

جهان فرش

نشریه اتحادیه صنف فرش ماشینی و موکت تهران
سال دوم - شماره دهم اسفند ۱۳۹۳



DOMOTEX
HANNOVER

- گزارش نمایشگاه دموتکس آلمان - هانوفر
- مشخصات فنی فرش ماشینی
- بررسی اهمیت و جایگاه کردستان در قالی بافی
- آنچه یک فرد صنفی باید بداند
- اقدامات قاطع اتحادیه از طریق رسانه های گروهی

” یا مقلب القلوب و الابصار یا مدبر الیل و النهار

یا محول الحول و الاحوال حول حالتا الی احسن الحال “

حلول سال نو و بهار پرطراوت را که نشانه قدرت لایزال الهی و تجدید حیات طبیعت است به تمامی عزیزان تبریک و تهنیت عرض نموده و سالی سرشار از برکت و معنویت را از درگاه خداوند متعال و سبحان برای شما عزیزان مسئلت داریم.

هیئت مدیره و کارکنان اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران

نوروز مبارک



شرکت پایارزین

S.B.R Latex

برترین گزینه کیفی در آهار فرتن
office@abnil.com www.payaresin.com

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

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

Excellent elastic properties.

Excellent elongation without failure.

Suitable stiffness.

Pilling resistance.

Increasing in dimension fastness of carpet.

Increasing washing fastness.

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

Creating good friction with covered surface .

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



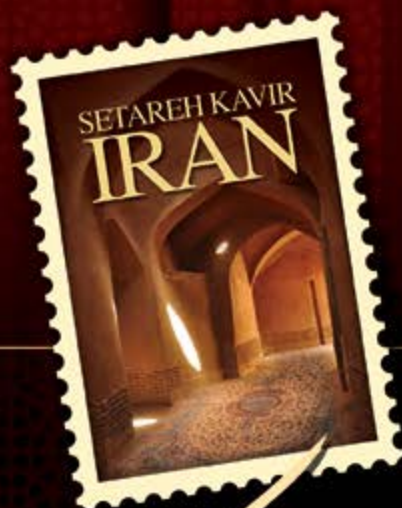
نشانی: اصفهان ، منطقه صنعتی مبارکه ،
فاز اول، انتهای خیابان نهم، پلاک ۱۱
تلفن: ۰۳۱-۵۲۳۷۳۷۰۳-۴
فاکس: ۰۳۱-۵۲۳۷۴۳۰۴





۳۴ سال افتخار و نوآوری
در هنر و صنعت ایران زمین

۱۳۶۰-۱۳۹۴



فرش ستاره کوبرزید
SETAREH KAVIR CARPET

www.SetarehKavir.com



تولیدکننده بهترین فرش‌های

۱۰۰۰ شانه

و

۷۰۰ شانه

در تراکم‌های بالا

با مدرن‌ترین دستگاه‌های بافندگی

فرش در جهان

ماهور



ن ۶۳۳۸۸۱۸۹۲



عضو انجمن صنایع نساجی ایران

شماره عضویت: ۴۵۸



JAS-ANZ



ISO 9001:2008
ISO 14001:2004
OHSAS 18001:2007
ISO 10002:2004

MAHOOR
CARPET

تهران، خیابان بهشتی، چهارراه اندیشه

خیابان سهند، کوچه شهر تاش

پلاک ۳۱

کد پستی: ۱۵۵۹۷۳۵۷۱۱

تلفن: ۰۱۰ - ۸۸۵۲۶۵۰۸

فکس: ۸۸۵۰۳۵۶۹

info@nimacarpet.ir

www.nimacarpet.ir

Join us

@

DOMOTEX

24-26.March.2015

Shanghai | China

Hall W1

Stand G15



مفهوم فرش ایرانی
The Concept Of Persian Rug

طرح اریکا
۱۰۰۰ شانه ارزد



اولین تولیدکننده فرش ۱۰۰۰ شانه در جهان

کاشان، جاده قدیم آران و بیدگل، میدان شهیدان اربابی، انتهای بلوار کارگر، میدان همت، بلوار جهاد، خیابان حکمت شرقی
 تلفن: ۵۴۷۵۰۵۸۰ - ۵۴۷۵۰۵۷۰ (۰۳۱) ۵۴۷۵۰۵۷۵ (۰۳۱) فکس: ۵۴۷۵۰۵۷۵ (۰۳۱) همراه: ۰۹۱۳۱۶۱۰۶۱۱ سامانه پیام کوتاه: ۰۲۷۵۰۵۷۰
www.gheytarancarpet.com info@gheytarancarpet.com



فرش کاخ

محصولی از شرکت توحید نقش

CARPET

۱۰۵۰ شانه تراکم ۳۱۰۰

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

۰۹۱۳۳۶۳۳۷۷۱ - ۰۹۰۱۷۵۴۷۵ - ۰۹۲۲۰۵۴۷۵ (۰۳۱)

info@kakhcarpet.com

www.kakhcarpet.com

ایران، شیپاز
مجموعه تاریخی تخت جمشید
کاخ آپادانا

KAKH



شماره ثبت ۴۰۱

مصولی از مجتمع نساجی آسایش کاشان

مادر کننده نمونه طرح در سال ۹۲

SENATOR CARPET

سنتسنتاتور

• تولید کننده

• انواع فرش ماشینی ۷۰۰ و ۱۲۰۰ شانه

• فریز، گبه، گلیم و جاجیم



آدرس: آران و بیدگل-شهرک سلیمان صباچی بیدگلی

انتهای بلوار اندیشه (اصلی ۷)

تلفن: ۱۵-۲۱۴-۹۸۳۶۲۲۷۵۰۲۱۳ فاکس: ۹۸۳۶۲۲۷۵۰۲۱۳

همراه: ۹۸۹۱۳۲۶۱۴۳۴۷

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 - نرسیده به چهارراه سیروس- جنب بانک سپه- فروشگاه ابراهیمی
 تلفن: ۸ - ۳۳۵۰۵۰۶۳
tehransavinebrahimi@yahoo.com

فرش توس مشهد

بنز ایرانی افتخار ایرانی





Toos Carpet

دفتر مشهد : ۰۵۱۳۲۲۵۵۵۰۸

دفتر تهران : ۰۲۱۳۳۷۷۵۹۲۲ - ۵

دفتر کاشان : ۰۳۱۵۴۷۵۰۱۱۶ - ۷

EMAIL: INFO@TOOSCARPET.IR

WEB: WWW.TOOSCARPET.IR



فشرای پادانا

محصول شرکت نکین گلستان کاشان

تولید کننده انواع فرشهای ۷۰۰ شانه تراکم ۲۵۵۰ و ۳۰۰۰، گلیم و جاجیم گل برجسته

فرش هزار شانه ۱۰ رنگ

محصول جدید فرش ۱۲۰۰ شانه





Ana

Ana Carpet



فرش آنا

محصولی از شرکت درخشان نگین کاشان
اولین تولیدکننده گلیم و جاجیم در خاورمیانه
آمیزه ای از هنر اصیل ایرانی و تکنولوژی روز دنیا

تولید کننده انواع فرش، هیت ست، گلیم و جاجیم با دستگاه های مدرن

کاشان، شهرک صنعتی امیر کبیر، خیابان شکوفه ۱

تلفن: ۰۳۱۵۵۵۰۳۶۱۵ - ۰۳۱۵۵۵۰۳۶۱۶ - ۰۳۱۵۵۵۰۳۲۸۸ - ۰۳۱۵۵۵۰۳۳۴۱

فکس: داخلی ۶

همراه: ۰۹۱۳۱۶۱۰۶۵۵

www.anacarpetco.com
info@anacarpetco.com



بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

CONTENTS

March 2015 - World of machine made carpet and flooring

نشریه اتحادیه صنف فرش ماشینی و موکت تهران
اسفند ۱۳۹۳ / شماره دهم



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
آزاد پیروی چناسر: خزانه دار اتحادیه
اسماعیل غفاری خضری: دبیر اتحادیه
محمدرضا محسن شیرازی: کارشناس و بازرس اتحادیه

آدرس اتحادیه:

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

صندوق پستی: تهران ۴۶۵-۱۶۷۶۵

تلفن: ۷۷۲۴۵۷۸۰ - ۷۷۴۵۴۹۷۴ فکس: ۷۷۲۴۳۲۹۶

پست الکترونیک: info@kohanjournal.com

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

مدیر داخلی و هنری: محبوبه قایدی

تحریریه: شیما شعاعی

امور اشتراک و روابط عمومی: لیلیا ابراهیمی

طراحی و صفحه آرایی: بهنوش قاسمی

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

شماره ۲۴۰ - آیین چاپ تلفن: ۷۷۵۲۰۰۳۵

توزیع تهران: ۷۷۶۵۴۲۱۲ - ۷۷۵۳۵۴۷۵ - ۰۲۱

توزیع کاشان: آقای دشتبان ۰۹۳۶۶۱۶۸۰۳۰

توزیع مشهد: آقای صلاحی مقدم ۰۹۱۵۶۰۰۷۲۷۹

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

◀ مصاحبه

مصاحبه با مدیریت فروشگاه رضوی نیا:

با خون جگر روزگار می گذرانیم ۱۵

◀ نمایشگاه ها

تکنولوژی آلمان به دیدار صنایع نساجی و

فرش ایران می آید..... ۴۷

نمایشگاه Interdye printing اوراسیا- استانبول..... ۱۷

نمایشگاه نساجی دبی آزمایشی جدید برای

نمایشگاه های نساجی در دبی ۱۷

ایده های نمایشگاهی- قسمت دوم ۱۸

گزارش نمایشگاه دموتکس آلمان- هانوفر..... ۲۹

◀ فرش و دکوراسیون

چگونه یک فرش مناسب با دکوراسیون مان انتخاب کنیم..... ۲۷

◀ فرش و چشم اندازها

بررسی تغییرات در دنیای فرش ماشینی

سال ۱۳۹۳ در تقویم فرش ماشینی..... ۲۰

بررسی اهمیت و جایگاه کردستان در قالی بافی..... ۳۶

مشخصات فنی فرش ماشینی..... ۲۶

گشتی در میان قدیم ترین فرش های جهان..... ۴۵

◀ آیا می دانید؟ ...

هفت راهکار موثر برای فروش موفق..... ۲۵

نظر سنجی مشتریان در خصوص خدمات قالیشویی..... ۲۸

دو کلمه ای که کسب و کار شما رو نجات می دهد..... ۳۲

آداب کسب و کار در اسلام ۴۶

قرارداد تجاری ترجیحی ایران و ترکیه در مقابله

با پدیده قاچاق..... ۵۳

◀ قوانین و مقررات

بخشنامه های اجرایی قابل توجه اعضا محترم صنف..... ۴۸

قوانین حقوقی و مطالب مرتبط با آن ۳۴

قوانین مالیاتی..... ۳۵

آنچه یک فرد صنفی باید بداند ۵۱

اقدامات قاطع اتحادیه از طریق رسانه های گروهی ۵۲

◀ راهنمای خریداران فرش

..... ۴۳

◀ اخبار نساجی و صنفی

..... ۵۵



سرمقاله

یالطیف



آقایان؛ تخریب ممنوع!!

اندازه نگاه دار که اندازه نکوست هم در خور دشمن است و هم لایق دوست

آموزه های ملی و مذهبی به ما آموخته که همواره در زندگی شخصی و اجتماعی خود اخلاق و انصاف را میزان و شاخص قرار دهیم و با آبرو و اعتبار دیگران همان طور رفتار کنیم که دوست داریم با آبرو و اعتبار خودمان رفتار شود. همان طور که در روایات آمده است: "وای بر مسلمانی که برای سکه ای، آبروی مسلمانی دیگر را به زیر بکشد."

یادش به خیر روزهایی که هر کسی قبل از اینکه بخواهد کسب و کاری را شروع کند اول درس مکاسب را میخواند و چند ساعتی را در باب اخلاق کسب و کار و حلال و حرام صرف می کرد و بعد وارد بازار می شد. یادش به خیر چه روزهایی که به خاطر منافع بیشتر همه چیز را زیر پا نمی گذاشتیم و حرمت ها را نگاه می داشتیم.

امروز صنف فرش ماشینی و موکت به مانند خانواده بزرگی است که بیش از هر زمان دیگری در شرایط سخت اقتصادی نیاز به اتحاد و همدلی دارد و هر علت یا بهانه ای برای برهم زدن این اتحاد و همدلی را بر نمی تابد. اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران نیز به عنوان متولی اصلی شبکه تولید و توزیع فرش ماشینی در کشور اجازه حرکت خلاف آرمان ها و اهداف مشخص اعضا خود را نخواهد داد. به همین دلیل لازم دانستیم در سرمقاله این شماره از مجله جهان فرش بیشتر به این موضوع بپردازیم تا شاید نصیحت یا گوشزدی باشد برای همه که بدانیم لازم نیست برای تبلیغ خود، همکاران خود را تخریب نمائیم چرا که این گونه حرکت های غیر حرفه ای و دور از اخلاق موجب بی اعتمادی بازار به صنف می شود و این نارضایتی و بی اعتمادی مردم و خریداران محترم نسبت به صنف فروشنده فرش، در نهایت باعث کاهش رونق بیش از پیش در بازار خواهد شد. اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران قطعاً از ورود هر مجموعه جدیدی به بدنه شبکه توزیع و فروش فرش و موکت استقبال می کند و با تمام توان به رشد و شکوفایی آن کمک خواهند نمود اما در عین حال یکی از وظایف اصلی اتحادیه ایجاد هماهنگی و نظم در بازار، جلوگیری از ایجاد تنش در بازار فرش و نیز حمایت از حقوق اعضای محترم و زحمتکش صنف است.

متأسفانه اخیراً برخی از مجموعه های تازه وارد به این بخش خواسته یا ناخواسته قصد تخریب قشر زحمتکش و با سابقه بازار را دارند و سوء استفاده از ابزارهای تبلیغاتی و بازاریابی توسط آن ها موجب دل نگرانی و تشویش در صنف شده است که در این راستا سعی کرده ایم از طرق مختلف به آن ها گوشزد نمائیم و فعالیت های پیشگیرانه خود را انجام دهیم. امیدواریم روزی برسد که همه در کنار هم و شانه به شانه هم در صف خدمت به مردم عزیز کشورمان بایستیم و نه در مقابل یکدیگر. قطعاً ملت شریف ایران که همواره در همه سختی ها و شرایط بد اقتصادی حامی صنف فروشنده فرش و موکت بوده اند شایستگی ارائه بالاترین و بهترین خدمات را دارند و قطعاً همکاران ما نیز اهمیت این موضوع را به خوبی درک می نمایند. پس بیائید کاری کنیم که با همدلی و همفکر و تلاش هر چه بیشتر در جهت اتحاد و همبستگی و تقویت این خانواده بزرگ یعنی صنف محترم فرش ماشینی و موکت کام برداریم و به کسب و روزی حلال همت گماریم.

رسول اکرم می فرمایند: بهترین مال آن است که حلال به دست آید و با آبرو حفظ شود.

در پایان لازم میدانم از طرف هیات مدیره اتحادیه و تمام همکارانم در مجله جهان فرش بار دیگر از شما خوانندگان گرامی از اینکه همواره در کنار ما هستید و با نظرات و پیشنهادات خود ما را دلگرم می نمائید کمال تشکر و قدردانی را داشته باشم و پیشاپیش سال نو و فرارسیدن بهار طبیعت را به همه همکاران و زحمتکشان صنف تبریک عرض نمایم.

سربلند باشید

محمد هادی کامالیان

ریاست اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران

قدرت چندانی برای تغییر اوضاع ندارند. و شرایط امروز به گونه ایست که باید گفت «با خون جگر روزگار می گذرانیم».

◀ فکر می کنید برای رفع این مشکل چه باید کرد؟

من فکر می کنم بانک ها باید به توزیع کنندگان وام و تسهیلاتی با سود کم اختصاص دهند. یکی از بزرگترین مشکلات ما در حال حاضر مسئله بازپرداخت وام های بانکی است که نه تنها ما بلکه تمام فروشندگان را تا مرز ورشکستگی برده است. علاوه بر این هزینه مالیات و قبوض آب و برق ملک تجاری هم هست؛ بانک ها باید به ما کمک کنند نه آنکه مانع ما شوند... اگر به ما کمک کنند به اقتصاد کشور کمک کرده اند. به طور مثال در فروشگاه ما چهار جوان شاغل اند در حال که تعطیلی مجموعه و بیکاری برای آن ها اجتماع می تواند پیامدهای بدی در پی داشته باشد. هدف من و امثال من ساختن آینده جوان ها و کمک به آن هاست... چه جوان هایی که خریدارند، چه جوان هایی که در کنار ما کار میکنند.

◀ معیارهای شما برای همکاری با شرکت های تولیدکننده فرش چیست؟

محصولات شرکت هایی که ما به عنوان فروشگاه دار آن ها نمایندگی می کنیم، از نظر کیفیت، رنگ بندی و طراحی نسبت به محصولات دیگر برتری دارند...

◀ به نظر می رسد یکی از دلایل رکود بازار فرش، گرایش به طرح های مدرن میان مصرف کنندگان است. نظر شما چیست؟

من معتقدم گرایش عمومی به فرش های ماشینی با طرح های سنتی و اصیل همچنان به قوت خود باقیست.

◀ برنامه شما برای جذب و جلب رضایت مشتریان چیست؟

رفتار مناسب، رعایت اخلاق و ادب در گفتگو با مشتریان، پاسخگویی به پرسش های مشتریان و معرفی کامل محصولات برای جلب رضایت مشتریان ما از مهم ترین وظایف ماست.

◀ برنامه ای برای استفاده از تبلیغات یا انواع روش های بازاریابی ندارید؟

به هر حال تبلیغات امکان جذب مخاطب بیشتر را برای ما فراهم می کند. شرکت هایی که ما با آن ها همکاری می کنیم در پی تبلیغات تلویزیونی و تبلیغات محیطی اند. این نوع تبلیغات اغلب موثرتر از انواع دیگر اند.

◀ به نظر شما در رقابت با فرش های ترکی



رضوی نیا در توصیف بازار فرش گفت:

با خون جگر روزگار می گذرانیم

حدود چهل سال است که در این عرصه فعالیت می کند... به قول خودش با این کار آمیخته و عجین شده است. سال ۱۳۵۳ به عنوان کارمند وارد کاخانه های فرش ماشینی آن زمان یعنی راوند و مخمل شده است و امروز به عنوان فروشنده رو به روی ما در فروشگاه ماهریس در کنج میدان هفت تیر که این روزها پاتوق فروشگاه های فرش ماشینی شده؛ نشسته است از وضعیت فروشگاه داری و روزهای سختی که اقتصاد فرش ماشینی با آن دست و پنجه نرم می کند می گوید... رضوی نیا مدیر فروشگاهی با همین نام است که امروز میزبان ما برای این مصاحبه است.

◀ این شیوه از فروشگاه داری را از چه زمانی

آغاز کردید؟ فعالیت شما طی این مدت به چه صورت بوده است؟

از سال ۱۳۶۰... فروشگاه اول ما در منطقه امین حضور است و دو سال قبل این فروشگاه را افتتاح کردیم و امروز همزمان دو فروشگاه فرش را اداره می کنیم.

◀ شرایط فروش در این دو فروشگاه به چه صورت است؟

کاملاً متفاوت است؛ چراکه متقاضیان و خریداران ما در این دو فروشگاه از دو طبقه کاملاً متفاوت اند. در فروشگاه اول ما اقشار ضعیف تر اجتماعی برای خرید فرش می آیند اما در اینجا - هفت تیر- نسبتاً افراد مرفه تر مشتری ما هستند.

◀ به عنوان کسی که سال هاست در این عرصه فعالیت می کنید، این حرفه را چطور ارزیابی می کنید؟

به هر حال ما به این شغل عادت کردیم و سال هاست که در آن فعال هستیم؛ شاید مشاغل بهتری هم وجود داشته باشد اما برای ما که سال هاست در این عرصه فعالیت می کنیم تغییر شغل وجود ندارد و مجبور به ادامه هستیم... امروز حتی فرزاندنم هم در این حیطه اشتغال دارند.

◀ یعنی تعلق خاطری به این شغل ندارید؟

البته علاقه مند هستیم اما شرایط اقتصادی به گونه ایست که انگیزه برای ادامه فعالیت را از بین برده است. هزینه ها بیش از حد افزایش یافته و سود فروش کاهش یافته است. در گذشته شرایط به مراتب بهتر بود اما امروز تعداد کارخانه ها و فروشگاه های فرش افزایش پیدا کرد و این خود باعث کاهش سود این فعالیت شده است. مشتریان هم به دلایل اقتصادی جنس ارزان تر را به مرغوب تر ترجیح می دهند و بسیاری از فروشگاه ها و تولیدی ها اجناس بی کیفیت اما ارزان را وارد بازار می کنند که این خود باعث کاهش رونق فعالیت مجموعه هایی چون ما شده است.

◀ هزینه ها شامل چیست؟ آیا اتحادیه اقدامی در این راستا انجام داده است؟

به طور مثال مالیاتی که ما باید پرداخت کنیم؛ رقم آن سالانه افزایش می یابد در حالی که درآمدها سال به سال کمتر می شود. هزینه مربوط به برق و آب و ... اینجا فروشگاه فرش ماشینی است و شب ها برای جلب نظر مشتری باید چراغ های ویتزین را روشن و کرد و نور پردازی یکی از الزامات کاری ماست و باید هزینه سرسام آور برق را به جان بخریم و این یکی دیگر از موانع ماست.

اتحادیه و مسئولان آن هم از این شرایط باخبر اند اما



خبر اقتصادی

رئیس اتحادیه تزئینات داخلی ساختمان:

قیمت ها تا پایان سال ثابت است

میزان تولید کاغذ دیواری در سال آینده

افزایش خواهد یافت

رئیس اتحادیه تزئینات داخلی ساختمان گفت: با توجه به نزدیک بودن ایام پایانی سال و افزایش تقاضا در این صنف، قیمت ها تا پایان سال ثابت خواهد بود.

بهر روز میلانی با بیان اینکه نزدیک به ۸۵ درصد نیاز داخلی به تزئینات ساختمان از چین و کشورهای اروپایی وارد می‌شود، افزود: کارخانه های تولید تزئینات ساختمان در کشور کم است و تنها ۱۵ درصد نیاز کشور از تولیدات داخلی تامین می‌شود.

وی تصریح کرد: در حال حاضر احداث یک کارخانه بزرگ تولید کاغذ دیواری در تهران مراحل پایانی خود را پشت سر می‌گذارد و تولیدات خود را در ابتدای سال آینده به بازار عرضه خواهد کرد.

میلانی تصریح کرد: این کارخانه از لحاظ تجهیزات، به روز و بزرگترین کارخانه تولید کاغذ دیواری در خاورمیانه محسوب می‌شود و با شروع کار آن در زمینه صادرات هم فعالیت چشمگیری خواهد داشت.

وی افزود: به روزترین ماشین آلات دنیا در صنعت کاغذ دیواری در این کارخانه مورد استفاده قرار خواهد گرفت و این کارخانه دارای ۸ خط تولید است که اگر سه خط از کارخانه به صورت سه شیفت فعالیت داشته باشند، نیاز داخلی را جابجایی است و چنانچه ۵ خط دیگر نیز به سه شیفت فعالیت کاری کارخانه افزوده شود، می‌توان بخشی از تولیدات را به صادرات اختصاص داد.

میلانی نوسان قیمت ارز در این صنعت را تاثیرگذار خواند و تصریح کرد: بخش عمده‌ای از واردات این صنعت را کاغذ دیواری و پارکت، لمینیت و کفپوش وارداتی تشکیل می‌دهد و با وجود اینکه نرخ ارز در سال جاری به طور میانگین ۱۰ درصد افزایش داشت اما با توجه به رکود بازار قیمت ها افزایش نیافت.

وی تصریح کرد: تزئینات شامل کاغذ دیواری و کفپوش، گچبری پیش ساخته و آینه‌کاری، شومینه، تولید موکت سی سوزنه و پرده‌های افقی و عمودی، پرده‌دوزی و لوازم مربوط به آن و کلین سرویس (شست‌وشوی مبل و فرش) از جمله رسته‌های این اتحادیه محسوب می‌شوند.

میلانی افزود: همچنین برخی از رسته از جمله آینه‌کاری، تولید موکت سی سوزنه و شومینه نیز به دلیل استقبال کم مردم منسوخ شده‌اند.

هزینه ها بیش از حد افزایش یافته و سود فروش کاهش یافته است؛ تعداد کارخانه ها و فروشگاه های فرش افزایش پیدا کرده و این خود باعث کاهش سود این فعالیت شده است.

شرکت ها صادرات را به صورت مستقیم انجام می دهند و مجالی برای فروشگاه داران باقی نمی ماند؛ به علاوه فروش فرش در کشورهای دیگر برای کسانی که بر زبان های خارجی مسلط نیستند و قوانین بازارهای خارجی را نمی دانند چندان عاقلانه نیست.

◀ گرایش عمومی به فرش های ۱۰۰۰ شانه را چطور ارزیابی می کنید؟ شما هم فرش های ۱۰۰۰ شانه را می فروشید؟

بله... ما هم فرش های هزار شانه داریم، چون مردم خواهان خرید این نوع فرش ها هستند، البته فروش این فرش ها در حال حاضر محدود است و برای شناخته شدن در بازار نیاز به زمان دارد... همانطور فرش ۵۰۰ شانه و ۷۰۰ شانه در بازار ماندند و شناخته شدند؛ فرش ۱۰۰۰ شانه نیز در بازار جا می افتد.

◀ به نظر شما فروش این نوع فرش در مقایسه با فرش های ۹۰۰ شانه چه سرنوشتی خواهد داشت؟

فرش های ۱۰۰۰ شانه به دلیل ریزبافت بودن و مقاومت بیشتر نخ هایش بازار فرش ۹۰۰ شانه را در طولانی مدت راکد خواهد کرد.

◀ چه مدت است که شما فرش های ۱۰۰۰ شانه را به کلکسیون فروشگاه تان اضافه کردید؟

نزدیک به یک سال...

◀ میزان فروش آن در مقایسه با فرش های دیگر چقدر بوده است؟

نزدیک به ۲۰ درصد از کل فروش ما را مربوط به این فرش هاست.

◀ به نظر شما اتحادیه تا چه حد می تواند معضلات و مشکلاتی که مطرح کردید را حل کند؟

اعضای اتحادیه هم تمام تلاش خود را می کنند اما بیش از این قدرت اجرایی ندارند... اگر اتحادیه ها و قدرت و اختیار بیشتری داشته باشند؛ امکان حل مشکلات صنف توسط اتحادیه بیش از گذشته فراهم می شود.

که در بازار ایران به فروش می رسد چه باید کرد؟ بازار فرش ایران محل مناسبی برای عرضه محصولات خارجی نیست؛ چراکه ایران در زمینه فرش دستباف و ماشینی در دنیا حرف نخست را می زند. به طور مثال در دوره فرش بلژیکی وارد بازار شد اما آنگونه که باید مورد استقبال عمومی قرار نگرفت و همین امر سبب کم رنگ شدن فرش ها خارجی در بازار ایران شد. عموم افراد ترجیح می دهند فرش های بافت ایران را تهیه کنند.

◀ به نظر شما بازار فرش های دستباف تا چه حد می تواند بازار فرش ماشینی را تضعیف کند؟

فرش دستباف هیچ گاه نمی تواند بازار فرش ماشینی را به مخاطره بیندازد، چراکه مردم توان خرید فرش های دستباف را ندارند... امروزه، تقریباً در خانه تمام ایرانی ها فرش دستباف زینت بخش منازل شده است.

◀ ارزیابی شما از بازار فرش ماشینی طی دو سال اخیر چیست؟

بازار فرش ماشینی در این دو سال به شدت ضعیف شده است. به گونه ای که می توان گفت میزان فروش نسبت به دو سال قبل بیش از ۵۰ درصد کاهش داشته است.

◀ به نظر شما تاسیس مجموعه های فروش فرش در تهران و حومه مثل سرای ابریشم و شهر فرش تا چه حد به این میاله دامن زده است؟

وجود این مجموعه ها اگر از برندهای معتبر در آن حضور داشته باشند مفید است اما متأسفانه بعضی از این مجموعه های فرش های نامرغوب و با کیفیت پایین را با قیمت ارزان تر در بازار عرضه کرده اند که این خود بازار فرش ماشینی را به مخاطره انداخته است... متأسفانه مردم نیز از جزئیات یک فرش مرغوب آگاه نیستند و به صرف ارزان تر بودن فرش های این قبیل مجموعه ها، خرید از آن جا را ترجیح می دهند. در حالی اغلب فرش هایی که ارزان تر عرضه می شوند یا از نظر طرح و رنگ قدیمی اند یا از نظر جنس و نخ مرغوب و یکدست نیستند.

◀ پیش بینی شما برای سال آینده چیست؟

فقط می توانم بگویم امید ما به خداست... شرایط بازار اصلاً قابل پیش بینی نیست. دولت باید اقدامی در راستای تقویت اقتصاد و تجارت کشور انجام دهد، بانک ها باید برای توسعه همکاری با واحدهای تولیدی و توزیعی عمل کنند نه آنکه در دوره رکود با سودهای سنگین بیش از پیش آن ها را ضعیف کنند.

◀ به نظر شما توسعه صادرات فرش ایران ممکن است شرایط بازار فرش را بهبود بخشد؟



Exhibition

نمایشگاه Interdye printing اوراسیا - استانبول

سومین دوره نمایشگاه تخصصی مواد رنگی و شیمیایی نساجی،
جوهرهای چاپ و تکنولوژی های چاپ استانبول

این نمایشگاه در تاریخ ۱۰ لغایت ۱۲ مارس ۲۰۱۶ میلادی در مرکز نمایشگاه های استانبول برگزار می شود. (مطابق با ۲۰ تا ۲۲ اسفند ۹۴)

این نمایشگاه که با نام کامل Interdye & Printing Eurasia 2016 برگزار می شود به نمایشگاهی پیشرو در بخش تخصصی رنگ ها، مواد چاپ و تکنولوژی های چاپ نساجی و پارچه تبدیل شده است و بیشتر بر روی تکنولوژی های جدید چاپ تمرکز دارد. چاپ های دیجیتال و جوهر افشان بر روی پارچه و انواع کالاهای نساجی در سال های اخیر رشد فزاینده ای را داشته و ترکیه نیز یکی از مهمترین کشورها در استفاده از این تکنولوژی ها در تولید انواع پارچه و پوشاک به شمار می رود به همین جهت این نمایشگاه به نمایشگاهی قابل اعتماد در منطقه بدل شده است.

بازدیدکنندگان این نمایشگاه را طیف گسترده ای از فعالان این بخش تشکیل می دهند از جمله تولیدکنندگان انواع پارچه و نخ، شرکت های مقدمات، شرکت ها و کارخانجات تکمیل و چاپ های قطعه ای روی پوشاک و کالاهای خانگی، شرکت های تولیدکننده انواع کالاهای جین و خدمات شستشو، بافندگی های تار و پودی و کشباف، متخصصین نساجی و ...

گروه کالایی نمایشگاه به طور خلاصه عبارتند از: مواد رنگرزی نساجی، انواع پیگمنت های نساجی، جوهرهای چاپ، مواد شیمیایی و کمکی نساجی، روان کننده ها و کاتالیزرها، تجهیزات رنگرزی، تجهیزات چاپ دیجیتال، روتاری و ... تجهیزات آزمایشگاهی، تکنولوژی های چاپ نساجی، نرم افزارهای مرتبط، تجهیزات تست و کنترل کیفیت، تکنولوژی های دوستدار محیط زیست، پسامدهای نساجی و ...

دوره قبلی این نمایشگاه با حضور ۷۰ شرکت کننده از سراسر جهان برگزار شد و بیش از ۳۰۰۰ نفر از این نمایشگاه بازدید کردند.

هزینه رزرو غرفه در این نمایشگاه برای شرکت های علاقمند به معرفی محصولات خود در آن هستند ۱۹۰ یورو در متر مربع است.

نمایشگاه نساجی دبی

آزمایشی جدید برای نمایشگاه های نساجی در دبی



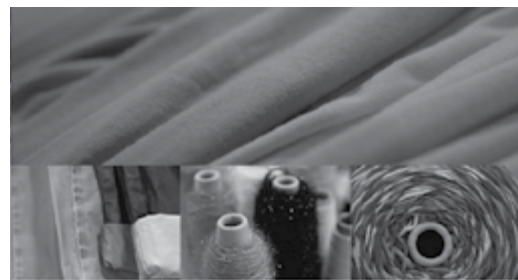
دبی شهری است که خود را به عنوان یکی از مراکز اصلی تجارت در منطقه خاورمیانه و حتی جهان معرفی کرده است و تمام امکانات و دسترسی ها را برای ایجاد محیطی جذاب برای تجارت و کسب و کار مهیا کرده است.

دبی به دلیل همین بسترسازی مناسب توانست در سال های گذشته خود را به عنوان یکی از مراکز مهم نمایشگاهی منطقه و جهان نیز معرفی کند و در حال حاضر میزبان تعداد زیادی از رویدادهای مهم نمایشگاهی در صنایع مختلف از جمله ساختمان، اتومبیل، انرژی و ... است اما همواره در میان نمایشگاه ها و رویدادهای مهم نمایشگاهی در دبی جای یک نمایشگاه نساجی قدرتمند و مطرح خالی بوده است. شرکت برگزارکننده زیادی سعی کرده اند بتوانند در دبی یک نمایشگاه نساجی در حد و اندازه های بین المللی برپا کنند اما تا به حال موفق نشده اند.

نمایشگاه نساجی دبی ۲۰۱۵ ITF با نام کامل International Textile Fair ۲۰۱۵ آزمون جدیدی است برای رسیدن به این آرزوی دیرینه.

اولین دوره این نمایشگاه در سال گذشته در تاریخ ۳ و ۴ نوامبر ۲۰۱۴ برگزار گردید. از مشخصات عجیب این نمایشگاه این است که تنها در دو روز برنامه ریزی شده است. دومین دوره این نمایشگاه قرار است در تاریخ ۲۶ و ۲۷ آوریل ۲۰۱۵ در مرکز نمایشگاه های بین المللی دبی برگزار شود. تمرکز اصلی این نمایشگاه بر روی محصولات نهایی نساجی و پارچه می باشد.

از دوره قبلی این نمایشگاه ۵۱۷۳ نفر بازدید کردند که اکثریت آن ها از آسیای میانه، خاورمیانه و قاره اروپا بوده اند. همچنین ۱۵۶ شرکت از سراسر دنیا در این رویداد شرکت کرده اند. هزینه رزرو غرفه در این رویداد ۴۴۰ یورو به ازای هر مترمربع می باشد.



10-12 March 2016

Istanbul Expo Center

www.interdyeprinting.com

Hall 9-10

Interdye
Printing Eurasia

10-12 March 2016

Istanbul Expo Center



ایده های نمایشگاهی - قسمت دوم

از یک نمایشگاه استفاده بهینه کرد؟ چگونه می توان



نمایشگاه تنها واسطه ای است که خریداران را مستقیماً به شرکت می آورد تا ارتباطات رو در رو برای تبادل اطلاعات و کالا و خدمات برقرار شود. همچنین تنها واسطه ای است که حواس پنجگانه را مهار می کند و به تولید کنندگان کالا و خدمات امکان می دهد تا محصولات خود را به نمایش بگذارند، به سوالات پاسخ دهند، بر مخالفت ها غلبه کنند و مهمتر از همه با مشتریان و خریداران احتمالی خود ارتباط برقرار سازند.

چند اصل ساده وجود دارد که هر شرکتی می تواند از آن بهره گیرد تا ارزش مشارکت خود را در هر نمایشگاهی افزایش دهد. این اصول بر اساس تجارب بازاریاب هایی است که در طول سال ها استفاده موثری از نمایشگاه ها کرده اند.

◀ قبل از برگزاری نمایشگاه چه باید کرد

صرف کمی زمان و برنامه ریزی قبل از نمایشگاه مزایای برجسته ای را طی برگزاری نمایشگاه موجب می شود. فرض کنید که شما نمایشگاه های موجود را ارزیابی و نمودار بازدیدکنندگان را تحلیل نموده اید و نمایشگاه را انتخاب کرده اید، اکنون زمان آن است که اصول موفقیت را به کار ببندید.

◀ تعیین اهداف خاص

محصول جدید خود را به مصرف کننده، مشتری های بالقوه و رسانه ها تبلیغ کنید. هر قدر هدف منسجم تر باشد احتمال دست یافتن به آن بیشتر است. پس روی مهم ترین هدف خود متمرکز شوید و تعیین اهداف قابل سنجش و خاص مهم ترین کاری است که می توانید قبل از شروع هر نمایشگاه انجام دهید.

◀ طراحی غرفه جهت برآورد کردن اهداف

موقعیت غرفه شما، طراحی آن و فعالیت هایتان باید منعکس کننده چیزی باشد که قصد دستیابی به آن را دارید. غرفه خود را خاص طراحی کنید. تعداد کارکنان غرفه و آمیزه ای از تخصص ها نیز باید در جهت هدف باشند. آیا به کارکنان فنی نیاز دارید

به مردم بگوئید چرا باید از غرفه شما بازدید کنند.

را اعمال نمایید. مهم تر این که سعی کنید انرژی و دیدگاه مثبت آن ها را حفظ نمایید.

◀ زمان بهینه ای را با بازدید کنندگان خود صرف کنید.

نکته کلیدی این است که مخاطبان مورد نظر را پیدا کرده و زمان لازم را با آن ها سپری کنید. نه چندان طولانی و نه چندان کوتاه. ملاقات های بعدی به اهداف شما بستگی دارد. به عقیده یک کارشناس امور نمایشگاهی در اکثر نمایشگاه ها هدف تعیین ملاقات است.

◀ از پوشش رسانه ای استفاده کنید

روزنامه نگاران کلیدی را دعوت کنید تا از غرفه شما بازدید کنند. میلمان راحت مردم را تشویق می کند که در غرفه شما بنشینند. آیا واقعا این چیزی است که شما می خواهید؟ شاید انتظار برود که مشتریان کنونی وقت شما را به خودشان اختصاص دهند. سعی کنید فضایی مشخص را برای این مشتریان در نظر بگیرید، ترجیحاً در محیطی دوستانه خارج از غرفه مگر این که دلیل دیگری برای حضورشان وجود داشته باشد. تماس های اجتماعی بخشی از حضور در یک نمایشگاه است اما باید آن ها را تحت کنترل خود قرار دهید.

◀ بهره برداری از نمایشگاه بعد از به پایان رسیدن آن

بازدیدکنندگان رفته اند و نمایشگاه به پایان رسیده است. اکنون وقت آن فرا رسیده است تا فرصت های جدید ایجاد شده را دنبال کنید.

◀ مجدداً اطلاعات لازم را در اختیار کارکنان

تا مطالب را به تفصیل توضیح دهند؟ آیا مدیریت ارشد باید با تصمیم گیرندگان مهم ملاقات داشته باشد؟ باید اهدافتان راهنمای شما باشند.

◀ به مردم بگویید چرا باید از غرفه شما بازدید کنند.

تحقیقات اخیر نشان داده اند که ۸۳٪ از موفق ترین شرکت های مشارکت کننده در نمایشگاه ها، آنهایی هستند که قبل از برگزاری نمایشگاه با مشتریان و خریداران احتمالی خود مکاتبه داشته اند. به مردم بگویید که در نمایشگاه شرکت می کنید و چرا آنها باید از غرفه شما بازدید کنند. روی منافع این امر تاکید کنید و از ادبیات مجذوب کننده استفاده نمایید.

◀ کارکنان غرفه خود را آموزش دهید

اولین نقش نمایشگاه بر عهده کارکنان غرفه می باشد. از آموزش لازم آنها مطمئن شوید. فروش در نمایشگاه روند متفاوتی را طی می کند. کارکنان غرفه باید اهداف شرکت در نمایشگاه را درک کرده باشند.

◀ از وب سایت ها استفاده کنید.

بسیاری از نمایشگاه ها دارای وب سایت هستند. امکان لینک شدن به سایت نمایشگاهی را بررسی کنید.

◀ بعد از برگزاری نمایشگاه، هر روز اطلاعات لازم را به کارکنان خود بدهید

هر قدر کارکنان انگیزه بیشتری داشته باشند و به خوبی از نحوه عملکرد مطلع باشند در بازاریابی موفق شما موثر تر عمل خواهند کرد. ارایه اطلاعات روزانه یک ضرورت است. اهداف خود و پیغام های کلیدی خود و نقش هر یک را به آن ها یادآوری کنید. پیشرفت خود را در جهت اهداف گزارش دهید. در صورت لزوم تغییرات لازم

◀ خود قرار دهید.

بعد از پایان نمایشگاه جلسه ای با مدیران کلیدی و کارکنان غرفه برگزار کنید. از آنچه انجام شده و نشده است یک ارزیابی به عمل آورید. برای بهبود عملکرد در نمایشگاه های آتی پیشنهادات را جمع آوری نمایید. دیدگاه کارکنان شما یک معیار با ارزش است، خصوصاً هنگامی که هنوز تصور آن ها از نمایشگاه تازه، و وقفه ای طولانی به وجود نیامده است.

◀ نتایج خود را ارزیابی کنید.

اهداف قابل سنجش و مشخص خود را به یاد دارید؟ اکنون زمان آن است تا موفقیت خود را در قبال این اهداف ارزیابی کنید. اگر فراتر از اهداف خود پیش رفته اید علت آن را مشخص کنید، به نحوی که بتوانید آن موفقیت را در نمایشگاه بعدی تکرار نمایید. اگر طبق دلخواه عمل نشده است مشخص کنید که برای عملکرد بهتر چه باید کرد.

◀ پیگیری

هر بازدید کننده از غرفه باید به موقع مورد پیگیری قرار گیرد. میزان این پیگیری به طبقه بندی رابط بستگی دارد، که در دامنه ای از نامه تشکر ساده تا ملاقات، تماس تلفنی یا ارسال بسته اطلاعاتی قرار می گیرد. شاید نتوانید با همه بازدیدکنندگان غرفه ملاقات کنید اما می توانید برای همه آنها نامه ای ارسال نمایید. با مسئولان رسانه هایی که از غرفه شما بازدید کرده اند نیز تماس بگیرید. اگر اطلاعات بیشتری نیاز دارند در اختیارشان بگذارید و درباره موفقیت با آن ها صحبت کنید.

◀ رزرو جا برای نمایشگاه بعدی

اگر به اهداف خود دست یافته اید و یا فراتر از آن عمل کرده اید، اکنون وقت آن است که برای نمایشگاه بعدی مکانی مرغوب را رزرو کنید. نمایشگاه ها به کار خود ادامه می دهند و با برنامه ریزی چند فعالیت ساده در قبل، طی برگزاری و بعد از نمایشگاه می توانید از نمایشگاه ها استفاده بهینه نمایید.





بررسی تغییرات در دنیای فرش ماشینی

سال ۱۳۹۳ در تقویم فرش ماشینی ایران

تا حدی از حجم مخاطبان فروشگاه های تک و مستقل بکاهد.

از دیگر نتایج رقابتی شدن بازار می توان، افزایش گرایش تولیدکنندگان و توزیع کنندگان به استفاده از تبلیغات به عنوان راهکاری مناسب برای ارتقای موقعیت در این فضا به شدت رقابتی اشاره کرد. درک اهمیت روش های ارتباطی و تبلیغاتی و بهره گیری از وسایل ارتباط جمعی یکی دیگر از اتفاقات مهم و موثر طی امسال است که نسبت به سال های گذشته بروز و ظهور پر رنگ تری داشته است. این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که نگرش دست اندر کاران این حوزه از شکل سنتی خارج شده است و نگرش آن ها به افکار عمومی علمی تر از سابق شده است و این خود امری کم سابقه و گامی مهم و مثبت در تاریخ تولید و عرضه این محصول به شمار می رود. نتایج حاصل از فضای رقابتی در بعد تکنولوژیک نیز نمود داشته است. تلاش تولیدکنندگان برای انحصاری کردن ماشین های بافت بر اساس شانه و جهش تولید فرش های ماشینی از پانصد یا هفتصد شانه به نهمصد، هزار و یک هزار و ۲۰۰ شانه طی دوره ای کوتاه خود گواه این امر است. این فرایند مخالفان و موافقانی نیز داشته است؛ مخالفان این امر اینطور استدلال می کنند که تمرکز صرف بر ماشین آلات جدید مانع از توسعه خلاقیت در طراحی و بهره گیری کامل از ظرفیت ماشین های قدیمی تر می شود. از دیگر انتقادات می توان به رقابت فرش های ماشینی با نمونه های دستباف اشاره کرد، در حالی که فرش ماشینی ماهیتا چیزی متفاوت از فرش دستباف است و باید با نمونه های دیگر ماشینی مقایسه شود. در مقابل موافقان بهره گیری از ماشین آلات جدیدتر و به روز معتقدند؛ این ماشین آلات امکان پیشرفت محصولات ایرانی در مقایسه با محصولات ترک را فراهم آورده است و امکان توسعه صادرات را فراهم خواهد کرد.

یکی دیگر از تغییرات عمده در دنیای فرش ماشینی شاید افزایش گرایش عمومی به فرش های پلی استری و یا ابریشم گونه باشد که طی امسال سبب افزایش تولید این محصول در مقایسه با سال گذشته شده است. این در حالیست که عمده تولیدات در زمینه فرش ماشینی از نخ های آکرلیک بافته می شود اما امروز به دلیل تخصصی تر شدن صنعت فرش و دسترسی آسان تر به پلی استر، پلی پروپیلن و...، بومی و ارزان تر بود آن ها در مقایسه با آکرلیک که بخش عمده آن از طریق واردات تامین می شود تولید فرش های پلی استرس بسیار آسان تر از گذشته شده است. در نتیجه سلیقه و خواست بازار به طور کامل تغییر کرده و در پی آن بسیاری از حامیان سرسخت آکرلیک بخشی از تولیدات خود را به فرش های پلی استر اختصاص داده اند و یا روند تولید خود را به نفع پلی استر معکوس کرده اند.

در هر حال روند تولید، توزیع و مصرف فرش ماشینی در حال تغییر است و می توان از سال ۱۳۹۳ به عنوان بخشی از مراحل گذار از یک دوره به دوره ای دیگر یاد کرد. دورانی که تقسیم بندی آن، امروز چندان صحیح و دقیق نیست و به نظر می رسد آیندگان نتوانند قضاوتی دقیق تر از ما درباره آن ارائه دهند.

آخرین روزهای سال هم دوان دوان می رود تا به جاده تاریخ بپیوندد. برای آنکه ذهن و روح ما را از خاطرات پرکنند، انبوهی از اتفاقات و خوب و بد که یک سال یا به عبارتی سیصد و شصت و چهار روز، ۸ هزار و هفتصد و سی و شش ساعت و چند ده هزار دقیقه و چند صد هزار ثانیه نا قابل... روزهایی که آمدند و با خود انبوهی از وقایع را ساختند و به سپردند و رفتند. دنیای قالی ها و فرش ها و اسباب و لوازمی هم که گوشه ای از خانه یا در جیب مان جا گرفته است نیز از این قاعده مستثنا نیست. ماجرای آن فرش که زمستان سال قبل با در هم تنیدن نخ های رنگی اش در گوشه ای از کاشان، در یکی از سوله های عظیم شهرک صنعتی ... بافته شد و سوار بر ماشین پایش به فروشگاههای در تهران باز شد و امروز در خانه ی زوجی جوان جا خشک کرده است و به بخشی از زندگی آن ها تبدیل شده؛ یا آن فرش نقش شکارگاه که سوار بر کشتی یا هواپیما راهی استرالیا و اروپا شد تا در خانه یک هنرمند ایتالیایی الهام بخش آثارش باشد.

این تنها گوشه از زندگی یک فرش است، اما تحولاتی بزرگ تر و مهم تر نیز دنیای تولید و تجارت این محصول را تحت تاثیر قرار داده و یا رقم زده است. نمایشگاه ها، احداث و تاسیس کارخانه ها و مجموعه های تولیدی و فروشگاه های جدید، طرح ها و طراحی که با ایده ها و نوآوری هایشان نیاز و سلیقه بازار را تغییر داده اند، ماشین آلاتی که بر روند و مسیر تولید اثر می گذارند. سال ۹۳ نیز برای اهالی صنعت فرش ماشینی نیز کم حادثه و ساکن نبوده است. همواره رویدادهایی در جریان بوده است؛ از نمایشگاه قازیان تپ ترکیه گرفته تا نمایشگاه فرش ماشینی تهران در شهریور ماه و دموکتس آلمان و ... این رویدادها سهم به سزایی در معرفی و عرضه فرش ماشینی ایران در سال ۹۳ و فراهم سازی امکان مقایسه محصولات ایرانی با سایر کشورهای به نام در این صنعت دارد. افزایش تمایل و انگیزه تولید کنندگان ایرانی برای حضور در این فضای رقابتی نکته مثبت و قابل توجه دیگر است که می تواند زمینه ساز توسعه این صنعت در داخل و افزایش صادرات فرش ماشینی به سایر نقاط جهان باشد.

ورود به بازارهای جهانی و حفظ این جایگاه از دیگر رویدادهایی است که اهمیت آن طی سال ۹۳ برای تولیدکنندگان بیش از پیش شناخته شد و در پی آن شرکت ها و واحدهای تولیدی فرش بر آن شدند تا به جمع صادرکنندگان فرش ماشینی بپیوندند و به قطع می توان گفت امسال در مقایسه با سال های گذشته تعداد صادرکنندگان فرش ماشینی رشد بی سابقه ای داشته است و انتظار می رود طی سال های آینده این تعداد افزایش یابد.

از دیگر رویدادهای مهم و اثرگذار در دنیای فرش ماشینی، توسعه فضای رقابتی حاکم بر این صنعت و بازار آن است که خود می تواند معلول افزایش کمی واحدهای تولیدی در داخل و افزایش حضور شرکت های ایرانی در نمایشگاه های خارجی و میل عمومی آن ها برای تصاحب بازار جهانی باشد. افزایش کمی واحدهای تولیدی فرش ماشینی در ایران پدیده ایست که طی یک یا دو سال اخیر رشد بی سابقه را تجربه کرده است؛ و اغلب این واحدهای تولید کننده در شهرک های صنعتی کاشان و آران و بیدگل فعالیت می کنند؛ به گونه ای که امروز می توان آن را قلب تولید فرش ماشینی کشور معرفی کرد. در حال حاضر نزدیک به یک هزار واحد تولیدی فرش ماشینی در این منطقه فعالیت می کنند که اغلب آن ها در سه سال اخیر فعالیت خود را آغاز کرده اند و طی سال ۹۳ فعالیت آن ها به اوج خود رسیده است. در کنار این تعداد بالا از تولیدکننده در این منطقه کوچک، نزدیک به هفتاد واحد تولیدی در سایر نقاط کشور و به طور خاص در تهران، یزد، مشهد و اصفهان و ... فعالیت می کنند. توسعه فضای رقابتی محدود به تولیدکنندگان فرش ماشینی نمی شود و افزایش تعداد کارخانه ها و افزایش تولید زمینه ساز افزایش کمی واحدهای توزیع و فروش فرش ماشینی نیز شده است. به این ترتیب می توان گفت؛ طی امسال، فضای رقابتی موجود در بازار فرش ماشینی به شدت فشرده و نزدیک به اشباع است؛ و شاید به همین دلیل تولیدکنندگان در راستای توسعه صادرات گام برداشته اند.

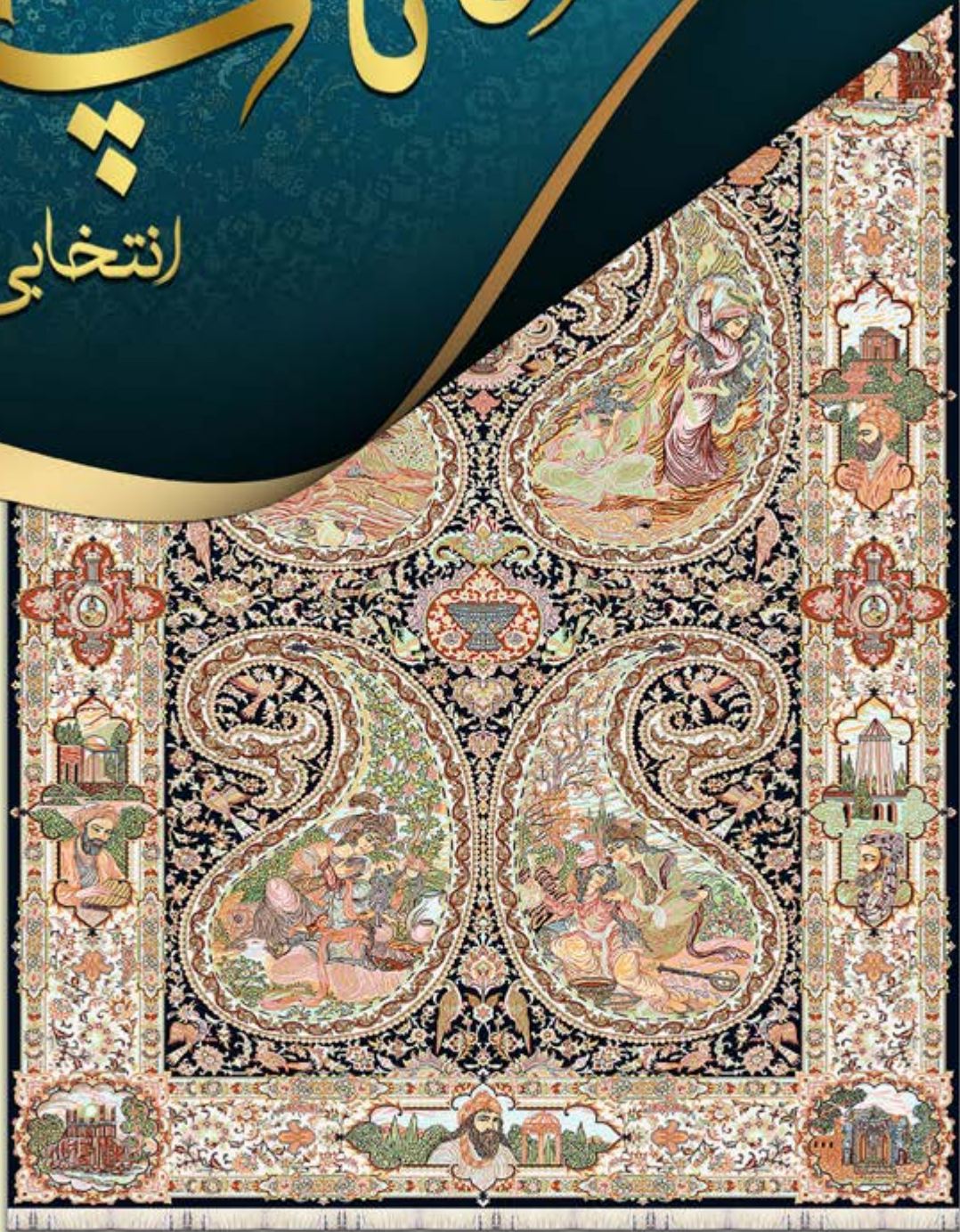
از دیگر اتفاقات مهم امسال که نخستین جرقه های آن در نیمه دوم سال ۹۲ زده شد؛ تاسیس و ایجاد مراکز تخصصی فروش فرش ماشینی است. از نگاه برخی از فروشندگان و متخصصان بازاریابی، این نوع از عرضه و فروش می تواند مفیدتر و حرفه ای تر باشد اما تا به امروز این نوع فروش آنگونه که باید خوشایند فروشگاه داران نبوده است و به دلیل تازگی و ساختارشان نتوانسته





فرش تا پشم

انتخابی ناب



برترین تولید کننده ی فرش ۱۰۵۰ شانه ابریشم دستباف گونه در جهان



R&D

SCHÖNHERR
STAUBLI GROUP

آدرس : کاشان-آران و بیدگل-شهرک صنعتی سلیمان صباحی-انتهای بلوار هیات امناء-نیش میدان ولایت-پلاک ۶۰۳

تلفکس : ۷۵-۵۴۷۵۹۹۶۵ (۰۳۱) وب سایت : www.topcarpetco.com ایمیل : top.carpetco@yahoo.com

SORENA CARPET

1000 & 700 REEDS
10 COLOR



سورنا نام سردار لیرانی

آدرس: آران و بیدگل، شهرک صنعتی سلیمان صباحی

واحد شماره یک: بلوار کارگر (اصلی یک)، پلاک ۱۱۴

تلفن: ۰۳۱-۵۴۷۵۱۱۱۱-۵۴۷۵۱۰۱۰ تلفکس: ۰۳۱-۵۴۷۵۹۰۲۹

واحد شماره ۲: بلوار ۲، فرعی ۴، پلاک ۲۶۳

تلفن: ۰۳۱-۵۴۷۵۹۲۰۳

سورنا Sorena

فرش سورنا

محصولی از گروه صنعتی سمندر خ

محصول جدید ، هزار شانه ده رنگ

بیش از ۳۰ سال تجربه در صنعت فرش ایران (از سال ۱۳۶۰ تا کنون)



۶۳۴۲۳۳۶۹۳۵



۱۰۹



۶۷۷



۵۵۴



145204



واحد تحقیق و توسعه

Web: www.sorenacarpet.com
Email: Sorena.carpet@yahoo.com



نساجی افخم ریس تهران

AFKHAM RIS TEHRAN



- شارژ انواع قرقره چله جهت ماشین آلات ۷۰۰ و ۱۰۰۰ شانه
- عرضه کننده نخ های چله و پود با بالاترین کیفیت

تلفن: ۰۹۱۲۶۹۸۴۸۶۵

M_rahimi354@yahoo.com



آنچه فروشندگان باید بدانند

هفت راهکار موثر برای فروشی موفق

موسسه هاتویت، یکی از پیشروترین و موفق ترین موسسه های فعال در آموزش فروشنده‌گی و بازاریابی است که در آمریکا، کانادا، استرالیا، چین، سنگاپور و برزیل نیز فعالیت می کند. این موسسه ۳۰ سال پیش توسط یک روان شناس انگلیسی به نام نیل راکهم تاسیس گردید و از آن زمان تا کنون با ارائه و آموزش جدیدترین شیوه های فروشنده‌گی و همچنین مهارت های فروشنده‌گی، مدیریت فروش، مذاکره، آینده پژوهی یکی از قدرتمند ترین و موفق ترین موسسه های آموزشی بین المللی در این زمینه محسوب می شود. متخصصان هاتویت می گویند ۷ راه کار وجود دارد که اگر یک فروشنده به همه آنها عمل کند قادر خواهد بود هر چیزی را بفروشد. این ۷ راه کار را برای شما در اینجا بیان می کنیم:

• تحقیق در مورد نیاز مشتری:

قبل از اقدام به فروش باید در مورد مشتریان خود و نیاز های آنها تحقیق کنید. به عنوان مثال اگر فروشنده لوازم و تجهیزات پزشکی هستید و مشتریان شما بیمارستان ها هستند، باید قبل از ملاقات با نمایندگان خرید این بیمارستان ها، نیاز های آنها را شناسایی و بعد وارد مذاکره شوید.



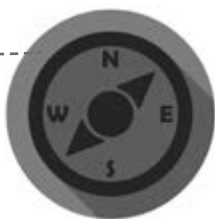
• از دانش خود برای پرسیدن سوالات عمیق و بینش مند استفاده کنید:

شما باید برای مشتری خود نقش یک همراه یا تسهیل کننده را ایفا کنید و وی را در مورد روش های استفاده از محصول خود آگاه کنید.



• همانند یک مشاور رفتار کنید:

اجازه دهید مشتری هنگام صحبت با شما احساس کند که دارد از یک مشاور متخصص برای بهبود و توسعه کسب و کار خود راهنمایی و مشاوره می گیرد.



• از خریدار در مورد اهداف و مقاصد می که از

خرید محصول شما دنبال می کند، سؤال کنید: زمانی که برای اولین بار با یک خریدار صحبت می کنید از او در مورد نیاز هایش پرسید و اینکه از محصول شما برای چه مقاصد می خواهد استفاده کند.



• به دقت گوش کنید:

یک فروشنده باید بیشتر شنونده باشد و اجازه دهد تا خریدار بیشتر حرف بزند.



• اگر با یک تیم خریدار سر و کار دارید با هر یک از اعضا تیم به طور جداگانه صحبت کنید:

بعد از اینکه با رهبر گروه صحبت کردید، به افراد دیگر گروه نیز نزدیک شوید و با هر یک جداگانه صحبت کنید تا اعتماد بین شما و همه اعضا تیم برقرار شود.



• محصول خود را به عنوان راه حلی برای مشکلات مشتری ارائه و معرفی کنید:

نیاز های مشتری را بر کیفیت محصول خود ارجح بدانید و بیش از آنکه در مورد کیفیت محصول خود حرف بزنید در مورد اینکه این محصول چگونه می تواند پاسخ گوی نیاز مشتری باشد توضیح دهید.

1 2 3 4 5 6 7



درجه بندی فرش ماشینی

مشخصات فنی فرش ماشینی

قالی‌های تکمیل شده را می‌توان به روال ذیل درجه بندی نمود:

• قالی ای را می‌توان با درجه ۱ (درجه S) شناخت که دارای ویژگی‌های زیر باشد:

- حداکثر ۱۰ سانتیمتر رفو داشته باشد.
- وصله نداشته باشد.
- روزدگی آهار نداشته باشد.
- پارگی نخ تار نداشته باشد.
- حداکثر تا ۳ ردیف اشتباه طراحی داشته باشد.
- حداکثر تا ۳ ردیف کارت در جاهای مختلف خرابی کارت ساده بافت داشته باشد.
- حداکثر سطح پشت قالی قلاب خوردگی داشته باشد.
- ریشه و زیگزاگ بدون عیب باشد.

• قالی هایی را می‌توان درجه دو (درجه S۲) شناخت که دارای ویژگی‌های ذیل باشد:

- حداکثر ۵ سانتیمتر یا ۱۰ کارت تکرار سیلندر داشته باشد.
- جایجایی نقشه خیلی کم داشته باشد.
- زیردست قالی قابل قبول باشد.
- اختلاف طول قالی در مقایسه با استاندارد تا ۱۰٪ باشد.
- مقدار آهار مصرفی در مترمربع در مقایسه با استاندارد قابل قبول باشد.
- حداقل ارتفاع خاب ۴ میلیمتر باشد (در صورتیکه اختلاف ارتفاع خاب داشته باشد).
- ارتفاع خاب سطح قالی تا ۵۰٪ نایک‌نواختی نشان بدهد.
- تیغ خوردگی کمی داشته باشد.
- حداکثر یک سانتیمتر در عرض کسری خاب داشته باشد.
- حداکثر ۱۰ خط سرتاسری نخ خاب اضافی داشته باشد.
- خاب سوختگی کم داشته باشد.

- حداکثر ۱۵ سانتی‌متر رفو داشته باشد.
- وصله نداشته باشد.
- روزدگی آهار کم داشته باشد.
- حداکثر ۵ سانتیمتر پارگی نخ تار داشته باشد.
- حداکثر تا ۶ کارت در جاهای مختلف خرابی کارت ساده بافت داشته باشد.
- حداکثر پشت قالی قلاب خوردگی داشته باشد.
- ریشه و زیگزاگ عیب کمی داشته باشد.

• قالی هایی را می‌توان درجه سه (درجه S۳) شناخت که دارای ویژگی‌های ذیل باشد:

- بیش از ۱۰ کارت یا ۵ سانتی‌متر تکرار سیلندر داشته باشد.
- جایجایی نقشه زیاد داشته باشد.
- زیردست قالی قابل قبول باشد.
- اختلاف طول در مقایسه با استاندارد تا ۳۵٪± باشد.

- تکرار سیلندر نداشته باشد.
- اندازه نقشه کامل و بدون عیب باشد.
- زیردست قالی خوب باشد.
- اختلاف طول فرش در مقایسه با استاندارد تا ۵٪± باشد.
- مقدار آهار مصرفی در متر مربع قالی مطابق استاندارد باشد.
- اختلاف ارتفاع خاب تا ۱۰٪± باشد.
- ارتفاع در سطح قالی یکسان باشد.
- تیغ خوردگی نداشته باشد.
- کسری خاب نداشته باشد.
- نخ خاب اضافی نداشته باشد.
- خاب سوختگی نداشته باشد.
- پارگی نخ خاب سرتاسری نداشته باشد.
- پارگی و سوراخ نداشته باشد.
- حداکثر ۵ سانتی‌متر رفوی غیرقابل رویت داشته باشد.
- وصله نداشته باشد.
- روزدگی آهار نداشته باشد.
- پارگی تار نداشته باشد.
- اشتباه طراحی نداشته باشد.
- خرابی کارت ساده بافی نداشته باشد.
- قلاب خوردگی در پشت قالی نداشته باشد.
- ریشه و زیگزاگ بدون عیب باشد.

• قالی هایی را می‌توان درجه یک و نیم (درجه S۱) شناخت که دارای ویژگی‌های ذیل باشد:

- تکرار سیلندر حداکثر دو کارت یا یک سانتی‌متر داشته باشد.
- اندازه نقشه کامل باشد.
- زیردست قالی خوب باشد.
- اختلاف طول قالی در مقایسه با استاندارد تا ۵٪ باشد.
- مقدار آهار مصرفی در متر مربع قالی مطابق استاندارد باشد.
- اختلاف ارتفاع خاب تا ۲۰٪± داشته باشد.
- ارتفاع خاب سطح قالی تا ۲۰٪ نایک‌نواختی نشان می‌دهد.
- تیغ خوردگی نداشته باشد.
- کسری خاب در زمینه ساده حداکثر ۳ میلیمتر و در زمینه طرح‌دار حداکثر ۵ میلیمتر داشته باشد.
- خاب سوختگی نداشته باشد.
- حداکثر تا ۴ ردیف پارگی نخ خاب سرتاسری داشته باشد.
- پارگی و سوراخ نداشته باشد.



- ریشه و زیگزاگ عیب کمی داشته باشد.
- در مورد نخ اضافی بین دو حاشیه اگر حتی با کمبود یک نخ، نقشه به هم بخورد قالی درجه یک و نیم یا دو می‌شود.

قالی‌هایی که اختلاف طول آنها از $\pm 2.5\%$ متجاوز باشد. قالی درجه ۴ شناخته شده (درجه S۴) و به صورت پادری و پشتی در ابعاد ذیل بریده می‌شوند:

- ۹۰×۷۰ سانتی‌متر

- ۷۵×۵۰ سانتی‌متر

پشتی در ابعاد:

- ۱۰۰×۷۵ سانتی‌متر

- ۷۰×۷۰ سانتی‌متر

قالی‌هایی که عرض آنها ۵ سانتی‌متر نسبت به استاندارد، کمتر باشد، درجه ۵ (درجه S۵) شناخته شده و جزء ضایعات محسوب می‌گردند.


- مقدار آهار مصرفی در متر مربع قالی در مقایسه با استاندارد قابل قبول باشد.
- در صورت وجود اختلاف ارتفاع خاب، حداقل ارتفاع خاب ۴ میلیمتر باشد.
- ارتفاع خاب سطح قالی تا ۵۰٪ ناپیکناختی نشان بدهد.
- تیغ خوردگی کم داشته باشد.
- بیش از یک سانتی‌متر در عرض کسری خاب داشته باشد.
- بیش از ۱۰ خط سرتاسری نخ خاب اضافی داشته باشد.
- خاب سوختگی زیاد داشته باشد.
- بیش از هفت ردیف پارگی نخ خاب سرتاسری داشته باشد.
- پارگی و سوراخ نداشته باشد.
- بیش از ۱۵ سانتی‌متر رفو داشته باشد.
- وصله کم داشته باشد.
- روزدگی آهار داشته باشد.
- بیش از ۵ سانتی‌متر پارگی نخ تار داشته باشد.
- بیش از ۶ ردیف اشتباه طراحی داشته باشد.
- بیش از ۶ ردیف در جاهای مختلف خرابی کارت ساده بافت داشته باشد.
- سرتاسر پشت قالی قلاب خوردگی داشته باشد.



چگونه یک "فرش" متناسب با "دکوراسیون" مان انتخاب کنیم؟

امروزه انتخاب قالی نیز مانند انتخاب بسیاری از لوازم خانه، تابع رعایت قوانین و اصولی است که به هماهنگی و سازگاری با سبک دکوراسیون محیط بیانجامد. از این رو، توصیه شده که پیش از خرید فرش، گلیم و مانند آن، مبانی خاصی مثل نقشه، اندازه و... را در نظر بگیرید. برخی از این مبناها را بخوانید.
برای بهتر به نظر رسیدن فضای خانه و ایجاد هماهنگی می‌توانید به این چند نکته توجه کنید:

۱. قالی اتاق ناهارخوری باید به اندازه‌ای باشد که عرض آن، حداقل ۶۰ تا ۷۰ سانتی‌متر از عرض میز ناهارخوری بیشتر شود تا پایه‌های صندلی، کاملاً روی قالی قرار بگیرد.
۲. برای پوشش جلوی کاناپه و مبل‌ها، از یک جفت قالی مشابه استفاده نکنید، بلکه از قالی‌های تک استفاده کنید.
۳. برای فرش کردن اتاق خواب، به جای استفاده از یک تخته قالی بزرگ، از چند تخته قالیچه کوچک و پاتختی با رنگ‌های روشن استفاده کنید.
۴. طرح‌های عشایری هماهنگی کامل با مبل‌های مدرن دارد. فقط برای مبلمان استیل، از قالی‌های اسلیمی‌گلداز استفاده کنید.
۵. طراحی منازل آپارتمانی، همخوانی کامل با قالی‌های هندسی و شاخه شکسته عشایری، گبه و گلیم دارد. می‌توان از این محصولات در فضای آپارتمانی استفاده کرد.
۶. قالی‌های ترنج‌دار اعم از طرح شکسته یا گردان، برای سالن‌های پذیرایی که ترنج آنها کاملاً در معرض دید قرار داشته یا سالن‌هایی که در وسط آن لوستری آویزان باشد، کاملاً مناسب و بسیار زیباست. این نوع قالی‌ها را باید در مرکز محل مورد نظر پهن کرد.
۷. برای مناطقی که رطوبت نسبی بالاست، از قالی‌های ابریشمی استفاده کنید. برای مناطق سردسیر، گبه‌های درشت بافت یا قالی‌های مناطق هریس، اهر، آذرشهر و... را تهیه کنید.
برای مکان‌های پررفت‌وآمد از قالی با رنگبندی روشن استفاده نکنید.

21%
۲۱ درصد مشتریان نیز در مورد عدم پاسخگویی به موقع و بدقول بودن شرکت در برگرداندن فرش آن ها در سر موعد مقرر نارضایتی خود را اعلام کرده اند.

نظر سنجی مشتریان در مورد خدمات شرکت های قالیشویی

Carpet Cleaning

در دنیای تجارت و رقابت یکی از مهمترین راه های کسب مشتریان جدید شیوه تبلیغات زبان به زبان است که توسط مشتریان رضایت مند انجام می شود و می تواند به طور تضمینی مشتریان تازه را به سمت شما بکشاند. بخش قالیشویی و خدمات شستشوی فرش و کفپوش ها در همه جای دنیا بسیار حائز اهمیت است چرا که رضایت مشتری در آن نقش مهمی دارد و در این بخش کسب رضایتمندی مشتری گاه بسیار دشوار و در عین حال بسیار ساده است.

شرکت Coit که یکی از شرکت های معتبر اروپایی در بخش ارائه خدمات شستشوی فرش و کفپوش هاست از بین افرادی که تا به حال خدمات مختلف قالیشویی را از شرکت های گوناگون دریافت کرده اند یک نظر سنجی جالب انجام داده است که می تواند بیانگر نکات جالبی باشد.

این تحقیق و نظر سنجی نتایج مثبت و منفی داشته که در اینجا مهمترین آن ها را بررسی می کنیم.

THE GOOD REVIEWS
97%

#1

۹۷ درصد از مشتریان مشترکاً به اهمیت کیفیت خدمات و سرویس ارائه شده توسط شرکت های قالیشویی به طور مستقیم اشاره کرده اند.



۵۲ درصد از مشتریان از خدمات ارائه شده به آنها و یا رفتار دوستانه پرسنل قالیشویی ها اظهار رضایت کرده اند و ۴۷ درصد آن ها نیز هزینه پرداخت شده برای این خدمات را منطقی و معقول می دانند.

47%
affordability



یکی از مهمترین مواردی که در همه سرویس ها به مشتریان و به ویژه قالیشویی باید مورد توجه قرار گیرد زمانبندی درست و متعهد بودن به آن است. چرا که معمولاً فرش از کالاهایی است که مصرف کنندگان جایگزین دیگری برای آن در خانه ندارند و عدم وجود آن موجب احساس بدی در آن ها می شود و معمولاً بدون آن لحظات خوبی را ندارند. تصور کنید فرش خانه تان که روی آن احساس گرم و نرمی دارید در خانه نباشد و هنگام راه رفتن روی کف خانه احساس سرما و ناخوشایندی دارید بنابراین دلتان می خواهد هر چه زودتر فرش شما به جای خود بازگردد. این مطلب یکی از مهمترین قسمت های گلابه مشتریان از شرکت های قالیشویی است به طوری که تنها ۲۶ درصد از مصرف کنندگان از سر وقت بودن و خوش قول بودن سرویس دهنده شان اظهار رضایت کرده اند.

THE BAD REVIEWS
61%

۶۱ درصد از افراد شرکت کننده در نظر سنجی از کیفیت کار و سرویس ارائه شده و آنچه به آن ها تحویل داده شده راضی نبوده اند و از آن شکایت کرده اند.

THE MORAL

CUSTOMER SERVICE: خدمات مشتریان:

مشتری: متأسفانه آن ها سعی کرده اند با متهم کردن من به اینکه خانه ام کثیف است و بوی فرش به دلیل بوی خانه است و آن ها نمی توانند برای آن کاری کنند خود را تبرئه کرده اند و با گستاخی به من می گویند که اگر پول بیشتری می دادید حتماً بوی فرشتان هم رفع می شد... آن ها به جای انجام دادن درست کار خودشان عادت دارند مشتریان را متهم کنند.

نتیجه: شرکت های ارائه دهنده خدمات شستشوی فرش و کفپوش باید بدانند که همیشه مشتری پادشاه است و نباید او را متهم نمایند.

PUNCTUALITY: خوش قول بودن

مشتری: مسئول تحویل فرش شرکت دقیقاً در سر ساعت مقرر فرش را درب خانه تحویل داد و حتی ۱ ساعت قبل از رسیدن به محل خانه ما از طریق تماس تلفنی آن را با ما هماهنگ کرد و ما توانستیم مقداری از اثاثیه را جمع و جور کنیم.

نتیجه: مساله ساده ای مثل زنگ زدن قبل از رسیدن به محل و تحویل به موقع مشتری شما را وفادار و خوشحال می کند.

JOB QUALITY: کیفیت کار

مشتری: فرش ما بسیار کثیف بود و لکه های رنگی بسیار زیادی روی آن وجود داشت. بچه ها به دفعات زیاد نوشیدنی و یا غذا روی آن ریخته بودند و در ۲ سال گذشته ما فرش را اصلاً نشسته بودیم. فرش ما کاملاً کثیف و از ریخت افتاده بود و کم از کم آن ناامید شده بودیم. اما وقتی فرش ما از قالیشویی به خانه آمد نتیجه خارق العاده بود و فرش ما کاملاً نو، سالم و بدون نقص به نظر می رسید. لکه و کثیفی روی فرش وجود نداشت و من از ارسال فرش خود به این شرکت فوق العاده خوشحال و راضی هستم.

نتیجه: صدای عمل همیشه از حرف بلند تر است. با ارائه سرویس خوب، مشتری را به یک تبلیغ کننده رایگان برای تجارت خود تبدیل کنید.

ترجمه و تنظیم: محبونه قایدی

50%

۵۰ درصد افراد از برخورد نامناسب کارمندان و خدمات ضعیف به مشتریان گلایه مند بوده اند.



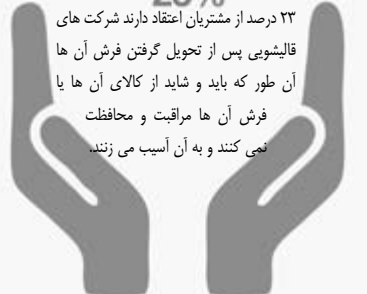
34%

۳۴ درصد مشتریان در مورد صداقت و راستگویی شرکت قالیشویی دچار شک و تردید شدند و از آن شکایت کرده اند.



23%

۲۳ درصد از مشتریان اعتقاد دارند شرکت های قالیشویی پس از تحویل گرفتن فرش آن ها آن طور که باید و شاید از کالای آن ها یا فرش آن ها مراقبت و محافظت نمی کنند و به آن آسیب می زنند.





گزارش نمایشگاه دومتکس ۲۰۱۵ هانوفر

نوآوری، الهام بخشی و فروش خوب

"We are delighted with the show's performance. It had everything: a highly attractive lineup of exhibitors and products, solid attendance figures, high-caliber trade visitors, a great many innovations and a highly international mix of exhibitors and visitors."

Dr. Jochen Köcker, Member of the Deutsche Messe Managing Board, Hannover

Exhibitors

World's biggest range of carpets and floor coverings

1.323 exhibitors **63** nations **85%** from abroad

Visitors

Some **40.000** visitors from 100 nations



90%

of them decision-makers exercising purchasing authority, with concrete investment plans



70%

from top management echelons



64%

of guests from abroad. Large increase in attendance from Near and Middle East plus South, East and Central Asia

شاید اگر بخواهیم دومتکس را در چند کلمه خلاصه کنیم کلمات نوآوری، الهام بخش و محلی برای فروش خوب محصولات بهترین کلمات ممکن باشد. نمایشگاهی که محل شماره یک ملاقات تمام فعالان این صنعت است و با مدیریت فوق العاده شرکت نمایشگاه های هانوفر آلمان هر سال گامی رو به جلو بر می دارد. در واقع نمایشگاه هایی مانند دومتکس هانوفر دیگر فقط یک نمایشگاه و رویداد سالانه نیستند بلکه پا را فراتر گذاشته اند و از مهمترین تصمیم سازان صنعت فرش و کفپوش در جهان هستند.

نمایشگاه دومتکس هانوفر که شاید بتوان آن را بین المللی ترین رویداد در صنعت کفپوش جهان نامید در تاریخ ۲۷ دیماه ۱۳۹۳ لغایت یکم بهمن برابر با ۱۷ لغایت ۲۱ ژانویه ۲۰۱۵ در هانوفر برگزار گردید. در این نمایشگاه تعدادی از شرکت های تولیدکننده فرش ماشینی ایران نیز حضور یافته و به شایستگی به معرفی محصولات تولید فرش ماشینی ایران پرداختند. همچنین فرش دستباف ایران نیز امسال در این نمایشگاه حضوری متفاوت داشت و پاپویون ایران با مترژی حدود ۴۰۰ مترمربع پذیرای علاقمندان فرش ایرانی بود.

Highlights

3

Innovations@DOMOTEX areas

70 outstanding innovations, presented in compact and well-laid-out displays

The next **DOMOTEX** runs from 16-19 January 2016.





حضور متفاوت برای فرش ایران در دموتکس ۲۰۱۵

با بررسی چگونگی حضور و ارایه فرش ایرانی در پاریس جمهوری اسلامی ایران در دوره های پیشین نمایشگاه بین المللی دموتکس آلمان به عنوان بزرگترین رویداد در حوزه کفپوش ها در سطح جهان، این بار شیوه ای متفاوت برگزیده شد.

با توجه به این که در دوره های پیشین برخی از تولیدکنندگان یا صادرکنندگان فرش ایران با دریافت یارانه های حمایتی در پاریس حضور می یافتند که آسیب هایی را از جمله خدشه وارد کردن به بازار و شبکه توزیع مستقر در آن کشور و یا قیمت شکنی در فرش ایرانی در پی داشت، این بار به جای ترغیب این گروه به حضور در این رویداد، معرفی شایسته فرش ایرانی هدف قرار گرفت.

با حضور مدیران دموتکس آلمان در بیست و سومین نمایشگاه فرش دستباف ایران و گفت و گوهای دوسویه، تدبیر برای دموتکسی متفاوت برای فرش ایران آغاز شد و اتحادیه واردکنندگان فرش ایران در اروپا، سفارت و کنسولگری ایران در آلمان و برخی از صاحب نظران و فعالان صادراتی فرش ایران به یاری مرکز ملی فرش ایران آمدند.

در دموتکس ۲۰۱۵ در پاریس ایران، "باغ ایرانی" به عنوان مضمون اصلی انتخاب شده است تا ضمن معرفی پیشینه سرزمین ایران در حوزه معماری و معرفی باغ های ایرانی، پیوند فرش ایران با معماری نیز به نمایش درآید و ترسیم شدن باغ ایرانی به عنوان نمادی از پردیس روی دستبافته های این کشور به رخ کشیده شود.

به این منظور پاریس ایران در سالن ۱۴ نمایشگاه دموتکس در مساحتی نزدیک به ۴۰۰ مترمربع، به جای فعالیت تجاری، شاهد کوششی فرهنگی و هنری برای نمایش گوشه ای از داشته های غنی فرش ایران خواهد بود.

گردآوری حدود ۳۰ قطعه از فرش های نفیس ایرانی از سراسر کشور که ضمن نزدیکی با مضمون باغ ایرانی، نشانگر تنوع و گوناگونی فرش ایران نیز باشند با همین هدف صورت گرفت و این فرشها در پاریس ایران به همراه بروشوری که بیانگر پیوند بهشت با باغ ایرانی و فرش ایرانی است به نمایش در می آیند. از دیگر برنامه های تدارک دیده شده برای این رویداد، میزگردی تخصصی برای گفت و گو درباره فرش ایران و بایسته های تبلیغاتی آن در بازار اروپاست که عصر روز یکشنبه ۱۸ ژانویه در پاریس برگزار شد. برخی از نمایندگان سرشناس ترین نشریات آلمان از جمله حاضران در این میزگرد بودند.



DOMOTEX
H A N N O V E R





DOMOTEX
HANNOVER



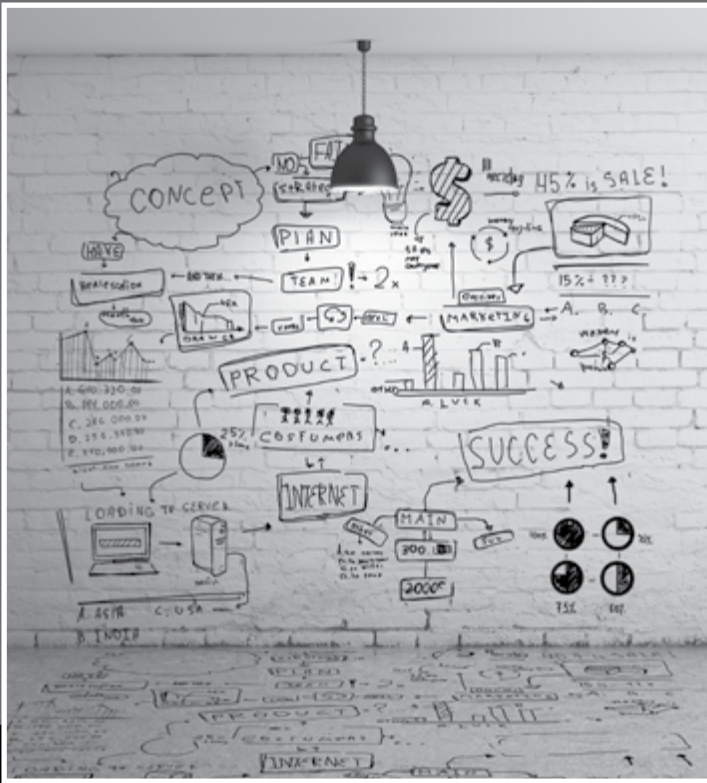
Innovation@DOMOTEX



همان طور که گفته شد دموتکس فراتر از یک نمایشگاه عمل کرده است و امروز در کنار فعالیت های تجاری به عنوان یک مرکز مهم برای نوآوری و الهام بخشی در این صنعت به شمار می رود. بخش های جانبی نمایشگاه دموتکس در این بین نقش موثری دارند و مهمترین آن ها همان "نوآوری" دموتکس است که در نمایشگاه سال ۲۰۱۵ با افزایش استقبال فعالان و طراحان مواجه شد و بیش از ۷۰ طرح نوآورانه در بخش کفپوش های نساجی، ارتجاعی، پارکت و لمینیت و نیز دست بافته های هندی ارائه شد. همچنین امسال برای اولین بار طرح های نوآورانه مربوط به تکنولوژی های نصب کفپوش ها هم ارائه گردید.

در نمایشگاه امسال در بخش فرش ماشینی ۱۷ شرکت حضور داشتند که عبارتند از ستاره کویر یزد، فرش مشهد، قالی سلیمان، فرش مشهد اردهال، بافندگی خاطره کاشان، فرش فرهی، فرش زریاب خراسان، فرش قیطان، بازرگانی ابریشمی، پولاد کاشان، گروه پارس، فرش الماس کویر، فرش ساوین، فرش زرتشت (شاهکار صفویه) بافندگی نیک زاد، فرش شاهرخ (نخ یاسمن) شهر فرش، مهتاب پارسیان در بخش فرش دستباف نیز ۱۱ شرکت در این نمایشگاه حضور یافتند که عبارتند از مرکز ملی فرش ایران، شرکت فرش حیدریان دو رو گرہ نما، فرش زرگون، فرش فرهادیان، فرش عباس نیشابوری، فرش برادران زیادی، فرش اوان، فرش ابریشم قم، فرش پور اطمینان، فرش هما، بازرگانی فرش صحرايي، فرش آبان و فرش طوفان.

اغلب بازدیدکنندگان و غرفه گذاران نمایشگاه از این رویداد بزرگ رضایت کامل داشتند و از آن به عنوان نمایشگاهی که همه چیز را با هم دارد یاد می کنند. این رویداد امسال بیش از ۴۰ هزار بازدیدکننده از ۱۰۰ کشور جهان را پذیرا بود که نسبت به دوره قبل از آن با رشد خوبی مواجه بوده است. اغلب بازدیدکنندگان را کشورهای عضو اتحادیه اروپا و پس از آن خاورمیانه و آسیا تشکیل می دهند. آمارهای منتشر شده توسط شرکت برگزارکننده این نمایشگاه قطعاً جایی را برای شک و تردید در کیفیت بالای بازدیدکنندگان این نمایشگاه باقی نمی گذارد و این امر در نظارت و عکس العمل های شرکت کنندگان نمایشگاه نیز کاملاً مشخص است چرا که اغلب غرفه گذاران در نمایشگاه دموتکس ۲۰۱۵ مثل گذشته توانسته اند طیف وسیعی از بازرگانان، تجار و تصمیم سازان این صنعت در اقصی نقاط جهان را ملاقات کنند. نمایشگاه دموتکس هانوفر ۲۰۱۵ در ۱۲ سالن و با حضور ۱۳۲۳ شرکت کننده از ۶۳ کشور جهان برگزار شد. حدود ۱۵ درصد غرفه گذاران از آلمان بودند کشورهای ترکیه و ایران و بلژیک در بخش فرش های تکه ای ماشینی حضور فعالی در این رویداد داشتند.



اگر تمایل دارید کسب‌وکار شما توسعه یابد، دیر یا زود این توصیه را خواهید شنید که «آنقدر در عمق کار فرو نروید که نتوانید از بیرون بر آن اشراف داشته باشید.» به عبارت دیگر، اندکی از وظایف روزمره خود فاصله بگیرید و به تصویر کلی کار نگاه کنید تا بفهمید چرا دارید چنین کاری را انجام می‌دهید. یکی از بهترین روش‌ها برای این کار در دو کلمه خلاصه می‌شود: «برنامه‌ریزی سالانه».

به گزارش دنیای اقتصاد به نقل از یواس‌ای تودی، در اولین ماه هر سال، من کارفرمایان و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک را ترغیب می‌کنم که برای ۱۲ ماه آینده کسب‌وکار برنامه‌ریزی سالانه‌ای داشته باشند. لطفاً از شرکت، فروشگاه یا کارخانه خود بیرون بیایید و حداقل یک روز را به ارزیابی استراتژی، تجارت، عملیات و اولویت‌هایتان در سال آینده اختصاص دهید. ایجاد یک برنامه سالانه کسب‌وکار به موفقیت شما کمک و در زمان و پول شما صرفه‌جویی می‌کند و حتی می‌تواند کسب‌وکار شما را نجات دهد. این موضوع برای من کارساز بود. هم‌اکنون من صاحب یک شرکت «ایجاد محتوا» هستم، اما این شرکت تنها با تمرکز روی یک چیز تشکیل نشد. در دوران انقلاب دات‌کام، شرکتی اینترنتی را راه‌اندازی کردم که هدفش رسیدن به بازار کسب‌وکارهای کوچک بود. من کار تامین مالی به عنوان سرمایه اولیه را انجام دادم، تیم بسیار خوبی را استخدام کردم و بهترین دفاتر

دو کلمه‌ای که کسب و کار شما را نجات می‌دهند

چگونه نجات یافتیم؟

با یک حساب و کتاب دقیق، دریافتیم که فروش کتاب می‌تواند برای مدت کمی پاسخگوی حقوق من و دو نفر دیگر از اعضای تیم کوچکم باشد. ما به یک برنامه کسب‌وکار جدید نیاز داشتیم و این همان کاری بود که انجام دادیم. به محض اینکه برگشتیم، چندین روز را صرف توسعه برنامه‌ریزی کسب‌وکار برای یک شرکت چاپ و نشر کردیم. برنامه‌ریزی کسب‌وکار باعث شد که نجات پیدا کنیم. از ابتدا، قرار گذاشتیم جلساتی برای برنامه‌ریزی سالانه کسب‌وکار داشته باشیم - که معمولاً در ماه اول هر سال برگزار می‌شد - تا مطمئن شویم آمادگی مقابله با هرگونه تغییر، تهدید و دریافت فرصت‌هایی که پیش می‌آیند را داریم.

چند سال بعد در یکی از جلسات، متوجه شدیم که ۹۰ درصد درآمد ما از نشر همان کتاب است. این مساله باعث شده بود اگر برای این توزیع‌کننده مشکلی ایجاد شود، ما دچار آسیب شویم. تمام جلسه را به این امر اختصاص دادیم که چگونه تنوع ایجاد کنیم. با ارزیابی فروش‌هایمان دریافتیم که ۱۰ درصد بقیه درآمد از بازار دانشگاه‌ها به دست می‌آید. پس منابعمان را صرف گسترش این تجارت کردیم. آن جلسه بسیار مهم بود. در پایان سال ۲۰۰۶ توزیع‌کننده کتاب ورشکست شد.

کاری را در قلب منطقه «سیلیکون ولی» داشتیم. مهمترین از همه شراکت مطمئنی با شرکت‌های پیشرو از قبیل مایکروسافت، فکس و کامپک کامپیوتر (Compaq Computer) داشتیم و در حال پیشرفت بودیم.

در این حین، کسب و کار کوچک دیگری نیز داشتیم. سالها قبل کتابی نوشته بودم که پرفروش‌ترین راهنمای برنامه‌ریزی کسب‌وکار در آمریکا شد. در اصل این کتاب توسط ناشر دیگری منتشر شد که من به تازگی حق و حقوق آن را باخیزید کردم و خودم آن را با عنوان «برنامه‌ریزی موفق کسب‌وکار: رازها و استراتژی‌ها» منتشر کردم.

تا پاییز ۲۰۰۱ تقریباً همه وجه اولیه برای شرکت جدیدم خرج شده بود. خوشبختانه قرار بود پول زیادی به دستمان برسد. قرار بود که معامله بزرگی با کامپک کامپیوتر و ۱۰۰ شرکت ثروتمند دیگر داشته باشیم.

اوایل صبح ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ در دفتر مرکزی کامپک کامپیوتر بودیم که در صفحات تلویزیون‌ها تصاویر فروریختن برج‌های دوقلو را دیدیم. همه چیز متوقف شد. با وحشت و شوک بسیار به هتل بازگشتیم. دو روز بعد دریافتیم که کسب‌وکار در آمریکا به‌طور ناگهانی متوقف شده و در نتیجه هر دو معامله ما نیز متوقف شد. شرکت داشت در آستانه فروپاشی قرار می‌گرفت.

ولی خوشبختانه ما همچنان روی پا بودیم، چون از قبل کسب‌وکار را متنوع ساخته بودیم. بار دیگر برنامه‌ریزی سالانه مرا نجات داد. فراز و نشیب کسب‌وکار ادامه داشت. در سال ۲۰۰۸ وضعیت اقتصادی دچار بحران شده بود و به همراه آن چاپ و نشر نیز در تنزل بود. طی جلسه برنامه‌ریزی سالانه در سال ۲۰۰۹ ناگهان فکر بکری به ذهنمان خطور کرد که چگونه در برابر این وضعیت ایستادگی کنیم. آن سال را «سال اسپانگی» نام نهادیم. هر چه که داشتیم را روی میز گذاشتیم تا ببینیم چه چیزی به درمان خواهد خورد. کسب‌وکار بسیار آشفته بود و همه باید بیشترین توان خود را به کار می‌بردند. چیزهای زیادی به درمان خورد و ما هنوز هم سر پاییم. باز هم برنامه‌ریزی من را نجات داد.

آینده چه چیزی را در بردارد؟

در جلسات برنامه‌ریزی سالانه اخیرمان، از یک شرکت چاپ و نشر به شرکت ایجاد محتوا توسعه پیدا کردیم. از کتاب به سمت کالاها و خدمات دیگر رفتیم. و برای جلسات برنامه‌ریزی سالانه ۲۰۱۵ که به‌تازگی کامل شد، مشاوری آوردیم تا در این راه به ما کمک کند. برنامه‌ریزی سالانه باعث نجات و پیشرفت شرکت من شده است. هر سال به برنامه‌ریزی برای ۱۲ ماه سال ادامه می‌دهیم. شما هم می‌توانید رویش حساب باز کنید.

افراد باهوش

کار آفرینان

برخلاف تصور همه، یکی از ویژگی‌هایی که می‌تواند به کارآفرینان آسیب برساند، هوش و ذکاوت است. بله، هرچه موفق‌تر باشید و هرچه استعدادهای بیشتری داشته باشید، برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار مسیر سخت‌تری پیش‌رو دارید. گرچه ممکن است فکر کنید باهوش بودن، انگیزه داشتن و با استعداد بودن قاعدتا باید هر فردی را به بهترین کاندیدای ممکن برای کارآفرینی تبدیل کند، اما متأسفانه این طور نیست.

چالش «من در هر کاری از همه بهترم»

مشکل افراد باهوش به دوران مدرسه و ترس از پروژه‌های گروهی برمی‌گردد. با دانستن قانون ۸۰/۲۰ برای کار (یعنی ۸۰ درصد کل کار تنها توسط ۲۰ درصد افراد انجام می‌شود) در مورد آنچه در هر گروه اتفاق می‌افتد چه فکری می‌کنید؟ باهوش‌ترین و بااستعدادترین افراد در هر گروه می‌خواهند رئیس گروه باشند. این افراد نمی‌خواهند موقعیت خودشان را با تقسیم مساوی کار و امیدوار بودن به اینکه فرد تنبل (یعنی کسی که دو روز در هفته از کلاس غایب است و سه روز دیگر هفته را هم سر کلاس می‌خوابد) کار خود را درست انجام دهد، به خطر بیندازند. در مدرسه، تلاش برای وادار کردن فرد تنبل به سرعت بخشیدن به کارهایش هیچ سودی ندارد. به همین خاطر افراد باهوش به تنهایی پروژه را تحویل می‌گیرند و آن را به انجام می‌رسانند. این چنین سیکل کاری افراد باهوش شروع می‌شود. این افراد هر کاری را بهتر از بقیه انجام می‌دهند. آنها بهتر می‌نویسند، بهتر برنامه‌ریزی می‌کنند و بهتر دلیل می‌آورند. این برتری تا زمانی است که یک کسب‌وکار راه بیندازند. پس آنها بهتر نیستند بلکه دچار دردسر می‌شوند. تنها ۲۴ ساعت در هر روز وجود دارد و هر فرد نیاز دارد بخوابد، غذا بخورد، دوش بگیرد و کارهای روزمره خود را انجام دهد. پس هر روز این فرد باهوش سعی می‌کند همه کارها را خودش انجام دهد، چون نمی‌تواند شاهد بد انجام شدن کارها توسط فرد دیگری باشد. بنابراین او مجبور است کسب‌وکار را به صورت فردی انجام دهد و آن را به پایان برساند، بدون اینکه توانایی رشد داشته باشد.

• چرا افراد تنبل حکمرانی می‌کنند؟

جالب است اما واقعا بعضی از افراد تنبل کارفرمایان بهتری نسبت به افراد باهوش هستند. چرا؟ چون آنها خیلی زود متوجه شدند که توسط افراد باهوشی که همیشه می‌خواهند همه کارها را خودشان انجام دهند، محاصره شده‌اند. افراد تنبل می‌دانند چگونه کارها را به دیگران محول کرده و چگونه افراد دیگر را به انجام کاری که تمایلی به آن ندارند، وادار کنند.

تصور این است که افراد باهوش می‌توانند استعدادهایشان را به بقیه منتقل کنند، اما چون این افراد اغلب می‌خواهند هر کاری را خودشان به تنهایی انجام دهند، مهارت‌های کلیدی برای موفقیت در کسب‌وکارشان، خودکار عمل کردن و واگذاری اکثر کارها تا جای ممکن را نمی‌آموزند. به‌عنوان یک فرد باهوش، نیاز دارید از هوش و استعدادتان در مسیری استفاده کنید که ضرورت وجود آنها را کاهش دهید، به طوری که هر کسی بتواند آن را تکرار کند.

• برای کالای خودتان باهوش باشید

افراد باهوش و با استعداد اغلب استعداد انجام کارهای غیرمعمول، پیچیده یا متفاوت را دارند. آنها تمایلی ندارند تا از اصل «ساده نگهش دار» که برای موفقیت کسب‌وکار مورد نیاز است، پیروی کنند. (این اصل بیان می‌کند که اگر اکثر سیستم‌ها ساده و به دور از پیچیدگی بمانند، عملکرد بهتری خواهند داشت؛ بنابراین سادگی باید هدف اصلی طراحی سیستم‌ها باشد و از پیچیدگی‌های بی‌بهره اجتناب کرد).

اگر فکر می‌کنید خط مونتاژ در یک کارخانه تولیدی موفق یا شهرت جهانی مک دونالد، پیچیده است، باید بگوییم که در واقع آنها مجموعه‌ای از عملکردهای بی‌نهایت ساده هستند. هر عملکرد مجزایی به مراحل ساده‌ای برای پیروی تقسیم می‌شود. هر کارگر خط مونتاژ به‌طور مداوم تعدادی عملکرد تعریف‌شده را انجام می‌دهد. این موضوع در مورد آشپز مک‌دونالد نیز صادق است. این افراد به اطلاعات چندانی نیاز ندارند چون همه چیز برای آنها استاندارد شده است. بعضی از بزرگ‌ترین و موفق‌ترین مشاغل در جهان از باهوش‌ترین افراد تشکیل نشده‌اند. بلکه در واقع افراد عادی و متوسط بخش بزرگی از آن

را تشکیل می‌دهند. این نهادهای موفق فقط تعداد کمی عضو خیلی باهوش برای استانداردسازی، به‌طور خودکار عمل کردن و محول کردن اکثر کارها در مسیری که کارمندان معمولی نتوانند خرابکاری کنند، دارند. بنابراین باهوش بودن یا بااستعداد بودن به شما کمکی نخواهد کرد، مگر اینکه از هوش خود برای کشف راهی جهت موفقیت کسب‌وکارتان استفاده کنید. این امر آسان نیست چون به این معنی است که علیه هر آنچه تا به حال انجام داده‌اید و شیوه‌ای که آموخته‌اید، فکر کنید. گرچه به موفقیت رسیدن در هر کسب‌وکاری ضروری است و اینکه چرا هوش و استعداد به تنهایی موفقیت کارآفرینی را پیش‌بینی نمی‌کنند.

• چیزهای زیادی برای از دست دادن وجود دارند

مساله دیگر در رابطه با افراد باهوش که کسب‌وکاری را شروع می‌کنند این است که آنها اغلب چیز زیادی برای از دست دادن دارند. هرچه باهوش‌تر باشید، انتخاب‌های بیشتری برای شما وجود خواهد داشت. این به این معنی است که وقتی شما کسب‌وکاری را شروع می‌کنید نسبت به کسی که پول و گزینه‌های شغلی کمتری دارد، ریسک بیشتری را متحمل خواهید شد. این غالبا معطوف می‌شود به مساله «دستبند طلایی». متحمل شدن ریسک بیشتر برای شما به این معنی است که به یک فرصت شغلی نیاز دارید که نتایج بزرگ‌تر و ارزشمندی برایتان به همراه داشته باشد. اگر شما ۲۵۰ هزار دلار در هر سال به‌دست آورید (یا فرصتی برای به‌دست آوردن آن داشته باشید)، کسب‌وکار شما ۵ برابر موفق‌تر از کسب‌وکاری است که ۵۰ هزار دلار در سال با همان بازده کسب می‌کند. به علاوه، وقتی شما ۲۵۰ هزار دلار در سال درآمد دارید، نسبت به زمانی که ۵۰ هزار دلار کسب می‌کنید، یافتن شغلی که سود سالانه شما را دو برابر کند، سخت‌تر خواهد بود.

پی‌نوشت:

۱- پولی است که سازمان به‌منظور ترغیب یک کارمند باارزش خود به ادامه کار در سازمان، به وی پرداخت می‌کند.

قوانین حقوقی و مطالب مرتبط با آن



در این شماره پیرو مطالب اخیر در خصوص چک برخی از انواع کلاهبرداری به وسیله چک در این شماره و ادامه آن در شماره بعدی به اطلاع اعضای محترم منصف میرسد:

کلاهبرداری با استفاده از چک

برخی روشهای کلاهبرداری و سوء استفاده از چک در رویه قضائی:

۱) کلاهبرداری با استفاده از برگهای چک سرقتی یا دسته چک های حساب هایی که صاحبان آن مجهول الهویه و یا فوت شده اند:

این نوع کلاهبرداری که امری بسیار معمول است عمدتاً به این ترتیب صورت میگیرد که سارق با سرقت دسته چک اشخاص، اقدام به امضاء آنها مینماید که عموماً به دلیل عدم اطلاع از کیفیت و شکل امضاء صاحب حساب با امضای حقیقی صاحب چک، مطابقت ندارد. سپس چکهای مجهول را خود شخصاً یا توسط کلاهبرداران حرفه ای مورد سوء استفاده قرار میدهد.

گاهی اشخاص اقدام به امضاء دسته چک خود بدون درج مبلغ و عدد (سفید امضاء) مینمایند که امری بسیار خطرناک و نادرست است و در صورت سرقت چکهای مزبور و درج مبلغ توسط سارق، صادر کننده با پرونده ای بسیار مشکل روبرو میگردد و تا اثبات سرقتی بودن چک و عدم سوء نیت خود ممکن است گرفتار بازداشت طولانی شوند و گاهی نیز مجبور به جبران خسارت و پرداخت وجه چک می شود. شکل دیگر کلاهبرداری بدین صورت است که شخص ساده لوحی را پیدا می کنند و با پرداخت مبلغی جزئی به نامبرده، دسته چکی بنام او از بانک دریافت مینمایند و با امضاء همان شخص مبلغ کلانی را کلاهبرداری میکنند. یا اینکه دسته چک اشخاص متوفی یا مجهول الهویه را به مبلغ اندک، خریداری کرده و آن را مورد وسیله کلاهبرداری خود قرار میدهند و چون اثری از هویت خود باقی نمیگذارند از اتهام مبری شده یا براحتی متواری میشوند.

۲) صدور و وصول چک در شهری غیر از محل بانک با قصد سوء استفاده:

برخی افراد با سوء نیت اقدام به افتتاح حساب در شهرهای دور دست مینمایند و چکهای خود را در شهرهای دیگر خرج میکنند تا این مرحله در صورت وجود موجودی معادل چک صادره هیچگونه مشکلی به جز زمان نسبتاً طولانی وصول وجه چک به حساب دریافت کننده چک را تهدید نمیکند، اگر چه بهر دلیلی وصول نشود. باید دانست که مطابق قانون برای اقدام کیفری و مجازات صادر کننده چک، شخصی که چک بنام او برگشت خورده و یا صرفاً قائم مقام قانونی وی و یا یکی از وکلای دادگستری لازم است به نشانی مشخص در برگه برگشتی چک (گواهی عدم پرداخت) و محل بانک که حساب جاری باز شده مراجعه نماید، حتی گر محل زندگی شخص صادر کننده چک همان شهر میباشد که دارنده چک در آنجاست و در همان شهر علیه صادر کننده چک با تقدیم شکایت کیفری خود به دادسرا محل سکونت متهم، نیابت قضائی دریافت نماید و برای ادامه پرونده و دستگیری متهم به همراه پرونده دوباره به همان شهر بانک محل علیه بازگشته و پس از بازداشت متهم به همراه پرونده دوباره به همان شهر بانک محل علیه برای ادامه پرونده صدور رای مجدداً به دستور دادگاه محل دستگیری، به دادگاه بانک محل علیه باز گردند.

ادامه دارد...

مشاور حقوقی اتحادیه: خانم کلهری وکیل پایه یک دادگستری

شماره تماس ۰۹۱۲۵۷۱۸۱۲۱

پاسخگویی حضوری: روزهای شنبه ساعت ۱۱ الی ۱۴ در محل اتحادیه

قوانین مالیاتی

مشاور مالیاتی اتحادیه



در ادامه بخش مالیات بر درآمد املاک به موارد زیر اشاره می‌نماییم:

در شماره نهم مجله جهان فرش گفته شده: برابر قانون مالیاتها، محل سکونت پدر یا مادر یا فرزند یا اجداد و همچنین محل سکونت افراد تحت تکفل مالک اجاری تلقی نمی‌شود مگر اینکه به موجب اسناد و مدارک ثابت گردد که اجاره پرداخت می‌گردد.

اگر چنانچه چند واحد مسکونی مالک، محل سکونت افراد فوق باشد طبق قانون مالیاتها صرفاً یک واحد مسکونی برای مالک و یک واحد مسکونی هم به انتخاب مالک برای افراد مذکور از شمول مالیات خارج و بقیه واحدها مشمول مالیات خواهد بود (تبصره یک ماده ۵۳ قانون مالیاتها)

▪ املاکی که مجاناً در اختیار سازمانها و موسسات دولتی و آتیه‌ای که بودجه آنها توسط دولت و شهرداریها تامین می‌گردد قرار گیرد، از پرداخت مالیات معاف است. (تبصره ۲ ماده ۵۳ قانون مالیاتها)

▪ از نظر مالیات بر درآمد اجاره املاک هر واحد آپارتمان یک مستقل محسوب می‌گردد.

▪ در مورد املاکی که با اثاثه یا ماشین آلات به اجاره واگذار می‌گردد، درآمد ناشی از اجاره اثاثه و ماشین آلات نیز جزء درآمد املاک محسوب و مشمول مالیات خواهد بود. (تبصره ۴ ماده ۵۳ قانون مالیاتها)

▪ مستحدثاتی که طبق قرارداد توسط مستاجر در مورد اجاره طبق قرارداد بنفع مالک احداث می‌گردد بر اساس ارزش معاملاتی روز تحویل به موجر (مالک) ارزش گذاری و ۵۰ درصد این ارزش جزء درآمد اجاری سال تحویل برای موجر محسوب خواهد شد. (تبصره ۵ ماده ۵۳ قانون مالیاتها)

▪ هزینه‌هایی که به موجب قانون یا قرارداد به عهده مالک است و از طرف مستاجر انجام می‌شود و هم چنین مخارجی که به موجب قرارداد انجام آن از طرف مستاجر تقبل شده در صورتیکه عرفاً به عهده مالک باشد، به بهای روز انجام هزینه ارزش گذاری و بعنوان مال الاجاره غیر نقدی به جمع اجاره بهای سال انجام هزینه اضافه می‌شود. (تبصره ۶ ماده ۵۳ قانون مالیاتها)

▪ در صورتیکه مالک محل سکونت خود را بفروشد و در سند انتقال مهلتی برای تخلیه ملک بدون اجاره بها داده شود در صورتیکه در این مهلت محل سکونت انتقال دهنده باشد تا مدت ۶ ماه و در بیع شرط مادام که طبق شرایط معامله میبایع (محل مورد شرط) در اختیار بیع شرطی اس (واگذار کننده شرطی) اجاری تلقی نمی‌شود مگر اینکه به موجب اسناد و مدارک ثابت گردد که اجاره پرداخت می‌شود. (تبصره ۸ ماده ۵۳ قانون مالیاتها)

▪ هرگاه مستاجر ملک وزارتخانه‌ها، موسسات و شرکتهای دولتی و یا دستگاههایی که تمام یا قسمتی از بودجه آنها بوسیله دولت تامین می‌شود، یا نهادهای انقلاب اسلامی یا شهرداریها و شرکتهای موسسات و البته به آنها و هم چنین اشخاص حقوقی باشد مستاجرین فوق مکلفند مالیات بر درآمد اجاره را که پرداخت می‌نمایند از مال الاجاره پرداختی کسر و ظرف ۱۰ روز به اداره امور مالیاتی محل وقوع ملک پرداخت و رسید آن را به موجر تسلیم نمایند. (تبصره ۹ ماده ۵۳ قانون مالیاتها)

▪ مالکان مجتمع‌های مسکونی دارای بیش از سه واحد استیجاری که با رعایت الگوی مصرف مسکن بنا به اعلام وزارت مسکن و شهرسازی ساخته می‌شوند یا ساخته شده باشد (الگوی مصرف متر از هر واحد حداکثر تا ۷۵ متر) در طول مدت اجاره واحد یا واحدهای اجاری مسکونی در تهران تا مجموع ۱۵۰ متر زیربنای مفید (مشاعات، بالکن، پلکان و نورگیر زیربنای مفید محسوب نمی‌گردد) و در سایر نقاط کشور تا مساحت مفید ۲۰۰ متر مربع از مالیات بر درآمد ناشی از اجاره املاک معاف می‌باشد. (تبصره ۱۱ ماده ۵۳ قانون مالیاتها)

ادامه دارد...

خوانندگان محترم می‌توانند سوالات مالیاتی خود را با مشاور مالیاتی اتحادیه که روزهای سه شنبه هر هفته از ساعت ۱۰ صبح الی ۱۴ در محل اتحادیه حضور دارد مطرح و پاسخ لازم را دریافت نمایند.

دستان زنان بافنده، اقتصاد کردستان را دگرگون می کند

رقص ماهی های سرخ بر بدن قالی های پشمین و خشن... قالی هایی که دست رنج زنان کرد است و امروز آوازه ای به بلندای تاریخ اش دارد. قالی بافی در کردستان به واسطه پیشه دامداری اهالی اش به عنوان شغل دوم و بخشی از فرهنگ این ناحیه مرسوم و ریشه دار است. این فرش ها و قالی ها در حقیقت جلوه ای از فرهنگ و آداب و رسوم مردمان این ناحیه است. و تا حد زیادی روایت گر کار، زندگی، باورها و اعتقادات مذهبی، ازدواج و امور روزمره کردها دارد.

در باب تاریخ قالی کردستان

در کتاب تحفه ناصری نوشته میرزا شکرالله سنندجی، به وجود قالیچه های نفیس و با ارزش که به سفارش امرا و روسای ایلات و عشایر و به قصد هدیه و پیش کش به مقامات، و به ندرت برای وقف به مساجد و اماکن متبرکه اشاره شده است. این روایت خود گواه بر سابقه تاریخی این استان و اهالی در بافت فرش و گلیم است. اطلاعات دقیقی درباره قدمت قالی بافی در این ناحیه وجود ندارد اما به اعتبار قالی اصیل و عشایری آن می توان قدمت فرش بافی در کردستان را در سده های طولانی دانست. بر اساس مطالعات انجام شده، مراکز شمالی استان کردستان، دارای سوابق طولانی تری در قالی بافی هستند که مضمون برخی از نقوش آن ها، (نقوش باغی و گلستان) تاریخی بیش از هزار سال را برای آن رقم می زند.

ویژگی های بومی قالی کردستان

در بررسی ویژگی های فنی و ساختار این فرش باید گفت این خواص به شدت بومی است. مواد اولیه فرش ها و قالی های این ناحیه از پشم دام های منطقه است. در مراحل آماده سازی نخ های پشمین رنگ آمیزی می شوند. در گذشته؛ این کار از طریق رنگ های گیاهی و طبیعی در کارگاه های رنگرزی موجود در استان انجام می گرفت اما امروز رنگ های شیمیایی و اغلب بی کیفیت و نامتناسب با ساختار پشم جایگزین آن شده اند که این امر خود از عوامل موثر در کاهش کیفیت قالی های بافت کردستان بوده است.

نقشه های قالی استان کردستان این قالی را از قالی های بافته شده در سایر استان ها متمایز ساخته است. طرح های معروف و شناخته شده قالی های کرد را می توان در دو گروه جای داد؛ خطوط شکسته و طرح های ایلیاتی که اغلب به دون طرح قبلی و به صورت بداهه توسط بافنده بافته می شود. و گروه طرح هایی است که دارای سابقه دیرینه هستند و اغلب مشهور و شناخته شده اند؛ این طرح ها عبارتند از:

۱. طرح ماهی درهم؛ که معروف ترین نقشه مربوط به قالی کردستان است.
۲. بته جقه؛ این نوع جقه با انواع جقه های مربوط به کرمان و قم تفاوت دارد.
۳. گل فرنگ؛ این طرح متأثر از نقوش پارچه های اروپایی است، به طور مثال نقش «گل جرسه» که از پارچه های ژرسه فرانسوی الهام گرفته شده است و انواع گل های محمودی، رز و میرزا علی.
۴. گل و بلبل
۵. گل و کیلی؛ این طرح بسیار قدیمی است و امروزه کاربرد چندانی ندارد.

یکی دیگر از صفات این قالی نسبت سایر انواع آن، رنگ بندی گرم و تیره در نمونه های قدیمی تر و اصیل آن است. رنگ های قالب در قالی کردستان عبارتند از؛ رنگ های لاکه تیره و سرمه ایست که امروز نسبت به گذشته کمی روشن تر شده اند و رنگ های غالب امروز شامل گرم، آبی و لاکه روشن است.

در خاتمه صفات قالی کردستان باید ابعاد این نوع قالی اشاره کرد. ابعاد قالی کردستان نسبت فرش ها و قالی ها آذربایجان و کرمان و قم بسیار کوچک تر است و در بزرگترین شکل خود شش تا نه متر مربع خواهد بود. ولی اغلب فرش های بافت کردستان در ابعاد کوچک مانند پشته، ذرع و نیم، دو ذرع و کناره بافته می شود.

سنه کردستان جهانی است

طرح ها و نقشه های بی مانند قالی کردستان سبب جهانی شدن این فرش ها شده است. معروف ترین قالی های کردستان در چهار گروه قالی افشار، سنندج یا سنه، بیجار و بوکان طبقه بندی می شوند و از میان آن ها سنه بیش از سایر شهره آفاق است. این نوع قالی از نظر فنی و زیبایی شناسی تحت تاثیر قلاب دوزیو زربافی های دوران صفویه است و از این جهت بسیار چشم نواز و زیباست.

اقتصاد قالی کردستان

قالی بافی در حقیقت پیشه ای خانگی است که در سرار کردستان به چشم می خورد؛ بنابراین تعداد کارگاه های قالی بافی موجود در این استان نسبت به سایر استان ها کمتر است. بر اساس آمارهای موجود تعداد شاغلین استان در این عرصه نزدیک به ۳۵ هزار نفر در سال ۱۳۹۱ بوده است که اغلب آن ها را زنان تشکیل می داده اند.

آوازه جهانی این فرش سبب افزایش گرایش کشورهای دیگر به خرید این نوع قالی شده است اما آنچه در مسیر صادرات به عنوان مانع شناخته می شود. حضور فعال دلالان در این ناحیه و خرید ازان این محصولات و از بافندگان و صادرات آن به کشورهای اروپایی، آسیای میانه و عراق و بهره و سود مالی گزافی است که از این طریق نصیب آن ها می شود. در حالی با سازماندهی تعاونی های استانی می توان دست دلالان را از این اقتصاد پر سود کوتاه کرد. میزان صادرات فرش کردستان در حدود ۹۰ هزار میلیارد در سال ۱۳۹۱ برآورد شده است.

۴

فرش الماس کور

بی نظیر
و
چشمگیر

www.almascarpet.com
Carpetkerman@yahoo.com

نشانی: کرمان، شهرک صنعتی
شماره ۲۵ (خضرا)، بلوار شقایق ۲۸
تلفن: ۰۳۴۲۰۰۰۰ | ۳۴-۳۳۴

فرش ایرانی

نمایشگاه و فروشگاه

کلکسیون از 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

فروشگاههای بزرگ فرش وزراء

عرضه کننده فرشهای دستبافت

فرشهای ماشینی ایرانی ، وارداتی

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET



VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

کرج ، سه راه گوهردشت ، نرسیده به سه بانندی



VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET



VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET

VOZARA CARPET



۰۲۶۳-۴۴۲۱۴۵۲ - ۰۹۱۲۱۶۱۲۴۵۵

گروه کارخانجات صنعتی فرش افشار زرینه و ستاره افشار



The best carpets

- دستگاههای روز دنیا

- اولین تولید کننده فرش ۷۰۰ شانه بافت کریستال (HLX) در شمالغرب کشور

- تولید فرش دستباف گونه (HCP) با تراکم ۲۵۵۰ و ۳۰۰۰

- واحد طراحی نرم افزاری و کنترلی با پیشرفته ترین تکنولوژی جهان

- گواهینامه ایزو ۹۰۰۱ ورژن ۲۰۰۰

- اولین دارنده نشان استاندارد برای تولید فرش ماشینی در شمالغرب کشور

- گواهینامه انطباق مشخصات برچسب

- پروانه کاربرد علامت استاندارد تشویقی

- لوح واحد نمونه صنعتی شمالغرب کشور در سالهای ۸۸-۸۷-۱۳۸۵

- واحد نمونه نساجی در دو سال پیاپی

- انتخاب مدیریت نمونه در تولید

شرکت صنایع فرش افشار زرینه میاندوآب در پی فعالیتهای مستمر خود در

زمینههای ارتقاء کیفیت تولید، ارائه روشهای نوین فرش، مشتری مداری، رعایت

اصول استانداردهای تدوین شده و ... توانسته است به موفقیتهایی فوق دست یابد.



دفتر تهران:

میدان هفت تیر، خیابان کریم خان زند، بعد از خردمند، خیابان مدیری (حسینی)، پلاک ۱۲، طبقه ۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۳۰۳۸۵۰-۸۸۳۰۴۳۸۲

فاکس: ۸۸۳۰۴۳۸۲

دفتر مرکزی: میاندوآب، خیابان شهدا، جنب سینما انقلاب تلفن: ۰۴۴-۴۵۲۲۱۴۱۱-۴۵۲۲۱۵۱۳

کارخانه: کیلومتر ۵ جاده شاهین دژ، شهرک صنعتی میاندوآب تلفن: ۰۴۴-۴۵۳۵۷۲۲۲-۶

همراه مدیر فروش: ۰۹۱۴ ۱۸۱ ۰۰۹۹-۰۹۱۴ ۵۲۲ ۳۲۶۶



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: ۰۳۱-۵۵۵۰۳۶۱۷

فروشگاه فرش البرز

محیطی کهن و به یاد ماندنی 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 پاترسی

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: ۰۸۶-۴۴۲۴۸۱۱۱-۱۸

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: ۰۳۱۵۴۷۵۹۱۱۹
کارخانه و دفتر مرکزی: آران و بیدگل، شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی، بلوار ۱، فرعی ۵ پلاک ۲۹۵

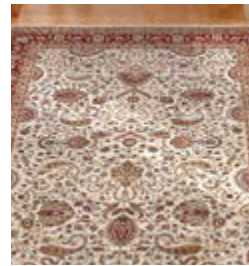
ماهوت کویر

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: ۰۳۱-۵۴۷۵۹۵۷۲

فروشگاه فرش امین رشیدی



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

فرش امین رشیدی
موبایل: ۰۹۱۶۱۳۱۴۲۸۴
تلفن: ۰۶۱۵۲۳۳۱۱۵۹ و ۶۰

مجتمع سرای ابریشم

با امکانات ویژه مجتمع:

- ایجاد چندین رشته پله برقی با مارک Mitsubishi ژاپن
- آسانسور پانارومای 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



Ebrahimi Carpet

فروشگاه فرش ابراهیمی

نمایندگی فرش های تهران و ساوین

- فرشهای کتسبک با نقشه های امیرل و سنی
- فرشهای مدرن با طرحهای فانتزی برای جوانان
- فرشهای اسپرت با رنگ آمیزی شاد برای نوجوانان
- فرشهای کودک با شخصیتها، 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

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: ۰۳۱-۵۵۵۳۵۴۴۰-۳

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

۰۲۶۳-۶۵۶۱۰۳۰

فرش خوب

بر آنیم تا زیر پای هر
ایرانی یک
فرش خوب
بگسترانیم

تهران-میدان هفت تیر-مقابل
فروشگاه زنجیره ای یاس-نیش
کوچه مازندرانی-پلاک ۱

تلفن: ۸۸۸۲۰۵۵۲

فرش توس مشهد

تولیدکننده انواع فرش ماشینی

۷۰۰ و ۵۰۰ شانه دستباف

گونه از تراکم ۱۰۰۰ تا ۲۵۵۰

دفتر تهران: ۰۲۱۳۳۷۷۵۹۲۲-۵

دفتر مشهد: ۰۵۱۳۲۲۵۵۵۰۸

دفتر کاشان: ۰۳۱۵۴۷۵۰۱۱۶-۷

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: ۰۳۵-۳۲۷۲۲۴۲۲-۳

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



بزرگترین آژانس ایرانی
فرش توس مشهد

دفتر مشهد: ۰۵۱۳۲۲۵۵۵۰۸

دفتر تهران: ۰۲۱۳۳۷۷۵۹۲۲-۵

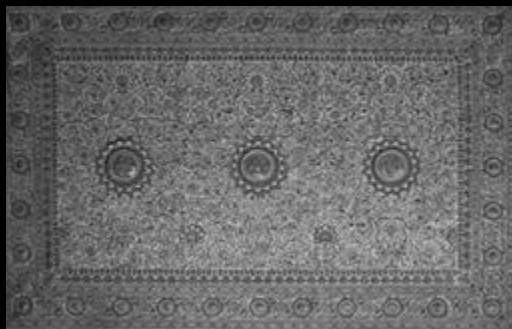
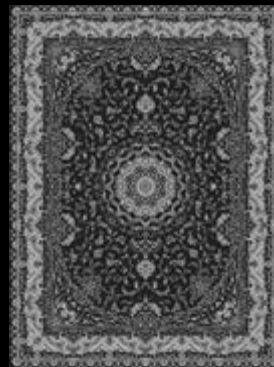
دفتر کاشان: ۰۳۱۵۴۷۵۰۱۱۶-۷

email: info@tooscarpet.ir

web: www.tooscarpet.ir

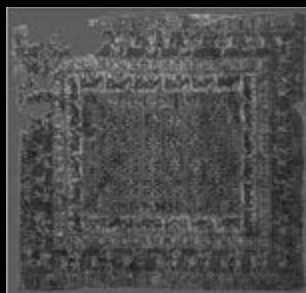
گشتی در میان قدیمی ترین فرش های جهان

• مدتی است در خانه های ما کف پوش های مختلف جای فرش را گرفته و اگر فرشی هم باشد فرش ماشینی است. خیلی از فرش های قدیمی به صورت های مختلف از کشور خارج شده و با قیمت های نجومی در حراجی های مختلف به فروش می رسند. یکی از یادگاران تمدن کهن ایرانی فرش و قالی است. هنری که هیچ قومی در هیچ کجای دنیا توان رقابت با آن را ندارد. تقریباً در همه جای دنیا، کشور ایران را با فرش های دستباف و مرغوبی می شناسند که به این کشور ها صادر می شود. نکته جالب در باره فرش های صادراتی ما این است که خارجی ها تمایل زیادی برای خرید فرش ایرانی دارند.



در ادامه به معرفی گران قیمت ترین فرشهای جهان که به دست هنرمندان ایرانی بافته شده اند و هم اکنون در کشور های دیگر قرار دارند، نگاهی می اندازیم. فرش دستباف ایرانی که قدمتش به ۵۰۰ سال قبل از میلاد می رسد و توسط باستان شناسان روسی در یکی از دره های کشور مغولستان به نام پازیریک کشف شده، به عنوان قدیم ترین فرش دنیا شناخته شده است. این فرش هم اکنون در موزه آرمیتاژ روسیه نگه داری می شود.

• در سال ۱۸۶۰، فرشی برای اهدا به آرامگاه حضرت محمد در مدینه بافتند. در این فرش ابریشم از زمرد، یاقوت کبود و الماس و بیش از دو میلیون مروارید استفاده شده است. همچنین این فرش، به گفته کارشناسان، شامل تقریباً ۵۰۰۰ مروارید و مهره میباشد. این فرش به دلیل دارا بودن ارزش معنوی فعلاً قیمتی ندارد.



• یک فرش کمیاب کرمانی، متعلق به قرن ۱۷ که توسط شرکت انگلیسی کریستینز با قیمت ۶,۲ میلیون پوند معادل ۹,۶ میلیارد تومان به حراج گذاشته شد.



• کمپانی فرش کلارمونت آمریکا که مقر آن در شهر اوکلند ایالت کالیفرنیاست، از مدت ها قبل اقدام به حراج فرش های ارزشمند تاریخی می کند که در این راستا، فرشی از ایران به مبلغی حدود ۱۰ میلیون دلار چکش حراج خورد.



• نمایشگاه فرش ایران در تاجیکستان. این فرشها اغلب متعلق به کلکسیونرهایی است که علاقه زیادی به گردآوری نمونه های بی نظیر فرش های دستباف ایرانی دارند. در این نمایشگاه قیمت های نجومی و عجیبی بر روی فرشها می گذارند.

• نمایشگاه فرشی در چین که در آن یک فرش ایرانی با قدمت ۲۰۰ سال به نمایش گذاشته شده. قیمتی که برای این فرش در نظر گرفته شد ۱۰۰۰۰ یوهان می باشد.





آداب کسب و کار در اسلام

رسول خدا (ص) می‌فرمایند:

هر امتی گوساله‌ای دارد (که آن را منحرف می‌کند) و گوساله این امت، دینار و درهم است.

علی (ع) از سویی در حوزه کار و تلاش سرآمد دوران خود بوده؛ اما از سوی دیگر در بخشندگی و انفاق نیز بی‌همتا بوده و هیچ‌گاه حب مال دنیا در دل نداشته‌اند.

آیات و روایات زیادی در مذمت وابسته شدن به مال دنیا وجود دارند که از آن جمله‌اند: رسول خدا (ص) می‌فرمایند: «ان الدینار و الدرهم اهلکا من کان قبلکم و هما مهلکاکم؛ دینار و درهم، کسانی را که پیش از شما بودند، نابود کرد و آن دو شما را هم به نابودی می‌کشند.»

یا می‌فرمایند: «ان لكل أمة عجل و عجل هذه الأمة الدینار و الدرهم؛ هر امتی گوساله‌ای دارد (که آن را منحرف می‌کند) و گوساله این امت، دینار و درهم است.»

امام صادق (ع) نیز می‌فرمایند: «ابلیس ملعون می‌گوید در مورد بنی آدم، هر چه مرا خسته و ناتوان کند، یکی از این سه چیز مرا در برابر آدمیزاد ناتوان نمی‌کند؛ یکی به دست آوردن مال از راه غیرحلال و دیگری جلوگیری کردن او از پرداخت واجب مالی، و سوم، مصرف کردن آن در راه ناروا و حرام.»

■ مفهوم مال حلال و مال حرام

یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های نگاه اقتصادی اسلام با نگاه غرب، آن است که در اسلام خوردن هر نوع مالی درست نیست و اگر کسب درآمد طبق اصول و قواعد خاصی نباشد مال به دست آمده از آن حرام بوده و مورد مذمت است. در این خصوص روایات بسیاری بر پرهیز از حرام خواری و تلاش برای کسب روزی حلال وجود دارد که از آن جمله می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد: پیامبر گرامی اسلام در تشویق به کسب حلال می‌فرمایند: «من اکل الحلال اربعین یوما نُورالله قلبه؛ کسی که ۴۰ روز مال حلال بخورد، خداوند قلب او را نورانی می‌کند.»

ایشان در مذمت کسب حرام نیز می‌فرمایند: «من اکتسب مالا من غیرحله کان زاده إلی النار؛ هر کس مالی را از غیر راه حلالش به دست آورد، توشه‌اش در آتش است.»

یا می‌فرمایند: «لا یدخل الجنة جسد غدی بجرام؛ پیکری که از حرام تغذیه شده باشد وارد بهشت نمی‌شود.»

امام صادق (ع) می‌فرمایند: «کسی که لقمه حرام بخورد تا ۴۰ شب نماز قبول نمی‌شود و دعایش تا ۴۰ روز مستجاب نمی‌شود، و گوشتی که آن لقمه حرام می‌رویاند، به آتش سزاوارتر است. آری، یک لقمه هم گوشت می‌رویاند.»

■ توصیه‌هایی برای رزق طیب و کسب و کار مطلوب

الف. کار روزانه: از نظر قرآن روز برای کسب و کار و شب برای سکون و آرامش قرار داده شده است: «وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ اللَّيْلَ لِيَسَاوَا نَوْمًا سُبَاتًا وَ جَعَلَ النَّهَارَ نُشُورًا؛ او کسی است که شب را برای شما لباس قرار داد و خواب را مایه استراحت و روز را وسیله حرکت و حیات.»

بنا به توصیه امام باقر علیه السلام: «إِذَا طَلَبْتُمُ الْحَوَائِجَ فَاطْلُبُوهَا بِالنَّهَارِ فَإِنَّ اللَّهَ جَعَلَ الْحَيَاةَ فِي الْعَيْنَيْنِ؛ برای برآوردن نیازهای [اقتصادی و اجتماعی] خود در روز اقدام کنید؛ چرا که خداوند حیا را در چشم‌ها قرار داده است.»

ب. کار از صبح زود: در روایات رسیده از ائمه، بیداری در بین الطلوعین بسیار توصیه شده است. امام صادق (ع) پس از ابلاغ سلام خود به همه شیعیان و دوستداران اهل بیت علیهم السلام می‌فرمایند: «إِنِّي وَاللَّهِ مَا أَمُرُكُمْ إِلَّا بِمَا نَأْمُرُ بِهِ أَنْفُسَنَا فَعَلَيْكُمْ بِالْجِدِّ وَالْأَجْتِهَادِ وَإِذَا صَلَّيْتُمُ الصُّبْحَ فَأَنْصَرِفْتُمْ فَبُكْرُوا فِي طَلَبِ الرِّزْقِ وَاطْلُبُوا الْحَلَالَ فَإِنَّ اللَّهَ سَيَرْزُقُكُمْ وَيُعِيْنُكُمْ عَلَيْهِ؛ به خدا سوگند من به شما امر نمی‌کنم، جز آنچه خود را نیز بدان امر می‌کنم. پس بر شما باد که جدیت و کوشش کنید و پس از نماز صبح برای طلب رزق خود حرکت کرده، رزق حلال به دست آورید. خداوند به شما روزی خواهد داد و شما را بر آن کمک خواهد کرد.»

ج. تخصص‌گرایی: حضرت یوسف علیه السلام، هنگامی که از پادشاه مصر می‌خواهد او را به منصب وزارت داریی منصوب کند، دو ویژگی حقیقی علیهم یا تعهد و تخصص را دلایل شایستگی خود برای احراز این پست معرفی می‌کند. این امر نشان‌دهنده اهمیت داشتن تخصص لازم در حیطه شغلی حرفه‌ای فرد است.

حضرت علی (ع) نیز ضمن توصیه به کار و تجارت و بی‌نیاز شدن از کمک مادی مردم، بر دو ویژگی «تعهد و تخصص» یا «حرفه‌مندی و امین بودن» تاکید می‌ورزد: «ان الله عزَّوجلَّ يَجِبُ الْمُتَحَرِّفَ الْأَمِينُ الْمُتَمَوَّنُ غَيْرَ مَحْمُودٍ وَلَا مَأْجُورٍ؛ خداوند حرفه مند امین را دوست دارد. فرد مغبون که در معاملات اقتصادی فریب می‌خورد] نه مورد ستایش است و نه در خور پاداش.»

د. شراکت: بنا به توصیه علی علیه السلام: «شَارِكُوا الَّذِي قَدْ أَقْبَلَ عَلَيْهِ الرِّزْقُ فَإِنَّهُ أَخْلَقَ لِلْعَيْ وَاجْتَدَرَ بِإِقْبَالِ الْخَطِّ عَلَيْهِ؛ با کسی که روزی به او روی آورده شریک شوید که برای غنی شدن موثرتر و برای روی آوردن سود و منفعت، سزاوارتر است.»

ه. اشتغال به کارهای بزرگ: عزت و کرامت مومن موجب می‌شود که وی وقت و عمر خود را صرف امور کم اهمیت نکرده و به مسائل خرد و بی‌ارزش نپردازد. مصداق این سخن در حوزه

معامله به معنای نقل و انتقال سرمایه و منابع بین افراد حاضر در نظام اقتصادی بر مبنای توافقات دو طرفه بوده و یکی از مهم‌ترین حوزه‌های موجود در هر کسب و کاری است. هرگاه از معامله سخن به میان آید، مفاهیمی مانند مالکیت، مال حلال و حرام، احکام اسلام برای معامله و توصیه‌های اسلام برای کاسب در امر ورود به کسب و معامله مهم خواهند بود. در این نوشتار در گام نخست نگاهی به مالکیت شده، مال حلال و حرام از نگاه اسلام بررسی می‌شود، سپس توصیه‌های اسلام به کاسب مسلمان، نوع کار، نوع شراکت بیان می‌شود.

اسلام که برای هر جزء زندگی انسان برنامه‌ریزی دقیق ارائه کرده، از کسب روزی و تامین معاش وی نیز غافل نشده و فقه اسلامی توجه ویژه‌ای به کسب اسلامی و آداب آن دارد. نکته جالب آنکه در بازارهای قدیم ایران، کسبه سنتی، دانستن شریعت کسب از جمله مطالعه کتبی مثل المکاسب را یکی از شرایط مهم برای ورود افراد جوان‌تر به کسب و کار بر می‌شمرده‌اند.

حضرت علی (ع) در این خصوص می‌فرمایند: «یا معشر التجار الفقه ثم المتجر...؛ ای جامعه تجار و معامله‌گر! اول یادگیری مسائل شرعی تجارت، بعد تجارت» و این جمله را سه بار تکرار کردند که نشان دهنده اهمیت آموختن فقه کسب پیش از دست زدن به کسب و کار است.

■ مسلمان و مال دنیا

هنگامی که سخن از کسب و کار است، بحثی به نام مالکیت مطرح می‌شود. اسلام با آنکه سود کار را ملک کاسب می‌داند و مالکیت فردی را امضا کرده است، در عین حال کار و کاسب و سود کار، همه و همه را ملک خدای متعال می‌داند؛ آن هم به صورت مالک حقیقی نه اعتباری.

اعتقاد به اینکه همه چیز از آن خداست و روزی از آن خداست باعث می‌شود نگاه فرد به کار و کسب اسلامی عوض شده و آزمندی و حب مال دنیا کم شود. با همین نگاه، اسلام، دنیا پرستی یا وابسته شدن به مال دنیا را به شدت مذمت کرده است. حضرت

ایران امکان رقابت در فضای جهانی را دارد

کسب‌وکارهای ایرانی آماده حضور در بازار جهانی هستند و بهره‌گیری از فناوری‌های روز، امکان رقابت در فضای جهانی را برای آن‌ها فراهم می‌کند.

مدیرعامل دفتر کره سامسونگ در ایران با بیان این مطلب، تصریح کرد: «ایران کشوری است با پتانسیل بالا که اگر فناوری روز دنیا را به خدمت بگیرد، می‌توان شاهد دستاوردهای عظیمی در انواع تجارت‌های خرد و کلان بود.»

پارک ادامه داد: «سامسونگ توجه ویژه‌ای به ارائه راه‌حل‌های نوین فناوری برای کسب و کارها دارد و در این میان بالا بردن کیفیت زندگی افراد نیز برای ما اهمیت زیادی دارد. اهمیت این موضوع تا جایی است که شعار سامسونگ در بخش راه‌حل‌های هوشمند کسب‌وکار، جان بخشیدن به تجارت انتخاب شده است.»

وی با اشاره به اهمیت بازار ایران و ظرفیت‌های تجاری کسب و کارهای ایرانی گفت: «سامسونگ با معرفی دستاوردهای تازه خود در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار قصد دارد فرصت‌های تازه‌ای را به شرکت‌های ایرانی معرفی کند تا بتوانند همپای دیگر شرکت‌های جهان از راهکارهای نوین تجاری استفاده کنند.»

مدیرعامل دفتر کره سامسونگ در ایران با بیان این‌که این شرکت در تلاش است تا بر اساس استانداردها و معیارهای جهانی در ایران عمل کند، گفت: «ما در مجموعه سامسونگ تلاش می‌کنیم تا با ارائه راه‌حل‌های جدید، زندگی افراد را متحول و ایده‌های آن‌ها را به واقعیت تبدیل کنیم و از این طریق فرصت‌های جدیدی را برای ایرانیان خلق کنیم.»

وی با اشاره به فعالیت‌های نوین این شرکت در بخش‌های گردشگری و هتل‌داری، خرده‌فروشی، آموزش، سلامت، حمل‌ونقل، و مالی و سرمایه‌گذاری، گفت: «به کمک دستاوردهای سامسونگ در حوزه ارتباطات کسب‌وکار، توسعه چشم‌گیری در این حوزه‌ها شکل خواهد گرفت.»

وی افزود: «با تکیه بر این دستاوردهای تکنولوژیک، تجربه آموزش و یادگیری غنی‌تر، اثربخشی درمان بیماران بیشتر و خدمات گردشگری، مالی و حمل‌ونقل آسان‌تر می‌شود و تعامل با مشتریان راحت‌تر و حرفه‌ای‌تر انجام خواهد شد.»

ما خَلَّا ثَلَاثَةَ أَشْيَاءَ... الثَّقَاةَ وَالرَّقِيبَ وَالْأَعْيَالَ؛ هرگز در بازارها پرسه مز و [تهیه] اشیای کوچک را خودت پیگیری نکن؛ چرا که برای مسلمان دیندار و با شخصیت، شایسته نیست خودش اقدام به خرید اشیای جزئی کند؛ مگر نسبت به سه چیز... خرید ملک (زمین و خانه)، اشیای ظریف و شتر.»

کسب این می‌شود که کسب مطلوب کسی است که از یک سو کرامت فرد را حفظ کند و از سوی دیگر وی را به سوی کمال و غایت مطلوب سوق دهد.

امام صادق (ع) در این خصوص می‌فرماید: «لَا تَكُونَنَّ دَوَّارًا فِي الْأَسْوَاقِ وَلَا تَلْتَمِزْ دَقَائِقَ الْأَشْيَاءِ بِنَفْسِكَ فَإِنَّهُ لَا يَنْبَغِي لِلْمَرْءِ الْمُسْلِمِ ذِي الْحَسَبِ وَالذِّينِ أَنْ يَلِي شِرَاءَ دَقَائِقِ الْأَشْيَاءِ بِنَفْسِهِ»

تکنولوژی آلمان به دیدار صنعت نساجی و فرش ایران می‌آید

از سوی ۳۶ شرکت پیشرو جهان در عرصه ماشین آلات نساجی و هیات اجرایی ویژه، از جنابعالی دعوت می‌شود تا در نشست انجمن ماشین سازی نساجی آلمان (VDMA) که با عنوان: «تکنولوژی آلمان به دیدار صنعت نساجی و فرش ایران می‌آید» حضور بهم رسانید.

این کنفرانس با رویکردی تجاری و فنی (B2B-matchmaking) در تاریخ ۲۱ و ۲۰ اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۴ در هتل اوین پارسیان - تهران برگزار می‌شود و علاقمندان می‌توانند از طریق سایت ذیل جهت ثبت نام و دریافت اطلاعات بیشتر اقدام نمایند.

www.germantechnology-iraniantextile.de

مختصصین ما، ۴۱ موضوع کاربردی و فنی تکنولوژیک را که در برگزیده زنجیره‌های تولید محصولات نساجی و فرش است را به صورت موازی در طی دو روز و در دو سالن مجزا ارائه خواهند نمود.

۱ اردیبهشت ۹۴:

ریسندگی الیاف مصنوعی

رنگرزی و تکمیل

ریسندگی الیاف طبیعی

۲ اردیبهشت ۹۴:

ریسندگی، بافندگی و دوخت

بی بافت

حلقوی بودی، حلقوی تاری و قیطان بافی

لطفاً جزئیات برنامه‌ها را همانطور که پیشتر ذکر شد از طریق سایت دریافت نمایید و در آینده نزدیک نیز نشریه ویژه این نشست برای جنابعالی ارسال خواهد شد. شرکت‌های آلمانی حاضر در نشست و نمایندگی‌های آنها در ایران به منظور آشنایی هرچه بیشتر شما در ذیل بیان شده‌اند.

هدف از این نشست ارائه مطالب به افراد تصمیم‌گیرنده و متخصص (مانند صاحبان صنایع، مدیران عامل، مدیران فنی، مدیران کنترل کیفیت و مدیران تعمیر و نگهداری) فعال در حوزه فرش و نساجی است.

اگر جنابعالی به این گروه هدف تعلق دارید می‌توانید از طریق لینک زیر، در موضوعات مورد علاقه خود، ثبت نام نمایید:

www.germantechnology-iraniantextile.de/p_registration.php

لطفاً توجه داشته باشید که ثبت نام به صورت آنلاین صورت گرفته و ارائه کارت شناسایی نیز الزامی است.

لازم به ذکر است که هزینه‌های این نشست توسط VDMA تامین شده و برگزار کننده هیچ هزینه‌ای را از شرکت کنندگان دریافت نخواهد کرد.

این شبکه بوسیله برگزاری نشست‌های تجاری و فنی دیگری نیز ادامه خواهد یافت (جلسات از پیش هماهنگ شده از طریق سایت کنفرانس یا جلسات دوجانبه دیگر که در یک فضای مجزا برگزار خواهد شد).

همچنین مهمانی شامی نیز برای اول اردیبهشت ماه تدارک دیده شده است تا در یک فضای صمیمی و آرام زمینه تعامل هرچه بیشتر فراهم گردد.

ما منتظر دیدار شما در تهران هستیم.

با تشکر و سپاس فراوان



بخشنامه های اجرایی قابل توجه اعضای محترم صنف

1393/12/04

11/8485

ندارد

اتحادیه آوارسی

www.harris.ir

ریاست محترم اتاق اصناف تهران

جناب آقای فاضلی

سلام علیکم

احتراما" به استحضار می رساند که بعلت رکود بازار و عدم قدرت خرید مصرف کننده متأسفانه تعدادی از واحدهای صنفی تحت پوشش این اتحادیه ورشکست و تعطیل گردید است و پیش بینی می شود که این روند روبه افزایش باشد، لذا به عرض می رساند که برای جلوگیری حداقلی این معضل و نارضایتی اعضای از وضعیت موجود کسب و کار که موجب معضل بیکاری می گردد. افزایش هرگونه درصد مالیات برای این صنف جهت عملکرد سال ۱۳۹۳ مقدور نمی باشد، لذا از آن مقام محترم تقاضا می شود که موضوع در کمیسیونهای مالیاتی ذیربط پیگیری می شود.

رئیس اتحادیه

هادی کمالیان




بخشنامه های اجرایی قابل توجه اعضای محترم صنف

بسمه تعالی

تاریخ: ۹۳/۱۱/۲۱
شماره: ۷۵۵۶۷-۸۳۴

پیوست:



اتاق اصناف تهران

اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی

**اتحادیه محترم صنف
سلام علیکم**

با احترام و آرزوی توفیقات مستدام؛ عطف به نامه شماره ۷/۱۰/۶۳۲۹ مورخ ۹۳/۱۱/۷ اتاق اصناف ایران مبنی بر اینکه بعضاً برخی از افراد سود جو با منتسب نمودن خود به مقام ها، ارگانهای دولتی و سیستم های نظارتی همچون نهاد رهبری، نهاد ریاست جمهوری، قوه قضائیه و ... اقدام به کلاهبرداری از شرکت ها و مؤسسات مختلف می نمایند. لذا مقتضی است با قید فوریت ضمن اطلاع رسانی دقیق به تمامی واحدهای صنفی تحت پوشش، در صورت مشاهده چنین مواردی سریعاً به حراست سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران یا مراجع ذیصلاح گزارش دهند. ام

و من... التوفیق
علی فاضلین - رئیس اتاق

اتحادیه فروش ماشینی و مکت

تاریخ: ۹۳/۱۱/۲۱
شماره: ۸۶۰۹



قابل توجه اعضاء محترم صنف تجهیز واحدهای صنفی به صندوق مکانیزه فروشگاهای

براساس تبصره ذیل ماده ۷۱ قانون نظام صنفی نصب، راه اندازی و تجهیز واحد کسبی به صندوق مکانیزه فروشگاهای یا رایانه مجهز به نرم افزار حسابداری فروشگاهای (برای ثبت و ذخیره کلیه معاملات اعم از خرید، فروش و موجودی انبار) از ابتدای سال ۱۳۹۳ برای اعضاء صنف فروشندگان فرش ماشینی و موکت جهت ارائه پیوست اظهارنامه مالیاتی الزامیست. ضمناً صدور فاکتور الزاماً بصورت چاپی باید انجام گردد. صدور فاکتور دستی و ارائه آن به مشتری اکیداً ممنوع و خلاف قانون است

اتحادیه فرش ماشینی و موکت قصد دارد جهت آشنایی همکاران و متصدیان واحدهای صنفی با قوانین کسب و کار، در چند فصل جداگانه به بیان موضوعاتی از قوانین نظام صنفی بپردازد.

موضوع فروش فوق العاده و فروش اقساطی

ماده ۱: فروش اقساطی عبارتست از واگذاری کالا یا خدمات به جای معلوم به خریدار به ترتیبی که تمام یا قسمتی از بهای مزبور به اقساط مساوی یا غیرمساوی در سررسیدهای معین دریافت گردد.

ماده ۲: قیمت فروش اقساطی در سطح واحدهای تولیدی، عمده فروشی و خرده فروشی و خدماتی برابر با قیمت فروش نقدی بعلاوه حداکثر تانک و نیم درصد به ازای هرماه نسبت به مبلغ باقیمانده (پرداخت نشده قیمت نقدی در روز معامله) می باشد.

ماده ۳: اعلام قیمت فروش نقدی و اقساطی بصورت قطعی برای کالاها و خدمات توسط فروشنده به خریدار الزامی است.

ماده ۴: در فروش اقساطی تنظیم قرارداد بین خریدار و فروشنده مشتمل بر مشخصات کامل کالا یا خدمات، مبلغ پرداخت نقدی، مبلغ فروش اقساطی و نحوه پرداخت آن، تعداد اقساط و نوع تضمین الزامی است.

ماده ۵: در صورتیکه خریدار قبل از سررسیدهای مقرر قصد واریز تمام یا قسمتی از بدهی خود را بنماید، فروشنده مکلف است پس از کسر مابه التفاوت قیمت نقدی و اقساطی متناسب با میزان بدهی خریدار کسورات لازم را لحاظ نماید.

ماده ۶: فروشنده می تواند به منظور حصول اطمینان از بازپرداخت بهای کالای فروخته شده با ارائه رسید معتبر از خریدار تضمین کافی حداکثر به میزان کل اقساط اخذ نماید.

ماده ۷: فروش فوق العاده به عرضه کالا جهت فروش به قیمت حداقل پانزده درصد پایین تر از قیمت متعارف و تعادلی بازار، که در مدت معین تحت شرایط و ضوابط این آیین نامه انجام میگردد اطلاق می شود.

ماده ۸: تعداد دفعات برگزاری فروش فوق العاده واحدهای صنفی حداکثر سه نوبت در سال و هر نوبت حداکثر به مدت یک ماه می باشد.

ماده ۹: واحدهای صنفی متقاضی فروش فوق العاده مکلفند کلیه کالاهای موجود در واحد خود را تحت ضوابط این آیین نامه بفروش رسانند.

ماده ۱۰: هر واحد صنفی قبل از فروش فوق العاده مکلف است مدارک زیر را همراه درخواست با ذکر تاریخ پیشنهادی برای فروش فوق العاده کالا، جهت اخذ مجوز به اتحادیه مربوطه تسلیم نماید.

الف. فهرست کلیه کالاها مورد عرضه در واحد صنفی.

ب. فاکتور خرید یا مدارکی دال بر قیمت های تمام شده.

ج. فهرست قیمت های رسمی یا متعارف در حال فروش عادی.

د. تعیین درصد تخفیف نسبت به قیمت فروش کالا در مورد فروش فوق العاده کالا

ه. لیست قیمت کالا پس از کسر تخفیف.

ماده ۱۱: واحدهای صنفی موظفند پس از اخذ مجوز انجام فروش فوق العاده ضمن الصاق آن در محل کسب، تابلویی شامل نرخ اولیه، میزان تخفیف و مدت فروش فوق العاده و قیمت کالا پس از کسر تخفیف را در مدخل مغازه خود به طوری که در معرض دید همگان باشد نصب نمایند.

ماده ۱۲: اتحادیه ها و مجامع امور صنفی صادرکننده مجوز فروش فوق العاده مکلفند بمنظور برخورداری واحدهای صنفی برگزارکننده فروش فوق العاده از تخفیفهای مالیاتی، یک نسخه از مجوز صادره را به حوزه مالیاتی مربوطه ارسال نمایند.

ماده ۱۳: واحدهای صنفی مجاز نمی باشند برای جلب مشتری درباره کالاها مورد عرضه در فروش فوق العاده برخلاف واقع تبلیغ نمایند. تبلیغ خلاف واقع علاوه بر تعقیب قانونی موجب جلوگیری از فروش فوق العاده خواهد شد.

ماده ۱۴: در صورتی که واحد صنفی بدون دریافت مجوز و یا عدم رعایت مقررات این آیین نامه اقدام به فروش فوق العاده نماید مرتکب تخلف صنفی می گردد.

ماده ۱۵: واحد صنفی برگزارکننده فروش فوق العاده، مکلف به صدور و تسلیم فاکتور فروش یا فیش صندوق، به مشتری می باشد.

ماده ۱۶: واحدهای فاقد پروانه کسب مجاز به فروش فوق العاده نمی باشند. در صورت انجام، اتحادیه های صنفی ذیربط موظفند طبق ماده ۲۷ ق ن ص اینگونه واحدها را تعطیل نمایند.

ماده ۱۷: اتحادیه ها و یا مجامع امور صنفی جهت انجام خدمات به واحدهای صنفی که اقدام به فروش فوق العاده می نمایند مجازند مبلغی را براساس آیین نامه ق ن ص دریافت نمایند.



بسمه تعالی

(آنچه که یک فرد صنفی باید بداند)

قوانین نظام صنفی

ماده ۱- نظام صنفی: قوانین و مقرراتی است که امور مربوط به سازمان، وظایف اختیارات، حدود و حقوق افراد و واحدهای صنفی را طبق این قانون تعیین میکند.

ماده ۲- فرد صنفی: هر شخص حقیقی یا حقوقی که در یکی از فعالیتهای صنفی سرمایه گذاری نموده، خواه به شخصه یا با مباشرت دیگران محل کسبی دایر و تمام یا قسمتی از کالا، محصول یا خدمات خود را به طور مستقیم یا غیرمستقیم و به صورت کلی یا جزئی به مصرف کننده عرضه دارد، فرد صنفی شناخته می شود.

ماده ۱۲- افراد صنفی موظفند قبل از تاسیس هر نوع واحد صنفی یا اشتغال به کسب و حرفه، نسبت به اخذ پروانه کسب اقدام کنند.

تبصره ۳- صدور بیش از یک پروانه کسب برای هر واحد صنفی واجد شروط قانونی برای یک یا چند محل کسب بلامانع است.

تبصره ۴- در صورتی که چند نفر، یک واحد صنفی را بصورت مشترک اداره کنند، بطور مشترک مسولیت امور واحد را عهده دار خواهند بود.

تبصره ۵- تمدید اعتبار پروانه کسب هر ۵ سال یکبار الزامیست.

طبق قانون فوق هر فرد صنفی باید:

- با الصاق برچسب روی کالا، یا نصب تابلو در محل کسب یا حرفه، قیمت واحد کالا یا دستمزد خدمت را به طور روشن و مکتوب و به گونه ای که برای همگان قابل رویت باشد، اعلام کنند.
- هر سال عوارض کسب و پیشه، حق عضویت اتحادیه و مالیات خود را بپردازند.
- هر ۵ سال یکبار نسبت به تمدید اعتبار پروانه کسب خود اقدام نمایند.

مواردی که طبق ماده ۲۸ ق ن ص اتحادیه می تواند نسبت به پلمپ و تعطیلی واحد صنفی از یک هفته تا شش ماه اقدام نماید:

- اشتغال به شغل یا مشاغل دیگر در محل کسب، غیر از آنچه در پروانه کسب قید گردیده یا کمیسیون نظارت مجاز شمرده است.
 - تعطیل کردن محل کسب بدون دلیل موجه حداقل به مدت پانزده روز برای آن دسته از صنوفی که به تشخیص هیات عالی نظارت موجب عسرو حرج برای مصرف کننده می شود.
 - عدم پرداخت حق عضویت به اتحادیه
 - عدم اجرای مصوبات و دستورات قانونی هیات عالی و کمیسیون نظارت که به وسیله اتحادیه ها به واحدهای صنفی ابلاغ شده است.
 - عدم اجرای تکالیف واحدهای صنفی به موجب این قانون.
- تعطیل موقت واحد صنفی با اعلام اتحادیه، راساً از طریق نیروی انتظامی بعمل می آید.

اتحادیه فرش ماشینی و موکت تهران

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

خانم سمانه سادات کلهری

مشاور حقوقی اتحادیه - وکیل پایه یک دادگستری

روزهای شنبه از ساعت ۱۱ تا ۱۳ به صورت حضوری

پاسخگو و راهنمای شما در مسائل حقوقی

تلفن تماس: ۰۹۱۲۵۷۱۸۱۲۱



اقدامات قاطع اتحادیه و اطلاع رسانی از طریق رسانه های گروهی

پیرو پخش برنامه تبلیغاتی سرای ابریشم که موجب تضییع حقوق سایر اعضا صنف گردید.

محمدهادی کمالیان رئیس اتحادیه فروشندگان فرش ماشینی با اشاره به تیزرهای تبلیغاتی مجموعه (سرای ابریشم) در تلویزیون گفت: این تبلیغات خلاف واقعیت است و به هیچ وجه مورد تایید اتحادیه فروشندگان فرش های ماشینی نیست.

ایشان در نشست خبری که در محل این اتحادیه برگزار شد، ضمن مردود دانستن موارد مطرح شده در تبلیغات سرای ابریشم گفت: این مجموعه تازه تاسیس به شکل غیراخلاقی دست به تخریب موقعیت اقتصادی حدود ۲۰۰ واحد فرش فروشی در محدوده بازار زده است.

کمالیان با تاکید بر اینکه هیچ فرش تقلبی وجود ندارد، گفت: این تیزر به گونه ای طراحی شده است که فرش های ماشینی موجود در بازار همه تقلبی و دست دوم می باشد و تنها فرش های عرضه شده در مجموعه سرای ابریشم با کیفیت است. وی افزود: حتی در قسمتی از این تیزر اعلام می شود که فرش که زیر پای شماست هم امکان دارد تقلبی باشد که این مساله یک موج بدبینی را در جامعه نسبت به دیگر واحدها به راه انداخته است.

کمالیان یادآور شد ما با تبلیغ کردن محصول خود توسط فروشندگان و یا تولیدکنندگان مخالف نیستیم ما با تخریب دیگران مخالف هستیم.

رئیس اتحادیه فروشندگان فرش ماشینی با اعلام اینکه در بخشی از این تیزر از اعضای هیات رئیسه این اتحادیه استفاده ابزاری شده است، گفت: در تاریخ ۱۵ دی ماه ۹۳ اشخاصی با هویت شرکت ایده پروران با ارائه نامه به اتحادیه مراجعه و اعلام داشتند از طرف سازمان صدا و سیما قصد تهیه مستندی جهت پخش از شبکه اول سیما با موضوع حمایت از حقوق مصرف کننده را دارند و بدین منظور به اتحادیه های صنوف مختلف مراجعه و درحال تهیه برنامه مستندی هستند. وی در ادامه افزود: سپس با حضور ایشان مصاحبه ای پیرامون کیفیت فرش های ماشینی صورت گرفت اما متأسفانه بدون هماهنگی این مصاحبه به صورت گزینشی در تیزر تبلیغاتی سرای ابریشم پخش و از آن مصاحبه با این مرکز تجاری بهره برداری شد.

کمالیان در ادامه افزود: در قسمتی از این تبلیغات با نشان دادن واحدهایی به عنوان عرضه کنندگان فرش های نامرغوب سعی در برجسته سازی مجموعه سرای ابریشم را دارند در حالی که این واحدها با سابقه چند ده ساله مورد تایید این اتحادیه می باشند.

رئیس اتحادیه تاکید کرد: مرکز تجاری سرای ابریشم متشکل از ۴۰ واحد است که هنوز فاقد پروانه کسب می باشند. اما واحدهایی که از آنها بعنوان عرضه کننده محصولات نامرغوب نام برده می شود و تعداد آنها حدود ۲۰۰ واحد است سابقه درخشانی دارند اما با این نوع تبلیغات مصرف کننده را نسبت به آنها بدبین کرده اند.

رئیس اتحادیه فروشندگان فرش های ماشینی با اشاره به اینکه درسال جاری به دلیل شرایط نامطلوب صنف عرضه کنندگان فرش ماشینی اعضای این اتحادیه یک به یک پروانه کسب خود را باطل و به شغل دیگری روی می آورند، گفت: عملکرد سرای ابریشم به این بحران دامن می زند.

وی گفت: واحدهای فرش ماشینی در محدوده بازار بزرگ تهران واحدهای خوشنامی هستند که سالهاست در این عرصه فعالیت می کنند اما تبلیغات زنده و زشت و غیر اخلاقی (سرای ابریشم) تصویر نادرستی از آنها به بینندگان عرضه می کند.

کمالیان گفت: در بخشی از این تبلیغات که با اعضای اتحادیه فرش ماشینی گفت و گو می شود، اعضا و از جمله اینجانب تاکید می کنند که مردم فرش های خود را از واحدهایی تهیه کنند که دارای مجوز می باشند و بلافاصله مجموعه سرای ابریشم را به نمایش می گذارند. این در حالیست که بخش عظیمی از این مجموعه فاقد مجوز کسب هستند.

وی افزود: پس از پخش این تیزر حدود ۱۰ درصد شکایت ها از محصولات داخلی بیشتر شده است که به عقیده ما این تیزر تبلیغاتی به طور غیرمستقیم یک جو روانی منفی ایجاد کرده است. وی گفت: در ماههای گذشته که هنوز مجموعه سرای ابریشم به بهره برداری نرسیده بود در تبلیغات آن عنوان می شد مردم تا ۳ ماه هیچ خریدی نکنند که همان تبلیغ نیز باعث کاهش خرید مردم شده بود و ما در همان زمان به مدیران مجموعه سرای ابریشم تذکر داده بودیم که دست از تبلیغات منفی برای همکاران خود بردارند اما آنها به این تذکرات ما نیز توجهی نکردند و کار را تا آنجا ادامه دادند که بصورت مستقیم دست به تخریب موقعیت اقتصادی واحدهای نزدیک به مجموعه سرای ابریشم زدند.

کمالیان با تاکید بر اینکه دیگر اجازه نمی دهیم به دیگر همکاران ما اجحاف شود گفت: از طریق اتاق اصناف درحال پیگیری حقوق حقه واحدهایی هستیم که قربانی زیاده خواهی بعضی افراد شده اند.

وی در ادامه گفت: سرای ابریشم باید تیزری بسازد که از اعضای صنف فرش ماشینی اعاده حیثیت شود.

رئیس اتحادیه فروشندگان فرش ماشینی با اعلام اینکه این اتفاق زنگ خطری است که برای دیگر اتحادیه ها نیز به صدا درآمده است، گفت: اگر هم اکنون جلوی این موج دروغ پراکنی را نگیریم چه بسا فردا تبدیل به سیلی شود که سد کردن آن مشکل است.



مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت:

قرارداد تجارت ترجیحی ایران و ترکیه مقابله با پدیده قاچاق



مدیرکل صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه توافقنامه تجارت ترجیحی با ترکیه در راستای جلوگیری از قاچاق در صنعت نساجی است، گفت: آنچه اکنون تهدید به نظر می آید آن را باید به فرصت تبدیل کرد.

نصرالهی برگزاری نمایشگاه پوشاک ایران و ترکیه را فرصتی مناسب برای عرضه توان داخلی و رقابتی شدن تولیدات نساجی و پوشاک دانست و گفت: این نمایشگاه با کمک انجمن ها و اتحادیه های مرتبط برگزار می شود. دبیر انجمن صنایع نساجی ایران نیز در این نشست با بیان اینکه توافق نامه ترجیحی با ترکیه به دولت قبل بازمی گردد، گفت: ما روزی می توانیم در شرایط ایده آل باشیم که دیپلماسی سیاسی بر اقتصاد سایه نیاندازد و بلکه عکس آن نیز اتفاق بیافتد.

محمدمهدی رییس زاده تصریح کرد: تعرفه های ترجیحی امضایی بین دولتهاست ولی در عمل آنچه اتفاق می افتد عملکرد فعالان اقتصادی در استفاده از تعرفه های ترجیحی است.

وی خاطر نشان کرد: تنظیم هر قرار داد ترجیحی براساس یک کار کارشناسی صورت می گیرد و بر آن قانون ظروف مرتبطه حکمفرماست و مصالح هر دو کشور در میزان صادرات و واردات و توازن آن در نظر گرفته می شود.

رییس زاده تصریح کرد: نقد منصفانه این است که نه تنها در این قرارداد بلکه برای بسیاری از کشورها پیمانهای پولی مطرح است و در شرایط تحریم، هر چه هم گذشت در صنعت نساجی وضع دشوارتر شد و متاسفانه در دوران وفور ارزی دولت قبل استفاده بهینه ای از شرایط به عمل نیامد.

وی ادامه داد: این صنعت پایین ترین درصد سرمایه گذاری صنعتی و بالاترین میزان اشتغال را در مقایسه با سایر صنایع پیشران دارد.

به گفته رییس زاده، اوج واردات پوشاک و نساجی به کشور در سال ۲۰۱۱ بوده که طی این مدت چین با ۸۰ درصد بیشترین واردات را داشته که بیش از ۳۰ درصد

به گفته نصرالهی، واردات سالانه پوشاک ۲۰۰ هزار تن در سال ۲۰۱۱ بوده که کمتر از ۵۰ درصد این میزان واردات نساجی از طریق گمرکات و مناطق آزاد و بقیه از طریق قاچاق صورت گرفته است و همچنین ۶ تا ۷ میلیون تخته پتو از همین طریق وارد کشور شده است. وی تصریح کرد: بخش خصوصی باید بداند دیوارهای بلند تعرفه دیر یا زود کوتاه می شود و بنابر این به کیفیت، بهره وری و مد و طراحی و خواسته بازار باید توجه شود که برخی مسائل در دولت و برخی در خود بنگاه انجام پذیر است.

نصرالهی تاکید کرد: واحدهای پوشاک رها نشده اند و ما مدام آمار ماده اولیه الیاف و نخ را چک می کنیم چون نشان از پویایی این صنعت دارد و با کمک انجمن ها به این نتیجه رسیده ایم که برای کالاهایی که تولیدات داخلی دارند، منطقی نیست ارز مبادله ای پرداخت کنیم و در صدد اصلاح قیمت های پایه واردات بر اساس مستندات موجود هستیم و براین اساس واردات مواد اولیه متعادل تر می شود.

این مقام مسوول گفت: با کمک انجمن ها و پیش آگهی هایی که به دولت داده می شود این نتیجه حاصل شده که نساجی صنعتی اشتغالزا است و مبادلات سیاسی ما با کشورهای شاخص در این زمینه انجام می شود، بنابر این هم بخش دولتی و هم بخش خصوصی برای رشد این صنعت باید اهتمام داشته باشند.

وی با اشاره به مشکلات این بخش گفت: قیمت تمام شده بالا در این صنعت بالاست و به مد و طراحی هم باید توجه کنیم، در غیر این صورت تولید و اشتغال از بین می رود و شاید برخی محدودیت های داخلی باید برای نیازهای پوشاک برطرف شود چرا که در غیر این صورت کشورهای دیگر جای آن را خواهند گرفت.

گلناز نصرالهی با بیان اینکه در این قرارداد ذکر شده که تمام کالاها باید ساخت همان کشور باشد، افزود: تمام مسوولین کشور هیچگاه منافع مردم و کشور را از یاد نمی برند و در قراردادهای منعقد نیز منافع و مصالح کشور را مورد نظر قرار گرفته است.

وی سپس با بیان اینکه صنعت نساجی کشور هم اکنون در حال تهاجم است، اظهار داشت: در شرایط فعلی بازارهای کشور پر از کالاهای استوک و بی کیفیت چینی شده است.

نصرالهی با تاکید بر تجدیدنظر پذیر بودن قرارداد ترجیحی ایران و ترکیه، گفت: اداره کل نساجی وزارت صنعت، معدن و تجارت همه توجه و هم خود را معطوف به کاهش قاچاق و حمایت از تولید داخل کرده است و ورود کالاهای ترکیه ای باعث رقابت پذیر شدن کالاهای ساخت داخلی می شود.

مدیرکل صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه نساجی و پوشاک جزو گروه ۱۰ کالایی است که برای واردات باید ۱۰۰ درصد حقوق ورودی پرداخت کند، گفت: به این مورد باید واردات با ارز متقاضی را نیز افزود که ۲۶ درصد حمایت تعرفه ای دارد که در مجموع ۱۲۶ درصد هزینه واردات رسمی آن است ضمن اینکه کالاهای نساجی جزو کالاهایی است که روی قاچاق آن حساس هستیم.

نصرالهی همچنین از صادرات ۹۴۴۶ میلیون دلاری صنایع نساجی طی ۹ ماهه سال جاری خبر داد و گفت: صادرات این صنایع ابتدای سال کم شده بود اما الان به نقطه سر به سر رسیده است.

وی افزود: طی همین مدت ۳۵۰ هزار تن مواد اولیه نساجی وارد کشور شده و ۹۰ هزار تن نیز واردات نخ بوده است.



قانونی و کاهش هزینه های سرمایه در گردش و ملک و ... انجام می شود.
صدق آمیز اضافه کرد: وجود بازار های رقابتی برای بخش تولید، توان صادراتی به آن بخش می دهد و چه بهتر این فضای رقابتی در داخل کشور خودمان باشد و امروز در کنار برگزاری نمایشگاه ترکیه نمایشگاه تولیدکنندگان داخلی برگزار می شود و ایجاد فضای رقابتی برای بالاتر بردن سطح تولیدات داخلی جهت تولید کنندگان داخلی و آن هم در فضای کنترل شده داخلی مهم و الزامی است. وی تاکید کرد: هدف باید ورود به بازارهای جهانی و صادرات در آن حوزه باشد چرا که یکی از صنایع مزیت دار ما در صادرات صنعت نساجی و پوشاک است.
صدق آمیز با اشاره به اینکه صنعت نساجی و پوشاک یکی از صنایع مزیت دار کشور است، گفت: متأسفانه جو ایجاد شده توسط برخی رسانه فضای نگران کننده را برای تولید کنندگان داخلی رقم زد در حالیکه توافقنامه تجارت ترجیحی با ترکیه باعث ایجاد فضای رقابتی در کشور می شود که نهایتاً به نفع این صنعت و با رویکرد حمایتی امضا شده است.
وی نیز بر ضرورت ارتقا کیفیت، بهبود بهره وری و توجه به مد و طراحی در این صنعت تاکید کرد و گفت: اگر حمایت های مناسبی صورت گیرد واردات مواد اولیه نیز متعادل تر خواهد شد.

اظهاری در گمرک و برخی دیگر از قوانین و گمرکی برشمرد که باعث قاچاق رسمی آن می شود.
همچنین مشاور اتحادیه تولید کنندگان و فروشندگان پوشاک صنعتی تهران در این نشست گفت: تعرفه گمرکی میثالی است از زمان جنگ و در زمان خودش کارساز بوده و معمولاً برای مدت زمان ۳ تا ۵ ساله برای رقابت پذیر کردن کالاهای داخلی با واردات انجام می شود اما الان نمی تواند به نفع صنعت و تولید کشور باشد.
محمدجواد صدق آمیز اضافه کرد: از بازار ۶٫۵ میلیارد دلاری داخلی در سال ۷۳ حدود ۷۰ درصد متعلق به تولید و ۳۰ درصد واردات و عمدتاً مواد اولیه بوده که اکنون برعکس شده است.
به گفته این فعال بخش خصوصی این صنعت ظرفیت صادرات ۱۲ میلیارد دلاری را دارد که با محاسبه نیاز داخلی و پیش بینی ظرفیت داخلی ۱۸ میلیارد دلار برآورد می شود.
صدق آمیز تأسیس کارگروه راهبردی پوشاک را در وزارت صنعت، معدن و تجارت و فعالیت در حوزه برنامه ریزی و تدوین نقشه های راهبردی را مهم و مایه حمایت و دفاع واقعی از تولید دانست.
به گفته وی، حمایت واقعی از تولید با جلوگیری از قاچاق، کاهش هزینه های تولید و با رفع برخی از موانع

آن از طریق کشورهای امارات و ترکیه صورت گرفته و این در حالی است که خالص واردات ساخت کشور ترکیه مجموعه ۵ درصد را شامل می شود.
وی اضافه کرد: منابع ارزی در دولت قبل صرف پروژه های بزرگ نفتی و گازی شد که البته در جای خود درست است اما از صنایعی مانند نساجی غافل ماند و این صنعت مورد بی توجهی و غفلت واقع شد.
رییس زاده تصریح کرد: در شرایط رکود و تحریم، پیمان های دو یا چند جانبه راهکار خوبی به شمار می رود و برای توسعه و تبادل بهتر همین تبادلات ترجیحی به کمک می آیند.
وی همچنین با اشاره به نتایج میز مذاکرات نساجی در اجلاس دی ۸، افزود: تا سال های ۸۴ و ۸۵ سرمایه گذاری خوبی برای نوسازی ماشین آلات نساجی شد اما ادامه نیافت در حالی که ماشین آلات این صنعت نیز یک دوره استهلاک دارند.
این فعال بخش خصوصی با اشاره به دلایل داخلی عدم پیشرفت صنعت پوشاک در کشور، یکی از دلایل عمده آنرا در طرح و مد و عوامل فرهنگی برشمرد و گفت: بیشتر از ۹۰ درصد برندهای خارجی که در بازارهای داخلی عرضه می شوند تقلبی هستند که البته در لایحه رفع موانع تولید، بحث برنورد توجه ویژه بوده است.
وی بخشی از مشکلات این صنعت را ناشی از کم

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 نمایید.

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: ۳۳۵۵۱۰۲۷

توزیع در مشهد: آقای صلاحی مقدم: ۰۹۱۵۶۰۰۷۲۷۹

توزیع در کاشان آران و بیدگل: آقای دشتیان: ۰۹۳۶۶۱۶۸۰۳۰

توزیع در شهرستان رامسر: آقای حامد خاتمی نژاد: ۰۹۱۱۱۹۶۱۱۴۵

توزیع در خرم آباد: آقای فرزاد ملکی: ۰۹۱۶۳۹۸۹۰۰۸

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.





اقتصاد مقاومتی با دانش، تلاش جهادگونه و مصرف تولیدات داخلی محقق خواهد شد

نماینده اتاق اصناف ایران در استان مازندران، شهرستان سوادکوه گفت: اقتصاد مقاومتی با سه رویکرد دانش، تلاش جهادگونه و مصرف هدفمند تولید داخلی محقق خواهد شد. احمد قبادیان در گفت‌وگو با خبرنگار اصناف ایران افزود: جدای از تعریف خاص اقتصاد، مقاومت و رویکردهایی که در بررسی این دو اصطلاح قابل طرح است، موضوع اقتصاد با رویکردهای علمی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و تاریخی و مقاومت به لحاظ روحی، جسمی، فیزیکی و... است که ترکیب این دو می‌تواند معنای متفاوت با رویکردهای متعدد بیاید.

وی با بیان اینکه لازم است برنامه‌های اقتصاد مقاومتی با سه رویکرد دانش، تلاش جهادگونه و مصرف هدفمند تولید داخلی مورد توجه قرار گیرد، اظهار کرد: اقتصاد مقاومتی هر چند ترکیب علم عمومی اقتصاد و شاخه‌های مرتبط با آن و نیز مقاومت و رویکردهای مطرح در آن را دربرمی‌گیرد، اما همه آن نخواهد بود.

قبادیان افزود: بنابر این لازم است این همت در کارشناسان و مسئولان پدید آید که در پیگیری مباحث مربوط به «اقتصاد مقاومتی» از سطحی‌نگری و روزمرگی بر حذر باشند و افزون بر این که توجه به اسناد بالادستی مانند قانون اساسی، چشم انداز بیست ساله و برنامه‌های پنج ساله، بخشی از منابع مهم، که محل رجوع برنامه ریزان و مجریان خواهد بود، با طراحی نشست‌ها و برنامه‌های علمی و پژوهشی، زمینه تدوین دروس مرتبط با آن را در حوزه‌ها و دانشگاه‌ها فراهم آورند.

وی ادامه داد: از جمله مسایل مهم در یک مبارزه اقتصادی، توجه به تولید با همت و تلاشی مضاعف در راستای کم کردن وابستگی‌های وارداتی و تأمین نیازهای داخلی در حد توان است. شاید نخستین برداشت در این مطلب، مخاطب را قشر زحمتکش و کوشای کارگر کند، در حالی

که سابقه نشان داده، این قشر در کنار مدیریت و برنامه ریزی مناسب، کارایی بالایی داشته و یکی از ارکان مثلث سرمایه، کار و مشتری است و اگر اهمیت بیشتری از آن دو نداشته باشد، قطعاً کمتر هم نیست.

وی افزود: تلاش جهادگونه در برنامه‌ریزی دقیق و بکارگیری نیروهای متعدد و متخصص در تولید و افزایش کیفیت محصولات با بهینه‌سازی دستگاه‌ها و توجه کامل و همه جانبه به همه خدمات مورد نیاز فرایند تولید از آموزش، بیمه، بهداشت، تبلیغات، بسته بندی، نگهداری و... می‌تواند در این زمره قرار بگیرد.

قبادیان تأکید کرد: با این نگاه، همه دست اندرکاران تولید اعم از سرمایه‌گذار، کارفرما و کارگر و همه تأثیرگذاران بر فرآیند تولید، باید در بالا بردن کیفیت و کمیت تولید، تلاش کنند. تولید باید به لحاظ کیفیت مایه مباحث تولید کننده و تأمین کننده نیاز مشتری باشد و به لحاظ کمیت نیز دارای فراگیری از نیازهای داخلی و خارجی با محوریت مشتری مداری عرضه شود.

وی گفت: نگاه به تولید ملی در همه عرصه‌های کشاورزی، صنعتی، خدماتی، علمی و... باید نگاهی اعتقادی و مسئولیت پذیر باشد و با این نگاه است که فعالیت‌ها جنبه جسمی و روحی پیدا خواهد کرد و انگیزه جهادگونه در آن تقویت خواهد شد. محصولات ایران اسلامی، باید در همه جای دنیا با این رویکرد قابل شناسایی و پذیرش قرار گیرد. قبادیان اظهار کرد: این همان مصرف هدفمند از تولیدات داخلی در اجرایی شدن «اقتصاد مقاومتی» است؛ یعنی در حالی که تولیدات داخلی به سمت کیفیت بهتر و عرضه فراوان است، خریداران نیز با استفاده متعهدانه و متعصبانه از تولیدات داخلی به عنوان یکی از زنجیره‌های چرخه استقلال کشور در مبارزه با تحریم‌ها و فشارها، در جبهه اقتصادی برای پیروزی کشورمان گامی موثر خواهند برداشت و نقشی مقوم خواهند داشت.

نماینده اصفهان در اتاق اصناف ایران:

خصوصی‌سازی و کاهش تصدی‌گری دولت در اقتصاد با سرعت بیشتری دنبال شود

نماینده اصفهان در اتاق اصناف ایران، با بیان اینکه نهادینه شدن راهکارهای اقتصاد مقاومتی نیازمند فرهنگ‌سازی است، خصوصی‌سازی و کاهش تصدی‌گری دولت در بخش اقتصاد را یکی از راه‌های تحقق اقتصاد مقاومتی دانست و اظهار امیدواری کرد این سیاست با سرعت بیشتری دنبال شود.

محمد مرادی در گفت‌وگو با خبرنگار اصناف ایران، با بیان اینکه اقتصاد مقاومتی ۲۵ گام دارد و از فرهنگ شروع و تا جغرافیای سیاسی ادامه دارد، گفت: اقتصاد مقاومتی با

تقویت صنایع و تولید داخلی و قرار دادن بازارهای داخلی در اختیار مردم و فعال کردن بخش خصوصی محقق می‌شود. وی گفت: قطعاً اقتصاد مقاومتی با احاطه قرار دادن بازار در واردات غیر ضروری که نقشی در افزایش سرمایه‌گذاری در کشور ندارد، معنا نمی‌شود، سیاستی که در واردات دنبال می‌شد جز ورشکستگی و گرفتن توان رقابت از تولیدکننده داخلی و بیکار شدن کارگران و بروز معضلات اجتماعی برای کشور چیزی نداشت.

نماینده اصفهان در اتاق اصناف ایران، اظهار کرد: در مدتی که از ابلاغ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی از سوی مقام معظم رهبری می‌گذرد، تلاش شد با یک برنامه‌ریزی مناسب، اقتصاد دولتی کنار گذاشته شود و به تولید و بخش خصوصی توجه شود منتها این حرکت کند بوده است که امیدواریم با توجه به شرایطی که کشور در آن قرار دارد، سرعت بیشتری در اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به کار گرفته شود.

مرادی گفت: دولت باید تا آنجا که می‌تواند برای تولید کننده داخلی زمینه کار را فراهم کند و حتی به تبلیغ او بپردازد تا با ترغیب خانواده‌های ایرانی به استفاده از کالای ملی، به تولید انبوه برسیم.

وی تصریح کرد: تولید اگر به مرحله انبوه برسد مقرون به صرفه خواهد بود و در نهایت تولیدکننده ایرانی می‌تواند ضمن افزایش کیفیت کالای خود، قیمت تمام شده کالا را نیز ارزان‌تر محاسبه کند تا مشتری نیز راضی باشد.

رئیس اتاق اصناف مشهد خبر داد:

رئیس اتاق اصناف مشهد خبر داد:

رئیس اتاق اصناف مشهد اظهار کرد: این اتاق در سال‌های گذشته طرح نوروزی خود را با همکاری اداره بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت از تاریخ ۱۲ اسفندماه آغاز می‌کرد که تا ۲۰ فروردین ماه ادامه می‌یافت، در سال جاری نیز همچون سال‌های گذشته در زمان مشخص طرح بازرسی‌ها انجام خواهد شد.

محمود بنانژاد مشهیدی در گفت‌وگو با اصناف ایران، در پاسخ به این سؤال که برنامه اتاق اصناف برای تنظیم بازار در آستانه عید چگونه است، گفت: طرح تنظیم بازار از سوی دولت به سازمان جهاد کشاورزی واگذار شده، که اتاق اصناف مشهد براساس وظیفه ذاتی خود نقش نظارت بر کنترل قیمت‌ها و جلوگیری از گرانی‌فروشی واحدهای صنفی را همچون سال‌های گذشته برعهده خواهد داشت.

وی با اشاره به برنامه اتاق برای برگزاری دو نمایشگاه فروش بهاره ادامه داد: نمایشگاه اول از تاریخ ۱۵ تا ۲۳، اسفند در محل نمایشگاه بین‌المللی از ساعت ۱۵ تا ۲۳ و نمایشگاه دوم از ۷ تا ۱۴ اسفند در محل مجتمع تجاری



اخبار اصناف

ولیعصر واقع در خیابان خواجه ربیع از ساعت ۱۵ تا ۲۱ آغاز به کار خواهند کرد.

محمود بنانژاد مشهدی با تأکید بر تشدید بازرسی‌ها در این دو نمایشگاه اعلام کرد: در نمایشگاه دوم، ۲ تیم و در نمایشگاه اول، ۷ تیم بازرسی به اضافه واحد رسیدگی به شکایات در هر دو نمایشگاه، در راستای دریافت و رسیدگی به شکایات مردمی، بازرسی و جلوگیری از تخلفات همچون گرانفروشی مستقر می‌شوند.

وی ضمن اعلام تخفیف ۱۵ درصدی زیر قیمت بازار در این دو نمایشگاه تصریح کرد: در این نمایشگاه انواع مواد غذایی، کیف و کفش، پوشاک، فرش دستباف، فرش ماشینی، بلور، لوازم خانگی، منسوجات، تریکو و کشیاف، آجیل و خشکبار، لوازم آرایشی و بهداشتی، مرغ و ماهی، گوشت قرمز، زعفران، نبات و آبنبات، لحاف و تشک، تجهیزات پزشکی، پتو و سایر مایحتاج عمومی در این نمایشگاهها برای رفاه حال شهروندان عرضه خواهد شد.

برای نخستین بار نقش اصناف در برنامه توسعه ترسیم می‌شود

اعلام نمایندگان پیشنهادی اتاق اصناف در شورای برنامه ریزی برنامه ششم توسعه

اتاق اصناف ایران نمایندگان پیشنهادی خود برای حضور در شوراهای برنامه ریزی ششم توسعه، را مشخص کرد. به گزارش خبرنگار اصناف ایران، در این نشست مفاد مندرج در قوانین اول تا پنجم برنامه توسعه جمهوری اسلامی ایران که مربوط به اصناف بود، استخراج و مورد بحث و بررسی قرار گرفت و نحوه ادامه کار این کارگروه سازماندهی شد.

مشاور امور اقتصادی اتاق اصناف ایران در این جلسه، اظهار کرد: برای تدوین برنامه ششم توسعه ۲۹ شورا تعریف شده که قرار است در این شوراها از نظرات همه تشکلهای گروهها استفاده کنند اما عملاً در این ۲۹ شورا فقط در یک شورا نام اصناف وجود داشت و قرار بود تنها در آنجا از نظرات اصناف استفاده شود.

محمدباقر مجتبیایی ادامه داد: با اعتراض اتاق اصناف ایران نسبت به این موضوع قرار شد نمایندگانی را از طرف اصناف برای حضور در کارگروههایی که اصناف در آنها حرف برای گفتن دارند، انتخاب کنیم.

مجتبیایی افزود: بر همین اساس طی بررسی که انجام دادیم به این نتیجه رسیدیم که در ۱۴ شورا اصناف حرف برای گفتن دارند و با مشورت‌هایی که با آقای فاضلی رئیس اتاق اصناف ایران و دیگر همکاران انجام دادیم نمایندگانی را برای حضور در این شورا انتخاب کردیم.

وی با تأکید بر اینکه اصناف در تصمیم‌گیری در مورد حوزه‌هایی که به آنها مربوط می‌شود حضور داشته باشند، گفت: مگر می‌شود در حوزه کار و تامین اجتماعی، تصمیماتی بدون حضور نماینده اصناف اتخاذ شود.

مشاور امور اقتصادی اتاق اصناف ایران با بیان اینکه در برنامه پنجم در ۷ موردی که از اصناف نام برده شده بود، همه موارد در جهت محدود کردن اصناف بود، ادامه داد: در برنامه پنجم توسعه حتی یک خط برنامه برای توسعه اصناف پیش بینی نشده است و ما نباید اجازه دهیم این اتفاق در برنامه ششم تکرار شود.

مجتبیایی برنامه ششم توسعه را به خاطر شرایط زمانی اجرای آن و شرایط اقتصادی که کشور در آن قرار دارد، برای اصناف بسیار حساس دانست و گفت: باید فرصت‌ها و تهدیدهای احتمالی برای اصناف و بنگاه‌های تولیدی کوچک در برنامه ششم توسعه را پیش‌بینی کنیم چون بودجه‌های سنواتی ۵ سال آینده متأثر از برنامه ششم خواهد بود.

وی متذکر شد: اگر در ارائه نظراتمان در این برنامه موفق عمل نکنیم، یک موقعیت خوب را از دست داده‌ایم، باید یک پیام مشخص برای دستگاه‌های دیگر داشته باشیم و حرفمان را منسجم و قانونمند به گوش مسئولان برسانیم تا شاید بتوانیم از خسارات احتمالی در آینده جلوگیری کنیم. مجتبیایی تأکید کرد: بدون تنظیم یک مصوبه مشخص هیچ کاری در دولت انجام نمی‌شود، اگر قرار است یک کار مناسب انجام دهیم و بودجه بگیریم، باید بندهای مشخص در برنامه بودجه داشته باشیم و از آنجا که بودجه براساس برنامه‌های توسعه تنظیم می‌شود، باید برنامه ششم توسعه را جدی بگیریم.

مشاور توسعه و بازرگانی و آموزش اتاق اصناف ایران نیز با بیان اینکه در بهترین شکل ممکن حدود ۳۷ درصد از برنامه‌های اول تا پنجم اجرا شده است، گفت: مابقی برنامه‌های تنظیم شده مغفول ماند و به اجرا درنیامد و علت این است که در نوشتن برنامه‌ها دقت لازم بکار گرفته نشد و از همه پتانسیل‌ها و داشته‌ها استفاده نشده است.

خسرو فروغان با بیان اینکه اصناف که بیشترین سهم را در اقتصاد دارند در تصمیم‌گیری‌ها نمی‌بینند، گفت: تاکنون تنها از اصناف، به جمعیت آنها اشاره شده است اما کسی حرف از تأثیرات اجتماعی اخلاقی و فرهنگی آنها نزده است.

فروغان افزود: تا به امروز که پنج برنامه توسعه را پشت سر گذاشته‌ایم اصناف کشور چنین جلسه‌ای برای تدوین و ارائه نظرات خود در مورد سهم و نقششان در این برنامه‌ها نداشته‌اند، این روند خوشبختانه در حال تغییر است، دیگر نمی‌شود به نقش‌ها و کارکردهای مختلف اصناف بی‌توجه بود، مردم جامعه در هر سنی از کوچک تا بزرگ برای خرید به واحدهای صنفی مراجعه می‌کنند بنابراین نمی‌توان نقش

اجتماعی و فرهنگی و تأثیرات اخلاقی اصناف را نادیده گرفت.

وی گفت: با توجه به اهمیت و حساسیت کار اصناف لازم است تا به مسئله آموزش در حوزه کاری این قشر بیشتر توجه شود، یک واحد صنفی باید بداند با مشتری چگونه رفتار کند تا اعتماد او را جلب کند.

فروغان با بیان اینکه اصناف بر اخلاق جامعه تأثیر زیادی دارند، ادامه داد: سرمایه‌های گوناگونی که در این بخش وجود دارد باید به درستی به کار گرفته شود و برای این منظور باید به مقوله آموزش توجه بیشتری شود.

همچنین نماینده معاون فرهنگی و اجتماعی اتاق اصناف ایران نیز با بیان اینکه در برنامه چهارم توسعه نقش اصناف به خوبی تدوین شده بود، گفت: در آن برنامه به جز کارکرد و نقش اقتصادی اصناف به نقش‌های دیگر آنها از جمله نقش اجتماعی و فرهنگی اصناف نیز پرداخته شده بود اما در برنامه پنجم متأسفانه این نقش کم‌رنگ شده و این مجموعه باعث کاهش سطح تأثیرگذاری اصناف در جامعه شده است.

مهدی نادعلی افزود: دفتر مطالعات راهبردی معاونت فرهنگی و اجتماعی اتاق اصناف ایران با سه رویکرد، تحول‌گرایی و ارتقاء سطح تأثیرگذاری اصناف در حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و رؤس اجرایی با خروجی مشهود را در برنامه ششم توسعه محور قرار داده و با این برنامه سعی داریم اصناف را به جایگاه اصلی خودشان در جامعه برسانیم.

نادعلی برنامه‌های معاونت فرهنگی و اجتماعی اتاق اصناف ایران را برای تدوین در برنامه ششم توسعه در ۴ محور اصلی با زیر مجموعه‌های مشخص به شرح زیر پیشنهاد کرد:

- ۱- بخش توسعه نقش اصناف ایران در اقتصاد ملی و اقتصاد جهانی در برگزیده امور زیر:
 - ۱/۱ تجارت الکترونیکی
 - ۱/۲ سرمایه‌گذاری
 - ۱/۳ اشتغال
 - ۱/۴ نظام مالیاتی
 - ۱/۵ توسعه استانی شورای برنامه ریزی استان؛ عضویت رسمی اصناف در شورای برنامه ریزی استانها قانونی شود
 - ۱/۶ توسعه منطقه‌ای
 - ۱/۷ بازار سرمایه
- ارتقاء سطح بهره‌وری ملی
- طرح تحول ساختاری اصناف
- ۲- توسعه بخش نظام مدیریت و تعامل بین بخشی اصناف
 - ۲/۱ فناوری اطلاعات در نقش آن - اصناف (.....)
 - ۲/۲ بهره‌وری و اثر بخشی (اصناف) (.....)



اصناف تهران خبر داد، تصریح کرد: برگزاری نمایشگاه در زیر چادر به ضرورت و با تأکید مسئولان دولتی صورت می‌گیرد و هنوز هم اتاق اصناف تهران اعتقاد دارد که این روش در شأن مردم نیست.

رئیس اتاق اصناف تهران همچنین از ادغام اتحادیه‌های همگن در آینده نزدیک خبر داد و گفت: کمیسیون‌های هفت‌گانه اتاق مشخص شدند و بزودی روسای آنها با رأی‌گیری در کمیسیون‌ها تعیین می‌شوند.

در این جلسه ابراهیم درستی نایب رئیس اول، علیرضا رأسی نایب رئیس دوم، خسرو ابراهیمی عضو هیئت رئیسه و مسئول انتخابات اتحادیه‌ها و حسین درودیان عضو هیئت رئیسه و مسئول بازرسی و نظارت اتاق، گزارشی از عملکرد حوزه فعالیت خود ارائه کردند.

در ادامه سردار محسن کاظمینی فرمانده سپاه محمد رسول‌الله تهران طی سخنانی ضمن قدردانی از اصناف و حمایت همه جانبه آنها از انقلاب و فعالیت‌های خیرخواهانه تأکید کرد: اصناف از ابتدای شروع انقلاب، تاکنون و در آینده همراه و پشتیبان نظام مقدس جمهوری اسلامی بوده و هستند.

وی همچنین تصریح کرد: در نظر است تا با همکاری اصناف زائرسرای در کربلا دایر شود و به همین دلیل از هر فعالیت خیرخواهانه‌ای در کربلا استقبال می‌کنیم.

در جریان این جلسه با توجه به سوالات متعدد روسای اتحادیه‌های صنفی در خصوص اعمال ماده ۲۷ و ۲۸ قانون نظام صنفی، سرهنگ علی رافی رئیس پلیس اماکن عمومی فاتب طی سخنانی اظهار داشت: در اعمال ماده ۲۷ و ۲۸ برخی مواقع ملاحظاتی وجود دارد که در صورت لزوم به طور موردی اعلام خواهیم کرد.

سرهنگ رافی تأکید نمود: پلیس اماکن عمومی، طبق دستورالعمل‌ها تا ۱۵ اسفند ماه آمادگی اجرای ماده ۲۷ و ۲۸ قانون نظام صنفی را دارد.

رایانه (استان تهران) برای حضور در شورای برنامه ریزی ارتباطات و فناوری، ابوالقاسم آقا حسین شیرازی رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک (استان تهران) برای حضور در شورای برنامه ریزی صنعت و معدن، محمدباقر مجتبابی مشاور عالی اقتصادی و برنامه ریزی اتاق اصناف ایران برای حضور در شورای برنامه ریزی خدمات مالی و بازرگانی، سید منصور حسینی معاون فرهنگی و اجتماعی اتاق اصناف ایران برای حضور در شورای برنامه ریزی امور عمومی، سیاست داخلی و ارتقای سرمایه اجتماعی، رضا آذری محبی معاون برنامه ریزی اتاق اصناف ایران برای حضور در شورای برنامه ریزی سیاست‌های پولی و ارزی، محمد طحانپور رئیس اتحادیه لوازم خانگی (استان تهران) و مجید شجاع مشاور اتاق اصناف ایران برای حضور در شورای برنامه ریزی تجارت خارجی و روابط اقتصاد بین الملل، علی توسی رئیس اتحادیه فروشندگان ماشین آلات کشاورزی صنعتی، ساختمانی و لوازم یدکی کشاورزی (استان تهران) برای حضور در شورای برنامه ریزی نظام تامین منابع مالی، حسین قدیانی رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان کالای خواب (استان تهران) برای حضور در شورای برنامه ریزی رشد، سرمایه‌گذاری و اشتغال، علی اکبر بخشی رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی اتومبیل و ماشین آلات (استان تهران) برای حضور در شورای برنامه ریزی توسعه مشارکت بخش خصوصی و تعاونی و بهبود محیط کسب و کار، محمدباقر معتمد رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم شوماژ و تهیه مطبوع (استان تهران) برای حضور در شورای برنامه ریزی ارتقای بهره‌وری و علیرضا رأسی رئیس اتحادیه دارندگان تعمیرگاه و اتوسرویس و توقفگاه و پارکینگ (استان تهران) برای حضور در شورای برنامه ریزی محیط زیست.

بودجه اتاق اصناف تهران تصویب شد

بودجه اتاق اصناف تهران در پنجمین اجلاس روسای اتحادیه‌های صنفی به تصویب رسید.

به گزارش اصناف ایران به نقل از اتاق اصناف تهران، پنجمین اجلاس روسای اتحادیه‌های صنفی ساعت ۹ صبح امروز در سالن اجتماعات اتاق با حضور فرمانده سپاه محمد رسول الله تهران، رئیس اداره اماکن عمومی نیروی انتظامی و روسای اتحادیه‌های صنفی برگزار شد. در این اجلاس علی فاضلی رئیس اتاق اصناف تهران با اشاره به برگزاری باشکوه جشن‌های سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی از حضور گسترده مردم و اصناف تشکر کرد.

وی همچنین از برگزاری نمایشگاه بهاره با مشارکت اتاق

۲/۳ کنترل کیفیت (.....)

۲/۴ نوآوری و خلاقیت (.....)

۲/۵ تنظیم مقررات مالی - دولت - اصناف

۲/۶ نظارت و کنترل

۲/۷ همکاریهای بین بخش داخلی و خارجی

۲/۸ پژوهش در عرصه مدیریت اصناف در کشورهای دیگر

(قوانین - مقررات - نقاط قوت و ضعف)

۲/۹ آموزش و توانمندسازی اصناف در عرصه مدیریت

۲/۱۰ استاندارد سازی

۳- جایگاه اجتماعی اصناف

۳/۱ تاسیس صندوق رفاه اصناف

۳/۲ تاسیس صندوق بیمه اصناف

۳/۳ تاسیس باشگاه رفاهی

۳/۴ سلامت و بهداشت تن و روان

۳/۵ توانمند سازی شغلی و خانوادگی

۳/۶ ورزش عمومی و حرفه‌ای اصناف

۴- برنامه توسعه فرهنگی اصناف

۴/۱ سرمایه اجتماعی اصناف

۴/۲ آموزش و ارتقاء فرهنگ شغلی و فرهنگ عمومی

اصناف

۴/۳ الزامات فرهنگ ایرانی، اسلامی در اصناف کارکردها

- ضرورت‌ها

۴/۴ توسعه همکاری فرهنگی با صدا و سیما و ...

۴/۵ توسعه رسانه‌ای در عرصه حضور اصناف در جامعه (

نشریه، سایت)

۴/۶ مشارکت و همکاری برای ساخت سریالهای تلویزیونی

با مضمون مشاغل، فرهنگ کار، اصناف و

۴/۷ تاسیس موزه اصناف

۴/۸ تاسیس باشگاه فرهنگی ...

۴/۹ ایجاد شبکه‌های اجتماعی برای پوشش فرهنگی

اصناف

۴/۱۰ تولید محتوای فرهنگی مورد نیاز و مورد علاقه

اصناف

۴/۱۱ برنامه‌های مشارکتی فرهنگی با استانها در عرصه

"میراث فرهنگی و اصناف"

به گزارش اتاق اصناف ایران فهرست نمایندگان پیشنهادی

اتاق اصناف ایران برای حضور در شوراهای برنامه ریزی

برنامه ششم به شرح زیر است:

خسرو فروغان مشاور امور آموزش اتاق اصناف ایران برای

حضور در شورای برنامه ریزی آموزش، محمد علی فرخ

مهر رئیس اتحادیه هتل‌ها و هتل آپارتمان (استان تهران)

برای حضور در شورای برنامه ریزی میراث فرهنگی و

گردشگری، سید رضا پور سیف رئیس اتحادیه مسافربری

(استان تهران) برای حضور در شورای برنامه ریزی حمل

و نقل، سعید ممبینی عضو هیئت رئیسه اتاق اصناف ایران

و سید مهدی میرمهدی کمجانی رئیس اتحادیه فناوران



سوت نساجی قائمشهر دوباره شنیده می‌شود

با فعال شدن خط رنگ و با رهایی از مطالبات، سوت قدیمی ترین کارخانه نساجی شمال کشور دوباره پُرنین می‌شود اما افسوس که باید سراغ بسیاری از ماشین آلات آن را از ضایعات فروشان شهر گرفت.

نام قائمشهر با نساجی اش عجین شده، کارخانه ای که نسل های مختلف از آن خاطره دارند و در دهه اخیر فراز و نشیب های زیادی را پشت سر گذاشته است و این تلخی ها سبب شده تا گاه خانوارهایی طعم بیکاری را بچشند و سایه فقر برسشان سنگینی کند و گاه هم دستگاهها و ماشین آلاتی که با هزاران زحمت و بودجه خریداری شده بود، سر از ضایعات فروشی های منطقه در آورد و سفره خریداران را رنگین کند.

با این حال، زمانی این کارخانه، منبع درآمد بخش عمده ای از مردم قائمشهر و شهرهای اطراف بود و در سالیان گذشته به دلیل برخی بی تدبیری ها و حتی فروش ماشین آلات به خریداران ضایعات، هر روز خطی از تولید از کار افتاد و خانوارهایی بیکار شدند. مشکلات بی پایان کارخانه نساجی قائمشهر که در یک دهه اخیر به اوج خود رسیده بود، دغدغه مسئولان ادوارهای گوناگون شده بود و هراز چندگاهی شاهد تجمع ها و اعتراض های خیابانی شاغلان بیکار شده این کارخانه بودیم.

با روی کار آمدن دولت تدبیر و امید، کلید تدبیرها برای بازگشایی قفل مشکلات کارخانه نساجی شروع به کار کرد و آخرین خبرهای مسئولان امر حاکی از آنست که به زودی تمامی مطالبات کارگران کارخانه قدیمی پرداخت می‌شود.

پرداخت مطالبات کارگران و دستگاههای مختلف مانند بیمه و مالیات، نساجی مازندران از بدهی رهایی می‌یابد و با فعال شدن خطوط رنگ، این کارخانه دوباره به روزهای اوجش بر می‌گردد.

به تاکید مسئولان با پرداخت مطالبات کارگران و دستگاههای مختلف مانند بیمه و مالیات، نساجی مازندران از بدهی رهایی می‌یابد و با فعال شدن خطوط رنگ، این کارخانه دوباره به روزهای اوجش بر می‌گردد. کمال علیپور دبیر مجمع نمایندگان مازندران در زمینه کارخانه نساجی قائمشهر می‌گوید: کارگران نساجی مازندران در سالهای گذشته همواره به دلیل پرداخت نشدن حقوق و موقوفات اقدام به تحصن می‌کردند که در دو سال اخیر شاهد اینگونه تحصن ها نبوده ایم.

علیپور با بیان اینکه ۳۰۰ بازنشسته نساجی مازندران منتظر دریافت مطالبات هستند، گفت: در دولت قبلی نامه ای به ریاست جمهوری نوشته شد و سه میلیارد تومان به تامین اجتماعی کمک شده تا نسبت به بازنشسته شدن کارگران اقدام شود.

این نماینده مجلس گفت: در دو سال گذشته تحصنی نسبت به مطالبات حقوق نداشتیم و تحصن ماه گذشته نسبت به عدم پرداخت مطالبات سنوات کارگران بازنشسته بوده است.

علیپور با اشاره به حدود ۷۰۰ نفر از کارگران حدود ۱۰ میلیارد تومان طلب سنوات و بیمه بیکاری دارند، یادآور شد: راهکاری که اندیشیده شد این است که زمین کارخانه نساجی قائمشهر در خیابان ساری را به بانک ملی بفروشیم تا مطالبات کارگران پرداخته شود.

وی با بیان اینکه دولت با نسبت به پرداخت مطالبات و دیون کارگران نساجی اقدام کند، تصریح کرد: زمین مورد نظر ۱۸ میلیارد تومان قیمت گذاری شده بود که بسیار

ناچیز بود و با اعتراض نسبت به قیمت آن، اکنون ۹۰ میلیارد تومان نرخ گذاری شده است.

وی گفت: همچنین باید ۴۰ درصد از ۱۰۰ هکتار زمین مورد نیاز به فضای شهری و فضای سبز تخصیص داده شود که ۴۰ درصد آن به شهرداری واگذاری شده است و دو خیابان ۲۰ متری نیز در وسط زمین، در نظر گرفته شده است.

علیپور با اشاره به اینکه تامین اجتماعی نیز ۱۷ میلیارد تومان از نساجی طلب دارد گفت: نساجی را به ثمن بخش واگذار کردند و هنوز طلب تامین اجتماعی و بیمه پرداخت نشده است.

وی یادآور شد: تصمیم گرفته شد زمینی که در جاده جویبار مربوط به نساجی بود، بابت طلب تامین اجتماعی به این دستگاه واگذار شود.

اکنون کارخانه ماهانه سود دهی دارد و برای آزادسازی دستگاه های گذشته نیز برنامه ریزی شده است

در عین حال سید هادی حسینی دیگر نماینده مجلس نیز با بیان اینکه کارخانه به بروز رسانی شده است به مهر گفت: اکنون کارخانه ماهانه سود دهی دارد و برای آزادسازی دستگاه های گذشته نیز برنامه ریزی شده است.

حسینی به مطالبات کارگران از کارخانه اشاره کرد و گفت: مطالبات بخشی از کارگران که پایین بود، پرداخت شد و تعداد طلبکاران کاهش یافته و در حال حاضر کارخانه به سوددهی رسیده است و با این سود، قسط های نساجی را پرداخت می‌کنیم.

وی آزادسازی دستگاههای گذشته را از جمله اقدامات بیان کرد و گفت: بخشی از بدهی کارگران نیز پرداخت شده است، همچنین یک خط رنگ و دستگاههای بافنده و ریسنده ای داریم که از سال ۷۰ تا ۹۰ وارد شهرستان شد و این دستگاه ها در انبار گمرک نساجی خاک می‌خورد که در حال آزادسازی است و با آزادسازی دستگاه ها، نساجی از حالت کنونی و خام فروشی محصولات خارج می‌شود.

خط رنگ نساجی راه اندازی می‌شود

وی گفت: ۶۰ درصد ارزش افزوده تولید در پارچه، طراحی و رنگ است و اگر خط رنگ که یکی از خطوط رنگ امروزی است، راه اندازی شود، ارزش افزوده نصیب شهرستان می‌شود.

این نماینده مجلس، میزان تولید پارچه نساجی را یک میلیون متر اعلام کرد و گفت: اکنون کارخانجات نساجی دیگر استانها، ارزش افزوده نصیب شان می‌شود.

در حال حاضر امیدها برای رونق بخشی دوباره کارخانه نساجی قائمشهر رنگ گرفته است و امید می‌رود که با پرداخت مطالبات کارگران که قرار است تا ۱۰ روز آتی



عملی شود، دوباره برخی چرخ های زنگ زده نساجی فعال شود، هرچند که در دوره های گذشته برخی از دستگاههای این کارخانه قدیمی به عنوان ضایعات فروخته شد.

فرماندار قائمشهر با اشاره اینکه مطالبات کارگران نساجی از شنبه آینده پرداخت می شود، گفت: پیگیری هایی در زمینه پرداخت مطالبات شده است و امیدواریم مطالبات کارگران ظرف ده روز به حساب آنها واریز شود. مهدی محمدی با اشاره به وام ۱۲ میلیارد تومانی بانک ملی به نساجی با حساب مشترک، افزود: مطالبات کارگران به نوبت و با تهیه لیست دسته های ۷۰ نفری پرداخت شود.

فرماندار قائم شهر با بیان اینکه امیدواریم کارخانه نساجی که در سال ۸۶ پلمپ شده بود با حضور کارفرمای این کارخانه و قولهایی که داده است ۶۵۰ نفر را تا پایان ۹۴ بکارگیری کند، اذعان داشت: نساجی دستخوش تغییر مدیریت خود شده و برخی از این مدیران برخی از دستگاههای این کارخانه را به عنوان ضایعات فروخته اند. رونق دوباره کارخانه نساجی قائمشهر امید و آرزوی همه آنانی است که سالهای جوانی و میانسالیشان را پشت دستگاههای این کارخانه قدیمی به کهنسالی رسانده اند و خاطرات زندگش شان با چرخهای این کارخانه پیوند خورده است.

فرش افغانی جای فرش ایرانی را می گیرد

بر خلاف تصور چین درحال حاضر فرشهایی ندارد چون محصولات آنها بازار خوبی نداشتند.

یک مقام مسئول در وزارت صنعت با بیان این مطلب گفت: کشورهایی مثل نپال، پاکستان، هند و افغانستان که بعد از انقلاب رقیب ایران شدند فرشهای صنعتی میبافند و کار هنری انجام نمی دهند.

وی ادامه داد: یک عده از افغانها که در ایران زندگی کرده اند این حرفه را فرا گرفته و رقیبی که برای ما در نزدیکترین زمان به وجود خواهد آمد افغانها هستند به واسطه اینکه در اینجا این فن را فرا گرفته اند و چون به ما هم نزدیک هستند مواد اولیه و طراح را با خودشان می برند و کارشان را پیش می برند.

این مقام مسئول در وزارت صنعت معدن و تجارت با تاکید بر این نکته که به زودی شاهد رقابت فرش ایرانی و فرش افغانی خواهیم بود، تصریح کرد: افغانستان الان یک مقدار از نظر امنیتی مشکل دارد و مردم خیلی مایل نیستند در آنجا سرمایه گذاری کنند اما در نمایشگاهها که

شرکت می کنند اجناس خوبی دارند. به گفته وی، بر اساس آمار و اطلاعات موجود تجار قم در افغانستان خیلی فعالیت دارند و در آنجا فرش میبافند و دوباره به ایران وارد می کنند و به نام فرش ایرانی به فروش می رسانند.

نمایشگاه بین المللی نساجی و فشن در کازابلانکا (مراکش)

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

نمایشگاه نساجی و فشن کازابلانکا در تاریخ ۱۰ لغایت ۱۲ مارچ ۲۰۱۵ میلادی در مرکز نمایشگاه های شهر کازابلانکا برگزار خواهد شد و در آن بیش از ۱۵۰ شرکت از کشورهای ترکیه، چین، هند، پاکستان، ایتالیا، مصر، فرانسه، اسپانیا و مراکش حضور خواهند داشت. شرکت برگزارکننده این نمایشگاه مهم شرکت ترکیه ای پیرامید گروپ می باشد که توانسته به خوبی در سال های اخیر بازار خود در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا را به سرعت گسترش دهد.

در حال حاضر این شرکت بزرگترین نمایشگاه نساجی و فشن مصر را نیز برگزار می نماید. همزمان با نمایشگاه نساجی و فشن مراکش نمایشگاه منسوجات خانگی کازابلانکا نیز برگزار خواهد شد.

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

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

نساجی است.

این نمایشگاه برای فعالان صنعت نساجی ایران نیز می تواند یک موقعیت استثنایی باشد تا با مطالعه بازار این کشور به ویژه در بخش هایی که ایران دارای مزیت های نسبی در آن است.

صادرات خود به این کشور شمال آفریقا را نیز گسترش دهند.

نمایشگاه نخ، نمایشگاه ماشین آلات نساجی و نمایشگاه لباس زیر زنانه همزمان در استانبول

وی دومین دوره نمایشگاه ماشین آلات چاپ، نواربافی، جوراب بافی، کتشف و چاپ و تکمیل نساجی در استانبول و در تاریخ ۵ لغایت ۸ فوریه ۲۰۱۵ برگزار گردید. این نمایشگاه در طول ۲۶ سال گذشته هر چند که توانسته به یک نمایشگاه جذاب و هدایتگر برای صنعت ماشین آلات نساجی بدل شود و قطعاً نمی تواند با نمایشگاهی مانند ITM رقابت کند اما همواره مورد توجه صنعتگران نساجی در ترکیه و کشورهای همسایه بوده است. در این نمایشگاه که با نام کامل TEXPO EURASIA ۲۰۱۵ برگزار می شود بازدیدکنندگانی از منطقه خاورمیانه و بالکان بازدید می کنند اما عمده بازدیدکنندگان از کشور ترکیه هستند. این نمایشگاه در سه سالن ۷، ۸ و ۹ مرکز نمایشگاهی توپاپ برگزار شد. این نمایشگاه به دلیل اینکه وسعت چندانی ندارد با هر نمایشگاه دیگری یعنی نمایشگاه نخ استانبول yarn Fair ۲۰۱۵ و IFEXPO ۲۰۱۵ که به لباس زیر و راحتی زنانه معطوف می شود به طور همزمان برگزار گردید. در این نمایشگاه حدود ۱۸۰ شرکت کننده حضور داشتند که بعد از ترکیه، چین با حدود ۲۰ درصد غرفه ها بزرگترین کشور حاضر در نمایشگاه بود. به نظر می رسد این نمایشگاه با توجه به برگزاری نمایشگاه های ماشین آلات نساجی در بوسرا، قهرمان ماراش و قازیان تپ و البته نمایشگاه ITM در سال ۲۰۱۶ تا حدی تحت تاثیر قرار گرفته باشد. مثل همیشه در این نمایشگاه نیز بازدیدکنندگان ایرانی و توره های گردشگری ایرانی زیادی به چشم می خورند.

دوازدهمین نمایشگاه نخ استانبول

نمایشگاه نخ استانبول نیز در تاریخ ۵ تا ۸ فوریه در مرکز نمایشگاهی توپاپ در استانبول برگزار گردید. این نمایشگاه در ۳ سالن ۴، ۵ و ۶ برگزار شد. این نمایشگاه



اخبار



به طور عمده تنها بر روی صنعت نخ و الیاف متمرکز است و در آن می توان رنج وسیعی از محصولات مانند، نخ های پنبه ای، نخ های پشمی، ویسکوز، اکریلیک، فنسی، شنل، پلی استر، ابریشم، نایلون و ... را مشاهده نمود. در این نمایشگاه شرکت های از ترکیه، چین، تایوان، هند حضور داشتند.

دوازدهمین نمایشگاه لباس زیر و جوراب زنانه و مردانه

این نمایشگاه در تاریخ ۵ تا ۷ فوریه و در سالن های ۲، ۳ و ۱۰ مرکز نمایشگاهی توپاپ برگزار شد و برگزارکننده این نمایشگاه از نقاط مختلف شهر استانبول برای دسترسی راحت تر بازدیدکنندگان سرویس های رایگان برای انتقال آن ها و برگشت به نقاط مبدا پیش بینی کرده بود که البته بازدیدکنندگان بومی استفاده از مترو بوس برای رسیدن به مرکز نمایشگاهی را ترجیح دادند. در حال حاضر در مرکز نمایشگاهی توپاپ امکانات بسیار مناسبی برای بازدیدکنندگان بومی و خارجی ترتیب داده شده است به طوری که دسترسی آسان و سریع، هتل های جدید و مجهز با امکانات رفاهی کافی، پارکینگ، و ... این مرکز را به یکی از بهترین مراکز نمایشگاهی ترکیه بدل کرده است.

در این نمایشگاه که مورد حمایت بسیاری از انجمن های نساجی و تولیدی ترکیه نیز می باشد بازدیدکنندگان زیادی از ۵۰ کشور جهان برای بازدید روانه استانبول می شوند. در این نمایشگاه می توانید طیف وسیعی از تولیدات نهایی نساجی مانند لباس زیر زنانه، انواع مایو، لباس خواب، انواع جوراب و ساپورت و محصولات وابسته این بخش را مشاهده نمایید. همزمان با برگزاری این رویداد شوهای زنده ارائه لباس نیز توسط برخی از شرکت های حاضر در نمایشگاه ارائه شد.

ششمین فرش خاکی هرمز رونمایی شد

ششمین فرش خاکی جزیره هرمز که مسئولان استانی آن را آخرین فرش خاکی این جزیره نیز نامیده اند جمعه اول اسفندماه رونمایی شد. منطقه خلیج فارس، فرش خاکی هرمز برای ششمین سال متوالی با حضور گردشگران و مردم جزیره هرمز در کنار ساحل خلیج فارس رونمایی شد. این فرش خاکی با مدیریت اجرایی «مهدی درویشی» و مشارکت ۱۵ نفر جوان علاقه مند جزیره هرمز و با هزینه ای حدود پنج میلیون تومان طراحی و ساخته شده

وی ضمن اظهار تاسف از اینکه ایران سهم عمده خود را در بازارهای جهانی فرش از دست داده و تولید و صادرات همانند سابق نیست، افزود: پسرقت در صنعت فرش عوامل مختلفی دارد که از جمله می توان به سهل انگاری و کم کاری در حضور در بازارهای جهانی به علت مشکلات داخلی اشاره کرد. میری اظهار کرد: تاثیر مستقیم تحریم ها در صنعت فرش و مشکلات ارزی از جمله دلایل کاهش سهم ایران در بازارهای جهانی است.

گرانی تولید از دلایل عقب ماندگی صنعت فرش ایرانی

عضو هیات مدیره اتحادیه صادرکنندگان فرش بیان کرد: یکی از دلایل دیگری که موجب شد صنعت فرش ایران از رقبایش عقب بماند گران تمام شدن تولید در داخل و عمدتاً ثابت نگه داشتن نرخ ارز در داخل بود.

به گفته وی بخشی از تورم به وجود آمده در اقتصاد کشور به این دلیل است که دولت تلاش بسیاری کرده که نرخ دلار را ثابت نگه دارد و از افزایش آن جلوگیری کند و تمام این عوامل دست به دست هم دادند که صنعت فرش همانند بسیاری از صنایع کشور با مشکلات داخلی روبرو شود.



است. ششمین فرش خاکی هرمز از ۱۰ قطعه مجزا تشکیل شده که هر کدام از این قطعه ها حاوی پیامی از آداب و سنن و افسانه های این جزیره است. این فرش خاکی نقش یک لاک پشت را به نمایش می گذارد و در ساخت آن از ۱۸ نوع خاک رنگی با رنگ های متفاوت از نقاط بکر جزیره هرمز استفاده شده است.

دلایل از دست رفتن سهم ایران در بازار جهانی فرش

نایب رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرش دستباف با اشاره به از دست رفتن بازارهای جهانی فرش ایرانی طی چند سال اخیر، دلایل کاهش سهم فرش ایرانی در بازارهای جهانی را تشریح کرد.

سید رضی میری اظهار کرد: موضوع رقبای بازار فرش ایران مسئله ای نیست که به تازگی مطرح شده باشد و سال هاست که ایران در بازارهای جهانی رقیب دارد و باید بپذیریم که بازار جهانی فرش فقط منحصر و متعلق به کشور ما نیست و هر کشوری به اندازه توانایی خود سهمی در تولید فرش دارد.



Mahris Carpet

ماهرس فرش

نمادی از ظرافت و زیبایی



نشان ملی تعاون



نشان کیفیت برتر ایران



نشان کار آفرین برتر ایران



نشان مرغوبیت کالا



نشان ضمانت کیفیت و اصالت کالا



تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان صابونچی، کوچه چهارم، پلاک ۱۹
تلفن: ۰۲۰-۸۵۳۰۴۵۹-۶۵ فکس: ۸۸۷۳۵۲۵۵ پیام کوتاه: ۳۰۰۰۵۳۰۵۳۰
www.mahriscarpet.com info@mahriscarpet.com



با سرطان هم همیشه غرق شادی شد

با مشارکت در تامین هزینه خرید لباس عید برای کودکان مبتلا به سرطان، بهاری نو را با شادی کودکی شان آغاز می کنیم.



۰۲۱ - ۲۳۵۴۰



* ۷۲۰ #

شماره حساب بانک پارسیان: ۸۱۰۴۴۴۴۹
شماره تماس بازدید از محک: ۲۳۵۰۱۲۱۰



محک

مؤسسه خیریه حمایت از
کودکان مبتلا به سرطان

mahak-charity.org



شرکت فرش چهل نگین مشهد

Chehel Negin Mashhad Carpet

۴۰ سال سابقه درخشان در صنعت فرش دستباف و ماشینی



تولیدکننده انواع:

✓ فرش ۱۰۰۰ شانه تراکم ۳۰۰۰

✓ فرش ۷۰۰ شانه تراکم ۲۵۵۰

با بهره گیری از آخرین تکنولوژی روز اروپا **SCHONHERR**

دارنده نشان کیفیت اتحادیه اروپا در صنعت فرش ماشینی

دارنده ۵ گواهینامه استاندارد بین المللی و استاندارد ملی ایران



آران و بیدگل / شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی / بلوار شماره یک / پلاک ۱۰۴

تلفن: ۰۶۱-۵۴۷۵۹۱۶۰-۳۱ همراه: ۰۹۱۳۱۶۱۷۳۰۹

WWW.40negincarpet.com

فرش جردن



رقيب نفيس ترين فرش دستباف ايران

فرش ۱۰۰۰ شانه - ۷۰۰ شانه - ۵۰۰ شانه - گلیم و جاجیم



۰۹۱۳ ۴۶۲ ۳۸۰۰

(۰۳۱) ۵۴۷۵ ۰۳۳۸

www.JordanCarpet.com

Manufacture of 1000 reeds carpet

www.JordanCarpet.com info@JordanCarpet.com



سەنۆمبارک ۹۴
Happy Nowruz

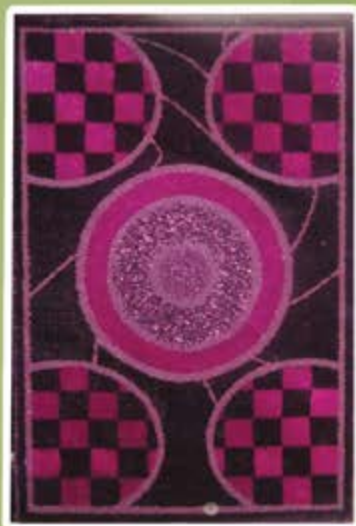




بازرگانه ضابطه

ZABETI TRADING

توزیع کننده انحصاری انواع شگی های ایرانی



آدرس دفتر و نمایشگاه: تهران - خیابان مصطفی خمینی - پایین تراز
چهارراه سیروس - نرسیده به چهارراه مولوی - جنب مسجد شاهچراغی

- پلاک ۲۳ - طبقه اول و دوم

۰۹۱۲۶۸۸۲۵۳۳ - ۳۳۵۰۴۰۰۹ - ۳۳۵۰۴۰۰۲



اتحادیه صنف فروشندگان فرش ماشینی
و موکت تهران
خدمتگزار صنف



آدرس اتحادیه: تهران خیابان شریعتی، سه راه طالقانی، پایین تر از بیمارستان پاسارگاد، نبش کوچه

حمید صدیق، ساختمان ۱۲۰، طبقه دوم

شماره تلفن: ۷۷۵۳۵۴۷۵ و ۱۳-۷۷۶۵۴۲۱۲ فکس ۷۷۵۲۷۳۸۷

ساعت کاری اتحادیه: ۸ صبح الی ۱۴:۳۰



International Carpet & Flooring Exhibition
1-3 Oct 2015 | ADNEC | Abu Dhabi, U.A.E

نمایشگاه فرش و کفپوش ابوظبی

تاریخ برگزاری: ۱ لغایت ۳ اکتبر ۲۰۱۵

محل نمایشگاه های بین المللی ابوظبی - امارات

کسب اطلاعات بیشتر: +۹۸-۲۱-۷۷۲۴۵۷۸۰

Incorporated Events:



**Join us and
see excellence
beneath your feet...**

www.arabcarpetexpo.com

Organiser:



ExCo Media Ltd
Building 3, Chiswick Business Park
566 Chiswick High Road
London, W4 5YA, England, UK
Phone | 0044-203-393-7677
Fax | 0044-203-370-7970
Email | info@excomedia.co.uk
Web | <http://www.excomedia.co.uk>

Supporters:



هيئة أبوظبي للسياحة والثقافة
ABU DHABI TOURISM & CULTURE AUTHORITY



۷۰۰ شانه، ۱۰ رنگ
تراکم ۳۰۰۰

پرنیان

CE
نشان کیفیت
اتحادیه اروپا

نقش خاک،
نقشی نو در
هنر فرش
ایرانی

NAGHSHE KHAK CARPET
WWW.NAGHSHEKHAK.COM

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به
فروش نقش خاک کاشان می باشد. بدینوسیله است حرکتی به تولید
و کپی برداری از نظر قانونی و اخلاقی مجاز نیست


©Copyright 2015 All Rights Reserved by
Naghshe Khak Kashan





SARAYE ABRISHAM CARPET CENTER

www.sarayeabrisham.ir
info@sarayeabrisham.ir

 [instagram/sarayeabrisham](https://www.instagram.com/sarayeabrisham)

سرای ابریشم

بزرگترین بازار فرش ماشینی کشور

امکانات ویژه مجتمع:

- اولین و بزرگترین برند ستر فرش ماشینی کشور در سه طبقه
- با طراحی ویژه، فاخر و منحصر به فرد در قلب بازار تهران
- با بیش از ۷۰۰۰ تنوع فرش در طرح ها و رنگ ها و ابعاد متفاوت
- ایجاد چندین رشته پله برقی
- آسانسور پانارومای اروپایی
- آسانسور حمل بار
- سیستم سرمایش و گرمایش مرکزی ریم آمریکا (rheem)
- بکارگیری اصیل ترین روش های معماری
- راهروهای عریض و سقف بلند ۵ متری
- سیستم اعلام و اطفاء حریق فوق مدرن (sprinkler)
- انبار های متمرکز جهت نگهداری فرش



آدرس: تهران - بازار - نرسیده به
چهار راه سیروس - سرای ابریشم
تلفن: ۳۳ ۵۵ ۰۰ ۰۶ فکس: ۳۳ ۵۵ ۰۰ ۸۱

