

جهان فرش

نشریه اتحادیه صنف فرش ماشینی و موکت تهران
سال اول - شماره چهارم
آذر ۱۳۹۲



:: اتحادیه باید متولی فرش ماشینی در کشور باشد

:: کربلا دانشگاهی برای تمام اعصار

:: فرش پهن کردن هم قوانینی دارد

:: قازیان تپ، پادشاه صادرات فرش ماشینی

:: گزارش نمایشگاه دموتکس استانبول

:: شرح مراحل تشکیل پرونده تا صدور پروانه کسب

:: فانتازیا؛ معجزه ای برای تولید ریشه آماده فرش ماشینی



S.B.R Latex

برترین گزینه کیفی در آهار فرتن



شرکت پایارزین



تنها تولید کننده S.B.R LATEX در ایران
مخصوص صنایع نساجی به ویژه فرش و موکت

ADVANTAGES OF

S.B.R LATEX IN CARPET AND MOQUETTE FINISHING

Excellent adhesion to polypropylene, acrylic, polyester & cotton fibers.

Excellent elastic properties.

Excellent elongation without failure.

Suitable stiffness.

Pilling resistance.

Increasing in dimension fastness of carpet.

Increasing washing fastness.

Ability to use in high & low density new machine made carpets.

Creating good friction with covered surface .

High filler load ability especially in process of tufted moquette manufacturing.



نشانی: اصفهان ، منطقه صنعتی مبارکه ، فاز اول، انتهای خیابان نهم، پلاک ۱۱
تلفن: ۰۳۷۳۷۰۳-۴ (۰۳۳۵) فاکس: ۵۳۷۴۳۰۴ (۰۳۳۵)

office@abnil.com
www.payaresin.com

Payaresin Co.

فرش
پدیده

ستاره آسمان کویر

۷۰۰ شانه تراکم ۳۰۰۰

بافت هندلوک

ابریشم نما



۵۰۰ شانه تراکم ۱۵۰۰

ابریشم گونه

۸ رنگ

ZERIF

آدرس کارخانه : کاشان-شهرک صنعتی امیر کبیر شکوفه ۱ فرش پدیده ستاره آسمان کویر

دفتر مرکزی : تهران خیابان مصطفی خمینی کوچه شاهسونها پلاک ۶ گالری مجتبی

۰۲۱-۳۳۱۳۷۲۲۳

۰۲۱-۳۳۱۳۶۳۱۳

تلفن :

WWW.PADIDEHCARPET.COM

اولین تولیدکننده فرش ۱۰۰۰ شانه در جهان



مفهوم فرش ایرانی
The Concept Iranian Carpet



فروشگاه مرکزی: تهران - میدان هفت تیر - ضلع شمال شرقی - نبش کوچه شاهرخ

واحد فروش: کاشان، جاده قدیم آران و بیدگل، میدان شهیدان اربابی، انتهای بلوار کارگر، میدان همت، بلوار جانباز، خیابان حکمت شرقی
تلفن: ۰۲۷۵۰۵۷۰ - ۰۲۷۵۰۵۸۰ (۰۳۶۲) فکس: ۰۲۷۵۰۵۷۵ همراه: ۰۹۱۳۱۶۱۰۶۱۱ سامانه پیام کوتاه: ۰۳۰۰۲۵۱۸۱۹۲۰۲۱

www.gheytarancarpet.com

info@gheytarancarpet.com

به زیبایی این سرزمین ...

فرش

ایران زمین

Iran
Zamin
Carpet



Tel: +9826 3666 0919

Tel: +9826 3666 0921

Telfax: +9826 366 51723

تلفن: ۰۲۶ ۳۶۶۶ ۰۹۲۱

۰۲۶ ۳۶۶۶ ۰۹۱۹

فکس: ۰۲۶ ۳۶۶۵ ۱۷۲۳

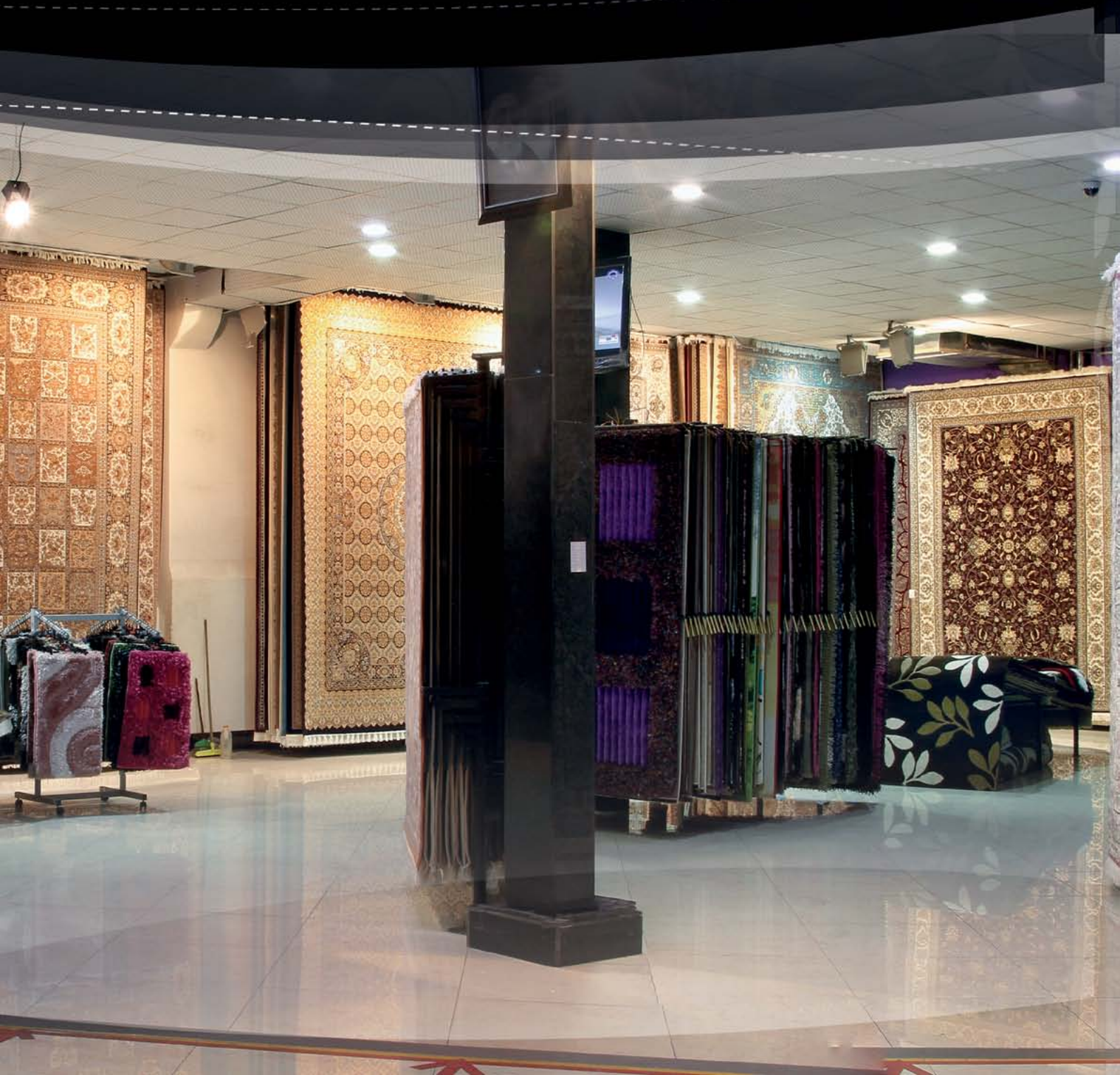
www.iranzamincarpet.com



فرش مرکزی هفت تیر

عرضه کننده بهترین فرش های بافندگان ماشینی ایران

نکین مشهد ، مشهد اردهال ، شاهکار زرتشت ، آوین تهران ، شاهکار کاشان



● انواع فرش های ۷۰۰ و ۹۰۰ شانه با تراکم ۱۴۰۰ تا ۳۱۰۰

● ۸ رنگ و ۱۰ رنگ

● گلیم و گبه

● انواع فرش های هندی، ترکی و اسپانیایی

● بافت های CRP - CRX - HCP - ISR و شونهر



میدان هفت تیر، روبروی مسجد الجواد، جنب پله برقی

تلفن: ۷-۸۸۳۰۸۸۰۶ - ۸۸۳۰۸۷۹۲

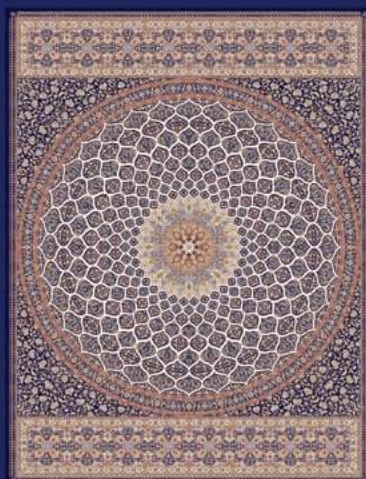
فکس ۸۸۳۰۸۷۸۴

برآنیم تازیرپای هرایرانی یک فرش خوب بکسترانیم



KHOOB CARPET GROUP

KHOOB CARPET



فرش خوب

آدرس: تهران - خیابان آفریقا - خیابان گلگونه - پلاک ۲۷

تلفن: ۰۲۱-۲۲۰۴۴۸۱۶ / ۰۳۶۱-۲۵۵۳۳۲۶

فکس: ۰۲۱-۲۲۰۵۳۹۴۳ / ۰۳۶۱-۲۵۵۳۳۲۷

آدرس فروشگاه: تهران - میدان هفت تیر - مقابل فروشگاه زنجیره ای یاس

نیش کوچه مازندرانی - پلاک ۱
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۲۰۳۷۵



www.paytakhtcarpet.ir
www.mashadcarpet.ir

تالار فرش پایتخت

نمایشگاه فرش مشهد اردبیل

مجموعه‌ای نفیس از فرش‌های ماشینی دستباف گونه



دفتر مرکزی : تهران . خیابان آیت ... سعیدی . خیابان جرجانی . ۱۶ متری امیری . شماره ۱۸۲

تلفن: ۶۶۶۹۹۱۸۹ - ۶۶۶۹۸۴۹۳ فکس: ۶۶۶۴۹۱۷۲

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

CONTENTS

November 2013 - World of machine made carpet and flooring

◀ مصاحبه



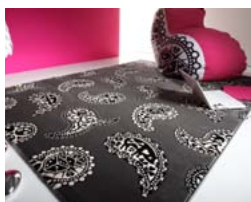
۱۰..... اتحادیه باید متولی فرش ماشینی در کشور باشد.
مصاحبه با آقای الله مرادی

◀ صفحه فرهنگی



۲۹..... کربلا دانشگاهی برای تمام اعصار.
فرش ایران باید در دسترس همه جهانیان باشد. ۵۵

◀ فرش و دکوراسیون



۳۴..... فرش پهن کردن هم قوانینی دارد.
اگر قصد خرید گبه و گلیم دارید. ۳۸

◀ فرش و چشم اندازهها



۱۲..... قازیان تپ، پادشاه صادرات فرش ماشینی.
نقش کفپوش ها در صنعت هتلداری. ۱۸
گزارش نمایشگاه دمو تکس استانبول. ۲۴
قدرت نمایی فرش ماشینی در تهران. ۴۲

◀ آیا می دانید؟ ...

۱۶..... خصوصیات مواد آهار فرش ماشینی.
برند تنها یک نام تجاری نیست، راهکاری مدیریتی است. ۵۳
چرا تبلیغات ما تاثیر گذار نیست؟؟؟ ۵۴

◀ قوانین و مقررات



۳۱..... شرح مراحل تشکیل پرونده تا صدور پروانه کسب.
قوانین نظام صنفی ۳۲
قوانین مالیاتی ۳۳

◀ آخرین نوآوری ها و محصولات



۲۶..... فانتازیا؛ معجزه ای برای تولید ریشه آماده فرش ماشینی.
۵۸..... راهنمای خریداران فرش

◀ اخبار نساجی و صنفی

۴۵.....

نشریه اتحادیه صنف فرش ماشینی و موکت تهران
آذر ۱۳۹۲ / شماره چهارم



جهان فرش

صاحب امتیاز: اتحادیه صنف فرش ماشینی و موکت تهران
مدیر مسئول: محمدهادی کمالیان

شورای سیاست گذاری:

محمدهادی کمالیان: ریاست اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران
رحمان سعیدی: نایب رئیس اول اتحادیه
رستمعلی قاسم زاده شانجانی: خزانه دار اتحادیه
آزاد پیروی چنانسر: دبیر اتحادیه
محمدرضا محسن شیرازی: بازرس اتحادیه
سر دبیر: بهنام قاسمی

آدرس اتحادیه:

تهران خیابان شریعتی، سه راه طالقانی، نبش کوچه حمید صدیق، ساختمان ۱۲۰، طبقه دوم
تلفن: ۷۷۶۵۴۲۱۲ و ۷۷۵۳۵۴۷۵
فکس: ۷۷۵۲۷۳۸۷
www.efmt.ir

صندوق پستی: تهران ۱۶۷۶۵-۴۶۵

تلفن: ۷۷۲۴۵۷۸۰ - ۷۷۴۵۴۹۷۴ - ۷۷۲۴۳۲۹۶
پست الکترونیک: info@kohanjournal.com

مدیر تبلیغات و بازرگانی: علیرضا ناگهی

گروه کارشناسان: مهندس شاهین کاظمی - مهندس محمد زارعی - مهندس مهرداد زکی پور - مهندس سیروس آریان پور - مهندس مهدی یکتا - یاسر محبوب - محمد علی سیستانی - محمد سعیدپور

مدیر داخلی و هنری: محبوبه قایدی

امور اشتراک و روابط عمومی: لیلا ابراهیمی

طراحی و صفحه آرایی: بهنوش قاسمی

لیتوگرافی و چاپ: تهران - پیچ شمیران - نرسیده به پل چوبی
شماره ۲۴۰ - آئین چاپ ۷۷۵۲۰۰۳۵

توزیع تهران: ۷۷۶۵۴۲۱۲ و ۷۷۵۳۵۴۷۵

توزیع کاشان: آقای دشتیان ۰۹۳۶۶۱۶۸۰۳۰

◀ نشریه آماده دریافت و چاپ مقالات و دیدگاه های صاحب نظران و کارشناسان است.

◀ لطفاً مطالب و مقالات خود را به آدرس پست الکترونیک ما Info@kohanjournal.com ارسال کنید.

◀ نشریه در ویرایش و تلخیص مطالب آزاد است.

◀ آرا و نظرات طرح شده در مقالات الزاماً دیدگاه این نشریه نیست و مسئولیت بر عهده نگارنده آن است.

این نشریه به صورت رایگان توزیع می شود.

جهت دریافت اشتراک با ما تماس بگیرید:

۰۲۱-۷۷۲۴۵۷۸۰

سرمقاله

یا لطیف



به لطف خداوند و یاری و تلاش همه دوستان و دلسوزان صنعت و صنف فرش ماشینی ایران، اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران در سال ۱۳۹۲ با انتشار نشریه اختصاصی خود توانست گام موثری را در جهت فرهنگ سازی و ایجاد پل ارتباطی قوی بین اعضا، خریداران نهایی و تولیدکنندگان فرش و موکت بردارد و تا به امروز ۴ شماره از این نشریه را به چاپ برساند. خدا را شاکریم که همراهی دوستان و فعالان این صنف روز به روز با اتحادیه بیشتر شد و اعضا با عنایت و توجه به عملکرد نشریه ما را همراهی نمودند. اکنون خرسندیم که این نشریه به محلی برای تبادل نظر و ارائه پیشنهادات و انتقادات و محفلی برای بیان مشکلات

و راهکارهای اعضا بدل شده است. چیزی که شاید پیش از این یکی از نقاط ضعف اصلی اتحادیه به شمار می رفت. پر واضح است که هیچ کس به اندازه اعضا صنف فرش ماشینی و موکت تهران به مشکلات و کمبودهای اتحادیه اشراف ندارد. کاسب کارانی که ده ها سال اعتبار و رزق و روزی حلال خود را در دارهای قالی و تار و پود فرش جست و جو کرده اند و حالا با کوله باری از تجربه در گوشه ای از این شهر شلوغ رونق بازار سالهای دورتر را به انتظار نشسته اند.

حضور اعضا و حرفه ای های صنف در این نشریه در هر شماره با مصاحبه هایی شفاف و گویا، نشان دهنده ایجاد فضایی بسیار مناسب برای همه فعالان این صنعت است که بتوانند آنچه را که فکر می کنند به گوش همکاران و مسئولان برسانند و خواسته های خود را به ما و همه نهادهای دولتی و غیر دولتی مسئول اعلام نمایند. بنابراین هیچ گاه سعی نکرده ایم در این نشریه نظرات و گفته های اعضا را حذف و یا سانسور کنیم چرا که اعتقاد داریم اتحادیه در واقع باید توسط همه اعضا هدایت شود و قطعاً در این راه نیازمند حمایت و پشتیبانی همه اعضا هستیم. به همین جهت از عزیزان و همکاران گرامی استدعا دارم ضمن انعکاس انتقادات و گوشزد کاستی های ما در اتحادیه، راهکارها و راه حل های خود را نیز به ما ارائه دهند. انتقاد و بیان نقاط ضعف شاید ساده ترین کاری است که هر کدام از ما می توانیم انجام دهیم اما پیدا کردن راه حل های منطقی و اصولی برای موانع نیاز به تعقل، تدبیر و وسعت دید دارد. بنابراین اگر تنها به بیان نقاط ضعف بپردازیم و حرف دیگری برای گفتن نداشته باشیم نمی توانیم کاری از پیش ببریم. متأسفانه همانطور که در شماره های قبلی نیز به آن اشاره کردیم برخی از مشکلات و موانع مهمی که بر سر راه واحدهای صنفی و به ویژه فروشگاه ها و بنکداران فرش ماشینی قرار گرفته از آن دست مواردی است که به جهت سازمانی و ساختاری اتحادیه ها قدرتی برای اعمال نفوذ و تصمیم سازی ندارند و قانون گذار به ویژه در دوره های قبلی ریاست جمهوری اختیارات را از تمام اتحادیه های صنفی من جمله اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران سلب کرده است.

به هر حال امیدواریم با ادامه روند گذشته و افزایش ارتباط اعضا با اتحادیه بتوانیم گام های موثری را با هم برداریم. در این شماره از نشریه سعی شده است بخش های گوناگونی مانند بخش فرهنگی، قوانین و مقررات صنفی، اخبار صنعت نساجی و فرش ماشینی، چگونگی انتخاب فرش برای خریداران و ... را چاپ کنیم تا سلاقی همه افراد رعایت شده و مجله جذاب تر باشد. موفق و پیروز باشید.

محمدهادی کمالیان

ریاست اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران

صنف دارای نقاط قوت و ضعف زیادی است که از جنبه های مختلف می توان به آن پرداخت. اما به نظر من یکی از نقاط ضعف مهمی که باید به آن پرداخته شود به ویژه در مجله اختصاصی اتحادیه بحث سطح دانش فنی و تخصصی صنف است. متأسفانه عده ای تنها به دلیل اینکه در کسب و کارهای دیگر موفق نشده اند وارد صنف فرش ماشینی می شوند و با اجاره یک مغازه و چند تخته فرش شریطی می خواهند فرش فروشی کنند. این افراد نه در مورد فرش ماشینی، بافت، طرح، رنگ و ... اطلاعات کافی دارند و نه از نظر مالی توان کافی را دارند. متأسفانه وجود این گونه افراد در صنف و برخی بداخلاقی های صنفی موجب تخریب سایر اعضا نیز می شوند. تعداد معدودی از این واحدها متأسفانه حرف های غیرکارشناسی و دروغی را به مشتریان خود تحویل می دهند که هم مشتری را گمراه می کند و هم اعتبار صنف را زیر سوال می برد. این افراد فقط به فروش جنس خود به هر قیمتی فکر می کنند. اما اعضای حقیقی این صنف و فرش فروشان با سابقه هیچگاه به این شکل کسب و کار فکر نمی کنند. حقیقتاً وقتی متوجه می شوم چه چیزهایی را برای فروش کالا به مشتری می گویند به شخصه متأسف می شوم. عدم آگاهی و فقر دانش یکی از مشکلات مهم این صنف است. دلیل این امر این است که وقتی فرد متقاضی به اتحادیه مراجعه می کند و تقاضای افتتاح یک فروشگاه را دارد اتحادیه او را مورد گزینش و سوال قرار نمی دهد که سابقه این فرد در صنف فرش فروش کجا بوده، چه اطلاعات و دانش فنی دارد؟ از چه بنیه مالی و تجاری برخوردار است؟ و ... البته من از اینکه اتحادیه تا چه حد از نظر قانونی حق دخالت و تصمیم گیری و یا قبول و رد تقاضا را دارد اطلاع کافی ندارم و از عزیزان و دوستان در اتحادیه تقاضا دارم در مجله جهان فرش در این مورد برای اعضا بیشتر اطلاع رسانی کنند. اما به هر حال اتحادیه به عنوان مرجع رسیدگی به امور فروشگاه های فرش و موکت در تهران باید ساز و کار مشخص و قابل قبولی برای این بحث ارائه کند و اگر هم قدرت کافی در زمینه کنترل واحدهای جدید را ندارد آن را از مقامات و نهادهای ذیربط و یا شورای اصناف کشور تقاضا کند. مثلاً اتحادیه باید سیاست های کاری و الزامات فروشگاه ها را به طور مداوم و قوی در هر شماره از این مجله چاپ کند تا به طور دقیق و رسمی همه اعضا از آن مطلع شوند. این نکته به خریدار هم دلگرمی می دهد. وقتی خریدار از فعالیت های فرهنگی و نظارتی اتحادیه در فروشگاه ها مطلع شود با دلگرمی بیشتری خرید می کند چرا که مطمئن است در صورت بروز مشکل واحدهای متخلف، اتحادیه از آن ها دفاع خواهد کرد. به نظر من مکان فعلی دفتر اتحادیه صنف فرش ماشینی اصلاً مناسب نیست. اتحادیه باید مکان مناسبی برای همایش ها، اعیاد، مراسم مذهبی، جلسات و ... داشته باشد و دفتر فعلی اتحادیه برای این امور مناسب نیست. اتحادیه باید تشکیلات قوی داشته باشد و سالن همایشی برای این امور فراهم کند.



اتحادیه باید متولی فرش ماشینی در کشور باشد

هستند همگی افراد با سابقه و زحمت کشیده این صنف هستند که خدمات خوبی را به این صنعت ارائه کرده اند اما به نظر من کلیات کار اتحادیه اشکالات و ایراداتی دارد. با توجه به اینکه این صنف توانایی ها و قدرت بسیار زیادی در تمام زمینه ها دارد به نظر می رسد آنچنان که باید و شاید تقویت و هدایت نشده است که یکی از دلایل آن عدم هماهنگی بین اعضای صنف است. متأسفانه جلسات جمعی اتحادیه با اعضا بسیار کم است و به ندرت اتفاق می افتد که اتحادیه جلسه یا همایشی را با حضور اعضا ترتیب دهد تا همه بتوانند اظهار نظر کنند و برای پیشرفت اتحادیه راه حل های جدید ارائه دهند. این یکی از نقاط ضعف اساسی اتحادیه است که نتوانسته بین اعضا اتحادیه ارتباط خوبی ایجاد کند و از نظرات جمع استفاده کند.

به نظر من اتحادیه باید هر ماه جلسات و گردهمایی با اعضا داشته باشد و در کنار این جلسات و تبادل نظر با اعضا از کارشناسان، روانشناسان، کارآفرینان و ... در حوزه فرش جهت ارتقاء سطح دانش صنف و تولید محتوا استفاده کنند. به نظر من اعضا از اتحادیه دور شده اند. البته شروع چاپ مجله اتحادیه یک اتفاق خوب بوده که می تواند گام موثر و خوبی باشد. در بین اعضای صنف تعداد زیادی افراد با تجربه و صاحب نظر وجود دارند که انتقادات و راه حل های بسیار خوبی برای ارائه به اتحادیه دارند اما متأسفانه به دلیل عدم ارتباط نمی توانند موثر باشند. آقایان کمالیان، سعیدی و دیگر اعضا همگی از دوستان ما هستند و ما برای کمک رسانی به اتحادیه آماده هستیم. اما باید اتحادیه زمینه ای برای اظهار نظر همکاران و انتقادات و پیشنهادات فراهم آورد.

◀ **اوضاع صنف فرش ماشینی و موکت را در تهران و سطح کشور چطور ارزیابی می کنید؟**

۳۰ سال حضور در عرصه صنف و صنعت فرش ماشینی کشور درس هایی به انسان میدهد که نمی توان به سادگی از آن گذشت. درس هایی که روزگار بابت یاد دادن آنها سال ها و ماه ها را از ما می ستاند. در صنف فرش ماشینی کشور تعداد بسیار زیادی از افراد با تجربه و کارکشته بازار و تجارت فعال هستند که استفاده از تجربه های گران بهای آنها چراغ راه ما خواهد بود. آقای الله مرادی یکی از افراد با تجربه این صنف است که در این شماره از مجله با او گفتگویی را انجام داده ایم. هر چند که آقای الله مرادی در مصاحبه با ما جانب احتیاط را رعایت می کند و به خاطر احترام به دوستان و بزرگان این صنف بسیاری از سوالات ریز و درشت ما را بدون پاسخ می گذارد اما هنوز هم سخنان ایشان دارای نکاتی کلیدی است که مسلماً مورد توجه خوانندگان و اعضای محترم صنف فرش ماشینی و موکت تهران قرار خواهد گرفت.

به اعتقاد آقای الله مرادی بزرگترین ضعف اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران ارتباط کم و نا مناسب با اعضا است که موجب شده است پتانسیل های این صنف و قدرت آن پراکنده شود در صورتی که به گفته ایشان صنف فرش ماشینی در ایران به جهات گوناگون دارای قدرت ویژه ای است. در زیر گفتگوی ما با ایشان را از نظر می گذرانید.

◀ **آقای الله مرادی با توجه به اینکه شما از سال ۱۳۶۰ یعنی حدود ۳۰ سال در صنف فرش ماشینی و صنف فرش فروشان مشغول فعالیت هستید در رابطه با عملکرد و دستاوردهای اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران چه نظری دارید؟**

در ابتدا باید این نکته را ذکر کنم که دوستانی که هم اکنون در راس اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران

صنف هر تصمیمی که فقط خودشان فکر می کنند درست است را اتخاذ می کنند. من این سوال را دارم که چطور ممکن است این صنف با این توان و قدرت بالا و ۶۰۰ عضو که تمام بار توزیع و فروش فرش و موکت در تهران و ایران را به عهده دارد تا این حد در حاشیه باشد. به نظر من متولی فرش ماشینی و موکت در کشور باید اتحادیه صنف فرش ماشینی و موکت باشد و بتواند تولید، توزیع، نیاز بازار، واردات و حتی صادرات فرش ماشینی را کنترل کند. چطور ممکن است که اتحادیه هیچ نقش و تاثیری در تصمیمات اتخاذ شده در صنعت فرش ماشینی کشور نداشته باشد؟ این یکی از دردهای بزرگ همه اعضاء و بنکداران است. متأسفانه بنکدار فرش ماشینی و موکت کلاً در حاشیه قرار گرفته و هیچ نقشی در تعیین قیمت ها و ... ندارد. به نظر من بنکداران و توزیع کنندگان توسط تولیدکنندگان استثمار شده اند. همه بنکداران و اعضاء صنف آماده همکاری و حمایت از اتحادیه هستند اما متأسفانه ارتباطی بین ما و اتحادیه وجود ندارد.

◀ نظر شما در مورد نشریه اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران چیست؟ و این نشریه را چطور ارزیابی می کنید؟

به نظر من این مجله به عنوان استارت یک کار بزرگ و بسیار خوب و مفید است. این مجله باید بسیار قوی و جذاب باشد و به طور بسیار گسترده در بین مردم و کیوسک ها توزیع شود تا همه اقشار جامعه با فرش ماشینی و مشخصات آن بیش از پیش آشنا شوند. توزیع گسترده و خوب این مجله برای اعضاء و صنف بسیار مفید است که امیدوارم اتحادیه و همه اعضاء در جهت بارور شدن و رشد این نشریه که به طور مستقیم و غیر مستقیم منافع صنف را تامین می کند، همکاری و مساعدت نمایند.

◀ حال و روز کلی صنعت فرش ماشینی را چطور ارزیابی می کنید؟

به طور کلی باید عرض کنم که صنعت فرش ماشینی در سال های اخیر همواره رو به پیشرفت بوده، در بخش تولید، نوآوری، توزیع، صادرات و ... فرش ماشینی بسیار خیرساز بوده است. اما واقعیت این است که در یک اقتصاد بیمار هیچ گاه این صنعت و صنایع دیگر کشور نخواهند توانست آنچنان که باید رشد کنند. متأسفانه ما اسیر بازار نامتعادل، بیمار و سر درگم هستیم. صنف فرش ماشینی به جهت ارتباط تنگاتنگی که با تولیدکننده، مصرف کننده نهایی و مردم، سازمان ها، نهادها و تعاونی ها، واردکنندگان فرش و کفپوش و صادرکنندگان این کالا دارد از همه جهت تحت فشار و نارسایی است.

◀ واردات فرش مخالفان و موافقان زیادی دارد، شما جزء کدام دسته هستید؟

اگرچه من شخصاً تولیدکننده فرش نیستم اما با واردات به طور بی ضابطه مخالفم. کشور ما سرزمین و مهد فرش است و هیچ کمبودی در این بخش نداریم. از طرفی رونق تولید داخل موجب پیشرفت همه جانبه این صنعت و کشور عزیزمان خواهد بود. تولیدکنندگان به رونق اقتصادی و اشتغال زایی و تولید ثروت کمک می کنند بنابراین باید از آن ها حمایت کرد. اما این حمایت نباید به معنی منع واردات باشد. تولیدکننده داخلی اگر از طرف یک رقیب قدرتمند خارجی تهدید نشود امکان دارد در نهایت خریدار و مشتری را متضرر کند چرا که انحصاری شدن هر چیز شرایط سوء استفاده را فراهم می کند. به نظر من اتحادیه باید راساً وارد بحث تنظیم بازار شود و با توجه به نیاز بازار داخل و میزان تولید و ایجاد تنوع در بازار، واردات را کنترل کند.

به نظر من انجمن نساجی ایران که متأسفانه خود را متولی این صنعت اعلام می کند عملاً نتوانسته هیچ کار قابل توجهی برای صنف فرش ماشینی انجام دهد. اتحادیه حتی یک نماینده هم در کمیته فرش ماشینی انجمن ندارد و در اغلب موارد اعضاء صنف و فرش فروشان قربانی تصمیمات کمیته فرش ماشینی می شوند.



یکی از فعالیت های خوب دیگری که اتحادیه می تواند با کمک همه اعضاء انجام دهد ایجاد صندوق تعاون است تا اعضاء در صورت نیاز به کمک مالی بتوانند به راحتی و با کمک صنف مشکلات خود را حل کنند.

◀ در سال های اخیر دیده می شود که برخی از کارخانجات تولیدکننده فرش با نادیده گرفتن جایگاه اتحادیه و صنف فرش ماشینی و موکت خود را بی نیاز از واحدهای صنفی احساس کرده و به طور مستقیم به ارائه کالاهای خود می پردازند، نظر شما در مورد این مدل کاری چیست؟

به نظر من اینکه برخی از تولیدکنندگان خود وارد فروش مستقیم و توزیع فرش در کشور شده اند به نوعی موجب سردرگمی و به هم ریختگی صنف و بازار شده است و موجب می شوند شبکه توزیع فرش و موکت در کشور دچار آسیب شود. به نظر من این کار اشتباهی است و اتحادیه باید تا جای ممکن جلوی این کار را بگیرد. صنف فرش ماشینی و موکت با بیش از ۶۰۰ عضو کوچک و بزرگ و شبکه توزیع بسیار قدرتمند در سراسر کشور توسط این شرکت ها نادیده گرفته شده است. یکی از ضعف های دیگر اتحادیه، بی توجهی به این نکته است. اگر اتحادیه واقعاً قدرت داشته باشد برای دفاع از حقوق اعضاء نباید چنین اجازه ای بدهد.

توجه به متولی گری صنف فرش ماشینی و موکت در کشور از مواردی است که اتحادیه باید بیشتر به آن بپردازد.

◀ اما تولیدکنندگان چنین عقیده ای ندارند. آن ها اعتقاد دارند وقتی شبکه توزیع فرش در دست بنکداران بزرگ و قدرتمند قرار می گیرد تولیدکننده تحت فشار خواهد بود و بنکداران نظر خود را به آن ها تحمیل خواهند کرد. با این نظر موافقید؟

من این نظر را به هیچ وجه قبول ندارم. چرا که در بسیاری از موارد عکس این موضوع اتفاق می افتد. شبکه توزیع در همه کشورها تنها وظیفه توزیع و فروش کالاها را بر عهده دارد و تولیدکننده باید بر روی تولید کالا تمرکز کند. به نظر من یکی از علل عقب ماندگی ما در کشور عدم نگاه تخصصی به تولید و توزیع است. متأسفانه تولیدکننده امروز می خواهد خودش همه کار را انجام دهد. تولید، توزیع و صادرات هر کدام بحث های تخصصی خود را دارد. به نظر شما چرا با توجه به اینکه فرش ایرانی از شهرت جهانی برخوردار است نمی تواند به خوبی صادر شود؟ به این دلیل که تولیدکننده ها چه در بخش دستباف و چه در بخش ماشینی با همکاری با توزیع کننده، فروشنده و شرکت های بازرگانی و بازاریابی صادرات هراس دارد. به نظر من موفقیت حاصل تلاش و همکاری جمعی است نه تکروری و نگاه محدود. اتحادیه هم نتوانسته در این بخش کار قابل توجهی انجام دهد.

من باز هم اعلام می کنم انتقادات من و یا همکاران من از اتحادیه تنها با هدف ارتقاء این صنف است چرا که ما یک خانواده بزرگ هستیم و باید مشکلاتمان را مطرح، ریشه یابی و حل کنیم. انتقاد دیگری که من به اتحادیه دارم عدم توجه به متولی گری صنف فرش ماشینی و موکت در کشور است. به نظر من انجمن نساجی ایران که متأسفانه خود را متولی این صنعت اعلام می کند عملاً نتوانسته هیچ کار قابل توجهی برای صنف فرش ماشینی انجام دهد. اتحادیه صنف فرش ماشینی و موکت تهران حتی یک نماینده هم در کمیته فرش ماشینی انجمن ندارد و متأسفانه در اغلب موارد اعضاء صنف و فرش فروشان قربانی تصمیمات کمیته فرش ماشینی می شوند چرا که تنها تولیدکنندگان بدون توجه به بازار، اتحادیه و اعضاء

قازیان تپ؛ پادشاه صادرات فرش ماشینی



ترکیه در بین ۸۱ شهر این کشور است. در قازیان تپ ۶۵ درصد سرانه درآمد به خدمات، ۲۴ درصد به تولیدات صنعتی و ۱۱ درصد به بخش کشاورزی اختصاص دارد. به طور کلی قازیان تپ ۵ درصد کل تولیدات ترکیه را در اختیار دارد. در این بین سه صنعت نساجی و فرش ماشینی، مواد غذایی و نوشیدنی و پلاستیک در رتبه های اول تا سوم قرار دارند.

نکته جالب توجه این که ۵۲ درصد از کل نیروی کاری این شهر در بخش نساجی و فرش ماشینی مشغول فعالیت هستند. صنعت نساجی قازیان تپ بیشترین سهم تولید و ریسندگی انواع الیاف مصنوعی و طبیعی، تولید انواع فرش های ماشینی و تولیدات نساجی (به غیر از پوشاک) را در اختیار دارد. اگر بخواهیم پراکندگی صنایع در قازیان تپ را به صورت درصد بیان کنیم به شکل زیر خواهد بود:

CITY	2007	2008	2009	2010	2011
1) Istanbul	535	503	492	483	475
2) Izmir	63	65	67	66	66
3) Gaziantep	39	48	49	53	63
4) Kocaeli	41	47	41	44	62
5) Bursa	57	55	52	55	48
6) Ankara	42	48	52	47	45
7) Denizli	29	28	22	22	23
8) Hatay	17	16	23	19	17
9) Adana	15	15	15	17	17
10) Manisa	16	18	20	20	14

1. Iraq	2,374,466,000
2. Saudi Arabia	302,499,000
3. USA	211,960,000
4. Libya	204,358,000
5. Germany	164,131,000
6. United Kingdom	146,522,000
7. Egypt	143,652,000
8. Russia	123,747,000
9. Iran	105,174,000
10. Italy	95,890,000

قازیان تپ با توجه به دارا بودن فرودگاه بین المللی، با فاصله ۲ ساعت به بازاری ۵۰۰ میلیون نفری دسترسی دارد.

۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ بوده است. طبق پیش بینی های مرکز آمار ترکیه جمعیت این شهر تا سال ۲۰۲۰ به یک میلیون و ۹۰۰ هزار نفر خواهد رسید. یکی از دلایل مهم رشد سریع جمعیت در قازیان تپ بستر مناسب کسب و کار و نیز مهاجرت زیاد به این شهر اعلام شده است. البته در چند سال اخیر به دلیل اوضاع نامطلوب و درگیری های نظامی در سوریه همسایه جنوبی ترکیه تعداد بسیار زیادی از جنگ زدگان سوریه ای به این شهر پناه آورده اند. همچنین هجوم ثروتمندان سوریه ای برای خرید خانه و زمین در شهر قازیان تپ مشکلاتی نظیر افزایش قیمت مسکن در این شهر را به دنبال داشته است. قازیان تپ در حال حاضر در حال تبدیل شدن به یک شهر بزرگ و توسعه یافته است. قازیان تپ دارای فرودگاه بین المللی و خطوط ارتباطی گسترده است. در جدول ۱ اطلاعات بیشتری در رابطه با این شهر را مشاهده می کنید.

فضای اقتصادی قازیان تپ

طبق آمارها قازیان تپ بیستمین شهر مهم اقتصادی

1. Saudi Arabia	771,760,588
2. Russia	496,040,791
3. Germany	467,077,952
4. China	322,581,075
5. Ukraine	294,253,422
6. USA	294,253,422
7. India	200,974,635
8. Belgium	192,022,218
9. Iran	157,274,488
10. Bangladesh	142,550,396

جدول ۲

نگاهی آماری به مشخصات و پتانسیل های اقتصادی و فرهنگی شهر قازیان تپ به عنوان یکی از مهمترین مراکز تولید و صادرات فرش ماشینی حال حاضر جهان می تواند برای صنعت فرش ماشینی ایران که دارای پتانسیل ها و امکانات تقریباً مشابهی با این شهر و کشور ترکیه در بخش تولید انواع فرش ماشینی است، راهگشا باشد. شهرستان کاشان در حال حاضر از بسیاری جهات آماده جهشی مهم در بخش صادرات فرش ماشینی است. در حالی که امکانات و توانایی های شرکت های فرش ماشینی در ایران کاملاً قابل رقابت با ترکیه است اما صادرات فرش ماشینی ما کمتر از یک پنجم صادرات کشور رقیب می باشد.

شهر قازیان تپ در جنوب کشور ترکیه، در منطقه مدیترانه ای و در همسایگی شهر Aleppo کشور سوریه قرار دارد و به عنوان یکی از شهرهای مهم صنعتی و اقتصادی ترکیه محسوب می شود. این شهر وسعتی در حدود ۶۲۲۲ کیلومتر مربع دارد که حدود یک درصد کل خاک کشور ترکیه را تشکیل می دهد. این شهر براساس گزارش های مرکز آمار ترکیه جمعیتی حدود یک میلیون و هفتصد هزار نفر دارد و هشتمین شهر پرجمعیت ترکیه محسوب می شود. این شهر دارای مقام دوم رشد جمعیت در ترکیه بعد از شهر استانبول در فاصله بین سال های

Area	6,222 km ²
Population	1,700,763 in 2010
Employment	170,000
Development	20 th
Performance	
Value of Gaziantep's Exports	3,887,663,321 USD in 2010
Registered Trademarks	1780 (1995-2009)
Registered Patents	19 (1995-2009)
Number of Companies	19,017
Number of Manufacturers	2,244

جدول ۱- اطلاعات شهر قازیان تپ

جدول ۳

Number of Companies and Sectors at the Organized Industrial Zone (2010)	
Textile	302
Food	151
Plastic	50
Paint	59
Cleaning-Hygiene	19
Other	109
TOTAL	690

صادرات منسوجات بی بافت در قازیان تپ	
Year	Export USD (Million)
2006	53,6
2007	77,5
2008	64,8
2009	54,7
2010	71,0

- نساجی و فرش ماشینی ۴۳٪
- صنایع غذایی و نوشیدنی ۲۲٪
- رنگ و صنایع شیمیایی ۹٪
- تولیدات پلاستیک و کفش پلاستیکی ۷٪
- تولیدات بهداشتی و سلامت ۳٪
- سایر صنایع ۱۶٪

بسیاری از کالاهای تولیدی در قازیان تپ اهداف صادراتی دارند به طوری که محصولات این شهر به آمریکا، اروپا، خاورمیانه و شمال آفریقا صادر می شود. صادرات قازیان تپ به عراق بالغ بر ۱/۵ میلیارد دلار است. همچنین ۲۶ درصد محصولات صادراتی قازیان تپ به اروپا و ۴ درصد نیز به آمریکا صادر می شود.

نقش قازیان تپ در اقتصاد ترکیه

در سال ۲۰۱۰ مهمترین کشورهای مقصد صادرات قازیان تپ به ترتیب اهمیت عبارتند از: عراق، عربستان سعودی، سوریه، آلمان، ایتالیا، آمریکا، انگلستان، ایران، لهستان و رژیم صهیونیستی. در سال ۲۰۱۲ طبق آخرین آمارها و تحولات سیاسی و اقتصادی منطقه این رده بندی طبق (جدول ۲) تغییر یافته است.

قازیان تپ از نظر تجاری بسیار غنی است به طوری که ۱۶,۰۰۰ شرکت در اتاق تجارت قازیان تپ و ۲۳۰۰ شرکت در اتاق صنایع این شهر ثبت شده است.

شهر قازیان تپ دارای ۴ شهرک صنعتی پیشرفته و سازمان یافته است و در سال های اخیر نیز پنجمین شهرک صنعتی این شهر با مساحتی حدود ۱۱ میلیون متر مربع به بهره برداری رسیده است.

در جدول (۳) تعداد شرکت های فعال در شهرک های صنعتی قازیان تپ را طبق آمار سال ۲۰۱۰ و به تفکیک زمینه فعالیت مشاهده می کنید.

صنعت نساجی در قازیان تپ

شهر قازیان تپ دارای مزایای رقابتی بسیار زیاد و قابل توجهی در بخش نساجی است. در این شهر تولید انواع نخ و فرش ماشینی دارای اهمیت بالایی است. تولید انواع

فرش ماشینی، ریسندگی نخ های پنبه ای، ریسندگی نخ های اکریلیک و تولید نخ های پلی پروپیلن، نخ های فنی، شنیل، کیسه های پلی پروپیلن، بیگ ها و منسوجات فنی و بی بافت در صدر تولیدات نساجی قازیان تپ قرار دارد. در این شهر ۲۵۰ شرکت فرش ماشینی قدرتمند وجود دارد که بیش از ۸۰ درصد صادرات فرش ماشینی ترکیه را در اختیار دارند. از مهمترین دلایل رشد و توسعه نساجی در قازیان تپ می توان به چهار مورد زیر اشاره کرد:

- ۱- تأسیس مدارس و موسسات طراحی و مد
- ۲- شرکت در رویدادها و نمایشگاه های مختلف نساجی و فرش در سراسر جهان، از عراق و لیبی و مصر گرفته تا آلمان، آمریکا، روسیه و ...
- ۳- بازاریابی قوی و تخصصی شرکت های ترکیه ای برای محصولات تولیدی این شهر و همکاری با شرکت های بازاریابی خارجی
- ۴- تأسیس شرکت ها و واحدهای تحقیق و توسعه در پارک های فناوری قازیان تپ
- ۵- ساختار اقتصادی و سیاسی پایدار کشور ترکیه

صنعت ماشین سازی قازیان تپ

صنعت ماشین سازی و فلزکاری قازیان تپ با توجه به سیاست های کلان دولت ترکیه در برنامه های اقتصادی این کشور جایگاه بسیار مهمی دارد. صنعت ماشین سازی در ترکیه در سال های اخیر به ویژه در بخش ماشین سازی نساجی و ماشین آلات بسته بندی پیشرفت های زیادی داشته است. قازیان تپ در بخش ماشین سازی نساجی نیز نقش بسیار مهمی را ایفا می کند. در قازیان تپ ۳۰ شرکت ماشین سازی در بخش های زیر مشغول فعالیت هستند.

صنایع نساجی: ماشین آلات مقدمات ریسندگی، ماشین آلات و قطعات بافندگی، قطعات ماشین آلات بافندگی فرش ماشینی و ماشین آلات تکمیل، رنگرزی و چاپ

صنایع غذایی: ماشین آلات فرآوری مواد غذایی، ماشین آلات تولید بیسکویت و شکلات، انواع ماشین آلات بسته بندی مواد غذایی

صنایع پلاستیک: ماشین آلات تزریق پلاستیک و انواع اکسترودرها

همچنین تجهیزات الکترونیکی ماشین آلات فرش و ژاکارد های الکترونیکی ماشین آلات بافندگی و فرش از بخش هایی است که در قازیان تپ در حال توسعه

و صنعتی سازی است. همچنین در قازیان تپ صنایعی مانند تولید انواع کفش و فرآوری چرم طبیعی، صنعت چوب و مبلمان، تولید آرد و بلغور و ... نیز مورد توجه است.

صنعت کفش در قازیان تپ

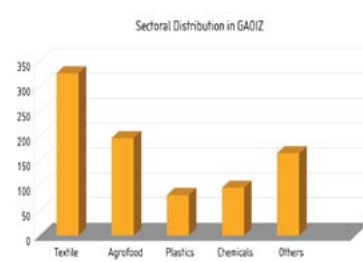
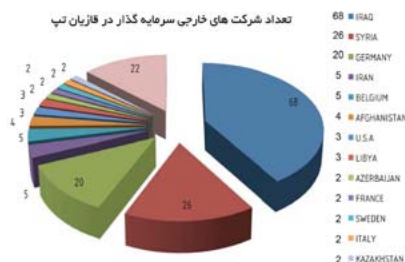
برای اولین بار در سال ۱۹۵۰ اتاق تولیدکنندگان کفش قازیان تپ تأسیس شده است. این اتاق در حال حاضر با حدود ۱۵۰۰ عضو ظرفیت تولید ۴۰,۰۰۰ جفت کفش را در روز دارد. صادرات کفش قازیان تپ از سال ۲۰۰۵ با رشد فوق العاده ای روبرو شد به طوری که از ۱۴/۸ میلیون دلار صادرات در سال ۲۰۰۵ به ۵۰ میلیون دلار صادرات در سال ۲۰۱۰ رسیده است بدین معنی که در بین سال های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۰ میلادی صادرات کفش قازیان تپ حدود ۲۷۵ درصد رشد داشته است. در سال ۲۰۱۱ صادرات کفش قازیان تپ ۵۵ میلیون دلار ثبت شده است.

صنعت منسوجات فنی و بی بافت ها در قازیان تپ

صنعت تولید منسوجات بی بافت در شهر قازیان تپ ترکیه در سال ۱۹۷۷ توسط یک شرکت ترک آغاز شد. در حال حاضر در قازیان تپ ۱۰ کارخانه بزرگ تولید انواع منسوجات بی بافت فعالیت می کنند (طبق آمار سال ۲۰۱۰) و حدود ۶ شرکت در حال سرمایه گذاری های جدید در این بخش هستند. عمده ترین تکنولوژی های تولید منسوجات بی بافت در قازیان تپ عبارتند از: Spunbond، Spunlace Meltblown. همچنین عمده ترین مواد اولیه به کار رفته در تولیدات بی بافت این شهر عبارتند از: پلی استر، پلی پروپیلن، تنسل، پنبه و ویسکوز. معمولاً این تولیدات در بخش های بهداشتی، نظافت و پزشکی به کار می روند. عمده تولیدات بی بافت پزشکی به خارج از ترکیه صادر می شود.

سرمایه گذاری خارجی در قازیان تپ

به گزارش سازمان سرمایه گذاری خارجی در قازیان تپ به نشانی اینترنتی www.investingqaziantep.org، ۱۶۶ شرکت خارجی در این شهر سرمایه گذاری مستقیم انجام داده اند که مهمترین آن ها به ترتیب کشورهای مبدا عبارتند از: عراق، سوریه، آلمان، ایران، بلژیک، افغانستان، آمریکا، لیبی، آذربایجان، فرانسه، سوئد، ایتالیا و قزاقستان.



فرش دیپلمات

کاشان



DIPLOMAT CARPET



تولید کننده و فروشنده فرش های مدرن روز دنیا
پذیرش نمایندگی فروش در تمامی شهرستانها



آدرس کارخانه: کاشان / شهرک صنعتی آران و بیدگل / بلوار اصلی / فرعی دوم (بلوار نشاط)
تلفن: ۰۳۶۲-۲۷۵۰۱۹۶_۰۳۶۲-۲۷۵۹۰۵۶ مدیریت فروش: ۰۱۷۸-۱۰۰۰۱۷۸-۰۹۱۲
آدرس دفتر مرکزی و نمایشگاه: تهران / چهارراه سیروس / خیابان مصطفی خمینی / جنب
کوچه غفاری/پلاک ۱۷۶ تلفکس: ۳۳۵۲۳۳۱۴-۱۶

فرش داشته باشد. آهار باید دارای خصلت اسیدی و بازی متوسطی باشد که اثر نامطلوب روی عناصر تشکیل دهنده فرش نگذارد.

۷- خاصیت نرمی داشته باشد و زیر دست فرش را زیر نکند. (Lubricity)

۸- در مقابل خراش و سایش مقاومت داشته باشد. (Abrasion Resistance)

۹- مقاومت در برابر رطوبت: در بافت فرش از پنبه استفاده شده که در صورتی که فرش در مکان مرطوبی انبار شود بستر مناسبی است برای رشد و نمو باکتری ها. زیرا نشاسته نیز یک ماده آلی است که برای جلوگیری از این عیب از مواد ضد باکتری (فرمالین) استفاده می شود.

۱۰- دوختن خاب زمینه به آن و ایجاد چسبندگی در توده الیاف خاب در پشت فرش

۱۱- ثبات ابعادی

۱۲- مقاومت کششی و ازدیاد طول :

از آنجا که نقش آهار در کفپوش ایجاد استحکام و ثبات ابعادی است، ویژگی مقاومت کششی حاصل از آن قابل

بررسی است.

۱۳- مقاومت در برابر حرارت و نور

۱۴- مقاومت در برابر ساییده شدن لبه ها

۱۵- ماده آهاری نباید بوی تند داشته باشد

۱۶- رنگ ماده آهاری باید شفاف باشد

۱۷- فیلم آهاری نباید حالت شکنندگی داشته باشد

۱۸- ماده آهاری مناسب، در حین عملیات آهار کف نمی کند.

چنانچه تمامی فرایندهای آهار به خوبی و تحت کنترل انجام شوند، می توان استحکام مطلوبی را از خاب فرش به دست آورد که تست کیفی این پارامتر نیز با گرفتن یک لای خاب توسط گیره مخصوص دستگاه استحکام سنج و کشیدن آن تا در آمدن می باشد. عدد نشان داده شده عدد استحکام بر حسب نیوتن و یا گرم نیرو خواهد بود که حد استاندارد آن ۸ نیوتن می باشد.



خصوصیات مواد آهار فرش ماشینی

تهیه : سمیرا رحیم زاده

ویژگی هایی مانند استحکام و دوام، چسبندگی، ثبات شست و شو، زیر دست (سفتی) مناسب و در برخی موارد خاص، ویژگی های ضد الکتریسیته ساکن، کندسوزی و ضد باکتری بودن از خواصی است که از آهار پشت فرش انتظار می رود. مواد آهاری مناسب، موادی است که به راحتی و به سرعت در پشت فرش نفوذ کرده و تا حد امکان باعث رفع ناصافی های موجود در پشت آن شده و استقامت فرش را در برابر سایش افزایش دهد و در عین حال هنگام شستشو به آسانی جدا نشود.

ب) چسب گلوله شده و چسب اضافی پشت فرش می ماند و بعد از آهار در عملیات شیرینگ باعث کنده شدن روی فرش می شود.

پ) فیلمی با قطر زیاد در پشت فرش ایجاد می شود که در اثر خم شدن، شکستگی افزایش پیدا می کند.

ت) با این کار به فرش حالت می دهیم و در اثر انبار کردن به مدت طولانی فرش کتابی می شود.

ث) از نظر اقتصادی مقرون به صرفه نیست.

ج) مصرف انرژی بیشتر

چ) سرعت تولید پایین تر

۳- آهار خوب، آهاری است که به راحتی و در حداقل زمان در آن حل شود. (Solubility) و در اثر مخلوط کردن مواد تشکیل دهنده آن PH نهایی چسب تغییر نکند.

۴- فیلم صاف و یکنواخت در پشت فرش تشکیل دهد. (Uniformity)

۵- استحکام فرش را افزایش دهد. (Strength)

۶- مواد آهاری نباید اثرات شیمیایی و تخریبی روی

خواص یک آهار خوب به طور خلاصه در زیر آورده شده است :

۱- خاصیت ویسکوزیته یا غلظت (Viscosity)

یکی از مهم ترین عواملی که باعث نفوذ کامل آهار در فرش می شود، غلظت محلول آهار است. در فرش هایی با تراکم پایین، ویسکوزیته پایین چسب (رقیق بودن بیش از حد) باعث قرار گرفتن چسب در روی فرش می شود. از جمله موارد دیگری که باعث ظاهر شدن چسب در روی فرش در تراکم های پایین می شود، مصرف بیش از حد آهار به هنگام آهارزنی، پایین بودن سرعت خطی آهار و زیاد بودن کشش در خط آهار می باشد.

۲- درصد برداشت مواد آهاری (درصد جذب)

چنانچه یک فرش خام را قبل از آهار و بعد از آهار وزن نماییم، اختلاف وزن حاصل شده همان درصد مواد جامد آهاری است که در پشت فرش نفوذ کرده است.

مصرف چسب اضافی پیامدهای زیر را در پی دارد :

الف) باعث کثیف شدن گلتهای پروسه تولید می شود.

تلفیقی از هنر و تجارت در بزرگترین مجتمع تجاری فرش ماشینی کشور



در دو دهه گذشته حمایت های خوب دولتی در بخش واگذاری وام های مناسب جهت ورود ماشین آلات مرتبط با صنعت فرش ماشینی از جمله ریسندگی نخ های اکرلیک و پلی استر، ماشین آلات بافندگی مدرن، ماشین آلات تکمیل و ... با تلاش و برنامه ریزی های اهالی این صنعت همراه و موجب رشد چشمگیر این صنعت در تمامی ابعاد شده است. صنعت فرش ماشینی از محدود بخش های تولیدی کشور است که یک توسعه درون زا را تجربه کرده و در سه بخش کلی تولید، توزیع و صادرات گام های بلندی را برداشته است. اما به هر حال با توجه به همه پیشرفت ها این صنعت همواره نیاز به تغییر و حرکت رو به جلو را احساس می کند.

یکی از بحث هایی که امروزه به ویژه در بخش توزیع در صنعت فرش ماشینی مطرح است ایجاد شبکه فروش و توزیع مناسب در سراسر کشور است که بتواند برای مشتری بالاترین امکانات را فراهم آورد. با وجود اینکه صنف فرش ماشینی و موکت و فروشگاه داران زیادی در سراسر ایران شبکه های توزیع مناسبی را برای این کالا فراهم آورده اند اما هنوز به نظر می

رسد این شبکه دارای ضعف هایی است.

در دنیای امروز از جمله نموده های شبکه توزیع مدرن و کارا، ایجاد مراکز بزرگ تجاری می باشد. مراکز بزرگ تجاری مکانی است که دارای محدوده و مساحت معین و با داشتن امکانات زیربنایی و خدمات ضروری به منظور استقرار مجموعه ای از واحدهای صنفی مختلف، ایجاد شده و این مراکز شیوه کارآمدی را در بخش خرده فروشی فراهم می کند.

این مراکز به انواع تجهیزات ایمنی، تاسیسات رفاهی، بهداشتی و تفریحی مجهز شده اند. با ایجاد مراکز تجاری بزرگ زیرساخت های مدرن در بخش خرده فروشی شکل گرفته و در نتیجه کیفیت مکان عرضه کالا و کالای عرضه شده در قبال پرداخت هزینه اجاره کمتر، میسر می شود. مراکز یاد شده سبب می شود پیوند موثر بین اجزای شبکه توزیع فراهم شود. به این صورت که از یک طرف تولید کنندگان داخلی می توانند با همکاری فروشگاه های مستقر در این مراکز به عرضه مستقیم محصول تولیدی خود بپردازند. از سوی دیگر مصرف کنندگان نیز محصولات مختلف مورد نیاز خود را در یک مکان مشخص با سهولت و هزینه کمتر و با رضایت بیشتر تهیه می نمایند.

تجربه ترکیه مصداق عینی در آثار موفقیت آمیز ایجاد اینگونه مراکز در حمایت موثر از تولید داخلی را نشان می دهد. در این کشور نمونه های بسیاری از کارگاه های کوچک تولیدی را می توان یافت که بواسطه عرضه محصول با کیفیت خود به این مراکز تبدیل به تولید کنندگان بزرگ و عرضه کننده برتر محصول به بازار داخلی و جهانی شده اند. این شرایط سبب توجه بیش از پیش به ایجاد مراکز بزرگ تجاری در این کشور

و دیگر کشورهای در حال توسعه شده است. بر اساس آخرین آمارها تا قبل از سال ۲۰۱۰ حدود ۲۳۶ مراکز بزرگ تجاری در این کشور وجود داشته، در این سال ۲۶ مراکز جدید افتتاح شده و در سال جاری نیز ۶۸ مرکز دیگر در دست احداث است که در این صورت تعداد مراکز بزرگ تجاری این کشور به ۳۰۴ باب خواهد رسید.

در کشور ما ایران نیز با توجه به رشد گسترده جمعیت در کشور، تراکم جمعیت در شهرهای بزرگ، افزایش تقاضا و غیره ضرورت نوین سازی شبکه توزیع مورد توجه قرار گرفته به طوری که پس از اجرای طرح تحول اقتصادی، توجه به این امر به عنوان یکی از ارکان اجرای این طرح مورد توجه خاص قرار گرفته است. در این ارتباط باید گفت در شهرهای مختلف کشور به خصوص مراکز استان ها ایجاد مراکز تجاری منطبق بر استانداردهای مربوطه از جمله الزامات در این خصوص محسوب می شود.

در صنف فرش ماشینی این اتفاق خوب افتاده است و بزرگترین مرکز تجاری ویژه فرش ماشینی واقع در بازار تهران در حال بازگشایی است. پروژه تجاری سرای ابریشم واقع در تقاطع خیابان شهید مصطفی خمینی و ۱۵ خرداد یا همان چهارراه سیروس در زمینی به مساحت ۱۵۰۰ متر مربع و با زیربنایی در حدود ۴۰۰۰ متر ساخته شده است. این پروژه دارای بیش از ۵۰ واحد تجاری مدرن و با امکانات ویژه برای فروشگاه های فرش است که به خریداران این امکان را می دهد تا با مراجعه به آن علاوه بر برخورداری از امکانات ویژه ای مانند پارکینگ، رستوران و ... مجموعه ای از انواع محصولات صنعت فرش ماشینی را در زیر یک سقف بازدید کنند. برای اطلاع از خصوصیات و ویژگی های این مجتمع می توانید به آدرس زیر مراجعه نمایید. ■

www.sarayeabrisham.com

تلنگر ...

اراده بر تغییر خویش

تفاوت کشورهای ثروتمند و فقیر، تفاوت قدمت آنها نیست برای مثال کشور مصر هزاران سال تاریخ مکتوب دارد و فقیر است! اما کشورهای جدیدی مانند کانادا، نیوزیلند، استرالیا که ۱۵۰ سال پیش وضعیت قابل توجهی نداشتند، اکنون کشورهایی توسعه یافته و ثروتمند هستند. تفاوت کشورهای فقیر و ثروتمند در میزان منابع طبیعی قابل استحصال آنها هم نیست.

ژاپن کشوری است که سرزمین بسیار محدودی دارد که ۸۰ درصد آن کوههایی است که مناسب کشاورزی و دامداری نیست اما دومین اقتصاد قدرتمند جهان پس از آمریکا را دارد. این کشور مانند یک کارخانه پهناور و شناوری می باشد که مواد خام را از همه جهان وارد کرده و به صورت محصولات پیشرفته صادر می کند. مثال بعدی سوئیس است. کشوری که اصلاً کائو در آن به عمل نمی آید اما بهترین شکلات های جهان را تولید و صادر می کند. در سرزمین کوچک و سرد سوئیس که تنها در چهار ماه سال

می توان کشاورزی و دامداری انجام داد، بهترین لبنیات (پنیر) دنیا تولید می شود.

سوئیس کشوری است که به امنیت، نظم و سختکوشی مشهور است و به همین خاطر به گاوصندوق دنیا مشهور شده است (بانک های سوئیس). افراد تحصیل کرده ای که از کشورهای ثروتمند با هم تیان خود در کشورهای فقیر برخورد دارند برای ما مشخص می کنند که سطح هوش و فهم نیز تفاوت قابل توجهی در این میان ندارد.

نژاد و رنگ پوست نیز مهم نیستند. زیرا مهاجرانی که در کشور خود برچسب تنبلی می گیرند، در کشورهای اروپایی به نیروهای مولد و فعال تبدیل می شوند.

پس تفاوت در چیست؟

تفاوت در رفتارهایی است که در طول سال ها فرهنگ و دانش نام گرفته است. وقتی که رفتارهای مردم کشورهای پیشرفته و ثروتمند را تحلیل می کنیم، متوجه می شویم که اکثریت غالب آنها از اصول زیر در زندگی خود پیروی می کنند:

- اخلاق به عنوان اصل پایه
- وحدت

- مسئولیت پذیری
 - احترام به قانون و مقررات
 - احترام به حقوق شهروندان دیگر
 - عشق به کار
 - تحمل سختی ها به منظور سرمایه گذاری روی آینده
 - میل به ارائه کارهای برتر و فوق العاده
 - نظم پذیری
- اما در کشورهای فقیر تنها عده قلیلی از مردم از این اصول پیروی می کنند.
- در کشور ما کسی که زیاد کار کند تراکتور نامیده می شود! کسی که به قوانین احترام بگذارد بچه مثبت است! کسی که اخلاقیات را رعایت کند برچسب پاستوریزه خواهد گرفت!
- کسانی که حقوق دیگران را زیر پا می گذارند، آدمهای زنگ خوانده می شوند!
- انسانهای منظم افراد خشک و بی حال هستند!
- همه به دنبال یک شبه رفتن ره صد ساله! و ...

بیاید از خودمان شروع کنیم و از همین لحظه

ساکن نیز استاندارد مطلوبی دارند و الیافشان دارای ثبات رنگ هستند. آمریکا بزرگترین تولید کننده فرش های نایلونی در جهان است. این نوع فرش ها دارای قابلیت های زیادی در تکنیک های چاپ روی فرش نیز هستند. نایلون هنوز هم گسترده ترین و فراگیرترین انتخاب برای تولید کفپوش هاست و رقابت نزدیک و شانه به شانه ای با پلی پروپیلن دارد. این الیاف به طرز خیره کننده ای محکم و بادوام بوده و به دلیل مقاومتی که در برابر فرسودگی و کشیدگی دارد، مورد استفاده قرار می گیرد. از این رو، برای مکان های پر رفت و آمد انتخاب اول است.

نقاط قوت نایلون:

- مقاومت بالا در برابر گسترش حریق
- مقاومت بسیار بالا در برابر سایش
- مقاومت در برابر خوردگی و کهنه شدن

الیاف نایلون دارای مارک های مختلفی است و عموماً چند شرکت بزرگ دنیا این الیاف را تولید می کنند و در اختیار شرکت های تولید کننده موکت قرار می دهند. مهم ترین مارک های الیاف نایلون موجود در دنیا به شرح زیرند:

- ۱ - الیاف نایلون دوپنت (Du pont)
- ۲ - الیاف نایلون آکوافیل (Aqua fil)
- ۳ - الیاف نایلون بی. آ. اس. اف (BASF)
- ۴ - الیاف نایلون Unbranded nylon

الیاف پلی پروپیلن قیمت مناسبی دارند، ولی برای مکان های پر تردد به هیچ عنوان توصیه نمی شود. از لحاظ ثبات رنگ مقاومت قابل قبولی دارند و میزان الکتریسیته ساکن ایجاد شده در آن کم است. در خصوص استاندارد حریق و مقاومت در برابر آتش در ردیف پایین تر از الیاف نایلون قرار می گیرد و مقاومت آن معمولاً در استاندارد اروپا BS4796 در ردیف ۳، و به لحاظ مقاومت در برابر سایش نیز در ردیف های پایین تر از نایلون قرار دارد.

پلی پروپیلن که گاه الفین نیز نامیده می شود، اکنون و به تدریج به رقیب نایلون بدل می شود. این الیاف رنگ ثابت دارند زیرا فرایند تولید الیاف پروپیلن از طریق آمیزش ماده اصلی آن با رنگ دانه ها صورت می گیرد. بدین ترتیب الیاف پروپیلن خیلی خوب در فرش هایی با بافت حلقوی مورد استفاده قرار می گیرند.

نقاط قوت پلی پروپیلن:

- مقاومت در برابر رنگ پریدگی
- مقاومت در برابر رنگ پذیری
- مقاومت در برابر خوردگی و سایش

همچنین امروزه بافت فرش های پلی استر نیز از اهمیت بالایی برخوردار است و بازار آن روز به روز در حال گسترش است. شرکت هایی مانند سوئیس فیلامنت



نقش کفپوش ها در صنعت هتلداری

تهیه و تدوین: محبوبه قایدی

موکت یکی از انواع کفپوش هایی است که کاربردهای زیادی در مکان های مختلف دارد و به جهت قیمت ارزان تر مورد توجه است. در صنعت هتلداری در جهان از انواع فرش های تافتینگ و آکسمینستر استفاده می شود. آکسمینستر یکی از محبوب ترین فرش ها برای پروژه های بزرگ و قراردادی است و با توجه به تنوع طرح و دوام آن در بسیاری از هتل های لوکس جهان استفاده می شود. کشور هایی مانند چین و بلژیک در زمینه صادرات این نوع کفپوش ها قدرتمند هستند.

یکی از مهمترین و شاید زیربنایی ترین بخش هتلداری توجه ویژه به تجهیز و کاربرد تکنولوژی و همچنین دکوراسیون در هتل ها است که می تواند نقش تعیین کننده ای در جلب نظر مشتریان داشته باشد.

در موضوع دکوراسیون و وسایل تزئین و تجهیز هتل، موکت علاوه بر اینکه کفپوش محسوب می شود، جنبه زینتی نیز دارد و در حفظ ظاهر و زیبایی اتاق ها و قسمت های مختلف آن تاثیر به سزایی داشته و در روحیه میهمانان و مسافران اثر می گذارد. از طرفی معمولاً سطح وسیعی از هتل باید دارای موکت باشد، در نتیجه مبالغ هنگفتی به خرید و نصب آن اختصاص داده می شود. بنابراین از این رو ناچاریم هم از نظر قیمت و هم از نظر تناسب، مرغوبیت، دوام و انتخاب رنگ بررسی های لازم را به عمل آوریم. بنابراین انجام این کار نیز در نوع خود نیاز به تخصص و سلیقه دارد. موکت یکی از محصولات پرمصرف در ایران است که انتخاب نوع مناسب آن نیاز به اطلاعات فنی لازم دارد. مهم ترین بخش هر موکت الیاف آن است. این الیاف به طور معمول در انواع زیر تهیه می شوند:

- ۲ - پلی پروپیلن (P.P) Polypropylene
- ۳ - پشم (Wool)
- ۴ - پلی استر

هر یک از الیاف بالا مشخصات منحصر به فرد خود را دارد و برای مکان های خاصی استفاده می شود.

نایلون به شکل باورنکردنی با دوام و دارای خاصیت ارتجاعی است و انتخاب بسیار مطمئنی برای همه مکان های پر تردد مانند فرودگاه ها، هتل ها، دفاتر اداری و سازمان های پررفت و آمد است. ضمناً در خصوص استاندارد حریق (مقاومت در برابر گسترش آتش) دارای رتبه خوبی است و در جدول های مربوط به استاندارد مقاومت در برابر گسترش آتش، که عمدتاً دو استاندارد در دنیا مورد استفاده قرار می گیرد، در رتبه قابل قبولی قرار دارد. ضمناً این نوع الیاف به راحتی کوبیده نشده و به راحتی سایش پیدا نمی کنند، ضمناً در مقابل فرسودگی و لکه پذیری کاملاً مقاوم هستند و در مقابل الکتریسیته

- ۱ - نایلون (Nylon) یا پلی آمید (Polyamide)



اقدام به تولید الیاف پلی استری نموده اند با تغییر ساختار پلیمری در آنها خواص ضد آتش ایجاد شده است. این نوع الیاف در بافت فرش و موکت های پلی استری که در مکان های عمومی مصرف می شود بسیار محبوب و در حال گسترش است. شرکت های دیگری هم در زمینه تولید الیاف ضد آتش پلی استری فعال هستند که البته اغلب آنها با استفاده مواد کمکی و ادتیو ها این کار را انجام می دهند.

فرش ها و موکت های پشمی

این نوع فرش ها از پشم طبیعی بافته می شود و کاربردهای خاص دارد. پشم به دلیل مقاومت قابل قبولی که در استاندارد حریق دارد و همچنین به دلیل طبیعی بودن آن معمولا برای محل های خاص استفاده می شود. طول عمر آن بسیار بالا است و گاهی تا ۵۰ سال دوام دارد. برای بالا بردن مقاومت سایشی آن معمولا به الیاف پشم ۲۰ درصد نایلون پلی آمید (Polyamide) اضافه می کنند. معمولا این موکت ها را برای هتل های پنج ستاره به بالا و یا برای سوییتهای بسیار خاص استفاده می کنند و تمام طرح هایی که در فرش های دستیافت قابل اجرا است، در این نوع موکت نیز می توان اجرا کرد. قیمت تمام شده این نوع موکت معمولا سه برابر قیمت موکت هایی با الیاف Nylon است و قیمت آن تابع مستقیم متراژ درخواستی است.

کفپوش ها معمولا به ۴ روش تولید می شود که هر کدام از این روش ها مشخصات منحصر به فرد خود را دارند.

۱ - بافته شده: (Woven)

این نوع کفپوش ها دارای تار و پود بوده و شبیه فرش های ماشینی بافته می شود که از لحاظ مقاومت ریشه ها با توجه به اینکه دارای تار و پود است، مقاومت بسیار بالایی دارد. این روش بافت با توجه به قیمت بالای تولید و هزینه های آن معمولا برای فرش های با الیاف پشم استفاده می شود که خود به دو دسته تقسیم می شوند؛ اکس مینستر (Axminster) و ویلتن (Wilton)

۲ - کفپوش های تافتینگ: (Tufting)

با توجه به هزینه های بالای تولید موکت به روش Woven و سرعت پایین تولید آن روشی که در دنیا بسیار متداول شده، روش تافتینگ است که می توان گفت ۹۰ درصد تولیدات موکت در حال حاضر به این روش تولید می شوند. امروزه این روش بافت بسیار فراگیر است.

۳ - روش نیدل پانچ یا سوزنی: (Nonwoven or Needle punch)

این نوع موکت یا اصطلاحا موکت بافته نشده، همان

بافت موکت می باشد، دارای ویژگی های منحصر به فردی می باشد.

با توجه به سیستم های بافت و تولید انواع کفپوشها، سطح آنها هم می تواند دارای حالت های مختلفی باشد که قطعا برای هریک از آنها کاربردها و مصارف ویژه ای هم وجود خواهد داشت. سطح الیاف بریده شده (Cut pile)، سطح الیاف برش نخورده (Loop pile)، ترکیبی از دو روش فوق (Cut & Loop) هر کدام از سه حالت فوق براساس نیاز مشتری و استاندارد و محل مورد نظر، انتخاب می شوند. یکی از مباحث مربوط به موکت نحوه رنگرزی موکت و الیاف آن بوده که در حفظ ظاهر موکت و جلوه موکت در زمان های طولانی مورد توجه واقع می شود. روش های مختلف رنگرزی الیاف موکت به شرح زیرند:

الیاف رنگی (Yarn dyed)

در این حالت الیاف قبل از اینکه در موکت بافته شوند رنگرزی می شوند و بعد از رنگرزی الیاف، موکت با استفاده از آنها بافته می شود. مقاومت در برابر تغییر رنگ در این روش بسیار بالا است و در طول سال های متوالی رنگ موکت تغییر نمی کند.

محلول رنگی (Solution dyed)

در این روش قبل از اینکه الیاف تولید شود، گرانول های مربوطه در کارخانه رنگ و تبدیل به الیاف می شود. الیاف تولید شده با این روش، بالاترین مقاومت را در برابر تغییر

موکت های نمدی هستند و روش تولید آنها بدین صورت است که یک دسته الیاف را به اضافه مقداری چسب و رزین در بین غلتک های استوانه ای با استفاده از حرارت متراکم می کنند. مقاومت سایشی این الیاف با توجه به عدم داشتن بافت، بسیار پایین و قیمت تمام شده آن نیز بسیار پایین است.

۴ - موکت با الیاف کاشته شده:

این نوع موکت با استفاده از جدیدترین انواع تکنولوژی های بافت موکت در دنیا تولید می شود. این نوع موکت در حال حاضر توسط یک شرکت با نام انحصاری FLOTEX تولید می شود و تلفیقی از دو محصول موکت و PVC است که دارای ویژگی های خاص موکت و با مشخصات و کارایی PVC است. این نوع موکت کاملا ضد آب است و الیاف آن نیز از نایلون و پلی آمید تهیه می شود. روش تولید این موکت بدین صورت است که یک لایه PVC به ضخامت ۲.۵mm و به عرض ۱.۵ الی ۲ متر که دارای حالت خمیری است بر روی یک نوار نقاله قرار گرفته و از زیر یک استوانه گردان عبور می کند. داخل استوانه گردان که دیواره آن به صورت توری است، الیافی به صورت سوزنی به طول ۵mm قرار گرفته که بار الکتریکی آن مثبت است. در ضمن بار الکتریکی PVC نیز منفی است. زمانی که PVC از زیر استوانه عبور می کند الیاف با بار الکتریکی غیر همنام جذب PVC می شود و الیاف به صورت عمودی در PVC کاشته می شوند. این نوع موکت که از جدیدترین انواع

رنگ را دارا هستند.

رنگ آمیزی تکه ای (Piece dyed)

در این روش الیاف موکت پس از اینکه به یکی از دو روش فوق تولید شد به صورت یکنواخت و یک رنگ بافته شده که بعد از تولید موکت با دستگاه های مخصوص، قسمت هایی از موکت رنگ می شود.

چاپ (Print)

در این روش روی موکت پس از تولید طرح و رنگ چاپ می شود و در این حالت امکان ایجاد طرح های مختلفی بر روی موکت وجود دارد ولی در هنگام تمیز کردن و نگهداری از موکت بایستی از مواد تمیز کننده مشخص شده توسط کمپانی تولید کننده استفاده کرد. در صورت عدم آگاهی از شرایط نگهداری موکت و مواد شوینده، تغییر رنگ موکت رنگ آمیزی شده به این روش نسبت به روش های دیگر رنگ آمیزی بیشتر خواهد بود. این روش یکی از جدید ترین روش های ایجاد طرح و نقشه بر روی انواع کفپوش هاست که در کشورهای صاحب این صنعت به ویژه در آمریکا در حال رواج یافتن است.

معمولا در هتل ها گرایش بیشتری به موکت های پرزدار وجود دارد، مخصوصا برای اتاق میهمان و لابی های کم ترافیک و سالن های کنفرانس، این نوع کفپوش را در نظر می گیرند. کفپوش نیدل پنچ، بدون پشت ابری با قیمت ارزان از نظر دوام و مقاومت، بسیار مناسب است و هتلدارانی که مقید به صرفه جویی هستند می توانند از این نوع استفاده نمایند.

در انتخاب موکت برای هتل های دو ستاره به بالا، همواره موارد متعددی وجود دارد که عدم نظر گرفتن یکی از عوامل می تواند عاملی جهت عدم ارتقای درجه هتل باشد. برای مثال در سوئیت های رویال (سلطنتی) هتل های پنج ستاره معمولا از موکت های پشمی اکس مینستر (Axminster) استفاده می شود. گفتنی است، در این زمینه جهت ارتقاء درجه و گروه بندی، بالاترین کیفیت موکت و آرامش ایجاد شده در هنگام راه رفتن بر روی موکت، از عوامل اصلی در این رابطه به شمار می آید. در شکل و فرم فرش کردن، بعضی ها دقیق اند و بهترین طرز آن را به کار می برند، به نظر میرسد آجری فرش کردن موکت بهترین نوع نصب کردن باشد، زیرا در موقع لزوم به آسانی می توان آن را تعویض نمود، یعنی تغییر پذیری را به سادگی ممکن می سازد و مشکلات زیادی پیش نمی آورد.

در این میان اهمیت رنگ را نباید از نظر دور داشت، زیرا رنگ موکت به عنوان یک عامل مهم متحد کننده تلقی می شود و کنترل کننده اتمسفر مجموعه ساختمان، اشیاء و وسایل دیگری است که در آنجا وجود دارد.

بنابراین، رنگ موکت باید معقولانه و با دقت و تامل انتخاب شود. در مورد رنگ موکت باید یک سری نکات مورد توجه و بررسی واقع شود، بعضی از قسمت های هتل، چه از طریق هوا و چه در نتیجه رفت و آمدهای زیاد در معرض نشستن گرد و غبار یا خاکستر قرار می گیرد. باید سعی شود این گرد و خاک در روی کفپوش بدنام و زنده به چشم نخورد.

بعضی از رنگ ها می توانند این عیب را در خود پنهان کنند و در معرض دید قرار نگیرند. بهتر است در این مکان ها برای قسمت های سرویس غذا و امثال آن، از طرح ها یا ترکیب های لکه لکه یا خال خال استفاده شود. در قسمت هایی که رفت و آمد کم است و مشکل گرد و خاک اندک یا احیاناً در حد صفر است می توان از رنگ های روشن استفاده نمود.

موکت محل های پررفت و آمد بایستی دارای رنگ های تیره تر با بافت های مختلف و طرح های گوناگون باشد. در مساله انتخاب رنگ یک اصل کلی دیگر باید مورد توجه قرار گیرد و آن اینکه رنگ های مختلف حالات گوناگون و متفاوتی را خلق می کنند یا حالات مختلف، رنگ های خاصی را طلب می کند.

به همین مناسبت در محافل سرور و شادمانی باید حالت رنگ ها مسرت بخش و شادی آفرین باشد و به جشن، گرمی، حرارت و جذبه بیشتری بخشد و موجب ایجاد نشاط باشد. رنگ های سرد نشانه سکوت و وقار است، به همین دلیل معمولا در راهروها از رنگ های خنثی و حاشیه دار استفاده می شود تا بدین وسیله مسافران به مجرد اینکه وارد راهروها شدند، محیط از نظر روانی اثر گذاشته و آنها را به آرامش دعوت کند.

در مورد حفظ و نگهداری و نظافت موکت و کفپوش نیز دقت و مراقبت ویژه ای می بایست مبذول داشت. قسمت خانه داری هتل بایستی توجه ویژه ای به این مساله داشته باشند. در برخی محل هایی نیاز است که مرتبا موکت ها به وسیله شامپو شستشو داده شود. البته گفتنی است، تمام قسمت هایی که موکت نصب شده باید با دقت کامل، به وسیله جاروبرقی تمیز و خاک آن به خوبی گرفته شود. به خصوص در مناطقی که رفت و آمد در آن زیاد است. مثلا نزدیک آسانسورها و درهای ورودی دقت بیشتری به عمل آید و بهتر است موکت این قسمت ها را به طور دوره ای با توجه به درجه خاک خوردن مرتبا شستشو داد و با استفاده از مواد شیمیایی، یا کف خشک، یا بخار و مایع و یا با دستگاه های موکت شویی که مخصوص این کار ساخته شده نسبت به پاکیزگی و گردگیری و نظافت موکت ها اقدام کرد.

در گذشته یکی از معضلاتی که وجود داشت، مساله جذب سوسک به خاطر بوی چسب موکت ها بود. به همین دلیل امروزه در نصب موکت ها از چسب استفاده نمی شود و کفپوش آندرلی جایگزین آن شده است، به این ترتیب چنین مشکلی وجود ندارد اما با این حال در خصوص

مقابله با حشرات موزی معمولا سالی یک بار سم پاشی هتل ها ضروری به نظر می رسد.

صنعت تولید کفپوش های هتل ها و پروژه های قراردادی بازار بسیار بزرگی را بخ خود اختصاص داده است چرا که با رشد ساخت و سازها در جهان و همچنین رشد روز افزون ساخت هتل ها، مراکز اداری و تجاری و... این نیاز بسیار گسترده است.

معمولا هتل های بزرگ و معروف دنیا هر ۴ سال یکبار موکت های خود را به طور کلی تعویض می کنند. البته لازم به ذکر است که در هتل های معمولی یک فرش تافتینگ یا اکسمینستر با کیفیت بالا که البته توسط بخش نظافت هتل به خوبی نگهداری شود تا ۸ سال می تواند کفپوش مناسبی باشد. در هتل های پرتدد علاوه بر استهلاک و کارکرد موکت ها تغییر طرح و نقش آنها هم به منظور ایجاد حس تازگی در مهمانان نیز یکی از انگیزه های مهم تعویض موکت هاست.

بحث کفپوش های هتل ها به اندازه ای مهم است که حتی معماران حرفه ای سعی می کنند حتی الامکان آنرا در مورد هتل هایی که در دست ساخت دارند مد نظر قرار دهند. از آنجایی که اغلب این کفپوش ها در عرض ۳.۶۰ متر تولید می شود طراحان سعی می کنند عرض اتاق ها را نیز به همین میزان طراحی کنند. این امر موجب صرفه جویی و جلوگیری از ضایعات موکت در هر بار فرش کردن خواهد شد. در حال حاضر شرکت های بزرگی چون کوالیر برای لابی هتل ها کفپوش هایی با عرض ۴.۲ متر را هم عرضه می کنند.

منابع :

- سایت www.shawfloors.com/carpet
- سایت شرکت Cavalier UK
- هفته نامه هتل
- سایت اتحادیه فرش انگلستان
- سایت مجله نساجی کهن www.kohanjournal.com

تماس با اتحادیه:

تهران، خیابان شریعتی، سه راه
طالقانی، نبش کوچه حمید صدیق،
ساختمان ۱۲۰، طبقه دوم

تلفن: ۷۷۵۳۵۴۷۵ و ۷۷۶۵۴۲۱۲

فکس: ۷۷۵۲۷۳۸۷

www.efmt.ir

نمایشگاه دموتکس چین

بزرگ ترین رویداد کفپوش و فرش آسیا

New Flooring Perspectives!

The Asian flooring markets have much to reveal.

DOMOTEX asia/CHINAFLOR 2014 - the industry's favorite place to find new products and partners. Give your business a boost and explore opportunities in the unique markets of this region.

1200 exhibitors - 45000 professional visitors - a whole range of flooring solutions.

A wide array of rugs, carpets and technologies in the largest venue ever: W1 to W5
New launch: World of Handmade Carpets - discover it in hall W5

the Leading Platform for Flooring in Asia-Pacific

DOMOTEX
asia **CHINAFLOR**

Shanghai
25-27 March 2014



فرش امیران

AMIRAN CARPET CO.

www.Amirancarpet.com

info@amirancarpet.com



فرش ۷۰۰ شانه دستبافت گونه گلیم، گلیم جاجیم

تلفن: ۰۳۶۲۲۷۵۹۴۹۴-۵

فکس: ۰۳۶۲۲۷۵۹۴۹۳

همراه: ۰۹۱۳۱۶۱۰۲۰۷ - ۰۹۱۳۱۶۳۱۲۰۸

آدرس: آران و بیدگل، شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی، بلوار تولید،

جنب مخابرات پلاک ۳۳۹

VAN DE WIELE
HCP

SCHÖNHERR
Alpha 400



نشان استاندارد

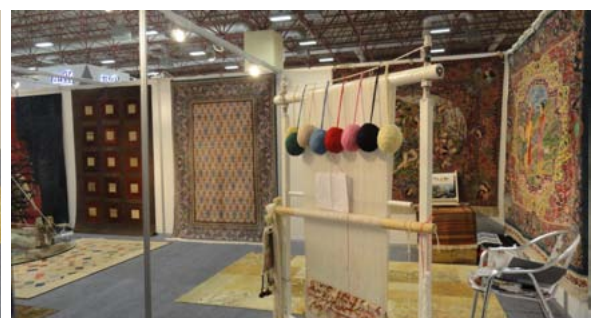
AMIRAN CARPET

گزارش نمایشگاه دموتکس استانبول



▲ نمایشگاه دموتکس استانبول امسال در تاریخ ۱۶ لغایت ۱۹ آبان ماه مطابق با ۷ لغایت ۹ نوامبر ۲۰۱۳ در مرکز نمایشگاهی استانبول به نام Istanbul Fuar Merkezi یا همان ifm برگزار گردید. این نمایشگاه برای دومین سال پیاپی در استانبول برگزار می شود و برگزار کنندگان آلمانی آن با همکاری نمایندگان خود در ترکیه و نیز شرکت های ترک تمام تلاش خود را برای افزایش شاخص ها و پیشرفت این نمایشگاه به کار بسته اند. مراسم افتتاحیه این نمایشگاه با حضور جمعی از مدیران و شخصیت های دولتی و انجمن های مرتبط برگزار گردید و در آن نکات مهمی بیان گردید. در این مراسم آقای ابراهیم ییلماز - مدیر انجمن صادرکنندگان فرش استانبول، آقای ولفگانگ لئارتز - قائم مقام بخش نمایشگاه های بین المللی شرکت دویچه مسه آلمان، آقای تانر گول تکین - رئیس انجمن معماران و طراحان داخلی استانبول و آقای محسن مرتضایی فر - سرکنسول ایران در استانبول حضور داشتند و به ایراد سخنرانی پرداختند. در مراسم افتتاحیه این نمایشگاه چهره تنی چند از مدیران و تجار صاحب نام صنعت فرش ماشینی و کفپوش ایران نیز به چشم می خورد.

► در نمایشگاه امسال به همت مرکز ملی فرش دستباف و حمایت های دولتی، ایران در نمایشگاه دموتکس استانبول صاحب یک پاپیون ملی بود که البته تمام شرکت های حاضر در بخش فرش دستباف حاضر شدند و متأسفانه در بخش ماشینی شرکت های ایرانی حضور نداشتند. شرکت های تولید کننده فرش دستباف ایران کلکسیون های رنگ و طرح های ایرانی را در استانبول به نمایش گذاشتند که مورد توجه بازدید کنندگان و البته برگزارکنندگان نمایشگاه قرار گرفت. امیدواریم فرش ماشینی هم با نگاهی عمیق تر به جایگاه این نمایشگاه در منطقه بتواند در سالهای بعد حضور مناسبی در این رویداد داشته باشد.



▲ اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران نیز در این نمایشگاه حضور خوبی داشت و با حضور همکار مطبوعاتی خود (مجله نساجی کهن) در این نمایشگاه توانست به معرفی اتحادیه به علاقمندان بپردازد. به نظر میرسد اتحادیه به عنوان متولی صنعت فرش ماشینی و موکت در کشور می تواند بیشتر بر روی برپایی پویون های ملی جمهوری اسلامی ایران در نمایشگاه های بین المللی فرش ماشینی و موکت فعالیت کند.

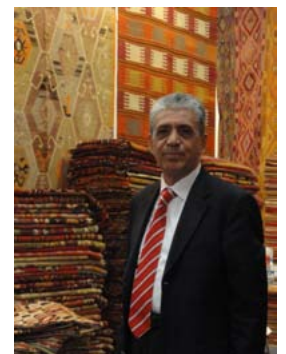


▲ در حاشیه برگزاری نمایشگاه دومتکس استانبول مسابقه طراحی فرش طبق روال سال گذشته انجام شد و طرح های بسیار نوآورانه ای از جانب طراحان جوان و خلاق ترکیه به معرض دید گذاشته شد. همچنین امسال دو رویداد جانبی دیگر نیز در این نمایشگاه معرفی شد.

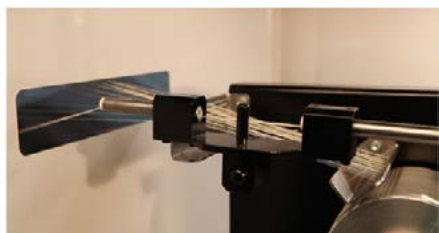
Future of Flooring Forum : این رویداد با همکاری انجمن ها و تولیدکنندگان پارکت در ترکیه هر ساله برپا می شود. همانطور که مستحضرد در سال ۲۰۱۲ میلادی ترکیه به عنوان دومین تولیدکننده پارکت در جهان معرفی شد و این صنعت در ترکیه هر روز در حال رشد و ترقی است. در این سمینار به بررسی وضعیت حال و آینده این صنعت در جهان و به ویژه کشور ترکیه پرداخته می شود.

YES 2013 – Building Structure Aesthetics

این رویداد به تمرکز بر اهمیت و نقش طراحی داخلی و معماری به ویژه با دخالت کفپوش ها در صنعت ساختمان برگزار می شود. در سال های اخیر صنعت ساختمان در ترکیه با سرعت خیره کننده ای رشد کرده است و این نیاز به طور فزاینده ای مورد توجه فعالان این بخش قرار گرفته است.



▼ قبل از ورود نخ به ماشین، سیستم کنترل کشش نخ وجود دارد که علاوه بر تنظیم کشش مورد نیاز نخ ها در مواقع پارگی نخ نیز، به صورت اتوماتیک دستگاه را متوقف خواهد کرد.



▼ پس از اتمام مرحله بافندگی انتهای نخ ها بین یک گیره نگه دارنده و یک شانه نگه داشته می شود تا توسط سوزن های ویژه ای گره زده شده و به شکل مورد نیاز ریشه آماده را تولید نماید.



▼ پس از اینکه ایجاد گره ها در این مرحله به اتمام رسید کل ریشه تولید شده وارد بخش برش می شوند. در این قسمت هر تولیدکننده ای با توجه به نیاز خود، سلیقه مشتریان و نیز نوع فرشی که ریشه آماده باید به آن متصل شود، محصول تولیدی را برش داده و ویژه سازی می نماید.



در این دستگاه تمام عملیات و حرکت ها توسط سرو موتورهای (servomotor) مجزا و سیستم الکترونیکی تحت کنترل است.



برخی مشخصات فنی دستگاه:

- گره استاندارد که روی این دستگاه قابل دسترسی است گره ۲ تایی و ۴ تایی است. انواع دیگر گره ها و نیز ترکیبات آن ها نیز در این دستگاه قابلیت تولید دارد.
- نوار بالایی گره ها به طور استاندارد ۱۳ میلی متر در نظر گرفته شده است که به خواست مشتری قابل تغییر و تعویض است.
- ریپر بافندگی این دستگاه می تواند تا سرعت ۱۹۰ دور بر دقیقه حرکت کند که بسته به نوع نخ و نوع گره قابل تنظیم است.

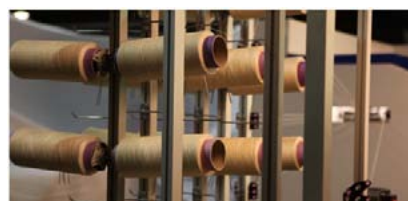


فانتازیا؛ معجزه ای برای تولید ریشه آماده فرش ماشینی

گفتگو با آقای اریک اسپیل - مدیر عامل شرکت اتراکون بلژیک

امروزه تولیدکنندگان فرش ماشینی به ویژه در کشور ایران علاقه مند هستند تا بتوانند زیبایی و خصوصیات منحصر به فرد فرش های دستیافت را در تولیدات ماشینی خود پدیدار کنند. در نتیجه یکی از بخش هایی که فرش ماشینی را می تواند از نظر ظاهری به فرش دستیافت نزدیک کند ریشه فرش است. در طول سال ها درخواست های زیادی برای تولید چنین دستگاهی به وجود آمده است تا بتواند به طور حرفه ای به تولیدکنندگان این صنعت کمک کند چرا که ایجاد ریشه فرش توسط اپراتور و به طور دستی هر چند عملی، اما دارای دردسرهای خاص خود است که از آن جمله می توان به نایکخواهی ریشه، زمان و نیروی کار زیاد و... اشاره کرد. سرانجام با توجه به سابقه و تجربیات شرکت اتراکون در بخش ماشین آلات صنعت فرش ماشینی، این شرکت موفق شد ماشین تولید ریشه آماده فرش ماشینی (Premade Fringes) را تولید کند. پس از طی مراحل تحقیق و ساخت نمونه اولیه، این ماشین در اواخر سال ۲۰۱۲ آماده تولید شد و در اواسط سال ۲۰۱۳ نیز این ماشین آماده فروش به شرکت های تولیدکننده فرش ماشینی در سراسر جهان به ویژه کشور ایران است.

این قفسه قرار خواهد گرفت. نخ ها از این کريل به سمت ماشین هدایت می شوند.



▼ نخ ها پس از ورود به ماشین و عبور از بخش کنترل وارد بخش بافندگی می شوند. در این ماشین به صورت استاندارد ۲ شفت وجود دارد اما بنابر سفارش های ویژه و خواست مشتری برای دریافت قابلیت های بسیار بالاتر می توانیم تعداد این شفت ها را تا ۶ شفت افزایش دهیم.



◀ آیا فانتازیا توانسته نظر تولیدکنندگان ریشه آماده و مشتریان شما را جلب نماید؟ لطفاً بیشتر در مورد مشخصات فنی این دستگاه برای ما توضیح دهید.

بله، نتیجه ای که ما به دست آورده ایم یک ماشین با تکنولوژی بالاست که توانایی تولید انواع ریشه های آماده فرش ماشینی را برای تولیدکنندگان این صنعت به ارمغان آورده است. در حال حاضر در حال ساخت اولین سفارش این دستگاه هستیم که در اوایل سال ۲۰۱۴ میلادی به مرحله نصب و بهره برداری خواهد رسید. این ماشین دارای ۵ قسمت اصلی می باشد که عبارتند از:

- کريل تغذیه نخ که بوبین ها را نگهداری می کند
- بخش ورود نخ به همراه تجهیزات کنترلی کشش و پارگی
- ناحیه بافندگی مشتمل بر ۶ شفت و سیستم پود گذاری
- بخش گره زنی و ایجاد انواع گره
- بخش برش و آماده سازی نهایی ریشه

کريل استاندارد در این ماشین دارای ۲۴ بوبین است که هر دو نخ مربوط به بافت زمینه ریشه و نیز ورودی پود در



همچنین تولید این دستگاه نیز به طور مستقیم با این دو عامل کم و زیاد می شود. اما در حال حاضر ماشینی که در محل کارخانه در حال کار است با نخ ویسکوز در هر ساعت ۴۰ متر طولی ریشه تولید می کند. ■ قابلیت استفاده از انواع نخ مانند پلی استر، ویسکوز، پنبه و ... در این ماشین وجود دارد.

آیا از میزان مصرف ریشه آماده در ایران برآوردی دارید؟

به طور تقریبی می توان نیاز را تخمین زد. در حال حاضر ظرفیت اسمی نصب شده فرش ماشینی در ایران حدود ۱۵۰ میلیون متر مربع و نیز ظرفیت تولید فرش ماشینی در ایران بالغ بر ۸۰ میلیون متر مربع است. اگر همه این تولیدات را به فرش های ۹ متری با ابعاد $3/5 \times 2/5$ متر تبدیل کنیم تولید فرش ماشینی در ایران در حدود هشت میلیون و نهصد هزار تخته فرش ۹ متری خواهد بود. هر فرش ۹ متری نیاز به $2/5$ متر ریشه آماده در بالا و $2/5$ متر ریشه در پایین دارد. بنابراین اگر فرض کنیم همه فرش های تولید شده در ایران بخواهند از ریشه آماده استفاده کنند نیاز بازار، بالای ۴۰ میلیون متر ریشه آماده خواهد بود. اما قطعاً نیاز بازار از این عدد کمتر است چرا که عده ای از کارخانجات به دلیل تولید فرش های با کیفیت پایین تر ریشه فرش را به صورت دستی و توسط نیروی کار خود تولید کرده و گره می زنند و برخی از انواع فرش ها مانند فرش های فریز یا مدرن نیز نیازی به استفاده از این نوع ریشه ندارند.

واردات ریشه آماده به ایران

ریشه آماده فرش ماشینی تا قبل از افزایش شدید قیمت ارز در کشور ایران از بلژیک و ترکیه در حجم بالا انجام می شد اما در حال حاضر واردات این نوع کالا از خارج صرفه اقتصادی ندارد و تجارت آن در حد بسیار کوچک و به صورت اتوبوسی و چمدانی از کشور ترکیه انجام می شود. در حال حاضر بخشی از نیاز داخل ایران توسط چند شرکت کوچک و با ظرفیت کم و البته ماشین آلات قدیمی تر انجام می شود. به نظر من ظرفیت بالایی در ایران برای تولید این محصول وجود دارد. در حال حاضر ایران دارای پیشرفته ترین ماشین آلات فرش بافی دنیاست. شاید ایران اولین کشوری است که ماشین آلات شانه ۱۰۰۰ را خریداری کرده و فرش های بسیار با کیفیتی را نیز با آن تولید کرده است. این ظرفیت های موجود تولید ریشه های آماده با تکنولوژی روز را برای



ایران ضروری کرده است تا دیگر شرکت های مصرف کننده این محصول وابسته واردات نباشند. با توجه به اینکه الگوی فرش ماشینی در ایران فرش دستباف است و با توجه به اینکه شانه های بالای فرش، تراکم زیاد و رنگ بندی ها و نقشه های زیبا همواره فرش ماشینی را نزدیک به فرش دستباف می کند، ریشه های قدیمی فراموش شد چرا که یکی از فاکتورهایی بود که فرش دستباف را از ماشینی به طور کامل متمایز می کرد. این گره ها فرش ماشینی را بیشتر شبیه فرش دستباف می کند. به خاطر همین در بین تولیدکنندگان فرش ماشینی و مردم این ریشه مورد پسند است.

اشکال گره های دستی

اشکال گره هایی که در شرکت های تولیدی توسط نیروی انسانی با دست زده می شود این است که گره ها در طول فرش یکنواخت نیستند. چرا که دقت فرد گره زن بر اثر خستگی کم و کمتر می شود. مثلاً اگر هر گره باید با ۱۰ رشته نخ تار زده شود این عدد کم یا زیاد می شود که باعث نایکنواختی گره، کوتاه و بلند شدن گره، ناهماهنگی گره ها از پشت فرش و... خواهد شد.

جنس ریشه فرش



جنس ریشه های آماده فرش ماشینی همانطور که در بخش خصوصیات ماشین فانتازیا هم اشاره شد، معمولاً از پنبه، ویسکوز، پلی استر و ترکیب پنبه و پلی استر براق است که جلوه خاصی به ریشه می دهد، ماشین فانتازیا تقریباً توانایی بافت هر نوع نخ را به عنوان ریشه دارد.

ریشه خوب چه ریشه ای است؟

این بحث کمی سلیقه ای است. چرا که بعضی ریشه های گره دار را ترجیح می دهند و برخی ریشه بدون گره. ولی ریشه خوب ریشه ای است که به راحتی از فرش جدا نشود، به راحتی پاره نشود و گره ها از نظر بصری در یک ردیف باشند. به ویژه این مطلب در فروشگاه های فرش بیشتر مورد توجه است چرا که در فروشگاه ها معمولاً فرش در رگال فرش آویزان است و هم ردیف بودن گره ها خودش را بیشتر نشان می دهد. اندازه گره ها و یکنواختی آن مهم است. نکته ظریف دیگر توجه به شکل ظاهری گره در جلو و پشت فرش است.

تاریخچه:

فرآیند تولید ریشه آماده فرش برای اولین بار توسط یک فرد با استعداد و مخترع به وجود آمد. این فرد انگلیسی با نگاه کردن به فرآیند گره زدن توسط دست به این فکر می افتد که آن را مکانیزه کند و تولید دستی را به یک ماشین صنعتی تبدیل کند. این ماشین بعداً برای تولید یراق آلات بخش پرده بافی و سایر بخش های نساجی به کار گرفته شد، که یکی از کاربردهای مهم آن نیز در حال حاضر تولید ریشه آماده فرش است که به ویژه در بین تولیدکنندگان فرش ماشینی در ایران و ترکیه بسیار محبوب است.

دعوت به بازدید:

از تمامی علاقمندان و فعالان صنعت فرش ماشینی در ایران دعوت می کنیم تا جهت بازدید از این ماشین (در حال کار) با دفتر شرکت اتراکون در بلژیک و یا مجله نساجی کهن تماس حاصل نمایند.

تلفن (بلژیک): ۰۵۶۴۳۹۷۶۳ - ۰۰۳۲

تلفن: ۰۲۱-۷۷۲۴۳۲۹۶

www.etracon.be



فرش توس مشهد

سازمان ایرانی افتخار ایرانی



تولید کننده انواع فرش ماشینی

۵۰۰ شانه و ۷۰۰ شانه دستباف گونه

از تراکم ۱۰۰۰ تا ۲۵۵۰

دفتر تهران: ۰۲۱۳۳۷۷۵۹۲۲ - ۵

دفتر مشهد: ۰۵۱۱۲۲۵۵۵۰۸

فکس: ۰۳۶۲۲۷۵۹۷۱۷

دفتر کاشان: ۰۳۶۲۲۷۵۰۱۱۶ - ۷

EMAIL: INFO@TOOSCARPET.IR

WEB: WWW.TOOSCARPET.IR



کربلا، دانشگاهی برای تمام اعصار

عاشورا یک امتحان بزرگ بود که در زمان و مکان خود، بی‌نظیر بود و حقیقت و جوهره انسان‌های مختلفی را برملا نمود. عاشورا به نوعی «یوم الفصل» هم بود؛ زیرا حد فاصلی بین دو دسته از آدم‌ها شد؛ یک عده فرسنگ‌ها به جلو رفتند و از سکوت تا ملکوت اوج گرفتند و عده‌ای نیز سیر قهقرای طی نموده و با این حماسه عظیم، مصداق تعبیر قرآن کریم شدند که می‌فرماید: «اولئک کالاتم بل هم اضل».

عاشورا وقتی لب به سخن می‌گشاید و محفل عاشقانه آن تعداد اندک را به تفسیر می‌نشیند، آنها را متصلان به حقیقت توصیف می‌نماید؛ زیرا مقدمه یافتن حقیقت، واقع بینی و حقیقت‌جویی است؛ تا واقع جو نباشی، حقیقتی را در نخواهی یافت. اگر امام آنها را با حقایق آشنا کرد، چون زمینه حقیقت‌جویی و واقع‌بینی را در آنها یافت.

«هر گاه انسان‌های واقع‌بین و حقیقت‌طلب – هر چند اندک باشند – به حد نصاب برسند، آن روز می‌شود از حقایق سخن گفت».

بسیاری افراد، بهشتیان روی زمینند؛ زیرا نه اهل لغوت و نه گناه. قرآن درباره ویژگی‌های بهشت می‌فرماید: «لا یسمعون فیها لغواً و لا تأثیماً». انسان بهشت‌گونه نیز اهل لغو و گناه نیست و یک بهشت متحرک است؛ او دیگر قیدها را شکسته است.

حقیقت آدمی در کربلا برای عده‌ای این گونه بود؛ زیرا در آن جا، مسیرهای سلوک را یک شبه طی کردند و از تن، جان، مال و دنیای فانی گذشتند و دنیا را به سان یک طریق نگرستن، نگاه کردند؛ نه چشم‌انداز. امام علی علیه‌السلام درباره این نوع نگاه به دنیا می‌فرماید: «هر گاه کسی «با دنیا» نگاه کند، بینایش می‌کند؛ اما اگر کسی «به دنیا» نگاه کند، کورش می‌سازد».

حسین علیه‌السلام، معلم تمام انسان‌ها

وقتی حقیقت آدمی و آرمان اصیل او – که خلیفه‌اللهی است – ظهور می‌کند، یک الگوی تمام عیار برای کسانی می‌شود که بخواهند مسیر آرمان‌سازی را طی کنند و نقش «کتاب باز» را ایفا می‌کند؛ خواه آن انسان مسلمان باشد یا غیر مسلمان؛ و این اعجاب بزرگ را در قضیه کربلا به خوبی شاهد هستیم.

امام حسین علیه‌السلام این درس بزرگ را در قالب یک حماسه عظیم به انسان‌ها یاد داد. اگر بگوییم کربلا یک دانشگاه بزرگ است، شاید باز در حق کربلا و حماسه حسین علیه‌السلام، ظلم کرده باشیم؛ بلکه باید بگوییم که کربلا، دانشگاهی بزرگ برای همه اعصار

بود و واقعیت انسان بودن انسان را در جنبه‌های مختلف ظلم‌ستیزی، آزادی‌طلبی و شکستن یوغ‌های غیرالهی و زمینی آموزش داد. این حقیقت عظیم انسانی به حدی است که در نگاه مستشرقان، بعد از قرآن و مراسم عظیم حج، پایه و اساس قدرت مسلمانان محسوب می‌شود. «وینستون» از مستشرقان غربی می‌نویسد:

«مادامی که مسلمانان قرآنی داشته باشند که تلاوت شود (فراموش نگردد) و کعبه‌ای که مراسم آن با انسجام و همدلی صورت گیرد و حسینی که یاد شود، هیچ کس قدرت تسلط و سیطره را بر آنان نخواهد داشت».

فردی مثل مهاتما گاندی در منشور انقلابی خویش، بعد از این که با نظریه معروف «مبارزه منفی» خویش، استعمار انگلیس را در هندوستان زمین‌گیر کرد و اقتصاد آن گریگ پیر را به مخاطره انداخت، اعلام کرد: «ای ملت هند! من هیچ گونه الگو و روشی از هیچ کس در دنیا برای شکست استعمار پیر برنگزیدم؛ مگر از حسین شیعه».

به طور کلی، تأثیر قیام امام حسین علیه‌السلام بر جامعه اسلامی را می‌توان از سه بعد مورد بررسی قرار داد:

۱. بعد مصونیت؛ تعظیم و تکریم واقعه طف و جانبازی ابا عبدالله و یاران وفادارش. مصونیت سیاسی، فرهنگی و اجتماعی مسلمانان را تضمین کرد و همتای تلاوت قرآن و مراسم حج تفسیر شده است. (وینستون): البته حدیث ثقلین از حضرت محمد صلی‌الله‌علیه‌وآله، در این خصوص گویاترین است؛ زیرا تمسک به کتاب خدا (قرآن) و توسل به عترت پیامبر که امام حسین علیه‌السلام نیز از آن شجره طویه است، مصونیت مسلمانان را از هر خطری که همراه دارد و شاید یکی از علل ذلیل شدن بعضی ممالک اسلامی در قبال توطئه‌ها، کینه‌ها و فتنه‌ها، عدم رویکرد درست به قرآن و دوری از اهل بیت علیهم‌السلام و اکتفا به مراسم صوری حج بوده است.

۲. بعد موجودیت و احساس حضور؛ ملتی که پایگاه واقعی خود را طلب کند و در پی کسب جایگاه شایسته و بایسته خویش باشد، تمسک به آرمان ابا عبدالله علیه‌السلام مشعل راه و پرچم مبارزه و اعلام موجودیت اوست (بولس سلامه).

۳. بعد مشروعیت؛ گاهی نیز ایده گرفتن از انگیزه ظلم‌ستیزی و حق‌طلبی قیام مولا ابا عبدالله علیه‌السلام، عامل مشروعیت بخشی به قیام‌ها و

مبارزات حق‌طلبانه است؛ زیرا مولا این راه را به ملل تحت سلطه نشان داد؛ چنان که آزادی هند از چنگال استعمار انگلستان، مرهون قیام امام حسین علیه‌السلام دانسته شد (گاندی).

ظهور حقایق در کربلا

حقیقت همراه

انسان‌ها به تعبیر روان‌شناسی، به صورت فردی و تک تک یا منحصراً به فرد هستند و هر کدام دارای ویژگی‌های فردی متمایز و گاهی مشترک دارند؛ اما عین هم نیستند.

از این رو، بعضی حقیقت‌ها همراه حقیقت مطلب، همساز می‌شوند که به آنها حقیقت همراه می‌گوییم؛ افرادی که به محض رسیدن ندا، همراه منادی می‌شوند، مانند همراهانی که از مکه تا بزرگ‌ترین قربانگاه تاریخ، یعنی تا کربلای حسین علیه‌السلام، همراه امام، مثل یک رود زلال جاری شدند. امام حسین علیه‌السلام، یاران خود را در شب عاشورا فرا خواند و فرمود: اگر در این سرزمین بمانید و نروید، فردا پیش از غروب آفتاب، حتی یک نفر از شما زنده نخواهد ماند. حضرت حتی خبر قطعی شهادت آنان را صریحاً اعلام کرد؛ اما روحیه آنها نه تنها ضعیف نشد و به دل خود ترس راه ندادند، بلکه غرق شمع و شادی گشته، گفتند: عجب! فردا روز پایان فراق و آغاز اوج گرفتن و رسیدن به وصل است.

حبیب بن مظاهر گفت: ای کاش این پرده شب بدرد و تمام شود؛ زیرا فاصله ما با معبود، یک شمشیر است و ای کاش این شمشیر فرود آید و ما را به عشق ازل متصل کند! امام به حبیب بن مظاهر فرمود: فردا کشته خواهی شد؛ اگر مایل هستی، برو! او پاسخ داد: بعد از کشته شدن شما، زنده ماندن ما نه قیمت دارد و نه سود و سپس گفت: ای پسر رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله! اگر تو را رها کنیم و برویم، باید روز قیامت، پاسخ هر بر هم زدن پلک چشم خود را در محضر خدا و رسول خدا بدهیم و گویا دیگر عبادت ما عبادت نیست و نماز و روزه ما نماز و روزه نیست و ...

از حقایق همراه می‌توان از حضرت زینب علیها‌السلام، ام کلثوم، حضرت رباب، امام سجاد علیه‌السلام، فرزندان زینب، فرزندان ابا عبدالله، حضرت ابوالفضل و برادرانش، عبدالله، عثمان و جعفر و... نام برد که سخنان هر کدام از آنها تا ابدیت تاریخ و ظهور قائم آل محمد عجل‌الله حقیقتی است بر گونه اساطیر و مشعلی است مستدام تا فراختای تحلیل‌ها.

حقیقت منتظر

حقیقت دیگری که در کربلا خود را نشان داد، حقیقت منتظر و مترصد بود؛ افرادی که در اطراف و اکناف منتظر امام بودند؛ نه بیعت شکنانی که عهد و پیمان خود را در اندک زمانی زیر پا گذارند. حقایق منتظر، در مسیرهای مختلف، از مکه تا کربلا به امام پیوستند و به کربلا آمدند.

اینان آغاز راه را می‌شناختند و همراه را ارج می‌نهادند و در پی اتصال بودند. نمونه آنها نافع بن هلال است. او از اشراف کوفه، قاری قرآن و راوی حدیث بود؛ سرداری بزرگ که در رکاب حضرت امام علی علیه‌السلام، در جنگ‌های صفین، جمل و نهروان جانبازی‌ها کرد. امام علیه‌السلام شب عاشورا از خیمه بیرون آمد تا صحرا و تپه‌های اطراف را بررسی کند؛ نافع بن هلال هم از خیمه بیرون آمده بود و حضرت را همراهی می‌کرد. سید الشهداء علیه‌السلام از او سؤال کرد: چرا همراه من می‌آیی؟ پاسخ داد: ای پسر رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله! دیدم شما به طرف سپاه دشمن می‌روید؛ بر جان شما بیمناک شدم؛ از این رو، آمدم. امام فرمود: اطراف این صحرا را بررسی می‌کردم و تا ببینم فردا دشمن از کجا حمله خواهد کرد. سپس امام به او فرمود: در تاریکی شب، از این مسیر (راهی که میان دو کوه بود) برو و خودت را نجات بده! نافع گفت: خود را بر قدم‌های حضرت افکنم و عرض کردم: ای پسر رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله! ما درم در عزایم بگریه؛ اگر چنین کنم و تو را رها نمایم؛ پروردگار جهان بر من منت نهاد که در چوار شما به شهادت برسم.

حقیقت تشنه

بعضی از افراد حقایقی تشنه‌اند؛ اما در آغاز دارای هدف روشنی نیستند و باید آگاه شوند و سپس سیراب گردند تا به یقین برسند. گاه یک پیام، یک حرکت یا یک تذکر ۱۱ در شرایطی مناسب، آنها را با هدف و آرمان، همسو و همساز می‌گرداند. تجلی این ویژگی در کربلا، در خصوص افرادی چون حرّ و زهیر بن القین روی داد. به زعم تاریخ، زهیر حتی با منازل مسیر حرکت امام حسین علیه‌السلام، از مکه تا کربلا، فاصله‌ای از جهت طی طریق و اطراق نداشت؛ اما در آغاز از امام فاصله می‌گرفت و از دیدار با وی ابا می‌نمود و آن گاه که مقدمات اتصال او با امام توسط همسرش فراهم شد و امام به سوی او آمد و دقایقی با او صحبت کرد، تحولی عجیب و شگرف در روحیه او روی داد؛ مانند دریایی به تلاطم افتاد و از فداکارترین یاران حقیقت‌طلب در واقعه بزرگ تاریخ، یعنی عاشورا شد.



فروشگاه فرش رضوی نیا

نمایندگی فرش ماهریس



تهران-میدان هفت تیر-جنب هتل مروارید-پلاک ۲۹-فروشگاه فرش رضوی نیا

تلفن: ۸۸۳۲۴۸۰۷ - ۸۸۳۲۴۸۶۱ - ۸۸۳۲۳۵۱۶

بسمه تعالی

شرح مراحل تشکیل پرونده

تا صدور پروانه کسب



حامد اکرمیه

- ۱- مراجعه متقاضی به سایت ایرانیان اصناف (WWW.IRANIANASNAF.IR) جهت ثبت نام اینترنتی و دریافت کد شناسه ۱۰ رقمی (کد رهگیری)
- ۲- حضور متقاضی در اتحادیه جهت ارائه اصل و فتوکپی مدارک ، کد رهگیری و تشکیل پرونده منفی.
- ۳- تکمیل فرم های مربوط به اتحادیه (تقاضانامه ، تعهدنامه و...) توسط متقاضی.
- ۴- انجام نامه نگاری استعلامات مربوطه (عدم اعتیاد ، عدم سوء پیشینه ، ابطال پروانه کسب قبلی واحد منفی و...)
- ۵- بازدید بازرس اتحادیه از واحد منفی (جهت رؤیت ، بررسی ، تأیید مشخصات واحد منفی مربوطه و تهیه گزارش بازرسی)
- ۶- ارائه پرونده به همراه گزارش بازرس به جلسه کمیسیون هفتگی هیأت مدیره جهت تعیین درجه واحد منفی و ورودیه .
- ۷- واریز مبالغ ورودیه و حق بازرسی به حساب اتحادیه توسط متقاضی و ارائه فیش های واریزی مربوطه به اتحادیه ، جهت درج در پرونده منفی .
- ۸- پیگیری متقاضی برای دریافت پاسخ استعلامات و ارائه آن به اتحادیه جهت ادامه گردش کار پرونده منفی.
- ۹- تشکیل پرونده امکان پس از دریافت پاسخ استعلامات (عدم اعتیاد و سوء پیشینه) از متقاضی و ارائه آن به پلیس +۱۰ (بوسیله متقاضی) جهت ارجاع به معاونت نظارت برامکن عمومی پلیس امنیت عمومی تهران بزرگ .
- ۱۰- اخذ معرفی نامه از اتحادیه جهت شرکت در کلاس آموزش قانون نظام منفی مجمع توزیعی (پیش نیاز صدور پروانه کسب) و دریافت گواهی آموزش.
- ۱۱- ارائه پرونده منفی متقاضی به کمیسیون هفتگی هیأت مدیره اتحادیه بعد از تکمیل مدارک لازم و دریافت پاسخ مثبت اداره امکان جهت بررسی نهائی و دریافت تأییدیه صدور پروانه کسب ، امضاء تمامی اعضاء (رئیس، نائب رئیس ، خزانه دار، دبیر و بازرس هیات مدیره اتحادیه)
- ۱۲- واریز مبالغ مربوط به حق تمبر دارایی (۱۰۰/۰۰۰) ریال ، وزارت بازرگانی (۳۰/۰۰۰) توسط متقاضی و ارائه فیش های واریزی مربوطه به اتحادیه جهت درج در پرونده منفی .
- ۱۳- صدور پروانه کسب طی صورتجلسه کمیسیون هفتگی هیأت مدیره اتحادیه فرش ماشینی وموکت.
- ۱۴- تکمیل و ارائه فرم نظرسنجی و امضاء رسید های مربوطه توسط فرد متقاضی به اتحادیه و دریافت پروانه کسب .

قوانین نظام صنفی :

ماده ۲۷- محل دایر شده به وسیله هر شخص حقیقی یا حقوقی که پروانه کسب دائم یا موقت برای آن صادر نشده باشد، با اعلام اتحادیه رأساً از طریق نیروی انتظامی پلمب می گردد.

تبصره ۱- قبل از پلمپ محل دایر شده، از ده تا بیست روز به دایر کننده مهلت داده می شود تا کالاهای موجود در محل را تخلیه کند.

تبصره ۲- کسانی که پلمپ یا لاک و مهر محل های تعطیل شده در اجرای این قانون را بشکنند و محل های مزبور را به نحوی از انحاء برای کسب مورد استفاده قرار دهند، به مجازات های مقرر در قانون مجازات اسلامی محکوم خواهند شد.

تبصره ۳- پرداخت عوارض توسط اشخاص موضوع این ماده موجب احراز هیچ یک از حقوق صنفی نخواهد شد.

ماده ۲۸- واحد صنفی تنها در موارد زیر پس از گذراندن مراحل مندرج در آئین نامه ای که به تصویب وزیر بازرگانی خواهد رسید، به طور موقت از یک هفته تا شش ماه تعطیل می گردد:

الف- اشتغال به شغل یا مشاغل دیگر در محل کسب، غیر از آنچه در پروانه کسب قید گردیده یا کمیسیون نظارت مجاز شمرده است.

ب- تعطیل محل کسب بدون دلیل موجه حداقل به مدت پانزده روز برای آن دسته از صنوف که به تشخیص هیئت عالی نظارت موجب عسر و حرج برای مصرف کننده می شود. تبصره - تشخیص موجه بودن دلیل با مجمع امور صنفی است.

ج - عدم پرداخت حق عضویت به اتحادیه براساس ضوابطی که در آئین نامه مصوب کمیسیون نظارت تعیین شده است.

د- عدم اجرای مصوبات و دستورات قانونی هیئت عالی و کمیسیون نظارت که به وسیله اتحادیه ها به واحدهای صنفی ابلاغ شده است. تبصره- تشخیص عدم اجرا بر عهده مجمع امور صنفی است.

ه - عدم اجرای تکالیف واحدهای صنفی به موجب این قانون.

تبصره ۱ - تعطیل موقت واحد صنفی با اعلام اتحادیه، رأساً از طریق نیروی انتظامی به عمل می آید.

قابل توجه اعضای محترم
اعضا می توانند جهت پرداخت حق
عضویت و آگاهی از میزان بدهی به
سایت اتحادیه مراجعه کنند.

www.efmt.ir

رمز عبور شناسه صنفی یا کدملی و شماره شناسنامه می باشد.



دریافت گواهینامه

تایید صلاحیت آزمایشگاه همکار

احتراماً به استحضار می رساند که این واحد تولیدی به آزمایشگاهی مجهز و منحصر در رابطه با کنترل کمی و کیفی مواد اولیه و کالای ساخته شده کامپاند و مستریچ مورد نیاز در صنایع نساجی و پلیمری با تلاش مستمر پرسنل واحد تولید و آزمایشگاه، مفتخر به دریافت گواهی تایید صلاحیت آزمایشگاه همکار سازمان ملی استاندارد (مرکز ملی تایید صلاحیت ایران) طی گواهینامه شماره ۲۲۵۷ / Kr استاندارد ملی گشته است.

شرکت رنگدانه سیرجان

قوانین مالیاتی



در دومین بحث راجع به مالیات مشاغل استناد به ماده ۹۵ قانون مالیاتها گردید مبنی بر اینکه مطابق مفاد این ماده صاحبان مشاغل (از جمله صنوف مشمول قانون نظام صنفی) مکلفند اسناد و مدارک کافی برای تشخیص درآمد مشمول مالیات خودنگهداری نمایند که از نظر تشخیص مالیات صاحبان مشاغل به گروه های زیر تقسیم می گردند.

الف: صاحبان مشاغلی که به موجب قانون مالیاتها مکلف به ثبت فعالیت های شغلی خود در دفاتر روزنامه و کل موضوع قانون تجارت هستند و باید دفاتر و اسناد و مدارک مربوط را با رعایت اصول و موازین و استانداردهای پذیرفته شده حسابداری نگاهداری کنند، همانند دارندگان کارت بازرگانی کلیه واردکنندگان و صادرکنندگان صاحبان کارخانه ها و واحدهای تولیدی که برای آنها جواز تاسیس و پروانه بهره برداری از وزارتخانه های ذیربط صادر شده و یا می شود - بنکدارها - عمده فروشها و نمایندگان توزیع کالاهای داخلی و وارداتی و ...
(در بند الف ماده ۹۶ قانون مالیاتهای مشاغل موضوع بند الف غیر از مواردی که فوقاً نام برده شد در ۱۲ بند تعیین و دسته بندی شده است.)

ب: صاحبان مشاغلی که بر حسب این قانون مکلف به ثبت فعالیت های شغلی خود در دفاتر درآمد و هزینه می باشند که نمونه های این دفاتر در بازار موجود بوده و صاحبان مشاغلی که مشمول این بند می باشند این دفاتر را تهیه و جهت ثبت و امضاء و مهر طی درخواست کتبی به ادارات امور مالیاتی ارائه خواهند داد.
از جمله صاحبان مشاغل بند ب، صاحبان کارگاههای صنعتی - دلالان و حق العملکاران و عاملان فروش بوده که در ۲۷ مورد در قانون مالیاتها در بند (ب) ماده ۹۶ و هم چنین توسط سازمان امور مالیاتی کشور طی اطلاعیه در روزنامه ایران مورخه ۸۷/۱۰/۱۴ اعلام گردیده است. همچنین سازمان امور مالیاتی کشور طبق اختیارات قانونی تا پایان دیماه هر سال می تواند فهرست افزوده شده به بندهای الف و ب فوق را از طریق تشکلهای صنفی و درج آگهی در روزنامه رسمی کشور به مودیان مربوط اعلام که از آغاز سال بعد مشمول آن اطلاعیه خواهند شد.

ج: صاحبان مشاغلی که مشمول بندهای (الف و ب) فوق الذکر نیستند مکلف به تهیه صورت وضعیت درآمد و هزینه خود طبق ضوابط و نمونه های تعیین شده از طرف سازمان امور مالیاتی کشور خواهند بود.
صورت وضعیت درآمد و هزینه شامل موجودی اول سال / خرید سالانه / هزینه های سالانه / فروش سالانه و نهایتاً درآمد سالانه خواهد بود که این عناوین بصورت لیست در هر ماه تهیه و جمع سالانه آن بدست خواهد آمد. بنابراین مشمولین بند (ج) ماده ۹۶ قانون مالیاتها، الزام و تکلیفی برای نگهداری دفاتر قانونی نداشته و این بند شامل خرده فروشان صنوف خواهد بود.
توضیح: مشمولین بند (الف) که الزام در نگهداری دفاتر قانونی روزنامه و کل پلمپ شده دارند در صورتیکه اولین سال فعالیت آنان باشد ظرف مدت ۳۰ روز پس از شرح فعالیت باید با مراجعه به ادارات و بجه های پستی نسبت به تهیه و درخواست پلمپ دفاتر روزنامه و کل اقدام و در صورت داشتن سابقه فعالیت در پایان سال این دفاتر تهیه که برای سال جدید از ابتدا فعالیتها در دفاتر ثبت گردند و در مورد مشمولین بند (ب) هم از نظر نگهداری دفتر درآمد و هزینه و اقدام جهت ثبت از طریق ادارات مالیاتی نیز مهلت ۳۰ روزه وجود خواهد داشت.

- اشخاص حقیقی موضوع بندهای الف و ب ماده ۹۶ قانون (آنهايي که تکلیف در نگهداری دفاتر پلمپ شده روزنامه و کل و درآمد و هزینه را دارند) مکلفند طبق دستورالعمل موضوع ماده ۱۶۹ مکرر قانون مالیاتها ضمن صادر نمودن صورتحساب برای معاملات و درج شماره اقتصادی (یا شماره ملی در صورت نداشتن شماره اقتصادی) در تمامی صورتحسابها، فرم ها و اوراق مربوط فهرست معاملات خود را بصورت فصلی تا یک ماه پس از پایان هر فصل مطابق ترتیباتی که سازمان امور مالیاتی تعیین نموده است به اداره امور مالیاتی ذیربط ارائه نمایند.

توضیح: برای اطلاع از چگونگی اجرای ماده ۱۶۹ مکرر به سایت سازمان امور مالیاتی مراجعه شود.

ادامه دارد ...

نمایندگی فرش های تهران و ساوین

فرشهای کلاسیک با نقشه های اصیل و سنتی
فرشهای مدرن با طرحهای فانتزی برای جوانان
فرشهای اسپرت با رنگ آمیزی شاد برای نوجوانان
فرشهای کودک با شخصیتهای کارتونی برای خردسالان



Ebrahimi Carpet

نمایشگاه مرکزی: نارمک چهارراه سرسبز - روبروی ایستگاه مترو - گالری فرش ابراهیمی تلفن: ۶ - ۷۷۴۹۸۶۲۴
دفتر پخش: بازار - خیابان شهید مصطفی خمینی - ترسیده به چهارراه سیروس - جنب بانک سپه - فروشگاه ابراهیمی
tehransavinebrahimi@yahoo.com تلفن: ۸ - ۳۳۵۰۵۰۶۳



تحقیق و نگارش: سعید رونقیان تبریزی



سه رکن طراحی قالی

طراحی، طرح، طرح

عرف معقول و مقبول و نکات فنی فرش همخوانی و مطابقت داشته باشد. لذا در تعریف طراحی فرش به عنوان رکن اول می‌گوییم:

طراحی فرش، نگارگری و نقاشی در چهار چوب اصول و قواعد فنی بافت و تولید فرش است. اینک نوبت به طراح فرش می‌رسد تا تعریفی از آن ارائه دهیم، بگونه‌ای که حوزه عمل و وظیفه و رسالت فرد طراح را به روشنی تبیین نماید و این امر بدون توجه به تعریف طراحی و طراح، ناقص خواهد بود، چرا که عمل به تعریف طراحی فرش، وظیفه طراح بوده و عینیت بخشیدن به تعریف طراح فرش، رسالت فرد طراح می‌باشد، لذا طراح فرش را بعنوان رکن دوم چنین تعریف می‌کنیم: کسی که توان رسم یک وجود عینی یا ذهنی را به صورت تجریدی و به شکل دو بعدی منطبق با اصول و قواعد بافت فرش دارا بوده و قدرت تجسم مجدد زیباییهای تجرید شده آن را با رنگ و پرسپکتیو در نمود قالی به صورت سه بعدی، همانند اصل آن در ذهن بیننده داشته باشد.

طرح فرش بعنوان ما حاصل دو تعریف گذشته، علاوه بر آنکه باید تعریفی مجزا داشته باشد، در ضمن باید در هماهنگی و همسانی کامل با آن دو تعریف، به عنوان سه عنصر مجزا بتواند تشکیل دهنده پدیده واحدی بنام طرح فرش باشند، لذا در تعریف طرح فرش بعنوان رکن سوم می‌گوییم: نقشی است که با رعایت قواعد فنی و مراعات عرف معقول و مقبول فرش، بر روی کاغذ شطرنجی مخصوص، صرفاً به جهت تولید فرش طراحی شده باشد.

توضیح: منظور از عرف معقول و مقبول در این نوشتار آنست که بکارگیری موتیف‌ها و المان‌ها و نقوش و رنگ به گونه‌ای باشد که مورد تایید و قبول خبرگان عرصه فرش باشد.

نبوده و نمی‌تواند باشد چرا که موضوع این علم فرش است. هر چند که امروزه در ظاهر امر، طراحی فرش از مراحل تولید فاصله گرفته و مستقل بنظر می‌رسد. چنانچه بخواهیم بیش از این به حواشی پردازیم از هدف اصلی این نوشتار که همانا تعریف روشن سه رکن طراحی فرش است به دور می‌افتیم؛ لذا به همین کوتاه بسنده نموده به اصل مطلب می‌پردازیم:

بی‌شک لازمه ورود در مبحث طراحی فرش، شناخت و تعریف جامع و مانعی از سه رکن اساسی و نقش آفرین در این زمینه یعنی طراحی، طرح و طراح است، چرا که بدون شناخت و ارائه تعریف دقیقی از آنها هر آنچه بگوییم و بنویسیم عبارتی نارسا و جملاتی گنگ و مبهم خواهند بود که نه تنها کمکی به روشن شدن موضوع نخواهند کرد بلکه آنرا پیچیده تر نیز خواهند نمود. متأسفانه تا به امروز، در هیچ مطلب و نوشتاری تعریف جامع و مانعی بر این سه رکن یافت نمی‌شود، تعاریفی که بطور دقیق و مستدل جایگاه و نقش طراحی، طرح و طراح را معین نماید، بگونه‌ای که با آن تعاریف بتوان بطور روشن و واضح مصداق‌ها را شناخت و سنجید.

و البته هدف اصلی از این نوشتار نیز ارائه همین تعاریف است که بدان می‌پردازیم: طراحی فرش را می‌توان به عنوان زیر گروه طراحی به حساب آورد که سبک و روشی مختص به خود را داراست و ملزم به رعایت قواعد اصولی خارج از وجود خود است (الزام به رعایت قواعد تولید و اصول فنی بافت) و از آنجائیکه ریشه در نگارگری دارد، هرآنچه در نگارگری مجاز و مقبول است، می‌تواند در طراحی فرش داخل شود مشروط بر آنکه با

نباشد؟ پس این سخنان چندان سخن منطقی و معقول و واقع بینانه‌ای نیست. لکن ناگفته نماند که به استناد تحقیقات و تجارب گذشته معتمد دلیل عدم وجود نام طراحان بر فرش، هیچکدام از آن دلایل واهی مذکور و امثالهم نبوده بلکه بنظر می‌رسد دلیلی که مانع از وجود نام طراح بر فرشها بوده است اینک، طراح به تنهایی تمام یک قالی نیست بلکه جزئی از اجزاء بوجود آورنده آن است، بگونه‌ای که تا همین سه دهه اخیر طراحی فرش صنف مستقلی نبوده و طراحان فرد مستقلی خارج از تشکیلات تولید فرش نبوده‌اند و چنین نبود که طراح، طرحی بکشد و آن را بفروشد و یا سلیقه خود را اعمال نماید، بلکه به سفارش تولید کننده و یا حتی در استخدام تولید کننده به طراحی می‌پرداختند و این اصلی‌ترین دلیل و عاملی است که در گذشته نام و نشان چندانی از طراحان بر قالی نمی‌بینیم، مگر آنکه طراح، نقش تولید کننده را نیز بعهده داشته است و به همین جهت در گذشته نادر طرحی را می‌توان یافت که بنام طراح مشهور بوده و نامی از آن بر قالی باشد تا چه رسد به آنکه همانند امروز نام طراح تمامی بقیه عوامل قالی را تحت تاثیر قرار دهد و قالی بنام طراح خوانده شود. (البته در فرصتی دیگر به بررسی نکات مثبت و منفی این پدیده خواهیم پرداخت)

از سویی دیگر چون طرح فرش بر روی کاغذ شطرنجی یک اثر هنری بمتابیه یک نقاشی نیست و اکثراً بصورت یک چهارم و یا حتی مقطعی است، لذا آنچه آنرا یک اثر هنری می‌کند تلاش بافنده و حمایت تولید کننده بوده است و از همین روست که طراحی فرش از نظر کاربردی هرگز رشته و شغلی مستقل از فرش

به جهت ارتباط مستقیم فرش با موضوع طراحی آن، همواره مبحث طراحی فرش از موضوعاتی بوده است که در ارتباط با آن قبل و قال فراوانی بوده و گفته‌ها و نوشته‌های زیادی را بخود اختصاص داده است و کمتر مطلبی در ارتباط با فرش می‌توان یافت که به این موضوع اشاره‌ای ولو گذارا و کوتاه نداشته باشد.

اما در میان این همه مطالب روا و ناروا، متأسفانه آنچه کمتر به چشم می‌خورد، تحقیقات کارشناسانه و علمی، به دور از افراط و تفریط هاست، که تعریفی جامع‌الاطراف از این موضوع ارا نه نماید، اگر هم بوده است یا گنگ و مبهم بوده یا حق مطلب را ادا ننموده است و یا حداقل آنکه بنده ندیده‌ام.

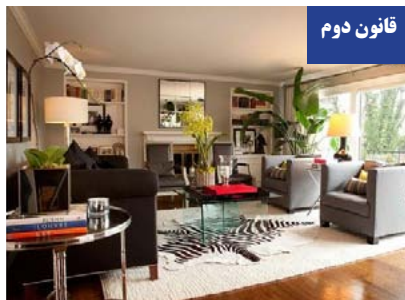
در اکثرکتب و مقالاتی که در رابطه با موضوع کلی طراحی فرش می‌بینیم، معمولاً بیش و پیش از نکات علمی و فنی، و نقد و نظرهای کارشناسانه، گلایه‌هایی از این دست به چشم می‌خورد که: در حق طراحان اجحاف شده ... نامی ازطراحان بر فرشها دیده نمی‌شود ... طراحان را صاحبان سرمایه و تجار استثمار نموده‌اند و ... که البته بر اهل حقیقت پوشیده نیست که این جملات اغراق آمیز، بیشتر برای بازار گرمی و سیاهه‌افزایی است تا بیان واقعیات یا دلسوزی برای طراحی و طراحان قالی.

و البته این بهانه‌ها بی‌پاسخ نیست و درکوتاه سخن آنکه مگر بر این همه آثار تاریخی اعم از ابنیه و ظروف و اشیاء و بافته‌ها و تافته‌های بی‌شمار، نام طراح حک یا نوشته شده است؟ و به هردلیلی که بر اکثریت آن‌ها نام طراح نیست به همان دلیل برفرش هم نیست، و تازه چنانچه بنا باشد به تناسب نقش، نام عوامل فرش بر آن حک شود، مگر نقش رنگرزان و بافندگان و سایر عوامل کمتر از طراحان است؟ و چرا نامی از آنان



فرش پهن کردن هم قوانینی دارد

قانون دوم



این عکس که از بالا گرفته شده است نظم و زیبایی این فاکتور را نشان می دهد. ترکیب این اتاق نیز به دلیل هم رنگی قالی و کفپوش بسیار زیباتر دیده می شود.

۲. قانون دوم: تعدادی از پایه های جلو روی

قالی باشند

بعضی مواقع بهتر است چهارپایه های صندلی ها و پایه های جلوی مبل روی فرش و پایه های عقب مبل یا کاناپه روی زمین باشند. با این کار می توانید فضای اتاق را به اندازه دلخواه باز یا بسته کنید. در ضمن، باعث ایجاد کنتراست با کفپوش نیز می شود.

قانون سوم



قانون سوم



۳. قانون سوم: هر چهار پایه روی قالی

این فاکتور به اندازه فرش یا قالی بستگی دارد. وقتی قالی بزرگ است و می توان همه مبل و صندلی ها را روی آن قرار داد، نیازی نیست دوپایه روی زمین و دو پایه روی فرش باشد؛ هر چهارپایه مبلمان را روی فرش قرار دهید. در این عکس نمونه زیبایی از قالیچه با طرح گرافیکی می بینید که مبلمان کاملاً روی آن قرار داده شده اند.

قانون اول



قانون اول



فرش و قالی، در دکوراسیون خانه، به خصوص در خانه های ایرانی ها حرف اول را می زند. اما انتخاب فرش مناسب فقط منحصر به رنگ و طرح آن نیست. باید بدانید فرشی که می خرید را کجا و چگونه پهن کنید.

یکی از قوانین استفاده از فرش و قالی در خانه این است که به قدری بزرگ باشد تا زیر پایه های مبل، صندلی یا کاناپه قرار بگیرد. یعنی اینکه مبل را روی فرش بگذاریم. اما این قانون همیشه هم جواب نمی دهد و باید روش های مختلف را امتحان کرد.

۱. قانون اول: پایه های جلوی مبل روی فرش و

پایه های عقب روی زمین باشند

همان طور که در عکس می بینید در این اتاق زیبا، مبل به گونه ای روی فرش قرار گرفته است که پایه های جلوی مبل روی فرش و پایه های عقب روی زمین هستند. این ترفند در بیشتر مکان ها کاربرد دارد. به این ترتیب، می توانید قاعده قرارگیری مبل روی فرش را رعایت و فاصله مبل ها را نیز از هم زیاد کنید.

قانون چهارم



۴. قانون چهارم: هیچ پایه ای روی قالی نباشد

اگر به استفاده از قالیچه های کوچک با طرح های بولد تمایل دارید، بهتر است صندلی یا مبلمان را در اطراف قالی بچینید و هیچ کدام از پایه های آنها روی قالی نباشد. این کار باعث می شود تا قالیچه بیشتر خودش را نشان بدهد.

قانون پنجم



۵. قانون پنجم: فاصله ۴۵ سانتی متر از لبه های دیوار

این قانون سال ها است که در بیشتر خانه ها رعایت می شود. فرش یا قالی را طوری در اتاق پهن کنید که از اطراف دست کم ۴۵ تا ۵۰ سانتی متر با دیوار فاصله داشته باشد. این قانون را در فضاهای کوچک هم می توانید اجرا کنید و فقط باید ۵۰ سانتی متر را به مثلاً ۲۰ سانتی متر کاهش دهید. اتفاقاً این طرح در فضاهای کوچک بیشتر خودنمایی می کند.

قانون هفتم



قانون هشتم



۶. قانون ششم: همه اتاق را با فرش پر نکنید

برای اینکه فضای مدرن تر و شیک تری در اتاق یا پذیرایی داشته باشید باید بین دیوار و فرش فاصله باشد. یعنی فرش باید حداقل چند سانتی متر کوچک تر از متراژ اتاق باشد تا کمی از زمین و کفپوش هم دیده شود.

در این عکس می توانید معجزه این ایده را در این اتاق زیبا به وضوح ببینید. قالی کوچک به اتاق جذابیت بیشتری بخشیده است.

قانون نهم



۷. قانون هفتم: قالی زیر تخت خواب ۳۰ تا ۴۵ سانتی متر بزرگ تر باشد

برای اینکه تخت و اتاق خواب بسیار شیک تر به نظر برسند بهتر است فرشی برای آن انتخاب کنید که از اطراف حدود ۳۰ تا ۴۵ سانتی متر بزرگ تر از اندازه تخت باشد. البته با توجه به اندازه اتاق و تخت می توانید این اندازه را بزرگ تر کنید. اما کمتر از این اندازه به هیچ وجه خوب نیست زیرا باعث می شود تا همه فرش یا قالی زیر تخت برو و اصلاً دیده نشود.

البته اگر قالی کوچکی برای اتاق در نظر دارید، بهتر است آن را پایین تخت پهن کنید. قالیچه های کوچک را طوری پهن کنید که از عرض تخت بلندتر باشد.

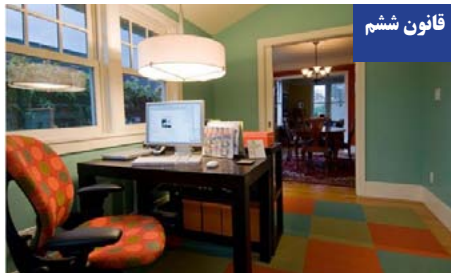
قانون نهم



قانون نهم



قانون ششم



۸. قانون هشتم: فرش زیر ناهارخوری حدود ۶۰ سانتی متر از

دو طرف بزرگ تر باشد

فرشی برای زیر میز ناهارخوری انتخاب کنید که از عرض میز و صندلی ها بزرگ تر باشد و از هر طرف دست کم ۶۰ سانتی متر بیرون بزند. به این ترتیب، حتی وقتی صندلی عقب کشیده می شود نیز همه پایه های صندلی ها روی فرش قرار دارند.

۹. قانون نهم: راهروی خانه را با فرش پر کنید

قالی یا فرش باریک و به اصطلاح کناره های زیبایی می توان برای پر کردن راهروهای خانه خریداری کرد. ورودی خانه نیز اگر فضای باریک و راهرو مانند دارد را نیز خوب است با قالی پر کنیم.

این هال نمونه زیبایی از قانون نهم فرش پهن کردن در خانه است.

قانون دهم



قانون ششم



۱۰. قانون دهم: ترکیب فرش ها

هنگام خرید و انتخاب فرش یا قالی برای خانه می توانید به جای یک فرش بزرگ از چندین قالیچه کوچک در کنار هم استفاده کنید. این ایده، نمای زیباتری نیز به فضا می بخشد و می توان چیدمان زیباتری برای اتاق نشیمن داشت.

قانون یازدهم



قانون هفتم



۱۱. قانون یازدهم: همه قوانین را در هم بشکنید

با اینکه ۱۰ قانونی که در بالا ذکر کرده ایم بسیار کاربردی و عالی هستند، اما گاهی بد نیست همه آنها را دور بزنید و کار خودتان را بکنید. برخی از قالی ها قاعده برادر نیستند، پس خودتان را اذیت نکنید و هر طوری که بهتر است آنها را پهن کنید.

بیشتر بدانید ...

اگر قصد خرید گبه و گلیم دارید



رنگ شیمیایی بسیار پررنگ است اما رنگ طبیعی پختگی دارد و کمتر به چشم می‌آید؛ دوم اینکه یادتان باشد موقع خرید حتما همراه خودتان یک تکه پارچه سفید مرطوب یا یک تکه ابرخس داشته باشید و قبل از پرداخت پول، آن را روی فرش مورد نظرتان بکشید؛ اگر رنگی شد یعنی رنگ مصنوعی است.

۷- وقتی گلیم‌تان را با شامپو فرش می‌شوید، مراقب باشید که ریشه‌های گلیم را هم خوب تمیز کنید. مراقبت از ریشه‌های گلیم خیلی مهم است چون ریشه‌های پوسیده و کنده شده از ارزش گلیم می‌کاهد.

گلیم آن قدرها هم ساده نیست!

به زیرانداز بافتنی بدون پرز، گلیم می‌گویند. در بافت این نوع فرش، پودها از میان تارها رد می‌شود. گلیم انواع مختلفی دارد که هر نوعش زیبایی مخصوص به خود را دارد. بعضی از انواع گلیم پر زحمت بافته می‌شود، در نتیجه گران‌تر است و بعضی انواع ساده‌تر بافته می‌شود و ارزان‌تر هم در بازار عرضه می‌شود.

اما انواع گلیم:**گلیم سوزنی**

گلیمی است که در آن علاوه بر رد شدن پودها از میان تارها، نقش‌هایی را روی پود بافته یا سوزن‌دوزی می‌کنند.

گلیم ساده (بی‌چاک و چاکدار)

گلیم ساده بی‌چاک به این معنی است که پودها خیلی ساده و بدون مدل خاصی از میان تارها رد می‌شود و فقط ممکن است هر چند رج یک بار رنگ پودها تغییر کند. اما گلیم ساده چاکدار، گلیمی است که در آن برای بافتن یک طرح - که

موقع خرید ابر مرطوب همراهتان باشد

۱- انواع فرش‌ها را باید به صورت لوله‌ای جمع کرد. بدترین نوع جمع کردن یک فرش، تا کردن است؛ هر چند با این روش جای کمتری را اشغال کند. با این روش یعنی لوله کردن احتمال شکستن فرش خیلی کم می‌شود.

۲- اگر گرد و غبار و خاک مدت زیادی زیر و داخل ریشه‌های فرش بماند و تمیز نشود، فرش را سفت می‌کند و باعث شکسته شدن آن می‌شود.

۳- با وجود جاروبرقی در زندگی‌های امروزی، دیگر خیلی کم مشکل بیدخوردگی برای انواع فرش به‌وجود نمی‌آید اما اگر قرار است برای مدتی گلیم، گبه، زیلو و... را در کمد یا گوشه‌خانه نگه دارید، برای جلوگیری از بیدخوردگی، حتما لایه‌ای آن نقلالین یا تباکو بگذارید.

۴- گلیم‌های بزرگ و گبه‌ها را اگر با شامپو فرش بشوید، هم سالم می‌مانند و هم خوب تمیز می‌شوند اما گلیم‌های ظریف و هنری و کوچک را بهتر است با شامپو آن هم با دست بشوید و اگر می‌خواهید آن را در ماشین لباسشویی بیندازید، یادتان باشد که همراه لباس‌های دکمه‌دار و زیپ‌دار، داخل ماشین نیندازیدشان و در ضمن، از پودرهای رختشویی هم استفاده نکنید بلکه به جایش از مایع شوینده مخصوص لباس‌های رنگی استفاده کنید؛ ضمناً حرارت آب هم بالا نباشد؛ یعنی زیر ۳۰ درجه باشد.

۵- اگر الیاف گلیم دارای رنگ طبیعی باشد، در مقابل تابش مستقیم آفتاب چندان آسیبی نمی‌بیند اما الیافی که با رنگ شیمیایی رنگ شده - به‌خصوص اگر نامرغوب هم باشد - خیلی سریع در مقابل تابش مستقیم آفتاب رنگ پریده می‌شود.

۶- برای تشخیص رنگ طبیعی الیاف از رنگ مصنوعی و شیمیایی یک فرش، اول به این نکته توجه داشته باشید که

تا چند دهه پیش، زنان روستایی و عشایری برای استفاده خودشان گلیم، گبه، جاجیم، زیلو و... می‌بافتند اما حالا بافندگان انواع دیگر فرش درست مانند بافندگان قالی، به تقاضای بازار و سلیقه خریدار توجه دارند و براساس آن، پای دار می‌نشینند.

گبه نوعی قالی است؛ یعنی به غیر از تار و پود، پرز هم دارد اما فرش‌فروشان موقع تقسیم‌بندی انواع قالی، گبه را به عنوان قالی حساب نمی‌کنند و آن را یکی از انواع فرش‌ها معرفی می‌کنند؛ شاید چون ضخامت پرز و طول گره آن نسبت به پرز انواع قالی، بسیار کلفت‌تر و بلندتر است. گبه دست‌بافتی مخصوص عشایر بوده و البته امروز به شکل سفرشی در کارگاه‌های قالی‌بافی شهری هم تولید می‌شود. گبه نقشه ندارد و طرح‌هایش ذهنی است؛ یعنی بافنده، براساس ذهن خود یا منظره‌ای که می‌بیند، نقش حیوان، آدم و درخت یا حتی اشکال هندسی را می‌بافد. اندازه گبه معمولاً از یک و نیم تا چهار و نیم متر است و بزرگ‌تر از این مترآز را تقریباً نمی‌توانید در بازار پیدا کنید.

گبه به دلیل داشتن پرز کلفت و بافت درشت آن، فرش سنگینی است و چون گره‌هایش هم شل بافته می‌شود، دارای پرزهای نرم است. از اواسط دهه ۱۳۷۰ به خاطر سوژه شدن گبه در چند فیلم سینمایی، تب گبه بازار را گرفت و قیمت آن حتی از بعضی قالی‌های کاشان و اراک گران‌تر شد اما بعد از طی آن دوره، در حال حاضر تب گبه سرد شده و قیمتش به حالت تعادل رسیده است. در ضمن یکی از هنری‌ترین انواع گبه، گبه‌ای است که پرز آن از پشم گوسفند تهیه شده باشد؛ یعنی بافنده با پشم گوسفند تابیده شده‌ای که رنگ نشده باشد، گبه را بافته باشد. این نوع گبه در برابر رطوبت بسیار مقاوم است و تابش مستقیم آفتاب منجر به تغییر رنگ آن نمی‌شود و البته خیلی هم زیباست.

می‌یافتند و از میان تارها رد می‌کنند. در ضمن، طرح‌های سینه‌باف، طرح‌هایی انتزاعی‌اند که بیشتر براساس محل زندگی، کار و طبیعت اطراف بافته‌اند یا حتی حال و هوای روحی او که غمگین است یا شاد، آرام است یا هیجان‌زده، روی گلیم نقش می‌گیرد.

ممکن است هندسی یا غیرهندسی باشد - بین پودها به خاطر عوض کردن رنگ پود، فاصله یا چاک ایجاد شود.

گلیم سوماک

این نوع گلیم که طرح‌های پیچیده‌تری دارد، ممکن است سینه‌باف (یعنی بدون نقشه و کاملاً ذهنی) یا نقشه‌باف باشد. سوماک ظرافت زیادی دارد و بیشتر با پود ابریشمی بافته می‌شود. نخ پودی که با آن یک طرح را بافته‌اند، در پشت کار گره می‌خورد و با پود دیگری طرح تازه را

گلیم فرش

نوعی از گلیم است که بعضی از قسمت‌های آن دارای پرز است و به صورت برجسته در کار نمود پیدا می‌کند. معمولاً این نوع گلیم‌ها، مخلوطی از سوماک و قالی است که قسمت‌های گل و بوته و حاشیه‌های آن دارای پرز است. قیمت بقیه انواع فرش که شامل پلاس، زیلو، حصیر و نمد می‌شود کاملاً به این بستگی دارد که در کجا عرضه شوند؛ در محل تولید یا شهرهای نزدیک به آن. یعنی نمی‌شود قیمت پایه‌ای برای آن ارائه کرد.



طبیعی مثل پشم، پنبه و نخ ابریشم نه تنها باعث ترکیدگی یا نمی‌شود بلکه به دلیل انرژی‌بخشی این الیاف - که در بافت فرش دستباف به کار می‌رود - تا حدودی از درد رماتیسم و پادردهای ساده افراد می‌کاهد.

۴- فرش‌هایی که براساس نقشه بافته می‌شوند، معمولاً بدون اشکال‌اند و حتی اگر چند سال هم در خانه‌تان پهن باشند، موقع فروش، جناب سمسار کمتر می‌تواند عیب رویش بگذارد و ضرر نمی‌کنید اما فرش‌های سینه‌باف گرچه طرح‌هایش بکرتر است و به طبیعت نزدیک‌تر ولی چون اشکالاتی از جمله رعایت‌نشدن قرینه‌ها و اندازه‌های اشکال (به ویژه اشکال هندسی)، کج‌بافی در حاشیه‌ها و دورنگ بودن زمینه دارند، موقع فروش کلی بهانه به دست جناب سمسار می‌دهند که قیمت را پایین بیاورد. البته تا جایی که می‌توانید به فرش‌فروشی که فرش کهنه هم می‌خرند مراجعه کنید تا سمسارها.

۵- اگر می‌خواهید پولی که خرج می‌کنید دیرتر از بین برود، گلیمی بخرید که تارش از جنس پشم یا ابریشم باشد چون نخ پنبه‌ای زودتر می‌پوسد.

۶- اگر در مناطق گرمسیری زندگی می‌کنید و می‌خواهید از رسیدن حرارت شدید زمین به داخل خانه جلوگیری کنید، از حصیر یا زیلو استفاده کنید؛ چون گرما را از خود عبور نمی‌دهد و بسیار خنک است.

۷- اگر در مناطق سردسیر زندگی می‌کنید و می‌خواهید از شر سرما خلاص شوید، بهتر است نمد بخرید؛ نمد گرما را درون خود نگه می‌دارد و از انتقال سرما از کف خانه به داخل جلوگیری می‌کند اما تنها عیبش این است که پرزش به لباس می‌چسبد. در ضمن، نمد بهترین پادری رطوبت‌گیر برای جلوی در حمام است

امروز به غیر از محل تولید، کمتر در مناطق دیگر کاربرد زیرانداز را دارد. حصیر در مناطقی که در آن درخت نخل یا نی می‌روید، بافته می‌شود و با آن چیزهای مختلفی از فرش و سفره گرفته تا کیف و ظرف می‌یافتند.

نمد هم که از فرو رفتن و به هم چسبیدن پشم شتر به وسیله مالش دادن و فشار آنها به هم شکل می‌گیرد، نوعی دیگر از فرش است.

سنتی‌ترین کالای مدرن

۱- اگر می‌خواهید گلیمی که روی سرامیک پهن می‌کنید، مدام لیز نخورد و با جا به جا شدن و به هم ریختن چیدمان هال یا سالن، اعصاب‌تان را به هم نریزد، بهتر است از اول موقع خرید یا گلیم سوماک بخرید که پشت کارش پر از گره است و مانع سر خوردن گلیم می‌شود یا گلیمی بخرید که دو طرف لبه‌هایش چرم‌دوزی شده و نوعی ترمز فرش محسوب می‌شود.

۲- اگر میل خانه‌تان سفید رنگ یا کرم رنگ است و می‌خواهید اتاق‌تان کمی رنگ بگیرد و فضا زنده شود، می‌توانید گلیم کردستان بخرید که پر از رنگ‌های قرمز و آبی و سبز است. اگر میل خانه‌تان استیل است می‌توانید ورنی آذربایجان یا سوماک سیرجان بخرید که پر از رنگ‌های طلایی و پر جلوه است و با میل استیل‌تان کاملاً هماهنگ می‌شود.

گبه‌های عشایری با طرح راه راه و حیوان و آدم، به میلمان و کمد رنگ چوب‌تان جلوه بسیار زیبایی می‌دهد.

۳- کف پای بعضی‌ها به دلیل حساسیت بر اثر راه رفتن روی فرش ماشینی - که دارای الیاف مصنوعی است - ترکیده و پوست پوست می‌شود اما کارشناسان فرش معتقدند که الیاف

پلاس این نوع فرش که در قدیم بیشتر در زندگی روستاییان کاربرد داشته، امروزه دیگر کمتر کاربرد دارد و کمتر بافته می‌شود. پلاس فرشی است که در آن تار و پود، هر دو پنبه‌ای هستند. پیش از این، نوعی پلاس در بیشتر روستاهای ایران بافته می‌شد که تار آن از نخ پنبه‌ای بود و پود آن از رشته‌های باریک شده لباس‌های کهنه روستاییان.

در این نوع پلاس، زنان بافته با بریدن و به هم گره زدن لباس‌ها و تهیه رشته‌های باریک پارچه‌ای، فرشی می‌یافتند که به خاطر در کنار هم قرار گرفتن رنگ‌های مختلف پارچه، بسیار زیبا بوده است. امروزه پلاس را به صورت بسیار محدود در بازار عرضه می‌کنند و بیشتر به عنوان پادری کاربرد دارد. در بعضی از مناطق به پلاس «پروینه» هم می‌گویند. جالب آنکه نوع خارجی این نوع بافت الان به قیمت بسیار گران در لوکس‌فروشی‌ها موجود است!

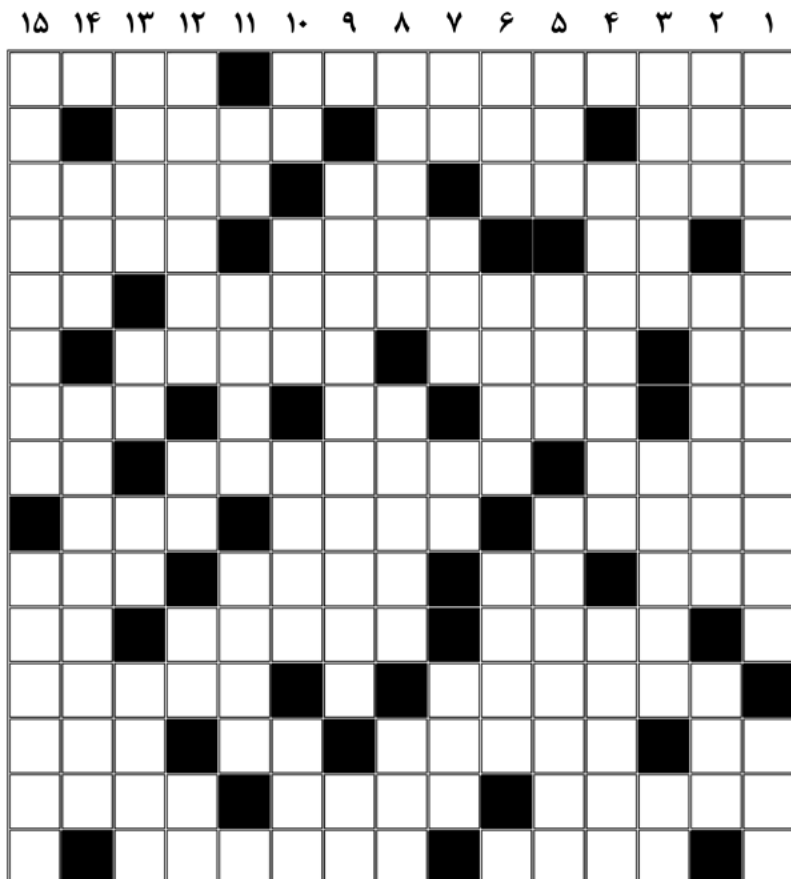
زیلو

نوعی فرش که تارپودش هر دو پنبه‌ای است و در اندازه‌های بزرگ بافته می‌شود و معمولاً نقوش هندسی و راه راه دارد. بافتش آسان است و بیشتر به عنوان زیرانداز حسینه‌ها استفاده می‌شود و اندازه‌های کوچک‌ترش هم کاربرد زیرانداز پیک‌نیک را دارد.

نمد و حصیر

این دو زیرانداز را هم جزء فرش محسوب می‌کنند. البته

افقی:



۱- از پیشکسوتان فقید نساجی کاشان- بی آن نباید به آب زد! ۲- بازیکن ملی پوش تیم فوتبال اتلتیکومادرید با نام کوچک داوید- تاج و دیهیم- جمله را تشکیل می دهد ۳- صاف و صادق- حرف همراهی!- ریختن پول به حساب کسی ۴- تکان و جنبش- بزرگ- عضو تغذیه گیاه ۵- از برندهای مطرح و صادرکننده نمونه فرش ماشینی- تکرار یک حرف! ۶- صوت ندا- کنایه از لباس نازک است- برد مشهور ۷- عزیز عرب!- از گویش های محلی کشورمان- باران اندک- گریبان ۸- خوشاوندی مستقیم پدر و مادری- از طراحان معروف صنعت فرش ماشینی کشورمان- حرف اول انگلیسی ۹- الهه صنعت روم باستان- کلمه ای در مقام تحسین- عقاب سیاه ۱۰- شهری صنعتی در آلمان- عدد قرن!- حکام وفرمانروایان- به هم چسبیده ۱۱- ترسناک- سبزی که در آن پنیر می گذارند و از برندهای معروف فرش ماشینی- مخفف شاه ۱۲- جاهای مقدس- فیل عظیم الجثه ماقبل تاریخ ۱۳- شایعه خودمانی!- این شهر را به عنوان یکی از مهم ترین شهرهای قالیبافی در ایران می شناسند- زبان گنجشک- بدبوی پرخاصیت! ۱۴- هم عقیده- طرح شناکان فرش ماشینی!- قابل رویت ۱۵- انبار نخ خاب فرش ماشینی- از مهمترین مشکلات و معضلات صنف فرش ماشینی و فروشگاه داران

عمودی:

۱- مجری برگزاری نمایشگاه فرش ماشینی تهران- عدد دو رقمی ۲- کامیون ارثشی- نوعی پرتقال مرغوب- مظهرنرمی ۳- تیم فوتبال آبی و اناری پوشان اسپانیایی- نادانی- کلام بی پرده ۴- می گویند این الیاف سرطان زاست- کسی که فلزات را آب دهد ۵- صدای بم- نفوذگراینترنی- از پیشکسوتان صنف فرش ماشینی

بعضی از آن بالامی رود!- چاهی در جهنم ۱۱- نوعی حلوا- لولای بدن!- بی خطر ۱۲- منصوب کردن- نپذیرفتن- بوی ماندگی- ضمیر اتحاد! ۱۳- کسی که منکر وجود خداوند است- حرف دهن کجی!- آسیب و صدمه- شادمانی ۱۴- سنگی شبیه عقیق یا زبرجدیه رنگهای سفید، کبود، سبز - کارواش فرش! ۱۵- از نقوش زیبای قالی ایرانی- فرش که به تخته اش کمه!

و از بنیانگذاران اتحادیه فرش ماشینی تهران ۶- قالی بافی از صنایع دستی این شهر بزرگ است- انگشت کوچک دست- خوش آیند ۷- صدای پنچری!- منفک و جدا- چهره شطرنجی!- این هم شهری است در شمال منطقه رور آلمان ۸- انجام کاری به سرعت- گیاه خورشتی- اسم ۹- برندی شمالی در تولید فرش ماشینی- علامت جمع فارسی ۱۰- طلایه دار اعداد!- چرک و کثیفی- پول

جواب جدول شماره ۳

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
س	ی	چ	ل	ر	ش	ه	د	ا	ح	ت	ا	ح	ت	ا
ه	ر	ا	ن	ک	ر	ا	و	ف	م	ف	ی	ف	ی	ف
و	ا	ک	ا	و	ر	ه	ش	م	ر	ت	ر	ا	ر	ش
د	ی	ی	ی	ا	د	ج	ن	ی	ی	ا	ی	ا	ی	ا
ا	د	ر	ا	ن	ر	ا	ن	ی	ک	ن	ر	ت	ر	ت
ب	ن	ج	ب	و	ر	د	ک	م	ا	ی	ا	ز	ا	ی
و	ر	ا	ت	ی	ک	ن	ب	پ	ه	ب	ف	ت	ر	ف
ک	ی	ل	ی	ک	ا	ی	ه	ا	م	ا	ت	ی	ت	ی
ش	ی	ا	ز	ش	ر	ف	ا	ل	ا	ی	ن	ی	ن	ی
ی	م	ش	پ	ش	ش	و	ک	س	ی	س	ن	د	ن	ه
ن	ا	ن	ا	ی	ع	ا	ر	ف	ه	ر	گ	ر	گ	ی
ش	ا	د	و	ن	ل	ر	ا	ل	ا	د	گ	ا	د	گ
ش	و	د	ر	ا	ن	ا	ک	ا	س	ل	س	ل	س	ل
ن	ا	ن	ا	م	ی	و	ی	م	ی	ت	ی	ت	ی	ت
ا	ه	د	ر	ا	د	ه	ش	م	ر	ی	م	ی	م	ی

مشاوره مالیاتی

در راستای اجرای اهداف و ایده های نوین اتحادیه

جهت خدمت رسانی هرچه بهتر به اعضاء محترم ،بدینوسیله به

اطلاع می رساند جناب آقای روغنی بعنوان مشاور مالیاتی

روزهای سه شنبه هر هفته آماده پاسخگویی به سوالات شما عزیزان

می باشند.

تلفن تماس: ۰۹۱۲۳۱۰۴۲۱۵



صنایع نساجی ماهوت کبیر

MAHOOT KAVIR
TEXTILE INDUSTRIES



تولید کننده فرشهای مدرن ماشینی

سوپر گلیم جاجیم ، گلیم و گلیم فرش

دارنده ۴ گواهینامه بین المللی استاندارد کیفیت

دفتر : تهران / خیابان شهید مطهری. خیابان میرزای شیرازی شمالی / کوچه شهدا

پلاک ۲۳ / طبقه هفتم / واحد ۱۶ : تلفن : ۰۷ - ۸۸ ۷۲ ۹۴ ۰۵ : فاکس : ۸۸ ۷۲ ۹۴ ۰۸

کارخانه : کاشان / شهرک صنعتی آران و بیدگل . بلوار اول / پلاک ۱۲۰

تلفن : ۷۳ - ۷۲ - ۸۵ ۹۵ ۲۷۵ ۳۶۲ : فاکس : ۰۳۵۷ ۲۷۵ ۳۶۲

WWW.MAHOOTKAVIR.IR

قدرت نمایی فرش ماشینی در تهران

گزارشی از پنجمین نمایشگاه فرش ماشینی و موکت تهران

فتح آنها تا دندان مسلح است. صنعت فرش ماشینی امروز در بخش تولید با کیفیت و متنوع، طراحی، دانش و تجربه و البته از نظر تجهیز به تکنولوژی های روز دنیا در اوج قرار دارد و تنها منتظر مشخص شدن نقشه راه صادراتی خود است. در حال حاضر نیز صادرات این صنعت نسبت به کل صنعت نساجی وضعیت خوبی دارد اما این صنعت توانایی دستیابی به چندین برابر صادرات فعلی را هم دارد. ما برای بحث صادرات در حاشیه این نمایشگاه برنامه های بسیار خوبی داشتیم که غرفه گذاران عزیز شاهد آن بودند.»

این صنعت نزدیک به نیمی از ارزش صادرات سالیانه صنایع نساجی را به خود اختصاص داده و در سال گذشته حدود ۴۰۰ میلیون دلار ارزآوری داشته و باعث ایجاد اشتغال مستقیم و غیر مستقیم زیادی در کشور به ویژه در شهرهایی مانند کاشان، آران و بیدگل، مشهد، یزد و... شده است. ظرفیت نصب شده این صنعت حدود ۱۵۰ میلیون متر مربع و تولید سالیانه آن بالغ بر ۸۰ میلیون مترمربع است.

نکته جالب توجه اینکه واردات این کالا به کشور کمتر از ۱۰ میلیون دلار است که نشان دهنده قدرت بالای این صنعت در تامین مناسب نیاز بازارهای داخلی به فرش ماشینی و موکت است.

همانطور که قبلاً هم پیش بینی کرده بودیم نمایشگاه امسال نمایشی از خلاقیت، نوآوری و محصولات جدید بود. از مهمترین بخش های نمایشگاه امسال می توان به ارائه ماشین تراش فرش ماشینی توسط شرکت ضربان صنعت اشاره کرد. این ماشین برای اولین بار در ایران توسط این شرکت طراحی و ساخته شده است و فصل جدیدی از تولید فرش های ماشینی فانتزی در ایران آغاز کرده است. از دیگر بخش های مهم نمایشگاه امسال، نمایش فرش ۱۰۰۰ شانه بود. شاید این

منطقه هستند حضور داشتند. آمارهای منتشر شده توسط شرکت اوراسیا نوید، مجری برگزاری نمایشگاه حکایت از آن دارد که در نمایشگاه پنجم هم همه شاخص های مهم دارای رشد قابل توجهی بوده اند. بنابر آمارها امسال تعداد غرفه گذاران این نمایشگاه ۶ درصد و فضای نمایشگاهی نیز حدود ۲۰ درصد رشد داشته که بسیار امیدوار کننده است. این آمارها نشان می دهد که صنعت فرش ماشینی و موکت در حال دستیابی به یک برند نمایشگاهی بسیار خوب و پویا است که به طور قطع یکی از نیازهای به روز این صنعت برای رشد و تکامل می باشد. آقای داوود کاشفی در حاشیه مراسم افتتاحیه پنجمین نمایشگاه فرش ماشینی، موکت و کفپوش ها به خبرنگار نشریه جهان فرش گفت: «ما بسیار خرسندیم که توانستیم امسال هم با همکاری مثال زدنی واحدهای تولیدی به ویژه شرکت های فرش ماشینی این نمایشگاه را همراه با رشد شاخص های اساسی برگزار کنیم. امسال در کنار رشد فضا و غرفه ها با توجه اینکه نمایشگاه به روزهای پایانی هفته ختم می شد با افزایش قابل توجه تعداد بازدیدکنندگان و افزایش سطح کیفی آنها روبرو شدیم.»

آقای کاشفی همچنین با اشاره به بحث صادرات که از مهمترین مسائل و نیازهای این صنعت در حال حاضر است افزود: «در حال حاضر فرش ماشینی برای حمله به بازارهای صادراتی و

پنجمین نمایشگاه فرش ماشینی و کفپوش تهران به طور همزمان با نخستین جشنواره داروهای گیاهی و صنایع وابسته و اولین جشنواره تلبت و نوت بوک برگزار شد. نمایشگاه امسال نشان داد که تا چه حد توانسته در صنعت فرش ماشینی ما تاثیر گذار و موجب پیشرفت باشد.

مراسم افتتاحیه پنجمین نمایشگاه فرش ماشینی، موکت و کفپوش تهران با حضور آقای دکتر مردانی مدیرکل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت، جناب آقای داوود کاشفی مدیر عامل شرکت اوراسیا نوید (مجری برگزاری نمایشگاه) آقای مهندس مهدی یکتا دبیر اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان نساجی و پوشاک ایران، آقای حائری دبیر انجمن نساجی و جمعی از صاحبان صنایع نساجی، جمعی از نمایندگان مجلات تخصصی و خبرنگاران خبرگزاری ها برگزار شد.

این نمایشگاه که از تاریخ ۱۲ شهریور آغاز به کار نمود تا روز ۱۵ شهریور ماه در محل نمایشگاه بین المللی تهران پذیرای علاقمندان و فعالان این صنعت بود. این نمایشگاه در ۷ سالن و در فضایی به وسعت ۲۵ هزار متر مربع برگزار شد.

در نمایشگاه سال جاری تعداد ۱۱۲ تولیدکننده ایرانی و خارجی که از برترین برندهای فرش ماشینی، موکت و کفپوش ایران و



آماده شویم و دست به دست هم دهیم.

محورهای توسعه نمایشگاه در سال آینده می تواند بر موارد زیر استوار باشد:

۱- افزایش سطح کیفیت بازدیدکنندگان داخلی و تمرکز بر روی افزایش ملموس بازدیدکنندگان، تجار و بازرگانان بین المللی. قطعاً ششمین دوره نمایشگاه زمانی است که مجری نمایشگاه باید قدرت و توان خود را در این مورد به ویژه افزایش تجار و هیات های تجاری خارجی نشان دهد در غیر این صورت قطعاً نخواهد توانست انتظارات روز افزون صنعت فرش ماشینی را پاسخگو باشد.

۲- تمرکز بر افزایش تعداد شرکت های غرفه گذار خارجی با توجه به بهبود اوضاع اقتصادی و سیاسی در کشور

۳- تلاش در جهت افزایش سطح خدمات ارائه شده به غرفه گذاران از طریق مدیریت ظرفیت های موجود

۴- توجه و تکیه بر نوآوری و برگزاری همایش ها، مسابقات و بخش های جانبی در حاشیه نمایشگاه و تلاش در جهت افزایش محتوای فنی و علمی نمایشگاه

در زیر نظرات مجری نمایشگاه در رابطه با نمایشگاه امسال را نیز جویا شده ایم:

در ارتباط با نمایشگاه و حضور شرکت ها و نقاط قوت آن نسبت به سال گذشته توضیح دهید.

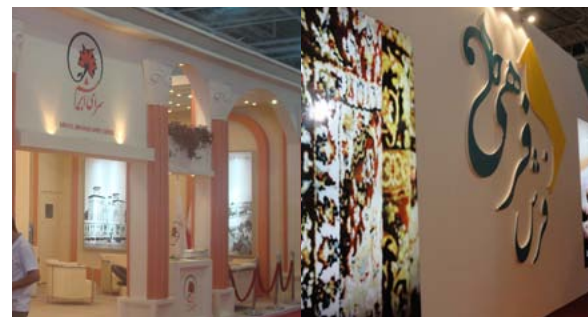
نمایشگاه پنجم نسبت به دوره های قبل به نظر خیلی شکوهمند تر برگزار شده است. اغلب شرکت ها با توجه به محبوبیت این نمایشگاه در ایران و منطقه از آن استقبال می کنند و این رویداد را بهترین مکان برای نمایش توانمندی های خود می دانند که این برای نمایشگاه یک نقطه قوت است. این نمایشگاه حقیقتاً محلی برای نوآوری ها و ابتکارات جدید این صنعت است. امسال نمایشگاه از این نظر بسیار قوی بود و شاهد به نمایش درآمدن فرش های هزار شانه با ویژگی های بسیار منحصر به فرد، فرش های هوشمند و بسیاری دیگر از نوآوریها بودیم که از دستاوردهای قابل توجه این نمایشگاه است. در بخش ماشین آلات نیز چندین شرکت، ماشین آلات بسیار خوبی را که برخی از آنان مانند ماشین آلات کاروینگ فرش کاملاً ساخت ایران هستند را به نمایش گذاشتند. به نظر



نمایشگاه از اولین نمایشگاه های دنیا در بخش فرش و کفپوش باشد که این فرش زیبا و جدید را به معرض دید عموم می گذارد. در نمایشگاه فرش امسال چندین شرکت به ارائه فرش ۱۰۰۰ شانه پرداختند که البته تمام آن ها تاکید خاصی بر اول بودن داشتند! فارغ از اینکه کدام شرکت اولین تولیدکننده این فرش است تولید و ارائه این فرش به بازار، خبر خوبی برای صنعت فرش ماشینی ما بود. از دیگر محصولات و نوآوری های ارائه شده در این نمایشگاه فرش هوشمند بود که در شماره قبلی مجله در مورد مشخصات فرش های هوشمند مقاله ای را چاپ کرده ایم. البته متأسفانه طبق روال همیشه در کشور ما در رسانه های مختلف این فرش به عنوان نخستین فرش هوشمند جهان!!! معرفی شد که باید بگوئیم این فرش قطعاً نخستین فرش هوشمند جهان نبود و قبل از این در سایر نقاط جهان تحقیقات گسترده ای بر روی این فرش انجام و نمونه های مختلفی با کاربردهای گسترده، از آن ساخته شده است اما اینها هیچ چیزی از ارزش کار شرکت داخلی تولید و عرضه کننده این فرش، نمی کاهد و جای مباحثات است که صنعت فرش ماشینی ما فاصله تکنولوژیکی خود با جهان را به حداقل ممکن رسانده است.

از نکات مثبت دیگر نمایشگاه امسال تنها نبودن مجری نمایشگاه در تبلیغات نمایشگاهی و جذب بازدیدکنندگان بود چرا که با مشارکت چند برند معتبر و خوب فرش ماشینی کشور مجری نمایشگاه توانست تبلیغات گسترده تری در جهت جذب حداکثر مخاطبین به این نمایشگاه انجام دهد. با این حال به نظر می رسد این بخش یعنی افزایش تعداد و البته افزایش سطح کیفی بازدیدکنندگان از مهمترین چالش های مجری نمایشگاه در سال آینده باشد. در گفتگوهای متعددی که با تولیدکنندگان و دست اندرکاران این صنعت داشتیم همواره بحث بازدیدکنندگان نمایشگاه از دغدغه های اصلی آن ها بوده است.

آنچه به نظر می رسد اینکه نمایشگاه کفپوش ها، فرش ماشینی و موکت تهران در سال آینده یعنی در ششمین دوره خود وارد مرحله تازه ای خواهد شد و همه باید برای برداشتن گامی بلند



من این نمایشگاه توانسته در منطقه به خوبی برای خود جا باز کند. به اعتقاد بسیاری از شرکت ها این نمایشگاه با استانداردهای نمایشگاه های خوب و بین المللی دنیا فاصله زیادی ندارد. اگر نمایشگاهی مانند دموتکس را معیار خود در نظر بگیریم درست است که با آن فاصله داریم اما این فاصله دیگر زیاد نیست. امیدواریم در سال های آتی با عادی شدن روابط و بهبود یافتن شرایط اقتصادی بتوانیم به شرایط خوب این نمایشگاه نزدیک شویم.

- در سخنان خود به شناخته شدن این نمایشگاه در منطقه اشاره کردید. لطفاً در این رابطه بیشتر توضیح دهید.

همانطور که عرض کردم به اذعان بسیاری از کارشناسان امروز این نمایشگاه از نمایشگاه های دموتکس دی، دموتکس استانبول و دموتکس مسکو بسیار قوی تر برگزار می شود و این تنها گفته من و تیم برگزاری نیست.

برخی از مشکلات در کنترل ما نیست. مثلاً ممنوع شدن واردات فرش به ایران و نیز محدودیت های تحریم و مشکلات اقتصادی موجب شد شرکت های خارجی تمایلی به این نمایشگاه نداشته باشند. یعنی حتی شرکت هایی هم که علاقمند به حضور در بازار ایران هستند نمی توانند به ایران بیایند. علاقمندی و سیگنال هایی که امسال از سراسر جهان دریافت کردیم نشان دهنده این است که فعالیت های بازاریابی ما برای این نمایشگاه در عرصه بین المللی بسیار خوب بوده است.

ما در هند، ترکیه و چین در حال حاضر بازاریاب فعال و مقیم داریم که شرکت های خوبی را هم برای این نمایشگاه معرفی کردند اما نتوانستیم آنها را در این نمایشگاه داشته باشیم.

در حوزه داخلی با همکاری دو برند خوب که اسپانسر ما بودند توانستیم تیزرهای تبلیغاتی مناسبی را در شبکه های مختلف تلویزیونی داشته باشیم که همین جا لازم می دانم از دو شرکت فرش ایران زمین و فرش پدیده کمال تشکر را داشته باشم. با تبلیغات گسترده اینترنتی، اس ام اس و تمام نشریات تخصصی را پوشش داده ایم. تبلیغات تلویزیونی ما امسال در شبکه های ۱، شبکه ۲، شبکه سه، شبکه ۵، شبکه خبر و ... پخش شد.

در حوزه تبلیغات شهری ۶ بیلبرد در نقاط مختلف شهر تهران را در برنامه داشتیم که فکر می کنم به خوبی توانسته ایم اطلاع رسانی کنیم. در شبکه مترو تهران به شکل گسترده ای تبلیغات کردیم و... که فکر می کنم برای یک نمایشگاه تخصصی در حد بودجه ای که داریم بسیار خوب باشد. در پایان از همه شرکت ها و فعالان این صنعت که امسال هم ما را برای برگزاری این نمایشگاه یاری کردند تشکر و قدردانی می کنم.





RANGDANEH SIRJAN Co.

Masterbatch and Additive Manufacturer

Reg. No. : 793

(P. J. S.)

تولید کننده مستربچ و کامپاندهای افزودنی
که در سال ۱۳۹۲ با راه اندازی و افزایش ظرفیت جدید
تا ۳۰۰۰۰ تن در سال با ماشین آلات اروپائی، تکنولوژی و فرمولاسیون
انحصاری (PATENT) تمام تولیدات با همکاری معتبرترین شرکت ایتالیایی اقدام نموده است.

مستربچ های پلی اتیلن، پلی پروپیلن، پلی استر و پلی آمید (PP/ PET/ PA Mono and Tailor Made Masterbatches)

افزودنی های Antioxidant, U.V. Stabilizer, Flame retardant, Optical Brightener تهیه شده از مواد اولیه شرکت CIBA و دارای گواهی تایید شده.



Ministry Of Industry
Holder No. : 5-6488

موارد مصرف:

الیاف پلی استر، پلی آمید، پلی پروپیلن مورد مصرف در ریسندگی نخ های پنبه ای، فرش ماشینی، موکت و لائی های سوزنی
نخ های B.C.F., C.F., POY, FDY, DTY, TFO, پلی پروپیلن، پلی استر و پلی آمید مورد مصرف در فرش ماشینی، پارچه رو مبلی و پرده ای
پارچه های Nonwoven, Spunbond بهداشتی و بیمارستانی (Food contact)

گونی و جامبو پلی پروپیلن

سفیدکننده جهت تولیدکنندگان الیاف پلی استر (PSF) از پرک بطری

براق کننده جهت تولیدکنندگان الیاف پلی استر (PSF) مورد مصرف در موکت های چاپی

دفتر تهران:

info@rangdaneh.com
www.rangdaneh.com
www.rangdaneh.net

خیابان دکتر بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه هشتم، پلاک ۲۴
طبقه اول، شماره یک تهران ۱۵۳۱۷۱۳۹۱۳
صندوق پستی: ۷۴۵۸-۱۵۸۷۵
تلفن: (۴خط) ۸۸۷۵۰۶۱۸ فکس: ۸۸۷۵۰۶۰۲



اخبار نساجی و فرش



رود. فرش ماشینی ایرانی امروزه در بازارهای جهانی مشتاقان زیادی پیدا کرده است. نکته بسیار مهم در مورد شرکت های علاقمند به حضور در این نمایشگاه در بخش فرش ماشینی این است که باید محصولاتی را در این بازار بکر ارائه نمایند که مطابق با سلیقه بازار اروپا باشد و قطعا اگر شرکت های ایرانی بتوانند فرش های سبک و مدرن خود را در این نمایشگاه به نمایش درآورند بسیار موثر خواهد بود.

■ ■ ■ جهت کسب اطلاعات بیشتر و یا رزرو غرفه در این نمایشگاه می توانید با شماره های زیر تماس حاصل نمائید:

داخلی ۲۲۸ / ۰۵۷۵۲۸۲۸-۲۱۶-۰۹۰
۰۳۴۶۳۲۴-۰۵۳۹-۰۹۰

ساخت ماشین تمام اتوماتیک کاروبار فرش

صنعت فرش ماشینی کشور در مسیر رشد و توسعه خود همواره به دستاوردهای جدیدی دست یافته است که نشانگر بلوغ این بخش از صنعت نساجی کشور است. این رشد و شکوفایی نه تنها در بخش بافت و طراحی فرش که در سایر بخش ها مانند مدیریت، ماشین آلات، صادرات، نوآوری های تکنولوژیکی و... هم توسعه یافته است. یکی از این موارد ساخت ماشین تراش خاب فرش ماشینی یا به عبارتی ماشین آلات کاروبار فرش است. ساخت این ماشین به طور کامل در ایران و با خصوصیات پیشرفته تر خبر بسیار خوشحال کننده ای است. عملیات کاروبار یا تراش سطح فرش در گذشته توسط

صنایع نساجی می باشد. طی مدت مذکور بالغ بر حدود ۵۶٫۸ میلیون دلار الیاف پنبه به وزن ۲۳٫۲۴۷ تن وارد کشور شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته به لحاظ ارزشی در حدود ۳۰ درصد و به لحاظ وزنی حدود ۲۶ درصد کاهش یافته است.

واردات انواع پوشاک به کشور نیز طی ۶ ماه نخست سال جاری به ۱۵۰٫۱ تن به ارزش ۱٫۱ میلیون دلار رسید که نسبت به مدت مشابه سال گذشته به ترتیب با کاهش ۸۲٫۸ درصدی روبرو شده است.

افزایش ۷ درصدی صادرات نساجی ترکیه در ۸ ماهه نخست امسال

صادرات نساجی ترکیه در ۸ ماهه نخست سال ۲۰۱۳ میلادی با ۷ درصد رشد به ۵/۴ میلیارد دلار رسید. طبق این آمار که توسط انجمن صادرکنندگان نساجی و پوشاک استانبول منتشر شده است. صادرات نساجی ۵/۵ درصد از کل صادرات ترکیه را در این مدت در اختیار داشته است. صادرات کالاهای نساجی ترکیه در این ۸ ماه به روسیه (۷۱۵ میلیون دلار)، ایتالیا (۵۴۲ میلیون دلار)، آلمان (۲۸۰ میلیون دلار) بوده است. طبق این آمار ۴۵ درصد صادرات نساجی ترکیه به کشورهای اروپایی انجام می شود. در ۸ ماهه نخست سال ۲۰۱۳ میلادی صادرات ترکیه شامل ۱/۸۵ میلیارد دلار انواع پارچه تار و پودی، ۱/۲ میلیارد دلار انواع نخ، ۱/۱ میلیارد دلار انواع پارچه های کشباف و ۴۲۰ میلیون دلار الیاف بوده است. صادرات نساجی ترکیه در سال گذشته نزدیک به ۸ میلیارد دلار بوده است.

نمایشگاه نساجی و فرش آمستردام
March 2014 11-13

نخستین دوره این نمایشگاه در مارس ۲۰۱۴ در شهر آمستردام هلند برگزار می شود و گروه های کالایی مختلفی در آن حضور دارند که از جمله آنها می توان به منسوجات خانگی، انواع کالاهای نساجی، فرش های ماشینی و مورد پسند بازارهای اروپایی اشاره کرد. این نمایشگاه با توجه به موقعیت جغرافیایی بسیار مناسب هلند به عنوان یکی از مراکز مهم تجاری اروپا، می تواند برای شرکت های ایرانی نیز در بخش های تولید منسوجات خانگی، پارچه های مدرن، کالاهای لوکس نساجی و البته فرش ماشینی یک موقعیت ویژه به شمار

آمار صادرات و واردات صنایع نساجی کشور طی ۶ ماه نخست سال ۱۳۹۲

کاهش ۹۰ درصدی واردات کالاهای نهایی صنعت نساجی

بر اساس آمار گمرک ایران طی ۶ ماه نخست سال ۱۳۹۲، آمار صادرات صنایع نساجی بالغ بر ۳۲۱٫۵ میلیون دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۵٫۱۲ درصد کمتر می باشد. این در حالی است که صادرات انواع پارچه، الیاف و پوشاک به لحاظ ارزشی طی مدت مذکور به ترتیب از رشد ۶۱٫۴، ۴۲٫۶ و ۱۲٫۷ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل برخوردار شده اند. لازم به توضیح است که در پی افزایش نرخ ارز، قیمت پایه صادراتی برخی کالاهای صادراتی از جمله انواع موکت، فرش ماشینی و الیاف پلی استر بازنهنگری شده و نسبت به قیمت سال گذشته کاهش یافته اند. لذا چنانچه حجم صادراتی برخی اقلام صنایع نساجی مورد بررسی قرار گیرد مشاهده می شود که صادرات انواع الیاف به لحاظ وزنی نسبت به مدت مشابه سال قبل ۶۰٫۶ درصد افزایش و صادرات انواع کفپوش های ماشینی نیز ۶ درصد رشد یافته است.

بر اساس این گزارش، عمده ترین اقلام صادراتی طی این مدت از نظر ارزش به ترتیب عبارتند از انواع کفپوش های ماشینی (۱۳۸٫۱ میلیون دلار)، انواع الیاف (۴۱ میلیون دلار)، انواع پوشاک (۳۲٫۱ میلیون دلار)، انواع پارچه (۲۹٫۴ میلیون دلار) و انواع نخ (۲۵٫۴ میلیون دلار).

بر اساس آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، طی مدت مذکور حدود ۶۲۴٫۳ میلیون دلار انواع کالاهای نساجی وارد کشور شده که نسبت به سال گذشته از نظر ارزش ۷۳٫۳۵ درصد کاهش یافته است. عمده ترین اقلام نساجی وارد شده به کشور به لحاظ ارزش طی این مدت همچون ماه های گذشته عبارتند از انواع الیاف و نخ که مواد اولیه مورد نیاز صنایع نساجی و پوشاک بوده و بالغ بر حدود ۷۴ درصد از ارزش واردات صنایع نساجی کشور طی ۶ ماه اول سال جاری را به خود اختصاص داده اند.

بر اساس این گزارش، ارزش واردات کالاهای نهایی صنایع نساجی از جمله انواع پتو، کفپوش های ماشینی و پوشاک نیز طی مدت مذکور نسبت به مدت مشابه سال قبل با کاهش ۹۱ درصد، ۹۰٫۷ درصد و ۸۹٫۶ درصدی روبرو شده است.

طی ۶ ماه نخست سال جاری، ارزش ماشین آلات نساجی وارد شده به کشور ۹۵٫۵ میلیون دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته با کاهش ۳۲ درصدی روبرو شده که نشان دهنده کاهش روند توسعه و نوسازی در

اخبار نساجی و فرش



صادرکنندگان ممتاز و نمونه سال ۱۳۹۲ معرفی شدند

اسامی ۵۰ صادرکننده ممتاز و نمونه ملی سال ۱۳۹۲ اعلام شد.

امسال پنج شرکت به عنوان صادرکننده ممتاز و ۴۵ شرکت دیگر نیز به عنوان صادرکنندگان نمونه ملی معرفی شدند.

صادرکنندگان ممتاز آن دسته از صادرکنندگانی هستند که پنج سال موفق به دریافت عنوان صادرکننده نمونه ملی شدند. براین اساس شرکت‌های بازرگانی اکبر حاج کاظمیان، گروه صنعتی زرماکارون، شرکت ایرانی تولید اتومبیل (سایا)، شرکت صادراتی فرآورده‌های خاورمیانه و شرکت کیسون به عنوان صادرکنندگان ممتاز سال ۱۳۹۲ معرفی شدند.

اسامی ۴۵ صادرکننده نمونه ملی در سال ۱۳۹۲ به شرح زیر هستند:

آرتانقش تاک، آریا مولیبدن کسری، آنا-ت-گروه صنعتی نجاتی، ایران ترانسفو، ایران یاسا تایر و رابر، بلور شیشه کاوه، شیمیای بهداد، پلاستیک کار، پشتیبانی و نوسازی بالگردهای ایران، تراکتورسازی ایران، تروند زعفران قائم، تولیدی لوله و پروفیل جویبار لوله، کارخانجات چینی بهداشتی مروراید، تولید مواد اولیه دارو پخش، دانا گام، دنا رهساز، ذوب آهن اصفهان، راک شیمی، رزیتان، زربافق فر، لیاف پلی استر ساین دلیجان، سپهر الکتریک، سمیران سلامت، سیمان سامان غرب، تحقیقاتی و تولیدی سینازن، شکوه گناب، شمس الهدایی، صنعتی داداش بردار، شیرین دارو، شیما کفش، صادرات تجهیزات و خدمات صنایع آب و برق ایران، صنایع شیمیایی سینا، فراوری روده ایرانیان زمین، مجتمع نساجی آسایش کاشان، فروسیلیس ایران، بازرگانی قائم تجارت امین، کارخانجات کاشی عقیل، فرآورده‌های لبنی کاله، کوشش رادیاتور، کیش چیپس، گشت تور، گل نور، گهر زعفران، ماشین رول و نفت پاسارگاد.

همچنین انجمن صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی ایران، اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبللمان

در کاروبینگ دستی هر فرد می تواند در یک شیفت کاری حدود ۱۰۰ مترمربع کاروبینگ حرفه ای انجام دهد. این دستگاه در یک شیفت کاری تا ۲۰۰ مترمربع کاروبینگ حرفه ای انجام می دهد. حسن این دستگاه این است که اگر کارخانه ای چندین دستگاه داشته باشد یک اپراتور می تواند همه آن ها را کنترل و مدیریت کند. این دستگاه با برق تک فاز کار می کند و هیچ محدودیت خاصی ندارد.

تولید پارچه ضد آب و لک توسط محققان کرجی

محققان پژوهشگاه مواد و انرژی کرج موفق به تولید پارچه های ضد آب و لک با استفاده از فناوری نانو شدند. امیر حسنجانی روشن کارشناس پژوهشگاه مواد و انرژی با اشاره به اینکه فرآیند تولید محلول ضدآب برای نخستین بار در کشور صورت گرفته است، گفت: پژوهشگران این مرکز توانستند با استفاده از نانو فناوری، پوشش هایی را در بافت پارچه ایجاد کنند که علاوه بر آب گریزی پارچه، می تواند مانع از لک شدن پارچه شود. وی افزود: در داخل کشور نمونه های دیگری از پارچه های ضدآب نیز وجود دارد با این تفاوت که آنها محلول ضد آب را از کشورهای خارجی تهیه کرده اند ولی ما توانستیم با استفاده از فناوری نانو این محلول را برای نخستین بار در کشور تولید کنیم. وی با اشاره به مزایای این محلول اظهار داشت: روش اعمال این محلول روی انواع پارچه به سادگی قابل اجرا بوده و باعث تغییر رنگ و فرم در پارچه نمی شود و استفاده آن در صنعت نساجی بسیار مفید و به صرفه است. کارشناس پژوهشگاه مواد و انرژی تصریح کرد: نتیجه آزمایش این محلول روی قالی های قدیمی نیز مثبت بوده و استفاده از آن با کنترل رطوبت موجود در قالی و مانع نفوذ باکتری ها به بافت قالی و پوسیدگی آن می شود.



دست و ماشین آلات دستی که عملکردی شبیه دستگاه موزر (Moser) دارد انجام می شد. توسط عملیات کاروبینگ می توان افکت های بسیار زیبایی را به ویژه در فرش های فریز و هیت ست به وجود آورد. در دستگاه ساخته شده جدید شرکت ضربان صنعت، برای انجام عملیات کاروبینگ سیستمی شبیه دستگاه CNC را طراحی شده است که به طور اتوماتیک با دریافت نقشه عملیات تراش خاب فرش را انجام می دهد. نمونه این دستگاه در دنیا قبلاً توسط یک شرکت سازنده ماشین آلات تکمیل در ترکیه به نام Anmak Makina ساخته شده است اما اشکالات عمده ای دارد. به همین دلیل ۲ نمونه از این ماشین که قبلاً توسط شرکت ترک وارد ایران شده بود به خوبی مورد استفاده قرار نگرفته است. از آن جایی که فرش های BCF و فانتزی با تراکم پایین بافته می شود بعد از تکمیل، افت و تا حدی تغییر شکل و ابعاد پیدا می کند. مزیت دستگاه این است که هرچقدر هم فرش پس از مرحله تکمیل تغییر ابعاد پیدا کند و حتی روی دستگاه به صورت کج پهن شود از دقت بالای آن در عملیات تراش کاسته نمی شود و هر گل و نقشه ای را دقیقاً سر جای خود کاروبینگ می کند. همچنین با این دستگاه می توان طرح های بسیار زیبا و پیچیده را توسط کامپیوتر ایجاد کرد که به هیچ وجه یک اپراتور حتی حرفه ای با دست قادر به انجام آن نیست و یا بسیار زمان بر است. در کاروبینگ دستی اپراتور تنها قادر است مرز ۲ رنگ متفاوت را تراش دهد و این کار را نمی تواند برای فرش های تک رنگ انجام دهد در حالی که با این ماشین می توان بر روی فرش های تک رنگ نیز طرح های زیبایی با استفاده از کامپیوتر خلق کرد. دستگاه نمونه خارجی، حتماً باید فرش را قبل از تکمیل تراش بدهد. اما ماشین ساخت ایران می تواند قبل یا بعد از تکمیل فرش را مورد عملیات تراش قرار دهد.



اخبار نساجی و فرش



محمد شهری رئیس صنف پارچه، منسوجات و لباس‌های آماده در اتاق تجارت و صنعت جده (JCCI) برآورد کرد، حاجیان خانه خدا در مناسک حج امسال بیش از ۱ میلیارد ریال عربستانی (معادل ۶۲ میلیارد تومان ایرانی) برای خرید لباس و پارچه هزینه کرده‌اند. زائران خانه خدا در ایام تشریق (انجام مناسک حج از ۸ تا ۱۲ ذی الحجه) در مکه، جده و مدینه حدود یک میلیارد ریال سعودی خرج کرده‌اند. به علت طرح‌های اصلاحی انجام گرفته، پیش از شروع مناسک حج و کاهش فروش پارچه‌های تقلبی و لباس‌های ناقض استاندارد کشور عربستان، بازار پارچه و لباس این کشور با افت ۷۰ درصدی در طول موسم حج امسال رو به رو شده است. شهری در پایان گفت: در محصولاتی که برای حاجیان جذاب بوده‌اند، لباس احرام در صدر قرار دارد و آنها سالیانه ۱۵۰ میلیون ریال سعودی از آن درآمد کسب می‌کنند. البته کشور عربستان سالیانه نزدیک به ۱۹ میلیون لباس احرام وارد می‌کند که این میزان ۹۳ درصد کل لباس‌های احرام عربستان را شامل می‌شود و تنها حدود ۷ درصد از این لباس‌ها در عربستان تولید می‌شود.

وزیر صنعت: انبارها پر از کالا است؛ مردم نگران نباشند

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: با توجه به وجود همه مسائل و مشکلات، انبارها پر از کالا است و مردم نگران نباشند. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شورای اصناف کشور، مهندس محمدرضا نعمت‌زاده در چهارمین کنگره سراسری خانه کشاورز در تهران با اشاره به اینکه در سال‌های اخیر تولید محصولاتی مثل برنج، گندم و دانه‌های روغنی رو به کاهش بوده است، افزود: پارسال در مجموع دو میلیون تن گندم خرید تضمینی شد و دولت ناچار بود ۹ میلیون تن گندم وارد کند.

وی گفت: تولید برنج داخلی هم حدود دو و ۲۰۰ میلیون تن است که با مصرف حدود سه و ۲۰۰ میلیون تن در کشور باید یک میلیون تن واردات برنج داشته باشیم. وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: تولید داخلی دانه‌های



تولید، شرکت الگانت در خاور میانه حائز رتبه اول است. مصطفی ترک‌کاو، سرمایه‌گذار ترک شرکت الگانت در سمنان نیز با تمجید از شرایط بسیار مناسب اقتصادی در ایران و استان سمنان گفت: همکاری مناسبی بین آنکارا و سمنان برای تولید پارچه پرده ای وجود دارد و تولیدات پرده در سمنان مشتریان مناسب و دست به نقدی در بازارهای ترکیه دارد.

وی افزود: برای توسعه همکاری‌های اقتصادی با سمنان، برنامه‌های جدیدی در پیش گرفته ایم که تولید نخ‌های پلی‌استر و تکسچره از آن جمله خواهد بود. مدیرعامل شرکت الگانت سمنان نیز با بیان اینکه تولید پارچه پرده ای گلدوزی شده، تولید مهم امسال این کارخانه خواهد بود گفت: پارچه‌ها در سمنان تولید و گلدوزی روی آنها با ماشین آلات انجام می‌شود. وی با اشاره به اشتغالزایی فراوان ایجاد شده در قالب این خط تولید افزود: برای راه‌اندازی این خط تولید ۲۰ ماشین گلدوزی در نظر گرفته شده و با راه‌اندازی آنها ۶۰۰ نفر مشغول کار می‌شوند.

جعفری، نام تجاری این پرده‌های گلدوزی شده را بروگلی و آپلیک اعلام کرد.

خوشبختانه شرکت الگانت سمنان از واحدهای تولیدی است که مشکل تامین نقدینگی ندارد و همه کارگران آن با دریافت حقوق مناسب به کار مشغولند.

با توجه به اینکه تعداد متخصصان ترکی در این شرکت کار می‌کنند تنها دغدغه مسئولان شرکت تمدید مجوز فعالیت آنها در ایران است که این امر با همکاری اداره کار، تعاون و رفاه اجتماعی و ستاد خدمات سرمایه‌گذاری استان سمنان در حال انجام است.

اولین شرکت با سرمایه‌گذاری خارجی کشور در زمینه نساجی، با صادرات پنج میلیون دلاری امسال، روزهای خوشی را برای تحقق حماسه اقتصادی در پیش گرفته است.

درآمد ۶۶۲ میلیارد تومانی عربستان از خرید پارچه و لباس توسط حجاج ترکیه

حاجیان خانه خدا در مناسک حج امسال ۱ میلیارد ریال عربستان برای خرید لباس و پارچه هزینه کرده‌اند.

ایران، اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی ایران، انجمن پسته ایران و سندیکای صنعت برق ایران نیز به عنوان اتحادیه و تشکل‌های صادراتی نمونه سال ۱۳۹۲ انتخاب شدند. همچنین شرکت‌های خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران دوستان، برقاب، پویندگان راه سعادت، خانه فرش عظیم، بازرگانی غزال ارس باران، گل‌سار فارس، صنایع روشنایی مازی نور، مجتمع صنایع لاستیک یزد، نوین زعفران و تولید و صادرات ریش مک نیز به عنوان صادرکنندگان شایسته تقدیر سال ۱۳۹۲ معرفی شدند.

ایران در تولید پارچه پرده ای جلوتر از ترکیه

الگانت سمنان نخستین شرکت مشارکتی نساجی در ایران است که با همکاری ترکیه، قطب تولید پرده در جهان را راه‌اندازی کرده است.

این کارخانه که بزرگترین تولیدکننده پارچه پرده ای در ایران است، با تولید سالانه ۲ میلیون متر مربع پارچه پرده ای آشپزخانه، پذیرایی، نشیمن و اتاق‌های نشیمن و کودک، نام خود را در فهرست برترین برندهای تجاری قرار داده است.

با اینکه الگانت در ترکیه بیش از ۳۰ سال است فعالیت دارد و دارای چهار کارخانه تولید پرده و پارچه مبلی در این کشور است ولی از سال ۸۱ با مثبت ارزیابی کردن شرایط اقتصادی سمنان، سرمایه‌گذاری خود را برای توسعه نساجی در کشورمان آغاز کرد.

هم‌اکنون این سرمایه‌گذاری ۵۱ درصدی برای ایران و ۴۹ درصدی برای ترکیه به ثمر نهشته و کارخانه الگانت سمنان با تولید ۲ هزار طرح پرده، یکی از صادرکنندگان عمده پارچه پرده ای به خود ترکیه است.

مدیرعامل شرکت الگانت سمنان سرمایه‌گذاری ابتدایی برای ساخت این واحد تولیدی را ۱۵ میلیون دلار اعلام کرد و افزود: با اجرای طرح‌های بافندگی، تکمیل و تاب‌نخ هم‌اکنون سرمایه این کارخانه به ۴۵ میلیون دلار و اشتغالزایی آن به ۴۰۰ نفر رسیده است.

مهدی جعفری افزود: پرده‌های شیشه‌ای، ارگانزا، تافته، شائل و ساتن از محصولات عمده این کارخانه است که علاوه بر مصرف داخلی به کشورهای ترکیه، قزاقستان، ازبکستان و روسیه صادر می‌شود. تولیدات متنوع و با قیمت مناسب پرده الگانت سمنان، راه‌واردات این کالا را به کشور بسته است.

واحد تولید نخ، ماهانه ۱۵ تن و واحد رنگرزی نیز روزانه چهار هزار متر پارچه خروجی دارد و از نظر این میزان

اخبار اصناف



بازرسی و نظارت مجامع امور صنفی در مهرماه سال جاری انجام شد

بر اساس آمار و اطلاعات اعلامی از مدیریت بازرسی و نظارت، در مهرماه سال جاری از بخشهای خرده فروشی، عمده فروشی، خدماتی، تولیدی، انبارها و سردخانه ها، ۴۲۹ هزار و ۶۲۴ فقره بازرسی از واحدهای صنفی سراسر کشور صورت گرفته است، از این تعداد ۳۳ هزار و ۲۷۹ مورد منجر به تشکیل پرونده شد که ۱۹ هزار و ۴۰۱ فقره شکایت قابل پیگیری شناخته شده؛ جهت رسیدگی به تعزیرات حکومتی، سازمانها و ادارت ذیربط ارسال شده است.

بر اساس این گزارش از جمع ۱۹ هزار و ۹۲۶ فقره شکایت دریافت شده، ۶۷ درصد مربوط به بخش کالا و ۳۳ درصد به بخش خدمات اختصاص داشته است، ضمن اینکه از مجموع این شکایت ۱۷ درصد به صورت حضوری، ۷۱ درصد تلفنی و ۱۲ درصد به صورت کتبی بوده است که ۱۷ درصد منجر به رضایت شاکی، ۳۵ درصد متخلف، ۳۷ درصد غیرمتخلف و ۱۱ درصد نیز در دست بررسی می باشد.

ضمن اینکه بیشترین تخلفات صورت گرفته در مهرماه در حوزه کالا و خدمات مربوط به گوشت گوسفندی و گوساله، مرغ، تخم مرغ، صیفی جات، میوه و مرکبات، رب، روغن، برنج ایرانی، نهاده های دامی، فولاد، سیمان و لاستیک می باشد.

تهران و بیش از ۱۰۰ هزار بازرسی

هم چنین براساس این گزارش ۱۰۶ هزار و ۱۴۷ فقره بازرسی از واحدهای صنفی تهران در مهرماه سال جاری انجام شد، از این تعداد ۱۷ هزار و ۹۴ پرونده تخلف به ارزش ریالی ۳۰ میلیارد و ۷۴۸ میلیون و ۸۰۷ هزار و ۵۵۲ ریال شد، که جهت رسیدگی به تعزیرات حکومتی، سازمانها و ادارت ذیربط ارسال شده است.

بر اساس این گزارش، بیشترین تعداد پرونده ها مربوط به شهر تهران با ۱۴ هزار و ۳۹۰ فقره و کمترین مربوط به شهرستان فیروزکوه با ۲۸ فقره می باشد.

بر اساس گزارشهای رسیده حاکی است در این ماه قیمت حبوبات، مرغ، نهاده های دامی، پودر شوینده و نهاده های دامی با افزایش چند درصدی رو به رو بوده است؛ ضمن اینکه بیشترین تخلفات صورت گرفته در این ماه در حوزه کالا و

روغنی که پیش از این حدود ۱۳ تا ۱۴ درصد نیاز کشور بود، اکنون به کمتر از ۷ درصد رسیده است که باید ۹۳ درصد دیگر واردات داشته باشیم.

نمیت زاده اضافه کرد: در بخش حبوبات که قبلا صادرکننده بودیم، اکنون به واردکننده تبدیل شده ایم اما با وجود همه این مسائل انبارها پر است و مردم نگران نباشند.

وی در ادامه تاکید کرد: از دست سیستم بانکی پیر شدم ولی آنقدر پیگیری می کنیم تا در نهایت به نتیجه برسد، ضمن اینکه اصل کار تولید به بانکها بر می گردد و اگر این بخش درست نباشد اقتصاد، تورم و اشتغال نیز درست نخواهد شد، بنابراین باید بدانند نباید تنها به دکان خود بچسبند.

نمیت زاده ادامه داد: با توجه به برنامه هایی که برای رفع موانع تولید داشتیم، ۵۰ مانع را تهیه و در نهایت حدود ۳۰ مورد آن تصویب و ابلاغ شد و به دنبال آن هستیم که سایر موانع باقیمانده نیز به نحوی به تصویب برسد.

وی با تاکید بر اینکه این موانع به آمریکا ربطی ندارد و دست خودمان است، اظهار داشت: در این ۲ ماه سعی کردیم در حد امکان مشکلاتی را که می توانیم حل کنیم به نوعی که برای دریافت پروانه بهره برداری ۶ ماه زمان نیاز بود در حالی که در دوره قبلی وزارت من این موضوع یک هفته ای انجام می شد، بنابراین اعلام کردند همان مصوبه ای که در آن زمان برای دریافت پروانه بهره برداری تصویب کرده بودیم را اجرا کردند. در صنایع تبدیلی حدود ۱۱ هزار واحد صنعتی با ظرفیت ۹۰ میلیون تن وجود دارد که در بیشتر زمینه ها کفایت می کند و در بخش هایی مانند محصولات باغی، دامی، مرغ و شیلات نیز هر جا حمایت لازم باشد حاضر به همکاری و حمایت هستیم.

وی با اعلام آمادگی همه جانبه وزارت صنعت، معدن و تجارت برای حمایت از بخش کشاورزی افزود: این حمایت مشروط به این است که اگر از ما بخواهند و در این صورت، ما یاری می کنیم.

وی افزود: بسیاری از موانع تولید ربطی به تحریم و آمریکا ندارد و خودمان موجب ایجاد آن شده ایم بنابراین نباید مردم را اذیت کرد بلکه باید همه سازمانها در رفع مشکلات ورود پیدا کنند البته نمی توان در دو ماه همه مشکلات را حل کرد. نمیت زاده با انتقاد از نظام بانکی کشور گفت: قوانین دست و پاگیر در بانک ها زیاد است و در این بخش، تولیدکنندگان همراهی نمی شوند. وی افزود: بانکها منابع و پول کافی برای ارائه تسهیلات ندارند اما با جلسات مشترکی که با آنها داشتیم به فکر ایجاد منابع جدید هستیم.

بیش از ۴۰۰ هزار مورد بازرسی از صنوف در مهرماه سال جاری

بیش از ۴۰۰ هزار بازرسی از واحدهای صنفی توسط واحدهای

خدمات مربوط به گوشت گوسفندی و گوساله، حبوبات، مرغ، قندو شکر، روغن، چای، پودر شوینده و نهاده های دامی و فولاد بوده است.

شایان ذکر است بیشترین عناوین تخلف شامل عدم درج قیمت با ۱۰ هزار و ۳۶۱ مورد (۵۱ درصد)، گرانفروشی با ۷ هزار و ۵۶ فقره (۳۵ درصد) و عدم صدور صورتحساب با ۲ هزار و ۷۶۹ فقره برابر با ۱۴ درصد کل عناوین تخلفات را شامل شده است.

دولت باید در تامین هزینه های بیمه از اصناف حمایت کند

رئیس مجمع امور صنفی شهرستان گالیکش در استان گلستان گفت: در شهرستان ها به دلیل پایین بودن سطح درآمدی اصناف پرداخت هزینه های بیمه سخت می باشد که دولت باید در پرداخت بیمه از اصناف حمایت نماید به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شورای اصناف کشور "هادی نقدی پور" افزود: طرح بیمه برای واحدهای صنفی کم درآمد باید صورت بگیرد و بالا بودن هزینه های بیمه در حالی است که بیمه تکمیلی را نیز شامل نمی شود.

وی با بیان اینکه بیمه اصناف از ضرورت و اهمیت بالایی برای صنوف برخوردار است و باید به صورت یارانه ای پرداخت شود اضافه کرد: اصناف و بازاریان در تمام عرصه ها همراه دولت بوده اند، اما دولت همکاری و تعامل در جهت رفع مشکلات اصناف ندارد و امیدوار هستیم که شورای اصناف کشور به نمایندگی از تمام صنوف به دنبال رفع مشکلات اصناف باشد.

نقدی پور با بیان اینکه اصناف قشر عظیمی از جامعه را تشکیل می دهند اما متأسفانه امنیت شغلی ندارند، افزود: این قشر هر زمانی که نتواند فعالیت کنند درآمدی نیز برای گذران زندگی ندارند و همچنین از سویی از خدمات بیمه ای نیز برخوردار نیستند.

رئیس مجمع امور صنفی گالیکش با اشاره به نقشی که اصناف در ایجاد اشتغال بر عهده دارند، گفت: اصناف توقع کمک های بلاعوض از دولت ندارند، اما این توقع جمعی وجود دارد که با توجه به نقش مهم اصناف در اشتغال وام های کم بهره یا طولانی مدت برای تقویت واحدهای تولیدی در اختیار آنها قرار گیرد. با تأسیس بانک اصناف بسیاری از مشکلات واحدهای صنفی برای دریافت تسهیلات حل خواهد شد.

نقدی پور تعداد کل واحدهای صنفی شهرستان گالیکش را دو هزار ۴۰۰ واحد برشمرد و افزود: از این تعداد ۱۹۰۰ واحد دارای پروانه کسب می باشند.



استان بسیار فعال و کارآمد هستند تصریح کرد: در سطح استان حدود ۶۰ درصد بازرسان در اختیار مجامع و ۴۰ درصد در اختیار سازمان بازرگانی می باشد که به صورت هماهنگ عمل می کنند.

حسینی در خصوص اصل ۴۴ قانون اساسی در مورد اصناف گفت: این طرح به صورت صد درصد اجرا نشده است و دولت باید برخی از مشکلات را که اصناف دارند را زودتر رفع کند. این فعال صنفی ورود کالاهای قاچاق به کشور را یک مسئله مهم دانست که باعث زیان اقتصادی به برخی از صنف های تولیدی شده است.

این کارشناس صنفی اظهار داشت محصولات تولیدی کشور چین بازارهای داخلی را تحت شعاع خود قرار داده است به طوری که بیشتر کارگاه های تولیدی فرش در کشور تعطیل شده و باید جلوی واردات کالا های قاچاق گرفته شود تا بقیه صنف ها دچار زیان اقتصادی نگردند.

حسینی تصریح کرد: بازرسان اصناف استان همه روزه به کنترل دقیق قیمت ها مشغولند به طوری که در سطح استان میزان تخلفات و تشکیل پرونده در خصوص احتکار، گرانفروشی و برچسب قیمت در مقایسه با چند ماه گذشته حدود ۳۰ درصد کاهش یافته است.

نماینده شورای اصناف در سیستان و بلوچستان با بیان اینکه ماهیانه حدود سه هزار مورد بازرسی از واحدهای صنفی صورت می گیرد اضافه کرد: این میزان نسبت به سال گذشته رشد قابل توجه داشته است.

نماینده شورای اصناف در پایان گفت: در سطح استان یازده هزار و سیصد و چهل واحد صنفی دارای پروانه کسب هستند و حدود دو هزار واحد صنفی نیز به دلیل مشکلات با شهرداری و بهداشت هنوز نتوانسته اند پروانه کسب دریافت کنند.

تولید می توانیم حرکت موثر داشته باشیم.

وی با اشاره به اینکه ۸۰ درصد مواد اولیه لازم در داخل تولید می شود، افزود: اما باز هم جهت تامین مواد اولیه با مشکلاتی روبه رو هستیم و به دلیل بالا بودن نرخ ارز این مواد از کشور قاچاق می شود و در صورتی که نرخ ارز ثابت گردد این مواد دیگر ارزش صادرات ندارند.

رسول شجری گفت: فرش ایران به خصوص در بخش دست دوز یکی از برجسته ترین فرش ها در سطح دنیا است و این فرش ها به برخی از کشورها از جمله عراق، افغانستان و آذربایجان صادر می شود. فرش های دست دوز تهران و تبریز در سطح استانداردهای جهانی هستند پس توصیه می شود مردم از فرش های خوب ایرانی استفاده کنند. خریداران برای خرید به مراکز بورس که فروش بالا و مخارج کمتری دارند مراجعه کنند و از فرش های خارجی که قیمت های بالایی دارند استفاده نکنند.

در کشور دو برابر مصرف داخلی تولید فرش داریم و بازار فرش ایران اشباع است به ویژه که گاهی از کشور های خارجی از جمله چین واردات هم داریم پس با مشکل کمبود مواجه نیستیم که فروشندگان بتوانند قیمت های خود را بی رویه افزایش دهند. نرخ گذاری برای سود فرش از شروع تولید تا انتها که به دست مشتری می رسد ۳۵ درصد است، تولید کنندگان ۱۰ درصد، بخش بانکداری بین پنج تا هفت درصد و بخش تک فروشی ۲۰ درصد سود دریافت می کنند.

یک فعال صنفی: مالیات باید بر حسب وضعیت اقتصادی هر استان تعیین شود

نماینده شورای اصناف در سیستان و بلوچستان گفت: مالیات ها باید بر حسب درآمد استان های توسعه یافته و توسعه نیافته تعیین گردد

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شورای اصناف کشور سید عبدالسلام حسینی افزود: تعیین مالیات در استانها باید بر مبنای درآمد و وضعیت اقتصادی استان باشد و استانی همانند سیستان و بلوچستان نباید با سایر استانها از جمله تهران مقایسه شود.

حسینی با بیان اینکه بازرسان اتحادیه ها و مجامع در سطح

رئیس اتحادیه کشوری کفشان دست دوز خبر داد: یک میلیون ایرانی شاغل در صنعت فرش کشور

رئیس اتحادیه کشوری کفشان دست دوز با اشاره جایگاه صنعت فرش در کشور، گفت: این صنعت به دلیل ارتباط با مشاغل دیگر چیزی بالغ بر یک میلیون شغل در کشور ایجاد کرده است

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی شورای اصناف کشور "رسول شجری" بایان این مطلب اظهار داشت: این صنعت به همراه زیرمجموعه ها و مشاغل بالادستی یک میلیون شاغل دارد که صنایع چرم طبیعی و مصنوعی از جمله این موارد هستند. صنایع مس و چاپ و بسته بندی در مشاغل جعبه سازی نیز درگیر با این صنعت هستند که به مشاغل این صنعت افزوده است.

اگر توجه ویژه ای به این صنعت اصیل و اشتغالزا که هیچگونه ارز بری از کشور ندارد، شود، قطعاً به سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور مبنی بر کاهش بیکاری و افزایش اشتغال دست خواهیم یافت.

علی رغم مشکلات موجود در زمینه تولید در سال گذشته در صنعت فرش موفق بوده ایم و با وجود تمام مشکلات توانستیم با کیفیت مطلوب تولیدات داخلی در سال گذشته صادر کننده نمونه کشوری داشته باشیم که این خود نشان از تلاش و توانایی بالای تولید کنندگان داخلی دارد.

وی با اشاره به توانایی و پتانسیل بالای تولید کنندگان داخلی تصریح کرد: با وجود اینکه شرایط خوب به جهت تحریم ها برای تولید کنندگان وجود ندارد این اعتقاد را داریم که باید مقاومت داشته باشیم و بتوانیم از کمترین شرایط بهترین بهره را ببریم.

شجری با اشاره به برگزاری ۲ نمایشگاه موفق امپکت در صنعت فرش اظهار داشت: برگزاری این دو نمایشگاه دستاوردهای زیادی را برای صنعت فرش کشور به همراه داشت و ۳۲ شرکت معتبر ایتالیایی و از شرکت های چین و تایوان نیز در نمایشگاه حضور داشتند.

وی با بیان اینکه ایتالیا رتبه نخست تولید فرش در جهان را دارد، افزود: ارزش افزوده فرش ایتالیا بیش از ۴۷ دلار است و ارزش افزوده فرش ایران ۲/۵ نیم دلار است که البته به دلیل تحریم ها شرایط صادرات فراهم نمی باشد.

شجری با بیان اینکه در سال جاری توانسته ایم آخرین ماشین آلات روز را خریداری کنیم اظهار داشت: با این روند می توانیم سطح کیفیت تولیدات را ارتقاء دهیم و با ساماندهی



انا لله و انا اليه راجعون

جناب آقای ناصر حیدری دستجردی

درگذشت مادر گرامیتان را به شما و خانواده محترمان تسلیت عرض نموده و برای ایشان از درگاه خداوند متعال مغفرت، برای شما و سایر بازماندگان صبر جمیل و اجر جزیل خواهیم.

"هیات مدیره اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران"

فرشی‌ساز

نمایشگاه و فروشگاه

کلکسیون‌های زیباترین و با کیفیت‌ترین فرش‌های ماشینی

محیطی کهن و پیادماندنی

تهران بازار ، خیابان مصطفی خمینی ، پایین تراز چهارراه ۱۵ خرداد ، شماره ۲۵۸-۲۵۶

تلفن : ۵۵۶۹۳۸۱۵-۱۶ ۵۵۱۶۳۷۳۲-۴



سازمان امور مالیاتی کشور

براساس اعلام سازمان امور مالیاتی

بخشنامه اداره کل امور مالیاتی مرکز تهران

اعضاء محترم صنف فرش ماشینی و موکت در رسته های شغلی نمایندگی، عمده و خرده فروش از ابتدای سال ۱۳۹۳ نسبت به نصب، راه اندازی و استفاده از دستگاه سامانه صندوق فروش pos (مکانیزه فروشگاهی) یا رایانه دارای سیستم نرم افزاری فروشگاهی و صدور الکترونیکی صورتحساب فروش (فاکتور) مطابق نمونه اعلام شده در دستورالعملهای موضوع مواد ۱۹۹ قانون مالیات برارزش افزوده و ۱۶۹ و ۱۶۹ مکرر قانون مالیاتهای مستقیم اقدام نمایند.

شایان ذکر است هزینه های مربوط به تهیه و راه اندازی این سیستم توسط صاحبان مشاغل، از درآمد مشمول مالیات مودیان مزبور در اولین سال بهره برداری کسر خواهد گردید.

ضمناً در صورت عدم استفاده از سامانه های مذکور از معافیت مالیاتی مقرر در قانون برای سال مربوطه محروم خواهند شد.



برنامه ریزی های زیادی با هدف رسیدگی و تقویت نقش بنگاه های صادراتی در حوزه صادرات غیر نفتی کشور طراحی شده است. توانا معتقد است: تحقق اهداف صادراتی کشور تا حدود زیادی به همکاری تشکلهای و اتحادیه های صنفی، تجاری و صنعتی با بنگاه های اقتصادی صادرات گرا و سازمان توسعه تجارت ایران بستگی دارد. به گفته وی، در راستای توسعه تجارت خارجی و افزایش صادرات در کشور، دولت موظف به ایجاد زیرساخت های این حوزه است که یکی از این زیرساخت ها، شکل گیری و تقویت تشکلهای صادراتی است که می توان از این طریق، شاهد توسعه صادرات بود.

اتحادیه ها و تشکلهای واگذار شود. گیتی توانا با اشاره به این که رقابت بنگاه های اقتصادی در تولید محصولی با کیفیت برای عرضه در بازارهای جهانی، اعتماد سازی در فعالیت ها و اتصال به بازارهای جهانی را افزایش می دهد، تصریح کرد: توسعه و توانمند سازی تشکلهای صادراتی نیز یکی دیگر از راهکارهای توسعه تجارت است. وی با تأکید بر این که یکی از اصلی ترین ماموریت های سازمان های توسعه تجارت در دنیا، حمایت از توانمند سازی بنگاه های کوچک و متوسط (SME) است، افزود: به منظور تسریع، تسهیل، جامعیت بخشیدن و ساماندهی امور مربوط با توسعه تجارت خارجی و بنگاه ها و پرداخت مشوق های صادراتی،

نقش پررنگ تشکلهای توسعه تجارت

مدیرکل دفتر امور بنگاه ها در سازمان توسعه تجارت درباره همگامی تولید و تجارت با تأکید بر این که سازمان توسعه تجارت تلاش دارد با تقویت و توانمند کردن تشکلهای، نقش تشکلهای را در تجارت پررنگ تر کند،

گفت: برای توانمند کردن تولید، سعی شده مسئولیت های بیشتری در حوزه تجارت به



طی ۶ ماهه نخست امسال؛

ارزش صادرات فنی و مهندسی به مرز یک میلیارد و ۴۳۹ میلیون دلار رسید

در این مدت حجم مبادلات تجاری (صادرات و واردات) بدون احتساب میعانات گازی به ارزش ۳۴ میلیارد و ۵۶۷ میلیون دلار و وزن آن به میزان ۵۱ میلیون و ۵۶۷ هزار تن بوده است. برپایه این گزارش، کشورهای هدف صادراتی جمهوری اسلامی ایران طی ۶ ماهه نخست امسال شامل کشورهایی نظیر چین، عراق، امارات متحده عربی، افغانستان، هند، ترکیه، ترکمنستان، پاکستان، آذربایجان و مصر بوده همچنین در این مدت جمهوری اسلامی ایران از کشورهای امارات متحده عربی، چین، هند، جمهوری کره، ترکیه، آلمان، سوئیس، هلند، انگلستان و ایتالیا کالا به داخل کشور وارد کرده است.



برند تنها یک نام تجاری نیست، راهکاری مدیریتی است

نمی توانیم در این عرصه موفق ظاهر شویم. وی اذعان داشت: مدل های برندینگ در دنیا تعریف شده است و ما نیز با قرار گرفتن در مسیر بنگاههای موفق بین المللی به آن سمت و سو حرکت کنیم یکی از راهلهایی که می توانی مسیر را کوتاه کنیم متصل شدن واحدهای تولیدی داخل با برندهای معروف دنیا و استفاده از نام تجاری آن ها در صورت همکاری با آن ها است. دبیر انجمن نساجی تصریح کرد: تنوع و نوآوری در محصولات برند از نیازهای اساسی این مراکز است تا بتوانند به صورت مستمر و پایدار در بازار حضور داشته باشند و این نیازمند بهره مندی از کارشناسان طراحان و افراد متخصص در جهت مشخص کردن بازار هدف شناسایی نیاز و سلیقه آنان و حرکت به آن سو است. وی در پایان با یادآوری بر ارزش افزوده بالا در بحث برندینگ و ناسازگاری آن با نظارت و قیمت گذاری دولت بیان کرد: زمانی که ما به این نتیجه دست یافتیم که برندینگ باعث ایجاد ارزش افزوده و سودآوری می شود باید به این نتیجه برسیم که نظارت و دخالت دولت در قیمت گذاری را حذف و آن را منحصر به کالاهای اشاره شد در برنامه پنجم توسعه محدود کنیم.

دبیر انجمن نساجی در ادامه اظهار داشت: تبلیغات یکی از اجزا تاثیرگذار در بحث برندینگ است به نوعی که می توان گفت بخش عمده کار برعهده تبلیغات است اما متأسفانه هزینه های تبلیغات مورد تایید وزارت دارایی قرار نمی گیرد و جزو هزینه های بنگاههای تولیدی به حساب می آید و سیاست های کشور باید به سمتی حرکت کند که تمام هزینه تبلیغات به عنوان هزینه قابل قبول از نظر سازمان امور مالیاتی شناخته شود. حائری به موانع برندسازی در کشور اشاره کرد و گفت: از مشکلاتی که در مقابل برندسازی و حتی برندهای موجود قرار گرفته بحث قیمت گذاری و نظارت بر روی قیمت ها است زیرا روش صحیح آن قیمت گذاری به شیوه اقتصاد آزاد است و همچنین بر طبق برنامه پنجم توسعه دولت مجاز به قیمت گذاری در زمینه کالاهای انحصاری و کالاهای اساسی است در سال های گذشته دولت با دخالت در این امر و در کنار آن جریمه های نقدی و غیر نقدی سازمان تعزیرات مواجه بودیم ولی امیدواریم با سرکار آمدن دولت منتخب به اصولی که در برنامه پنجم توسعه تعریف شده پای بند باشد زیرا تا زمانی که بحث نظارت و قیمت گذاری دولت و تعزیرات در کشور است

بالاترین میزان ارزش افزوده در زنجیره تولید سهم برند است به همین دلیل وجود و تبلیغ برندهای معتبر ملی در بازارهای داخلی و بین المللی مردم را به مصرف محصولات داخلی تشویق می کند. مهندس علیرضا حائری دبیر انجمن صنایع نساجی ایران در رابطه با برندینگ و تاثیر آن بر روی صنعت نساجی گفت: بالاترین میزان ارزش افزوده در زنجیره تولید در صنایع نساجی سهم برند است به همین دلیل لازمه توسعه و پیشرفت در صنعت نساجی و پوشاک وجود برندهای معتبر ملی و معرفی و تبلیغ آن در سطح داخلی و جهانی است. وی در ادامه به برندهای موجود در صنعت نساجی اشاره کرد و گفت: برای آنکه نام تجاری به خوش نامی در بازار معرفی و سهم خود را به دست آورد مستلزم این است که سالیان متمادی با کیفیت، خدمات پس از فروش مناسب و تبلیغات خوب به بازار عرضه شود در حال حاضر نیز برندهای شناخته شده ای در بخش کالاهای نهایی در زمینه های پوشاک فرش ماشینی، موکت و کالاهای خواب وجود دارد و حضور مثبتی در بازارهای بین المللی داشته اند.

توزیع نشریه اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران

گستره توزیع نشریه اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران علاوه بر اعضاء صنف فرش ماشینی و موکت، فروشگاه های فرش و موکت، مجتمع های مسکونی منتخب و نمایشگاه های مهم داخلی و خارجی می باشد. شما می توانید برای تهیه و دریافت رایگان این نشریه از طریق زیر اقدام نمائید.

دفتر نشریه: ۰۲۱-۷۷۲۴۵۷۸۰ و ۰۲۱-۷۷۴۵۴۹۷۴

دفتر اتحادیه: خیابان شریعتی، سه راه طالقانی، نبش کوچه صدیق، ساختمان ۱۲۰، طبقه دوم - تلفن: ۷۷۵۲۷۳۸۷

فروشگاه های منتخب جهت توزیع نشریه:

فروشگاه ستاره کویر: خیابان ولی عصر، نرسیده با پارک ساعی - تلفن: ۸۸۵۵۴۷۱۱

فروشگاه فرش صفاری: خیابان مصطفی خمینی، روبروی کوچه بالاگر - تلفن: ۵۵۱۵۲۶۱۰

فرش پاتریس: میدان هفت تیر، ضلع شمال غربی میدان، بالاتر از خیابان شهید لطفی - تلفن: ۸۸۴۳۷۱۰

فروشگاه سروش پایتخت: خیابان قزوین، ۱۶ متری امیری، کوی مدرس - تلفن: ۶۶۶۹۸۴۹۳

فروشگاه قالی سلیمان: خیابان مصطفی خمینی، پائین تر از چهارراه سرچشمه، جنب پمپ بنزین - تلفن: ۳۳۵۵۶۹۱۹

فروشگاه فرش الیت: سهروردی شمالی، بالاتر از میدان قندی، روبروی کوچه اشراقی - تلفن: ۸۸۵۲۵۴۸۸

فروشگاه فرش تیرازه: خیابان مصطفی خمینی، چهارراه سیروس، فرش تیرازه - تلفن: ۳۳۵۵۱۰۳۷

توزیع در کاشان آران و بیدگل: آقای دشتیان: ۰۹۳۶۱۶۸۰۳۰

توزیع در شهرستان رامسر: آقای حامد خاتمی نژاد: ۰۹۱۱۱۹۶۱۱۴۵

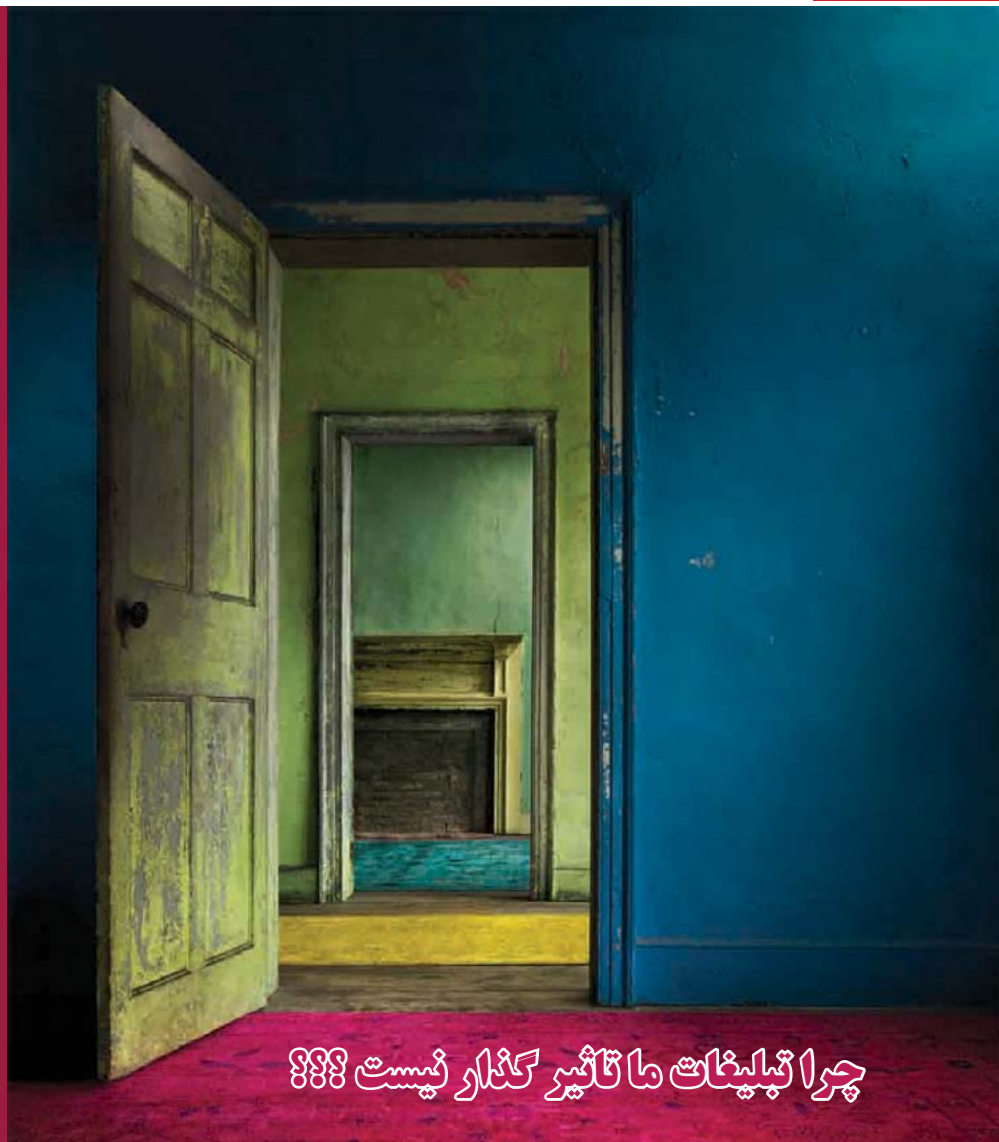
توزیع در خرم آباد: آقای فرزاد ملکی: ۰۹۱۶۳۹۸۰۰۸

همچنین به زودی تعداد دیگری از فروشگاه های منتخب و نمایندگی های شهرستان اعلام می گردد.

همچنین علاوه بر تیراژ چاپی، این نشریه برای ۲۰,۰۰۰ کاربر اینترنتی ارسال می شود که این افراد می توانند به صورت آنلاین نشریه را مطالعه کنند.



علم بازاریابی و تبلیغات روند رشد بسیار کندی داشته و باعث شده که شرکت‌ها تبلیغات را تنها در فروش اولیه ببینند. (۱) نهادهای دولتی کسری بودجه خود را به راحتی از دولت دریافت می‌کنند و برخی تولیدکنندگان عمده نیز با حمایت تعرفه‌های گمرکی و در غیاب کالاهای مرغوب خارجی سهم خود را از بازار محفوظ دانسته و لذا خود را بی نیاز از صرف هزینه‌ای برای تبلیغات می‌یابند. تنها در چند نمونه مانند صنعت شوینده‌ها شرکت‌هایی را می‌بینیم که خود را ملزم به سرمایه‌گذاری برای تبلیغات می‌یابند. دلیل دیگر این است که بنگاه‌های اقتصادی به تبلیغات نه به عنوان یک علم بلکه بیشتر به عنوان یک هنر می‌نگرند. شاید برایان پیش آمده که به سراغ یک کانون تبلیغاتی رفته و سفارش تهیه گزینه تبلیغاتی خاصی را داده‌اید. در این کانون‌ها، افراد به خاطر آشنایی با گرافیک اقدام به تهیه موارد تبلیغاتی می‌کنند و صد البته فقط روی جنبه هنری آن تمرکز دارند. اهرم‌های جذب مشتری بیشتر کانون‌ها، فقط قیمت و زیبایی کار است. ولی طراحی یک بروشور فروش ساده، با نوشتن آن خیلی فرق دارد. در چنین مواقعی دست‌اندرکاران تبلیغات، عمل خود را اینگونه توجیه می‌کنند که زیبایی موجب ماندگاری نام در ذهن فرد شده و همین ماندگاری او را به سمت خرید کالا سوق می‌دهد. ولی این تمام ماجرا نیست. این فرض که اگر مصرف کننده با نام شما آشنا باشد، قلب و کیف پولش هم این نام را دنبال خواهد کرد فرض درستی نیست. زیبایی هنری جزئی از کار است که فقط آن را بیشتر در معرض دید قرار می‌دهد؛ ولی لزوماً منجر به فروش نمی‌شود. تبلیغات زمانی کارساز است که به صورت آمیزه‌ای از علم و هنر مورد استفاده قرار گیرد.



چرا تبلیغات ما تاثیر گذار نیست ؟؟؟

نکته مهم این است: هدف از تبلیغات سروصدا برپا کردن نیست. هدف آن فروش است. این بیشتر یک علم است تا هنر. اگر پولی را که صرف بازاریابی می‌کنید، به شما باز نگردد، با دردسر بزرگی مواجه می‌شوید.

اما علم تبلیغات چیست؟

بهترین تعریفی که من برای تبلیغات شنیده‌ام این است: ((تبلیغات همه چیز را در بر می‌گیرد. تمام کارهایی که انجام می‌دهید یا نمی‌دهید. (سرچیو زایمن)))

و تنها یک هدف دارد:

((فروش کالای بیشتر، با قیمت بیشتر، به تعداد بیشتری

از افراد (سرچیو زایمن)))

ولی این چطور ممکن است؟

برای موفقیت در یک کار اصول زیادی هست که باید رعایت شوند. اصولی که نادیده گرفتن هر یک از آنها ممکن است در روند فروش تاثیر منفی داشته باشد.

تبلیغات شامل تمام موارد زیر می‌شود:

نام تجاری، بسته‌بندی، احساسی که کالا به مشتری می‌دهد، ویژگی خاص آن کالا، نحوه رفتار با مشتری، نحوه رفتار با کارکنان، شهرت، حمایت مالی، سخنگو،

هم خبری نمی‌شود! با خود می‌گویید، پس چه شد؟ آن همه هزینه‌ای که من کردم کجا رفت؟

در این مواقع افراد دوگونه عکس‌العمل نشان می‌دهند. برخی تصمیم می‌گیرند دور تبلیغات را خط کشیده و دیگر به سراغ آن نروند. طبیعتاً آنها حق را به خود داده و می‌گویند چرا باید هزینه‌ای بی‌دلیل کرده و نتیجه‌ای نگیرند. برخی دیگر هم با این توجیه که تبلیغات ما باعث شناخته شدن ناممان در بین مردم شده، به خود آرامش داده و باز به همان تبلیغات کم اثر خود ادامه می‌دهند.

هر دو گروه اشتباه می‌کنند. گروه اول به دلیل اینکه خود را از مسیر شناخته شدن کنار کشیده و گروه دوم به این دلیل که تنها قانون دنیای تبلیغات را فراموش کرده‌اند: «تبلیغات باید سبب فروش شود. تبلیغات دلیل قابل ذکر دیگری ندارد. (رایموند رابیکم)»

اما چرا تبلیغات ما نتیجه‌ای در بر ندارد؟

دلایل آن کاملاً روشن است. در کشور ما به دلیل رقابتی نبودن صنعت و دولتی بودن اکثر بنگاه‌های اقتصادی،

در دفتر یا مغازه خود نشسته‌اید، به صورتحساب هزینه‌ها نگاه می‌کنید. سکوت، تمام فضا را فراگرفته. منتظر زنگ تلفن یا ورود مشتری جهت فروش کالا یا ارائه خدمت به وی هستید. ولی خبری نمی‌شود.

سختی این لحظات زمانی شدت می‌گیرد که به یاد کرایه مکان، بدهکاری‌ها و سرمایه‌ای که برای خرید کالا یا تولید آن صرف کرده‌اید می‌افتید و باعث می‌شود که فشار عصبی زیادی بر شما وارد شود.

در این لحظات بهترین کاری که به ذهنتان می‌رسد تبلیغ کردن است. با هزار امید، برای اینکه بتوانید به کسب و کارتان رونقی ببخشید، مبلغی را پیش‌بینی کرده و به سراغ یک آژانس تبلیغاتی می‌روید تا سفارش تهیه بروشور، کاتالوگ یا یک تیزر تلویزیونی ۳۰ ثانیه‌ای را بدهید. هرچند از پرداخت چنین مبلغی راضی نیستید؛ ولی با این فکر که این عمل مشتریان را به سمت من سرازیر می‌کند به خود آرامش می‌دهید. این عملی است که شما به عنوان تولید کننده یا فروشنده حتماً آنرا تجربه کرده‌اید.

سپس دوباره به محل کار خود بازمی‌گردید و منتظر می‌مانید تا مشتری‌ها پاشنه در را ازجا درآورند! ولی باز

می‌بایست نسبت به ارزش‌های موردنظر اشراف داشت. با توجه به ناکافی بودن فضا، متأسفانه قادر به توضیح تمامی آنها نخواهیم بود و فقط به بررسی اجمالی نحوه حضور مهمترین ارزش، یعنی خود کالا یا خدمت، در تبلیغات چاپی و رسانه‌ای می‌پردازیم. ارزش‌های کالا یا کالای ارزشمند بسته به نوع کالا یا خدمتی که ارائه می‌دهید، راهکار تبلیغاتی شما نیز متفاوت خواهد بود. در معرفی کالای خود باید از چند چیز اطلاعات کامل در دست داشته باشید:

- ۱) مشتری من کیست؟
 - ۲) ویژگی‌های کالای من کدامند؟
 - ۳) مزیت‌های (ارزش‌های) کالای من کدامند؟
 - ۴) مزیت متمایز کالا و خدمت من کدام است؟
- و به طور کلی اصلاً چرا کسی باید کالای مرا بخرد، ولی کالای رقیبم را نه؟

اسم منجر به فروش نمی‌شود. مشتری دنبال چیزی می‌رود که بیشترین ارزش را نصیبش کند. اگر به مردم نگوید که چکار می‌کنید؟ چرا می‌کنید؟ و چرا آنها باید محصول شما را بخرند؟ آنها شما را نادیده خواهند گرفت. شما باید مدام به این کار ادامه دهید. مردم زود فراموش می‌کنند. روند تبلیغات شما هرگز نباید قطع شود.

ذکر دو نکته در اینجا ضروری است:

اول اینکه مشتریان متفاوت، ارزش‌های متفاوتی را طلب می‌کنند و شما به عنوان یک سازمان نمی‌توانید تمامی ارزش‌ها را یکجا و به بهترین نحو ارائه دهید. دلیل آن هم هزینه اجرای آن است، شاید مشتری شما به ارزش خاصی اهمیت ندهد، بنابراین هزینه کردن برای آن مقرون به صرفه نیست. پس باید دایره ارزش‌ها را به مشتریان منتخب خود محدود کنید. در نتیجه برای شروع تبلیغات بایستی استراتژی تبلیغاتی مخصوص و مناسب با موضوع را طراحی نمایید که این مستلزم تحقیقات بازاریابی و شناخت مشتریان است.

نکته دوم در ارتقای ارزش‌ها است. اگر اکنون یک برنامه بازاریابی برای خود تدارک دیده‌اید، باید در طول زمان آن را بهتر و بهتر کنید. یعنی به مرور، ارزش‌های بیشتر و بهتری به مشتری ارائه دهید. برای طراحی یک استراتژی موفق مبتنی بر ارزش‌ها، ابتدا

نحوه صحبت منشی‌تان با تلفن، گزینه تبلیغاتی، مطالبی که در تبلیغات‌تان می‌گویید، کارهایی که باید انجام دهید؛ ولی نمی‌دهید و موارد بسیاری دیگر.

ما نام هر یک از این موارد را ارزش می‌گذاریم. ارزش چیزی است که مشتری را به سمت خرید کالا یا خدمت سوق می‌دهد. پولی که مشتری پرداخت می‌کند، در قبال همین ارزش‌هاست و انتظار دارد پولش به هدر نرود.

ولی هیچ یک از این ارزش‌ها به تنهایی کافی نیست. مشتریان کنونی بسیار بهانه‌گیر و بی‌اعتماد شده‌اند. آنها دیگر به یک نام وفادار نمی‌مانند و با کوچکترین اشتباه به سراغ نام دیگری می‌روند. بدون توجه به ارزش‌های ذکر شده، تبلیغات تأثیر خود را از دست می‌دهد و مردم حرف تبلیغاتچی‌ها را باور نمی‌کنند. بنابراین، در یک بازار رقابتی، اکتفا کردن به یک بروشور ساده یا یک تیزر تلویزیونی، تنها دور ریختن پول است. شما نمی‌توانید فقط به یک ارزش متکی باشید.

در چنین بازاری، کسی موفق‌تر است که در قبال پولی که از مشتری دریافت می‌کند، ارزش بیشتری را به او ارائه دهد.

مشتری برای خرید یک کالا هزینه‌های زیادی می‌پردازد. بجز هزینه مالی که در آخر کار پرداخت می‌شود، او هزینه احساس نیاز، هزینه تحقیق در مورد کالا، هزینه روانی برای سپری کردن این دوره و هزینه‌های دیگری را نیز می‌پردازد. پس انتظار دارد که با صرف این هزینه‌ها، بیشترین عایدی نصیبش شود. در نتیجه به دنبال کالایی می‌رود که ارزش بیشتری را به او برساند.

حال متوجه سوالی که در آغاز مطرح شد، می‌شوید. اینکه چرا تبلیغات ما تأثیر گذار نیست؟ چون ما در تبلیغاتمان هیچ ارزشی را به مشتری عرضه نمی‌کنیم. هیچ‌گاه یک



فرش ایران باید در دسترس همه جهانیان باشد

رهبری تجارت جهانی فرش با ایران است

رئیس مرکز ملی فرش ایران نیز در حاشیه این مراسم از سهم ۴۰ درصدی ایران و رتبه اول تجارت فرش جهان خبر داد و گفت: فرش ایران به بیش از ۷۵ کشور به طور مستقیم صادر می‌شود. وی افزود: نمایشگاه امسال ۵۶۰ غرفه در فضایی به وسعت ۴۴ هزار متر مربع با حضور ۱۵ مرکز دانشگاهی، ۱۷ شکل علمی - آموزشی و رشد ۳۰ درصدی تقاضا را آغاز بکار کرده است. بازدیدکنندگان خارجی عمدتاً از ژاپن، چین، آلمان، لبنان، فرانسه و سوئیس هستند.

رئیس مرکز ملی فرش ایران با تأکید بر برندسازی در حوزه فرش گفت: در این نمایشگاه از ۵ برند منطقه‌ای فرش که در مرکز مالکیت‌های معنوی، wipo ثبت شده است رونمایی می‌شود که شامل برند تبریز، هریس، خوی، اصفهان و قم است. وی افزود: پرداخت هزینه ثبت ۱۰ برند دیگر به زودی در wipo ثبت می‌شود که می‌توان به برندهای اردبیل، چهارمحال، ساروق، همدان، مشهد، کرمان، کاشان، قشقایی و ترکمن اشاره کرد. امسال در ۲۱ نمایشگاه خارجی حضور می‌یابیم.

وی نمایشگاه فرش را بزرگترین رویداد در عرصه این صنعت اعلام کرد و گفت: در پنج ماه نخست سال جاری ۸۶ میلیون دلار فرش دستباف صادر شده است که انتظار داریم در ادامه سال رونق زیادی داشته باشد.

محمدرضا نعمت زاده در مراسم گشایش بیست و دومین نمایشگاه فرش دستباف گفت: استانداردسازی فرش، درست نیست و هنر و هنرمند را نمی‌توان به صورت استاندارد و در چارچوب مشخصی قرارداد اما مواد اولیه آن باید استاندارد و به روز باشد. نمایشگاه هم بستری برای عقد قرارداد شرکت‌های خارجی با تولیدکنندگان ایرانی است و باید دستاوردهای آن بیشتر شود.

نعمت‌زاده با بیان اینکه فرش بخشی از درآمد و صادرات ایران را تشکیل می‌دهد، گفت: صادرات غیرنفتی در پنج ماه امسال کاهش یافته است که امیدواریم جبران شود و ما هم در پی لغو مالیات‌های صادراتی و مقررات زدا در برنامه‌ریزی ۱۰۰ روزه هستیم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت از آغاز حرکت جدی دولت برای کاهش تحریم‌ها و افزایش ارتباطات بین المللی خبر داد و گفت: آمریکایی‌ها تحریم فرش دستباف ایران را محرومیت شهروندان این کشور از یک هنر اصیل می‌دانند.

نعمت زاده افزود: دولت حرکات جدی را در جهت کاهش تحریم‌ها و افزایش روابط بین الملل آغاز کرده است که امیدواریم بتوان با پیگیری از مراجع حقوقی تحریم فرش دستباف ایران نیز لغو شود و باید فرش ایرانی به عنوان یک هنر و دستبافته سنتی در دسترس همه مردم دنیا باشد.

وزیر صنعت گفت: در نامه‌ای به ستاد تدابیر ویژه اقتصادی قرار شد تعهد صادرکنندگان به شیوه هزینه‌کرد ارز ناشی از صادرات غیرنفتی برداشته شود.

احکام خرید و فروش

امام صادق علیه السلام می فرماید:
کسی که می خواهد خرید و فروش کند باید احکام آن را یاد بگیرد و اگر قبل از فراگیری احکام و دستورات آن اقدام به خرید و فروش کند بر اثر معامله های باطل و شبهه ناک به دام هلاک می افتد.

شرایط خریدار و فروشنده

مسأله ۱۷۷۵- برای خریدار و فروشنده چند چیز شرط است: ۱- بالغ بودن ۲- عاقل بودن ۳- ممنوع التصرف در اموال نبودن (مانند کسانی که به خاطر ورشکستگی از طرف حاکم شرع از تصرف در اموالشان جلوگیری شده اند). ۴- طرفین قصد جدی برای معامله داشته باشند، پس اگر به شوخی بگویند مال را فروختن اثری ندارد.

۵- کسی آنها را مجبور نکرده باشد. ۶- جنسی را که خرید و فروش می کنند ملک آنها باشد یا از طرف مالک وکیل بوده، یا ولی صغیر باشند.

مسأله ۱۷۷۶- معامله با بچه نابالغ باطل است حتی اگر ولی به او اجازه داده باشد، مگر این که طرف معامله ولی طفل باشد و طفل وسیله رساندن پول به فروشنده یا جنس به خریدار است، در این صورت اشکال ندارد، اما باید خریدار و فروشنده یقین داشته باشند که بچه جنس یا پول را به صاحب آن می رساند.

مسأله ۱۷۷۷- هرگاه از بچه نابالغ چیزی بخرد یا چیزی به او بفروشد معامله او باطل است و باید آن جنس یا پول را که از بچه گرفته به صاحب آن بدهد، نه به خود طفل و اگر صاحب آن را نمی شناسد و راهی برای شناختن او ندارد باید آن را با اجازه حاکم شرع به فقیری بدهد و اگر مال خود کودک باشد باید به ولیش برساند، البته پول یا جنسی را که او به صغیر داده می تواند از او بگیرد ولی اگر تلف شده عوض آن را نمی تواند بگیرد.

مسأله ۱۷۷۸- هرگاه خریدار یا فروشنده را که مجبور به معامله کرده اند بعداً رضایت دهد صحیح است و احتیاط مستحب آن است که صیغه معامله را دوباره بخوانند.

مسأله ۱۷۷۹- هرگاه مال کسی را بدون اجازه او بفروشند اگر بعداً رضی شود و اجازه دهد معامله صحیح است.

مسأله ۱۷۸۰- پدر و جد پدری طفل (بنابر احتیاط واجب) در صورتی حق تصرف و خرید و فروش در اموال طفل را دارند که برای او مصلحتی داشته باشد، همچنین وصی و حاکم شرع.

مسأله ۱۷۸۱- هرگاه مالی را که غصب کرده بفروشد و صاحب مال بعداً آن را برای خودش اجازه دهد معامله او صحیح است.

شرایط جنس و عوض آن

مسأله ۱۷۸۲- جنسی را که می فروشند و چیزی را که عوض آن می گیرند چند شرط دارد: ۱- باید مقدار آن معلوم باشد، به

وسیله وزن، یا پیمانه، یا شماره و عدد. ۲- توانایی بر تحویل آن را داشته باشند، بنابراین فروختن حیوانی که فرار کرده، صحیح نیست، حتی اگر چیزی را به آن ضمیمه کنند (بنابر احتیاط). ۳- صفات و خصوصیات را که در آنهاست و در ارزش جنس و میل مردم به معامله اثر دارد معین نمایند. ۴- شخص دیگری در جنس یا عوض آن حق نداشته باشد، بنابر این مالی را که نزد کسی گرو گذاشته اند بدون اجازه او نمی توان فروخت و نیز خریدار می تواند به جای پول، منفعت ملک خود را بدهد، مثلاً فرش از کسی بخرد و در عوض آن منافع یک ساله خانه خود را به او واگذار کند. خریدار و فروشنده در تعیین نرخ کالا آزادند، ولی اگر این آزادی در مواردی سبب فساد و اختلال نظام اقتصادی جامعه اسلامی گردد، حاکم شرع در چنین مواردی می تواند تعیین نرخ کند و مردم را به آن ملزم سازد.

مسأله ۱۷۸۳- جنسی را که با دیدن معامله می کنند، مانند خانه و اتومبیل و بسیاری از انواع فرشها، معامله آن بدون مشاهده صحیح نیست.

مسأله ۱۷۸۴- هرگاه جنسی را در شهری یا وزن یا پیمانه معامله می کنند و در شهر دیگر با شماره یا مشاهده، باید در هر کدام طبق عرف آن محل رفتار نمایند.

مسأله ۱۷۸۵- هرگاه یکی از شروط بالا حاصل نباشد معامله باطل است، ولی اگر خریدار و فروشنده راضی باشند که در عین

باطل بودن معامله در مال یکدیگر تصرف کنند مانعی ندارد. مسأله ۱۷۸۶- معامله اموال موقوفه باطل است، ولی هرگاه طوری خراب شود که نتواند استفاده ای را که برای آن وقف شده ببرند، مثلاً فرش مسجد طوری پاره شود که نتوان از آن برای نماز در مسجد استفاده کرد فروش آن اشکالی ندارد، همچنین مصالح کهنه ای که بعد از تعمیر و نوسازی مسجد زیاد می آید، ولی پس از فروختن باید پول آن را در همان مسجد به همان مصرف برسانند و اگر ممکن نشود به مصرفی که به مقصود واقف نزدیکتر است و اگر نیازی نباشد در مساجد دیگر مصرف کنند.

مسأله ۱۷۸۷- در وقف خاص هرگاه بین کسانی که مال برای آنان وقف شده چنان اختلافی پیدا شود که اگر مال وقف را بفروشند بیم آن می رود که فساد یا بار آید، خونی بریزد یا اموالی تلف شود، در این صورت می توانند آن مال را بفروشند و در مصرفی که به مقصود وقف کننده نزدیکتر است صرف نمایند.

مسأله ۱۷۸۸- مالک می تواند ملکی را که به دیگری اجازه داده بفروشد و اجازه آن باطل نمی شود و استفاده از آن ملک در مدت اجازه مال مستاجر است، اما اگر خریدار نمی دانسته که آن ملک را اجازه داده اند، یا گمان می کرده مدت اجازه کم است، پس از اطلاع می تواند معامله را فسخ کند.

تجربه ابعاد تازه ای از فرش و کفپوش در دموتکس چین

نمایشگاه دموتکس چین بزرگ ترین رویداد کفپوش و فرش در آسیاست که شانزدهمین دوره آن در تاریخ ۲۷-۲۵ مارس ۲۰۱۴ مطابق با ۵-۷ فروردین ۹۳ برگزار می شود. این نمایشگاه بزرگ و قدرتمند چند سالی است که مورد توجه تجار و بازرگانان و تولیدکنندگان فرش دستباف و ماشینی کشور قرار گرفته و خوشبختانه سال گذشته آغازی برای حضور برخی شرکت های ایرانی در این نمایشگاه به طور مستقیم یا از طریق شرکای تجاری چینی یا ترکیه ای آنها بود. مجله نساجی که به عنوان همکار مطبوعاتی رسمی دموتکس چین در ایران سعی کرده است در این چند سال اطلاع رسانی خوب و جامعی از این نمایشگاه داشته باشد چرا که بازار بزرگ چین و نمایشگاه دموتکس چین می تواند در توسعه صادرات صنعت کفپوش ایران بسیار موثر باشد. از سال ۲۰۱۳ سالان E۷ نیز به فضای نمایشگاه دموتکس چین اضافه شد و فضای نمایشگاهی بین المللی شانگهای به ۱۴۰,۰۰۰ متر مربع افزایش یافته است. در نمایشگاه سال ۲۰۱۴ طبق پیش بینی ها حدود ۱۲۰۰ غرفه گذار حاضر خواهند بود.

بازار چین بازاری است گسترده که در سال های اخیر در دو بخش مصرف خانگی و تجاری با پیشرفت خیره کننده ای روبرو شده است. از طرفی افزایش دستمزدها در بین چینی ها موجب شده توان خرید آن ها بالاتر برود و نیز افزایش تعداد میلیونرها در چین و ورود آنها به بازارهای کالاهای لوکس جهان شده، که فرش دستباف ایرانی نیز یکی از این کالاها در بازار کالاهای لوکس جهان به شمار می رود. از طرف دیگر رشد ساخت و سازه ها در بخش تجاری و ساخت هتل ها موجب شده در سال ۲۰۱۲ میزان فروش کفپوش ها در چین بالغ بر ۳۷۷ میلیون متر مربع بوده باشد!

رئیس جمهور قانون اصلاح قانون نظام صنفی کشور را ابلاغ کرد



قانون اصلاح قانون نظام صنفی کشور که در مجلس شورای اسلامی تصویب و به تایید شورای نگهبان رسیده است، از سوی رئیس جمهور برای اجرا ابلاغ شد. طبق قانون جدید انتشار هرگونه آگهی تبلیغاتی به هر طریق توسط فرد صنفی فاقد پروانه کسب معتبر، ممنوع است و متخلف به جرمه نقدی از یک میلیون ریال تا ۲۵۰ ریال محکوم می‌شود.

پروانه دائم یا تمدید پروانه دائم صادر کند و در صورت عدم تبدیل یا تمدید پروانه، واحد صنفی در حکم واحد بدون پروانه تلقی می‌شود.

بر اساس اصلاحات ماده (۸)، اتاق اصناف شهرستان، اتاقی متشکل از روسای اتحادیه های صنفی هر شهرستان برای انجام وظایف و مسئولیت های مقرر در این قانون است.

همچنین تبصره (۱) ماده (۱۲) قانون حذف و تبصره های (۳) و (۵) اصلاحی می‌شود که بر این اساس، صدور بیش از یک پروانه برای هر فرد صنفی واجد شرایط قانونی برای یک یا چند محل کسب به شرط معرفی مباشر، بر اساس آیین نامه اجرایی موضوع این ماده بلامانع است. در صورت عدم فعالیت بیش از شش ماه واحد صنفی بدون اطلاع اتحادیه مربوطه یا تغییر محل کسب یا نوع فعالیت توسط صاحب پروانه کسب یا واگذاری محل صنفی دارای پروانه کسب به غیر، اتحادیه موظف است پس از اخطار پانزده روزه به واحد صنفی مزبور پروانه کسب را ابطال کند.

نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران تهیه می‌شود و ظرف سه ماه از تاریخ لازم الاجرا شدن این قانون به تصویب وزیر صنعت، معدن و تجارت می‌رسد.

بر اساس اصلاحات ماده (۴)، صنف، عبارتست از آن گروهی از افراد که طبیعت فعالیت آنان از یک نوع باشد، صنوف مشمول این قانون، با توجه به نوع فعالیت آنها به دو گروه تولیدی - خدمات فنی و توزیعی - خدماتی تقسیم می‌شوند.

طبق اصلاحات ماده (۵) این قانون و الحاق دو تبصره به آن، پروانه کسب، مجوزی است که طبق مقررات این قانون به منظور شروع و ادامه کسب و کار یا حرفه به صورت موقت یا دائم به فرد یا افراد صنفی برای محل مشخص یا وسیله کسب معین داده می‌شود. پروانه کسب موقت تنها برای یکبار صادر می‌شود. مدت اعتبار پروانه کسب موقت یک سال و پروانه کسب دائم پنج سال است.

همچنین اتحادیه صنفی مکلف است با انقضای مدت اعتبار پروانه کسب، اخطاریه یک ماهه برای تبدیل پروانه موقت به

بر این اساس، از تاریخ لازم الاجرا شدن این قانون نام «مجمع امور صنفی» به «اتاق اصناف شهرستان»، نام «مجمع امور صنفی مرکز استان» به «اتاق اصناف مرکز استان» و نام «شورای اصناف کشور» به «اتاق اصناف ایران» تغییر می‌کند. همچنین بر اساس اصلاحات تبصره ماده (۲) این قانون، صنفی که قانون خاص دارند از شمول این قانون مستثنی هستند. قانون خاص قانونی است که بر اساس آن نحوه صدور مجوز فعالیت، تنظیم و تنسيق امور واحدهای ذی ربط، نظارت، بازرسی و رسیدگی به تخلفات افراد و واحدهای تحت پوشش آن به صراحت در متن قانون مربوطه معین می‌شود.

بر اساس اصلاحات تبصره (۲) ماده (۳) این قانون، اماکنی که واجد شرایط لازم جهت استقرار چند واحد صنفی باشند، می‌توانند به عنوان محل ثابت کسب توسط یک یا چند فرد صنفی پس از اخذ پروانه کسب از اتحادیه یا اتحادیه‌های ذیربط مورد استفاده قرار گیرد، آیین‌نامه اجرایی این تبصره به وسیله دبیرخانه هیئت عالی نظارت با همکاری اتاق اصناف ایران و

مراسم بزرگداشت درگذشت حاج حبیب اله عسگر اولادی توسط اصناف

مراسم بزرگداشت مرحوم حاج حبیب اله عسگر اولادی معتمد امام و رهبری توسط اتاق اصناف ایران، مجامع امور صنفی تولیدی و توزیعی تهران و با همکاری اتاق بازرگانی و انجمن های اسلامی اصناف و بازار در مسجد ارگ تهران برگزار شد



است اظهار کرد: عسگر اولادی از ستاره‌های درخشان آسمان ایران است که از آغاز در مکتب مرجعیت و فقاہت شخصیتش شکل گرفته است.

ایشان با بیان اینکه عسگر اولادی با الهام از اندیشه‌های سیاسی حضرت امام خمینی(ره) در عرصه سیاسی حضور پررنگی داشت خاطرنشان کرد: عسگر اولادی در این راه حدود ۱۲ سال را در سیاه چال زندان پر حرارت رژیم شاهنشاهی با استقامت تحمل کرد و در بیش از سه دهه عمر انقلاب اسلامی نیز همواره به عنوان یک نیروی کارآموده و با تجربه عالم و با اعتقاد راسخ به آموزه های دینی و جایگاه رهبری و مرجعیت دینی و در خدمت امام و رهبری به عنوان یک نیرو پیشتان نقش ایفا نمود. عسگر اولادی در این مدت همواره بر وحدت صفوف امت اسلامی خصوصا جریان‌های سیاسی نیروهای انقلاب می‌اندیشید و دغدغه پیشرفت آرمان های امام و رهنمودهای رهبری انقلاب اسلامی را داشت و به معنای واقعی کلمه این آرمان‌ها و رهنمودها را در دستور کار خود قرار داده بود.

و یا به افزایش اقتدار امت اسلام منتهی شود و اگر شما سعه صدر مرحوم عسگر اولادی را در مذاکرات و مکاتبات مشاهده می‌کنید بر این است که او در این راستا دغدغه اساسی داشته است. وی با بیان این‌که باید هواهای نفسانی را کنار گذاشت؛ چرا که ریشه بسیاری از چالش‌ها هوس‌ها است که جای خدا را می‌گیرد و به جای خدا نقش ایفا می‌کند، گفت: شخصیت این بنده صالح نمود این حرکت دینی است.

نایب رئیس مجلس شورای اسلامی تاکید کرد: اگر یاران باوفای رهبر معظم انقلاب نبودند قطعا فتنه ۸۸ زمینه خلق حماسه بزرگ سیاسی ۲۴ خرداد ۹۲ را فراهم نمی‌کرد و در این زمینه حاج حبیب‌الله عسگر اولادی پیشاپیش حرکت می‌کرد و نیروهای وفادار انقلاب اسلامی هم در پیشاپیش این حرکت قدم بر می‌داشتند و باید از این منظر جایگاهشان حفظ شود.

وی در ادامه با اشاره به ابعاد شخصیتی حبیب‌الله عسگر اولادی و با بیان اینکه عسگر اولادی تقریباً ۷۰ سال در عرصه‌های مختلف به عنوان یک عنصر فعال و پیشرو نقش ایفا کرده

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اتاق اصناف ایران در این مراسم که با حضور گسترده صنوف مختلف و مدیران اصناف و همچنین معاون اول رئیس جمهور، معادن اول قوه قضائیه ، رئیس سازمان بازرسی کل کشور، جمعی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی و فعالان سیاسی و اقتصادی و جمع کثیری از مردم برگزار شد، حجه الاسلام و المسلمین ابوترابی فرد، نائب رئیس اول مجلس شورای اسلامی در سخنانی با اشاره به ویژگی های شخصیتی مرحوم عسگر اولادی گفت: اگر به زندگی امام بزرگوار و رهبری عالی قدر انقلاب توجه کنیم و تعدادی از یاران ثابت قدم و استوارشان را مورد بررسی خویش قرار دهیم آیا مرحوم مغفور حبیب الله عسگر اولادی از پرفروغ‌ترین و درخشان‌ترین ستاره‌ها نیست که در آسمان فقاہت در مبارزه و در کنار امام درخشید و تا آخرین لحظه حیات در این راه ثابت قدم و استوار ماند؟

ابوترابی فرد خاطرنشان کرد: امام (ره) تاکید داشتند که هر قدمی که برمی‌دارید و هر حرفی که می‌گویید باید به عظمت اسلام

فروشگاه فرش مرکزی هفت تیر



نمایشگاه مرکزی: میدان هفت
تیر، روبروی مسجد الجواد، جنب
پله برقی

تلفن: ۰۸۸۳۰۸۷۹۲

فروشگاه فرش اسپادانا

نماینده فروش شرکت
نگین گلستان کاشان

تولیدکننده انواع فرش های
۵۰۰ شانه و ۷۰۰ شانه، گلیم و
جاجیم گل برجسته

نمایشگاه مرکزی: کاشان، شهرک
صنعتی امیرکبیر، خیابان یاس ۷

تلفن: ۰۳۶۱-۲۵۵۳۶۱۷

فروشگاه فرش البرز

محیطی کهن و بیادماندنی با

کلکسیونی از زیباترین و با
کیفیت ترین فرش های ماشینی

تهران، بازار - خیابان شهید
مصطفی خمینی - پایین تر
از چهارراه ۱۵ خرداد، شماره
۲۵۸-۲۵۶

تلفن: ۱۶ - ۵۵۶۹۳۸۱۵
۵۵۱۶۳۷۳۲-۴

فروشگاه فرش پاتریس

نماینده فروش شرکت
**فرش ستاره طلایی
دلیجان**

نمایشگاه مرکزی: میدان هفت تیر
(ضلع شمالغربی) شماره ۱۵ و ۱۶
تلفن: ۸۸۸۱۱۷۰۲

دفتر مرکزی و کارخانه: دلیجان، قطب
صنعتی بوعلی
تلفن: ۰۸۶۶-۴۲۴۸۱۱۱-۱۸

فرش جردن

محصولات:

دستگاههای فول اتوماتیک
شونهر آلفا ۴۰۰، آلفا ۳۶۰، ۵۰۰
شانه و ۷۰۰ شانه دستباف گونه
(هندلوک)

محصولی از شرکت آرا پردیس

تلفن: ۰۳۶۲۲۷۵۹۱۱۹
کارخانه و دفتر مرکزی: آران و
بیدگل، شهرک صنعتی سلیمان
صباحی بیدگلی، بلوار ۱، فرعی ۵ پلاک
۲۹۵

ماهوت کویر

نماینده فروش شرکت
**صنایع نساجی ماهوت
کویر**

تولیدکننده فرش های مدرن،
سوپر گلیم جاجیم، گلیم و گلیم
فرش

کاشان، منطقه صنعتی آران و بیدگل،
شهرک صنعتی سلیمان صباحی، بلوار
اول، پلاک ۱۲۰
تلفن: ۰۳۶۲-۲۷۵۹۵۷۲

فروشگاه فرش امین رشیدی



آدرس: آبادان - انتهای بلوار ولایت -
جنب پل کابلی امام رضا - فروشگاه

فرش امین رشیدی
موبایل: ۰۹۱۶۱۳۱۴۲۸۴
تلفن: ۰۶۳۱۴۴۳۱۱۵۹ و ۶۰

مجتمع سرای ابریشم

با امکانات ویژه مجتمع:

- ایجاد چندین رشته برقی با مارک
Mitsubishi ژاپن
- آسانسور پاناروما اروپایی
- آسانسور حمل بار
- پارکینگ به مساحت ۱۰۰۰ مترمربع
- رستوران با ۵۰ غذای ایرانی و
فرنگی
- انبارهای متمرکز

آدرس: تهران، خیابان شهید مصطفی
خمینی، ضلع شمال شرقی چهارراه
سیروس
تلفن: ۲۲۶۴۷۸۷۴-۶



فروشگاه فرش ابراهیمی

نمایندگی فرش های تهران و ساوین

- فرشهای کلاسیک با نقشه های اصیل و سنتی
- فرشهای مدرن با طرحهای فانتزی برای جوانان
- فرشهای اسپرت با رنگ آمیزی شاد برای نوجوانان
- فرشهای کودک با شخصتهای کارتونی برای خردسالان

نمایشگاه مرکزی:
نارمک چهارراه سرسبز - روبروی ایستگاه مترو - گالری فرش ابراهیمی
تلفن: ۶ - ۷۷۴۹۸۶۲۴
دفتر پخش:
بازار - خیابان شهید مصطفی خمینی - نرسیده به چهارراه سیروس
جنب بانک سپه - فروشگاه ابراهیمی
تلفن: ۸ - ۳۳۵۰۵۰۶۳

Ebrahimi Carpet

فرش ماهور

تولیدکننده انواع فرش

ماشینی و صادرات سالیانه

بیش از یک میلیون دلار

تهران، خیابان بهشتی، خیابان سهند،
کوچه شهر تاش، شماره ۳۱، واحد ۷

تلفن: ۰۲۱-۸۸۵۲۶۵۰۸-۱۰

فرش نگین مشهد تابان

این فرش دستباف نیست ...

تولیدکننده فرش ماشینی ۷۰۰

شانه بافت کریستال دستباف
گونه

کاشان، شهرک صنعتی راوند، بلوار
یکم شرقی

تلفن: ۰۳۶۱-۵۵۳۵۴۴۰-۳

فروشگاه فرش مشهد اردهال

بافته ای از ابریشم و پربان

تولیدکننده فرش با تکنولوژی
نانو

تهران، خیابان شریعتی، روبروی ظفر،
ساختمان نگین ظفر

تلفن: ۰۲۱-۲۲۸۹۶۵۳۹-۴۲

فروشگاه فرش نگین ابریشم مشهد

دستباف نیست

دست باف گونه است

تهران، خیابان ۳۰ متری نارمک، بالاتر
از چهارراه تلفنخانه

تلفن: ۰۲۱-۷۷۹۴۹۰۵۸

۰۲۱-۷۷۹۰۹۴۸۹

دفتر مرکزی: کرج، فردیس بین فلکه
اول و دوم

تلفن: ۰۲۶۳-۶۵۶۱۱۴۰۰

۰۲۶۳-۶۵۶۱۰۲۰

فرش اعیان

اولین فرش
هزار شانه
جهان

دارنده ۵ گواهینامه
استاندارد بین المللی

کارخانه و فروشگاه مرکزی: آران
و بیدگل، شهرک صنعتی سلیمان
صباحی بیدگلی، بلوار شماره یک،
پلاک ۱۳۸

تلفن: ۰۳۶۲-۲۷۵۹۸۳۸

فرش توس مشهد

تولیدکننده انواع فرش ماشینی

۵۰۰ و ۷۰۰ شانه دستباف

گونه از تراکم ۱۰۰۰ تا ۲۵۵۰

دفتر تهران: ۰۲۱۳۳۷۷۵۹۲۲-۵

دفتر مشهد: ۰۵۱۱۲۲۵۵۵۰۸

دفتر کاشان: ۰۳۶۲۲۷۵۰۱۱۶-۷

گروه فرش کبیر یزد

اولین تولیدکننده سوپر شگی
(شگی های کات و کات لوپ)

تولید انواع فرش های سنتی و
فانتزی

یزد، رضوانشهر، صندوق پستی

۸۹۱۶۵-۷۴۳

تلفن: ۰۳۵۲-۳۶۲۲۴۲۲-۳

فروشگاه فرش نگین اکسیر

تهران، میدان بهارستان، خیابان



مصطفی خمینی، پایین تر از چهارراه
سرچشمه، روبروی پمپ بنزین، پلاک

۶۱۲ کد پستی: ۱۱۱۷۶۳۷۱۶۸

تلفن: ۰۲۹۵۶۴۸۵-۹۰

همراه: ۰۹۱۲۱۱۱۸۳۴۷

برآینم تازیرپای هریرانی یک فرش خوب بکسترایم

آدرس: تهران- میدان هفت تیر- مقابل فروشگاه زنجیره ای یاس
نیش کوچه مازندرانی- پلاک ۱ تلفن: ۸۸۸۲۰۵۵۲



KHOOB CARPET

فرش خوب



محصولی از گروه آراپردیس تهران



فرش جردن



رقیب نفیس ترین فرش دستباف ایران

www.jordancarpet.com

+98 362 2759119

fax: +98 362 2759190

طرح
نیایش
NIYAYESH

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به
فرش نقش خاک کاشان می باشد، پدیدهی است هرگونه تقلید
و کپی برداری از نظر قانونی و اخلاقی مجاز نیست

©Copyright 2013 All Rights Reserved by
Naghshe Khak Kashan

THE UNIQUE
ACHIVEMENT IN
PERSIAN RUG ART



۷۰۰ شانه، ۱۰ رنگ، تراکم ۳۰۰۰

محصولی از فرش نقش خاک کاشان
کاشان، شهرک صنعتی سلیمان صباحی، فرش نقش خاک کاشان



NAGHSHE KHAK CARPET
WWW.NAGHSHEKHAK.COM

۲۴ ماه
ضمانت نامه طلایی
24 MONTHS
GUARANTY

کارت طلایی
GOLDEN CARD



**SARAYE ABRISHAM
CARPET CENTER**

www.sarayeabrisham.com
info@sarayeabrisham.com

ابریشم

بزرگترین بازار فرش ماشینی کشور

آماده تحویل
فقط
رهن و اجاره...

امکانات ویژه مجتمع:

- ایجاد چندین رشته پله برقی با مارک Mitsubishi ژاپن
- آسانسور پانارومای اروپایی
- آسانسور حمل بار
- پارکینگ به مساحت ۱۰۰۰ مترمربع به صورت اختصاصی
- سیستم سرمایش و گرمایش مرکزی ریم آمریکا (rheem)
- رستوران بین المللی با بیش از ۵۰ نوع غذای اصیل ایرانی و فرنگی
- بکارگیری اصیل ترین روش های معماری
- راهروهای عریض و سقف بلند ۵ متری
- طراحی ویژه، فاخر و منحصر به فرد
- سیستم اعلام و اطفاء حریق (sprinkler)
- انبارهای متمرکز جهت نگهداری فرش

آدرس: تهران - بازار - خیابان شهید مصطفی خمینی
ضلع شمال شرقی چهارراه سیروس ، سرای ابریشم
تلفن: ۶ - ۲۲ ۶۴ ۷۸ ۷۴ - فکس: ۲۲ ۶۴ ۷۸ ۷۷

