com

see you at

ITM 2026

İSTANBUL

9–13

JUNE / HAZİRAN 2026

www.itmexhibition.com

OWNERS

TÜYAP
www.tuyap.com.tr
TÜYAP FAIRS INC.
P : + 90 212 867 11 00
F : + 90 212 886 66 98
www.tuyap.com.tr

Teknik Fuarcılık
www.teknikfuarcilik.com
TEKNiK FAIRS INC.
P : + 90 212 876 75 06
F : + 90 212 876 06 81
www.teknikfuarcilik.com

with the cooperation
TEMSAD
Textile Machinery and Accessories Industrialists Association

Scan the QR Code for more information

Follow us!
itmexhibition

"This Fair is organized with the audit of TOBB (The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey) in accordance with the Law No.5174"