

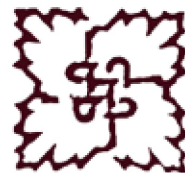


شرکت شهرک‌های صنعتی استان اصفهان

شبکه فراگیر کسب و کار خوشه فرش ماشینی کاشان و آران و بیدگل

فرش ماشینی

MACHINE-MADE
CARPET



اتحادیه ملی تولیدکنندگان

و صادرکنندگان فرش ماشینی

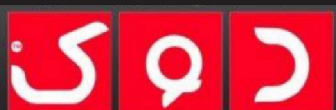
مجله الکترونیکی فرش ماشینی - دی ماه ۱۴۰۱



گزارش اختتامیه فرش آپ انصراف تولیدکنندگان فرش ایران از دمو تکس وعده صادرات ۸۰۰ میلیون دلاری در سال آینده

+ به همراه گفتگوهایی از طراحان و فعالان فرش ماشینی

شبکه جامع فرش و نساجی



فرش ماشینی

شماره ۶ • دی ماه ۱۴۰۱

اتحادیه ملی تولید کنندگان و صادرکنندگان فرش ماشینی

- ۱ دموتکس ۲۰۲۳ کوچک تراز هر سال شده است.
+ مجمع عمومی اتحادیه ملی تولید کنندگان فرش ماشینی برگزار شد.
- ۲ اختتامیه دومین رویداد فرش آپ برگزار شد.
- ۵ مرکز تحقیقات فرش ماشینی، مرکزی برای شکوفایی صنعت فرش ماشینی
- ۶ ایرانی ها از دموتکس آلمان انصراف دادند...
+ تولید AN ماده اولیه مورد نیاز فرش ماشینی برای اولین بار در ایران
- ۷ ارتباط صنعت و دانشگاه، از رسالت تا واقعیت
- ۱۰ شهر فرش ایرانیان صادر کننده نمونه ملی ۱۴۰۱
- ۱۳ وعده صادرات ۸۰۰ میلیون دلاری در سال آینده
+ مشکلات زیرساختی شهرک جعفرآباد
- ۱۴ هایپر فرش ها، پاسخ به سلیق مختلف
+ با برنامه ریزی دولتی می توانیم با ترکیه رقابت کنیم
- ۱۷ فرش ما باید جهانی شود تا با ترکیه رقابت کنیم
- ۱۸ استاندارد اروپا شمیر دو لبه است
- ۲۱ سود ۳۶۰ میلیونی، طرح ۱۸ میلیونی!
+ نظارت واحدهای صنفی ضعیف است.

صاحب امتیاز: اتحادیه ملی تولیدکنندگان و خوشه فرش ماشینی

مدیرمسئول: حسین عدالت

همکاران تحریریه: علی کریمپور، مطهره حاجی زاده، حسین زراعتی، عبدالمجید رفیعی



گزارش اعلام نتایج

مجمع عمومی اتحادیه ملی تولید کنندگان فرش ماشینی

سه شنبه 26 مهرماه مجمع عمومی شرکت خدمات قالیبافان فرش ماشینی کاشان و اتحادیه ملی تولید کنندگان فرش ماشینی و صنایع وابسته در کاشان برگزار شد. در این مجمع ضمن ارائه گزارش صورت‌های مالی، هیئت مدیره جدید نیز با انتخاب اعضا مشخص شدند.

حسین عدالت، دبیر اتحادیه ملی فرش ماشینی با اعلام این خبر افزود: «با رای اعضای حاضر در مجمع عمومی آقایان تولایی، سجادی، فرهی، نخباف، هادی‌زاده، رحیمی و محمودی به عنوان اعضای اصلی هیئت مدیره و آقایان رسمی و مهدی‌زاده به عنوان اعضای علی‌البدل انتخاب شدند. همچنین آقای افشاری به عنوان بازرس اصلی و آقای نوبختی به عنوان بازرس علی‌البدل اتحادیه معین شدند.»



نشست فعالان اقتصادی

گفتگوی اختصاصی

روزبه مروج:

دموتکس ۲۰۲۳ کوچک‌تر از هر سال شده است



قطب اصلی صنعت فرش ماشینی و انواع کفیوش‌ها به غیر از سنگ و «سرامیک، دموتکس است»

به گفته مروج در سه سال گذشته بخاطر کرونا دموتکس برگزار نشد و پس از سه سال، متأسفانه این نمایشگاه کوچک شده و حدود 5 یا 6 سالن است. این در حالی است که در سال‌های گذشته نمایشگاه در 14 یا 15 سالن بزرگ برگزار می‌شد.

مروج درباره عدم شرکت ترک‌ها در دموتکس آلمان گفت: «ترک‌ها این نظر را دارند که نمایشگاه به استانبول منتقل شوند. قازی آنتپ هم گنجایش این نمایشگاه را ندارد و ممکن است چند سال در دو شهر استانبول و قازی آنتپ در مقاطع زمانی متفاوت برگزار شود تا در نهایت این نمایشگاه در استانبول منتقل شود. ترک‌ها تصمیم گرفتند شرکت نکنند و اتحاد خوبی داشتند»

به اعتقاد مروج حضور یا عدم حضور ایرانی‌ها هم مزایا و معایبی دارد و شرکت‌ها بر اساس این مسائل تصمیم گرفتند. قاعدتاً کنسل کردن غرفه و بلیط و هتل، که ریزو شده کار سختی برای شرکت‌ها بوده است. اما زمانی که برای پنج نفر کارمند بخش صادرات درخواست ویزا داشتند و برای یک یا دو نفر ویزا صادر شده، شرکت در نمایشگاه هم ممکن نیست. در شرایطی که ارزش‌آوری برای شرکت مهم است، دموتکس منبع درآمد خوبی می‌تواند باشد و بخشی از بازار صادرات دنیا را پوشش می‌دهد و امکان مذاکره با تجار و فعالان این عرصه را بسیار راحت می‌کند. ولی وقتی شما امکان حضور نداشته باشید،

روزبه مروج فارغ‌التحصیل رشته نساجی دانشکده نساجی منچستر، فعال صنعت فرش ماشینی بیش از بیست دوره نمایشگاه دموتکس هانوفر را شرکت کرده است. پیش از شروع دموتکس 2023 گفتگوی کوتاهی داشتیم با ایشان داشتیم تا پیش بینی او از نمایشگاه امسال را بدانیم. مروج که سابقه حضور خود را در صنعت فرش ماشینی از دو سالگی، می‌داند در این رابطه می‌گوید: «پدرم، محمد مروج، فرش راوند را برای گروه صنعتی پشه‌تاسیس کردند و من از دو سالگی در سالن‌های بافندگی با پدر رفتم و آمد داشتیم. بعد هم در شیراز کارخانه فرش ماشینی داشتیم. همچنین دو کارخانه تولید و تکمیل فرش ماشینی در کاشان نیز داشتیم که تا سال 90 فعال بود. بعد از آن تجارت فرش ماشینی و در حال حاضر هم ماشین آلات فرش ماشینی را در داخل و خارج تامین می‌کنیم.»

این مهندس نساجی حضور خود در نمایشگاه دموتکس به عنوان صاحب غرفه و بازدید کننده را بالغ بر 25 سال دانست و افزود: «من به طور مستمر از سال 1998 در نمایشگاه دموتکس هانوفر حضور داشتم. در سال 98 و 99 با غرفه شرکت خودمان حضور داشتیم، در سال 2000 هم پروژه‌ای تحت عنوان پاپوین بزرگ ایران را به همراه شش شرکت بزرگ فرش ماشینی در غرفه‌ای به وسعت هزار متر برپا کردیم و من مجری بودم. آن سال‌ها کاتالوگ فیزیکی مطرح بود. بودجه تبلیغات داشتیم و کار بسیار خوبی انجام شد. در سال‌های بعد هم به عنوان بازدیدکننده شرکت کردم. به نظر من



قائم مقام بانک ملی ایران:

با تامین نقدینگی از بازار سرمایه مشکلات تولید کنندگان را حل می‌کنیم.

نشست فعالان اقتصادی کاشان با قائم مقام مدیرعامل بانک ملی ایران با هدف رفع مشکل تسهیلات به تولید کنندگان در اتاق بازرگانی کاشان برگزار شد.

محمود تولایی، رئیس اتاق بازرگانی کاشان یکی از مشکلات تولید کنندگان را تاخیر بانک در پرداخت تسهیلات دانست و افزود: «بانک ملی از زمان تاسیس در کاشان از جایگاه خوبی برخوردار بوده و شعبه مرکزی کاشان شعبه‌ای خاص است، ولی متأسفانه طی پنج شش ماه گذشته پرونده‌هایی که در بانک تشکیل شده و حتی برای پرداخت تسهیلات مصوب شده به علت کمبود منابع متوقف مانده است و بانک برای پرداخت تسهیلات امروز و فردا می‌کند. امیدوارم با تدابیری که در این جلسه اندیشیده می‌شود مشکل صنایع کاشان در خصوص تامین تسهیلات و منابع مالی مرتفع شود.»

بانک ملی طی سال‌های اخیر گرفتار بنگاهداری شده است. بانک گرفتار 200 بنگاه اقتصادی است که به دنبال خروج از بنگاهداری آن است. «ش وی ابراز امیدواری کرد در سال اخیر با توجه به سیاست‌ها و اقدامات انجام شده ناترازی بانک رفع شود و با توجه بهره‌گیری از ابزارهای مختلف نباید صرفاً روی پرداخت تسهیلات متمرکز شد و باید از ابزارهای دیگر هم استفاده شود. ابزارهای مختلف برای تامین منابع مالی مشتریان وجود دارد که بانکداری شرکتی مدنظر قرار گرفته است و شاید برای نهادهای کردن آن یکی دو سال زمان لازم داشته باشد.»

محمد نور آزادی، معاونت مدیرعامل بانک ملی ایران در این باره افزود: «در حال حاضر کلیه بانک‌ها در بحث نقدینگی با موانعی روبرو هستند و بهترین راه برای رفع مشکل، تامین نقدینگی از بازار سرمایه است. لوراق گام و برات الکترونیکی از راه‌هایی است که بانک مرکزی برای تسهیل تامین نقدینگی ارائه داده تا بتوانیم سرمایه در گردش را تسهیل و تسریع کنیم. امیدوارم که این روش کمک کند تا هم از یک طرف وضعیت ناترازی بانک‌ها به سامان شود و از یک طرف هم تامین مالی را از طریق بازار سرمایه داشته باشیم. من فکر می‌کنم اگر بتوانیم بین بازار سرمایه و بازار پول یک ارتباط منطقی برقرار کنیم، مشکل واحدها هم حل خواهد شد.»

تولایی با اشاره به اینکه اولین سرانه صنعت کشور متعلق به کاشان است گفت: «نسبت میزان سرمایه‌گذاری، اشتغال و واحدهای صنعتی در کشور به نسبت مساحت و جمعیت متعلق به کاشان است و مشابه آن در هیچ جای کشور وجود ندارد. طبیعی است که رسالت تامین کنندگان منابع مالی مثل بانک‌ها بیشتر می‌شود. بنگاه‌های اقتصادی به منابع مالی بیشتری نیاز دارد تا جایگاه تولیدی خود را حفظ کرده و ارتقا دهد.»

به گفته تولایی بسیاری از صاحبان صنایع تجهیزات و دستگاه‌های خود را خریداری کرده‌اند. بخش اصلی تامین منابع مالی آن از طریق منابع مالی توسط متقاضی انجام شده است و ضروری است بخشی از تامین منابع مالی که روی تسهیلات بانکی حساب کرده‌اند، زودتر تامین شود. شرایط کنونی که طی چند ماه اخیر حادث شده است، تاکنون بی سابقه بوده است. است.

در ادامه ابوالفضل نجارزاده، قائم مقام مدیرعامل بانک ملی با تاکید بر اینکه که بانک ملی نماد بانکداری است، بیان کرد: «بانک در حال افزایش سرمایه است تا قدرت وام‌دهی و فعالیت بانکی افزایش پیدا کند. بانک واسطه بین وجوه است و در همه جای دنیا چنین است.»



اختتامیه دومین رویداد فرش آپ برگزار شد.

گزارش اختتامیه

مراسم پایانی دومین رویداد ملی فرش آپ، 28 آذرماه در دانشگاه آزاد کاشان برگزار شد و سه برگزیده نهایی ایده‌های برتر مشخص شدند.

فرش آپ در دومین سال برگزاری در دو بخش ایده‌های آزاد و چالش فناوری فرش ماشینی به جذب ایده‌های برتر در جهت شکوفایی و حل مشکلات صنعت فرش ماشینی، به همت سرای نوآوری فرش ماشینی دانشگاه آزاد کاشان برگزار شد.

سامان شاه حسینی، طرح فرش و یکی از ایده پردازان دیگر این رویداد است. او درباره ایده‌های خود می‌گوید: «من پنج سال است که طراحی فرش را در شرکت‌های مختلف نساجی و بافندگی انجام داده‌ام. امسال هم دومین سالی هست که در رویداد فرش آپ شرکت می‌کنم. سال گذشته سه ایده داشتم و هر سه ایده به مرحله نهایی رسیدند و امسال هم دو ایده‌ام به مرحله نهایی رسیده است.

ایده سنجش نمره نخ که یک دستگاه پرتابل هست که طول نخ و وزن نخ را اندازه گرفته و نمره نخ را برآورد می‌کند و ایده دوم هم طراحی هوشمند است که به جای طراحان مدادی انجام می‌شود که در شبکه معماری گن، ورودی یک نقشه از ما می‌گیرد و به تعدادی که بخواهیم به ما نقشه می‌دهند.»

شاه حسینی درباره حمایت صنعتگران از ایده‌های سال گذشته خود افزود: «تا حدی از ایده‌های پارسل استقبال شد و تا جایی پیش رفتیم ولی به بن بست رسید. چون نیاز به سرمایه‌گذاری زیادی داشت. ولی ایده‌های امسال نیاز به سرمایه‌گذاری بالا ندارد و امیدواریم بتوان آن را اجرایی کنیم.»

با نظر هیئت داوران، طرح فرمولاسیون رزین‌های امولسیون رتبه اول و جایزه 20 میلیون تومانی را دریافت کرد. طرح تولید پودر کربن فعال ضایعات اکریلیک کارخانجات فرش با کسب رتبه دوم به جایزه 10 میلیون تومانی رسید و دو طرح شناسنامه فرش ماشینی (فرش یاب) و طرح شخصی سازی چاپ فرش با سلیقه مشتری به طور مشترک رتبه سوم و جایزه 5 میلیون تومانی را به دست آوردند. همچنین طرح چشم اپراتور نیز شایسته تقدیر از هیئت داوران شناخته شد و جایزه دو میلیون تومانی را دریافت کرد. چهار ایده دیگر نهایی این رویداد تحت عناوین سنجش نمره نخ، حذف رنگ دیسپرس با استفاده از پودر سنگ، تلفیقی ایران و کره و طراحی هوشمند (طراحی فرش با هوش مصنوعی) بودند که جوایز ویژه‌ای از هیئت داوران دریافت کردند.

در انتهای این رویداد هدیه ویژه‌ای از طرف اتاق بازرگانی کاشان و مرکز نوآوری فرش به امیرحسین شادمنش اهدا شد که پروژه ماده اولیه الیاف اکریلیک را برای اولین بار در ایران، را در AN تولید دست تولید دارد.

ارتباط با صنعت وزارت علوم خالی است. ما کار صنعتی و دانشگاهی انجام می‌دهیم ولی نماینده وزارت علوم اینجا نبود.» به اعتقاد سراجی برگزاری این رویدادها راهی برای توسعه صنعت فرش است و از بین ایده‌های ارائه شده، حداقل دو یا سه ایده قابلیت صنعتی و تجاری شدن را دارند.

یاسمین تاری، فوق لیسانس مهندسی پلیمر، رتبه اول این رویداد را با ایده فرمولاسیون رزین های امولسیون دریافت کرد. او درباره نقش مهم این رویدادها گفت: «من با دو ایده در رویداد فرش آپ شرکت کردم که هر دو به مرحله نهایی رسید. این رویدادها شرایطی برای صنعتگرها و ایده پردازها فراهم می‌کند تا باهم در ارتباط باشند. صنعت نساجی مستلزم ایده‌های جدید و نوآوری است و ارتباط دانشگاه و صنعت باعث می‌شود تا ورود متخصصین به این صنعت راحت‌تر شود.» به گفته این ایده‌پرداز برتر، ورود متخصصین به صنعت فرش ماشینی خیلی سخت هست و صنعتگران بخاطر هزینه‌های بالا، ارتباط با دانشگاه را سخت انجام می‌دهند.

سید محسن فاطمی دانشجوی مهندسی کامپیوتر و فعال در عرصه تولید فرش ماشینی، ایده چشم اپراتور را مطرح کرد که شایسته تقدیر شد. او درباره این رویداد گفت: «اتاق فکرهای این رویداد بسیار خوب بوده و اساس و بنیان کشورهای در حال پیشرفت همین اتاق‌های فکر هستند، امیدوارم خروجی خوبی هم داشته باشد. در این رویداد متنورهای بسیار خوبی داشتیم، از جمله آقای دکتر توانا و خانم دکتر دهقانی که از محضر آن‌ها استفاده کردیم و امیدواریم امسال بحث «تجاری سازی را داشته باشیم.»

فاطمی درباره ایده‌های خود افزود: «ایده‌هایی که امسال و سال گذشته ارائه دادم به مرحله نهایی رسیدند و پزنتی که پارسل ارائه کرد هم جزء ایده‌های شایسته تقدیر شد. ولی متأسفانه به دلیل مشغله شخصی نتوانستم ایده را به مرحله تولید و صنعتی برسانم. امسال استقبال بسیار خوبی شده است و امیدواریم بتوانیم مشکل اصلی را در صنعت فرش ماشینی برطرف کنیم و گام‌های خوبی برداریم. در ایده چشم بافنده دستگاهی به ماشین بافت افزوده می‌شود که بعضی وظایفی که بر عهده اپراتور است را انجام می‌دهد، تا خطاها موقع بافت کمتر شود.»

مصطفی اصفهانیان، مدرس دانشگاه، مجید برازنده، رئیس اداره صمت کاشان، محمود برادران، رئیس هیئت مدیره شرکت ریس سنج، علی اصغر شیرچهر مدرس دانشگاه و منصور دیاری رئیس سرای نوآوری فرش ماشینی هیئت داوران دومین رویداد فرش آپ را تشکیل دادند.

منصور دیاری درباره این رویداد گفت: «دومین رویداد ملی فرش آپ به عنوان تنها رویداد ایده‌پردازی در صنعت فرش ماشینی در دانشگاه آزاد اسلامی کاشان و با همت سرای نوآوری فرش ماشینی و حمایت شرکت شهرک‌های صنعتی اصفهان و شرکت‌های فرش ماشینی برگزار شد.

در ابتدا 30 ایده برای بررسی هیئت داوران ارسال شده، که از این میان 18 ایده با نظر هیئت داوران به بخش نیمه نهایی راه یافتند. در مرحله دوم داوری، 9 ایده برای رقابت نهایی در اختتامیه انتخاب شدند. این ایده‌های نهایی با رویکرد حل مشکل صنعت و توانایی «تجاری سازی انتخاب شده‌اند.

هدف نهایی فرش آپ را تجاری شدن ایده‌هاست.

رئیس سرای نوآوری فرش ماشینی درباره لزوم برگزاری این رویدادها افزود: «بنا داریم فرش آپ را به عنوان رویداد ملی در سال‌های آینده نیز برگزار کنیم. صنعت فرش ماشینی ایران صنعت پرفرآختاری است که کاملاً خصوصی بوده و صادرات قابل توجهی دارد. ما در هایی در راستای این صنعت نیاز به نوآوری و فناوری داریم تا ایده حل چالش‌های فرش ماشینی به صنعت وارد شوند.» او هدف نهایی فرش آپ را تجاری شدن ایده‌ها دانست و از استقبال سرمایه‌گذاران از ایده‌های این دوره فرش آپ خبر داد که تاکنون سه ایده برای تولید و سرمایه‌گذاری انتخاب شده‌اند.

ناصر سراجی دبیر سمپوزیوم صادرات فرش ماشینی، درباره رویداد فرش آپ گفت: «به اعتقاد من ارتباط صنعت و دانشگاه کامل و جامع نیست. به طور مثال ما در رویدادی هستیم که جای معاونت



عرضه و خدمات رنگرزی
انواع نخ فرش

ویسکوز

موдал

پلی استر فیلامنت (DTY و ATY)

های فیلامنت (میکرو)

اسپان (پلی استرالیاف کوتاه)



تلفن تماس

۰۲۱-۸۸۷۸۶۵۵۱

هرمان کاشان

HERMAN
GHAFI
KASHAN



پاهایتان بال دهید
GIVE WINGS TO YOUR FEET

فرش های ۷۰۰ و ۱۲۰۰ شانه

www.hermancarpet.com

Hermancarpet

031-99312146 - 09133607240

خیابان امیرکبیر-بعد از میدان عامریه-
کوچه باغستان سوم



گفتگو

مرکز تحقیقات فرش ماشینی، مرکزی برای شکوفایی صنعت فرش ماشینی



شایا محمودیان، دکترای مهندسی نساجی و رئیس مرکز تحقیقات فرش ماشینی دانشگاه آزاد اسلامی کاشان در گفتگو با دوک به

تشریح فعالیت‌های این مرکز پرداخت و گفت: «مرکز تحقیقات فرش ماشینی از سال 90 فعالیت خود را آغاز کرده است. هدف این مرکز انجام تحقیقات کاربردی در حوزه صنعت فرش ماشینی و صنایع وابسته است. با توجه به اینکه کاشان و آران و بیدگل قطب تولید فرش ماشینی کشور بوده، این مرکز ارتباط بسیار نزدیکی با صاحبان صنایع برقرار کرده است.»

محمودیان از مهمترین فعالیت‌های این مرکز را برگزاری همایش‌های ملی فرش ماشینی، رویداد فرش آپ، برگزاری دوره‌های توانمندسازی برای صنعتگران، دانشجویان و فعالین صنعت فرش ماشینی و همچنین راه‌اندازی آزمایشگاه تخصصی همکار استاندارد



گزارش تصویری - دومین رویداد ملی فرش آپ

تولید AN ماده اولیه مورد نیاز فرش ماشینی برای اولین بار در ایران...

امیرحسین شادمنش، دانشجوی رشته شیمی محض دانشگاه کاشان، پروژه تولید صنعتی ماده اولیه مورد نیاز صنعت فرش ماشینی، اکریلونیتریل را در دست دارد. تولید صنعتی این پروژه با همکاری و حمایت مدیرعامل شرکت پویان پاسارگاد، آقای مهدی شیرزادی در مراحل پایانی است. گفتگوی کوتاهی با این پژوهشگر در این رابطه داشته‌ایم.



در ابتدا اهمیت تولید این ماده و کاربرد آن در ایران برایمان بگویید؟

این پروژه ساخت اکریلونیتریل یا به اصطلاح AN در ایران است که در صنعت پتروشیمی یک ماده موثر بوده و در تولید الیاف اکریلیک نیاز است. در کشورها در ابعاد و کاربردهای گوناگونی از این ماده اولیه استفاده می‌شود و بخشی از کاربرد آن در صنعت نساجی و فرش ماشینی است. یکی از بزرگترین مصرف‌کننده‌های آن شرکت پلی اکریل است که در دو خط تولید الیاف خشک و تر، در مجموع 60 هزار تن مصرف اکریلونیتریل دارد که تمامی آن وارد می‌شود.

برای تولید صنعتی این محصول تجهیزات استفاده دارید؟

ما کارهایی هم خارج از بحث AN روی راکتورها و تجهیزات این ماده انجام دادیم که در نوع خود بی نظیر و برای اولین بار در کشور بود و توانستیم به موفقیت چشمگیری برسیم. ما کاتالیست پایه را در ابعاد نانو تولید کردیم و الان ارزیابی کیفی انجام و تست با بازدهی بالای نود درصد داشتیم که در راکتورها کار کردیم. چشم‌انداز ما این است که در آینده نزدیک با جذب سرمایه دولتی و خصوصی بتوانیم پروژه را در ابعاد نیمه صنعتی و صنعتی به تولید برسانیم. انشالله به ظرفیت مناسب کشور یعنی 60 هزار تن هم برسیم و از واردات بی‌نیاز شویم.

با چه روشی به تولید این ماده موفق شدید؟

ایده ما تولید آن به روش‌های گوناگون بود که در ابتدا در ابعاد آزمایشگاهی از واکنش گاز استیلن و هیدروژن سیانید استفاده کردیم و به نتیجه رسیدیم. ولی در نهایت هدف کار ما به تولید AN به روش پیشرفته و صنعتی بود که پس از چهار سال تلاش به نتیجه رسید و ابعاد آزمایشگاهی را عبور کرد. در مرحله پایلوت آزمایشگاهی به نتیجه رسیده و تست پتروشیمی هم انجام شده و جای شکر دارد که موفقیت بزرگی به دست آورده‌ایم. این پروژه بسیار گسترده بود و توانستیم به کیفیت بلایی در حد نمونه‌های شرکت‌های خارجی برسیم و حتی در بعضی فاکتورها بهتر عمل کنیم.



ایرانی ها از دموتکس آلمان انصراف دادند!

ژانویه هر سال، هانوفر آلمان میزبان تولیدکنندگان و خریداران فرش و کفپوش از سراسر دنیا است تا با جدیدترین محصولات و تکنولوژی روز دنیا آشنا شوند. نمایشگاه دموتکس آلمان نامی آشنا در میان صنعتگران فرش ماشینی است و تولیدکنندگان ایرانی نیز هر سال برای حضور در این نمایشگاه تلاش می کنند. در سال های گذشته به دلیل همه گیری کرونا و محدودیت های قرنطینه دموتکس آلمان نیز با محدودیت هایی روبرو بود و انتظار می رفت نمایشگاه امسال با حضور گسترده شرکت های ایرانی همراه باشد. اما تولیدکنندگان فرش ماشینی ایران در یک تصمیم جمعی به علت مشکلات صدور ویزا، این نمایشگاه را تحریم کرده و با امضای صورتجلسه ای عدم حضور را در این نمایشگاه اعلام کردند. در تاریخ 12 الی 15 ژانویه 2023 مصادف با 22 الی 25 Domotex Hannover نمایشگاه دموتکس دی ماه 1401 برگزار خواهد شد. نمایشگاه بین المللی دموتکس آلمان در شهر هانوفر برگزار و به عنوان معتبرترین نمایشگاه انواع کفپوش ها و فرش ها در جهان شناخته می شود.



انصراف ایرانی ها از دموتکس آلمان

اتاق بازرگانی کاشان برای رفع مشکلات نمایشگاه نشستی را با حضور اتحادیه فرش ماشینی، کمیته فرش انجمن صنایع نساجی و غرفه داران ایرانی دموتکس تشکیل داد تا به تصمیمی جمعی برای حضور یا عدم حضور برسند.

نمایندگان شرکت های فرش ماشینی در این نشست از عدم صدور ویزا برای تمامی افراد درخواست دهنده و هزینه بالای نمایشگاهی گفتند که بازگشت سرمایه بالایی را برای خود متصور نیستند. زیرا در این نمایشگاه بسیاری از خریداران روس و اعراب حضور خواهند داشت. به گفته آن ها سهم بزرگی از مشتریان فرش ایران را آسیایی ها تشکیل می دهند که برگزاری نمایشگاه در استانبول یا دوبی شاید بهتر از نمایشگاه آلمان باشد.

تولایی در این نشست گفت: «امسال شاهد بیشترین عدم صدور ویزا به شرکت ها هستیم و در عمل بخش عمده ای از فعالان فرش ماشینی و کفپوش کشور موفق به دریافت ویزا نشدند. این توهین قابل قبول نیست، زیرا شرکت های ایرانی شناخته شده و معتبری سابقه حضور چندین ساله در دموتکس

هانوفر را دارند و عدم صدور ویزا بسیار غیرمنطقی است.» رئیس اتاق بازرگانی کاشان با اشاره به حضور کمرنگ ترکیه در دموتکس هانوفر، اضافه کرد: «صنعتگران ترکیه معتقدند وقتی در کشور خودشان امکان برپایی دموتکس را دارند چرا هزینه های سنگین حضور در هانوفر را تقبل کنند؟ بر این اساس مترصد انتقال دموتکس از هانوفر به استانبول هستند و دلیل حضور کم رونق آنان در دموتکس 2023 همین موضوع است.»

در پایان با جمع بندی نظرات تولیدکننده ها تصمیم بر عدم حضور و تحریم نمایشگاه آلمان گرفته شد و اعضای حاضر با امضای صورتجلسه ای تصمیم خود را مکتوب کردند.

علی فرهی، رئیس کمیته فرش انجمن صنایع نساجی ایران در پایان با بیان اینکه هیچ شرکت ایرانی در نمایشگاه دموتکس 2023 آلمان شرکت نخواهد کرد گفت: با وجود عدم مشارکت ایرانی ها، روس ها، چینی ها و ترک ها در دموتکس آلمان، پیش بینی می شود شاهد نمایشگاه ضعیفی باشیم و این احتمال وجود دارد از سال آینده بخش فرش ماشینی دموتکس آلمان حذف و به دموتکس استانبول منتقل شود.

شایعه لغو دموتکس آلمان

شرکت های تولیدکننده فرش ماشینی که با رزرو غرفه، بلیط و هتل در دموتکس در انتظار صدور ویزا بودند، با ریجکت شدن تعدادی از افراد خود مواجه شدند. در برخی شرکت ها از تعداد هفت نفر درخواست ویزا، تنها دو نفر ویزا گرفته بودند و عملاً ساخت، تجهیز و گرداندن غرفه با دو نفر امکان پذیر نبود. پس از خبر شرکت نکردن شرکت های ترکیه و عدم صدور ویزا برای روس ها، شایعاتی در خصوص لغو نمایشگاه دموتکس هانوفر پیچیده شد.

مدیر جهانی دموتکس در اطلاعیه ای ضمن رد شایعات پیرامون لغو نمایشگاه دموتکس آلمان گفت: من و تیمم در 12 ماه گذشته برای این نمایشگاه سخت کار کرده ایم و این رویداد به طور حتم از 12 تا 15 ژانویه برگزار خواهد شد.



غرفه فروختند و ویزا ندادند!

علی فرهی، رئیس کمیته فرش انجمن صنایع نساجی ایران در توییتی نوشت: «دموتکس 2023 آلمان دیگر یک رویداد بین المللی نیست. مشتریان روس حضور ندارند. تولیدکنندگان ترک غرفه نگرفتند. به تولید کنندگان فرش ایرانی غرفه فروختند اما ویزا ندادند! نمایشگاه های فرش در ترکیه و ایران جای دموتکس آلمان را خواهند گرفت. محمود تولایی، رئیس اتاق بازرگانی کاشان در این باره گفت: «همه ساله شرکت بزرگ ایرانی در این نمایشگاه حضور داشتند، اما امسال آلمانی ها به برخی شرکت کنندگان ایرانی برای حضور در این رویداد بزرگ نمایشگاهی ویزا ندادند، به همین دلیل حتی افرادی که ویزای نمایشگاه را دریافت کرده بودند آن را تحریم کردند و قصد حضور در آلمان را ندارند.»

وی یادآور شد: «در دوره های گذشته نیز با وجود اختصاص غرفه به ایرانیان، دولت آلمان در مورد صدور ویزا به مدیران و غرفه داران ایرانی همکاری چندانی نداشت که این رفتار در عرف تجارت و نمایشگاهداری امری متداول، مرسوم و شایسته نیست.»

چرایی عدم صدور ویزا

در سال های اخیر و با توجه به تحریم های بسیار اروپا علیه ایران، همواره درخواست ویزا برای کشورهای عضو اتحادیه اروپا برای ایرانیان پیچیدگی های خاصی داشت و درخواست های بسیاری بدون ارائه دلیل مشخص رد می شدند. اواخر مهرماه گذشته بود که به نقل از رئیس هیئت مدیره انجمن دفاتر مسافرتی ایران اعلام شد برخی سفارتخانه های اروپایی به ویژه در حوزه سنگن، رسیدگی به درخواست ویزا را به حالت تعلیق درآورده اند. این درحالی است که مسئولان نمایشگاه دموتکس گفته بودند برای شرکت در این نمایشگاه بدون مشکل ویزا صادر می شود. سونیوادل کاستلانو، مدیرکل نمایشگاه های دموتکس در پیامی اختصاصی به مشارکت کنندگان و علاقه مندان به نمایشگاه دموتکس آلمان در ایران گفت: «متوجه برخی مشکلات صدور رویداد هستیم و با حداکثر توان در حال رفع این مشکلات هستیم و اطمینان دارم که رویداد مورد نیازتان را در زمان مناسب دریافت خواهید نمود.» کاستلانو همچنین از ثبت نام بیش از 670 شرکت از بیش از 40 کشور دنیا در این نمایشگاه خبر داد.

همچنین نماینده دموتکس در ایران، نارینه آزلبار، در پیامی صوتی راهنمای درخواست ویزا و مدارک لازم را برای تولیدکنندگان ارسال کردند. آزلبار با بیان اینکه سختگیری ها در خصوص صدور رویداد افزایش یافته است، گفت: غرفه داران با دقت به فهرست مدارک مورد نیاز سفارت آلمان توجه کنند چرا که نقص مدارک میتواند مشکل ساز باشد مهدی شیرزادی، رئیس هیئت مدیره شرکت پویان پاسارگاد در گفتگو با دوک از آمادگی این شرکت جهت اخذ ویزای آلمان از مسیری غیر از سفارت آلمان خبر داد و افزود: شرکت هایی که مشکل ویزا دارند میتوانند با مراجعه به اتحادیه ملی فرش ماشینی کاشان و یا شرکت پویان پاسارگاد نیاز خود را اعلام نمایند تا مشکل آن ها را رفع کنیم. اما مشکل ویزا تنها مختص ایرانیان نبود، روس ها به دلیل تحریم اروپا پس از جنگ اوکراین، کشورهای حوزه خلیج فارس و چین هم بخاطر قرنطینه کرونا برای ویزا به مشکل برخوردند. همچنین تولیدکنندگان ترکیه هم نمایشگاه را تحریم کردند تا نمایشگاه دموتکس در استانبول برگزار شود.





ارتباط صنعت و دانشگاه از رسالت تا واقعیت



مائده شکروی برای دانشجویان مهندسی نساجی نامی آشناست. شکروی مدرس دانشگاه است که با پیچ اینستاگرامی نساجان آینده به آموزش و ارتباط بیشتر دانشجویان نساجی کمک می‌کند. گفتگوی کوتاهی داشتیم با او درباره مشکلات دانشجویان و ارتباط صنعت و دانشگاه که در ادامه می‌خوانید.

به طور مختصر خودتان را معرفی کنید.

من مائده شکروی هستم، کارشناس ارشد مهندسی نساجی از دانشگاه صنعتی امیرکبیر و مدرس دانشگاه که کارگاه حلقوی بودی را در امیرکبیر تدریس می‌کنم. همچنین کارگاه جوراب بافی دارم و بسیار مشتاق بودم تا دانشجویان را با صنعت نساجی آشنا کنم. به همین منظور پیج نساجان آینده را در دوره کرونا راه اندازی کردم. در این پیج سعی کردم دانشجویان را با فضای صنعتی آشنا کرده و تعامل بیشتری با آن‌ها داشته باشیم. در همین راستا با مدیران صنعتی و شاخه‌های مختلف صنعت نساجی ارتباط دانشجویان را برقرار کردیم. برای معرفی دانشجویان به بازار کار و کسب مهارت، بازدیدهای نمایشگاهی و صنعتی می‌گذاریم و از حضور اساتید و مهندسان فعال استفاده می‌کنیم.

این موضوع چقدر به دانشگاه و چقدر به دانشجو مربوط است؟

این امر سه وجه دارد. دانشجو، دانشگاه و صنعت. دانشجویان اول باید هدف داشته باشد. اغلب دانشجویان ما دانشگاه محور هستند. یعنی رشته نساجی را انتخاب نکردند. گاهی انتخاب دانشگاه پلی‌تکنیک برای پرش به دانشگاه‌های خارجی است. برای این که دانشگاه امیرکبیر سکوی خوبی برای پرواز است. رشته نساجی دانشگاه پلی‌تکنیک امیرکبیر را انتخاب می‌کنند که از این طریق ادامه تحصیل داده یا از کشور خارج شوند. دانشگاه امیرکبیر هم تلاش می‌کند از تجارب دانشگاه‌های یزد و اصفهان که به صنعت نساجی نزدیکتر هستند، استفاده کند. چون در آن دانشگاه‌ها دانشجویان ارتباط بهتری با صنعت دارند. اما صنعت ارتباط خود را با دانشگاه برقرار نکرده و اگر صنعت روی نیروی متخصص سرمایه گذاری کند، برای خودشان هم منفعت مالی دارد.

ما توان تغییر رویه دانشگاه و صنعت را نداریم، دانشجو باید چکار کند؟

من دریغ نساجان آینده با همین ارتباط و هدفمندی دانشجو را دنبال می‌کنم. توانمند شدن دانشجو مستلزم هم‌نوایی سه رأس از یک مثلث است که رأس‌های آن دانشجو، دانشگاه و صنعت است. در صورتی دانشجو متخصص و عملگرا خواهد شد که از خود شروع کند و صنعت و دانشگاه وی را یاری دهد تا علم به تخصص و مهارت تبدیل شود. دانشجویان ما مشکل انگیزه، هدفمندی دارند وقتی وارد گفتگوی دو طرف بشویم متوجه می‌شویم که دانشجویان دوست دارند رشد کنند، فقط راه رشد را نمی‌شناسند و نمی‌دانند باید چکار کنند. وظیفه صنعت و دانشگاه است تا برای دانشجویان وقت بگذارند. من با هدف اینکه دانشجویان بتوانند با صنعتگران ارتباط برقرار کنند، تلاش می‌کنم.

به نظر شما چرا دانشگاه و اساتید از فضای صنعت نساجی دور هستند؟

رسالت دانشگاه تربیت نیروی متخصص تعریف شده و واحدهای دانشگاهی برای تحقق این امر تعریف شده است. واحدهای عملی نیز در کنار واحدهای تئوری قرار گرفته تا مهارت دانشجو را افزایش دهد ولی همه این‌ها بدان معنی نیست که دانشجو با طی کردن این واحدها عملگرا شود. رشته نساجی به شدت نیاز دارد که دانشجو عملگرا باشد، چون با ماشین آلات کار می‌کند و دقیقا خروجی محصول دارد. تئوری خواندن برای نساجی کفایت نمی‌کند. برای گسترش این علم به مهارت، باید دانشجو بتواند داده‌های علمی که برای شرکت منفعت مالی دارد، را بداند و به کار ببندد.

گزارش تصویری اختتامیه رویداد فرش آپ



ARGHAVAN

Kashan Carpet


فرش انجوا کاشان

محصولی از رنگین بافت آسایش کاشان

انواع فرش های


۷۰۰، ۱۰۰۰، ۱۲۰۰ و ۱۵۰۰

شانه

 Arghavanfarsh.com

 @farshearghavan

031-54750001-2

 09137104048



شرکت

زرین تار و پود هیراد

تأمین کننده انواع نخ فرش ماشینی با مرغوبترین مواد اولیه

- * نخ اکریلیک Tow رپسی از نمره Ne=17 تا Ne=65 (دولا و سه لا) حداقل سفارش: 750 کیلو جهت نخ ریلکس و 3 تن جهت نخ هایبالک
- * انواع پود پلی استر سفید و رنگی (ATY) از دنیر 300 تا 4000 به صورت خام و هیت ست
- * انواع نخ پلی استر رنگی (ATY) از دنیر 450 تا 4000 جهت خاب فرش
- * انواع نخ ویسکوز تک لا تا 5 لا به صورت خام و رنگی در نمرات مختلف جهت خاب فرش

تلفن: 021-26151002-6 (استادی)





بسیست و ششمین مراسم روز ملی صادرات، شنبه 30 مهرماه در تهران با حضور مسئولان ارشد اجرایی کشور و صادرکنندگان نمونه و ممتاز برگزار شد. در این مراسم رئیس جمهور از 57 صادرکننده نمونه سال 1401 کشور تقدیر کرد. در حوزه صنعت فرش نیز شرکت تولیدی شهر فرش ایرانیان با مدیریت حمید آزمون به عنوان صادرکننده نمونه کشور در سال 1401 انتخاب شد. به این بهانه گفتگویی با مهدی کاشانی‌راد عضو هیئت مدیره و مدیر بازرگانی خارجی شرکت داشته‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

از شهر فرش برایمان بگویید.

شهر فرش اولین هایپرمارکت فرش در ایران است که در سال 1391 شروع به کار کرد. هم اکنون در زمینه تولید و فروش بصورت مستقیم به مصرف کننده نهایی و صادرات فعالیت داریم. شهر فرش پنج شعبه در ایران دارد و در حال حاضر هم شعبات شهر فرش رو به گسترش است و در آینده نزدیک به تعداد شعبات ما افزوده می‌شود.

دلیل موفقیت شهر فرش را در حوزه تولید داخل و همچنین صادرات چه می‌دانید؟

یکی از دلایل اصلی و مهم موفقیت شهر فرش در زمینه تولید و صادرات، تنوع زیاد در عرضه کالا به مشتریان است. شهر فرش گلچینی از بهترین برندهای ایران را در مجموعه خود دارد که برای مشتری خارجی انتخاب را بسیار آسان می‌کند. برای مشتری بسیار راحتتر است که در یک فضای بزرگ نمایشگاهی بتواند تنوع بالایی از محصولات را ببیند. از طرفی امکاناتی که ما به مشتریان می‌دهیم؛ از لحاظ صادرات، بسته بندی متفاوت، خدمات ارسال و نوع فروش، سهولت در ارسال، بسیار برایشان قابل توجه است.



ارزیابی شما از وضعیت بازارهای صادراتی نساجی کشور چگونه است؟

نگاه ما نسبت به صادرات بسیار امیدوارکننده است. صادرات، در مقطعی که بازار داخل به رکود می‌رسد، می‌تواند مکمل فروش داخل باشد. ما امیدواریم هرسال بتوانیم با تبلیغات بیشتر با حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی، فرش ایرانی را به مشتریان خارجی بیشتری معرفی کنیم.

مشکلات و موانع پیش روی صادرات را چه می‌دانید؟

یکی از مشکلات اصلی برگشت ارز حاصل از صادرات به سامانه، در محدوده زمانی کم است. از طرفی تحریمها مانع بسیاری‌رنگی هستند. تحریمها باعث شده بسیاری از شرکت‌های زنجیره‌ای رسمی در خارج از کشور مثل ایکیا یا کاسکو یا شرکت‌های دیگر مشابه که مصرف کننده فرش هستند با ایران نتوانند کار کنند؛ چون مرادوات مالیشان باید به صورت رسمی و به حساب شرکت واریز شود و می‌دانیم که به علت تحریم، بانک‌های خارجی با ایران کار نمی‌کنند. در نتیجه بازار فرش دست کشورهای ترکیه، هند و چین است. با تمام اینها به‌خاطر قیمت تمام شده پایینی که در ایران نسبت به ترکیه و هند و چین وجود دارد، فعلاً توانسته‌ایم رقابتی نسبی با آنها داشته باشیم. خرید جنس با کیفیت ایرانی با قیمت مناسب برای مشتریان خارجی جذابیت دارد. مانع بعدی این است که به دلیل محدودیت، نبودن ال سی و وجود تحریمها بخش زیادی از بازار را از دست می‌دهیم در چند سال اخیر به دلیل وجود کرونا و محدودیت‌های کرونایی بسیاری از مشتری‌های ما نتوانسته‌اند با ما ملاقات داشته باشند. به طور کلی بازدید از شرکت‌های تولیدکننده فرش ماشینی نسبت به گذشته کمتر شده. مسئله دیگر وجود جنگ در کشورهای همسایه است و رکود اقتصادی که در کشورهای هدف وجود دارد و به تبع آن می‌تواند بر کسب‌وکار آنها تأثیر بگذارد. در این شرایط مشتریان خارجی تقاضای کمتری نسبت به فرش که کالای لوکس است، دارند و جزء اولویت‌های مشتریان ما در اروپا و کشورهای دیگر نیست.

چه پیشنهاد و راهکاری برای توسعه سهم صادرات صنایع نساجی ایران در جهان دارید؟

دولت باید همکاری کند تا ماشین‌آلات جدید به راحتی وارد کشور شود و معافیت‌های گمرکی که در گذشته وجود داشته شامل واردات ماشین‌آلات نساجی هم باشد. سال 1401 معافیت‌ها را برداشته‌اند و مجبوریم ماشین‌آلات را با هزینه‌های گمرکی بالایی وارد کنیم. بهتر است تشویق‌ها بیشتر شده و سهولت‌های چشمگیری از طرف مسئولین ایجاد شود تا تولیدکننده‌ها برای ادامه راه انگیزه داشته باشند. تشویق دولت می‌تواند انگیزه پررنگی برای ادامه راه باشد.

برای صادرات می‌توانند تفاهم‌نامه‌های بین المللی فی مابین گمرکاتی با کشورهای مختلف جهت سهولت و کاهش تعرفه منعقد گردد؛ همان طور که ما عضو پیمان شانگهای شدیم و این خود باعث افزایش چشمگیر صادرات به کشورهای عضو شد. یا مثل ترکیه که قرارداد یورو وان با اروپا و کشورهای آسیایی همچون ژاپن و حتی آمریکا دارد و شامل معافیت‌های واردات و صادرات می‌شود. طبیعتاً مشتری اروپایی ترجیحش این است که از ترکیه با هزینه گمرکی کمتر واردات انجام دهد تا ایران.

داشتن بازارسنجی دقیق را برای پیشرفت صادرات چقدر مؤثر می‌دانید؟

بازارسنجی در حوزه صادرات قطعاً می‌تواند بسیار مؤثر واقع شود. شهر فرش سعی کرده این کار را به طور تخصصی انجام دهد. اگر شما سلیقه بازار هدف را بدانید، محصولی را تولید می‌کنید که باب میل بازارهای مختلف باشد و نیازشان را تأمین کند شما را بعنوان تأمین کننده جذاب برای مشتریان محسوب می‌کند.

سخن پایانی شما را می‌شنویم.

ممنونم از سایت و رسانه خوب دوک که در حوزه صنعت نساجی در کنار تولیدکننده برای بهتر شناخته شدن صنعت و اطلاع‌رسانی اخبار مهم صنعت نساجی کمک می‌کند. طبیعتاً رسانه جزء ارکان اصلی صنعت و بازرگانی است و می‌تواند بر صادرات تأثیر مثبتی بگذارد.



فندق قصر ایرانیک

Iranian Palace Carpet

☎ 0098 913 161 5441 ☎ 0098 31 54 54 0000 🌐 www.iranianpalacecarpet.com

Address: Heyat Omana Blvd, Soleyman Sabahi Industrial Town, Aran Bidgol, Kashan, Iran

هدیات تخصصی اسلامی



Eslimi Carpet
گروه تخصصی
فرش اسلامی

برکات فرزند



eslimicarpet.com

[@eslimi_carpet](https://www.instagram.com/eslimi_carpet)

☎ ۰۳۱_۵۵۵۸۱۱۱۲ / ۰۹۱۰۳۳۱۸۲۱۶



گفتگو

مشکلات زیرساختی شهرک جعفرآباد

محسن مقیمی نایب رئیس شهرک صنعتی امیرکبیر و مدیر فروش شرکت فرش هیراد در گفتگو با «دوک» به مشکلات فاز دوم شهرک صنعتی امیرکبیر پرداخت و گفت: «مشکلات در فاز یک جعفرآباد کمتر است، چون زیرساخت لازم را دارد. ولی شرکتها در فاز دوم با انبوه مشکلات مواجه هستند. از ابتدا برای تأمین زیرساختهای فاز دو فکر نشده است. تلفن، آب، گاز و حتی آنتن دهی تلفن همراه با مشکل مواجه است. تولیدکنندهها زمین خریداند و مشغول ساخت و ساز هستند ولی برای تأمین آب از تانکر سیار استفاده می‌کنند.»

به گفته مقیمی شرکت شهرکها مقصر این کمبود امکانات است و قبل از واگذاری زمین در شهرکهای صنعتی، باید زیرساختهای مورد نیاز فراهم شود و آنگاه زمین در اختیار سرمایه‌گذار قرار گیرد تا از انتخاب خود پشیمان نشود.

نایب رئیس شهرک صنعتی امیرکبیر در ادامه از بی‌نظمی شرکت شهرکها گفت و افزود: «شرکت‌هایی در شهرک مستقر شده‌اند که نیاز اولیه آن گاز است ولی شبکه گاز فراهم نشده است. شرکت‌های گلابگیری در شهرک مستقر شده‌اند که نیاز اولیه این اتصال به شبکه فاضلاب شهرک است. این درحالی است که زیرساختهای تصفیه فاضلاب شهرک مهیا نشده است و به همین خاطر سرمایه‌گذار در پروسه دریافت مجوزها با

مشکل مواجه می‌شود. بخشی خصوصی هزینه‌های زیرساختها را جلودار پرداخت کرده است ولی در محل خود هزینه نشده است. گویی نظارتی وجود ندارد تا پول دریافتی در محل خود هزینه شود. هزینه خدمات عمومی شهرک مثل خدمات فاضلاب، آسفالت، آب و گاز و... را افراد قبلا پرداخت کرده‌اند.»

به گفته مقیمی نمی‌توان گفت تمامی شهرکهای زیر نظر شرکت شهرکهای صنعتی درگیر مشکلات هستند و مدیریت شهرداری و دیگر نهادها برای شهرک صنعتی بهتر است. در نمونه‌های موفق مثل شهرک سلیمان صباحی، می‌توان گفت موفقیت یک شهرک صنعتی متکی به مدیران شهرک و بخش دولتی است که به منطقه خود اهمیت قائل شوند و نسبت به آن عرق داشته باشند. همان‌طور که موفقیت شهرک سلیمان صباحی متکی به افرادی است که در آن منطقه منشأ تغییر و تحول شهرک شده اند. اما شهرک فتح‌المبین هم که زیر نظر شهرداری است، موفق نیست و مشکلاتی دارد.

مدیرفروش فرش هیراد از نقش مهم هیئت امنا در این تحولات سخن گفت و اضافه کرد: «در سال گذشته تغییر و تحولی در مدیریت شهرک اتفاق افتاده است که می‌تواند منشأ اقدامات مثبت در شهرک شود. البته موفقیت نیروی جوان مستلزم استفاده از تجربه بزرگان این عرصه است تا با کمک همدیگر مشکلات و نیازهای شهرک را مرتفع نمایند.»



گفتگو

مهدی ضابطی:

وعده صادرات ۸۰۰ میلیون دلاری در سال آینده

جعفر ضابطی مدیرعامل فرش رویان بود، از مشکلات صادرات در این شرایط صحبت کرد و درباره نقش مجامع صنفی افزود: «مجامع صنفی نسبت به سال‌های گذشته فعال‌تر شده‌اند. تیم مجامع صنفی جوان‌تر و فعال‌تر شده‌اند.»

به گفته ضابطی تولیدکننده مطالبه زیاد دارد اما الان به این نتیجه رسیده‌ایم که حمایت نمی‌خواهیم، فقط دولت مانع‌تراشی نکند. تولیدکننده ایرانی با هزینه‌های گزاف تولید می‌کند و در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی شرکت می‌کند.

مدیرعامل فرش رویان بود، درباره تولیدات رقابتی فرش ماشینی ایران اضافه کرد: «امروز تولیدات داخلی به واسطه هوش و ذکاوت ایرانی در شانه‌های بالا سرآمد تولیدات جهان است و قابل رقابت برای شرکت‌های خارجی نیست. تولید فرش ماشینی با شانه‌های بالا یک اقدام هوشمند تولیدکنندگان ایران در شرایط تحریم است. محصولی را تولید کرده است که مشابه آن در جای دیگر دنیا تولید نمی‌شود و مورد نیاز بازار دنیاست.»

ضابطی مزیت رقابتی این تولیدات را نسبت به ترکیه اینگونه برشمرد: «در ترکیه فرش ماشینی با شانه پایین تولید می‌شود و آن‌ها محدودیتی در صادرات ندارند و اکثر این تولیدات به کشورهای آمریکا و اروپا که تحریم هستیم صادر می‌شوند. پس انتخاب تولید شانه بالا برای صادرات از شرکت‌های ایرانی هوشمندانه است. ما مسیر را درست رفته‌ایم و اکثر شانه‌های بالا به کشورهای صادر می‌شود که نیازمند آن هستند.»

این تولیدکننده درباره نقش دولت در حمایت از صنعت فرش ماشینی گفت: «ما می‌خواهیم دولت به نقدینگی شرکت‌ها کمک کند ما در جنگ بدون صلاح هستیم. ترکیه و امارات تمام نخبه‌های ما را بیرون می‌برند. ما برای وطن خود زحمت می‌کشیم و انتظار حمایت داریم.»



به نظر شما آیا خود تحریمی ما بیش از تحریم‌های خارجی مانع شده است؟

به نظر من یکپارچگی در مجموعه‌های دولتی و دست اندرکار صادرات مثل گمرک و... وجود ندارد. مجامع صنفی هم تقریباً توانستند توافق خوبی با هم داشته باشند. تلاش کردیم بین مجموعه‌های ریسنجی و بافندگی هم با کمک انجمن صنفی یک همکاری ایجاد کنیم.

به نظر شما نتیجه این تلاش‌های شما در انجمن نساجی چه خواهد بود؟

تلاش‌هایی که در انجمن نساجی، اتاق بازرگانی کاشان، اتحادیه تولیدکنندگان فرش در حال انجام است تا میزان صادرات فرش ماشینی را ظرف یک سال آینده دو برابر کرده تا به مرز 600 میلیون دلار در سال برسد.

مهدی ضابطی رئیس کمیته صادرات انجمن نساجی در گفتگو با «دوک» چشم‌انداز صادرات فرش ماشینی کشور را تشریح کرد و گفت: «صادراتی که اکنون در حال انجام است مرهون تلاش تولیدکنندگان است. تحریم‌ها هزینه‌های زیادی بر تولیدکننده تحمیل کرده است. ما منفعت مالی بسیار کمی از صادرات داریم.» در ادامه گفتگوی دوک را با مدیرعامل فرش ماهرو می‌خوانیم.

نقش مجامع صنفی در صادرات فرش ماشینی چیست؟

مجامع صنفی فقط می‌تواند مطالبه کند و صدای تولیدکننده را منتقل کند. با هماهنگی که با مدیرکل دفتر صنایع پوشاک و منسوجات وزارت صمت انجام شد، مقرر شد تا میز صادرات فرش ماشینی در این وزارتخانه تشکیل شود تا موضوع صادرات با جدیت بیشتر پیگیری شود. ما در حال تلاش هستیم و امیدواریم در این راه موفق شویم. در جلسه میز صادرات فرش از حضور دست اندرکاران فرش و افرادی که در حوزه صادرات استخوان خرد کرده اند، دو هفته‌ای یک بار تشکیل شود تا راهکاری برای کاهش موانع و رونق صادرات بیابد.

برنامه شما در این میز صادرات چیست؟

یکی از برنامه‌های اصلی ما تسهیل فرایند تعهدهای ارزی است. ما رتبه اول صادراتمان به کشورهای همسایه عراق و افغانستان و کشورهای عربی است. با توجه به اینکه مبادلات بانکی و ارزی نداریم، به واسطه اتباع این کشورها مبادله مالی داریم. صادرکننده مشکلی هم در تفاوت ارز دولتی و نرخ بازار هم دارد. شدت رقابت در حوزه فرش ماشینی در داخل کشور و با ترکیه توان ما را کم می‌کند.



مجید کرمی مدیر مجموعه هایپر فرش وزرا:

هایپر فرش ها، پاسخ به سلايق مختلف با استفاده از ظرفيت خالي صنايع

مجید کرمی مدیر مجموعه هایپر فرش وزرا در گفتگو با دوک از نقش هایپرهای فرش در صنعت فرش ماشینی و دلیل رشد این هایپرهای سال های اخیر صحبت کرد که در ادامه می خوانیم.



هایپرهای فرش با چه هدفی به وجود آمدند و چه نقشی در صنعت فرش ماشینی دارند؟ نمی شود؟

به نظر شما در این اوضاع اقتصادی توان خرید فرش پایین آمده است؟

وقتی تورم و تغییر قیمت داریم، بالطبع مردم دغدغه معیشتی بیشتری دارند و اولویت با خرید فرش نیست. اما اگر شرایط تسهیل شود باز هم خرید مردم را داریم. سال گذشته افزایش مواد اولیه و نرخ کارگری داشتیم اما قیمت محصول نهایی، کمتر از ده درصد افزایش پیدا کرد.

به نظر شما که هم با تولیدات گوناگون در ارتباط هستید هم با خریدار، اشکالات تولید و محصول فرش ماشینی چیست؟

بیشترین مشکل در فرایند تولید مربوط به کپی کاری و بی توجهی به خلاقیت و نوآوری است. تکرار طرح و رنگ تشدید رقابت و کاهش سود فرش را برای تولیدکنندگان در پی داشته است. خلاقیت و نوآوری در طرح و نقش و رنگ باعث خواهد شد سود بیشتری عاید تولیدکننده شود.

هرچند عدم ثبات ارز مشکلاتی برای هایپرهای ایجاد کرده است ولی همواره مشتریان خدمات هایپرها را فراموش نکرده و توجه دارند که هایپرهای در شرایط سخت در کنار مشتریان خود قرار گرفته و شرایط را برای خرید آسان ایشان فراهم نموده اند. شرایط اقسالی 36 ماهه هایپر ما سهولت خرید برای خانواده ها را ایجاد کرده و کمک می کند خریدار از تورم عقب نماند.

هایپر می تواند جای شبکه توزیع سنتی یا فروش آنلاین را بگیرد؟

هرکدام سهم خود را دارند. فروش دیجیتال در صنعت فرش ماشینی هم نتوانسته جای شبکه فروش فیزیکی را بگیرد. فرش کالایی است که باید دیده شود، لمس شود و توجه داشته باشیم که جلوه رنگ در ساختار مجازی با واقعی متفاوت است و مشتریان بیشتر تمایل دارند کالا را از نزدیک ببینند و خریداری کنند. شبکه توزیع کار خود را انجام می دهد، بازار پردازی می شود. اگر قبلا افراد فرش خانه را سالیان طولانی نگه می داشتند و عوض نمی کردند، الان بخاطر شرایط مناسب اقسالی ترغیب به خرید می شوند. نکته مهم این روش تسهیل خرید است، که مشتریان از هایپرهای خرید کنند.

هایپرهای به طور کلی چند هدف را پیگیری می کنند، یکی پاسخ به تقاضای مشتریان در تنوع و فضای وسیع فروشگاه و همچنین تسهیلات خرید و خدمات پس از فروش که این موارد به توسعه هایپرهای منجر شده است. در فرش، تنوع کالا برای مشتریان مهم است، پاسخ به سلايق مختلف خریداران مستلزم تنوع طرح و رنگ فرش است. هایپرهای نیاز مشتری را به خوبی پاسخ داده است. از طرف دیگر هایپرهای در شرایط فعلی جامعه که گرانی ها امکان خرید مردم را کاهش داده است تسهیلات و شرایطی مناسبی برای خریداران فراهم کرده تا کالاهای مورد نیاز خود را در اقساط طولانی مدت تهیه نمایند. در فروشگاه های کوچک ارائه این تسهیلات توجه اقتصادی ندارد.

آسان کردن شرایط خرید به معنی سخت کردن شرایط بر تولیدکننده نیست؟

نه به هیچ وجه، انعقاد قرارداد طولانی مدت هایپرهای با صاحبان صنایع برای فعال کردن ظرفیت خالی این گونه شرکتهاست. کارخانه های که با 30 درصد ظرفیت کار می کنند، با قراردادی کل محصول سالانه خود را به هایپر می فروشند. در نتیجه ظرفیت تولید خود را تا 90 و 100 درصد افزایش می دهد. این خرید یکساله و تضمین برای تولیدکننده هم به اشتغال زایی کمک می کند هم در این صورت دغدغه های برای تأمین مواد اولیه و فروش محصول نداشته و تمام تمرکز خود را صرف تولید می کند.



نوروزپور مدیرعامل فرش جردن:

با برنامه ریزی دولتی می توانیم با ترکیه رقابت کنیم...

بانک ها چه کمکی می توانند بکنند؟

ورود تکنولوژی نجات دهنده صنعت است، ما الان نمی توانیم دستگاه بسازیم باید با کمک بانکها تجهیزات وارد کنیم. مثلا در سال های قبل اگر شش میلیارد هزینه دستگاه بود، ما یک میلیارد آورده داشتیم و پنج میلیارد هم وام می گرفتیم. اما الان یک دستگاه هشتاد میلیارد شده و وام بانکی همان پنج میلیارد باقی مانده است. ش در سناد تسهیل مصوب می کنند که وام بدهند، مدارک کامل می شود و حتی ترهین هم انجام شد، ولی بانک می گوید منابع مالی ندارم. با این وجود ما دستگاهی که سفارش دادیم را نمی توانیم وارد کنیم. هیچ همتی برای رفع این مشکل وجود ندارد، بارها نامه نگاری کردیم ولی هیچ کاری پیش نرفته و انگار اهمیتی هم ندارد. انگار ما باید سرمایه مان را به خارج از کشور، مثل ترکیه منتقل کنیم.

با ترکیه به عنوان رقیب اصلی ما چه فاصله ای داریم و می توانیم به ترکیه برسیم؟

قطعا امکانش را داریم، به شرط برنامه ریزی دولتی! بخاطر تحریم به خیلی از کشورها نمی توانیم صادر کنیم. پنجاه درصد صادرات ترکیه به آمریکا است، ولی ما هم از مسیرهایی می توانیم به کشورهای دیگر صادر کنیم. ما در ایران ارزانی انرژی را داریم که مزیت رقابتی است. حتی مواد اولیه از ترکیه بیاییم و اینجا تولید کنیم، ارزان تر تمام می شود. اگر دست ما باز باشد صادرات خوبی خواهیم داشت. ما در بحث صادرات برای دریافت وام، دارایی و تعهد ارزی مشکل داریم.

در مورد مشکلاتی که در صنعت فرش هست و کمکی که دولت می تواند برای فعالان داشته باشد و کمک به صادرات بفرماید؟

چند روز پیش رئیس سازمان توسعه تجارت، آقای پیمان پاک از برنامه افق توسعه 1404 صحبت کردند که پیش بینی 74 میلیارد دلار صادرات غیرنفتی را داریم. به نظر من این عدد تاسف بار است! ما باید چهار سال دیگر به این عدد برسیم؟ در صورتی که در میان این صادرات غیرنفتی، باز هم به صادرات نفتی یعنی مشتقات پتروشیمی را هم در همین بخش داریم. پس سال بعد باید صادرات غیر نفتی به عدد 35 میلیارد دلار برسد، در صورتی که در صنعت نساجی ترکیه فقط، سالانه 25 میلیارد دلار صادرات دارند. در این بخش غیرنفتی ما فولاد را هم داریم و صنایع دیگر و فقط به نساجی محدود نمی شود. عملا ما در صادرات هیچ کاری انجام نمی دهیم. صادرات زیرساخت می خواهد. زیرساخت مجموعه ای از ماشین آلات و بازاریابی و کمک دولتی را در برمی گیرد.

ما الان در نمایشگاه دموتکس با ترکیه رقیب هستیم و دولت ترکیه هشتاد درصد هزینه حضور در دموتکس را برای شرکتها فراهم می کند ولی ما هیچ برنامه حمایتی نداریم. از شرکت شهرک های صنعتی قول پرداخت هزینه دادند ولی عملا چیزی پرداخت نشد. با این مدل برنامه ریزی، هیچ وقت کار خوبی در صادرات نخواهیم کرد. بحث تسهیلات بانکها، کمک وزارتخانه و تشویق صادراتی را باید داشته باشیم، ولی تشویق صادراتی اینجا تبدیل به تشویق صادراتی شده است. ما به این پروسه صادرات نمی توانیم برسیم چون برنامه درستی نداریم.

شرکت مهندسی طلوع

تولید کننده تجهیزات هوشمند سازی خطوط تولید



دستگاه مانیتورینگ خط تولید

شمارنده بیک ویژه پرسنل
گزارش کامل توقفات به تفکیک نوع توقف بصورت نموداری
گزارش کارکرد دستگاه بر حسب زمان دلخواه شما
راندمان لحظه ای دستگاه
ارسال پیامک گزارش دلخواه شما در لحظه مورد نظر



دستگاه پیجر

اعلام کننده مشکلات موجود در خط تولید بر حسب رنگ و تخته فرش
در قالب دستگاه بافنده و دستگاه کمک بافنده

طلوع

تلفن : ۵۵۵۵۵۵-۵۴۷-۳۱

آدرس : آران و بیدگل، میدان سپاه، مجتمع شبان، طبقه دوم، واحد ۴

WWW.TOLUECO.IR



فریمان
فرش ایرانی



۷۰۰ شانز کل برجته

بادسنگاه ونذویل

031_547 51 536

Fariman_carpet

Farimancarpnet

شهرک سلیمان صباحی، بلوار امید

www.farimancarpnet.com



محمد مسعود صدوقی، مدیرعامل فرش مینیاتور

فرش ما باید جهانی شود تا با ترکیه رقابت کنیم

در صحبت‌هایتان با واردات از ترکیه اشاره کردید، می‌خواستیم بدانیم ما چقدر در این موضوع وابسته هستیم و چرا نمی‌توانیم به خودکفایی در تولید با کیفیت نخ یا هر چیز دیگر برسیم؟

کارخانه‌های ایران در شرایط تحریمی معمولاً تولیدی ندارند و ما مجبوریم از کشورهایی مانند ترکیه، چین، هند و کشورهای دیگر، مواد اولیه‌ی الیاف را وارد کنیم. غیر از آن کیفیت نخ‌های ترکیه بالاتر است. به دلیل اینکه از صنایع به‌روزتری برخوردارند، دانش‌بنیان محور هستند، نخ‌های جدید با خصوصیات متفاوت تولید می‌کنند. بحث دیگر هم اینکه ریسندگی‌های داخل کشور، از نظر ظرفیت محدودیت دارند و ما مجبوریم با کشورهای دیگر مخصوصاً ترکیه که همسایه هم هست و دسترسی به آن آسان‌تر است، کار کنیم.

گره گم‌شده و حرف تازه از منظر شما؟ چه چیزی در صنعت ما ناپیداست؟

از نظر من چند مسئله وجود دارد. بازار دنیا، بازار فرش مدرن است که این محصول هم با قیمت مناسب و ارزان قیمتی در دنیا عرضه می‌شود. ما در ایران، تمرکزمان روی فرش‌های لوکس و گران قیمت و ریزبافت است که طبیعتاً قیمت بالاتری هم دارد. ما در این زمینه جلوتریم، اما در ترکیه شرکت‌ها دستگاه‌های زیادی دارند، حجم تولیدشان بالاست، بنابراین قیمت تمام‌شده پایین می‌آید، توزیع و ارسال، بسیار قوی‌تر از ما هستند. آن‌ها در زمان و هزینه‌ی کمتر، ارسال را انجام می‌دهند، از طرفی بانک‌های ترکیه تحریم نیست، که باعث می‌شود حجم فروششان را بالا ببرد. از طرفی، وقتی در بازارهای جهانی حضور دارند، تقاضا و سلیقه بازار را می‌دانند. اما ما در این زمینه کاملاً عرصه را خالی گذاشته‌ایم و باید دنباله‌رو ترکیه باشیم.

دانشگاه چقدر توانسته در صنعت فرش ماشینی کمک‌کننده باشد؟

دانشگاه خوب بوده، در کاشان ما هم رشته طراحی فرش و هم رشته فرش داریم که طراحان خوبی تربیت می‌کند اما در بحث دانش نساجی، متأسفانه سختگیری روی آموزش انجام نشده و دانشجویان ساده‌ترین مباحثی که در نساجی وجود دارد را نمی‌دانند. باتوجه به اینکه عمده‌ی کار نساجی در کاشان است، ما هنوز مهندس نساجی واردی در این حوزه نداریم که در حوزه دانش‌بنیان حرفی برای گفتن داشته‌باشد و علمی به این عرصه اضافه کند. روی این حساب به نظرم دانشگاه، در بحث فنی خیلی بهتر از این‌ها می‌توانست عمل کند.

دستگاه فرش ماشینی، تکنولوژی پیچیده‌ای دارد. ما می‌توانیم آن را تولید کنیم، ولی مجموعه‌ای از صنایع هم باید به‌روز و هم هماهنگ باشند، تا بتوانند یک دستگاه را تولید کنند. به نظر من سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی تولید دستگاه در داخل کشور، کار درستی نیست، چرا که اولاً اگر سرمایه‌گذاری انجام شود، باید در حجم زیادی این کار انجام شود که دو شرکت بزرگ در دنیا، این کار را انجام می‌دهند، بنابراین این کار منطقی نیست. بهتر این است شرکت‌ها تمرکزشان را روی موارد دیگری بگذارند.

نظر شما درباره‌ی آینده‌ی صنعت فرش ماشینی ایران و جایگاه آن در دنیا چیست؟

در صنعت فرش ماشینی، مزیت رقابتی ما این است که برند فرش ایرانی را داریم و در دنیا، به عنوان یک کالای لوکس شناخته‌شده، طراح‌های فرش ما هم در فرش‌های کلاسیک و ریزبافت، بسیار قوی هستند. اما این بخشی از بازار است و تولیدکننده‌ی داخلی باید با دنیا هماهنگ شود. واردات فرش در ایران ممنوع است و تولیدکننده‌های داخلی با رانت، فرش خود را می‌فروشند، اما ما باید جهانی شویم. از نظر تکنولوژی باید به شرکت‌ها کمک شود که دستگاه‌های به‌روزرسانی استفاده شود، از طرف دیگر نیروهای متخصص باید با هم هماهنگ شوند که ایرادات را برطرف کنند. ما باید تیم‌هایی را داشته‌باشیم که سلیقه‌ی کشورهای مختلف را داشته باشند، از طرفی تکنولوژی تولید آن را هم داشته‌باشیم. اگر همه‌ی این‌ها در کوتاه‌مدت درست شود، جایگاه خوبی در صنعت فرش دنیا خواهیم داشت. اما اگر با همین فرمان جلو برویم، با توجه به اینکه بسیاری از طراحان داخلی با کشور ترکیه همکاری می‌کنند، ممکن است همین مزیت رقابتی را هم از دست بدهیم و بازاری که داریم، کوچک‌تر شود و فقط به بازار داخل ایران محدود شویم.

اتحاد و هم‌مدلی افراد مشغول به کار در این صنعت چگونه است؟

خیلی با هم هماهنگ نیستیم. تعداد شرکت‌ها زیاد است، در مورد قیمت‌گذاری‌ها، در این کسادی بازار قیمت‌های عجیبی به گوش می‌رسد که خیلی نهاد نظارتی هم نمی‌تواند کاری کند. اما بهتر است که هماهنگ‌تر شویم، اتحادیه هم داریم. اگر بخواهیم به هماهنگی نمره بدهیم، متوسط رو به پایین است.

در ابتدا خودتان را معرفی می‌کنید؟

بنده محمد مسعود صدوقی هستم، مدیرعامل شرکت پارس نقش کاشان که با برند فرش مینیاتور محصولاتمان را عرضه می‌کنیم. شرکت ما ده سال در حوزه بافت فرش فعال است. البته پدر و عموهای بنده سابقه‌ی سی و چند ساله در صنعت فرش داشته و از پیشگامان این صنعت هستند. من هم از کودکی با این صنعت ناآشنا نبودم و بعد از فارغ‌التحصیلی این شرکت را تاسیس کردم.



فرش مینیاتور چه تولیداتی دارد و چه هدفی را دنبال می‌کند؟

سعی کردیم کار ما از نظر سبک رنگ و نقش‌هایی که انتخاب می‌کنیم، به بازارهای صادراتی نزدیک و در این زمینه پیشرو باشد. طرح‌هایی که هم مورد پسند مشتری داخلی باشد و هم سلیقه‌ی مشتریان خارجی را تأمین کند.

از نظر کیفیت هم، محصولات شرکت خود را با شعار «به بهترین‌ها عادت کن» ارائه داده‌ایم. ادعای بهترین بودن نداریم اما تلاش کردیم بهترین کیفیت را داشته‌باشیم، حتی اگر قیمت تمام شده بالاتر هم برود و صرفه اقتصادی هم نداشته‌باشد، شعار کیفیت را همیشه مدنظر داشته ایم. در نظر سنجی‌ها هم معمولاً مشتریان از کیفیت برند ما راضی هستند.

با توجه به سوابقی که دارید، فکر می‌کنید عمده مشکلات حوزه فرش ماشینی به خصوص برای تولیدکنندگان چیست؟

ببینید در حوزه تولید فرش ماشینی، باید به‌طور مفصل درباره‌ی مشکلات تولیدکنندگان صحبت شود. هر قسمتی یک مشکلی دارد. از نظر نیروی انسانی چون در کاشان نرخ بیکاری کم است، متأسفانه کارگر ماهری که نیاز داریم، سخت‌تر پیدا می‌شود. در بحث مالی، بانک‌ها از نظر تزریق نقدینگی همکاری نمی‌کنند و سیاست‌های انقباضی مخصوصاً در سال‌های اخیر در پیش گرفته‌اند و منابع کمی اختصاص می‌دهند. در بخش صادرات، یکی از بزرگ‌ترین معضلاتی که داریم، بحث نرخ ارز است که ثبات قیمتی نداریم. از طرف دیگر، بحث رفع تعهد ارزی داریم که جریمه‌ی صادراتی را داریم. در تمام کشورها، برای کالاهای صادراتی تشویق صادراتی دارند، ولی ما جریمه‌ی صادراتی می‌شویم! ما بابت هر یک دلار، باید پولی به دلال بدهیم و برای رفع تعهد در سامانه‌ها، دلان، مبالغ بسیار عمده‌ای دریافت می‌کنند. این امر باعث می‌شود رغبتی برای صادرات نداشته باشیم و یا روش‌های دیگری را برای صادرات انتخاب کنیم که ارز آن از طریق کانال صرافی وارد می‌شود نه کانال واردات، چرا که در صنعت فرش امکان اینکه یک صادرکننده، واردکننده هم باشد، نداریم.

با توجه به همه‌ی این مشکلات، آیا شما به راهکاری برای حل این مشکلات، فکر کرده‌اید؟

ما در برهه‌ای خواستیم از بیت‌کوین استفاده کنیم، اما بسیاری از مشتریان یا نمی‌دانستند که بیت‌کوین چیست یا آن را یک روش ناامن می‌دانستند یا با روش‌های انتقال آن آشنا نبودند. بیت‌کوین مبحث ناشناخته‌ای در بین مشتریان فرش است. مشتریان فرش یک مقدار سنتی هستند و با بیت‌کوین ارتباط برقرار نمی‌کنند، به‌رحال مشکلاتی وجود دارد اما برای بحث صادرات ما از طریق صرافی‌ها، دلار را از طریق یک چرخه قانونی به صنعت باز می‌گردانیم. منتهی سیستم قانونی کشور، این سیستم صرافی را قانونی نمی‌داند و فقط ارز نیما را به رسمیت می‌شناسد. در صورتی که نرخ ارز صرافی را همه جا قبول دارند و طبق آن معامله انجام می‌دهند. ولی خوب سیستم قانونی کشور، ما را ملزم به استفاده از ارز نیما می‌کند که آن هم اختلاف بسیار زیادی دارد و معمولاً به‌صرفه نیست و عملاً چرخه‌ی صادرات را مختل می‌کند. به عنوان مثال ترکیه براساس نرخ ارز واقعی خودش، صادرات انجام می‌دهد، ما اگر بخواهیم با آن‌ها رقابت کنیم، باید نرخ ارز واقعی باشد، وگرنه نرخ فرسودگان بسیار بالا می‌رود و اصلاً نمی‌توانیم فرش بفروشیم. مجبوریم با نرخ صرافی بفروشیم و از همان طریق هم پولمان را برگردانیم. ساز و کارهایی که دولت برای برگردان نرخ ارز تدوین کرده، به نظر من خیلی ناقص است و اگر این ساز و کار درست شود، در رشد صادرات بسیار تأثیر می‌گذارد.



نماینده موسسه استاندارد OETI

استاندارد اروپا شمیر دو لبه است

احسان کریمی، نماینده منطقه‌ای انجمن بین‌المللی تحقیقات و آزمون‌ها در حوزه اکولوژی منسوجات و چرم OEK-TE و مرکز تحقیقات اکولوژی و فن‌آوری اتریش OETI در گفتگو با دوک درباره لزوم و عملکرد استانداردهای اروپایی در صنعت فرش ماشینی صحبت کرد.

در ابتدا کمی درباره کار این موسسه استاندارد اتریشی توضیح دهید

OETI اتریش یک موسسه تحقیقاتی و نوآوری صنعت نساجی و کفپوش است که یک بخش از کار آن ارائه استاندارد و گواهی‌نامه تخصصی این حوزه است. این موسسه که زیر نظر اتحادیه اروپا است، بیشتر کنترل کننده محصولات است که در اتحادیه اروپا توزیع می‌شوند. معمولاً شرکت‌هایی که به دنبال صادرات محصول خود به اتحادیه اروپا هستند باید استانداردهای اتحادیه اروپا را رعایت کنند. این موضوع توسط موسسات استاندارد که مورد تایید اتحادیه اروپاست کنترل می‌شود. این موسسات اعتباری دارند که استاندارد آن‌ها سندی برای اعتبار محصول است.

استاندارد بحث مهمی است و ما دچار دوگانگی هستیم یکی اینکه تولیدکنندگان درست یا نادرست قوانین استاندارد برایشان چالش و محدودیت ایجاد می‌کند و از طرفی بحث استاندارد اهمیت دارد، به عنوان متخصص نظر شما درباره این دوگانگی تولید کننده چیست؟

منشا اصلی استانداردها در کل دنیا، مصرف کننده‌ها هستند و معمولاً هیچ استانداردی نبوده که خود تولیدکننده تعیین کند. جایی که مصرف کننده توقع بالاتری از کیفیت دارد، تولیدکننده مجبور به رعایت استاندارد شده است. اینجا تعاریفی شکل می‌گیرد که یک زبان مشترک بین مصرف کننده و تولیدکننده است. استاندارد به نظر من مثل زبان بین‌المللی می‌ماند و وقتی تولیدکننده این زبان را بلد نباشد، در ارتباط به مشکل می‌خورد. به ویژه در بازار صادراتی که انتظارات و توقع مصرف کننده مشخص نیست، این چارچوب و تعاریف مدون شده، تحت عنوان استاندارد مطرح می‌شود.

به نظر شما استاندارد برای تولید کننده یک اجبار است؟

در کل دنیا تنها استانداردهایی که با سلامت مصرف کننده در ارتباط نزدیک است، اجباری است. شرکت‌ها در زمینه سلامت نسبت به مصرف کننده تعهداتی دارند و باید رعایت کنند. غیر از این تمام استانداردهای دنیا داوطلبانه است.

استاندارد چه منفعتی برای صادرکننده و تولیدکننده دارد که انگیزه ایجاد کند؟

در اینکه باید همه استانداردهای ایمنی رعایت شود شکی نیست، اما بعضی استانداردها، مثل استانداردهای محیط زیستی و... می‌تواند محصول شما را از رقبای متمایز کند و بازار بهتری داشته باشد. برای ارائه محصول به بازار اروپا الزامی وجود ندارد ولی نکته حائز اهمیت اینجاست که محصول تولیدکننده قرار است در کجا ارائه شود؛ فروشگاه‌های زنجیره‌ای، آمازون یا ایرانی‌ها و افغانی‌های مقیم در اروپا؟ بستگی دارد هدف شما در اروپا کجا باشد و چه کیفیتی مدنظر است.



چند درصد مصرف کننده نهایی یا شبکه‌های توزیع فائل به ارائه این استانداردها هستند؟

اگر بخواهیم ترکیه را با کشور خودمان مقایسه کنیم، شرکت‌های ترک تمامی استانداردهای اروپا را دریافت می‌کنند. چون شبکه اصلی توزیع کالا در اتحادیه اروپا که شامل فروشگاه‌های زنجیره‌ای و آنلاین شاپ‌ها هستند، محصول را با استاندارد اروپا می‌خواهند. اگر صادرکننده ایرانی به اروپا صادرات دارد و تا حالا این استانداردها را نداشته، یعنی به این شبکه توزیع کالا در اروپا وصل نشده است.

بحث دیگر در شرکت‌های ایرانی، گواهی‌نامه‌های ایزو است که بدون رعایت الزامات این گواهی‌نامه‌ها خریداری می‌شوند، آیا این گواهی‌نامه‌ها معیار رقابت با استاندارد هستند؟

متأسفانه این امر شایعی است و آگاهی نداشتن تولید کننده باعث این امر شده است. کاربرد گواهی‌نامه‌های و مجوزهای صوری، صرفاً تبلیغاتی است. خریداران هم از استاندارد درست و تفاوت با این گواهی‌نامه‌ها آگاه نیستند. خیلی از این گواهی‌نامه‌ها حتی به این محصول نساجی ارتباطی هم ندارند و صرفاً خریدار شده‌اند. ولی شرکت ارائه دهنده استانداردهای معتبر به صورت مرتب محصولات ارائه شده در بازار را کنترل کرده و در صورتی که منطبق بر ضوابط نباشد مجوز استاندارد آن شرکت را باطل می‌کند. اگر بازار ما برای فروش اروپا باز و بدون مشکل باشد، دریافت این استانداردها الزامی خواهد بود و آگاهی هم ایجاد می‌شود.

وقتی این استاندارد اتحادیه اروپا دریافت شد، چه الزامی وجود دارد که تولیدکننده آن را رعایت کند؟

فراواند ما از مواد اولیه و پروسه تولید کالا آغاز می‌شود و آخرین حلقه آن، محصول است. استانداردهایی که برای بازارهای اروپایی صادر می‌شوند همه «کیو آر کد» داشته و قابل رهگیری هستند. بر این اساس 25 درصد محصولات چک شده و چه بسا 10 درصد کل گواهی‌نامه‌ها به دلیل همین چک در طول سال باطل می‌شود. این شمشیر کاملاً دو طرفه است. محصولات دائم چک می‌شود و اگر خطایی باشد به اطلاع همگان می‌رسد و تبلیغات بسیار بدی برای شرکت می‌شود.

علی قدیریان:

تفاوت بیمه در ایران با دیگر کشورها پیشگرمی مقدم بر انعقاد قرارداد است.

قدیریان درباره سخت‌گیری شرکت بیمه هنگام پرداخت خسارت گفت: «همان‌طور که پرداخت حق بیمه برای بیمه‌گذار در هنگام انعقاد قرارداد سخت است به طور متقابل شرکت بیمه‌گر نیز در هنگام پرداخت خسارت سخت‌گیری‌هایی انجام می‌دهد که خسارت در چارچوب مفاد بیمه‌نامه پرداخت شود. اگر قیمت روز بیمه شود و مسائل ایمنی در شرکت رعایت شود، بیمه پرداخت می‌کند.»

این کاشناس بیمه درباره تفاوت بیمه در ایران و کشورهای توسعه یافته توضیح داد: «در کشورهای خارجی سخت‌گیری اولیه انجام می‌شود تا بیمه‌گذار اقدامات لازم برای پیشگیری را انجام شود و آنگاه قرارداد منعقد می‌گردد ولی در ایران نمایندگی بیمه صرفاً به دنبال انعقاد قرارداد است و نسبت به الزامات اولیه توجه لازم را ندارد. در این مورد متأسفانه عدم آگاهی باعث این مشکلات می‌شود. تولیدکننده زمان تهیه مواد اولیه و سواست زیادی انجام می‌دهد اما در هنگام خرید بیمه با چند کارشناس صحبت نمی‌کنند.»

قدیریان ضمن اشاره به خطر آتش‌سوزی در کارخانه‌های فرش از توجه به سیستم اطفای حریق گفت: «که بهسازی این سیستم را هزینه ندانید، کیسول اطفای حریق و سیستم اعلام حریق و هر آنچه در ایران موجود است را تعبیه کنید که پیشگیری از آتش‌سوزی خیلی بهتر است. در کنار آن از بیمه هم استفاده کنید.»

علی قدیریان از پیشگرمی فروش بیمه در کاشان است. قدیریان از سال 64 نمایندگی بیمه ایران داشته و در گفتگو با «دوک» به بررسی الزامات بیمه حوادث در شهرک‌های صنعتی پرداخت و گفت: «سرمایه یک صاحب صنعت بیش از آن که سرمایه شخصی تلقی شود، سرمایه ملی است. بیمه چتر حمایتی است که پشتیبان سرمایه ملی قرار گرفته است. البته این تحقق این موضوع در گرو رعایت مفاد بیمه‌نامه است. یکی از مهم‌ترین الزامات آن است که بیمه‌گذار سرمایه خود را بر اساس قیمت روز محاسبه کرده و بر همان اساس حق بیمه را پرداخت کند.»

قدیریان اطمینان داد راه‌هایی برای کاهش حق بیمه در نظر گرفته شده است که چنانچه بیمه‌گذار یک سری اقدامات پیشگیرانه انجام دهد از تخفیف‌های قابل توجه برخوردار خواهد شد. این کاشناس بیمه درباره ماده ده بیمه توضیح داد و افزود: «صاحب صنایع اگر سرمایه واقعی خود را بیمه کرده و بر اساس آن حق بیمه پرداخت کند، بیمه در هنگام حادثه کل خسارت بیمه‌گذار را جبران خواهد کرد. هرچند کارخانه به حالت اول برنمی‌گردد ولیکن حداقل کمی از تالامات روحی فرد کم خواهد شد. گاهی بیمه‌گذار سرمایه خود را کمتر عنوان کرده یا فقط مواد اولیه را بیمه می‌کند که در هنگام حادثه، خسارت مالی بالایی به بار خواهد آمد.»

GALVANIN



آبگیر الیاف - توو - کلاف



خشک کن الیاف - توو

تحولی جدید در خشک کردن الیاف و توو با هوای گرم و مزایای ذیل:

- کمترین مصرف برق (برای تولید ۶ تن فقط ۱۲ کیلووات و ۱۲ تن فقط ۲۰ کیلووات).
- استهلاک کم (برخلاف خشک کن های اشعه ای نیاز به تعویض لامپ که گران است ، ندارد).
- خشک کردن مغزالیاف و توو به حدی که رطوبت باقیمانده به راحتی به زیر ۲٪ میرسد.



آبگیر بوبین



خشک کن بوبین نخ

بهترین خشک کن با هوای گرم جهت خشک کردن بوبین نخ با مزایای ذیل:

- به هیچ عنوان باعث زرد شدن نخ های سفید و روشن نمیشود.
- استهلاک بسیار کم (برخلاف خشک کن های اشعه ای ، نیاز به تعویض لامپ که گران است ، ندارد).
- خشک کردن نخ در زمان کم و بهبود زیر دست نخ

۸۸۹۸۸۲۷۱-۸۸۹۶۴۸۸۴

GALVANIN

کامپانی گالوانین ایتالیا با نیم قرن تجربه تنها کامپانی سازنده کلیه ماشین آلات مدرن و اتوماتیک خطوط ذیل می باشد:

۱- کلیه ماشین آلات اتوماتیک جهت رنگرزی TOW (تبدیل خط رنگرزی الیاف قدیمی به خط نو)

دستگاه توزیع TOW در سبد، پرس، رنگرزی، آبگیر و خشک کن (خشک کن با کیفیت فوق العاده بالا و کمترین مصرف برق)

۲- کلیه ماشین آلات اتوماتیک جهت رنگرزی الیاف

سیستم بازکننده الیاف و پرکن الیاف در سبد، پرس، رنگرزی، آبگیر و خشک کن

۳- کلیه ماشین آلات اتوماتیک و مدرن رنگرزی بوبین

رنگرزی عمودی و افقی، آبگیر بوبین، خشک کن بوبین

۴- کلیه ماشین آلات کلاف رنگ کنی

رنگرزی، آبگیر و خشک کن کلاف



۸۸۹۶۴۸۸۴ - ۸۸۹۸۸۲۷۱





استاندارد تهران پاسخ می‌دهد:

نظارت واحدهای صنفی ضعیف است.



اگر محصول استاندارد لازم را نداشته باشد در گمرک گیر می‌کند و تولیدکننده ناچار است برای دریافت استاندارد اقدام کند. به گفته بخردی شرکت‌ها در بحث دیگری نیز با اداره استاندارد چالش دارند و زمانی است که برای صادرات محصول نیاز به ارائه استاندارد به نام برند صادراتی خود هستند. در این زمینه نیاز است تا شرکت برند را به نام خود ثبت کرده و سپس به اداره استاندارد درخواست دهد تا نام برند در استاندارد برچسب اضافه شود. رئیس اداره استاندارد کاشان، آمادگی خود را برای همراهی و مشاوره به تولیدکنندگان برای حل مشکلات صادراتی اعلام کرد.

اداره استاندارد کاشان به کمک نیروهای خود و شرکت‌های بازرسی همواره بر شرکت‌های تولید نظارت دارد و این نظارت‌ها به صورت بازدیدهای مرتب و تصادفی سرزده است ولی گلوگاهها بیشتر باید مورد توجه قرار گیرد. گلوگاهها یکی گمرک است و یکی هم واحدهای صنفی است. اگر واحدهای صنفی مشکلی در استاندارد داشته باشند، باید شکایتی به کاشان اعلام می‌شد. اما هیچ شکایتی برای نداشتن استاندارد برچسب به ما نرسیده است.»

پیش‌تر کارشناسان استاندارد تهران، مدعی شده بودند نظارت در کاشان کم است، اما بخردی دلیل این مشکل را نبود نظارت در واحدهای صنفی تهران می‌داند و معتقد است همان‌گونه که نظارت در مرحله تولید وجود دارد نظارت صنفی در تهران نیز باید جدی گرفته شود. براساس اطلاعی که به ما رسیده است خیلی از لیب‌ها در واحد صنفی جابجا می‌شود. به خاطر این است که نظارت جدی در واحدهای صنفی انجام نشده است. یک مورد مراجعه ناشی از نظارت‌های صنفی در تهران به کاشان ارجاع نشده است.

رئیس اداره استاندارد کاشان اجبار به ارائه استاندارد را از طرف واحدهای صنفی لازم دانست و افزود: «وقتی نظارت‌ها در واحد صنفی جدی گرفته شود عرضه‌کننده مجبور می‌شود به واحد تولیدی فشار بیاورد تا برای اخذ استاندارد اقدام کند. مثل صادرات محصولاتی است که مشمول مقررات استاندارد اجباری است.

غلامحسین بخردی معاون مدیرکل و رئیس استاندارد کاشان در گفتگو با دوک درباره استاندارد اجباری و اختیاری فرش ماشینی گفت: «استاندارد 1360 که «استاندارد برچسب» خوانده می‌شود، نشان‌دهنده ویژگی‌های فرش است و برای تولیدکنندگان فرش ماشینی اجباری است. در این استاندارد تراکم نخ و بود، شانه، جنس نخ و مشخصات فنی مشخص می‌شود. همزمان «استاندارد ویژگی‌های فرش» را داریم که اختیاری و تشویقی است. درج علامت استاندارد در روی فرش، مستلزم کسب استاندارد ویژگی «ها در صنعت فرش ماشینی است.

بخردی درباره چرایی اجباری نبودن استاندارد ویژگی‌ها افزود: «اگر اداره استاندارد بیش از حد سخت‌گیری کند تولیدکننده فرش ماشینی در رقابت با کشورهای دیگر مثل ترکیه و چین جا می‌ماند. انسان‌ها قانون‌گریز هستند و خیلی وقت‌ها نظارت‌ها باید جدی گرفته شود تا قانون را به نحو احسن اجرا شود. به نظر من «نظارت‌ها در منطقه کاشان مناسب است.

بخردی در خصوص حجم کار اداره استاندارد کاشان می‌گوید: «بیش از 80 درصد تولیدکنندگان فرش ماشینی و صنایع وابسته در منطقه کاشان، آران بیدگل و نطنز هستند و باید در این منطقه نظارت بیشتری باشد. کاشان بعد از منطقه قازی آنتپ ترکیه، بزرگترین منطقه فرش ماشینی در دنیا است.

سیدمحمد سبطینی، طراح فرش

سود ۳۶۰ میلیون، طرح ۱۸ میلیونی!

پای صحبت‌های سیدمحمد سبطینی، طراح فرش نشستیم تا از چالش‌های طراحی فرش در سال‌های گذشته و روند روبه‌رشد این هنر در صنعت فرش ماشینی بیشتر بدانیم.



پس چرا تولیدکننده هزینه نمی‌کند؟
یا به بهانه گران بودن طرح اختصاصی یا به بهانه امکان کمی کردن دیگر شرکت‌ها این کار را انجام نمی‌دهند. اما توصیه من این است که طرح غیراختصاصی سفارش دهند و برای ثبت آن طرح اقدام کنند. در این صورت اگر کسی کمی کند با پیگرد قضایی روبرو می‌شود و این واقعا برای تولیدکننده سودآور خواهد بود.

به نظر بعضی طراحان دیگر نوآوری در طراحی فرش دیده نمی‌شود، نظر شما چیست؟

نه اینطور نیست. ما در سال‌های اخیر نوآوری و خلاقیت خوبی در طراحی شاهد بوده‌ایم. اما ممکن است برای بعضی طرح‌ها نمی‌توان انتظار زیادی داشت. مثلا طرحی به نام افشان داریم که لچک و ترنج ندارد و گاهی حاشیه هم ندارد. اگر تعداد زیادی طرح افشان در بازار بافته شود نمی‌توان گفت نوآوری نشده، چون ماهیت طرح افشان همین است و سلیقه بازار است. این طرح افشان با نوآوری زیادی هم طراحی شده مثلا گل‌های ختایی، گل‌فرنگ، رزگل و... در طرح افشان داریم.

در ابتدا از هنر طراحی فرش و نقش آن در تولید فرش ماشینی بگوئید و چرا هنوز کمی کاری در طراحی فرش دیده می‌شود؟

ما و مدار طراحان گذشته خود هستیم و سعی می‌کنیم با تمام توان و انرژی و هنر خود طرح‌های جدیدی تولید کنیم. طی سال‌های اخیر کمی کاری طرح و نقشه در صنعت فرش ماشینی کمتر شده است. این موضوع ناشی از اتفاقات خوبی است که توسط مرکز تحقیقات فرش محقق شده و به نتیجه رسیده است. طرح‌ها به ثبت رسید و استفاده از کارهای دیگران و کمی جرمه و پیگرد قضایی دارد. البته بعضی طرح‌ها در شرکت‌های مختلف تکراری است ولی کمی نیست و به صورت غیراختصاصی طرح به تولیدکنندگان مختلفی به فروش رفته است.

دلیلی این تکرار طرح در برندهای مختلف چیست؟

شاید هزینه خرید یک طرح اختصاصی برای تولیدکننده بالا به نظر بیاید. اما اگر حساب کنیم ارزش مادی یک طرح فرش ماشینی که به صورت اختصاصی انجام می‌شود از هزینه‌هایی که در قسمت‌های دیگر فرایند تولید پرداخت می‌شود، بسیار کمتر است ولی سود آن قابل توجه است. با این وجود استقبال از طرح اختصاصی کمتر است و تولیدکننده ترجیح می‌دهد بیشتر از طرح‌های تکراری استفاده کند. هزینه خرد یک طرح اختصاصی که رنگ‌آمیزی و ساینده‌ی آن کاملا رعایت شده، شاید از هزینه یک باندرول که دور فرش می‌کشند کمتر باشد!

به عنوان مثال من طرحی پارسال ارائه دادم که به گفته تولیدکننده بعد از دو سال هنوز پرفروش‌ترین طرح شرکت است. طرحی که بالای 70 درصد تولیدات یک شرکت را به خود اختصاص می‌دهد. این به معنی تولید 630 تخته فرش ماشینی در ماه برای یک دستگاه فرش باقی است که حداقل 630 میلیون سود عاید تولیدکننده می‌کند. در صورتی که تولیدکننده برای این طرح غیراختصاصی تنها 18 میلیون تومان پرداخت کرده است.

پارس لجستیک صنعت


PARS LOGISTIC



سیستم‌های قفسه‌بندی


انبار فرش - انبار قطعات - انبار محصول




آدرس : 

کاشان - میدان جهاد - ورودی خیابان ایمان - محمود امینی نژاد

  @parslogistic

 www.parslogisticind.ir

 ۰۳۱۵۵۴۴۰۲۹۶ ۰۹۱۲۸۴۶۲۳۲۱ ۰۹۱۳۸۶۱۲۲۱۵



فرش کهنش

رویایتان را به نقش گره میزنیم

۱۰۰۰ شانه و ۱۲۰۰ شانه صد درصد اکریلیک

محصولی از شرکت دریافت ارم

+98 31-55588555
+98 31-55510555



@eram1200
@eram1000



ایران-کاشان-بلوار راوند-بلوار یزشک
نمایشگاه فرش کهنشان





سینا تاب کاشان



تولید کننده انواع نخ آکرلیک از نمره ۱۸ تا

۶۰ متریک (هایبالک و هیت ست شده)

افتتاح خط نازک ریسسی Zinser Saurer

دارای دو خط carding
و Tow to Tops



sinatab - spinning

۰۳۱ ۵۵۵۰ ۳۹۱۰

کاشان - شهرک صنعتی امیرکبیر - شکوفه ۵



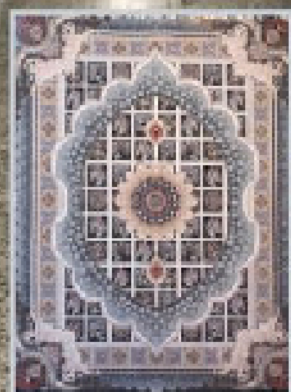
oliayetabriz - carpet

۰۳۱۵۵۵۰۳۹۱۰

کاشان - شهرک صنعتی امیرکبیر - شکوفه ۵

VanDeWiele HCPX۲

تولید کننده فرش ۷۰۰ شانه HCP ۱۰ رنگ تراکم ۳۰۰۰



SAURER.
Zinser

451

فرش اولیای تبریز



www.sinatab.com



یوپی اس

استابلایزر

فوسانات و بی برقی ها

با فرتانیک به سخته برقی دچار نشوید !!!



فرتانیک ارائه دهنده:

UPS (منابع تغذیه بدون وقفه)

استابلایزر

باتری

خدمات

آدرس دفتر فنی: گاشان ۹
بلوار مطهری، خیابان تربیت
مدیریت فنی: کشایی

TEL: 031-5558 3079

MOB: 0990 110 9390



شرکت فرجود تاور آسیا

گروه مهندسی فرتا



Forjod Tower Asia Engineering Co



شارژ انواع غلطک‌های چله

۱۵۰۰_۱۲۰۰_۱۰۰۰_۷۰۰ شانه

با مجهزترین
ماشین‌آلات
مستقیم / بخشی

۸-۷۷۶۰۷۷۶۰۵۴۷۶ ☎ ۰۹۱۳۱۶۱۴۰۷۴ 📞

📍 شهرک صنعتی هلال / بلوار غدیر

Sinatex

سیناتکس، نامی ماندگار

آدرس:

ایران - کاشان - شهرک سلیمان صباحی بیدگل
- بلوار شماره ۱ - بلوار سازندگی - پلاک ۲۱۸

همراه: 0913-161-3006

فکس: 031-547-51083

تلفن: 031-547-51082

وبسایت: www.sinatextile.ir

ایمیل: sinatexir@gmail.com