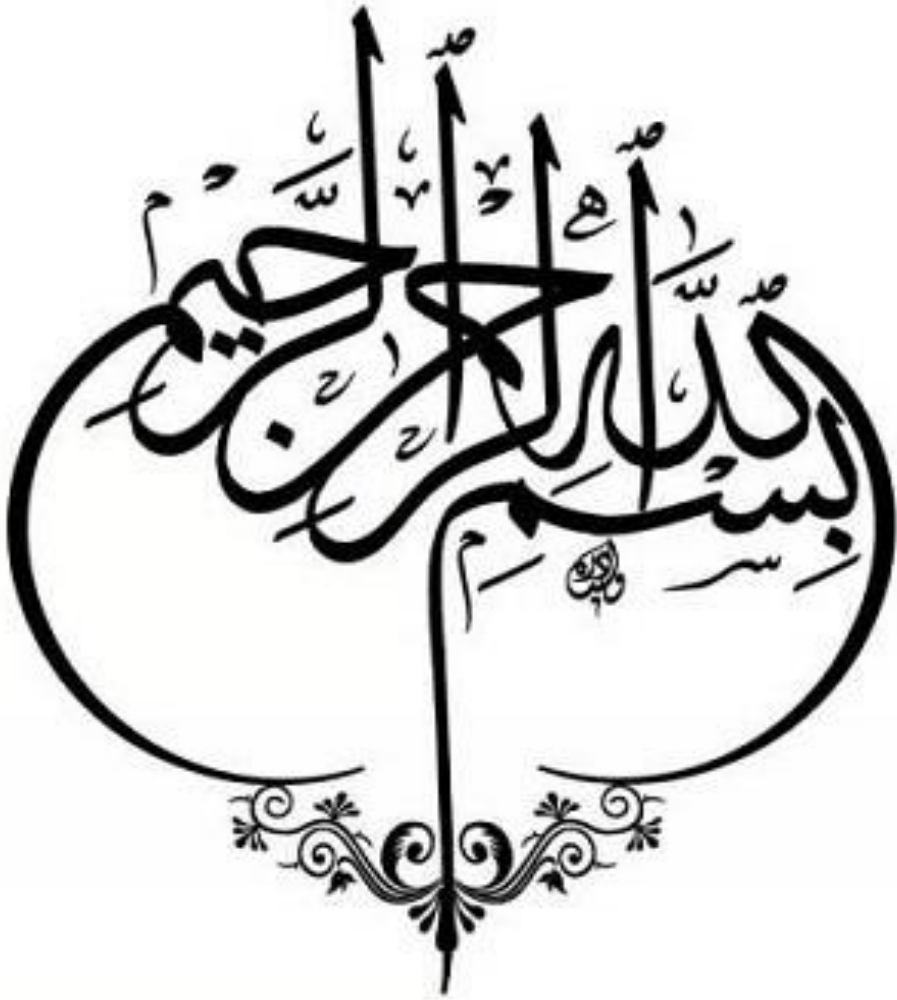


مقاله ساینز بندی و الگوهای آماده روی آناتومی های ایرانی
فرحناز نقابت صاحب ثبت اختراع ساینز بندی ایرانی با شماره ثبت (۵۶۵۲۰)

[نام موسسه]

[سپهر گلچرخ]



بنام خدا

چکیده :

یکی از نیازهای اولیه بشر نیاز به پوشاک و پوشش بدن در زندگی فردی و اجتماعی است. انسان در فطرت خود ویژگی زیباخواهی و تأیید شدن و امنیت خواهی دارد و به دنبال آن خواهان رضایتمندی اجتماعی می باشد. برندهای مختلفی در زمینه پوشاک با توجه به نیاز های فردی و اجتماعی بشر اقدام به طراحی و تولید و عرضه لباس می کنند.

بهترین مواد تشکیل دهنده پوشاک اعم از پارچه، نخ و ملزومات دیگر در تولید نقش بسیار بسزائی دارند، اما تولید کننده پوشاک ایرانی در جهان در رتبه پایینی قرار دارد. واکاوی این مورد در سال ۶۳ به صورت تحقیق توصیفی - پیمایشی آغاز گردید و پرسشنامه روایی را آغاز نمودیم و از طریق پایایی ضریب آلفای کرونباخ به نتایج خوبی رسیدیم.

ابتدا حدود ۸۰۰ پرسشنامه استاندارد تهیه کردیم و از افراد جامعه ی هدف شامل تولیدکنندگان و فروشندگان نظر سنجی بعمل آمد که از این تعداد ۷۶۳ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفت که نتایج بدست آمده نشان از آن داشت که عدم وجود سایزبندی واحد الگوی مؤثر که با آناتومی ایرانی مناسب باشد احساس شد و این خلاء باید بررسی و تحلیل میشد. بعد از تحلیل و بررسی و آزمایش و پردازش موارد گوناگون به نتایج سایزبندی ایرانی و الگوهای ایرانی و متد مناسب الگوکشی ایرانی رسیدیم و ثبت اختراع آن را دریافت کردیم. (شماره ثبت اختراع ۱۵۶۵۲۰ از اداره کل ثبت شرکتهای و مالکیت صنعتی)

واژگان کلیدی : پوشاک - تولیدکنندگان - سایزبندی ایرانی - زنان - ایرانیان - الگوهای ایرانی - روش الگو سازی - ثبت اختراع

مقدمه :

رفع نیاز به پوشش مناسب در هر جامعه ای بسیار مهم و صنعت پوشاک صنعتی بسیار کلیدی و با ارزش است که اگر کیفیت آن با توجه به عوامل تشکیل دهنده آن تولید شود و گسترش یابد به طور چشمگیری می تواند وارد صنعت صادرات شود و اقتصاد کشور را تحت الشعاع خود قرار دهد.

این نیاز باید با توجه به زیر ساخت ها انجام پذیرد و این امر میسر نیست مگر با تقویت و مذاقه در سایزبندی تمام افراد جامعه، تولید کنندگان لباس در حال تولید انواع البسه می باشند ولی دریغ از اینکه تولید کنندگان لباس ها با سیلی از مرجوعیات مواجه میگردند و علی رغم آنکه محصول جنس با کیفیت و دوخت خوبی دارد اما تن خور آن مناسب اکثر افراد نیست .

لذا طراحان بر آن شدند تا لباس های بیش از اندازه گشاد و بدون دکمه طراحی کنند تا محصولات خود را مناسب استفاده ی اکثریت افراد قرار دهند که این کار بسی بیهوده و بی نتیجه است و در پی آن نارضایتی اکثریت مشتریان و در نتیجه اتلاف و اسراف مقدار زیاد و قابل توجهی از مواد مصرفی اعم از پارچه و غیره و همچنین نیروی انسانی کارآمد و ایجاد چرخه معیوب اقتصادی اختصاصاً در این موضوع بوجود آمد.

عده دیگری از دانشجویان و هنرمندان سعی بر دوخت و طراحی مدلهای مختلف در عرصه شخصی دوزی و تولید پوشاک دارند اما با مشکل تن خور نامناسب رو به رو می شوند ولی اگر همین دانشجویان و همین تولیدکنندگان در کشور های اروپایی دست به کار تولید و طراحی و الگو سازی و دوخت شوند محصول آنها مورد تأیید و رضایت مشتریان آن مرز و بوم خواهد بود. البته نه به خاطر آن که کار تولید کننده ضعیف است و یا فارغ التحصیل طراحی و الگو ساز و دوخت ضعیف است بلکه اشکال در این است که برای فرد ایرانی سایز بندی و اندازه های آناتومی ایرانیان برای افراد در نظر گرفته نشده است و کار تولید کننده برای افراد آن مرز و بوم مناسب می باشد و همین امر باعث مهاجرت بسیاری از فارغ التحصیلان رشته های طراحی و دوخت و الگوسازی کشور به خارج از کشور می شود و یا تولید کننده داخلی مواجه با کلی لباسهای مرجوعی و در نتیجه باورشکستگی رو به رو می گردد و همچنان معضل پوشاک نامناسب در ایران برجای خود باقی است و نیروهای بالفعل و بالقوه یا در حال سرخوردگی و یا در حال مهاجرت و فرار هستند.

روش های الگوسازی و روش های سایزبندی بطور واحد و همگان مناسب ایرانیان نیست زیرا روش الگوسازی و همچنین جدول سایزبندی توسط افراد کشورهای دیگر تهیه و تنظیم و قالب همان کشور و افراد همان منطقه بومی است.

لذا با توجه به آناتومی بدن و اندامهای ایرانی و آسیایی نیاز افراد جامعه ما رفع نمی شود ، بنابراین در سال ۶۳ به رفع این معضل پرداخته و اختلاف و ابهام موجود در حیطه تولید لباس ایرانی را بررسی کردم و در ابتدا از روش های آماری استفاده کرده و کوشش خود را در جهت طرحی نو و تحقیقی عمیق برای رفع این معضل شروع کردم و سپس به تهیه جدولی در این زمینه پرداختم. حدود سه سال طول کشید و بر روی اندام حدود یک میلیون و هشتصد و سه هزار نفر مطالعه شد و مناطق مختلف از شرق و غرب و شمال و جنوب کشور به صورت یک تیم ۳۸ نفره به بررسی اندام های آنها

پرداختم، بعد از مقایسه اندازه های مختلف افراد در سنین گوناگون دریافتم که تفاوت قابل ملاحظه ای با جداول سایر روش های سایز بندی وجود دارد و این تفاوت، تلاش من را برای بررسی بیشتر ترغیب نمود.

بارها و بارها آمار مختلف را بررسی و سپس به اعداد مشترکی رسیدم و توانستم مطابق با آناتومی ایرانیان جدولی کامل از کوچکترین سایز و اندازه تا بزرگترین سایز و اندازه موجود در افراد مختلف را بصورت مدرن آماده کنم. سپس شروع به تحقیق و بررسی اندازه ها بر روی الگو پرداختم _الگوهای موجود در ایران که توسط دانشگاه ها و هنرستان ها و مراکز هنری تدریس می شود تأمین کننده نیاز آناتومی ایرانیان نیست و دانشجو و هنرجو و طراح و تولید کننده نمی توانند کارهای مناسبی که رضایت مشتری را به همراه داشته باشد تأمین کنند، در نتیجه باعث میشود هنرجو و دانشجو حس سرخوردگی و تولیدکننده با ورشکستگی و مرجوعی رو به رو شوند و در این اثنا با موج و سیلی از اسراف در مواد تولید مانند کاغذ و پارچه و ملزومات دیگر مواجهه خواهیم بود. و همچنان لباس تولید ایران با مشکلات اساسی داخل بازار می باشد و مشتری نمی تواند لباس مورد نیاز را بدون عیب و نقص بیابد و در این زمان هست که با نارضایتی نسبت به لباس ایرانی و تمایل به خرید لباس های وارداتی در او ایجاد شده و برای تأمین نیاز خود به لباس های وارداتی مراجعه می کند و خرید می نماید .

تحصیل کرده های این عرصه نیز وقتی کار خود را مطلوب جامعه نمی بینند کم کم جذب کشورهای بیگانه شده و در آنجا مشغول به کار خواهند شد و وقتی در آنجا شروع به کار تولید و یا الگو سازی می کنند و می بینند که کار بی عیب و بی نقص هست ولی نمی دانند این نقصشان در کشور از کجا سر چشمه گرفته، و آن چیزی نیست جز عدم وجود سایزبندی ایرانی و روش الگو سازی ایرانی که با اندام ایرانیان مناسب باشد بنابراین همچنان چرخه معیوب اسراف، اتلاف وقت، ورشکستگی، عدم رضایت مشتری و جذب نیروهای فعال در عرصه الگوسازی و طراحی و مد و لباس بر کشورهای بیگانه ادامه دارد و هنوز مشکلی حل نشده است که با وجود الگوهای به ثبت رسیده و سایزبندی ایرانی این معضل به راحتی رفع شده است.

قریب به ۳۰ سال است که با این روش اقدام به دوخت، الگو سازی و تهیه لباس های ساده و پیشرفته در قالب های مختلف جنسیت و سنین گوناگون کردم که با رضایت شگفت انگیز مشتریان رو به رو شدم و حتی دانشجویان و هنرجویان بسیاری را تربیت کرده و آنها با این شیوه وارد عرصه طراحی و الگو سازی شده و از علم خود بهترین بهره ها را برده اند.

این سیستم را در قالب سیستم کمک آموزشی در امر خیاطی و وسایل مربوط به آن را ثبت اختراع رساندم و مشکل فنی که جامعه بخاطر وجود سایز بندی خارجی و سیستم آموزشی وارداتی باعث سرعت عمل پایین _ایجاد نواقص و ایراد در تولید بود را رفع نموده ام ، اهداف این سیستم آموزش ایجاد سهولت در آموزش و سرعت در تولید و سهولت در تولید پوشاک عالی با اتکا به تصویربرداری و استفاده از این سیستم کمک آموزشی برای تثبیت بیشتر مطالب همراه با دقت و کارایی بالا می باشد که ارائه راه حل عالی برای رفع مشکل موجود هست .

مزایای این سیستم نسبت به آموزش موجود این چنین می باشد :

روش های موجود بر اساس شخصی دوزی اندازه گیری تک به تک افراد می باشد که برای تولیدکنندگان میسر نیست ولی در این روش به ثبت رسیده، توانستیم سایزها و اندازه ها را با پیگیری و مطالعه دقیق به صورت یک خط مشی کلی و شاخص بدون تغییر ارائه دهیم.

در سیستم آموزشی موجود چون طریقه ی ساختاری الگو به صورت وارداتی می باشند، پس از طریق الگوسازی فقط مختص اندام هایی است که آن کشور برای مردم خود در نظر گرفته و برای ایرانیان تقریباً یا بدون استفاده است یا باید با تجربه ی خود فرد تولیدکننده یا مربی ادغام شده تا رفع اشکال گردد. ولی در سیستم کمک آموزشی ما چون بر روی اندام های ایرانی مطالعه شد و الگو ارائه شده در چهارچوب اندام های ایرانی است بنابراین با درصدی کم یا بهتر بگوییم که بدون ایراد می باشد و این از نظر بدست آوردن اعتماد به نفس بالا در جهت پیشبرد تولید برای تولیدکننده و انتقال مطلب برای آموزش دهنده بسیار حائز اهمیت است.

انتقال مطلب جهت آموزش در سیستم آموزش گوناگون با سختی و پیچیدگی خاصی روبرو است و باید هر بار همه ی این پیچیدگی و سختی ها را برای هر اندامی تحمل کرد ولی در سیستم آموزشی ما به سادگی با دادن چند عدد و خط و خطوط ساده که فهم آن برای هر سنی و هر شرایط و ضریب هوشی مناسب و ساده است که باعث گیرایی و جلب توجه و ایجاد انگیزه می شود که این خود گامی بلند و استوار جهت استقلال این صنعت در کشور عزیزمان خواهد شد.

انتقال مدل های مختلف و ایجاد انگیزه طراحی برای متدهای دیگر با دشواری و سختی خاصی رو به رو است به طوری که هنرجو یا یک طراح الگو ساز با کندی و حتی با خستگی بسیار مواجه شده و نمی تواند طرح ها و مدل های ابتکاری و جدیدی را با تعدادی زیاد ارائه کند زیرا روند ترسیم الگو با پیچیدگی توأم میباشد ولی سهولت ترسیم اولیه این سیستم کمک آموزشی این جسارت و شهامت را به هنرجو و یا طراح و تولیدکننده می دهد که از ذوق درونی خود بیشترین استفاده را کرده و بهترین طرح ها را با سرعتی وصف ناپذیر ارائه دهد که این نیز برای کمک به توسعه اقتصادی صنعت پوشاک مهم است.

در آموزش های فعلی و متداول معمولاً هنرجو و یا تولید کننده محتاج نوشته ها و یافته های آموزشی نوشته شده خود در قالب کتاب و جزوه است ولی در سیستم کمک آموزشی ما هنرجو با اعداد و ارقام کم مواجه است و برای ترسیم الگو نیاز به خطوط اضافی و اعمال ریاضی نیست، بنابراین نسبت ماندگاری این سیستم در ذهن هنرجو و یا تولیدکننده زیاد است.

اگر لازم باشد فردی خیاطی شخصی دوزی انجام دهد با روش آموزش فعلی معمولاً نیاز به پروهای زیادی می باشد ولی در سیستم کمک آموزشی ما به جرأت می توان گفت که لباس کاملاً بدون پرو آماده می شود و همه افراد در آن راحت هستند مگر شخص مشتری یا مانکن دارای ایراد اندامی فاحشی باشند که آن هم برای رفع این نتیجه برای این تعداد هنرجویان که همیشه با این معضل مواجه هستند آموزش داده می شود.

در ادامه مقایسه جدول هر ایرانی و جدول های وارداتی (جدول ۲۰) را خواهید دید که هم از نظر تعداد از کوچکترین تا بزرگترین کامل تر از جداول خارجی می باشند و همچنین مناسب با اندامهای ایرانی می باشد.

جدول اندازه های استاندارد اندام نرمال بانوان (مولر آلمان) - جدول شماره ۱

60	58	56	54	52	50	48	46	44	42	40	38	36	34	32	سایزهای بین المللی
164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	بلندی تمام قد
146	140	134	128	122	116	110	104	100	96	92	88	84	80	76	دور پستان (سینه)
131	124	117	110	103	96	88	82	78	74	70	67	65	63	61	دور کمر
150	144	138	132	126	120	114	110	106	102	98	94	90	87	83	دور باسن
45. 5	44.5	43. 5	42.5	41. 5	40.5	39. 5	38.5	37. 7	36.5	36. 1	35.3	34. 5	33.7	32. 9	دور گردن
9.3	9	8.7	8.4	8.1	7.8	7.5	7.2	7	6.8	6.6	6.4	6.2	6	5.8	1/2 پهنای پشت یقه
24. 5	24	23. 5	23	22. 5	22	21. 5	21	20. 5	20	19. 5	19	18. 5	18	17. 5	بلندی کف حلقه آستین
43. 5	43.2 5	43	42.7 5	42. 5	42.2 5	42	41.5	41	40.5	40	39.5	39	38.5	38	قد بالاتنه پشت از مهره برجسته پشت گردن
68	67.2 5	66. 5	65.7 5	65	64.2 4	63. 5	62.5	61. 5	60.5	59. 5	58.5	57. 5	56.5	55. 5	قد بالاتنه پشت تا باسن بزرگ
74	72.5	71	69.5	68	66.5	65	63.5	62. 5	61.5	60. 5	59.5	58. 5	57.5	56. 5	بلندی یا قد دامن
قد لباس بر حسب مدل یا مد روز متغیر است															بلندی یا قد لباس (پیراهن)
46. 4	44.8	43. 2	41.6	40	38.4	36. 8	35.2	34. 2	33.2	32. 2	31.2	30. 2	29.2	28. 2	بلندی مرکز سینه از مهره برجسته پشت گردن
37. 1	35.8	34. 5	33.2	31. 9	30.6	29. 3	28	27. 2	26.4	25. 6	24.8	24	23.2	22. 4	بلندی مرکز سینه از سرشانه تا نوک پستان
63. 4	62.0 5	60. 7	59.3 5	58	56.6 5	55. 3	53.7	52. 7	51.7	50. 7	49.2	48. 2	42.7	46. 2	قد بالاتنه جلو از مهره برجسته پشت گردن

54.1	53.05	52	50.95	49.9	48.85	47.8	46.5	45.7	44.9	44.1	43.3	42.5	41.7	40.9	قد بالاتنه جلو بدون پشت یقه
23.4	22.7	22	21.3	20.6	19.9	19.2	18.5	18	17.5	17	16.5	16	15.5	15	کارور پشت
16.4	15.7	15	14.3	13.6	12.9	12.2	11.5	11	10.5	10	9.5	9	8.5	8	گشادی کف حلقه آستین
33.2	31.6	30	28.4	26.8	25.2	23.6	22	21	20	19	18	17	16	15	کارور جلو
15.1	14.8	14.5	14.2	13.9	13.6	13.3	13	12.8	12.6	12.4	12.2	12	11.8	11.6	سرشانه
65	64.4	63.8	63.2	62.6	62	61.4	60.8	60.2	59.6	59	58.4	57.8	57.2	56.6	قد آستین از سرشانه
43.7	42.1	40.5	38.9	37.3	35.7	34.1	32.5	31.2	29.9	28.6	27.3	26	25.5	25	دور بازو
20.3	19.9	19.5	19.1	18.7	18.3	17.9	17.5	17.1	16.7	16.3	15.9	15.5	15.3	15.1	دور مچ
112	112	111	111	110	109	109	107.75	107	105.25	104	103.75	102	100.25	99	قد از کمر تا کف پا (قد شلوار)
36.5	35.5	34.5	33.5	32.5	31.5	30.5	29.5	28.5	27.5	26.5	25.5	24.5	23.5	23	بلندی فاق یا برآمدگی باسن
75.5	76	76.5	77	77.5	78	78.5	78.2	78	77.75	77.5	77.25	77	76.75	76	اندازه ی توی پا از وسط فاق تا کف پا
30	29.5	29	28.5	28	27.5	27	26.5	26	25.5	25	24.5	24	23.5	23.5	دور مچ پا (دم پای شلوار)

جدول سایزبندی برای روش متریک - جدول شماره ۲

56	54	52	50	48	46	44	42	40	38	36	34	نمونه سایزها
132	127	122	117	112	107	102	97	92	88	84	80	دور سینه
137	107	102	97	92	87	82	77	72	68	64	60	دور کمر
137	132	127	122	117	112	1.7	102	97	93	89	85	دور باسن
45	43.8	42.6	41.4	40.20	39	37.8	36.6	35.5	34.4	33.4	32.4	کارور پشت
45.5	44	42.5	41	39.5	38	36.5	35	32.6	32.4	31.2	30	کارور جلو

14.9	14.6	14.3	14	13.7	13.4	13.1	128	12.5	12.25	12	11.75	پهنای سرشانه
9.5	9.2	9	84	8.5	8.3	8	7.8	7.6	7.4	7.2	7	دور گردن 1/5
12.4	11.8	11.2	10.6	10	9.4	8.8	8.2	7.6	7	6.4	5.8	پهنای پنس
43.2	41.4	39.6	37.8	36	34.4	32.8	31	29.6	28.4	27.2	26	دور بازو
20.5	20	19.5	19	18.5	18	17.5	17	16.5	16	15.5	15	دور مچ
29.3	28.7	28.1	27.5	26.9	26.3	25.7	25.1	24.5	24	23.5	23	دور قوزک پا
26.3	25.5	25.1	24.5	23.9	23.3	22.7	22.1	21.5	21	20.5	20	دور بالای قوزک پا
43.6	43.4	43.2	43	42.5	42	41.5	41	40.5	40	39.5	39	بلندی بالاتنه ی پشت احلقه گردن تا کمر
46	45.5	45	44.5	43.7	42.9	42.1	41.3	40.5	40	39.5	39	بلندی بالاتنه ی جلوآزشانه تا کمر
26.3	25.6	24.9	24.2	23.5	23	22.5	22	21.5	21	20.5	20	بلندی کف حلقه ی آستین
62	61.75	61.5	61.25	61	60.5	60	59.5	59	58.5	58	57.5	قد از کمر تا زانو
22.9	22.7	22.5	22.3	22.1	21.8	21.5	21.2	20.9	20.6	20.3	20	قد از کمر تا باسن
111	110.5	110	109.5	1109	108	107	106	105	104	103	102	قد از کمر تا زمین
35.5	34.5	33.5	32.5	31.5	30.8	30.1	29.4	28.7	28	27.3	26.6	برآمدگی باسن
35	33.75	32.5	31.25	30	28.8	27.5	26.3	25	24	23	22	بلندی سینه

روش شناسی این موضوع :

این موضوع مطروحه از لحاظ ماهیت از نوع پژوهش های توصیفی - پیمایشی است و از دیدگاه هدف در زمره پژوهش های کاربردی و از جنبه روش گرد آوری داده ها میدانی محسوب می شود .

داده های مورد نیاز این موضوع و تحقیق به وسیله پرسشنامه استاندارد مبتنی بر مبانی نظری جمع آوری شده است.

روایی ابزار سنجش با استفاده از روایی صوری بررسی شده بدین ترتیب که پرسشنامه در اختیار همکاران خبره قرار گرفت و نظرات آن ها دریافت شد و اصلاحات اعمال شد و لحاظ گردید - پایایی پرسشنامه پژوهش نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد آزمون قرار گرفت و بعد از مطالعه، تحقیق و آزمون های مختلف و متعدد و رفع ایراد های

جزئی توانستیم روش و جدول سایز را ارائه دهیم که در این عرصه ۱۲ سال هنوز مورد استقبال تعداد زیادی از هنردوستان و مشتاقان قرار گرفت است و مورد استفاده نیز می باشد.

نتیجه گیری و پیشنهادات :

مزیت رقابتی از جمله موضوعات مهم است که در سال های اخیر در بازارهای داخلی و بین المللی مورد توجه و تأکید قرار گرفته است و این تأکید به دلیل تأثیر مزیت رقابتی در رشد بهره وری و در نتیجه رشد و توسعه اقتصادی کشورهاست. در نهایت هدف این پژوهش مطالعه و بررسی تأثیر سایز بر مزیت رقابتی با در نظر گرفتن میانجی سرمایه انسانی، ساختاری و ارتباطی در کسب و کارهای کوچک و بزرگ پوشاک می باشد.

نتایج پژوهش نشان می دهد که سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی (فکری) بر مزیت رقابتی تأثیر مثبت معناداری دارد، همچنین یافته ها حاکی از آن است که تنها وجود سرمایه انسانی و یا مادی کافی نیست و کسب و کارهای کوچک و بزرگ پوشاک باید شبکه ای از روابط و همچنین زیر ساختارهای اساسی را داشته باشند تا به مزیت رقابتی برسند و چون در ایران ساختارهای اساسی تولید پوشاک مبتنی بر سایز اولیه افراد در قالب سایز تمامی گروه سنی که مختص و بومی ایران زمین می باشد وجود ندارد و همچنین در نظر گرفتن شاخص های فرهنگی، مورد تأیید برای افراد جامعه که مناسب با فرهنگ ایرانی اسلامی و تحت لوای عنوان لباس عقیفانه اسلامی می باشد لذا ساختار اولیه که ریشه تولید مبتنی بر رضایتمندی مشتری بر مبنای فرهنگ ایرانی اسلامی قرار می دهد که باید فرهنگ مدیریتی این زمینه را ارتقا بخشید. کسب و کارهای کوچک و بزرگ باید راهبرد یکپارچه سازی کوتاه مدت و همچنین بلند مدت را برای افزایش تولید و فروش ارتقا داده و این مستلزم فرآیند پیش رو (یعنی بومی سازی سبزیبندی ایرانی) در بردارنده ایده هایی برای بهبود مدیریت راهبردی کسب و کار تولید پوشاک از خرد و کلان می باشد و مزیت آن ایرانی بودن و منحصر بفرد بودن آن است، که تا کنون در ایران سبزیبندی ایرانی مطرح نشده و حتی به آن پرداخته نشده است و این اولین و بزرگترین معضل اساسی تولید پوشاک ایرانی است که اگر فاکتورهای سبزیبندی خارجی بر پایه روش های خارجی موجود در ایران را حذف کنیم و در آموزش عالی و همچنین آموزشگاه ها و هنرستان ها و دانشگاه های هنر و کتاب ها به آن پردازیم بخاطر انحصار ویژه ایرانی بودن به صورت شیوه ایرانی باعث بالابردن سطح آموزش و کارایی افراد هنرجو خواهد شد.

جلوگیری از خروج ارز_ به خاطر خرید و واردات لباس های خارجی به دلیل عدم لباس های ایرانی مناسب آناتومی بدن و همچنین جلوگیری از خرید نرم افزار های الگوسازی و طراحی که توسط شرکت های خارجی مبتنی بر روش های بیگانه طراحی شده باعث می شود تا از خروج ارز مملکت جلوگیری شود و از نرم افزار های ایرانی با هزینه های بسیار کم و قابل دسترسی و با پشتیبانی آسان در پیشبرد هدف تولید گام های بزرگی برداشت. همچنین افراد فعال و با استعداد کشور با استفاده از الگوهای ایرانی و سبزیبندی ایرانی به راحتی وارد عرصه تولید چه در قالب کسب و کارهای کوچک و چه در قالب کسب و کارهای تولیدی می شوند و بهترین سودآوری را برای ایران اسلامی ما خواهد داشت.

برخورداری از این مزیت رقابتی که در پی آن یکپارچگی تولید و بازار پوشاک را خواهد داشت، پایه محکمی پیدا خواهد کرد. با بهبود کیفیت و کاهش هزینه های تولید پوشاک استفاده از الگوها و سایز ایرانی و جلوگیری از هدر رفت مواد اولیه در راستای کاهش قیمت و همچنین انتخاب کانال های توزیع مناسب می توان سودآوری بهتر و عملکرد بالاتری را کسب کرد.

با توجه به انواع مشتریان لباس که می توان به بخش های :

۱ - کمال گرا ۲ - برندگرا ۳ - مدگرا ۴ - لذت گرا ۵ - ارزش گرا (قیمت) ۶ - تکانش گرا ۷ - سر درگم

۸ - عادت گرا تقسیم کرد، با استفاده از الگوهای ایرانی و سایزبندی های ایرانی میتوان رضایتمندی در هر ۸ گروه مذکور را تأمین کرد، زیرا اساس آن روی اندام ایرانی است و با کمی ظرافت در طراحی نظر مثبت مشتری را اعمال کرد تا سطح فروش بالا رود و همه آن به اساس سایزبندی مرتبط می شود و با کمی روان شناسی این که مشتری چگونه فکر می کند و چگونه احساس می کند و میان انتخاب های متفاوت تصمیم می گیرد و چگونه تحت تأثیر عوامل فرهنگ و خانواده ، برندها و رسانه ها قرار می گیرد ناخودآگاه چون با سایزبندی ایرانی همخوانی دارد جلب نظر و رضایت مشتری را با اطمینان خاطر و با سرعت انجام می دهد.

خلاصه:

امروزه در جامعه ما علی رغم سعی مبلغان و عزیزان زحمت کش و دلسوز برای ترویج حجاب اسلامی، گرایش به سمت بی حجابی و بد حجابی قوت گرفته و از جمله مشکلات جامعه و کارگروه مد و لباس و فرهنگ اسلامی است. گسترش بی حجابی در جامعه نتیجه عواملی است، که هر صاحب نظری بنا بر تجربه و تخصص خود دلایلی را برای آن ذکر می کند.

با تحقیق و پژوهش در مدیریت بازاریابی و رفتار مصرف کننده و نوع تولید محصول توسط تولیدکننده و طراحی طراحان این بار از این منظر به این گرایش می پردازیم که با وجود اینکه معنی حجاب به عنوان نیاز فطری زمان و پوشاک مناسب که با این فرم و پوشش به عنوان محصولاتی به منظور رفع این نیاز فطری در نظر گرفته شده است عواملی بر این اثرگذار است که از چشم پژوهشگران مخفی و دور مانده و باعث فاصله گیری بانوان محجبه از ملزومات حجاب و یا عدم تأثیرگذاری برای جذب افراد برای پذیرش حجاب شده است. طراح ایرانی، تولید کننده ایرانی، مواد اولیه ایرانی، پارچه ایرانی اما محصول ایرانی با عدم رضایتمندی رو به رو است و این یک حلقه گمشده دارد چون اساس آن سایز خارجی است و نیاز ایرانی را ارضاء نمی کند و باعث گریز مصرف کننده از اصل پوشاک می شود. بدون توجه به نوع تولید خوب و طراحی های زیبا که برای آن زحمت کشیده شده است و دوباره چرخه معیوب گرایش به لباس های غربی و محصولات خارجی، این سایزبندی ایرانی و الگوسازی ایرانی با اثرگذاری بر دل مشغولی هنجار ذهنی بر قصد خرید، به طور غیر مستقیم گرایش در نهایت رضایتمندی مشتری را تأمین می کند و به تدریج و نامحسوس هنجار ذهنی تأثیر خود را غیر

مستقیم بر روی مشتری دل مشغولی حجاب بر قصد خرید پوشاک می گذارد، پس از طریق افزایش و گسترش استفاده از سایزبندی ایرانی و الگوهای ایرانی می توان با معرفی محصول ایرانی، طراحی ایرانی اسلامی و ارتقای سطح تنوع در پوشاک متناسب با فرم پوشش اسلامی و تبلیغات مناسب مبتنی بر اصول علمی توجه و تشویق و تکریم مصرف کنندگان و زمانی که پوشش متناسب با فرم و پوشش اسلامی را به منظور حضور و فعالیت در جامعه انتخاب کرده اند می توان تمایل آنان را به استفاده بیشتر از این نوع پوشش افزایش داد، مخصوصاً برای نوجوانان و نوجوانان که اندازه های متناسب به سن و تنوع خواهی و زیباگرایی همگام است را تأمین و تشویق می کند. در نتیجه سایزبندی و الگوهای اسلامی ایرانی باعث خودکفایی صنعت پوشاک ایران، جلوگیری از خروج ارز، رفع وابستگی به روش ها و سایزها و الگوهای خارجی، رضایت مندی مصرف کننده از محصول ایرانی اعم از زن و مرد و کودک و نوجوان در طبقه های مختلف پوشاک اعم از اجتماع، راحتی، خصوصی، رسمی و مجلسی را تأمین و باعث رونق چرخه تولید و افزایش اطمینان خاطر تولیدکننده و ایجاد رونق طبقه تولیدکنندگان افزایش فروش علاقمندی برای خرید بیشتر کالا و لباس ایرانی میگردد.

در نتیجه باید معطل پوشاک و سایز در ایران از پایه بررسی و سنجیده شود و سپس رفع معضل نمود که با اجرای آن به این اهداف رسیده تا صنعت پوشاک ایران را که دچار رکود شده نجات داد.

این جداول سایز بندی با افتخار به مردم عزیز کشورم تقدیم میگردد.

(سایز بندی والگوی ایرانی با اسم شایجو به ثبت برند رسیده است)

و من الله توفیق

(فرحناز نقابت)

Article on sizing and ready patterns on Iranian anatomie
Niqabat Iranian Patent Patent Registration Number (56520)

[Name of Institution]
sepehrgolcharkh]

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
Bismillahirrahmanirrahim

In the name of God

Abstract :

One of the basic human needs for clothing is to cover the body in individual and social life. Man by nature has the characteristic of wanting beauty and approval and security, and consequently seeks social satisfaction. Various brands in the field of clothing design, produce and supply clothing according to individual and social human needs.

The best ingredients of clothing, including fabrics, yarns and other necessities, play a very useful role in production, but the Iranian clothing manufacturer is ranked low in the world. The analysis of this case began in 1363 as a descriptive-survey research and we started the validity questionnaire and achieved good results through the reliability of Cronbach's alpha coefficient.

First, we used about 800 standard questionnaires and distributed them among the target community, manufacturers and sellers, of which 763 questionnaires were analyzed, and the results showed that there is no effective model sizing that is suitable for Iranian anatomy, and this The vacuum must be investigated and analyzed. After analyzing, testing and processing various cases, we reached the results of Iranian sizing and Iranian patterns and the appropriate method of Iranian patterning and received its patent.)

Keywords: Clothing _ Manufacturers _ Iranian Sizing _ Women _ Iranians _ Iranian Patterns _ Pattern Making
Method – Patent

Introduction :

Addressing the need for appropriate clothing in any society is very important and the industry is very key and valuable that if its quality is produced and expanded according to its constituents, it can significantly enter the export industry and overshadow the country's economy. Give.

This need must be met with regard to infrastructure, and this is not possible unless with the strengthening and scrutiny of the country, clothing manufacturers are producing all kinds of clothing, but it is unfortunate that clothing manufacturers are faced with a flood of returns and Despite the fact that the product has good quality and stitching, but it is not suitable for most of the society.

Therefore, the designers decided to design clothes that are too loose and without buttons to make their products suitable for the use of the majority of society, which is very useless and ineffective, and as a result, the dissatisfaction of the majority of customers and as a result a lot of waste. And a considerable amount of consumables, including textiles, etc., as well as efficient manpower and the creation of a vicious economic cycle arose specifically in this regard.

Other students and artists try to sew and design different models in the personal field of embroidery and clothing production, but they face the problem of inappropriate fit, but if the same students and the same manufacturer in European countries start producing, designing and patterning To be made and sewn, their product will be approved and satisfied by the customers of that border, but not because the work of the manufacturer is poor or the graduate of design and pattern making and sewing is weak, but the problem is that for the Iranian person sizing And the anatomical sizes of Iranians are not intended for individuals And the work of a producer is suitable for the people of that border and environment, and this causes many graduates of the fields of design, sewing and modeling of the country to emigrate abroad, or the domestic producer is faced with all kinds of return clothes, and as a result, failure. Is facing and the problem of inappropriate clothing remains in Iran and the actual and potential forces are either frustrated or migrating and fleeing.

Modeling methods and sizing methods are not suitable for Iranians as a whole and all because the modeling method and also the sizing table are prepared and arranged by people from other countries and the molds are from the same country and people from the same region. In 1363, I solved this problem and examined the differences and ambiguities in the field of Iranian clothing production. I used statistical methods first and started my efforts for a new plan and in-depth research to solve this problem, and then prepared a table. In this regard, it took about three years. On the limbs studied about one million and three hundred and three thousand people and examined different parts of the east, west, north and south of the country as a team of 38 people, after comparing different sizes of people at different ages, I found that the difference. There are significant differences with the tables of other sizing methods, and this difference encouraged me to explore further.

Time and time again I checked different statistics and then I came up with common numbers that I was able to prepare a complete table according to the anatomy of Iranians from the smallest size and size to the largest size and size in people in a modern way. I paid for the model. The models available in Iran, which are taught by universities, conservatories, and art centers, do not meet the needs of Iranian anatomy, and students, designers, and producers cannot provide suitable work that satisfies the customer, and students feel frustrated.

And the manufacturer faces bankruptcy and return

In the meantime, we will face a wave and a flood of extravagance in production materials such as paper, fabric and other necessities. It is at this time that he is dissatisfied with Iranian clothes and the desire to buy imported clothes is created in him and to meet his needs, he refers to imported clothes and buys them.

Educated in this field, when they do not see their work as desirable to society, they are gradually attracted to foreign countries and will work there, and when they start producing or modeling work there, they will see that the work is flawless and It is perfect, but they do not know where this flaw originated in the country, which is nothing but the lack of Iranian sizing and the Iranian modeling method that is suitable for Iranians, so there is still a vicious cycle of extravagance, waste of time, bankruptcy, dissatisfaction. Customer and attracting

active forces in the field of modeling, design, fashion and clothing on foreign countries continues and a problem has not been solved yet, despite the registered patterns and Iranian sizing, this problem has been easily solved.

For almost 30 years, I have been sewing, patterning and preparing simple and advanced clothes in different shapes of different genders and ages with this method, which I met with amazing customer satisfaction and has even trained many students. And in this way, they have entered the field of design and modeling and have taken the best advantage of their knowledge.

I patented this system in the form of a training aid system for sewing and related equipment, and I solved the technical problem that society caused due to the existence of foreign sizing and the imported training system, which caused a low speed of operation - creating defects and problems in production. The goals of this training system are to facilitate training and speed in production and ease of production of excellent clothing by relying on imaging and using this training aid system to further stabilize the content with high accuracy and efficiency, which provides an excellent solution to solve the existing problem. LT is . The advantages of this system over the existing training are as follows:

Existing methods based on personal embroidery are individual measurements that are not possible for manufacturers, but in this registered system, we were able to provide sizes and sizes as a general policy and index without change by following and studying carefully. In the existing educational system, because the structural method of the model is imported, through modeling, it is only for the organs that the country has in mind for its people and for the Iranians is almost either unused or must be produced by the experience of the person or The instructor has been integrated to fix the problems, but in our training aid system, because it was studied on Iranian organs and the model presented is within the framework of Iranian organs, so I can say with a small percentage or better that is not flawless at all, and this in terms

of obtaining High self-confidence is very important in promoting production for the producer and conveying information to the educator.

Transferring content for training in different training systems is faced with a certain difficulty and complexity and all these complexities and difficulties must be endured for each organ every time, but in our training system simply by giving a few numbers and simple lines that are understood for Every age and every condition and IQ is appropriate and simple, which attracts attention and motivates, which will be a long and firm step for the independence of this industry in our beloved country.

Transferring different models and motivating the design for other methods is faced with a certain difficulty and difficulty so that the student or a pattern designer is slow and even very tired and can not come up with innovative and new designs and models. Offer a large number because the process of drawing the pattern is complex, but the ease of initial drawing of this system gives the training aid of courage and boldness to the student or designer and producer who makes the most of his inner taste and the best designs with indescribable speed. Offer that this is also important to help the economic development of the garment industry. In current and common trainings, the student or producer usually needs his / her written writings and educational findings in the form of books and pamphlets, but in our educational aid system, the student is faced with small numbers and additional lines are needed to draw the pattern. And it is not mathematical practice, so the survival rate of this system in the mind of the student or producer is high. If it is necessary for a person to do personal embroidery, with the current training method, many pros are usually encountered, but in our training aid system, we can boldly say that the clothes are prepared completely without a pro, and everyone is comfortable in it, except the customer. Or the mannequins have a huge body defect, which is trained to solve this result for this number of students who are always faced with this problem. In the following, you will see a comparison of the table of each Iranian and the imported tables (Tables 1 and 2), which are more complete than the foreign tables in terms of number from the smallest to the largest, and are also suitable for Iranian organs.

Table 1-Table of standard sizes of normal female limbs (Müller-Germany)

60	58	56	54	52	50	48	46	44	42	40	38	36	34	32	International size
164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	Full height
146	140	134	128	122	116	110	104	100	96	92	88	84	80	76	Breast circumference
131	124	117	110	103	96	88	82	78	74	70	67	65	63	61	Waist
150	144	138	132	126	120	114	110	106	102	98	94	90	87	83	Hip circumference
45.5	44.5	43.5	42.5	41.5	40.5	39.5	38.5	37.7	36.5	36.1	35.3	34.5	33.7	32.9	Round neck
9.3	9	8.7	8.4	8.1	7.8	7.5	7.2	7	6.8	6.6	6.4	6.2	6	5.8	1/2 the width of the back of the collar
24.5	24	23.5	23	22.5	22	21.5	21	20.5	20	19.5	19	18.5	18	17.5	The height of the sleeve ring bottom
43.5	43.25	43	42.75	42.5	42.25	42	41.5	41	40.5	40	39.5	39	38.5	38	Upper body height of the back of the prominent vertebrae behind the neck
68	67.25	66.5	65.75	65	64.25	63.5	62.5	61.5	60.5	59.5	58.5	57.5	56.5	55.5	Tall height back to large hips
74	72.5	71	69.5	68	66.5	65	63.5	62.5	61.5	60.5	59.5	58.5	57.5	56.5	Height or height of the skirt
The height of the dress varies according to the model or fashion														Height (shirt)	
46.4	44.8	43.2	41.6	40	38.4	36.8	35.2	34.2	33.2	32.2	31.2	30.2	29.2	28.2	The height of the center of the chest from the prominent vertebrae behind the neck
37.1	35.8	34.5	33.2	31.9	30.6	29.3	28	27.2	26.4	25.6	24.8	24	23.2	22.4	The height of the center of the chest from the head to the nipple

63.4	62.0 5	60.7	59.3 5	58	56.6 5	55.3	53.7	52.7	51.7	50.7	49.2	48.2	42.7	46.2	Upper body height from the prominent vertebrae behind the neck
54.1	53.0 5	52	50.9 5	49.9	48.8 5	47.8	46.5	45.7	44.9	44.1	43.3	42.5	41.7	40.9	Upper body height without back collar
23.4	22.7	22	21.3	20.6	19.9	19.2	18.5	18	17.5	17	16.5	16	15.5	15	Carver back
16.4	15.7	15	14.3	13.6	12.9	12.2	11.5	11	10.5	10	9.5	9	8.5	8	Width of sleeve ring bottom
33.2	31.6	30	28.4	26.8	25.2	23.6	22	21	20	19	18	17	16	15	Front carver
15.1	14.8	14.5	14.2	13.9	13.6	13.3	13	12.8	12.6	12.4	12.2	12	11.8	11.6	shoulder
65	64.4	63.8	63.2	62.6	62	61.4	60.8	60.2	59.6	59	58.4	57.8	57.2	56.6	The height of the shoulder
43.7	42.1	40.5	38.9	37.3	35.7	34.1	32.5	31.2	29.9	28.6	27.3	26	25.5	25	Arm circumference
20.3	19.9	19.5	19.1	18.7	18.3	17.9	17.5	17.1	16.7	16.3	15.9	15.5	15.3	15.1	Around the wrist
112	112	111	111	110	109	109	107.7 5	107	105.2 5	104	103.7 5	102	100.2 5	99	Height from waist to sole (pants height)
36.5	35.5	34.5	33.5	32.5	31.5	30.5	29.5	28.5	27.5	26.5	25.5	24.5	23.5	23	Crotch height or buttock bulge
75.5	76	76.5	77	77.5	78	78.5	78.2	78	77.75	77.5	77.25	77	76.75	76	The size of the foot from the middle of the crotch to the sole of the foot
30	29.5	29	28.5	28	27.5	27	26.5	26	25.5	25	24.5	24	23.5	23.5	Ankle (pants tail)

Table 2-Sizing table for metric method

56	54	52	50	48	46	44	42	40	38	36	34	Sample size
132	127	122	117	112	107	102	97	92	88	84	80	Around the chest
137	107	102	97	92	87	82	77	72	68	64	60	Waist
137	132	127	122	117	112	107	102	97	93	89	85	Hip circumference
45	43.8	42.6	41.4	40.20	39	37.8	36.6	35.5	34.4	33.4	32.4	Carver back
45.5	44	42.5	41	39.5	38	36.5	35	32.6	32.4	31.2	30	Front carver
14.9	14.6	14.3	14	13.7	13.4	13.1	128	12.5	12.25	12	11.75	Shoulder width
9.5	9.2	9	8.4	8.5	8.3	8	7.8	7.6	7.4	7.2	7	1/5 round neck
12.4	11.8	11.2	10.6	10	9.4	8.8	8.2	7.6	7	6.4	5.8	Width of pliers
43.2	41.4	39.6	37.8	36	34.4	32.8	31	29.6	28.4	27.2	26	Arm circumference
20.5	20	19.5	19	18.5	18	17.5	17	16.5	16	15.5	15	Around the wrist
29.3	28.7	28.1	27.5	26.9	26.3	25.7	25.1	24.5	24	23.5	23	Around the ankle
26.3	25.5	25.1	24.5	23.9	23.3	22.7	22.1	21.5	21	20.5	20	Round the top of the ankle
43.6	43.4	43.2	43	42.5	42	41.5	41	40.5	40	39.5	39	The height of the upper body from the back of the neck to the waist
46	45.5	45	44.5	43.7	42.9	42.1	41.3	40.5	40	39.5	39	Height of upper torso to waist
26.3	25.6	24.9	24.2	23.5	23	22.5	22	21.5	21	20.5	20	The height of the sleeve ring bottom
62	61.75	61.5	61.25	61	60.5	60	59.5	59	58.5	58	57.5	Height from waist to knees
22.9	22.7	22.5	22.3	22.1	21.8	21.5	21.2	20.9	20.6	20.3	20	Height from waist to hips
111	110.5	110	109.5	109	108	107	106	105	104	103	102	Height from waist to the ground
35.5	34.5	33.5	32.5	31.5	30.8	30.1	29.4	28.7	28	27.3	26.6	Hip bulge
35	33.75	32.5	31.25	30	28.8	27.5	26.3	25	24	23	22	Chest height

Methodology of this topic:

This issue is descriptive-survey research in terms of nature and from the point of view of purpose is considered as applied research and in terms of method of data collection is field.

The required data for this topic and research have been collected by a standard questionnaire based on theoretical foundations.

The validity of the assessment tool was evaluated using face validity in such a way that the questionnaire was given to the expert colleagues and their opinions were received and corrections were applied and taken into account. Study. Various researches and tests and solving small problems, we were able to present the method and size table, which in this field for 12 years has still been welcomed by a large number of art lovers and enthusiasts and is also used.

Conclusion and Recommendations :

Competitive advantage is one of the important issues that has been considered and emphasized in recent years in domestic and international markets, and this emphasis is due to the effect of competitive advantage on productivity growth and consequently economic growth and development of countries. The study of the effect of size on competitive advantage by considering the mediation of human capital, structure and communication in small and large clothing businesses.

The results show that human capital, structural capital and communication capital (intellectual) have a significant positive effect on competitive advantage. Also, the findings indicate that the existence of human or material capital alone is not enough and small and large clothing businesses should Have a network of relationships as well as basic infrastructure to achieve competitive advantage, and because in Iran there are no basic structures for the production of clothing based on the basic size of people in the size of women, men, adolescents and children, which is specific and native to Iran and

Also, considering cultural indicators, approved for people in the community that are suitable for Iranian Islamic culture under the banner of chaste Islamic clothing

Therefore, the basic structure that the root of production based on customer satisfaction is based on Iranian Islamic culture that should improve the management culture in this field. Small and large businesses should have a short-term and long-term integration strategy to increase production and sales. Upgraded and this requires the forthcoming process (ie localization of Iranian sizing) to include ideas to improve the strategic management of clothing business from micro and macro, and the advantage of being Iranian and its uniqueness , Which until now in Iran, Iranian sizing has not been proposed or even addressed, and this is the first and biggest basic problem of Iranian clothing production, based on which if we eliminate the factors of foreign sizes based on foreign methods in Iran, and in higher education and Also, schools, conservatories, universities of art and books, because of the special monopoly of being Iranian in the Iranian way, will raise the level of education and efficiency of students.

Preventing the outflow of foreign currency_ due to the purchase and import of foreign clothes due to the lack of suitable Iranian clothes for body anatomy, as well as preventing the purchase of modeling and design software designed by foreign companies based on foreign methods will cause the outflow The country's currency should be prevented and Iranian software should be taken at very low and accessible costs and with easy support in order to increase production. Also, active and talented people in the country should easily enter the field of production using Iranian patterns and sizes. They are made in the form of small businesses or in the form of manufacturing businesses and will have the best profitability for our Islamic Iran.

Enjoying this competitive advantage, which will lead to the integration of clothing production and market, will find a solid foundation by improving the quality and reducing the cost of clothing production, using Iranian patterns and sizes, and preventing the waste of raw materials in order to

reduce prices and selection. Proper distribution channels can lead to better profitability and higher performance.

According to the types of clothing customers that can be divided into sections:

1. Perfectionism 2 - Brand-oriented 3 – fashionist 4 - Hedonism 5 - Value orientation (Price)

6 - Impressionism 7 - Confused

8- Habitual divided, using Iranian patterns and Iranian sizes can provide satisfaction in all 8 groups, because it is based on the Iranian body and with a little delicacy in the design applied a positive customer opinion to a high level of sales River and all of it is related to sizing, with a bit of psychology of how the customer thinks and feels and decides between different choices and how they are influenced by cultural and family factors, brands and media. Unconsciously, because it is compatible with Iranian sizing, it attracts customer feedback and satisfaction with confidence and speed. But :

in short :

In our society today, despite the efforts of hardworking and compassionate missionaries and loved ones to promote the Islamic hijab, the tendency towards lack of hijab and the lack of hijab has become stronger and is one of the problems of society and the Islamic fashion, clothing and culture working group. , Which each theorist according to his experience and expertise mentions reasons for it. With research in marketing management and consumer behavior and the type of product production by the manufacturer and the design of the designers, this time we deal with the tendency that despite the meaning of hijab as an innate need of time and appropriate clothing that with this form and cover to The title of products has been considered in order to meet this natural need. Factors that have been hidden from the eyes of researchers and have caused veiled women to distance themselves from the necessities of hijab or to be ineffective in attracting people to accept hijab. Iranian manufacturer, Iranian raw materials, Iranian fabric, but the Iranian product is dissatisfied, and this has a missing

link because it is based on foreign size and does not meet Iranian needs and causes the consumer to run away.

From the original clothing, regardless of the type of good production and beautiful designs that have been worked for, and again the vicious cycle of tendency to Western clothing and foreign products, this Iranian sizing and Iranian patterning, affecting the preoccupation of the mental norm on the intention to buy Indirectly, the tendency ultimately provides customer satisfaction and gradually and imperceptibly, the mental norm indirectly affects the customer's preoccupation with the intention to buy clothing, by increasing and expanding the use of Iranian sizing and Iranian patterns. It can be designed by introducing an Iranian product Islamic Iran and promoting the level of diversity in clothing appropriate to the Islamic clothing form and appropriate advertising based on scientific principles of attention and encouragement and respect for consumers and when they have chosen clothing appropriate to the Islamic form and clothing in order to be present and active in society Increases them to use more of this type of clothing, especially for adolescents and adolescents who provide sizes appropriate to age and diversity and aesthetics, so the sizing and Iranian Islamic patterns make the Iranian clothing industry self-sufficient, prevent Currency outflow, elimination of dependence on methods and External sizes and patterns provide consumer satisfaction with Iranian products, including men, women, children and adolescents in different categories of clothing, including community, comfort, personal, formal and parliamentary, boost the production cycle and increase producer confidence and create prosperity. The class of producers is increasing sales and is interested in buying more Iranian goods and clothes.

Therefore, it is necessary to measure and solve the problem from the root, so that by implementing it, these goals can be achieved and the Iranian clothing industry, which is in a recession, can be saved.

These sizing tables are proudly presented to the dear people of my country.

(The size of the Iranian logo with the name Shayjo has been registered as a brand)

And I am Allah Tawfiq

(Farahnaz Neghabat)