

Kohan Textile Journal

ISSN:1735-9619- vol.14, No.56, January- February 2020

Middle East Textile Journal

www.kohanjournal.com

Patchwork چهل Collection تکه

Handmade 100% wool

دستباف صددرصد پشم

0912 126 1834

0912 792 8626

021- 551 55607-9

© Farshe40tekee

شرکت فرش
شاهکار صفویه
از دیروز تا امروز
با شما هستیم

With You from
Past to the Present

Shahkarsafavieh Carpet
فرش شاهکار صفویه



طرح گلریز

طرح اصفهان

شرکت شاهکار صفویه

آدرس شرکت: کاشان، بلوار قطب راوندی، روبروی کارخانه آرد روشن، حکمت چهلیم
۰۹۱۳۱۶۱۳۴۹۳ | تلفن شرکت: ۰۳۱۵۵۵۳۴۰۴۴ | شماره فاکس: ۰۳۱۵۵۵۳۴۰۴۶
09131613493 | Tel-Co: 03155534044 | No.Fax: 03155534046
www.shahkarsafavieh.com  https://t.me/shahkar_safavie



ZARTOSHT CARPET

DOMOTEX 2020

HALL 5
D28



WWW.ZARTOSHTCARPET.COM



Afshar Zarineh Carpet



1500

TEXTURE

MANDEGAR COLLECTION

HALL 5 STAND A 29
HANNOVER GERMANY
10-13 JANUARY 2020

 WWW.AFSHAZARINEHCARPET.COM

 [AFSHARZARINEHCARPET](https://www.instagram.com/afsharzarinehcarpet)

  09141811663 . 09141810099

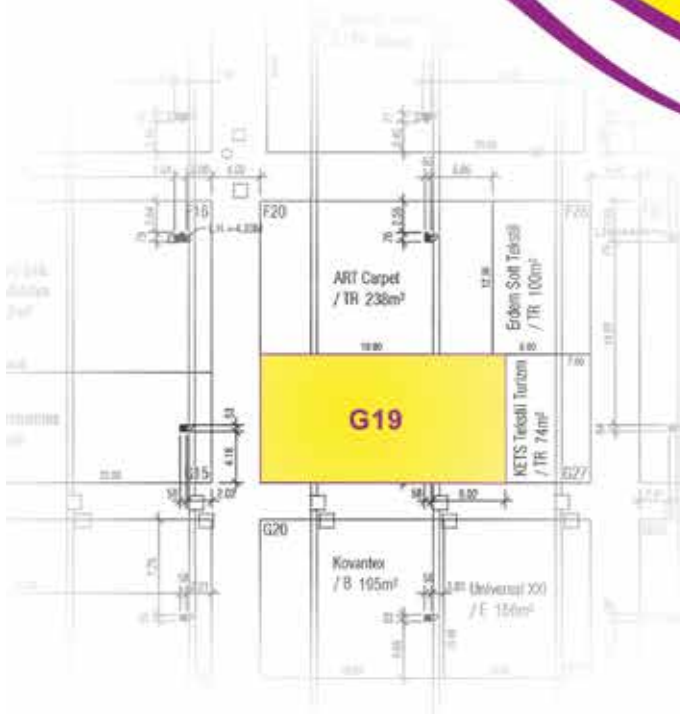
 AFSHARZARINEHCARPET@YAHOO.COM





Gheytaran Carpet
The Concept Of Persian Rug

DOMOTEXGermany
The World of flooring



Hall 006
Stand G19

Hannover/Germany
10 – 13 January 2020

www.gheytarancarpet.com

Address: Eastern Hekmat st. Jahad Blvd. Hemat Sq. Kargar Blvd. Shahidan Arbabi Sq. Aran & Bidgol. Iran
Tel: (+9831) 547 50 570 (Persian, Arabic) **Mob:** (+98) 913 161 0611 (English) **Mob:** (+98) 913 362 5967
www.instagram.com/Gheytdaran_carpet **Email:** info@gheytdarancarpet.com

POLYTEX[®]
ENGINEERING+MANUFACTURING+SERVICE

www.polytex.cc

TECHNOLOGY

- PET/PBT/PBS/PTT/PLA/PBAT/PETG/PC/PA6/PA66.. [EPC]
- GAS/COAL CHEMICAL- BDO/EG/MeOH [EPC]
- HP (Hydrogen Peroxide, H₂O₂) [EPC]
- RECYCLING (POLYMER: Physics or Chemistry) [EPC]

A POLYTEX GROUP

POLYTEX[®]
POLYTEX ENGINEERING GROUP LIMITED
Corp: No.20 Wenchang Mid Rd, Yangzhou, Jiangsu, PRC.
Head: No.1, Private Industrial Park, Yuetang, Yizheng, Jiangsu, PRC.
Tel: +86-514-85553618 ; +86-514-87859276
Fax: +86-514-87857559
E-mail: market@polytex.cc polytex@vip.sohu.com
Website: www.polytex.cc

POLYTEX CHINDUSTRY ACME

ITM 2020 İSTANBUL

35TH INTERNATIONAL TEXTILE MACHINERY EXHIBITION

2-6 JUNE 2020

www.itm2020.com

Download ITM 2020
App Store & Google Play



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

OWNERS



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

AUTHORIZED EXCLUSIVE SALES REPRESENTATIVE IN CHINA
SHANGHAI TENGDA EXHIBITION CO.,LTD.
Ph: +86-21-60493344 - Fax: +86-21-58499947
info@tengda.com

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



THE FIRST TEXTILE MAGAZINE IN MIDDLE EAST

WWW.KOHANTEXTILEJOURNAL.COM

ISSN:9619 -1735

Vol.14 No.56

January- February 2020

www.kohanjournal.com

President Publisher/
Yayın Sahibi:

KohanTextile Journal
Behnam Ghasemi
Info@kohanjournal.com
+90 539 234 6324

Editor in Adviser/
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:
Behnam Ghasemi

General Coordinator/Genel
Kordinatör:
Farshad Soltani
farshadsoltani@
kohanjournal.com.com

Advertisement & Sale
Manager/
Reklam ve Pazarlama
Müdürü:
Farshad Soltani
777@kohanjournal.com

Technical Editor:
Mir Shahin Seyed Saleh
Design:
Mojtaba Mohammadnejad

Print and Publish:
Pasargad Publication

China Office:
Mr. zhang hua
kohanjournal@gmail.com

Head Office/
Merkez Yönetim Adresi:
Unit 1, 1th Floor, 55 Street,
Resalat Square,
P O Box 16765-465 Tehran IRAN
Tel:+9821-77230310

Contents

INTERVIEWS

- Solomon Carpet, a world-renowned brand..... 7
Interview with Saeed Monzavizadeh, CEO of Rasoul Isfahan co.
- Manpower, the highest capital of any country..... 11
Interview with Ahmad Farahi, CEO of Farahi Carpet Company
- Customer commitment is a key to success in the global marketing..... 15
Interview with Morteza Sodayi, CEO of Zartosht Carpet Company
- Lack of proper policy making, industry's major problem..... 18
Interview with Mir Mola Soraya, Carpet Designer
- Economic instability, the biggest problem of production..... 21
Interview with Hamid Moshiri, CEO of Mashhad Ardehal Carpet Company

ARTICLES

- The role of carpet in identifying interior architecture..... 24
- Growth of Iranian Carpet Exports, Reasons and Goals..... 26

EXHIBITION NEWS

- A Success Beyond Expectations..... 28
Kohan Textile Magazine Special Report on 11th Tehran Carpet Exhibition
- Domotex Hannover 2020..... 31



SOLOMON CARPET, A WORLD-RENOWNED BRAND

Interview with Saed Monzavizadeh
CEO of Rasoul Isfahan co.



SOLOMON CARPET®
شرکت تولیدی و صنعتی رسول اصفهان
RASOUL ISFAHAN CO



4 Decades of
Entrepreneurship
with

sympathy | corporation | loyalty | Success

www.solomon-carpet.com
instagram/solomoncarpet_official

Rasoul Isfahan Industrial & Industrial Company, known as Solomon Carpet Brand in the world and domestically, is one of the largest and oldest brands of carpet production and has been able to export to many countries worldwide. This year, it also launched its latest products at an important event like Domotex Hanover with a 500 square meter booth.

Carpet Solomon's executives said that the latest products at the Hanover Dumotex exhibition will be unveiled. The new product to be exposed to the world is the Solomon Carpet Silk Collection, woven for the first time in 2000 loop worldwide. It is a unique product in terms of design, role, quality and beauty. In a sense, the first carpet will be a completely handmade carpet woven by a carpet manufacturer. The booth of this company is in hall number 5, D41 booth, where you can visit our loved ones for a closer look. In this regard, we went to the Honorable Managing Director, Saeed Monzavizadeh, to discuss the goals and plans of the collection under their management for the Domotex Hannover Exhibition. The full text of the discussion is presented in more detail below.

■ Give a brief overview of the company history, year of establishment, machinery and technology used, and your export success.

Rasoul Isfahan Manufacturing and Industrial Company was established in Isfahan on January 9th, 1991 and after manufacturing and completing and installing machinery in 1365, it started producing various types of yarn for carpet production. In the first place and for a short time due to its very good quality it established and consolidated its position with the brand of messenger yarn. Over time, with the experience and technical knowledge of yarn production and with the efforts of the shareholders, began to develop and complete different stages of production of used carpet yarn as well as production of carpet so that in 1992 production of carpet

with Modern technology was launched when the carpet and related products were introduced under the carpet brand Solomon. At the beginning of its fourth decade of operation, the company, in addition to having more than 100 dealers nationwide, has taken steady steps in acquiring domestic and international markets with more than 50 dealers.

Rasoul Isfahan Manufacturing & Industrial Company with full range of production range from dyeing, spinning, weaving to finishing as well as product distribution in distribution network which also includes "Ghali Suleiman" chain stores in Iran and abroad Can be directly present in the market and consumer preferences and views in this vertical structure are rapidly shifted from the consumer market to the design and production planning phase,



focusing on market demand and accelerating consumer demand and demand. As one of the success factors of this company.

Other factors of Suleiman's success include the systematic loyalty, dedication and effort of its employees and cross-regional policy and customer-oriented customer-centric standards that have always focused on customer well-being and customer satisfaction throughout their economic lives. There was a planning of the directors and the board.

It is worth noting that the company continues to fulfill its mission of producing high quality products to satisfy customers, by rebuilding and completing its production line with the most advanced machinery and technology in the world, using the highest quality raw materials purchased from Bayern Germany (Dralon). In addition to producing acrylic yarn, it has been able to meet customers' needs in a variety of knives, tops, polypropylene yarns as well as by producing wool, acrylic, polypropylene, polyester, carpet and other types of carpets. . The company has been chosen as one of the country's green industry favorites, paying attention to protecting the environment by following environmental standards.

■ What products are produced in the Solomon rug collection?

Products manufactured in factories of Rasoul Isfahan Industrial & Industrial Co. are:

Types of acrylic yarn with STAPLE and TOW fibers in

grades 15 to 50, balers, shingles for the carpet industry.

Production of yarns: polyester, polypropylene with different grades through system and spinning process.

Production of different types of carpets with acrylic yarn, TOW, polyester, polypropylene in different grades.

Production of carpets of 350 combs, 700 combs, 1000 combs, 1200 combs and 1500 combs and 2000 combs of different density from 960 to 3600.

■ What is the quality and standard of the products in your collection?

Increasingly improving the quality of manufactured products in order to provide and enhance customer satisfaction by observing the quantitative and qualitative requirements and regulations affecting environmental issues and social responsibility of consumers has been a key policy of Rasoul Isfahan Industrial & Industrial Company (Rug Solomon). In addition to having the national standard of Iran, it has been honored to receive standard certifications in the areas of customer complaints ISO 10002 and customer satisfaction measurement ISO 10004 as well as EN European standard for rugs 14041. In addition to the above mentioned standards, it has achieved international standards in the field of product quality, environment, energy and ...

OHSAS 18001-2007

ISO 9001-2015

ISO 14001-2015

ISO 50001-2011



■ **How would you describe the strategy and goals of the Soleiman Carpet Company?**

- Continuous promotion of quantitative and qualitative productivity and increasing its effectiveness in competitiveness of manufactured products.
- Developing competitiveness in domestic and foreign markets.
- Promotion of work culture and development of technical and scientific knowledge of human resources
- Environmental protection and prevention of environmental pollution.
- Target energy consumption to optimize consumption.

■ **Tell us about your export records and activities in foreign markets and exhibitions.**

Khodrooshkar In recent years we have been able to export Rasoul Esfahan Company with the Raleye Soliman brand more than we have in the past. We export to the Gulf countries as well as to East Asia, and we also export to countries such as Mexico, South Korea, Africa, India.

We are striving to make these exports even more proud of the country and in recent years we have been able to set significant records, including the largest machine rug in the world producing 2 square meters in quality and 1 comb. We received another new order, which is 2m in quality and shoulder-high, which we will rebuild our previous record and hope to continue with this process and be able to give our country more honor.

■ **What new products have you brought to Hanover to present to global markets?**

One of the new products that can be called today is the name of the carpet-comb which was unveiled at the Tehran Carpet Exhibition and only a small part of it is being unveiled at the Hanover Exhibition in particular. We can also name the company's antibacterial product, which, after a nearly nine-month project with the University's R&D unit, is set to be unveiled at the Hanover Exhibition, and in the near future, we will be able to incorporate basic knowledge. And market it as a knowledge-based product.

■ **What are your goals and plans for attending Domotex?**

The aim and vision of the company has always been to take the first steps in development and quality, and to always be a reputable company using the best raw materials and at the same time we can make it the best carpet we can.

The carpet brand Soleiman Rasoul Esfahan Company in the field of carpets and yarn BCF has been able to make good strides with new innovations and we hope that economic conditions and market conditions will enable us to make good use of these products and dear people's needs. To supply our country and world markets

We have always been looking for high-quality carpet



Abrisham collection

to satisfy our customers at Suleiman Carpet and we are happy to celebrate our 40th and 14th anniversary this year and hope that this will continue and make our beloved Iran proud.

■ What is your analysis of production and producer status?

As you know, production is very problematic right now, and it has its own difficulties, especially in the years when sanctions have been lifted, causing many problems for producers in all industries.

In the same way we had these problems, but thanks to God and in fact the love we had for our workers and we love them, and again, God willing, we were able to move our business forward and even expand our spinning sector in these two years. In the past two years, we have done a lot of up-to-date carpet and carpet discussion and our own design and work that even our competitors have acknowledged to have been very good.

■ Solomon's carpet with its unique booth at the Demotrex Hanover Exhibition always presents a symbol of the greatness of Iranian culture. What is the impact

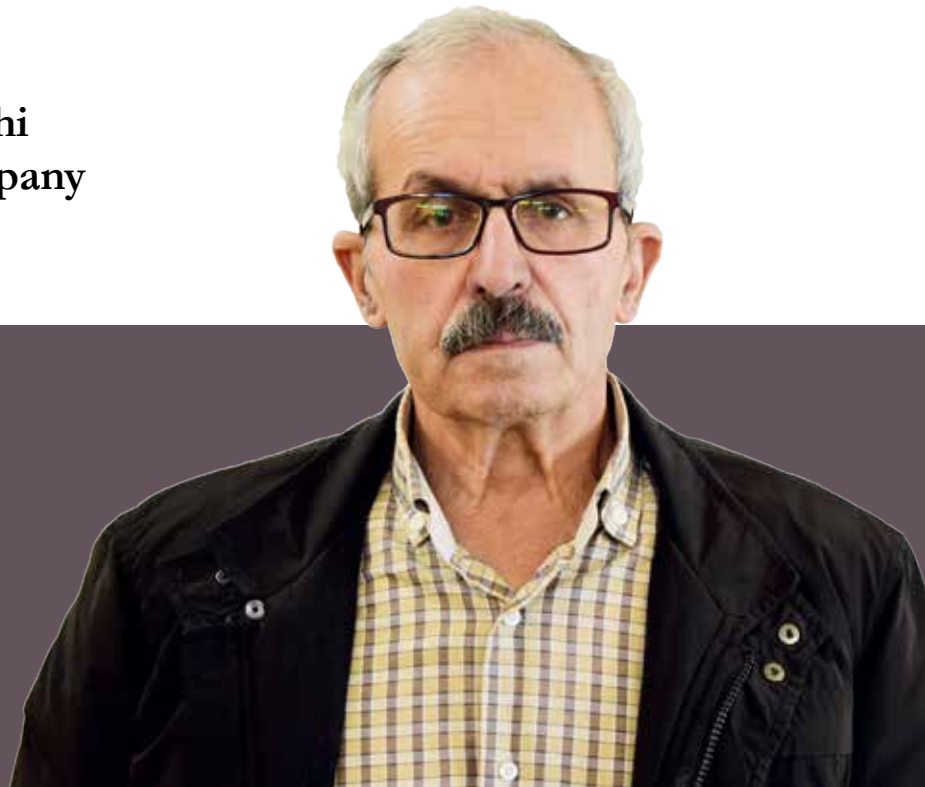
of this booth and the use of Iranian national and cultural symbols on foreign customers coming to your booth?

One of the issues that all companies and in all industries can ask themselves is the International Exhibitions of Tehran, where we are a few years old, and Germany, which is the largest International Exhibition of Carpets in the world. Let's move on to the new build and even add a modern one, the booth we did very well and the godfather we did a great job last year, and we implemented the booth the same way this year, but the work itself is really kind of. We created new designs and colors on different combs and modern work and all our customers said at the show. This year you have the first word on the plan. We've done great work in both traditional and classic work and for the first time unveiled a 5-shoulder product with the effort of a collection and staff that I thank for being unique in the carpet industry in just over 7 days. We were able to get the carpet to the exhibition.

And we put the next surprise, which is a very high-profile work for the German Demotex exhibition, and hope that as a small member of this industry we will keep our country's flag high and God willing.

MANPOWER, THE HIGHEST CAPITAL OF ANY COUNTRY

Interview with Ahmad Farahi
CEO of Farahi Carpet Company



Farah Carpet, now known internationally with its commercial and selling brand, “Mr. Carpet”, which has stores in many Iranian cities, is one of the oldest carpet producing companies. Haj Ahmad Farhi is the director of the collection, who, of course, believe that he is the sole producer of the collection with him, and the rest is left to his sons Ali and Hussein Farhi.

Established in the 1970s, Sepehr Kashan is one of the first carpet manufacturing companies in the country and today has several types of invention and invention in the field of carpet production. Haj Ahmad Farhi, one of the leaders in the textile and carpet industry in the country, has worked for many years in textile factories in various positions, and in part of this interview he described his experiences in these years for the ancient magazine. He has also been a member of the Kashan Chamber of Commerce for many years and is considered to be one of the most experienced in the industry. We had a detailed discussion with Haj Agha Farhi about different areas of machine rugs, production and economy of the country due to their personal experiences and educational backgrounds which you can read below.

■ It's true that your company is recognized not only in the whole country but internationally. But since the interview is due to be published in the old issue of The Ancient Magazine (especially the Dumotex Hanover Exhibition), I need detailed explanations of Farhang Carpet Company's history, type of machinery used, year of establishment, and technology used by the audience for the Old Journal.

In summary, I have been working as a quality control manager for a newly built and developing Ravand plant since 2007. There were two very good features: one on education and the other on quality control. As a result of these two issues, the high quality of the manufactured products of the Ravand factory enabled us to find the first

name in Iran and the Middle East.

Until 1988, I was involved in managing the warehouses of the factory in Ravand. In year 4, I came out and set up a carpet weaving unit. In fact, the second carpet weaving machine made in Iran happened by our company. After that, we built several carpet production units, one of which was Sepehr Carpet Kashan, which fortunately won the title of the first national carpet unit, and after that, with the help of the kids, we built this Sepehr Carpet Textile Unit and worked on it. What was important was that we tried to produce new products that were first introduced into the Iranian market. And we did about 4 patent cases and for the first time we used polyester filament rate for machine rugs (weaving and knitting



The only healer of our economy is the private economy, not the state economy

yarn). Fortunately, it was successful and we exported very well because this product is not yarn or lint and does not cause allergies, has a very long life and durability and most of the outside are looking for products and flooring that do not lint. We have made a lot of investments and expenses in this area. Fortunately, we got a good result. We have a relatively complete set of production lines. And that's one of the features of our collection. The second is that we have no dependence on raw materials abroad. All of our materials are manufactured in Iran (from Tanggoo Petrochemicals) processed here and used for carpets. The third feature of our collection is Export Talk, which is exported better than Acrylic and other carpets. Our next feature is our unique collection system. We already had two stores, which of course have now been downgraded to about 3, and we have established a hybrid series called Mr. Carpet. That we now have two Mr. Rugs. Two more are in the running. One will be established in Mashhad and the other in Isfahan next month. All of our products are supplied by our own units and have no problem fueling.

■ How do you see the country today as a producer?

Fortunately, today the government has realized to some extent that the issue of production and export is the only way to save the state and the country. And the government seems to implicitly look at production. Exports are a matter of government and we have no choice but to improve our relations with other countries in the world in order to succeed in exporting. But in the light of the current situation, one cannot be too optimistic about the future, and it is certain that one must proceed very cautiously, arithmetically, and with books. For example, today, because of the Internet outage, we cannot clear our goods and have to pay for them, while our factory workers are also unemployed. These are the unpredictable issues that are bending the economy and manufacturing.

For example, the government's new biennial funding sources are largely tax-exempt because of the boycott of oil sales. Other sources include subsidies and the sale of government property. That doesn't include too many properties. The government seems to focus on the tax issue. And this tax comes at a time when we are in a deep recession and inflation. We have a term in the economy called the Dutch disease, which is coincident

with the recession. Like a person with both hypertension and weakness. If the drug is used to treat weakness, the blood pressure rises and strokes. Now, if he takes a medication to regulate his blood pressure, he will faint and go into a coma. This is the problem we have in our country today. Unfortunately, the government has been reluctant to implement this new tax system. Today's government is in a state of disrepair, and unfortunately many of its decisions have not been taken into account, and the challenge for the government's industrial and economic sector is to have a more coordinated approach to organizations and chambers of commerce and trade unions. To act.

I believe that if we interact with the world in terms of exports, we can have billions of dollars in export revenue, which is currently estimated at around \$ 2 to \$ 5 million, with money and swap problems and a lot of issues. It is in the dark, but if the government can solve the problems out there a good future awaits us, and we hope it does.

■ Given that you are also present in the Chamber of Commerce and have a close relationship with government officials. What elements are needed to increase exports and boost production and the economy within the producing country?

First, the infrastructure for everything needs to be provided. There are three economic perspectives in our country today. An ideological view that economists disregard. A view of the state economy and some through it have brought some benefits to the economy. The third view is either the free economy or the private sector.

For example, our automotive industry is government owned and does not have good quality for sale in export markets. If we were to sell our car around the world, maybe they wouldn't buy it for a third of its domestic price because it was not of a good quality. Here, the government faces a world of problems if it decides to outsource the private sector. It may be necessary to transfer a number of state-owned factories to the private sector, such as the Hepco Arak plant. But unfortunately it is too late to do so. The government must first stop rent-seeking and create conditions where there is no discrimination. For example, if a factory is to be sold, the conditions of purchase are the same for everyone.

Deliver government factories to people who have a strong track record in industry and manufacturing. A

striking example is what happened after World War II in East Germany. At that time, the government decided to give state-owned factories to highly qualified, ideologically-minded people at a very cheap price and only set a precondition for buyers. The buyer can manage the collection in such a way that there is no lobby or party use. If we are to move in this direction, we must equalize the situation for all members of society and do not have to think, respect and think about people's economic power and only look at the individuals' work records and leave the wheel of production behind. .

If the government wants to give this industry to the private sector, it must first provide the necessary infrastructure. One of the areas where companies must undergo radical changes before they can be outsourced is our laws. Most of our laws are annoying rather than helpful. We have to make the rules clear, not make the law. We need to reinforce the spirit of convergence in our society and know that this is our country and put aside a number of issues and look at things from a national perspective. Give the producer a price. Another issue is to invite foreign investors while maintaining their financial and financial security for their presence and investment in Iran.

■ **Iranian products are now slowly finding their place in the foreign market. Why does the foreign buyer like the Iranian carpet more than the modern carpet we are manufacturing with us?**

This is related to our handmade carpet history. Many countries in the world recognize Iran with handmade carpets. In the pre-revolution era, our highest export figure after oil was handmade carpets. Unfortunately, after the revolution, it suffered a series of problems. The carpet weaving is completely inspired by the design and color and role of the

handmade carpet and with its high shoulder height and density it tries to get closer to the handmade carpet. It was this issue that made us still have the first word in design and color in the world.

In terms of technology used in the field of carpet we are by the way very up-to-date and precisely the opposite of some other domestic industries. The carpet industry is undoubtedly the highest in Iran. Even we are much more advanced in the field of comb and high density than Turkey and other carpet producing countries. But Turkey has been more successful than us in fantasy designs and so-called cheap carpets, but it also has some government support. In Turkey, export bonuses are given to producers before they leave the country, but in Iran this is not the case. Unfortunately, in our country, despite low energy costs and labor wages, we have poor productivity.

■ **What is the solution for the Chamber of Commerce and the private sector in this case?**

The solution is for the government to accept the private sector first, to accept their words and recommendations and to value what we are saying. We have attended many meetings with no output.

■ **Why?**

Well, in response to why this is the case, we need to look at the flaws of the nation's administrative systems, the rents, the misuse and the interests of the many at stake.

■ **During a period in Kashan and throughout the country, loans were allocated for setting up production units. What were the effects of these loans?**

These loans were under Mr. Ahmadinejad's time to allocate these loans to the manufacturing sector, which in many cases went wrong. For example, people used to borrow rent, but spent it elsewhere, which

increased the price of land or cars, or increased liquidity and inflation. That is to say, the money that was supposed to go into the production sector of the country and instead of producing wealth increased inflation and recession.

Or, for example, Mr. Rouhani's government tried to keep the exchange rate constant. As a result, our imports increased and exports declined, which meant that we helped the importer import even tombstones and shovels. As a result, the industry was marginalized. And suddenly the dollar exploded. The story that emerged showed that some of our government officials either lack the authority to make decisions or are illiterate. We did the exact opposite of China. China did not make any effort to maintain its value in order to boost its exports.

I speak very clearly because I love my country and I am very sad about the situation. We could have made a lot more progress in society. Our young and educated force is nowhere in the world. The highest capital in any country is manpower. What is our manpower? Many of them have either become addicted, either gone abroad or drowned and lost on the way out to sea. The government should be able to make a definitive decision and look at things from a national perspective.

■ **How long can people work in the industry who do not have enough experience and knowledge and only get government money?**

Many have gone bankrupt. For example, they cannot pay for insurance, labor, or electricity, which are held regularly by banking and government officials. All of them are now in a state of disarray. However, its effects appear.

See, one of the features of the innovation industry is reform. If it is not in the innovation industry, it is doomed to fail. That is, if the carpet industry did not grow and we could not have new technology or designs,

We need to boost the economy, improve people's lives, and not starve in the country. People can think better and live better and ultimately work better. I won't do a good job until I'm hungry. A worker who is hungry today and does not have enough income cannot perform well. Write this really. The wages a worker receives doesn't even cover fifty percent of his life. That's why worker productivity is low.



it would be doomed to fail. Industry cannot remain stagnant. The world is evolving and we cannot sit in one corner and think like we did fifty years ago.

We have mismanaged the economy. The economy is not made by prayer, not by cannon and tanks. Economics is created by science. By lending to non-specialists, they disrupted economics. In the meantime, some made money. The government also compensated for the deficit. Nowhere in the world are these wrong tactics.

The only healer of our economy is the private economy, not the state economy. They must create equal opportunities for all in the community and one who has the capacity to work. One of the disadvantages today is that the government is taxing a large unit rather than collecting revenue based on income from the manufacturer. In fact, one of the obstacles to growth in production is this view. That is to say, if your workshop is bigger then you have to pay more taxes. In fact, in most cases, the steps the government takes are wrong. If we want our society to be saved, we must eliminate discrimination. Provide the necessary infrastructure to stop the rent. Make the situation equal for everyone and do not leave the manufacturer's wheelchair.

It is interesting to know that in Japan, with a population of 4 million, the number of government staff is about 5,000. But in our country, with a population of about

2 million, we have about 5 million people. One reason for inflation is the high number of government workers. When we use 2 people out of 5. This slows down the process. In advanced countries, it takes up to two hours for a license and a construction permit, while in Iran it takes about a year or six months. These are structural issues and have opened up to many things whenever the government can overcome its obstacles. If the economy is correct, the culture will also be corrected. We cannot say anything in the world until we have the power in the economic sphere.

We need to boost the economy, improve people's lives, and not starve in the country. People can think better and live better and ultimately work better. I won't do a good job until I'm hungry. A worker who is hungry today and does not have enough income cannot perform well. Write this really. The wages a worker receives doesn't even cover fifty percent of his life. That's why worker productivity is low.

These problems exist in our society, and will continue to exist until we solve them from a structural point of view. And the only way is to pay attention to the private sector. We hope this is done as soon as possible and I, as an Iranian, said this with compassion and we are fortunate to have been and will not be and will be and will not be. Our line is the production line.

CUSTOMER COMMITMENT IS A KEY TO SUCCESS IN THE GLOBAL MARKETING

Interview with Morteza Sodayi
CEO of Zartosht Carpet Company



The "Ghali Shahkar Safavi" Carpet Company, a trade brand of Zartosht Carpet, which is one of the oldest carpet producers in the country, is making its eighth appearance at the Domotex Hanover Exhibition this year. Adhered to all international business principles, it has had a fruitful and continuous presence in foreign markets. The company's executives have rightly recognized that being a part of the global marketplace is a matter of branding and customer engagement, and have sought to achieve greater success by applying them to their business principles. In this issue, we go to Mr. Mojtaba Soodai, Commercial Director of Safari Carpet Company to find out about the collection's views on the Domotex Hanover Exhibition and their goals for attending the event.

■ Give a brief overview of the company history, year of establishment, machinery and technology used, and your export success.

The Carpet Company of Safavid Carpet Company (Zoroastrian Carpet) dates back to 1988, when it started working in the field of carpet production under the name of Star Carpet of Kashan. The late Haj Ali Soodai, the founder of this collection from the 1930s, has been involved in the production of handmade carpets and, of course, as a teenager with his late father, Haj Hussein Soudai, in the field of textiles.

Safavid Carpet Company with its experience and background in the textile field entered the field of carpet production during the 60s and has always tried to apply its experiences in handmade carpet in the field of carpet design and color. Safavid Carpet Company with Zoroastrian Carpet Brand is present at international exhibitions. Currently, the company operates a wide range of products in the field of machine rug production,

providing the most complete variation in quality and design.

The company is producing various machines. Including ASR machine and 1500 HCI machine.

■ What products have you brought to Hanover to present to global markets?

The products in this collection include:

500 Acrylic Shoulder Carpet Baluchi Collection

500 polyester rugs

700 Acrylic Shoulder Carpet Classic & Modern Design 8 & 10 Colors

700 Polyester Shoulder Carpet

1200 acrylic loom rug

Carpet 1500 acrylic loom

The Safavid masterpiece will be present with the new product range at Demotex 2020 as before, and this exhibition is of great importance to the company in introducing new products.



■ **Tell us about your company's export history and activities in foreign markets and exhibitions.**

Safavid Carpet Company has decided to participate in the largest carpet show in Hanover since 2014 and to this day it has continued and even in times of great difficulty for manufacturers and exporters we have tried not to disrupt the field. The company has been successful in exporting its products, and its products have been exported to the target carpet countries of Iran. In order to maintain the quality and variety of our products and also our commitment to our customers, in addition to maintaining all of our permanent customers, a new set of foreign customers is added every year to our customers.

■ **How often do you attend the Domotex Hannover exhibition? And what goals and plans do you pursue with this presence?**

This year is our eighth exhibition. The main purpose of this event is to introduce new products, meet international customers, as well as understand the needs and tastes of global markets.

Last year, the big companies that had been in attendance at the exhibition since its inception,

announced their withdrawal, and we seized the opportunity and tried to continue our work at this huge global event to find new markets for ourselves. do.

■ **Why foreign buyers are interested in Iranian carpets?**

The reason for foreign buyers' interest in Iranian carpets is the originality of the color scheme as well as the high quality of the Iranian carpets. An international client in the pavilion of an Iranian company seeks quality and authenticity. So exhibitors should keep in mind that offering poor quality carpets with poor designs will cause the most damage to the Iranian carpet brand. The major buyers of Iranian carpets, the Muslim population of Gulf states, and other countries that are religiously and traditionally close to Iran. In Russia, for example, there is the greatest demand for carpets in the Dagestan region, which is predominantly Muslim, as well as Arab countries.

■ **How do you see the need for the global carpet market?**

Iranian manufacturers need to understand the needs of the global market and then attend demo-level workshops. Otherwise, they only pay a high price without achieving

their goal of selling the products.

During the years we have been at the fair, we have seen companies that have been present for a year or two and unfortunately were no longer present after a lot of loss.

This year we have 4.5 million new carpets in the 1500 loom carpet productions with original colors and designs and we will have new designs in the area of 1200 loom and 700 loom.

▣ **Mr. Sada'i Your products always include special carpets and collectibles. What are the designs of Zartosht carpet customers in the market?**

Customers attending this company have high expectations for our company and this will allow us to start working on the color scheme several months before the Demotex Exhibition in order to attract the attention of our customers.

Demotex Exhibition is the largest training class for any manufacturer, and every year we receive new content from customers and observe new products.

Finally, I recommend all manufacturers that have products of the same size as the world standard to not miss out on the show, even if it is just for the cost. These are costs for acquiring the knowledge and experience of a manufacturer that are not easily achieved.



LACK OF PROPER POLICY MAKING, INDUSTRY'S MAJOR PROBLEM

Interview with Mir Mola Soraya
Carpet Designer



The carpet, a woven expanse of cotton, wool and silk commonly used to cover the ground, has always been adorned with its decorative aspect, as it often has beautiful ornamental roles. The Iranian carpet has long had a prominent place in the world, but it has still managed to retain its reputation and market in the past in the world.

In the past few years, people with specific style and ideas have preferred to set up their own brand in different areas. These designers have always faced many challenges. How carpet companies and factories work together, taking artist rights and copyright seriously, government support and economic prosperity are all just a few of the factors contributing to their success.

Following is an interview with Mirmola Soraya who has been able to launch his own unique designs and industrialize them.

■ Mr Mirmola, Before we get into the design discussion, let's talk a little bit about carpet art and its contemporary place in general.

In the early twentieth century, modern art blended all those definitions of classical art and created a new concept that began from about 1910 and ends in 1960. Then comes the era of contemporary art, where we continue to include the many branches and extensions that come afterwards.

prior to the twentieth century, art had its own style, form, structure, and rules. At that time, much of the discussion of light, beauty, perspective, and ornamentation was an integral part of the work of art or architecture. But in this modern era, people like Picasso,

Chagall, and Daley are changing the meaning of our lives and then changing our lives through art. In fact, they did not just change the art; they also changed the architecture, the style of dressing, the type of "accessory" such as the carpet. In general, it was possible to define a new form for modern and then contemporary art, and today it has become a simple decorative element with simple elements and symbols, offering new meanings in the style of minimalism.

■ What are the reasons for the lack of new work in the market and can it be attributed to the lack of interest from producers?

More than one reason, of course. Although, some

manufacturers are eager to do new things. But as they spend time and money and come up with innovative designs, new pallets, and even new raw materials, if not welcomed, they go back to reproducing the same classic blackjack designs.

We currently do not have two or three more templates among the companies' products that are frequently repeated. The sale of these products has been stabilized, which means that if you put on a "spray" design that has a rose band that is colored and the second is a monochrome dye section, this product will surely sell.

In the current state of the production system with staggering costs as well as the less favorable economic situation, the producer and the entrepreneur have to choose the same rug with bushel and bergamot designs. Because he has to build all the components of that product from scratch in order to present something new to the market, which means it takes at least six months to one year for the design and production team to create the work. In addition to the raw materials, you need to have a strong marketing and sales team.

We also have a lot of problems in the technology, new raw material manufacturing technology, and we are having trouble producing these acrylic materials. For example, to make a special magenta yarn that does not exist in the pallets available in the carpet market, it is difficult to prepare it in a spinning mill to produce something close to the color desired. Unless the manufacturer goes to spinning and dyeing plants in countries such as Turkey and produces its own thread.

Taken together, these factors lead to producers being cautious and ultimately creating a common taste and copying work. In fact, the prevailing taste in the marketplace becomes an artistic representation, attracting the attention of applicants and reducing the visual quality of society.

■ What has happened to the design of the carpet today?

In the field of carpet, given the current situation, talented people are working with companies that have the capability and capability to set up a personal brand, and since this is not very feasible in Iran, they prefer to continue their art abroad.

Designers who continue to work here, on the other hand, often have to give in to the factory. Unfortunately, it is a matter of fact in our society today that if a designer, for example, creates a plan, they will not be paid much. I have often seen a factory worker or his relatives sit next to an operator monitor and instruct the person designing the collection. That is to say, change the color of the tint. If a carpet is sold with these changes, it is thought to be designed; in short, the manufacturer itself will assume the role of designer. It doesn't end there, and that person starts to draw designers who sometimes destroy good designs and the story goes on.

Most of all, it is capital that plays a decisive role; factories, as an enterprise, are seeking mass production and generating more revenue. Of course, among them I know examples that make very good quality work quietly.

■ What are the requirements for the globalization of the carpet industry?

If a company wants to produce a commodity in the size of the global market. Must know the rules and infrastructures needed to define the art of designing and producing a successful product with world-class conditions. Examine and understand the tastes of people in every region, city, and country, and know how design is of interest to the people of that country. For example, in coloring, motif design, coding, size, and selection of raw materials are required. Taking all these into account makes it a commercially and competitively successful commodity market. For example, the Turks, instead of just focusing on



the high shoulder and density, have developed better designs in design, perhaps one of the reasons for their strong and effective connection to the free trade world. They know us better than other countries.

■ **What is the reason for Iranian companies' interest in shoulder rugs and high density?**

All these years, the machine-made carpet maker wanted to produce a carpet near and similar to handmade carpets. We have some kind of nomadic carpets that are woven in the city and the countryside. They are called tribal, rural or broken handmade carpets, such as Bakhtiari, Qashqai, Mima carpet and Joshushun carpet. These rugs are mostly 30 to 35 rugs, equivalent to a carpet-shoulder rug.

The 700 comb machine also did not meet the manufacturer's demand. Handmade carpet is the most common type of 40 to 50 rugs, which is a type of urban carpet that is woven in Isfahan, Kashan, Nai,

Kerman, Mashhad and Tabriz.

After two combs, the two combs were marketed by carpet weaving companies, whose capacity and efficiency were not yet known.

But in fact the production of 1200 rug carpets was exactly what the carpet maker wanted. The rise and multiplicity of machines created a competitive opportunity, and the designer and manufacturer competed to show off the elegance they had sought for years. The biggest problem with the carpet's display of the fully handmade carpet texture was its color range.

When the machine was produced, it was able to produce 100 rugs of hand-made rugs; But the adverse economic conditions and the coldness of the consumer market did not allow for the car's original features and capacity to be displayed. Individuals and lighter manufacturers avoided buying a little discouraged and motivated. I think it is a very special carpet that needs completely different

materials for a subtle appearance. Of course, if the manufacturer wants to produce 1,500 genuine comb rugs using all the features of this machine, it only takes about a year to design and prepare the map.

■ **What is the problem that is generally overlooked or overlooked in the pathology of carpeting in general?**

Another big problem that we don't always see, neither the journalist nor the media outlet know about are the static and static carpets, and there is often no name, but what gets the most financial profit and the most important carpet line. Are intermediaries.

Intermediaries are often of the same kind as the vendors, and may sometimes play a negative role in the production of new products and may in some cases be positively and modernist in very limited ways. In addition, in many factories, it is the people who determine what carpet to produce.

■ **Lastly, what factors made the Mirmola brand reach this point today and what owes its progress?**

Design, design and design. I have always followed a path slowly and slowly; from my childhood I was designing art as an integral part of my life, and perhaps my strength was learning classic design. Usually the classical design you learn is so vast and so hard that you can no longer break away from it. It was then that I was able to powerfully design, mimic classic roles with modern art, and bring new work to the traditions.

The second important thing is commitment. Today's internal and moral commitment is a factor that many people in society do not respect. I have always tried to have an internal commitment to the category of production. I either agree to work with you or I don't agree, if I accept to do your job, your job is mine, that is to say, I am standing with you in a team until the product is released.



ECONOMIC INSTABILITY, THE BIGGEST PROBLEM OF PRODUCTION

Interview with Hamid Moshiri
CEO of Mashhad Ardehal Carpet Company



Mashhad Ardehal Carpet Company is one of the oldest companies in the carpet industry in the country and today it is three decades of activity in the manufacturing sector. In an interview with Kohan Magazine, Haj Hamid Moshiri, CEO of the company, described the industry from the beginning to the present, along with discussing the problems and obstacles that the industry is facing today, as they said for several times, but also for the authorities in order to do so. To these issues. Following is the full text of the conversation, which explores the reasons why manufacturing companies are interested in producing high-density, high-density carpets, along with other day-to-day issues in the carpet industry.

■ **Mr. Moshiri Please tell the audience about the technology, raw materials used in the Mashhad Ardahl Rug Collection.**

The company was founded in the early seventies. The industry at that time was very brief and only limited to five-color 5-comb machines. At the same time, due to our experience and interest in this industry, we did not consider the 350 carpets to be suitable for the Iranian people, and we thought of increasing the loom and carpet density and creating quality and enhancing the design and role of the carpet. To this end, we have upgraded the existing machines in our collection. We have invented the expertise of the first set of 1-loom machines with a one-to-one texture that was twice the resolution of the previous generation. The next step was to build a 500-shoulder machine, and we succeeded Hamdullah. We built the 500 comb machine in Kashan because it was very difficult and somehow impossible to import the machinery at that time. The

industry suffered a stagnant stagnation in the year 79, when a number of the industry's greats were out of production. After a lot of hard work we were able to import 4 used cars from Europe and we improved the quality of the carpet and increased the color of the carpet texture. The variety of products we could produce with these machines led to a boom in the Iranian carpet. After a few years we came up with the idea of a machine for the 700 loom carpets, and we believe that we have produced the first 700 semi-handmade carpets in our collection. It took about 8 months to get the 700 loom machine set up. When we were welcomed by 700 manufacturers of carpets, we decided to go for 1000 and 1200 combs. The previous machines were no more than two jacquards, but the idea of Jacquard came to our minds and we came up with a respectable and grandiose company. To date, every idea we have had is fully operational. After 2 more upgrades we thought of designing two looms and ordering a vanilla company.

■ **What are the reasons for the interest in high-density loom rugs? Contrary to Iran's competitors like Turkey and other countries, why do we place so much importance on the loom and congestion?**

Look, the style of production of competing countries is quite different from ours. They have neither Iranian banking problems nor export problems and have a different sales system than Iran. For example, a major customer when it comes to a Turkish carpet manufacturer is to buy the product for the last six months, not to buy it at low volume. Something that is quite the opposite in Iran. There is only significant circulation and production volume, but in Iran with these heavy benefits, if the circulation is high, it will be destroyed in a very short period of time.

The production cycle in Iran must be exactly the opposite, because people's purchasing power is low. The export situation is also clear. As a result, we have to produce a carpet that is able to compete in the global market with less volume and added value than competing countries and competing countries. Unfortunately, some friends have put this matter to the fore if it is forced.

■ **Except for the carpet in Iran, the carpet is used as a basement and often due to the high thickness of the handmade carpets, the Iranian people tend to have a high carpet thickness, while the carpets with a high density and loom are very small. Who are the consumer community of 1200 and 1500 loom carpets?**

First, in Iran, carpet is not seen as a consumer goods. Carpet is regarded as a capital in Iranian culture, and the higher the quality of the carpet, the better its artistic value. Therefore, it is not possible to display Iranian art on the lower loomcarpets. The rug is a delicacy that can bring

thousands of years of art to the fore, and al-Hamdollah has now found his way back into the world again, using art and technology that have become entangled with one another.

The lower shoulder carpets are for the lower middle class society, those who do not have the power to buy handmade carpets for more than 50 million USD and do not pay much attention to decoration only use the carpet as a substrate. But if you notice, the best rugs in the world are only slightly thick and are used for decoration only. Decorative carpets are extremely expensive due to the high cost of production and raw materials and most people do not have the power to buy delicate handmade carpets, so we opened a bobby that anyone who wishes for a unique and beautiful carpet, can have it.

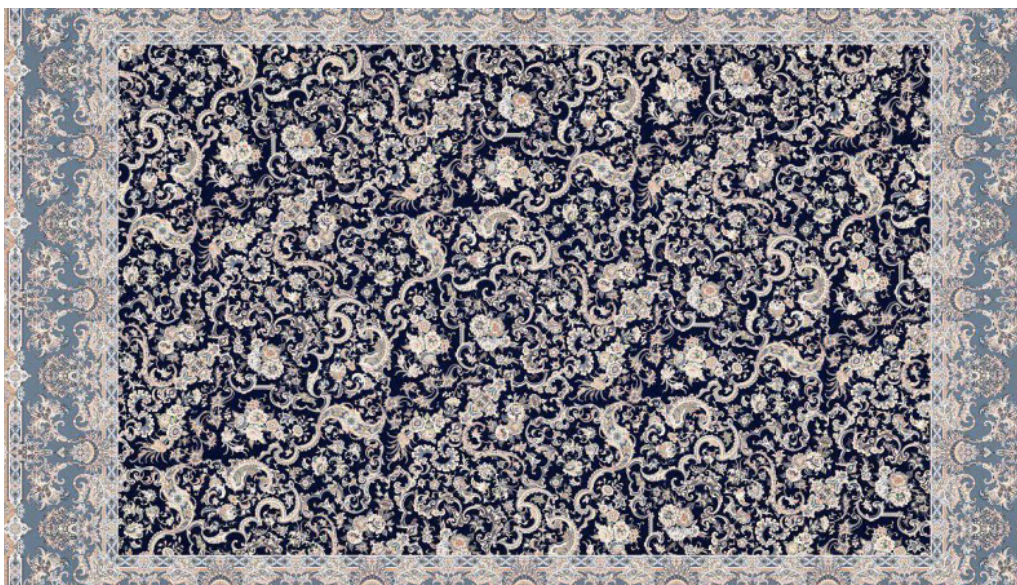
■ **How do you prepare the raw materials used in your collection? Internal or external raw materials?**

Unfortunately, despite so many large companies, no one has yet thought of producing the raw materials needed for machine rugs and fabrics that are used in Iran anyway. We export raw materials and we have to import polyacrylic fibers.

One hundred percent of the raw materials used in carpet production are currently imported. But thanks to God, the stages of yarn production have been going on in Iran for many years. We have almost reached self-sufficiency. A small percentage of the raw material is imported to Iran if it needs to be imported and converted into used carpet yarn.

■ **What is your analysis of production conditions in the country?**

Production conditions in Iran are not comparable to anywhere in the world. And if there is one producer in





Iran today, only love remains in production. In love with the power of love to keep the name and excellence of Iran alive. However, the heavy pressures that all countries, even friendly ones, are putting on Iran are miraculously going forward, and no foreign artisan will survive a single day in Iran.

One manufacturer has no idea of its future, and it is the love of many, many years that has been compounded by the flesh, skin, and bones of every producer, and it is always the concern of maintaining the employment force that has been there for many years at a time. Even today, which is a difficult time, they continue to bear the pressure of production.

■ **What is your style of production? And what countries do you export to?**

Most of our products are fine carpets. We have very good customers in most of the world because of the hard work we put into producing high quality products with different tastes. From Europe to Canada, as well as neighboring countries and our export situation is relatively satisfactory. We also have a very good market inside. We have always been, and always have been, innovating and innovating in this industry, and everything we have done has always worked well.

And the only enjoyment of my life is that I find that a city with the blood and heart that I have had for thirty years in this industry has benefited al-Hamdullah.

■ **What are your reasons for not attending major foreign events and exhibitions like Domotex Hanover?**

Thanks to God we are always in touch with our old customers and we have a good sales capacity as well as open the field to competitors to do the rest and we are happy because if our products get into Demotex it will completely demotex We will change.

■ **What do you think is the biggest problem of the country's manufacturing industry?**

The most important problem that can prevent a producer from upgrading production is uncertainty about the future. Unfortunately, with these sanctions imposed on Iran, no one knows about its future tomorrow, for example, no producer thought that The dollar will increase from \$ 4,000 to nearly \$ 20,000. However, everyone was obliged to sell the rugs and sell them for rupees on the dollar, which was a huge loss to all the loved ones, which was irreparable for many years. Because of this, the main problem of production is only the instability of the economy, which if not, Iran's economic boom would have multiplied.

The role of carpet in identifying interior architecture

DELARAM ANGOORANI
ARCHITECT



The link between the roots of carpet and architecture in ancient inscriptions and the motifs of Shams and Hunt is a clear statement of the common mission between the two industries that have created an unparalleled impact. Sometimes in the design process, finding the answer to the question of whether the carpet polishes an architecture or is it an architecture that reinforces the carpet becomes a challenging issue arising from this tangible bond. From a design point of view, the fifth wall carpet is a sacrifice to architectural cornerstones, where the geometric shape of a circular carpet alone plays the interactional role between the elements and components of the interior decoration.

If we consider architecture as a structure with cold and hard elements that are generally steel and horizontal in concrete horizontal structure, we will use an artistic and subtle twist to create an inviting feeling inside these sturdy walls. Its authentic motifs and delicacies reduce the darkness of the structure and, with its colorful appearance, provide the perfect setting for interior space. Proper carpet selection in designing is a very broad branch of interior design itself, affecting not only the surface finish, but also the selection of the proper design and role of walls, furniture, curtains and other elements of decoration.

In the process of architectural design, the angles of the columns, the strength of the beams, the detail of the materials and the alignment of the walls require special care and sensitivity, which should not, therefore, be sewn to a suit that does not conform to the curves of this body, so choosing a carpet that preserves the identity of the building and emphasizes the key features. Slow is one of the important steps in the field of interior decoration. If we take a look at the ancient architectural patterns of the past centuries in our country, we will find that form and texture can influence each other. An exemplary example of such a definition is manifested in Isfahan mosques, when the tile motifs define the interior texture and geometry of the building, while adhering to the formal path of the building, creating all that spiritual beauty.

If we consider the Larch Black Carpet Design as a concept from the end of the Parthian period, it is possible to reconstruct the interior and exterior space on the Larch and Bergen carpet slabs which are symbolic of these courtyards. As time passed and the evolution of the architecture evolved through the removal of the middle pond and the flower-filled

gardens, the planter opened the way for the designers. In the spraying, there was no trace of lichen and bergamot, but an emphasis on the main carpet margins and the varieties of flowers, stalks and leaves that played a role in the space between them.

Symbolism and cryptography are among the most prominent features of Iranian designers in most industries and fine arts. Symbolism in architecture as well as in carpet design is usually based on geometrical law and order is balanced and modular in form by a rectangular or rectangular frame with four main directions and four ancient climates and square squares in the architecture of the Kaaba and the Mosque of Muslims. Is included. In another military study of the interplay between architecture and the carpet design industry, balance and equilibrium as inevitable principles and rules in the formation and role-playing of the carpet field have long been visible. This regularism and adherence to ancient systematics





has sometimes been rooted in religious beliefs that have cast a shadow over Iranian carpet throughout the ages. Symmetry in artworks and architectural monuments still creates a sense of totality and unity for the human being, as in the past, and, by influencing the work, brings the climax of solid thinking to the fore.

As it is said, the effect of this concept among Iranian carpets is very evident. In many western and eastern countries, carpets are woven that have no border but so far no one has ever seen an Iranian carpet without a border. Because the Iranians perceive the margin as a necessary basis for the theme to be reflected. Carpet designers in Iran believe that the lack of margins causes the viewer to become distracted and therefore the original design not be considered an essential part. The carpet theme means that the area around the carpet is also limited to customs and rules. The first and foremost of these are the rules of balance. The left and right half of the rug should be exactly the same. As a result, the foundation of this has provided the basis for the evolution of the authentic Iranian carpet. However, from the human point of view of the present age, balanced asymmetries are also important, they are more attractive and enjoyable, and they may be more favorable. Today, innovation is essential to the survival of the industry, in addition to the fact that modern manufacturing methods have enabled the implementation of such diverse asymmetric designs in the modern era.

The role of the carpet in identifying the space is so powerful that the wall can be removed and the carpet fit for use in the middle boundary of the two spaces. If we consider neutral colors in the range of minimalist colors and the range of warm and vibrant oriental colors as luxurious elements, we will have the opportunity to create a border with the carpet and surface covering elements. A modern gray design with neutral geometric patterns and colors such as Acrylic White can easily represent a service space such as a kitchen, laundry and bathroom, and in front of a silk carpet with a rich red and navy backdrop is the perfect backdrop for the dining room.

First, the designer must discover what the client's tastes are, what their culture and nature is; whether he is really a minimalist or is attracted to classical and luxurious design. Since each material and color has its own emotional load and semantic potential,

careful selection of design elements requires careful knowledge. The choice of chrome-plated chrome represents the high technology and culture in the design. It will also give the environment the use of classic panels, flooring and wooden diesel, to create a classic atmosphere. For example, German white marble is a minimalist style, and has a very natural oak that is capable of creating a style similar to the Boho style in interior design. In addition to the basic materials of the structures and their design for use in interior decoration, the selection of carpets, furniture, skylights and other design elements are important in completing the spatial creation process to meet the employer's need.

Modern and so-called European designs with often bright backgrounds can reduce the maximality of space and add a bit of tranquility to the space, while contrasting a high-carpet mid-space with cool colors will help modify the visual appearance of the space. Considering a matte black ceramic flooring to render a dominant yellow carpet can itself become a masterpiece in interior decoration, as well as a warm-colored carpet between tall walls will help to solidify space. Prevents visual confusion.

In design, sometimes a decorative element plays a figurative role in characterizing space, such as a rounded console in the middle of the entrance and the hall can change the use of an empty space by shaping the lobby space and giving it an inviting identity. Or placing a rug in the open space in front of the fireplace has the potential to create a home with the ability to bring home people in a cold winter afternoon, meeting the need for extra energy and cost to consider partitioning privacy. This is one of the most important missions of a successful design. To understand the power of the influence of objects on the interior, it is necessary to take a look at every object, regardless of its intrinsic use, in an intelligent and meaningful sense of place. If we remember the rug with the use of space cover, then it is our chance to see it as an inspiration and to use it as a symbol of historical and patriotic artistic glory in the evolution of an architectural system.

"Art is a product and a creative answer to the needs of the time we are in"

Gaitano Poseche - Architect, industrial designer and Italian furniture designer

Growth of Iranian Carpet Exports, Reasons and Goals

MANSOOR DAYYARI

ASSOCIATE PROFESSOR OF KASHAN UNIVERSITY



No one in the world knows that Iran is the birthplace and carpet of many millennia. A country that has been the world's largest producer and exporter of handmade carpets for hundreds of years, and still people around the world know "handmade carpets" as Iran.

And in the continuation of this glorious way of handmade carpets in Iran, in 1351 (1973) The first Iranian carpet was born in Kashan velvet and silk factories. Since that year, with more than 1,000 machine-made factories in Iran producing and exporting all kinds of machine-made carpets, Iran's machine-made carpet industry has been a booming year.

An examination of the production and export statistics of car flooring shows that, although slowly, Iran is penetrating the car flooring market and increasing its share in the international arena. Statistics from the Iranian Ministry of Industry, Mining and Commerce show that Iran's carpet exports have jumped from \$ 50 million to \$ 430 million in 2018 over the past ten years. The significant growth of Iran's carpet exports in recent years (despite heavy international sanctions) seems to have several reasons, some of which will be discussed below.

1. Saturation of the domestic market

Currently, 90 million square meters of machine flooring is produced in Iran annually, with nearly 75% of it fully meeting the needs of the Iranian market. Therefore, the production capacity of machine flooring in Iran is surplus to the domestic consumption of this product. Therefore, there is a fierce competition between Iranian carpet manufacturers to maintain and improve their share of the domestic market. Under such circumstances, many carpet manufacturers in Iran see their continued survival in increasing exports of their manufactured products. It seems that by the year 1404 AD. (2025) Iranian carpet-producing companies, which cannot export at least 50% of their production, will be eliminated from the competition. The increasing number of Iranian carpet exporters over the past few years confirms that manufacturers in Iran have realized that they can no longer rely entirely on the domestic market and have felt the danger of being eliminated from competition. The

decline in the purchasing power of the people inside Iran, which is also a result of the decline in the value of the Iranian national currency, has made the sound of this alarm sound louder and closer than ever to the carpet makers in Iran.

2. The devaluation of the Iranian national currency

The value of the Iranian national currency's "rial" against international currencies, especially the dollar, has fallen sharply in recent years. This has made exporting the main choice of Iranian carpet manufacturing companies a viable option. Although the bulk of raw materials and almost all machinery of carpet production lines are imported from outside Iran, due to the very low cost of labor and energy much cheaper than international rates in Iran as well as the self-sufficiency in domestic production of some raw materials such as Polyester, polypropylene, cotton and polyester / cotton yarns as well as localization of parts of machinery and spare parts consumed, the finished carpet price in Iran is very low compared to other serious international competitors such as Turkey and Belgium. Be more. This international competitiveness, along with tax breaks and government incentives, have made Iranian carpet manufacturers in recent years a major effort to export their goods.

3. Thousands of years of support in flooring production

Iranians are proficient in the production of flooring in the world. Iranians with historical background and deep-rooted skills know and understand the concept of flooring. And this skill, which can drive creativity and innovation, has contributed greatly to the development of the Iranian carpet industry. The development of unique carpet designs and designs for the world's highest density carpets is based on thousands of years of Iranian hands-on experience in the production of exquisite handmade carpets. Today, Iran is one of the world's leading manufacturers and exporters of high-resolution, high-resolution map and color carpets. Undoubtedly, one of the competitive advantages of the Iranian carpet industry compared to international competitors is the



renowned reputation and reputation of the Iranian carpet to foreign customers worldwide.

4- Quality Improvement

Since the Iranian carpet industry, unlike most of Iran's state-owned industries, is a completely private and non-state-funded industry, its investors have in recent years made every effort to bring a quality product acceptable to domestic and domestic markets. To supply foreign. Many carpet manufacturers and exporters in Iran in particular have realized that sustained sales and exports depend on the supply of high quality product globally. Establishing an international quality control system such as ISO, establishing a R&D unit in factories, setting up a carpet research center, setting up standard laboratories, using high quality raw materials, etc. are among the most important steps in the Iranian carpet industry. Improved product quality. Of course, the strict supervision of the Standard Organization of Iran on manufactured products, especially export goods, has also had a significant impact on the quality improvement of Iranian carpets in recent years.

5- Diversity, customization and attention to the preferences of foreign customers

For many years, the Iranian carpet industry has been producing and supplying carpets regardless of customers' wishes. But Iranian carpet makers and carpet makers have quickly realized that customer-centricity and customer preference is a key principle in world trade as they enter international markets. So by dispatching business teams and even solo presence in global markets, they have tried to get a better understanding of the tastes, designs and dimensions of the carpet needed by foreign customers. At present, the wide variety of products manufactured by Iranian carpet industry and special attention to different orders of foreign customers, has made Iranian carpet to meet every need, taste and service of our customers from all over the world. Exports to more than 70 countries are the result of such a shift in

attitude among Iranian carpet industry leaders.

6. Special attention to branding

In the last ten years, there has been a significant shift in branding in the Iranian carpet industry. The birth and growth of emerging brands, especially in the production of high-density carpets alongside the major Iranian traditional carpet brands, show the special attention of industry managers to branding, which is one of the requirements and prerequisites for sustainable development of the domestic market and export internationally. . Specialized conferences and conferences on machine carpet branding, training courses, government support for intellectual property rights of brand owners, etc. are among the measures taken in the last decade in the Iranian carpet industry. .

7- Attending international fairs

In recent years a large number of Iranian carpet production companies have tried to present their products to foreign customers by attending international exhibitions such as Demotex (Hanover, Germany, Dubai, Russia, China and Antep Turkey). Understand the needs and tastes of foreign customers. Currently, the most important international exhibitions that Iranian carpet companies are interested in attending are Demotex Germany and Demotex Gezi Antep Turkey. There are two exhibitions that are in the field of intense competition between competing countries producing and exporting flooring in the world such as Turkey, Belgium, Iran, Egypt and so on.

8. And last word ...

Iran's carpet industry looks set to reach 2020 by 2020. It exceeded its \$ 500 million export target, reaching the target market countries of more than 85 countries. This is precisely in line with the goals set out in the Strategic Roadmap of the Iranian Carpet Industry, which has achieved a billion-dollar export and is ranked second in the world's largest carpet exporter 1404 (2025 AD). . The goal that seems to be far from reachable.



The 11th International Floor Covering, Moquette,
Machine Made Carpet and Related Industries Exhibition

A Success Beyond Expectations

Kohan Textile Magazine Special Report on 11th Tehran Carpet Exhibition

Introduction

The 11th International Exhibition "Carpeting and Related Industries", held from September 13th till 16th September, with the participation of 4 participants at the Tehran International Exhibition, showed that the carpet industry in spite of all the problems and obstacles, an Iranian machine has been able to boycott almost all the markets of Iran and seventy foreign countries under the same conditions, and by exporting it widely to neighbor countries and other countries around the world, It turns out that the sanctions, despite all the barriers, cannot disappoint Iranian carpet producers. The 11th Tehran Carpet Exhibition, according to the majority of the companies present, was very good and booming, and even more productive than last year. Ancient Textile Magazine was the only sponsor of the exhibition as in the previous period and published a special letter and newsletter.

List of participants in Tehran Carpet Exhibition:

The most important companies present at this year's exhibition are:

Carpet Soleiman - Qahtran Carpet - Emerald Carpet - Miniature Carpet - Heavenly Carpet - Silk Carpet - Pardisan Delijan Carpet - Khadem Memory Carpet - Mashhad Carpet - Shahrokh Carpet - Silk Carpet North - "Almas Kabir Kerman Carpet - Iranian Palace - Opal Carpet - Parnian Carpet - Arsham Carpet - Nima Buffet - Royal Gold Carpet - Tarmeh Carpet - Carpet Civilization - Seal and Moon - Lasting Structure - Mahestan Carpet - Shadlin Carpet - Negin Mashhad Taban - Soroush Capital

- Elixir Carpet - Golden Star of the Nation - Delicate Illustrated - Modern Technique - Chehelk Piece - Kirk Yazd - Dariush Carpet - Carpet Pars - Diako - Babol Carpet - Mei Tarang - Carpet Ash Qayq - Baharestan Carpet - Sepas Noor Bidgol Carpet - Mehr Aria Carpet - Negin Mashhad Carpet - Luxurious Carpet - Safari Carpet - Carpet - Easy Traders Carpet - Kashan Statue Carpet - Arsh Carpet - Golden Silk - Solomon Carpet Unique Carpet - Avia and Aksa Turkey pointed out.

What happened at the exhibition?

Other carpet dwellers know that the second half of September each year must be attended by an event that is well known in the region but also dare to say the world over. Today we can say with some confidence that the Tehran Carpet Exhibition hosts businessmen from all over the world. However, our country is not in good economic condition and is undergoing severe sanctions. In this situation, the presence of businessmen and economic activists from different countries shows the importance of Iranian carpet in the world market.

It may be interesting to know that there were many carpet buyers from Turkey at this exhibition. This was the objective observation of reporters of ancient textile magazines of the presence of Turks in various stands. The interesting thing about the presence of Turks in Iran is that they own the world's leading carpet maker companies, but they still consider the Iranian carpet to be superior in design and design to other companies in the world. They consider the authenticity of the Iranian carpet to be unmatched, so they



had a bold presence at the carpet show.

After the Turks the presence of Arab, Russian and Chinese businessmen was another highlight of the exhibition. Arab sheikhs, who have long been a fan of Iranian carpets, were clearly visible in most booths. The Chinese and Russians, who have been one of the few economic allies in the world in the last few years, have also been active in the exhibition, and the Iranian carpet is so important that it does not pay attention to sanctions.

Perhaps some of the Latin American businessmen at the exhibition may find it interesting and a little unbelievable for us all. But the original observations of reporters in the Old Magazine clearly confirm this claim. One of the Turkish companies that incidentally supplies the fibers used by some Iranian companies also told the old magazine reporter that no matter how hard we try, we cannot compete with Iran.

The exhibition was not just for the final carpet producers, but also for the manufacturers of raw materials, yarn, carpet weaving factories, carpet album manufacturers and exhibition structures, advertising hubs, carpet and software makers and carpet export consulting firms. Involved in it.

Attendees at the Tehran Carpet Exhibition said that the situation was much better than last year and that despite the embarrassment of foreign buyers, the presence of foreign buyers was felt more than last year. At the same time, carpet distributors were also presenting at the exhibition, consulting with the manufacturers, registering orders and making deals in the exhibition halls.

Although the carpet is a product of Iranian culture and art, foreign manufacturers, relying on their sophisticated machines and sampling of famous Iranian carpet designs and designs, have now become



a competitor to the Iranian carpet and the Hanover (DOMOTEX) carpet and flooring exhibition.) »Held every year in Germany, it is the world's most important car showroom.

Although countries such as Turkey, Belgium and Spain are the main competitors of Iranian carpet makers, the introduction of sanctions and the subsequent ban on the entry of certain items by the Islamic Republic of Iran Customs, including carpet, have caused foreign competitors. Remove from the Iranian carpet market and make this field fully available to Iranian manufacturers.

Tehran Carpet and Carpet Union statistics show that the ban on carpet imports has made domestic producers more active and now about 5% of carpet production in Iran is a surplus to consumption and thus the possibility of exporting this volume of product to production. Created.

At the same time, unlawful US sanctions on Iran have created serious obstacles for Iranian producers to participate in the global market, making it difficult for them to enter global markets, particularly European markets. However, the major customers of Iranian carpets are still present in neighboring countries, and transactions with customers from these countries are still possible.

External customers of the Iranian carpet market have declined in the past two or two years, but this year there have been customers from Iraq, Afghanistan, Kuwait and other regional countries, and the participation of foreign participants has improved compared to the previous year. Is. Foreign exchange problems have made foreign participants less present in Iran. If currency problems persist, the Tehran Carpet Show could become one of the pivotal fairs in the world. Money transfer is difficult now and it is not possible to connect to all countries, so manufacturers' hands and wings are closed.



DOMOTEX 2020

ATMOSPHERE

Iranian companies thinking of conquering Domotex 2020

FARSHAD SOLTANI
GENERAL COORDINATOR OF THE KOHAN MAGAZINE



Now is the time to unveil the newest textile products at the world's largest flooring and carpet event. An event with a number of exhibitions in different continents and countries, it is a very special place among the carpet and flooring industry. This year's Domotex Hanover Exhibition with the slogan "Atmosphere" is to host flooring companies from around the world. An event that is not just an exhibition, but every year new lines are added to the flooring, and artisans and designers come together to bring new ideas to the forefront.

This year, there are 11 manufacturing companies from Iran, which is an interesting and important point. The carpets of Suleiman, Qahtran Carpet, Yalda Desert Kashan, Farhi Carpet, Eslami Carpet, Zoroastrian Carpet, Mahoor Carpet, Mashhad Halli, Afshar Zarineh, Bensiva, Soroush Capital Company are Iranian domestic companies that will participate in this great event.

Suleiman Carpet Company with a 504-square-meter booth appears to be one of the main companies present at the event. Farhi Carpet and Zoroastrian Carpet and Qahtran Carpet will be 375, 288 and 210 square meters, respectively, among other high-profile Iranian companies present at the event, and can be said to have a say globally. But the presence of Iranian companies in the event is not limited to exhibitors, and according to information we have from other reputable and large Iranian companies such as Kerman Diamond Desert, Beheshti Carpet, Negin Rose and several other companies with their R&D team will be present at the event. And will examine the status of the global market for exports. We can say for sure that the name of Iranian companies in the coming years will be heard in many such important global events. It can be said that in the coming years the market share of Iranian companies will increase significantly due to Iran's export program in the field of textiles, and when the return of foreign markets to Iran will be large and another serious competitor for Turkish, Belgian and other major companies. We will be the world.

Today, Iranian carpet-producing companies export nearly \$ 500 million, and this figure is projected to reach nearly \$ 1 billion by 1404, 2023, which is important news for the country's textile industry.

These eleven manufacturing companies from Iran are in attendance at this important international event where the economic conditions in the country are not happy today. Iran, on the other hand, is subject to US sanctions, which make it extremely difficult to transfer money from buyer countries into Iran, and companies have to deal with intermediaries in third countries who often do so with difficulty.

Given the internal situation in the country, it can be said that an Iranian producer attending an international and international event should be appreciated. Other countries that simply attend international events with the help of their governments may not understand much, but we are very aware that the work of these beloved producers is enormous and needs the support of everyone.

But why Domotex is so important to Iranian companies. Domotex, an exhibition for flooring, has always been a good platform for all manufacturers in the field to showcase their products. In recent years, Iranians have been able to tell the world that they have a stake in this market by branding and promoting their products. Iran's share of the hand-made carpet over the past few decades is now being reclaimed by machine-building companies. Iranian carpet with high quality foreign and domestic raw materials and using the latest technology along with Iranian design and role which may be a strong point has a very important place among foreign buyers and businessmen and there are always differences between Iranian carpet and Turkish carpet. Or other countries. For some of the reasons mentioned above, it is necessary for foreign buyers to pay more attention to the Iranian carpet.

DOMOTEX EXHIBITORS CREATE FEEL-GOOD ATMOSPHERES

From environmentally-friendly and health-protecting aspects through to aesthetic and acoustic effects: the new DOMOTEX keynote theme **ATMYPHERE** refers to those qualities of carpets and floor coverings that contribute to increasing wellbeing.

International architects and designers use products from DOMOTEX exhibitors for their interior design concepts

Exhibitors from around the world are currently planning their showcases for DOMOTEX 2020

At the upcoming DOMOTEX (10 to 13 January 2020), the keynote theme is “ATMYPHERE” – an expression of everything that floors and floor coverings can and do contribute to wellbeing in indoor and outdoor spaces, including environmentally friendly and health-promoting features as well as aesthetic and acoustic properties. Preparations for the show are already well underway, with many exhibitors busy developing new products for launch at DOMOTEX and sharpening their showcases to resonate with the keynote theme.

DOMOTEX exhibitors and their innovative products are well represented in reference projects all around the world. Renowned architects and planners use laminates, handmade carpets and natural timber floorboards, many of them first launched at DOMOTEX, to create trend-setting interior designs that promote a sense of wellbeing.

“288 Pacific” is a sleek, new residential development surrounded by historic buildings in Jackson Square, one of San Francisco’s oldest neighborhoods. The lobby of the apartment building with its marble and timber-clad interior was designed by Handel Architects to harmonize with the building’s immediate surroundings. By contrast, the lobby’s modern interior furnishings in vivid colors are a nod to modernity. For the seating area in front of the fireplace the interior designers chose a specially made hand-tufted rug from Creative Matters. The rug’s striking design is reminiscent of intricate graffiti-style artwork and features a total of 35 color gradations. It was inspired by the abstract expressionist paintings of Cy Twombly. The high-quality rug’s sound absorbing properties promote acoustic wellbeing and round off the lobby’s exclusive atmosphere.

At its plant in Żary, Poland, SWISS KRONO has transformed its staff cafeteria into a stylish restaurant dubbed “5 DÉCO”. The restaurant is still used by the company’s local employees, but now also gets used for customer events. Its Art Deco-style interior design provides a unique atmosphere that accentuates the beauty and elegance of the SWISS KRONO products used. For the cafeteria’s floor, walls and furnishings, interior designer Maja Palczewska selected SWISS KRONO laminates and decors that perfectly match

the iconic design style that typified the Art Deco period. The re-design was developed in consultation with Polish Art Deco experts. The restaurant's floors consist of black and vanilla HPL laminate that transitions into ash timber laminate. The grain of the high-quality wood-look laminate decors used is visually and haptically barely distinguishable from that of real timber. However, unlike real timber, SWISS KRONO's timber laminate flooring is very tough and hard-wearing. A broad strip of metallic brass laminate marks the transition between the different flooring zones and further accentuates the elegance of the restaurant's elegant design.

In a steakhouse restaurant in the Dutch city of Nijmegen, the solid oak flooring from T&G Wood's "Cinzento Custom Made" range is a critical part of the interior design scheme. The rustic appearance of the natural materials used in the room's design, such as wood, leather, straw and wool, and the color palette of warm brown tones are reminiscent of a South American hacienda. The floor was custom made and oxidatively oiled to facilitate intensive use and easy maintenance. Visible flaws, such as knotholes and fissures, have been accentuated with black filler in order to give the floor planks their authentic vintage look – and turn the floor into an eye-catching feature in its own right.

"Zabeel House Mini" is a new boutique hotel located in Dubai's popular Al Seef quarter, which features a mix of historic and modern architecture. It was designed for the sophisticated young traveler with an interest in culture. Its interior features an eclectic mix of references to traditional Middle Eastern culture, pop art style elements and contemporary art and design. The lobby is a creative roomscape of comfortable upholstered elements of varying sizes interspersed with cushions aplenty. The floors are sumptuously adorned with used-look rugs from Belgian manufacturer Louis de Poortere. Their overlapping arrangement helps to dampen the sound levels in the lobby, which makes for a more relaxing atmosphere for the waiting guests. The next DOMOTEX, which runs from 10 to 13 January 2020, will feature a new generation of exciting flooring products. Innovative manufacturers from around the world will be there with a rich array of flooring solutions inspired by the show's focus on the "ATMYSPPHERE" theme.



RICH IN TEXTILE HERITAGE AND FAMOUS FOR SPECIAL PRODUCTS

**Interview with Olaf Schmidt
Vice President of Textiles & Textile
Technologies, Messe Frankfurt**

■ **Could you please let us know a brief about your textile exhibitions all around the world, goals and success story?**

Messe Frankfurt offers 58 events worldwide for clothing, fashion, home textiles, technical textiles and textile processing and care. With this unique portfolio of international textile trade fairs, Messe Frankfurt is the global market leader in trade fairs for the textile industry. In 2018, some 22,000 exhibitors and 520,000 visitors took part in our events around the globe. The trade fair provision spans the entire textile industry value chain.

■ **What do you think about Middle East and Africa textile market and it's potentials?**

Due to increased wages, long lead times and a growing domestic demand within Asia, North Africa and Middle Eastern countries have the potential to become more and more important for textile production. Speed to market and in-season reactivity as well as automation are ever more crucial in a highly competitive and demand-focused environment. Additionally concerns regarding the environmental impact make nearshoring attractive. Especially the Euro-Mediterranean region will benefit from these factors and profit from its proximity to big consumer markets in Europe and the USA. In some countries there have been substantial investments in new machinery and jobs making the industry a driver for economic growth.





■ **Do you have exhibitors in your events from Middle East and Africa ? how much Mena region is important for your events?**

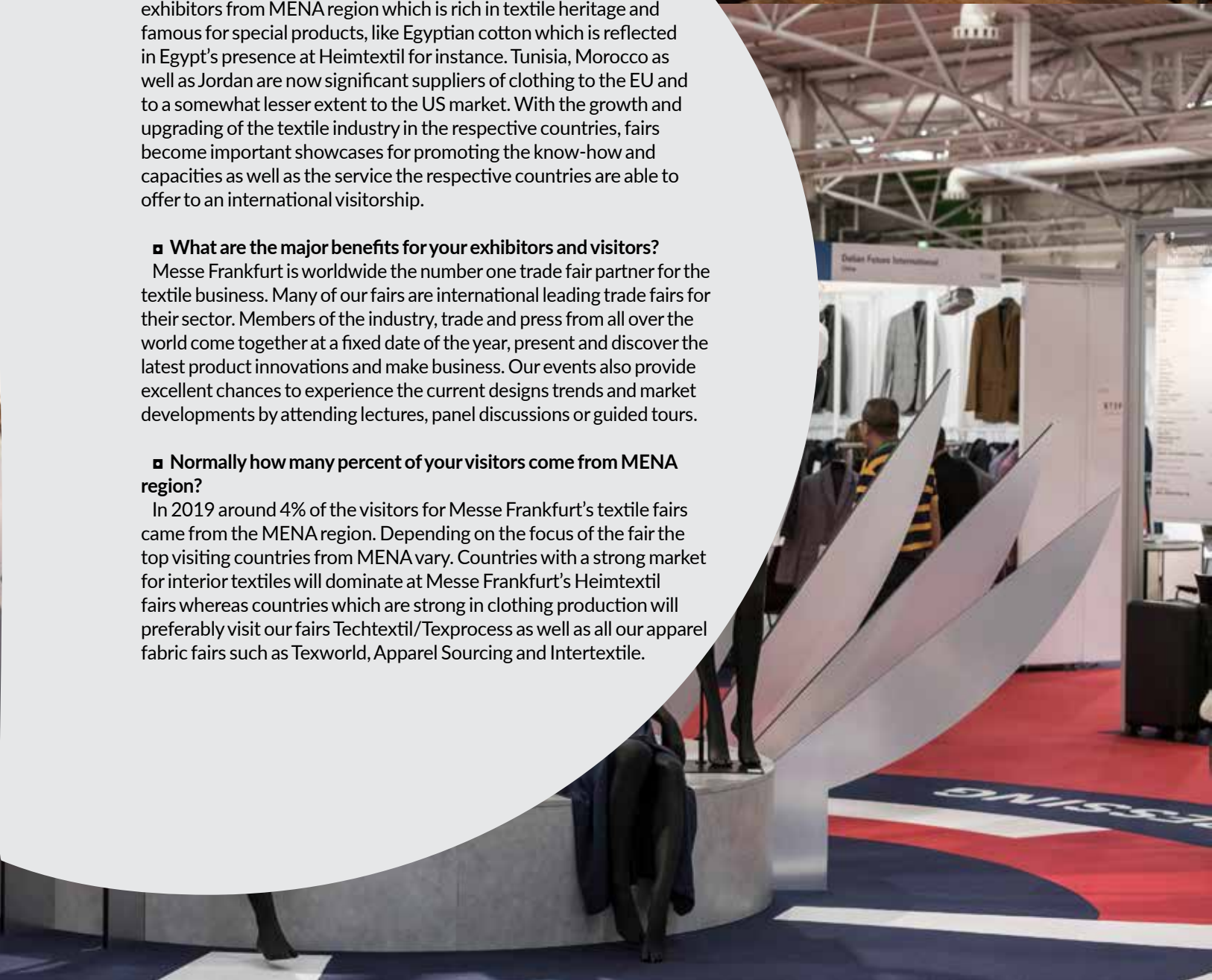
Our fairs are very international and as such we also welcome exhibitors from MENA region which is rich in textile heritage and famous for special products, like Egyptian cotton which is reflected in Egypt's presence at Heimtextil for instance. Tunisia, Morocco as well as Jordan are now significant suppliers of clothing to the EU and to a somewhat lesser extent to the US market. With the growth and upgrading of the textile industry in the respective countries, fairs become important showcases for promoting the know-how and capacities as well as the service the respective countries are able to offer to an international visitorship.

■ **What are the major benefits for your exhibitors and visitors?**

Messe Frankfurt is worldwide the number one trade fair partner for the textile business. Many of our fairs are international leading trade fairs for their sector. Members of the industry, trade and press from all over the world come together at a fixed date of the year, present and discover the latest product innovations and make business. Our events also provide excellent chances to experience the current designs trends and market developments by attending lectures, panel discussions or guided tours.

■ **Normally how many percent of your visitors come from MENA region?**

In 2019 around 4% of the visitors for Messe Frankfurt's textile fairs came from the MENA region. Depending on the focus of the fair the top visiting countries from MENA vary. Countries with a strong market for interior textiles will dominate at Messe Frankfurt's Heimtextil fairs whereas countries which are strong in clothing production will preferably visit our fairs Techtextil/Texprocess as well as all our apparel fabric fairs such as Texworld, Apparel Sourcing and Intertextile.



MORE FLOOR SPACE FOR DESIGN: NEWS FROM DOMOTEX ASIA/ CHINAFLOOR 2020

The next edition of DOMOTEX Asia/CHINAFLOOR (24-26 March 2020) will be dedicating even more space to design and trends. Exhibitors will be presenting their novelties on a floor area covering 185,000 square metres.

DOMOTEX Asia/CHINAFLOOR (March 24-26) Shanghai. DOMOTEX Asia/CHINAFLOOR (March 24-26) – the leading trade show for carpets and floor coverings in the Asia Pacific region – expands the design and conference area and welcomes new and returning brands. For the 22nd edition, each flooring sector will have a theme. The highlighted product category in wood is solid wood for ground heating systems. The category is taking over the entire hall showing new technologies, new designs and new products in floor heating. Solid wood for ground heating systems is growing in China – according to China National Forest Products Industry Association, around 80% of China's wood flooring brands have developed the product. At the same time the market share is increasing by more than 30% annually. It is expected that by 2025, the market size of solid wood for ground heating systems will reach RMB 10 billion (approx. 1.4 billion USD). The international and local market leaders, such as Junckers, Foglie d'Oro, Edelholz, IBF, Teclic, Nature, Fudeli, Bloor, Jinyi, Licher, Nuogao and Moganshan have already confirmed their participation at the show. Also in this hall we see the latest developments in the market in the dedicated InnovAction campaign.

The resilient flooring section will be spread out to 69,500 sqm gross, featuring Stone Plastic Composite (SPC) flooring. Among the resilient halls, there will be an "Inspiration Hall", housing InnovAction campaign and design forum, where famous interior designers will educate the audience on using resilient flooring in interior. The InnovAction will be upgraded by showcasing the new products within matching interior spaces. This new way of presenting the InnovAction products is ideal for both manufacturers to share the ideas and for visitors to keep up to date with the market trends.

Carpet section will promote carpet as a driving force for interior design, with a dedicated hall being the epicenter of home and design carpets and the host hall

for the Luxury Brands Carpet Show – a showcase of the most sought-after international high-end carpet design brands. After the successful first edition in 2019, Chinese Original Carpet Design Show comes back to promote the works of young Chinese carpet designers. Country pavilions from Germany, Belgium, Iran and Turkey will also showcase their products among the carpet halls. Traditionally DOMOTEX Asia/CHINAFLOOR has been focused on B2B, however due to the market changes, the end users are more and more welcome to the show. In order to give the oriental carpets and rugs the spotlight and follow the trends, Indian and Afghanistan pavilions will be creating a new area – "Treasure of Orient". In 2020, DOMOTEX Asia/CHINAFLOOR will cover more than 185,000 sqm of gross space, taking up 16 halls at the Shanghai New International Expo Center. Five of the exhibition halls will be dedicated to carpets and rugs, four to wood, bamboo and other hard floors, 2 to FLOORTECH Asia and 5 halls to resilient floor coverings. In 2019, the show gathered 1,579 exhibitors from 36 countries and attracted 66,875 trade visitors, of which 15,092 international, coming from 107 nations.





A GALAXY OF COLORS

MANUFACTURER OF POLYESTER HYPERSTRUCTURES
POLYESTER RUGS, WEFT AND WICKER
DTY YARNS FOR PRODUCING INDUSTRIAL FABRICS
AND KNITTED YARNS

ADDRESS: YAZD, MEHRIZ INDUSTRIAL ESTATE, SHAQAYEQ
THIRD STREET

PHONE : 035-32553392-4

INFO@SIMINALYAF.COM

KASHAN AGENT: HAJI HASSAN DEGHANI CORNER ATTA
PASSAGE, MIREMAD AVE

PHONE : 031-55446393

MOBILE : 09133610641

SIMIN ALYAF

WWW.SIMINALYAF.COM



شرکت پلیمر سازان سینا دلیجان

ثبت ۱۲۲۹

تولید کننده انواع گرانول ریسایکل پلی استر
و مستر بیج رنگی پایه پت



تلفن : ۵ - ۴۴۴۳۳۸۷۲ (۰۸۶)

WebSite : www.polymersazanco.com

Email : info@polymersazanco.com

چله پیچی مستقیم رضا حاجی

شارژ دستگاه های ۷۰۰ و ۱۰۰۰ و ۱۲۰۰ شانه



مخاحاجی **وقتی کیفیت، تار میزند...**
چله پیچی REZAJI

مدرن ترین چله پیچی روز دنیا

📍 آران و بیدگل، شهرک صنعتی سلیمان مباحی، بلوار یکم، فرعی ۵، بلوار کارگر

☎ شماره تلفن: ۰۹۱۳۳۶۲۰۸۶۰

AKHAVAN RUGS قالی‌اخوان

محصول جدید فرش اطمینان

۷۰۰ شانه ده رنگ گلبرجسته



پذیرش نمایندگی فعال در شهرستان‌ها

تلفن واحد فروش: ۰۴۳۹ ۰۴۷۵ ۰۳۱۵۴

تلفن: ۰۴۶۰ ۰۴۷۵ ۰۵۴۹۴ - ۰۳۱۵۴۷۵۹۴۵۴

فکس: ۰۳۱۵۴۷۵۹۴۸۸

نشانی: آران و بیدگل، منطقه صنعتی سلیمان صباحی

بلوار هیئت امناء، حدفاصل میدان ولایت و تعاون

دفتر تهران: خیابان قزوین، خیابان سبحانی (۶امتری امیری)، بعد از سه راه شبیری، شماره ۹۳

تلفن: ۰۵۵۷۲۹۵۷۵ - ۰۲۱۵۵۷۱۳۵۱۴

www.akhavanrug.com Akhavanrug



واحد نمونه صنعتی استان اصفهان در سال ۱۳۹۸

مدرن



کناره



فرش طرح ۷۰۰



گبه



پذیرش نمایندگی در سراسر کشور ۰۹۱۲۸۶۹۴۴۶۸



آدرس شرکت: آران و بیدگل - شهرک صنعتی سلیمان صباحی بیدگلی - بلوار امید بعد از میدان شهدای کارگر
تلفن کارخانه: ۰۳۱۵۴۷۵۰۸۴۳ / تلفن واحد فروش: ۰۹۱۲۸۶۹۴۴۶۸ / ۰۳۱۵۴۷۵۰۸۴۴

www.opalcarpet.com

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

هر چقدر هم غیر ممکن به نظر برسد، راه حال آن را داریم

بسته بندی اتوماتیک و نیمه اتوماتیک صنایع فرش ماشینی و موکت



لول کردن، برش، حاشیه دوزی، ریشه دوزی، لبه چسبان و بسته بندی

تماس با آقای روزبه مروج: ۰۹۱۲ ۳۰۲۵۲۸۷



Carpet Accessories

- ◀ **Stain Cleaner Spray**
(Certificated By Machine-Made Carpet Research center)
- ◀ **Carpet Stoppers**
- ◀ **Carpet Stain Removing Kits**
- ◀ **Other Carpet Accessories**



Each Carpet Needs Two Accessories:

- ① **Stain Cleaner Spray**
- ② **Carpet Stoper**

■ NO. 31, floor 6, Tonekabon Building, Enghelab St., Tehran, IRAN

Tel: +9821-77682782-4

Fax: +9821-77682784

■ Zolfaghar Building, Dr. Eslami Blvd., Soleiman Sabahi Industrial Town, Aran&Bidgol, IRAN

Tel: +9831-5475 0780-2

Fax: +9831-5475 0782

www.rainotex.com
info@rainotex.com





“NoG”
“NoG”



Sorena Carpet, A Home A



Sorena
Carpet
Gravity
Attraction



www.sorenacarpet.com

 @sorena_farsh  +983154040

 +989122437050  Info@sorenacarpet.com

از فرش تا عرش

از فرش تا عرش
بافرش عرش

ARSH CARPET



از فرش تا عرش

ARSH CARPET



GRADE ONE



NEW
For Export



+98 21 55151717



+98 21 55574600



ArshCarpet



info@arshcarpet.com



www.arshcarpet.com



No. 33, 1Floor, Iranian carpet market,
Lower intersection Cyrus, SLMostafa
Khomeini, Tehran, IRAN



فرش کالین



۷۰۰ شانه ۱۰۰ رنگ
فرش کالین نقشی نوین
شرکت صنایع فرش باستان کویر یزد

CalinCarpet
calin.carpet

کاشان، آران و بیدگل، بلوار خلیج فارس
تلفن: ۰۳۱۵۴۷۵۹۴۷۳
calincarpet@yahoo.com



فرش اکباتانی

EKBATAN CARPET

۱۲۰۰ شانه - ۱۰ رنگ - تراکم ۳۶۰۰

۱۰۵۰ شانه - تراکم ۳۰۰۰

۷۰۰ شانه - تراکم ۲۵۵۰



۶۲۳۹۴۹۶۹۲۰



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



نقش فرش در هویت بخشه به معماری داخله



دکتر زهرا خاتمی

معمار

حاشیه مانند قالبی آن را در بر گرفته نیز محدود به رسوم و قواعد است. نخستین و مهمترین این قواعد تعادل است. نیمه چپ و راست قالبی باید عیناً مثل هم باشد. نتیجتاً شالوده این امر زمینه تکامل فرش پر اصالت ایرانی را فراهم آورده است. اگر چه از دیدگاه انسان عصر حاضر، نامتقارن‌های متعادل نیز حائز اهمیت است، جذابیت و عمر تماشای بالاتری دارند و چه بسا مطلوبیت بیشتری ایجاد می‌نمایند. امروزه نوآوری، لازمه و رکن اصلی بقای صنعت است، به علاوه اینکه روش‌های نوین ساخت در عصر حاضر امکان اجرای چنین طرح‌های نامتقارن و متنوعی را نیز فراهم کرده است.

نقش فرش در هویت بخشی به فضا به میزانی قدرتمند و بارز است که می‌توان دیوار را حذف و به جای آن فرش متناسب با کاربری در مرز میانی دوفضا قرار داد. اگر رنگ‌های خنثی را در طیف رنگ‌های مینیمالیستی و محدوده رنگ‌های گرم و زنده شرقی را به عنوان نشانه‌های تجمعاتی در نظر بگیریم، امکان ایجاد مرز و حریم توسط فرش و عناصر پوشاننده سطح را در اختیار خواهیم داشت. یک طرح مدرن خاکستری با نقوش هندسی و رنگ آمیزی خنثی همچون «اکریا» سفید می‌تواند به سادگی معرف یک فضای خدماتی مانند آشپزخانه، رختشوی خانه و حمام باشد و در مقابل یک فرش ابریشم با زمینه‌ای سرشار از رنگ قرمز و سرمه‌ای زمینه مناسبی برای تبیین سالن غذاخوری محسوب می‌شود.

در مرحله نخست طراح باید کشف کند که سلیقه کارفرما چیست؟ چه طبع و فرهنگی دارد؟ آیا واقعاً طرفدار سبک مینیمال است؟ یا مجذوب طراحی کلاسیک و تجمل‌گرایانه گردیده است؟ از آنجا که هر مواد اولیه و رنگ، بار احساسی و پتانسیل معنایی منحصر به خود را دارد دقت در انتخاب جز به جز عناصر طراحی نیازمند دانش است. انتخاب «کروم ساب خورده» نمایانگر فرهنگ و فناوری بالاد طراحی است. همچنین بهره‌گیری از پنبه‌ها، کف پوش و جزئیات چوبی، حال و هوای کلاسیک به محیط خواهد بخشید. به عنوان مثال مرمر سفید آلمانی از سبک مینیمال به شمار می‌رود و چوب بلوط رنگی بسیار طبیعی دارد که قادر است سبکی مانند «سبک بوهو» در طراحی داخلی بیافریند. علاوه بر مصالح اصلی سازه‌ها و طراحی آنان جهت استفاده در دکوراسیون داخلی، انتخاب فرش‌ها، مبلمان، نورگیرها و سایر عناصر طراحی از حیث تکمیل فرآیند خلق فضایی در مرتفع نمودن نیاز کارفرما حائز اهمیت است.

طرح‌های مدرن و اصطلاحاً اروپایی با زمینه‌ای غالباً روشن می‌توانند از «ماکسیمال» بودن فضا بکاهند و کمی سکون و آرامش به فضا اضافه نمایند، در نقطه مقابل یک فرش پر نقش در میانه فضایی با رنگ‌های سرد کمک به تعدیل جلوه بصری فضا خواهد کرد. در نظر گرفتن کف پوشی از سرامیک مات مشکی برای جلوه بخشیدن به یک تخته فرش با رنگ غالب زرد می‌تواند خود به تنهایی تبدیل به شاهکاری در دکوراسیون داخلی گردد، همچنین قرار گرفتن فرش با زمینه رنگ گرم میان دیوارهای بلند به انسجام فضا کمک خواهد کرد و از سردرگمی بصری جلوگیری می‌کند.

در مبحث طراحی گاه یک عنصر «دکوراتیو» نقش تندیس‌گرایی‌های در شخصیت بخشی به مکان ایفا می‌کند، مثلاً یک کنسول گرد در میانه ورودی و سالن می‌تواند کاربری یک فضای خالی را با شکل دهی فضای تقسیم (لابی) تغییر داده و به آن هویت دعوت‌کنندگی ببخشد. یا قرار دادن یک فرش در فضای خالی مقابل شومینه پتانسیل ایجاد فضایی با توانایی جمع کردن افراد خانه در یک بعد از ظهر سرد زمستانی را دارد. است که فارغ از نیاز به صرف انرژی و هزینه اضافه جهت در نظر گرفتن حریم جداشونده توسط پارتیشن را بر آورده می‌کند که این خود از مهم‌ترین رسالت‌های یک طراحی موفق است. برای درک قدرت تأثیر اشیاء بر فضاهای داخلی نیاز است که به هر شیء فارغ از کاربرد ذاتی آن، نگاهی هوشمندانه و از سر معنا و هویت بخشی به مکان ببندیم. اگر فرش را با کاربرد پوشاندن فضا به یاد می‌آوریم حال فرصت آن است که به آن به مثابه اثری الهام‌بخش نظاره کنیم و در راستای نمایش آن به عنوان سمبلی از شکوه و جلوه هنری تاریخی و میهنی در تکامل یک نظام معماری بهره‌جویم.

«هنر یک محصول و پاسخی است خلافت‌دربار و در نیازهای زمانه‌ای که در آن به سر می‌بریم»

گائتانو پسکه - معمار، طراح صنعتی و طراح مبلمان ایتالیایی

پیوند میان ریشه‌های فرش و معماری، در کتیبه‌های باستانی، نقوش شمشه و شکارگاه، گزاه‌ی روشنی است از همسویی رسالتی مشترک میان این دو صنعت که آفرینش اثری بی‌بدیل را بر عهده گرفته‌اند. گاه در فرآیند طراحی، یافتن پاسخ به این پرسش که آیا فرش معماری را جلا می‌بخشد؟ یا این معماری است که سبب تقویت فرش می‌گردد؟ تبدیل به دغدغه‌ی پرچالشی می‌شود که نشأت گرفته از همین پیوند ملموس است. فرش از منظر طراحی، دیوار پنجمی است بر جان بخشی به سنگ بنای معماری، آنجا که شکل هندسی یک تخته فرش دایره‌ای به تنهایی نقش تعامل گرایانه میان عناصر و اجزای دکوراسیون داخلی را پدید می‌آورد.

اگر معماری را ایجاد سازه‌های با نشانه‌هایی سر دوسخت که در قامت عمودی عموماً فولادین و در بافت افقی، بتنی هستند را در نظر بگیریم برای ایجاد حس دعوت‌کنندگی به درون این دیوارهای ستبر از تار و پودی هنرمندانه و لطیف بهره خواهیم برد که با نقوش و ظرایف پر اصالت خود از تیرگی سازه بکاهد و با جلوه رنگین خود بستری عالی برای فضا سازی داخلی پدید آورد. انتخاب متناسب فرش در سامان بخشی به طراحی خود شاخه‌ای بسیار گسترده در دکوراسیون داخلی به شمار می‌رود که نه تنها در پوشش سطوح، بلکه در انتخاب طرح و نقش متناسب دیوار، مبلمان، پرده‌ها و جز به جز عناصر شکل دهنده دکوراسیون تأثیر می‌گذارد.

در طول مراحل طراحی معماری، زوایای ستون‌ها، استحکام تیرها، جزئیات مصالح و تراز دیوارها دقت و حساسیت ویژه‌ای می‌طلبد که بالطبع نباید لباسی بر قامتش دوخت که مطابق اتحناهای این کالبد نباشد. به همین منظور انتخاب فرش که هویت بنا را حفظ کند و بر شاخصه‌های اصلی تأکید کند از مراحل مهم و حائز اهمیت در حوزه دکوراسیون داخلی به شمار می‌رود. چنانچه بر الگوهای کهن معماری اعصار گذشته کشور مان نظری بیفکنیم، در خواهیم یافت که فرم و بافت می‌تواند مؤثر بر یکدیگر واقع شوند. نمونه بارز چنین تعریفی در مساجد اصفهان تجلی می‌یابد؛ به این معنی که وقتی نقوش کاشی‌های بنادر عین تبعیت از مسیر شکلی بنا، بافت و هندسه داخلی را تعریف می‌کنند و تمام آن زیبایی روحانی را می‌آفرینند.

اگر طرح لچک ترنج فرش را کانسپتی از پردیس معماری سده‌های انتهایی دوره اشکانیان تصور نماییم، می‌توان به بازسازی فضای اندرونی و بیرونی بر قواره فرش لچک و ترنج‌دار که طر حواره‌ای است نمادین از این حیاط‌ها، اشاره کرد. پس از گذشت زمان و ایجاد تحول در سیر معماری بناها با حذف حوض میانی و باغچه‌های مملو از گل، طرح افشان راه به میان طراحی‌ها باز نمود. در افشان، اثری از لچک و ترنج نبود، بلکه تأکید ی بود بر حاشیه‌های اصلی فرش و انواع گل و ساقه و برگ که در فضای میان این حاشیه‌ها به نقش کشیده می‌شد.

نمادگرایی و رمزگرایی از ویژگیهای بارز طراحان ایرانی در اکثر صنایع و ظرایف هنری به شمار می‌رود. نمادگرایی در معماری و نیز در طراحی فرش معمولاً بر نظامی هندسی استوار بوده و نظم آن پیرو اشکالی متوازن و مدولار می‌باشد که توسط قالبی چهار گوش یا مستطیل که با چهار جهت اصلی و چهار اقلیم باستانی و مبنای مربع گونه در معماری کعبه و مسجد مسلمانان تناظر دارد، در بر گرفته می‌شود. در بررسی نظامی دیگر میان مشترکات در هم آمیخته معماری و صنعت طراحی فرش، تعادل و توازن به عنوان اصول و قواعدی اجتناب‌ناپذیر در شکل‌گیری و نقش آفرینی زمینه فرش از دیرباز تا کنون قابل مشاهده است. این قاعده‌گرایی و پیروی از نظام‌مندی‌های کهن گاه ریشه در باورهای دینی و مذهبی داشته که در تمامی ادوار، بر دار قالبی ایرانی سایه افکنده است. تقارن در آثار هنری و بناهای معماری هنوز هم همانند گذشته برای انسان نوعی رضایت و حس کلیت‌گرایی و وحدانیت را ایجاد مینماید و با تأثیر گذاری بر زمینه اثر، اوج یک تفکر استوار را به منصه ظهور می‌رساند.

همانطور که گفته شد تأثیر این مفهوم میان فرش ایرانی بسیار مشهود است. در بسیاری از کشور های مغرب و مشرق زمین قالبی‌هایی بافته می‌شود که حاشیه ندارد ولی تا کنون هرگز کسی قالبی ایرانی را بدون حاشیه ندیده است. زیرا ایرانیان حاشیه را به عنوان اساس و پایه و زیربنای لازمی تلقی می‌کنند که طرح زمینه باید بر اثر آن جلوه گر شود. طراحان قالبی در ایران معتقدند که فقدان حاشیه سبب می‌گردد که نظر بیننده منحرف شود و در نتیجه طرح اصلی به عنوان قسمت مهم و اساسی مورد توجه قرار نگیرد. طرح زمینه قالبی یعنی محلی که



وینتج



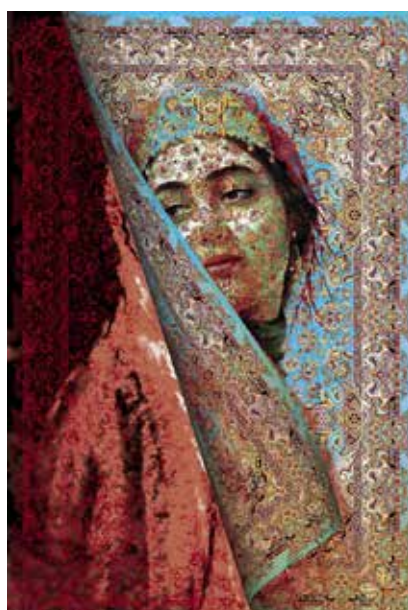
فرش نقاشی

و توجه همگان قرار گرفته باشد و مجدد در زمانی غیر از زمان خاص آن شیء مورد استفاده قرار بگیرد، وینتج محسوب می شود. ترجمه فارسی آن وابسته به دوران یا سال بخصوص، قدیمی و وابسته به دوران پیشین است. البته برای اصطلاح «آنتیک» هم همین معانی به چشم می خورد؛ آنتیک اصولاً به محصولاتی با قدمتی بیش از صد سال اشاره دارد اما وینتج به محصولاتی با قدمتی بین ۴۰ تا ۱۰۰ سال. بسیاری از افراد وینتج را بار تر و اشتباه می گیرند. ولی در واقع رترو محصولی با طراحی مدرن است که از عناصر دوره های قدیمی در آن الهام گرفته شده ولی وینتج باز آفرینی همان طرح های قدیمی است که در طول زمان، به آن توجهی نشده است. طراحی فرش های کهنه نما، سنگ شور شده، پاره، مندرس و یا فرش های چند تیکه را می توان نمونه هایی از فرش های وینتج بر شمرد. ممکن است در میان عبارت های عتیقه یا آنتیک، رترو و وینتج شباهت هایی به چشم بخورد ولی این سبک ها هر کدام در اصل به موضوع های متفاوتی اشاره می کنند و به هیچ عنوان با یکدیگر برابر نیستند. امروزه در این صنعت طرح های جدید و متفاوتی از فرش می بینیم که شامل طیف وسیعی از استایل و سبک های مختلف طراحی مد و طراحی داخلی است؛ به حدی که در تشخیص سبک آن ها دچار اشتباه می شویم. از تبدیل یک طرح آبستره abstract و یا فراکتال fractal به طرح فرش گرفته تا تبدیل یک شخصیت کارتون و یا حتی تبدیل عکس یک فرش قدیمی و کهنه به طرح یک فرش ماشینی و یا حتی ترکیب عکس، نقاشی و مینیاتور با نقشه های فرش... موضوع مهم در طراحی فرش های جدید، درک و آگاهی از سبک های مختلف طراحی است و طراحان فرش ماشینی باید اشراف کامل به انواع سبک های طراحی داخلی، مد و فشن داشته باشند تا قادر به خلق آثاری ماندگار شوند. متأسفانه اکنون بیشتر طرح های موجود در بازار به جز کپی ناقصی از آثار پیشکسوتان این قبیل طرح ها نیست و اگر به همین منوال پیش برود به سرعت این مدل طرح ها باعث چشم آزاری و انزجار خریداران این سبک خواهد شد. استفاده از نشانه و موتیف های قدرتمند ایرانی می تواند منجر به خلق آثاری ارزشمند بشود. فقط کافی است اگر آگاهی لازم در طراحی این قبیل فرش ها را نداریم دست به کار طراحی آن ها نشویم.

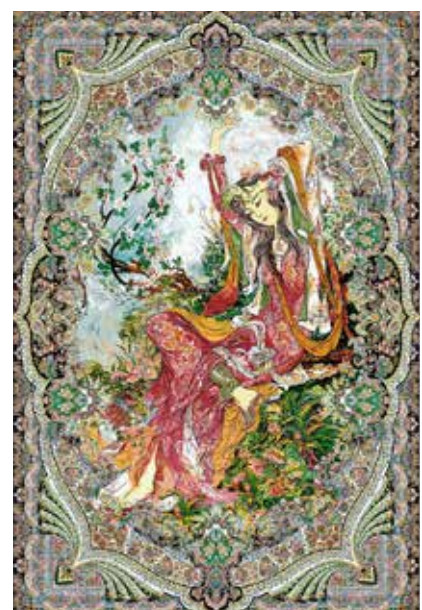
وینتج



فرش نقاشی



فرش نقاشی



سبک مدرن، Vintage یا Retro



آقای رامین عظیم‌زاده
طراح فرش

○ مقدمه

نزدیک به قریب ۵۰ سال از تولید فرش ماشینی در کشورمان می‌گذرد؛ محصولی که در بدو تولد کمتر کسی گمان می‌کرد امروزه به این درجه از بلوغ و شکوه برسد تا آنجا که کمتر خانه‌ای در کشور است که یکی از محصولات این صنعت را در خود نداشته باشد. شکوفایی و جوش و خروش این صنعت و امداد دو ستون قدرتمند این حرفه است؛ یعنی فناوری و ماشین آلات پیشرفته‌ی آن و طراحی و نقش‌پردازی هنرمندان این مرز و بوم.

در روزهای آغازین این صنعت با نقشه‌های سنتی و معروف به وسیله‌ی دستگاه‌های مدرن تولید شد و محصول نهایی به قدری قالی‌نما بود که همه ما آن را به عنوان قالی و نه کف‌پوش پذیرفتیم. اما گذر زمان، دکوراسیون سبک معماری خانه‌ها را از سنتی به سمت فضاهای اروپایی و مدرن سوق داده است و به علت رشد آپارتمان‌نشینی دکوراسیون منازل و وسایل مورد استفاده از اهمیت زیادی برخوردار شده‌اند، فرش و قالی‌هایی با طرح و نقشه سنتی در تمام اتاق‌ها کمک گرفت، بلکه لازم است برای هر فضافرشی متناسب با کاربرد اتاق در نظر گرفته شود.

امروزه در طراحی فرش ماشینی با طرح‌های جذاب، زیبا و متنوعی مواجه هستیم که ریشه در گذشته دارد اما امروزی است، درواقع حس نوستالژیک دارد اما مدرن است. این دسته از طرح‌های فرش ماشینی الهام گرفته از سبک رترو و یا Vintage است.

○ سبک retro

دکوراسیون «رترو» و کلمه رترو بازگشت به گذشته را در ذهن انسان به یاد می‌آورد و حس نوستالژیک دارد؛ به این معنی که مدل دکوراسیونی یا وسایل مربوط به یک دوره خاص در آن به کار می‌رود و رنگ‌های براق و زنده در اولویت هستند. می‌توان گفت مبلمان و اکسسوری‌هایی در

○ سبک Vintage

وینتیج به آثاری گفته می‌شود که مختص به زمان خاص، فرد یا نشانه خاصی باشد و از دوره انتشار آن وسیله گذشته باشد. در صورتی که آن شی در زمان گذشته بسیار باب شده و مورد استفاده

متفاوت‌اند؟

رترو



رشد صادرات فرش ماشینی ایران، دلایل و اهداف ایران در حال نفوذ در بازار کف پوش های ماشینی جهان



دکتر منصور دیاری

حضور هیئت علمی دانشگاه آزاد کاشان

فرش های با تراکم بالا و با وضوح نقشه و رنگ بندی فوق العاده در جهان محسوب می شود. بدون شک یکی از مزیت های رقابتی صنعت فرش ماشینی ایران در مقایسه با رقبای بین المللی، آواز و شهرت در خشان فرش ایرانی در نزد مشتریان خارجی در عرصه جهانی است.

۱۰ تفای کیفیت

از آنجایی که صنعت فرش ماشینی ایران برخلاف عمده صنایع دولتی ایران، صنعتی کاملاً خصوصی و غیر وابسته به کمک های دولتی است، سرمایه گذاران آن طی سال های اخیر نهایت تلاش خود را برای بستن تانک تولیدات محصول با کیفیت قابل قبول به بازار های داخلی و خارجی عرضه نمایند. بسیاری از تولید کنندگان و به ویژه صادر کنندگان فرش ماشینی در ایران پی برده اند که فروش و صادرات پایدار منوط به عرضه محصول با کیفیت بالا و در سطح جهانی است. ایجاد نظام کنترل کیفی بین المللی همچون ISO، ایجاد واحد تحقیق و توسعه در کارخانه ها، راه اندازی مرکز تحقیقات فرش ماشینی، راه اندازی آزمایشگاه های استاندارد، استفاده از مواد اولیه مرغوب و... از مهم ترین اقداماتی است که در صنعت فرش ماشینی ایران در جهت ارتقای کیفیت محصولات صورت گرفته است. البته نظارت های مجدانه سازمان استاندارد ایران بر محصولات تولیدی به ویژه کالاهای صادراتی نیز تأثیر به سزایی در بهبود کیفی فرش ماشینی ایران در سال های اخیر داشته است.

۱۰ تنوع، سفارش پذیری و توجه به سلیقه مشتریان خارجی

برای سال های متمادی، صنعت فرش ماشینی ایران بدون توجه به خواست و سلیقه مشتریان اقدام به تولید و عرضه فرش ماشینی می کرد. لیکن تجار و تولید کنندگان فرش ماشینی ایران به محض ورود به بازار های بین المللی به خوبی پی بردند که مشتری مداری و توجه به سلیقه مشتریان یک اصل بسیار مهم در تجارت جهانی است. از این رو با اعزام گروه های تجاری و حتی حضور انفرادی در بازار های جهانی سعی نمودند تا به فهم صحیحی از سلیقه مشتریان خارجی در زمینه رنگ، طرح و ابعاد فرش ماشینی مورد نیاز آن ها دست یابند. در حال حاضر، تنوع بسیار گسترده محصولات تولیدی صنعت فرش ماشینی ایران و توجه ویژه به انواع سفارش ها مشتریان خارجی، سبب شده است تا فرش ماشینی ایران بتواند پاسخگوی هر نوع نیاز، سلیقه و سفارش مشتریان خود را سراسر جهان باشد. صادرات به بیش از ۷۰ کشور جهان حاصل چنین تغییر نگرشی در میان مدیران صنعت فرش ماشینی ایران است.

۱۰ توجه ویژه به برندینگ

طی ده سال اخیر، حرکت های بسیار مهمی در زمینه برندینگ در صنعت فرش ماشینی ایران رخ داده است. تولید و رشد برندهای نو ظهور به ویژه در تولید فرش های تراکم بالا در کنار برندهای مهم قدیمی فرش ماشینی ایران نشان از توجه ویژه مدیران این صنعت به برند سازی دارد. موضوعی که یکی از الزامات و پیش نیاز های توسعه پایدار بازار داخلی و صادرات در عرصه بین المللی است. برگزاری همایش ها و اجلاس های تخصصی در زمینه برندینگ فرش ماشینی، برگزاری دوره های آموزشی، حمایت دولت از حقوق مالکیت معنوی صاحبان برند و... از جمله اقداماتی است که طی یک دهه اخیر در این راستا در صنعت فرش ماشینی ایران انجام شده است.

۱۰ حضور در نمایشگاه های بین المللی

طی سال های اخیر تعداد زیادی از شرکت های تولید فرش ماشینی ایرانی تلاش نموده اند تا با حضور در نمایشگاه های بین المللی همچون دمو تکس (هانوفر آلمان)، دی، روسیه، چین و غازی آنتپ (ترکیه) محصولات خود را به مشتریان خارجی عرضه نموده و از نیاز و سلیقه مشتریان خارجی آگاهی یابند. در حال حاضر، مهم ترین نمایشگاه های بین المللی که شرکت های ایرانی فرش ماشینی علاقه مند به حضور در آن ها هستند، دمو تکس آلمان و دمو تکس غازی آنتپ ترکیه است. دو نمایشگاهی که عرصه رقابت سنگین و تنگاتنگ بین کشورهای رقیب تولید کننده و صادر کننده کف پوش جهان همچون ترکیه، بلژیک، ایران، مصر و... است.

۱۰ وسخن آخر...

به نظر می رسد صنعت فرش ماشینی ایران بتواند در سال ۲۰۲۰ م. رقم صادرات خود را از مرز ۵۰۰ میلیون دلار عبور داده و کشور های بازار هدف را به بیش از ۸۵ کشور برساند. این دقت قرار است اهداف از پیش تعیین شده در نقشه راه استراتژیک صنعت فرش ماشینی - که دستیابی به صادرات یک میلیارد دلاری و کسب جایگاه دومین صادر کننده بزرگ کف پوش های ماشینی جهان در افریقا ۱۴۰۴ (۲۰۲۵ م.) - را برای خود ترسیم نموده است. هدفی که به نظر می رسد چندان دور از دسترس نیست.

بر هیچ کس در سراسر جهان پوشیده نیست که ایران زادگاه و خواستگاه فرش با قدمتی چند هزار ساله است. کشوری که برای صدها سال بزرگ ترین تولید کننده و صادر کننده فرش دستباف جهان بوده است و همچنین مردم جهان، «فرش دستباف» را با نام ایران می شناسند.

فرش دستباف در ایران، در سال ۱۳۵۱ ه.ش. (۱۹۷۳ م.) و اولین فرش ماشینی ایرانی در کارخانه هاشم و ابهریشم کاشان متولد شد. از آن سال تا کنون که بیش از ۱۰۰۰ کارخانه تولید فرش ماشینی در ایران در حال تولید و صادرات انواع فرش ماشینی هستند، صنعت فرش ماشینی ایران سال های پرفراز و نشیبی را طی کرده است.

بررسی آمار تولید و صادرات کف پوش های ماشینی جهان نشان می دهد که اگر چه به آرامی، اما ایران در حال نفوذ در بازار کف پوش های ماشینی جهان و افزایش سهم خود در عرصه بین المللی است. آمار های وزارت صنعت، معدن و تجارت ایران نشان می دهد که صادرات فرش ماشینی ایران طی ده سال گذشته از رقم ۵۰ میلیون دلار به ۴۳۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۸ میلادی رسیده است. به نظر می رسد رشد چشمگیر صادرات فرش ماشینی ایران طی سال های اخیر (علیرغم وجود تحریم های سنگین بین المللی) دلایل متعددی دارد که در ادامه به برخی از آن ها پرداخته می شود.

۱۰ اشباع بازار داخل

در حال حاضر سالانه ۹۰ میلیون متر مربع انواع کف پوش های ماشینی در ایران تولید می شود که نزدیک به ۷۵٪ از آن نیاز بازار داخل ایران را به طور کامل برطرف می کند. از این رو ظرفیت تولید کف پوش های ماشینی در ایران مازاد بر مصرف داخلی این کالا است؛ بنابراین رقابت بسیار سخت و سنگینی بین تولید کنندگان ایرانی فرش ماشینی در حفظ و بهبود سهم خود از بازار داخلی در جریان است. تحت چنین شرایطی، بسیاری از تولید کنندگان فرش ماشینی در ایران ادامه بقای خود را در افزایش هر چه بیشتر صادرات محصولات تولیدی خود می بینند. به نظر می رسد تا سال ۱۴۰۴ ه.ش. (۲۰۲۵ م.) شرکت های ایرانی تولید کننده فرش ماشینی که نتوانند حداقل ۵۰٪ از تولید خود را صادر کنند، از صحنه رقابت این صنعت حذف خواهند شد. افزایش تعداد صادر کنندگان فرش ماشینی ایران طی چند سال اخیر این موضوع را تأیید می کند که تولید کنندگانی که بازار این کالا را تنها در ایران درک کرده اند، دیگر نمی توانند به طور کامل به بازار داخل تکیه کنند و خطر حذف شدن از دور رقابت را به خوبی احساس کرده اند. کاهش قدرت خرید مردم در داخل ایران که ناشی از ارزش ارز پول ملی ایران است مسبب آن است که تصادی این زنگ خطر، بلند تر و نزدیک تر از همیشه به گوش تولید کنندگان فرش ماشینی در ایران برسد.

۱۰ کاهش ارزش پول ملی ایران

ارزش برابری «ریال» پول ملی ایران در مقابل ارز های بین المللی به ویژه دلار طی سال های اخیر به شدت کاهش یافته است. همین عامل باعث شده است تا صادرات گزینیه اصلی شرکت های تولیدی فرش ماشینی ایران برای ادامه حیات باشد. اگر چه بخش عمده ای از مواد اولیه و تقریباً تمامی ماشین آلات خطوط تولید فرش ماشینی از خارج ایران وارد می شود اما به دلیل هزینه بسیار پایین کارگر و انرژی بسیار ارزان نسبت به نرخ های بین المللی در ایران، همچنین خود کفایی در تولید داخلی برخی مواد اولیه مانند نخ های پلی استر، پلی پروپیلن، پنبه و پلی استر / پنبه و نیز بومی سازی ساخت بخش هایی از ماشین آلات و قطعات یدکی مصرفی، قیمت تمام شده فرش ماشینی در ایران در مقایسه با سایر رقبای جدی بین المللی مانند ترکیه و بلژیک بسیار پایین تر باشد. این رقابت پذیر بودن در عرصه بین المللی به همراه معافیت های مالیاتی و مشوق های دولتی همگی سبب شده است تا در سال های اخیر تولید کنندگان ایرانی فرش ماشینی تلاش گسترده ای جهت صادر کردن کالای خود داشته باشند.

۱۰ پشتوانه هزاران ساله در تولید کف پوش

مهارت ایرانیان در تولید انواع کف پوش در جهان زبانزد است. ایرانیان با داشتن سابقه تاریخی و مهارت های ریشه دار، مفهوم کف پوش را به خوبی می دانند و می شناسند. این مهارت که می تواند خلاقیات و نوآوری را به همراه داشته باشد، به توسعه صنعت فرش ماشینی ایران کمک شایانی کرده است. توسعه طرح و نقشه های بی نظیری و بی بدیل فرش ماشینی و تلاش جهت تولید فرش هایی با حداکثر تراکم در جهان، برگرفته از هزاران سال سابقه در خشان ایرانیان در تولید فرش های نفیس دستباف است. از این جهت است که امروزه ایران یکی از بزرگ ترین تولید کنندگان و صادر کنندگان



علت علاقه خریداران خارجی به فرش های ایرانی، اصالت طرح، رنگ و همین طور کیفیت بالای فرش ایرانی است. مشتری بین المللی با حضور در غرفه یک شرکت ایرانی، به دنبال کیفیت و اصالت است. پس شرکت کنندگان در این گونه نمایشگاه ها باید این مورد را مدنظر داشته باشند که ارائه فرش های بی کیفیت با طرح هایی ضعیف، بیشترین آسیب را به برند فرش ایرانی وارد می سازند



در طی این چند سال که در این نمایشگاه حضور داشتیم شاهد شرکت هایی بودیم که یک یا دو سال حضور داشتند و متأسفانه بعد از زیان دهی از ادامه حضور منصرف شدند. امسال در تولیدات فرش ۱۵۰۰ شانه تراکم ۴/۵ میلیون سرخ، محصولات جدیدی داریم که دارای رنگ بندی و طرح های اورجینال هستند. همین طور در زمینه ی ۱۲۰۰ شانه و ۷۰۰ شانه طرح های جدیدی خواهیم داشت.

○ جناب آقای سودایی محصولات شما همواره فرش ها و کلکسیون های خاصی را در بر می گیرد. مشتریان، فرش زرتشت را با چه طرح ها و نقشه هایی در بازار می شناسند؟

مشتریانی که در غرفه این شرکت حضور پیدامی کنند از شرکت ما انتظارات زیادی دارند و این باعث می شود که از چندین ماه قبل از نمایشگاه دمو تکس فعالیت زیادی در زمینه ی طرح و رنگ آغاز کنیم تا بتوانیم نظر مشتری های پرتوقع این شرکت را جلب نماییم. نمایشگاه دمو تکس بزرگ ترین کلاس آموزشی برای هر تولید کننده است و ما نیز هر سال مطالب جدید از مراجعه کنندگان فرامی گیریم و در تولیدات جدید این موارد را رعایت می نماییم.

در خاتمه به همه تولید کنندگانی که محصولاتی در حد و اندازه های استاندارد جهانی دارند، توصیه می کنم حضور در این نمایشگاه را از دست ندهند، حتی اگر فقط هزینه داشته باشند. این هزینه ها برای کسب دانش و تجربه یک تولید کننده است که به آسانی به دست نمی آید.

سال گذشته شرکت های بزرگ قدیمی که از بدو پیدایش این نمایشگاه در آن حضور مداوم داشتند، اعلام انصراف کردند و ما این فرصت را مغتنم شمرده و با برنامه ریزی به کار خود در این رویداد عظیم جهانی تلاش داشتیم تا بتوانیم بازارهای جدیدی برای خود پیدا کنیم.

○ خریداران خارجی چرا به فرش های ایرانی علاقه مند هستند؟

علت علاقه خریداران خارجی به فرش های ایرانی، اصالت طرح، رنگ و همین طور کیفیت بالای فرش ایرانی است. مشتری بین المللی با حضور در غرفه یک شرکت ایرانی، به دنبال کیفیت و اصالت است. پس شرکت کنندگان در این گونه نمایشگاه ها باید این مورد را مدنظر داشته باشند که ارائه فرش های بی کیفیت با طرح هایی ضعیف، بیشترین آسیب را به برند فرش ایرانی وارد می سازند. عمده خریداران فرش ایرانی، جمعیت مسلمان کشورهای حاشیه خلیج هستند و دیگر کشور هایی که از نظر مذهبی و سنتی به ایران نزدیک اند؛ مثلاً در روسیه بیشترین تقاضا برای فرش در منطقه داغستان است که عمده آن ها مسلمان هستند.

○ نیاز بازار جهانی فرش ماشینی را چگونه می بینید؟

تولید کنندگان ایرانی باید نیازهای بازار جهانی را بشناسند و بعد برای حضور در نمایشگاه هایی در سطح دمو تکس اقدام نمایند. در غیر این صورت فقط هزینه گزاف پرداخت کرده اند بدون اینکه به هدفشان - که فروش محصولات هست - برسند.





صاحب‌به‌مرتضی سودای
مدیرعامل شرکت فرش زرتشت

تعهد به مشتری، اصل اساسی موفقیت در بازار جهانی

شرکت «قالی شاهکار صفویه» با برند تجاری «فرش زرتشت» که از قدیمی‌ترین شرکت‌های تولیدکننده فرش ماشینی در کشور به شمار می‌رود ۱۰۰ سال هشتمین حضور خود در نمایشگاه «دوموتکس هانوفر» را تجربه می‌کند. توانسته با رعایت تمامی اصول تجاری بین‌المللی حضور مداوم و مثمر ثمری در بازارهای خارجی داشته باشد. مدیران این شرکت به‌درستی دریافته‌اند که یکی از لازمه‌های بودن در بازار جهانی مسئله برندینگ و تعهد به مشتری است و تلاش کرده‌اند تا با به‌کارگیری آن‌ها در اصول و قواعد کاری خود موفقیت بیشتری کسب کنند. در این شماره به سراغ آقای «مجتبی سودای» مدیر بازرگانی شرکت قالی شاهکار صفویه رفته‌ایم تا دیدگاه‌های این مجموعه نسبت به نمایشگاه هانوفر و اهداف آن‌ها از حضور در این رویداد را جویا شویم.

○ مختصری در مورد تاریخچه شرکت، سال تأسیس، ماشین آلات، فناوری‌های مورد استفاده و موفقیت‌های خود در عرصه صادرات بفرمایید.
پیشینه شرکت قالی شاهکار صفویه (فرش زرتشت) به سال ۱۳۶۷ برمی‌گردد که در آن سال‌ها با عنوان فرش ستاره کاشان در زمینه تولید فرش ماشینی شروع به فعالیت کرد. مرحوم «حاج علی سودای» بنیان‌گذار این مجموعه از دهه ۳۰ شمسی در زمینه تولید فرش دستبافت فعالیت داشته و البته در عنوان نوجوانی نزد پدر خود مرحوم حاج حسین سودای در زمینه شعربافی فعالیت داشتند. شرکت قالی شاهکار صفویه با این تجربه و پیشینه در زمینه نساجی، در دهه ۶۰ به عرصه تولید فرش ماشینی وارد شد و همواره سعی داشته تجارب خود در فرش دستباف را در زمینه طرح و رنگ فرش ماشینی بکار گیرد. شرکت قالی شاهکار صفویه با برند تجاری قالی زرتشت در نمایشگاه‌های بین‌المللی حضور دارد. هم‌اکنون این شرکت با مجموعه متنوعی از تولیدات در زمینه تولید فرش ماشینی فعالیت دارد، به صورتی که می‌توان گفت تقریباً کامل‌ترین تنوع در کیفیت و طرح را ارائه می‌کند. در این شرکت ماشین‌آلات گوناگونی مشغول به تولید است. از جمله دستگاه ASR و ماشین ۱۵۰۰ HCl.

○ چه محصولاتی برای ارائه به بازارهای جهانی به هانوفر خواهید برد؟
تعدادی از تولیدات شامل موارد زیر می‌شود:

فرش ۵۰۰ شانه آکرلیک کلکسیون بلوچی، فرش ۵۰۰ شانه پلی‌استر، فرش ۷۰۰ شانه آکرلیک طرح کلاسیک و مدرن ۱۰ و ۱۰ رنگ، فرش ۷۰۰ شانه پلی‌استر، فرش ۱۲۰۰ شانه

آکرلیک، فرش ۱۵۰۰ شانه آکرلیک.

قالی شاهکار صفویه مانند گذشته با مجموعه محصولات جدید در دموتکس ۲۰۲۰ حضور خواهد داشت و این نمایشگاه به جهت معرفی تولیدات جدید، برای این شرکت اهمیت بسیار دارد.

○ از سوابق صادراتی و فعالیت‌های این شرکت در بازارها و نمایشگاه‌های خارجی برای ما بفرمایید.

شرکت قالی شاهکار صفویه از سال ۲۰۱۴ تصمیم گرفت در بزرگ‌ترین نمایشگاه فرش واقع در شهر هانوفر شرکت کند و تا به امروز این حضور تداوم داشته و حتی در زمان‌هایی که مشکلات بزرگ برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان وجود داشت سعی کردیم این رشته گسسته نشود. این شرکت در زمینه صادرات کارنامه موفق داشته و محصولات این شرکت به کشورهای هدف فرش ماشینی ایران، صادر شده است. به جهت حفظ کیفیت و تنوع محصولات و همچنین متعهد بودن این مجموعه نسبت به مشتریان، علاوه بر حفظ تمام مشتریان دائمی شرکت، هر سال مجموعه جدیدی از مشتریان خارجی به خریداران محصولات این شرکت اضافه می‌شوند.

○ چندمین حضور شما در نمایشگاه دوموتکس هانوفر است؟ و با این حضور چه اهداف و برنامه‌هایی را دنبال می‌کنید؟

۱۰۰ سال هشتمین حضور مادر این نمایشگاه است. هدف اصلی از این حضور معرفی محصولات جدید، آشنایی با مشتریان بین‌المللی و همچنین اطلاع از نیاز و سلیقه بازارهای جهانی است.

حفظ نیروی شاغلی است که سالیان سال در زمان رونق در کنار هم بودند و امروز نیز که زمان سختی است با تحمل تمام فشارها به کار تولید ادامه می‌دهند.

○ سبک و سیاق تولید محصولات شما به چه شکلی است؟ و به چه کشورهایی صادرات دارید؟

اکثر محصولاتمان فرش‌های ظریف است. به خاطر زحمات فراوانی که کشیدیم و توانستیم محصولاتی باکیفیت مناسب با سلاقی مختلف تولید کنیم در اکثر سطح دنیا مشتریان بسیار خوبی داریم. از اروپا تا کانادا، همچنین کشورهای هم‌جوار و اوضاع صادراتمان نسبتاً راضی‌کننده است، بازار بسیار خوبی هم در داخل داریم. ما همیشه، همیشه و همیشه در حال تنوع، ابداع و ابتکار در این صنعت بودیم و هر کاری هم کردیم همیشه به‌طور احسن به ثمر رسیده است.

و تنها لذت‌بنده از ثمره‌ی عمرم همین است که می‌بینم یک شهری با خون و دلی که سی سال در این صنعت خوردم الحمدالله به بهترین نحو منتفع شده است.

○ دلایل عدم حضور شما در رویدادها و نمایشگاه خارجی مهمی همچون دمو تکس هانوفر چیست؟

به لطف خداوند ما با مشتریان قدیم خودمان همیشه در حال ارتباط هستیم و ما به اندازه‌ی ظرفیت تولیدمان فروش مناسبی داریم و میدان را برای رقبا باز گذاشتیم که بقیه کار بکنند و ما هم خوشحالیم، چون اگر محصولات ما وارد دمو تکس بشود به کلی جو دمو تکس را عوض خواهیم کرد!

○ به نظر شما بزرگ‌ترین مشکل فعلی صنعت تولیدی کشور چیست؟

مهم‌ترین مشکلی که می‌تواند یک تولیدکننده را از ارتقا و توسعه تولید بازدارد عدم اطمینان به آینده است که متأسفانه با این تحریم‌هایی که به ایران تحمیل شده هیچ کس از فردای خودش هیچ خبری ندارد؛ مثلاً سال ۹۷ هیچ تولیدکننده‌ای گمان نمی‌کرد که دلار ۴ هزار تومانی تا نزدیک به ۲۰ هزار تومان افزایش پیدا کند. به هر حال همه تعهد ارزی داشتند، به ریال فرش فروختند و به دلار مواد خریدند که ضرر زیادی شامل همه عزیزان شد و این تا چندین و چند سال غیرقابل جبران است. به خاطر همین مشکل اصلی تولید فقط عدم ثبات اقتصاد است که اگر این چنین نبود رونق اقتصادی ایران چندین و چند برابر می‌شد.

هنر هزاران ساله را به ظهور برساند و الحمدالله در حال حاضر فرش ایرانی دوباره در دنیا خواستگاه خودش را پیدا کرده است آن هم با استفاده از هنر و فناوری‌ای که با همدیگر عجین شده‌اند.

فرش‌های شانه پایین برای استفاده طبقه‌ی متوسط به پایین جامعه است یعنی کسانی که قدرت خرید فرش دستباف باقیمت بالای ۵۰ میلیون تومان را ندارند و زیاد به دکوراسیون اهمیت خاصی نمی‌دهند فقط به عنوان زیرانداز از فرش استفاده می‌کنند. ولی شما اگر توجه کنید بهترین فرش‌های دنیا ضخامت بسیار اندکی دارند و مورد استفاده آن فقط برای تزئین است. فرش تزئینی به خاطر هزینه‌های بالای تولید و مواد اولیه فوق‌العاده گران است و اکثر مردم قدرت خرید فرش دستبافت ظریف را ندارند به خاطر همین ما یک بابی باز کردیم که هر کسی که آرزوی داشتن یک فرش زیبا و منحصر به فرد را دارد، آرزو به دل نمانده و یک فرش بسیار زیبا و بارزش و بهداشتی در اختیارش باشد.

○ نحوه تهیه مواد اولیه مورد نیاز مصرفی در مجموعه شما به چه شکلی است؟ مواد اولیه‌ی انتخابی مجموعه‌ی شما داخلی است یا خارجی؟

متأسفانه با وجود این همه شرکت‌های بزرگ، هنوز کسی به تولید مواد اولیه مورد نیاز برای فرش ماشینی و پارچه که به هر حال در ایران مصرف می‌شود، فکر نکرده است. ما مواد خام را صادر می‌کنیم و از آن طرف الیاف پلی‌اکریل باید وارد کنیم.

صد در صد مواد اولیه مورد استفاده در تولید فرش در حال حاضر وارداتی است. ولی مراحل تولید نخ به لطف خداوند چند سالی است که در ایران به انجام می‌رسد. تقریباً به خود کفایی رسیده‌ایم درصد کمی اگر نیاز به واردات نخ باشد مواد اولیه وارد ایران می‌شود و آن مواد تبدیل به نخ مصرفی فرش ماشینی می‌شود.

○ تحلیل شما از شرایط تولید در کشور چیست؟

شرایط تولید در ایران اصلاً قابل مقایسه با هیچ جای دنیا نیست و اگر امروز یک تولیدکننده در ایران فعال است فقط از جهت عشق در تولید مانده است؛ در واقع به عشق نیروی شاغل، به عشق زنده نگه داشتن نام و اعتلای ایران. با این همه فشارهای سنگینی که تمام کشورهای حتی دوست به ایران فشار وارد می‌کنند تمام امورش به‌طور معجزه‌آسا در حال گذران است و هیچ صنعتگر خارجی یک روز هم در ایران برای تولید دوام ندارد. یک تولیدکننده از فردای خود هیچ خبری ندارد و این عشق چندین و چند ساله است که با گوشت، پوست و استخوان هر تولیدکننده‌ای عجین شده است و همیشه دغدغه‌اش





حاج حمید مشیری
مدیرعامل شرکت فرش مشهد اردهال

عدم ثبات اقتصادی، بزرگترین مشکل تولید

شرکت «فرش مشهد اردهال» از شرکت‌های ریشه‌دار و قدیمی کشور در صنعت فرش ماشینی به شمار می‌رود و اکنون سه دهه از فعالیت آن در بخش تولید می‌گذرد. «حاج حمید مشیری»؛ مدیرعامل این شرکت در گفت‌وگو با «مجله کهن» به تشریح این صنعت از ابتدا تاکنون پرداخته و در کنار آن مشکلات و موانعی که امروزه این صنعت با آن درگیر است را بازگو می‌کنند. به گفته خودشان برای بار چندم است این موارد را مطرح می‌کنم تا بلکه مسئولان ترتیب اثری به این مسائل بدهند! در ادامه متن کامل گفت‌وگو که شامل دلایل علاقه‌مندی شرکت‌های تولیدی به تولید فرش با شانه و تراکم بالا است، به همراه دیگر مسائل روز حوزه فرش ماشینی، می‌آید.

○ دلایل علاقه مجموعه‌های تولیدی به فرش با شانه و تراکم بالا چیست؟
برعکس رقبای ایران همچون ترکیه و دیگر کشورها چرا ما صرفاً به شانه و تراکم این میان اهمیت را قائلیم؟

ببینید سبک و سیاق تولید کشورهای رقیب کاملاً با ما متفاوت است. آنجا نه مشکلات بانکی ایران را دارند، نه مشکلات صادرات را دارند و نسبت به ایران سیستم فروش متفاوتی دارند. مثلاً یک مشتری عمده زمانی که وارد یک شرکت تولیدکننده فرش ماشینی ترک وارد می‌شود برای خرید تولید شش ماه گذشته آن شرکت آمده نه برای خرید در حجم پایین. چیزی که در ایران کاملاً برعکس است. آنجا فقط تیراژ و حجم تولید مهم است ولی در ایران با این بهره‌های سنگین اگر تیراژ بالا باشد در ظرف زمان بسیار کوتاهی این صنعت نابود می‌شود.

دوره‌ی تولید در ایران دقیقاً باید برعکس باشد چون قدرت خرید مردم پایین است. وضعیت صادرات هم که مشخص است. در نتیجه نسبت به کشورهای هدف و کشورهای رقیب ما مجبوریم فرشی تولید کنیم که با حجم کم و ارزش افزوده بیشتر بتوانیم در بازار جهانی رقابت کنیم. متأسفانه بعضی از دوستان این مطلب را به پای مسائل مادی گذاشته‌اند، در صورتی که از روی اجبار است.

○ مگر نه اینکه فرش در ایران به عنوان زیرانداز استفاده می‌شود و غالباً با توجه به ضخامت بالای فرش دستباف مردمان ایران تمایل به ضخامت بالای فرش دارند در حالی که فرش با شانه و تراکم بالا قطر بسیار کمی دارند. جامعه مصرفی فرش ۱۲۰۰ و ۱۵۰۰ شانه چه کسانی هستند؟

اول اینکه در ایران فرش به عنوان یک کالای مصرفی دیده نمی‌شود. فرش در فرهنگ ایرانی به عنوان یک سرمایه محاسبه می‌شود و فرش هر چه از نظر کیفی مرغوب‌تر باشد، ارزش هنری بهتری می‌توان روی آن اجرا کرد. به خاطر همین روی فرش‌های درشت شانه پایین اصلاً نمی‌شود هنر ایرانی را به نمایش گذاشت. فرش باظرافت است که می‌تواند

○ جناب مشیری لطفاً توضیحاتی در مورد فناوری، مواد اولیه‌ی مورد استفاده در مجموعه فرش مشهد اردهال برای مخاطبان مجله بفرمایید.

سال تأسیس این شرکت به اوایل دهه هفتاد برمی‌گردد. آن زمان صنعت به صورت بسیار مختصر، خلاصه و فقط محدود به ماشین‌های ۳۵۰ شانه پنج رنگ بود. در همان زمان ما با توجه به تجربه و علاقه‌ای که به این صنعت داشتیم فرش ۳۵۰ شانه را در خورشان مردم ایران ندانستیم و به فکر افزایش شانه و تراکم فرش و ایجاد کیفیت و افزایش طرح و نقش در فرش افتادیم. بدین منظور اقدام به ارتقای ماشین‌آلات موجود در این مجموعه کردیم. با تلاش متخصصان حاضر در مجموعه اولین ماشین ۴۴۰ شانه با بافت یک به یک که وضوحش دو برابر نسل قبل بود را ابداع کردیم. قدم بعدی ساخت ماشین ۵۰۰ شانه بود که به حمدالله در آن نیز موفق بودیم. ما ماشین ۵۰۰ شانه را در همین کاشان ساختیم اما چون آن زمان واردات ماشین‌آلات بسیار سخت و به نوعی غیرممکن بود، در سال ۷۹ صنعت دچار رکود رخوت‌انگیزی گردید؛ به طوری که تعدادی از بزرگان این حوزه از رده تولید خارج شدند. ما توانستیم پس از مشقت‌های فراوان تعداد ۴ ماشین مستعمل را از اروپا وارد کشور کنیم و اقدام به ارتقای کیفیت فرش و افزایش رنگ در بافت فرش ماشینی کردیم. تنوع محصولی که با این ماشین‌آلات می‌توانستیم تولید کنیم منجر به ایجاد رونقی دوباره در فرش ماشینی ایرانی گردید. بعد از چند سال ایده‌ی ماشین مورد نیاز برای فرش ۷۰۰ شانه را به شرکت «وندویل» دادیم و با ورود این دستگاه به کشور اولین فرش ۷۰۰ شانه شبه دستباف را در مجموعه خود تولید کردیم. نزدیک ۸ ماه کار راه اندازی ماشین ۷۰۰ شانه طول کشید. ما وقتی با استقبال عظیم شرکت‌های تولیدکننده و بازار از فرش ۷۰۰ شانه مواجه شدیم، تصمیم گرفتیم به سراغ ۱۰۰۰ و ۱۲۰۰ شانه برویم. ماشین‌های قبل دو «ژاکارد» بیشتر نداشت ولی ایده ۴ ژاکارد به ذهن ما رسید و با کمپانی محترم و بزرگ وندبیل آن را مطرح کردیم. تا به امروز هر ایده‌ای که ما داشتیم با کمال میل تمامی آن‌ها را عملیاتی کرده‌اند. بعد از ۱۲۰۰ شانه دوباره به فکر ارتقا بودیم تا ۱۵۰۰ شانه را طراحی کردیم و به کمپانی وندویل سفارش دادیم.

را شامل می‌شود. علاوه بر آن‌ها کشورهای از قبیل مکزیک، کره‌ی جنوبی، آفریقا و هند هم جز مشتری‌های ما هستند.

تلاشمان بر این است که این میزان صادرات را بتوانیم بیشتر کنیم و مایه افتخار آفرینی در کشور باشیم. در سال‌های گذشته هم توانستیم رکوردهای قابل توجهی به ثبت برنیم؛ که بزرگ‌ترین فرش ماشینی دنیا که ۷۰۰ مترمربع در کیفیت ۱۲۰۰ شانه تولید کردیم. سفارش جدید دیگری هم گرفتیم که ۱۳۲۰ متر است در کیفیت ۷۰۰ شانه که رکورد قبلی خودمان را دوباره خواهیم شکست و امیدواریم با همین روند بتوانیم افتخارات بیشتری را نصیب کشورمان کنیم.

○ چه محصولات جدید برای ارائه به بازارهای جهانی به‌هائوفر آورده‌اید؟

از محصولات جدیدی که می‌شود امروز اسم برد فرش ۲۰۰۰ شانه است که در نمایشگاه فرش تهران فقط بخش کوچکی از آن کلکسیون رونمایی شد و در نمایشگاه هائوفر به‌طور ویژه به آن خواهیم پرداخت. همچنین می‌توانیم از محصول آنتی باکتریال شرکت اسم‌بیریم که پس از یک پروژه‌ی تقریباً نه‌ماهه که با دانشگاه و واحد تحقیق و توسعه R&D شرکت در آن فعالیت کردند قرار است در نمایشگاه هائوفر از آن رونمایی بکنیم و انشاالله در آینده نزدیک بتوانیم ثبت دانش بنیان بشود و به‌عنوان یک محصول دانش بنیان به بازار عرضه کنیم.

○ چه هدف و برنامه‌هایی را از حضور در دومو تکس دنبال می‌کنید؟

همیشه هدف و چشم‌انداز شرکت این بوده که در مسائل توسعه و کیفیت بتوانیم قدم‌های اول را برداریم و همیشه بتوانیم به‌عنوان یک شرکت معتبر از بهترین نوع محصولات اولیه استفاده کنیم و هم‌زمان هم بتوانیم آن را به بهترین نحو ممکن در فرش جلوه بدهیم. برند قالی سلیمان شرکت رسول اصفهان در زمینه‌ی فرش، نخ و نخ‌های BCF توانسته با نوآوری‌های جدید قدم‌های خوبی را بردارد و امیدوار هستیم شرایط اقتصادی و شرایط بازار باعث بشود ما بتوانیم از این محصولات به‌نحو احسن استفاده بکنیم و نیاز مردم عزیز کشورمان و بازارهای جهانی را تأمین بکنیم.

ما همیشه در قالی سلیمان دنبال این بودیم که با کیفیت بالا رضایت مشتری‌هایمان را جلب کنیم و خوشحال هستیم که امسال جشن چهل‌سالگی و چهاردهگی شرکت را گرفتیم و امیدوار هستیم این کار ادامه داشته باشد و باعث افتخار کشور عزیزمان ایران بشود.

○ تحلیل شما از وضعیت تولید و تولیدکننده چیست؟

همان‌طور که می‌دانید الان تولید خیلی مسئله و معضلی شده و واقعاً سختی‌های خودش را دارد به‌خصوص در این چندساله که تحریم‌ها بیشتر شده است و باعث شده که تولیدکنندگان در همه‌ی صنایع، مشکلات عدیده‌ای داشته باشند.

به همین منوال ما هم این مشکلات را داشتیم ولی خب به لطف خدا، در حقیقت عشقی که به کارگرانمان داشتیم و لطف خدا (باز هم تکرار می‌کنم) توانستیم الحمدالله کارمان را پیش ببریم و حتی توسعه داشتیم. در بخش ریسندگی در این دو سال گذشته از نظر خود بحث قالی، فرش، طرح و کارمان آثار به‌روزی را در این دو سال انجام دادیم که حتی رقبای ما ادعان داشتند که بسیار در این زمینه پیشرفت‌های خوبی داشته‌ایم.

○ قالی سلیمان با غرفه‌سازی منحصر به فرد خود در نمایشگاه دمو تکس هائوفر همواره نمادی از شکوه و عظمت فرهنگ ایرانی را به نمایش می‌گذارد. تأثیر این غرفه‌سازی و استفاده از نمادهای فرهنگی و ملی ایرانی در مشتریان خارجی که به غرفه شما می‌آیند، چیست؟

یکی از مسائلی که همه‌ی شرکت‌ها و در همه‌ی صنعت‌ها می‌توانند خودشان مطرح کنند نمایشگاه‌های بین‌المللی است. چه تهران - که چند سالی در آن حاضر هستیم - و آلمان - که بزرگ‌ترین نمایشگاه‌های بین‌المللی فرش دنیا است - سعی کردیم در این دوساله با غرفه‌سازی جدیدی به سمت پیشرفت برویم و حتی یک قسمت مدرن هم اضافه کردیم.

ما از غرفه‌سازی خیلی خوب هم جواب گرفتیم و امسال هم به همان صورت غرفه را پیاده‌سازی کردیم ولی خود کارها حقیقتاً بالغ بر ۲۰۰ نوع طرح، رنگ جدید و در شانه‌های مختلف کار فریز و مدرن هستند. تمام مشتری‌هایمان گفتند در نمایشگاه امسال شما از نظر طرح و نقشه حرف اول را می‌زنید. در کارهای سنتی و کلاسیک هم کارهای خیلی قشنگی انجام دادیم و برای اولین بار از محصول ۱۵۰۰ شانه رونمایی می‌کنیم که خداروشکر با تلاش مجموعه و کارکنان - که من از آن‌ها تشکر می‌کنم - در صنعت فرش بی‌نظیر بوده که در عرض ۷ روز از نصب دستگاه، به راه‌اندازی افتاد و توانستیم فرش را به نمایشگاه برسانیم.

و غافلگیری بعدی که یک کار خیلی درجه یک است را برای نمایشگاه دمو تکس آلمان می‌گذاریم و امیدواریم که ما به‌عنوان عضو کوچکی از این صنعت پرچم کشورمان را بالا نگه‌داریم و خدا هم یاری کند.



○ تولید انواع فرش ۳۵۰ شانه، ۷۰۰ شانه، ۱۰۰۰ شانه، ۱۲۰۰ شانه، ۱۵۰۰ شانه، ۲۰۰۰ شانه نما تراکم مختلف و از تراکم ۹۶۰ الی تراکم ۳۶۰۰.

○ کیفیت و استانداردهای محصولات مجموعه شما به چه شکلی است؟

بهبود روزافزون کیفیت محصولات تولیدی در راستای تأمین و افزایش رضایت‌مندی مشتریان با رعایت الزامات، مقررات کمی و کیفی تأثیرگذار در مباحث زیست‌محیطی و مسئولیت‌های اجتماعی مصرف‌کنندگان به‌عنوان خط‌مشی اصلی شرکت تولیدی و صنعتی رسول اصفهان (قالی سلیمان) مطرح بوده است؛ به‌نحوی که علاوه بر داشتن استاندارد ملی ایران مفتخر به اخذ گواهینامه‌های استاندارد در زمینه‌ی رسیدگی به شکایات مشتری ISO ۱۰۰۰۲ و سنجش میزان رضایت مشتری ISO ۱۰۰۰۴ و همچنین استاندارد EN اروپا برای فرش تحت عنوان ۱۴۰۴ گردیده است.

علاوه بر استانداردهای ذکر شده، موفق به اخذ استانداردهای بین‌المللی در زمینه کیفیت محصول، محیط‌زیست، انرژی شده است. بخشی از آن‌ها به شرح زیر است:

OHSAS 18001-2007

ISO 9001-2015

ISO 14001-2015

ISO 50001-2011

○ استراتژی و اهداف کلان شرکت قالی سلیمان را چگونه توصیف می‌کنید؟

○ ارتقاء مستمر بهره‌وری کمی، کیفی و افزایش اثربخشی آن در رقابتی کردن محصولات تولیدی.

○ توسعه رقابت‌پذیری در بازارهای داخلی و خارجی.

○ ارتقاء فرهنگ کار، توسعه دانش فنی و علمی نیروی انسانی

○ حفاظت از محیط‌زیست و پیشگیری از آلودگی‌های زیست‌محیطی.

○ هدفمند نمودن مصرف انرژی در راستای بهینه‌سازی مصرف.

○ از سوابق صادراتی و فعالیت‌های این شرکت در بازارها و نمایشگاه‌های خارجی برای ما بفرمایید.

خداروشکر طی سال‌های گذشته توانستیم صادرات شرکت رسول اصفهان با برند تجاری قالی سلیمان را نسبت به گذشته چندین برابر کنیم. آماری که سه سال گذشته داشتیم فوق‌العاده بوده و می‌توان گفت میزان صادراتمان سه برابر شده است و به ۳۵ کشور دنیا در حال صادرات هستیم که بیشتر از همه به کشورهای حوزه‌ی خلیج فارس و همچنین آسیای شرقی



رفاه و آرامش کارکنان، سرلوحه برنامه‌ریزی مدیران

مهندس سعید منزوی زاده
مدیرعامل شرکت تولیدی و صنعتی رسول اصفهان (قالی سلیمان)

شرکت تولیدی و صنعتی رسول اصفهان که با برند تجاری «قالی سلیمان» در جهان و داخل کشور شناخته می‌شود از بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین برندهای تولید فرش ماشینی به شمار می‌رود و تا به امروز توانسته در عرصه جهانی نیز صادرات بالایی به کشورهای مختلف داشته باشد. امسال نیز در رویداد مهمی همچون دوموتکس هانوفر با غرفه‌ای به متراژ ۵۰۰ متر مربع اقدام به ارائه جدیدترین محصولات خود کرده است.

به گفته مدیران شرکت قالی سلیمان، در نمایشگاه دوموتکس هانوفر آلمان که این شرکت بزرگترین غرفه در میان ایرانیان می‌باشد، قرار است از جدیدترین محصولات این شرکت رونمایی شود. محصول ویژه‌ای که قرار است در معرض دید جهانیان قرار داده شود، کلکسیون ابریشم قالی سلیمان است که به صورت کاملاً دستیافته تکمیل گردیده است و محصولی بی‌نظیر از نظر طرح و نقش و کیفیت و زیبایی است. غرفه این شرکت در سالن شماره ۵ غرفه D41 است که شما عزیزان می‌توانید جهت مشاهده از نزدیک محصولات این مجموعه به آنجا مراجعه فرمایید.

در همین زمینه به سراغ مهندس «سعید منزوی زاده»؛ مدیرعامل محترم این مجموعه رفتیم تا از اهداف و برنامه‌های مجموعه تحت مدیریتشان برای نمایشگاه دوموتکس هانوفر جویا شویم که متن کامل گفت‌وگو در ادامه به‌طور مفصل می‌آید.

○ مختصری در مورد تاریخچه شرکت، سال تأسیس، ماشین‌آلات و فناوری‌های مورد استفاده و موفقیت‌های خود در عرصه صادرات بفرمایید.

شرکت تولیدی و صنعتی رسول اصفهان با نام تجاری «قالی سلیمان» در نهم دی ماه سال ۱۳۶۱ در اصفهان تأسیس و پس از طی مراحل ساخت، تکمیل و نصب ماشین‌آلات در سال ۱۳۶۵ با تولید انواع نخ برای تولید فرش ماشینی به بهره‌برداری رسید. در بدو امر و در مدت زمان کوتاهی به دلیل بهره‌مندی از کیفیت بسیار مطلوب، جایگاه خود را با برند نخ رسول در بازار ایجاد و تثبیت کرد. با گذشت زمان و با کسب تجربه و دانش فنی در تولید انواع نخ، با همت و تلاش سهامداران شروع به توسعه و تکمیل مراحل مختلف تولید انواع نخ مصرفی در فرش ماشینی و همچنین تولید فرش ماشینی نمودند به نحوی که در سال ۱۳۷۱ تولید فرش ماشینی با فناوری مدرن وقت، شروع و محصولات مرتبط با نام تجاری قالی سلیمان وارد بازار شد. این شرکت اکنون در آغاز ورود به دهه چهارم فعالیت خود، علاوه بر دارا بودن بیش از یکصد نمایندگی در سطح کشور قدم‌های استواری را در تصاحب سهم بازارهای داخلی و بازارهای بین‌المللی با بیش از ۵۰ نمایندگی برداشته است. شرکت تولیدی و صنعتی رسول اصفهان با برند «قالی سلیمان» با دارا بودن زنجیره کامل تولیدی از رنگ‌ریزی، ریسندگی، بافندگی تا تکمیل و همچنین عرضه محصول در شبکه توزیع که فروشگاه‌های زنجیره‌ای «قالی سلیمان» در ایران و خارج از کشور را نیز شامل می‌شود به صورت مستقیم در بازار حضور داشته و سلاقی و نظرات مصرف‌کننده در این ساختار عمودی با سرعت از بازار مصرف به مرحله طراحی و برنامه‌ریزی تولید منتقل می‌شود. توجه داشتن به نیاز بازار، سرعت بخشیدن به تأمین خواسته‌ها و نیازهای مصرف‌کننده به عنوان بخشی از عوامل موفقیت این شرکت است.

از دیگر عوامل موفقیت «قالی سلیمان» می‌توان به وفاداری، صمیمیت، تلاش نظام‌مند کارکنان، خط مشی فرا منطقه‌ای و رعایت موازین مشتری‌مداری توسط مدیریت شرکت اشاره کرد که همواره در طول حیات اقتصادی خود ضمن توجه به مشتریان، رفاه و آرامش کارکنان سرلوحه برنامه‌ریزی مدیران و هیئت‌مدیره قرار داشته است.

شایان ذکر است این مجموعه با بازسازی و تکمیل خط تولید خود با پیشرفته‌ترین ماشین‌آلات و فناوری روز دنیا، استفاده از باکیفیت‌ترین مواد اولیه خریداری شده از شرکت بایرن آلمان (درالون)، همچنان به رسالت تولید محصول باکیفیت در راستای رضایت‌مندی مشتری پایبند بوده و اکنون علاوه بر تولید نخ آکرلیک در انواع کارد و تاو به تاپس، نخ پلی‌پروپیلن و همچنین با تولید انواع فرش پشم، آکرلیک، پلی‌پروپیلن، پلی‌استر، گلیم و دیگر انواع فرش توان پاسخگویی به نیاز مشتریان را به‌طور کامل دارد. این شرکت به عنوان برگزیده برگزیدگان صنعت سبز کشور مطرح بوده، که با رعایت استاندارد‌های زیست‌محیطی از پیشنهادان توجه به حفظ محیط زیست بوده است.

○ چه محصولاتی در مجموعه قالی سلیمان تولید می‌شود؟

محصولات تولیدی در کارخانه‌ها شرکت تولیدی و صنعتی رسول اصفهان عبارت است از:

- انواع نخ آکرلیک با الیاف STAPLE و TOW در نمرات ۱۵ الی ۵۰، های‌بالک، های‌شرینگ برای صنعت فرش ماشینی.
- تولید انواع نخ: پلی‌استر، پلی‌پروپیلن با نمرات مختلف از طریق سیستم و فرآیند ذوب ریسی.
- تولید انواع فرش ماشینی با نخ‌های آکرلیک، TOW، پلی‌استر، پلی‌پروپیلن در انواع مختلف.



کارخانه‌های دولتی را به افرادی واگذار کنند که سابقه درخشانی در صنعت و تولید دارند. نمونه بارز آن کاری است که بعد از جنگ جهانی دوم در آلمان شرقی رخ داد. در آن زمان دولت تصمیم گرفت کارخانجات دولتی را به افرادی کارداران و شایسته و فارغ از ایدئولوژی به قیمت بسیار ارزانی واگذار نماید و تنها یک پیش شرط برای خریداران در نظر گرفت. شخص خریدار بتواند آن مجموعه را به گونه‌ای اداره و هدایت نماید که در آن از لابی و پارتی استفاده خبری نباشد.



حدود ۵ میلیون نفر کادر اداری داریم. یکی از دلایل تورم همین تعداد بالای نیروی کار دولتی است، وقتی در جایی به جای ۵ نفر از ۱۵ نفر استفاده کنیم، این موضوع روند و فرآیند کار را کند می‌کند. در کشورهای پیشرفته برای صدور پروانه و مجوز ساخت و ساز حداکثر دو ساعت زمان لازم است در حالی که در ایران حدود یک سال یا شش ماه زمان لازم است. این‌ها مسائل ساختاری است و هر زمان که دولت بتواند موانع آن را رفع کند سبب گشایش در بسیاری از کارها شده است، اگر اقتصاد درست شود فرهنگ هم تصحیح می‌گردد. در نهایت اینکه اگر ما تا زمانی که در حیطه اقتصادی قدرت نداشته باشیم نمی‌توانیم در دنیا حرفی برای گفتن داشته باشیم.

ما می‌بایست اقتصاد را تقویت کنیم، وضعیت مردم را بهبود ببخشیم، در کشور گرسنه نداشته باشیم. مردم بتوانند بهتر فکر کنند بهتر زندگی کنند و در نهایت بهتر کار کنند. تا من گرسنه باشم کار خوب هم انجام نخواهم داد، کارگری که امروز گرسنه است و درآمد کافی ندارد نمی‌تواند کارایی مطلوبی داشته باشد. این را واقعاً بنویسید، حقوقی که یک کارگر می‌گیرد پنجاه درصد زندگی‌اش را هم تأمین نمی‌کند، لذا به همین دلیل است که بهره‌وری کارگر پایین است.

این مسائل جامعه‌ی ماست تا هنگامی که ما این مسائل را از بعد ساختاری حل نکنیم این مسائل وجود خواهد داشت و تنها راه آن هم توجه به بخش خصوصی است. ما امیدواریم که این امر هر چه زودتر انجام شود و من به عنوان یک ایرانی این مطالب را از روی دلسوزی عنوان نمودم و ما خوشبختانه جز هیچ خط و خطوط و گروهی هم نیستیم، نبوده‌ایم و نخواهیم بود؛ خط ما خط تولید و همت است.

محکوم به ورشکستگی است؛ یعنی اگر صنعت قالی ماشینی رشد نمی‌کند و نمی‌توانستیم فناوری یا طرح‌های جدیدی داشته باشیم این صنعت محکوم به ورشکستگی بود. صنعت نمی‌تواند را کد باقی بماند، دنیا در حال تحول است و ما نمی‌توانیم یک گوشه بنشینیم و مانند پنجاه سال قبل فکر کنیم.

در واقع ما اقتصاد را به شکل غلطی پیش برده‌ایم، اقتصاد نه با دعا درست می‌شود نه با توپ و تانک! اقتصاد با علم و دانش درست می‌شود با وام‌هایی که به افراد غیر متخصص دادند و علم اقتصاد را به هم ریختند. عده‌ای در این میانه پول‌هایی را به دست آوردند، دولت هم کسری بودجه خود را جبران کرد و این تدابیر غلطی است که هیچ کجای دنیا نمونه ندارد. تنها شفا دهنده بیماری اقتصاد ما اقتصاد خصوصی است و نه اقتصاد دولتی. باید در جامعه برای همه امکانات برابر ایجاد نمایند و کسی که توانایی دارد تا بتواند فعالیت کند. امروزه یکی از ایرادها این است که دولت به جای آنکه مالیات را بر اساس درآمد از تولید کننده اخذ کند بر اساس واحد بزرگ اقدام به گرفتن مالیات می‌کند؛ در واقع یکی از موانع رشد تولید همین دیدگاه است، یعنی می‌بیند اگر کارگاه شما بزرگ‌تر است پس باید مالیات بیشتری بدهید؛ در واقع عملاً گام‌هایی که دولت برمی‌دارد در اکثر موارد غلط است. اگر ما می‌خواهیم که جامعه‌مان از این وضع نجات پیدا کند بایستی تبعیض را از بین ببریم، زیرساخت‌های لازم را فراهم نماییم، جلوی رانت را بگیریم. شرایط را برای همه یکسان کنیم و چوب لای چرخ تولید کننده نگذاریم.

جالب است بدانید که در ژاپن با ۱۲۵ میلیون نفر جمعیت تعداد اعضای کادر دولتی در حدود ۵۰ هزار نفر است، ولی در کشور ما با جمعیتی در حدود ۸۲ میلیون چیزی در





امروز در کشور ما سه دیدگاه اقتصادی وجود دارد. یک دیدگاه ایدئولوژیک که اقتصاددانان این دیدگاه را مورد توجه قرار نمی دهند. یک دیدگاه اقتصاد دولتی و عده‌ای از طریق آن به منافعی رسیده‌اند خیلی تمایل ندارند اقتصاد از دست دولت خارج شود. دیدگاه سوم هم اقتصاد آزاد یا همان اقتصادی که دست بخش خصوصی باشد.



استفاده خبری نباشد. ما نیز اگر می‌خواهیم در این زمینه قدم برداریم باید شرایط را برای تمامی افراد جامعه یکسان نماییم و کاری به عقیده، مرام و تفکر آدم‌ها نداشته باشیم و فقط به فکر توان اقتصادی افراد باشیم و به سوابق کاری اشخاص توجه کنیم و چوب‌لای چرخ تولیدکننده نگذاریم! دولت اگر بخواهد این صنعت را به بخش خصوصی بدهد باید ابتدا زیرساخت‌های لازم را فراهم کند یکی از مواردی که باید قبل از واگذاری شرکت‌ها به بخش خصوصی دچار تغییرات بنیادین گردد، قوانین ما است. اکثر قوانین ما به جای آنکه راهگشا باشند مزاحم هستند، بایستی قوانین را شفاف‌سازی کنیم نه اینکه قانون تولید نماییم. باید در جامعه آن روحیه‌ی همگرایی را تقویت کنیم و بدانیم که این کشور ماست و یک سری مسائل را هم کنار بگذاریم و باید ملی به مسائل نگاه کنیم، به تولیدکننده بها بدهیم. راهکار دیگر دعوت از سرمایه‌گذاران خارجی است که باید ضمن حفظ امنیت مالی و جانی آن‌ها، برای حضور و سرمایه‌گذاری در ایران تدابیری بیاندیشیم.

محصولات ایرانی هم اکنون در بازار خارجی کم کم جایگاهی را پس از مدت‌ها پیدا می‌کند. چرا خریدار خارجی فرش ایرانی را بیشتر از فرش ترک _ که با فناوری به روزتری نسبت به ما در حال تولید است _ می‌پسندد؟

این مسئله به سابقه فرش دستباف ما مربوط است. بسیاری از کشورهای دنیا، ایران را با فرش دستباف می‌شناسند. در زمان قبل از انقلاب بالاترین رقم صادراتی ما بعد از نفت مربوط به فرش دستباف بود که متأسفانه پس از انقلاب دچار یک سری مشکلات شد. قالی‌بافی ماشینی تماماً از لحاظ طرح و رنگ و نقش از قالی دستباف الهام گرفته شده و با افزایش شانه و تراکم بالا سعی دارد هر چه بیشتر از نظر کمی و کیفی به فرش دستباف نزدیک شود، همین مسئله بود که باعث گردید ما هنوز هم از لحاظ طرح و رنگ در دنیا حرف اول را بزنیم.

در زمینه‌ی فناوری مورد استفاده در حوزه فرش ماشینی اتفاقاً خیلی به روز و پیشرفته هستیم دقیقاً برعکس برخی صنایع دیگر داخلی! در زمینه‌ی قالی ماشینی بی‌شک بالاترین نمونه متعلق به ایران است. حتی ما در زمینه شانه و تراکم بالا از ترکیه و دیگر کشورهای تولیدکننده فرش ماشینی بسیار پیشرفته‌تر هستیم. منتها ترکیه در طرح‌های فانتزی و قالی‌های به اصطلاح ارزان‌تر موفق‌تر از ما بوده ضمن اینکه از یک سری حمایت‌ها و کمک‌های دولتی هم برخوردار است. در ترکیه جوایز صادراتی قبل از خروج کالا از گمرک در اختیار تولیدکننده قرار می‌گیرد اما در ایران این مسئله وجود ندارد. در کشور ما متأسفانه علی‌رغم اینکه هزینه انرژی و مزد کارگر پایین‌تر است ولی بهره‌وری نامطلوبی داریم.

در همین یک مورد راهکار اتاق بازرگانی و بخش خصوصی چیست؟

راهکار این است که در قدم اول دولت بخش خصوصی را قبول داشته باشد و سخنان و توصیه‌های آنان را بپذیرد و به مواردی که ما عنوان می‌کنیم بها دهد، ما در جلسات بسیاری شرکت کرده‌ایم که خروجی‌شان هیچ بوده است.

چرا؟

خب در پاسخ به چرایی این قضیه باید به نقص دستگاه‌های اداری مملکت، به رانت‌ها، سوءاستفاده و منافع گروهی عده‌ای که به خطر می‌افتد، توجه داشته باشیم.

در یک دوره‌ای در کاشان و کل کشور وام‌هایی را برای راه اندازی واحدهای تولیدی اختصاص دادند، نتیجه این وام‌ها چه تأثیری داشت؟

در مورد این وام‌ها در زمان «آقای احمدی‌نژاد» تکلیف شده بود که این وام‌ها را به هر روی به بخش تولید اختصاص بدهند که در بسیار از موارد هم به خطا رفت. برای مثال افرادی با استفاده از راه رانت، وام می‌گرفتند اما در جاهایی غیر از تولید صرف می‌کردند که این مسئله باعث افزایش

قیمت زمین یا ماشین یا افزایش نقدینگی و تورم در کشور شد؛ یعنی عملاً پولی که قرار بود وارد بخش تولید کشور گردد و به جای آنکه تولید ثروت نماید، تورم و رکود را افزایش داد.

یا به عنوان مثال در دولت آقای روحانی تلاش شد تا نرخ ارز ثابت نگه داشته شود، نتیجه آن شد که واردات ما افزایش و صادرات کاهش یافت یعنی اینکه ما کمک کردیم واردکننده حتی سنگ قبر، بیل و کلنگ را هم وارد کند، در نتیجه صنعت به حاشیه رانده شد اما ناگهان دلار منفجر شد و این داستان نشان داد که تعدادی از مسئولان دولتی ما یا اختیار لازم برای تصمیم‌گیری و یا سواد کافی برای اداره امور ندارند؛ در واقع ما درست برعکس چین رفتار کردیم، چین برای آنکه صادراتش را رونق ببخشد سعی و تلاشی برای ثابت نگه داشتن ارزش پول خود نمی‌کرد.

من خیلی حرفم را شفاف می‌زنم چون مملکت‌م را دوست دارم از اوضاع و احوال به وجود آمده بسیار ناراحتم، ما می‌توانستیم در جامعه بسیار بیشتر پیشرفت کنیم، چراکه مانند نیروی جوان و تحصیل کرده مادر هیچ جای دنیا وجود ندارد، بالاترین سرمایه در هر کشوری نیروی انسانی است. نیروی انسانی ما چیست؟ خیلی‌هایشان یا معتاد شده‌اند، یا به خارج رفته‌اند و یا در راه رسیدن به خارج در دریای غرق شده و از بین رفته‌اند. دولت باید بتواند یک تصمیم قطعی بگیرد و مسائل را از دید ملی بنگرد.

آیا افرادی که تجربه و دانش کافی را ندارند و فقط پول و وام دولتی گرفته‌اند تا چه مدت می‌توانند در این صنعت فعالیت کنند؟

خیلی‌هایشان ورشکست شده‌اند؛ مثلاً پول بیمه و کارگر یا برقشان را نمی‌توانند پرداخت کنند که بر سر این مسائل مدام مسئولان بانکی و دولتی تشکیل جلسه می‌دهند. الآن همه آن‌ها وضع نا به سامانی پیدا کرده‌اند، به هر حال اثراتش نمایان می‌شود.

ببینید یکی از ویژگی‌های صنعت، نوآوری و اصلاحات است. اگر در صنعتی نوآوری و اصلاحات نباشد آن صنعت



تنها شفا دهنده بیماری اقتصادی ما اقتصاد خصوصیست
ونه اقتصاد دولتی





یکی از جاهایی که باید قبل از واگذاری شرکت‌ها به بخش خصوصی دچار تغییرات بنیادین گردد قوانین ما است. اکثر قوانین ما به جای آنکه راهگشا باشند مزاحم هستند. بایستی قوانین را شفاف سازی کنیم نه اینکه قانون تولید نماییم



و سخته می‌کند. حال اگر دارویی برای تنظیم فشار خون مصرف کند دچار ضعف شده و به کما می‌رود، این همان مشکلی است که امروز در کشور ما داریم. متأسفانه دولت هم کمر همت به انجام این سیستم جدید مالیات بسته است. دولت امروز در شرایط خاصی قرار دارد و متأسفانه بسیاری از تصمیماتش کارشناسی شده نیست و ایرادی که بخش صنعتی و اقتصادی کشور به دولت می‌گیرد این است که یک مقدار با تشکل‌ها، اتاق‌های بازرگانی و اتحادیه‌ها هماهنگی بیشتری داشته باشد و از آن‌ها راهکار بطلبد و به آن‌ها عمل کند.

باور من این است که اگر در بحث صادرات با دنیا تعاملاتی برقرار کنیم می‌توانیم میلیارد دلار در آمد صادراتی داشته باشیم که این رقم در حال حاضر چیزی حدود ۳۰۰ تا ۳۵۰ میلیون دلار برآورد شده است که آن هم با مشکلات جابجایی پول، یارانه (سوبسید) و مسائل زیادی دست در گریبان است ولی اگر دولت بتواند مشکلات بیرون را حل نماید آینده خوبی در انتظارمان است و امیدواریم که این اتفاق بیفتد.

با توجه به اینکه شما در اتاق بازرگانی هم حضور دارید و ارتباط تقریباً نزدیکی با مسئولان دولتی دارید، به نظر شما تولیدکنندگان برای افزایش صادرات، رونق تولید و اقتصاد در داخل کشور به چه عناصری نیاز دارند؟

ابتدا زیرساخت‌های هر کاری می‌بایست فراهم شود. امروز در کشور ما سه دیدگاه اقتصادی وجود دارد؛ یک دیدگاه ایدئولوژیک که اقتصاددانان این دیدگاه را مورد توجه قرار نمی‌دهند، یک دیدگاه اقتصاد دولتی و عده‌ای که از طریق آن به منافع رسیده‌اند، خیلی تمایل ندارند اقتصاد از دست دولت خارج شود، دیدگاه سوم هم اقتصاد آزاد است یا همان اقتصادی که دست بخش خصوصی باشد.

برای مثال خودروسازی ما دولتی است و از کیفیت خوبی جهت فروش به بازارهای صادراتی برخوردار نیست. ما اگر بخواهیم خودروی مان را در دنیا بفروشیم شاید به یک سوم قیمت داخلی آن هم نخرند چون از لحاظ کیفی از درجه مطلوبی بهره‌مند نیست. در اینجا دولت اگر تصمیم بگیرد خودروسازی را به بخش خصوصی واگذار کند بانیایی از مسائل و مشکلات روبه‌روست، شاید لازم است یک سری کارخانه دولتی به بخش خصوصی واگذار گردد مانند «کارخانه هپکو اراک»، منتها متأسفانه برای انجام این کار خیلی دیر است. دولت ابتدا باید جلوی رانت‌خواری‌ها را بگیرد و شرایطی ترتیب دهد که در آن تبعیضی وجود نداشته باشد؛ برای مثال اگر قرار است یک کارخانه به فروش رود شرایط خرید برای همه یکسان باشد.

کارخانه‌های دولتی را به افرادی واگذار کنند که سابقه درخشانی در صنعت و تولید دارند، نمونه بارز آن کاری است که بعد از جنگ جهانی دوم در آلمان شرقی رخ داد؛ در آن زمان دولت تصمیم گرفت کارخانه‌های دولتی را به افرادی کاردان، شایسته و فارغ از ایدئولوژی به قیمت بسیار ارزانی واگذار نماید و تنها یک پیش شرط برای خریداران در نظر گرفت که شخص خریدار بتواند آن مجموعه را به گونه‌ای اداره و هدایت نماید که در آن از لابی و پارتی

شرایط امروز کشور را برای تولیدکننده به چه شکل می‌بینید؟

خوشبختانه امروزه دولت تا حدودی به این مسئله پی برده است که تولید و صادرات تنها راه نجات دولت و کشور است، به نظر می‌رسد دولت به صورت ضمنی و ظاهری به تولید توجه دارد. صادرات موضوعی مرتبط با مسائل حکومتی است و ما برای اینکه بتوانیم در حوزه صادرات موفقیت‌هایی کسب کنیم چاره‌ای جز این نداریم که روابطمان با سایر کشورهای جهان را بهتر کنیم. ولی در واقع با توجه به شرایط فعلی چندان نمی‌توان به آینده خوش بین بود و قدر مسلم این است که بایستی خیلی با احتیاط، حساب و کتاب در این زمینه قدم برداشت؛ به عنوان نمونه امروز به دلیل قطعی اینترنت نمی‌توانیم کالای خود را از گمرک ترخیص کنیم و مجبور هستیم بابت آن دمو راژ پرداخت کنیم در حالی که در داخل کارخانه نیز کارگران بیکار است این دست مسائل موارد غیر قابل پیش‌بینی است که کمر اقتصاد و تولید را خم می‌کنند.

به عنوان مثال منابع تأمین بودجه‌ی دوسالانه جدید دولت به دلیل اینکه در فروش نفت تحریم هستیم بیشتر بر اساس مالیات بسته شده است. منابع دیگری هم که عنوان شده در مورد یارانه‌ها و فروش اموال دولتی است. که آن اموال هم خیلی عدد بالایی را در بر نمی‌گیرد. به نظر می‌رسد که تمرکز دولت روی مسئله مالیات است و این مالیات در زمانی عنوان شده که مادر کودک و تورم شدید هستیم. ما اصطلاحی در اقتصاد داریم با عنوان «بیماری هلندی» که طبق آن هم‌زمان با رکود تورم هم داریم؛ یعنی مانند انسانی که هم به بیماری فشار خون مبتلاست و هم ضعف دارد، اگر دارو برای درمان ضعف مصرف کند فشار خون تشدید می‌شود



اگر ما می‌خواهیم که جامعه مان از این وضع نجات پیدا کند بایستی تبعیض را از بین ببریم. زیرساخت‌های لازم را فراهم نماییم، جلوی رانت را بگیریم. شرایط را برای همه یکسان کنیم و چوب‌لای چرخ تولید کننده نگذاریم.



اژدهای واحوال به وجود آمده بسیار فلاحتم تولید و صادرات، تنها راه نجات دولت و کشور

حاج احمد فره
ریاست شرکت فرش فره

«فرش فره» که امروز در داخل کشور با برند تجاری و فروش خود یعنی «آقای فرش» شناخته می‌شود و در بسیاری از شهرهای ایران فروشگاه دارد از قدیمی‌ترین شرکت‌های تولیدکننده در حوزه فرش ماشینی به شمار می‌رود. «حاج احمد فره»؛ ریاست این مجموعه که البته خودشان اعتقاد دارند که فقط ریاست بخش تولیدی این مجموعه با ایشان است و باقی کارها بر عهده پسرانش یعنی علی و حسین فره است. شرکت «سپهر کاشان» از که در دهه هفتاد تأسیس شد جز اولین شرکت‌های تولیدکننده فرش ماشینی در کشور محسوب می‌شود و امروزه دارای چند نوع ابداع و اختراع در حوزه تولید فرش ماشینی است. حاج احمد فره یکی از بزرگان صنعت نساجی و فرش ماشینی کشور، سالیان زیادی در کارخانه‌های نساجی در سمت‌های مختلف مشغول به فعالیت بود و در بخشی از این گفت‌وگو از تجربه‌های خود در این سال‌ها برای مجله کهن تعریف کرد. ایشان همچنین سالیان زیادی است که در اتاق بازرگانی کاشان عضویت دارد و به نوعی از باتجربه‌های این صنعت به شمار می‌رود. گفت‌وگوی مفصلی با حاج‌آقا فره در مورد زمینه‌های مختلف فرش ماشینی، تولید و همچنین اقتصاد کشور به دلیل تجارب شخصی و سوابق تحصیلی ایشان ترتیب دادیم که در ادامه می‌توانید آن را مطالعه کنید.

○ درست است که شرکت شما رانه تنها در کل کشور که در سطح بین‌المللی هم می‌شناسند، اما از آنجایی که قرار است این مصاحبه در شماره دی مجله کهن (ویژه نمایشگاه دومو تکس هانوفر) منتشر شود لازم می‌دانم توضیحات مفصلی در مورد تاریخچه شرکت فرش فره، نوع ماشین آلات کاربردی، سال تأسیس و فناوری مورد استفاده خود برای مخاطبان نشریه کهن توضیحاتی را بفرمایید.

به طور خلاصه عرض کنم که از سال ۱۳۵۴ به عنوان مدیر کنترل کیفی کارخانه‌ی تازه ساخت و در حال توسعه‌ی «راوند» مشغول به کار شدم. آنجا دو ویژگی خیلی خوب داشت؛ یکی مباحثی بود که در زمینه‌ی آموزش مطرح می‌شد و دیگری در زمینه‌ی کنترل کیفیت که نتیجه این دو مسئله کیفیت بالای محصولات تولیدی کارخانه راوند بود که به واسطه آن توانستیم در سطح ایران و خاور میانه نام اول را پیدا کنیم.

من تا سال ۱۳۶۷ در کارخانه راوند فعالیت‌های مختلفی در زمینه‌های مسئولیت امور مالی، مدیریت انبارهای این کارخانه داشتم. در سال ۱۳۶۷ از آنجا بیرون آمدم و یک واحد ماشین‌سازی قالی‌بافی تأسیس نمودیم. در واقع دومین ماشین نوعی قالی‌بافی که در ایران ساخته شد توسط شرکت ما اتفاق افتاد. به دنبال آن ما چند واحد تولید فرش احداث کردیم که یکی از آن‌ها فرش سپهر کاشان بود که خوشبختانه توانستیم عنوان اولین واحد نمونه کشوری را کسب نماییم و در پی آن از سال ۱۳۸۰ به کمک «بچه‌ها» این واحد نساجی فرش سپهر را احداث کردیم. مسئله‌ی مهم آن بود که سعی کردیم محصولات جدیدی تولید کنیم که برای اولین بار وارد بازار ایران می‌شد. ما حدوداً ۹ فقره ثبت اختراع انجام دادیم و برای اولین بار نرخ پلی استر فیلامنت را برای فرش ماشینی (پود و خواب نخ و تار) استفاده کردیم؛ که خوشبختانه موفقیت آمیز هم بود و زمینه صادرات خیلی خوبی فراهم کردیم زیرا این محصول نخ و پرز ندارد و حساسیت ایجاد نمی‌کند، عمر بالا و دوام بسیار خوبی دارد و جالب است بدانید که در خارج هم بیشتر دنبال محصولات و کف پوش‌هایی هستند که پرز ندهد. مادر این زمینه سرمایه‌گذاری و هزینه‌های زیادی انجام داده‌ایم که خوشبختانه نتیجه خوبی گرفتیم. ما یک مجموعه نسبتاً کاملی که خط تولید را هم داراست، هستیم و این یکی از ویژگی‌های مجموعه ماست، ویژگی دوم این است که ما هیچ گونه وابستگی از لحاظ مواد اولیه به خارج از کشور نداریم. کلیه مواد ما داخل ایران تولید می‌شود (از پتروشیمی تندگویان) در اینجا فرآوری می‌گردد و برای فرش مصرف می‌شود، ویژگی سوم مجموعه ما بحث صادرات است که صادرات این قالی‌ها به نسبت قالی‌های اکریک و سایر قالی‌ها با اقبال بهتری روبه‌روست، ویژگی بعدی ما سیستم فروش منحصر به فرد مجموعه است. ما قبلاً ۱۲۰ باب فروشگاه داشتیم که البته الان کاهش یافته و حدوداً ۸۰ مورد است و درازای آن هاپر فرش‌هایی تأسیس کردیم تحت عنوان آقای فرش؛ که امروز در حال حاضر ۵ باب آقای فرش داریم، دو باب هم در حال راه‌اندازی است؛ یکی در مشهد و دیگری در اصفهان ظرف ماه آینده تأسیس خواهد شد. کلیه تولیدات ما توسط واحدهای خودمان عرضه می‌گردد و اصطلاحاً مشکل سوخت شدن نداریم!

شرکت‌های ایران در فکر تسخیر دوموتکس ۲۰۲۰



اکنون زمان رونمایی از جدیدترین محصولات در حوزه نساجی در بزرگ‌ترین رویداد جهانی حوزه فرش، کف‌پوش و موکت است. رویدادی که با چند نمایشگاه در قاره‌ها و کشورهای مختلف جایگاه بسیار ویژه‌ای در میان اهالی صنعت فرش و کف‌پوش به خود اختصاص داده است. امسال نمایشگاه دوموتکس هانوفر با شعار «اتمسفر» قرار است میزبان شرکت‌های تولیدکننده کف‌پوش از جای جای دنیا باشد؛ رویدادی که فقط یک نمایشگاه نیست و هر ساله به عنوان نوعی خط‌دهی به حوزه کف‌پوش، محسوب می‌شود. در این نمایشگاه صنعتگران و طراحان این حوزه در این رویداد دور هم جمع می‌شوند تا ایده‌های نوین خود را در معرض نمایش متخصصان و کارشناسان این حوزه بگذارند.

امسال از ایران، ۱۱ شرکت تولیدکننده در این رویداد حضور دارند که خود نکته جالب توجه و مهمی به شمار می‌رود. شرکت‌های قالی سلیمان، فرش قیطران، یلدای کویر کاشان، فرش فرهی، فرش اسلیمی، فرش زرتشت، فرش ماهور، مشهد هالی، افشار زرینه، بنسینا و شرکت سروش پایتخت، شرکت‌های تولیدکننده داخلی از ایران هستند که در این رویداد عظیم شرکت خواهند کرد.

به نظر می‌رسد شرکت قالی سلیمان با غرفه‌ای به متراژ ۵۰۴ متر مربع یکی از شرکت‌های اصلی حاضر در این رویداد باشد. شرکت فرش فرهی، فرش زرتشت و فرش قیطران نیز به ترتیب با ۳۷۵ و ۲۸۸ و ۲۱۰ متر مربع از دیگر شرکت‌های ایرانی با متراژ بالای حاضر در این رویداد خواهند بود؛ به نوعی می‌توان گفت در سطح جهانی حرفی برای گفتن دارند؛ اما حضور شرکت‌های ایرانی در این رویداد محدود به غرفه داران نیست و طبق اطلاعاتی که ما داریم شرکت‌های معتبر و بزرگ ایرانی دیگری همچون الماس کویر کرمان، فرش بهشتی، شرکت نگین رز و چند شرکت دیگر با گروه تحقیق و توسعه خود در این رویداد حاضر خواهند بود و به بررسی وضعیت بازار جهانی جهت انجام صادرات خواهند پرداخت. با اطمینان می‌توانیم بگوییم نام شرکت‌های ایرانی در سال‌های آینده بسیار در این قبیل رویدادهای مهم جهانی خواهیم شنید. شاید در ادامه بتوان گفت در سال‌های آینده سهم بازار شرکت‌های ایرانی با توجه به برنامه صادراتی ایران در حوزه نساجی افزایش چشمگیری خواهد داشت و زمان بازگشت ایران به بازارهای خارجی آن هم در حجمی بزرگ فرار سیده باشد و دیگر رقیب جدی برای شرکت‌های ترک، بلژیکی و دیگر شرکت‌های مطرح جهان خواهیم بود.

امروز شرکت‌های تولیدکننده فرش ایرانی، صادراتی به حجم نزدیک به ۵۰۰ میلیون دلار دارند و طبق برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، قرار است این رقم در سال ۱۴۰۴ یعنی ۲۰۲۳ به عددی نزدیک به یک میلیارد دلار برسد که خود خبر مهمی برای صنعت نساجی کشور است.

این ۱۱ شرکت تولیدکننده در حالی از ایران در این رویداد مهم بین‌المللی حضور دارند که شرایط اقتصادی در کشور حال‌وروز خوشی ندارد. از طرفی ایران درگیر تحریم‌های ظالمانه‌ی آمریکا شده و به موجب آن شرایط برای انتقال پول از کشورهای خریدار به داخل ایران بسیار سخت است و شرکت‌ها مجبورند از طریق واسطه در کشورهای سومی - که آن‌ها نیز اغلب با مشکل این کار را انجام می‌دهند - کار کنند.

با توجه به اوضاع داخلی کشور می‌توان گفت تولیدکننده ایرانی که در یک رویداد خارجی و بین‌المللی شرکت می‌کند بایستی مورد تقدیر و توجه قرار داشته باشد، چرا که دیگر کشورها که به راحتی در رویدادهای بین‌المللی و با کمک دولت‌های خود حاضر می‌شوند، ممکن است خیلی شرایط ایران‌های شرکت‌کننده را درک نکنند اما ما آگاهیم که کار این عزیزان تولیدکننده بسیار بزرگ است و همه باید از آنان حمایت کنند.

اما چرا دوموتکس به این میزان برای شرکت‌های ایرانی مهم است. دوموتکس که نمایشگاهی برای عرضه کف‌پوش‌ها به شمار می‌رود همیشه برای تمامی تولیدکنندگان این حوزه بستری مناسب جهت نمایش محصولات خود بود. ایرانیان نیز در سال‌های اخیر با برندسازی‌های صورت گرفته و ارتقای کیفی محصولات خود توانسته‌اند به دنیا بگویند که ما نیز در این بازار سهمی داریم. سهمی که ایران در چند دهه گذشته در حوزه فرش دستبافت داشت اکنون توسط شرکت‌های تولیدکننده فرش ماشینی در حال بازپس گرفتن است. فرش ماشینی ایرانی با مواد اولیه مرغوب خارجی، داخلی و با استفاده از فناوری روز دنیا در کنار طرح و نقش با اصالت ایرانی که شاید نقطه قوت آن باشد جایگاه بسیار مهمی در میان خریداران و تاجران خارجی داشته است. از این رو همیشه تفاوت‌هایی میان فرش ایرانی با فرش ترک یا سایر کشورها وجود داشته است. روی هم رفته بنا به دلایلی که در این یادداشت مطرح شد، لازم است تا خریداران خارجی به فرش ایرانی توجه بیشتری داشته باشند.

بهنام قاسمی
مدیر مسئول نشریه کهن



شماره تلفن جهت اشتراک مجله
۰۹۹۰۵۴۰۸۲۶۹



Instagram

اینستاگرام مجله کهن
@kohanjournai

مخاطبان مجله نساجی کهن می‌توانند
دیدگاه‌ها و انتقادات خود را از طریق پست
الکترونیک با ما در میان بگذارند.
INFO@KOHANJOURNAL.COM

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر:
مهندس بهنام قاسمی

مدیر بازرگانی و روابط عمومی:
فرشاد سلطانی

خبرنگار و عکاس: پاریس مجاهد دینی
ویراستار: زهرا علی پور

صفحه آرایی و طراحی: مجتبی محمدنژاد
مدیر مالی: امیر صادقیان

شورای مشاورین تخصصی مجله کهن:

دکتر شاهین کاظمی، مهندس حاج احمد فرهی، علیرضا
قادری، دکتر منصور دیاری، مهندس علی جهانگیر و مکر
تحقیقات فرش ماشینی دانشگاه آزاد کاشان

نویسندگان و همکاران این شماره:

خانم مهندس دلرام انگورانی، دکتر منصور دیاری، فرشاد
سلطانی، هاتف سروش، مهندس سعید منوی زاده،
نوید منوی زاده، رامین عظیم زاده، مرتضی سودایی،
مجتبی سودایی، مر مولا ثریا، حاج احمد فرهی،
حاج حمید مشیری

سامانه اشتراک نشریات تهران و شهرستان:

شرکت پست منطقه رشد (حکیمیه) تهران

وبسایت:

www.kohanjournal.com

پست الکترونیک:

info@kohanjournal.com

آدرس: تهران - میدان رسالت - خیابان مدنی - خیابان
کبریایی - خیابان محمدی پلاک ۳۰ طبقه اول

کد پستی: ۱۶۳۴۹۵۵۱۱

تلفن: ۰۲۱-۷۷ ۱۹ ۱۹ ۶۱

۰۲۱-۷۷ ۳۳۰ ۳۱۰

۰۹۹۰ ۵۴۰ ۸۲۶۹

لیتوگرافی و چاپ: چاپ پاسارگاد

* مجله نساجی کهن آماده دریافت و انتشار مقالات و

دیدگاه‌های صاحب نظران، همکاران و کارشناسان صنعت
فرش ماشینی و نساجی و نیز کارشناسان حوزه اقتصادی است.

* مجله نساجی کهن در انتخاب و ویرایش مطالب ارسالی آزاد است.
* مطالب ترجمه شده ارسالی باید با یک نسخه از متن اصلی
همراه باشد.

* استفاده از مطالب و تصاویر مجله نساجی کهن با ذکر ماخذ
بلا مانع است.

* نظرات طرح شده لزوماً دیدگاه مجله نساجی کهن نیست.

* این مجله در قالب فایل PDF از طریق مراجعه به سایت
مجله کهن نیز قابل دسترسی است.

www.instagram.com/kohanjournal

Telegram: @kohanjournal

مصاحبه‌ها

۱۱..... تولید و صادرات، تنها راه نجات دولت و کشور.
گفت و گو با حاج احمد فرهی، ریاست شرکت فرش فرهی

۱۵..... رفاه و آرامش کارکنان، سرلوحه برنامه‌ریزی مدیران.
گفت و گو با مهندس سعید منوی زاده، مدیرعامل شرکت قالی سلیمان

۱۷..... عدم ثبات اقتصادی، بزرگترین مشکل تولید.
گفت و گو با حاج حمید مشیری، مدیرعامل شرکت فرش مشهد اردهال

۱۹..... تعهد به مشتری، اصل اساسی موفقیت در بازار جهانی.
گفت و گو با مرتضی سودایی، مدیرعامل شرکت فرش زرتشت

مقالات

۲۱..... ایران در حال نفوذ در بازار کف پوش های ماشینی جهان

۲۲..... سبک مدرن، Retro یا Vintage

۲۴..... نقش فرش در هویت بخش به معماری داخلی



۱۵..... گفت و گو با مهندس سعید منوی زاده، مدیرعامل شرکت
تولیدی و صنعتی رسول اسفهان (قالی سلیمان)



۲۲..... سبک مدرن، Retro یا Vintage



۲۴..... نقش فرش در هویت بخش به معماری داخلی



گفت و گو با حاج احمد فرهی،
ریاست شرکت فرش فرهی

۱۱



گفت و گو با حمید مشیری، مدیرعامل
شرکت فرش مشهد اردهال

۱۷



گفت و گو با مرتضی سودایی،
مدیرعامل شرکت فرش زرتشت

۱۹



Rozin Nakh Badie

تولید پارچه های اسپان باند

با دستگاه های تمام اتوماتیک
و تکنولوژی روز دنیا

با بهترین کیفیت

جهت مصارف پزشکی و بهداشتی،
صنعتی، ساختمانی و کشاورزی

**Rozin Nakh Badie company is
professional in manufacturing and
selling Spunbond nonwoven**

**Highly automated and Superior
quality**

High performance and reliable

Various applications:

- **medical & hygiene area**
- **agricultural & industrial**
- **home decorated & shopping bags**

Address : Plaque 1, Ghaderi's main street, 104
street, Montazerie Industrial Zone (town),
Najafabad, Isfahan province, Iran

آدرس : اصفهان، محله آباد شهرک صنعتی مستقریه
خیابان ۱۰۴، خیابان قادری، پلاک ۱



www.rozinnakh.com



+98 991 174 1416



+98 31 4229 0431



info@badie-ig.com



+98 31 4229 0430



فرش شاهکار درین

شرکت شاهکار درین کاشان لسجادات الصناعية
KASHAN SHAHKAR DORRIN CARPET CO



ثبت: ۵۳۳۲

■ NILOOFAR COLLECTION

700 REEDS - 10 COLOR

■ NAIEN COLLECTION

1200 REEDS - 3600 PICKS-Highbulk

■ LIGHT COLLECTION

1200 REEDS - 3600 PICKS-Highbulk

■ کلکسیون نیلوفر

۷۰۰ شانه - ۱۰ رنگ

■ کلکسیون ناین

۱۲۰۰ شانه - تراکم ۳۶۰۰ - گل برجسته

■ کلکسیون لایت

۱۲۰۰ شانه تراکم ۳۶۰۰ - گل برجسته

آدرس کارخانه :

کاشان - شهرک صنعتی سلیمان صباحی - بلوار کارگر - بین فرعی دو و سه

واحد فروش :

۰۳۱-۵۵۴۳۲۷۱۰-۱۲

۰۹۱۲۸۳۳۱۳۷۵

Factory:

Kargar Bolvd- Soleyman Sabahi Industrial Town- kashan-Iran

Sales:

+983155432710-12

+989128331375



dorrincarpet.com



shahkar_dorrin_carpet

NEGIN ROSE TEXTILE INDUSTRIES CO.



Negin Rose
PRODUCTS

Office:

1st. Floor, No. 22, Sahafzade St., Ali Akbari St.,
Motahari Ave., Tehran, Iran.
Postal Code: 1576945111
Tel: (+98-21) 88515481-4
info@neginrose.com

Factory:

No. 213, 3rd Alley, 6th St., Oshtorjan Industrial Zone,
Falavarjan, Isfahan, Iran
Postal Code: 8465196617
Tel: (+98-31) 37609424-8
Fax: (+98-31) 37609429
factory@neginrose.com

Rose Moquette

Rose Nonwovens

Rose Yarn

Rose SINTEX

Rose Filter

Rose Fiber

Rose Masterbatch



EMAIL: INFO@TOOSCARPET.IR

WEB: WWW.TOOSCARPET.IR

دفتر تهران: ۰۲۱ ۳۶۶ ۱۷۰ ۸۸

دفتر مشهد: ۰۵۱ ۳۲۲ ۵۵۵ ۰۸

خانمانه

بازرگانے نقش کستر ساوین

خدمات:

فروش انواع مواد اولیه نساجی
الیاف ، جوت نخ های پنبه
مشاوره واردات و صادرات
فروش و سفارش نخ های آکرولیک
نمره ۱۸ تا ۵۰ در رنگ های مختلف

فرش ماشینی ، نخ های اکریلیک و پلی استر



@NGSAVINO

مشاوره مالی و حسابداری



INFO@NGSAVIN.COM



0912 454 7694

0919 408 3135



WWW.KHANAMANI.COM





**مجموعه مستریج های طراحی شده
جهت تولید فرش و موکت**

- صرفه اقتصادی با توجه به درصد مصرف
- جلای رنگی
- پخش رنگ بسیار عالی
- ثبات رنگ در تمامی بچ های تولیدی
- مقاومت نوری و حرارتی مناسب

www.lunafam.com
info@lunafam.com



دنیای فرشت

www.donyayfarsh.com



گنجینه بافته ها ...

جاجرود ، بازار مبل کمره، روبروی پمپ بنزین تلفن : ۷۵۰۹۴۰۰۰



تنوعی بی نظیر در فرش ماشینی ایران
با بیش از ۴۰۰۰ طرح و نقش



تهران، بازار، چهارراه سیروس
تلفن: ۰۲۱-۵۷ ۷۱۲
www.sarayeabrisham.com



فرش ماهریس

تولید کننده انواع فرشهای ۷۰۰ و ۱۰۰۰ و ۱۲۰۰ شانه
دستباف گونه



آدرس: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان صابونچی
(مهناز سابق)، کوچه چهارم، پلاک ۱۹
تلفن: ۰۲۱-۸۸۵۳۰۴۵۹-۶۵ فکس: ۰۲۱-۸۸۷۴۵۳۵۵

www.mahris.ir
Telegram: @iranmahris
Instagram: iranmahris



SOLOMON CARPET®

شرکت تولیدی و صنعتی رسول اصفهان

RASOUL ISFAHAN CO



www.solomon-carpet.com

@solomoncarpet_official

RASOUL ISFAHAN CO

Yarn Spining & Machine Made
Carpet Weaving Factories
Trade Mark

SOLOMON CARPET

SINCE:1982



dralon®

(IMS)

R&D

سپ



QMS

QMS

QMS

Manufactured in Iran

Manufactured in Iran

Manufactured in Iran

4 Decades of Entrepreneurship with Sympathy, Corporation Loyalty & Success



Isfahan Rasoul

Rasoul Isfahan Company (Solomon Carpet) producing machine made carpets in different type of reeds: 320, 480, 700, 1200, 1500 and 2000 look in different qualities including modal silk, acrylic, polyester and polypropylene, as well as producing different variety of yarns: Acrylic Carding, Acrylic Tow to Top, Polyester, Polyamide, Polypropylene and different kinds of BCF yarns. This company includes the most complete and updated technology of production line in dyeing, spinning, BCF, weaving and finishing departments.

10-13 January 2020 | Hall:5, Stand:D41

مجله بین المللی تخصصی صنعت نساجی ایران
دوماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
صنعت فرش ماشینی، الیاف مصنوعی و مصنوعات بی بافت
سال ۱۴/شماره ۵۶/ دی ۱۳۹۸/ قیمت ۳۰۰۰۰ تومان

kohanjournal



kohanjournal



کوهن

Qom Hair Collection



فرش الماس کویر
Almas Kavir Carpet

www.almascarpet.com

Almaskavir.official

info@almascarpet.com