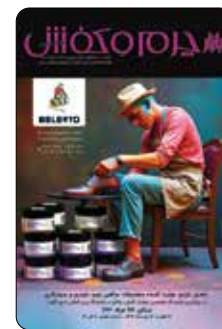


بازار چرم و کفش

ماهنامه اقتصادی-خبری، آموزشی، پژوهشی و اطلاع‌رسانی / شماره مجوز ارشاد: ۲۲۵۹-۱۲۵ / دی ۱۴۰۳
شماره استاندارد بین‌المللی: ۰۹۸۰-۱۷۳۵ / شماره ۲۳۱ / قیمت ۵۰۰۰ تومان

۲	سخن سردبیر	نمایشگاه صنعت کفش ایران و غرور ملی
۳	گفت‌وگو	خرداد ۸۶ اولین نمایشگاه چرم و کفش مشهد
۴		بزرگترین نمایشگاه تخصصی کفش ایران نماد خودباوری و اقتدار در تولید ملی
۶		شوک ارزی به تولیدکنندگان زیره و کفش...
۸	اخبار	اخبار داخلی
۱۰	پسند روز	بوت آگ چه مشخصاتی دارد
۱۳	فناوری	صندل باکیفیت
۱۶	آموزش	دانشتنی‌های کسب‌وکار بیمه اختیاری، اجاره و سرقتی
۱۷	پسند روز	گل‌های رنگارنگ
۲۵		عمر آنجل پرز
۲۶	تاریخچه	پای‌پوش قاجار
۲۸	آموزش	اندازه‌گیری و شکل‌دهی پاشنه
۳۰		ابزار و وسایل ضروری کفش‌دوزی و ساخت کفش چرم
۳۳		آموزش آنلاین به اندازه آموزش حضوری موثر است
۳۶	نمایشگاه	اصول شرکت در نمایشگاه
۳۹		وبسایت برندهای کیف، کفش، چرم و لوازم جانبی
۴۰		برنامه نمایشگاه‌های چرم و کفش



توزیع در سراسر ایران و خارج از کشور

مدیر مسئول و صاحب امتیاز
امیر هوشنگ وطن دوست

سردبیر و مدیر اجرایی
حمید نصیری

تحریریه
حسن سلاطینی
بهار کدخدا زاده

بازرگانی
بهرام مرادی
رویا طهماسی
فائزه بابازاده
محمدطاهای حمزه قره‌بلاغ

روابط عمومی
پریسا مهدوی‌فر

عکاس و گرافیک
راضیه جانباز

چاپ:
آفرنگ



اینستاگرام

@charm_kafsh_magazine

bazarcharmokafsh

بازار چرم و کفش مجله ای است مستقل که به هیچ نهاد
و یا انجمنی وابسته نیست.

بازار چرم و کفش در پذیرش و ویرایش مطالب آزاد است.
مقالات مندرج لزوماً نظر گردانندگان مجله نیست.
استفاده از مطالب بازار چرم و کفش در سایر نشریات
با ذکر ماخذ مجاز است.

نشانی: تهران، میدان سپاه، خیابان باباخانلو(سرباز)
کوچه وهمنی، پلاک ۱۲، واحد ۳

کد پستی: ۱۶۱۹۶۸۵۴۱۴

تلفن:

۰۲۱ - ۷۷۶۲۸۰۸۷ و ۷۷۵۳۶۵۹۲

www.leatherandshoe.ir
charm.kafsh@gmail.com

عضویت رایگان دریافت مجله الکترونیکی بازار چرم و کفش

برای دریافت نسخه‌های الکترونیکی مجله، عدد ۴ لاتین را

به شماره ۰۲۱-۷۷۶۲۸۰۸۵ پیامک نمایید

ما همیشه و همه جا با شما همراهیم

■ حمید نصیری

نمایشگاه صنعت کفش ایران و غرور ملی

به یقین هدف تمامی مسئولان و برگزارکنندگان نمایشگاه صنعت کفش ایران، جدیت برای برگزاری بهتر و باشکوه‌تر این نمایشگاه نسبت به سالیان قبل خود می‌باشد، باید توجه داشت که با برپایی حدود ۶۰۰ غرفه و گستردگی تبلیغات و اطلاع‌رسانی برای حضور بازدیدکنندگان تخصصی شاید نقص‌هایی کوچک دیده شود.

آنچه که به شما فعالان و تولیدکنندگان بزرگوار و شریف صنعت کفش و کیف یادآور می‌شوم این است که؛ مسئولان این نمایشگاه از ابتدا شعار باهم رشد کنیم را به عنوان پیام خود برگزیدند و این نمایشگاه را گامی به سوی آینده صنعت کفش کشور می‌دانند. جواد شعبان‌زاده ریاست این نمایشگاه بارها در سخنان خود به صراحت بیان کرده است: که اگر قرار بر این است که رشد کنیم، همه باهم رشد و ترقی پیدا خواهیم کرد.

همچنین مسئولان این نمایشگاه با تبلیغاتی که در دیگر کشورها داشته‌اند و دعوتنامه‌هایی که برای میزبانی از تجار کفش و صنایع چرمی ایران و دیگر کشورها ارسال کرده‌اند، می‌خواهند نقشی ۴ روزه از غرور ملی ایران و صنعت کهن کفش و چرم ایران را به نمایش گزارند. پس چه بسا که همه در آن سهیم و به دور از حواشی امیدوار به رسیدن روزهای خوب باشیم.

■ نشریه بازار چرم و کفش از اولین سال برگزاری نمایشگاه صنعت کفش که در قم برگزار می‌گردید و تا به امروز که هشتمین دوره آن در نمایشگاه بین‌المللی شهر آفتاب برگزار خواهد شد در همه این سال‌ها حضوری فعال و پررنگی داشته است. شاید در آن سال‌ها که این نمایشگاه در کنار فرمانداری قم و در سالنی کوچک برگزار می‌گردید کسی به ذهنش خطور نمی‌کرد که بعدها این نمایشگاه در وسعتی بسیار بزرگ و پهناور مطابق و یا نزدیک به استانداردهای جهانی برپا می‌گردد.

در همه این سال‌ها انجمن کفش قم نقش پررنگ خود را هم در عرصه برپایی نمایشگاه و هم در اتحاد بین تولیدکنندگان شهر قم و تولیدکنندگان دیگر استان‌ها و حتی تشکل‌ها به خوبی ایفا کرده که به حق جای تحسین دارد.

آنچه که باید به آن اذعان کرد این است که برپایی نمایشگاه صنعت کفش ایران با مشارکت بیشتر از ۶۰۰ واحد تولیدی گوی سبقت را از تمامی نمایشگاه‌های صنعت چرم و کفش در ایران ربوده است.

باتوجه به درخواست کلان برای حضور در این نمایشگاه و بضاعت کم سایت نمایشگاه قم در میزبانی از تعداد کثیر غرفه داران و بازدیدکنندگان امسال این نمایشگاه در مرکز نمایشگاهی شهر آفتاب برگزار می‌شود.

خرداد ۸۶

اولین نمایشگاه چرم و کفش مشهد



■ حمید نصیری

در گرما گرم روزهای برگزاری ۱۵ دوره نمایشگاه کفش و چرم مشهد سعادت‌ی دست داد تا با محسن قیصری اولین مجری و برگزارکننده نمایشگاه مشهد دیداری گرم و صمیمی داشته باشیم. وی با چهره ای همیشه بشاش حامی مطبوعات تخصصی صنعت بوده است و همکاران ما در نشریه طی سال‌ها فعالیت و برگزاری نمایشگاه مشهد خاطراتی زیبا از همکاری با او به خاطر دارند. فرصت را مغتنم شمردیم تا با او در خصوص تجارب گذشته برگزاری نمایشگاه و اهمیت آن به گفت و گو بشینیم:

یک نظر دروازه صادرات به کشورهای آسیا میانه و افغانستان بشمار می‌آید.

و اینکه چه عاملی را موجب یک نمایشگاه موفق میدانید؟

از نظر من دخالت نکردن تشکل‌ها در برگزاری نمایشگاه بحث مهمی است، تشکل‌ها باید به حیطة کاری خود بپردازند و اتحادیه‌ها به اعضای خود رسیدگی کنند همه‌ی این سازمان‌ها و نهادها باید بازو و چرخ برگزارکننده نمایشگاه‌ها باشند و به کمک آن بیایند و نه آنکه خود مستقیماً بر روی آن فشاری متحمل شوند.

همکارانی همچون آقای اسماعیل شجاع اگر در خاطر داشته باشید در تاسیس و برگزاری نمایشگاه تهران خیلی زحمت کشیدند ناامید کننده است که دیگر از ایشان یاد نمی‌شود.

بخشی از جواب این سوال را آقای جواد شعبان‌زاده به صورت عملی جواب داده‌اند ایشان وقت زیادی برای برگزاری نمایشگاه قم و صنعت کفش ایران می‌گذراند، خوب است نامی از این همکاران پرتلاش هم برده شود.

به نظر من برگزارکننده نمایشگاه تا حداقل یک سال قبل باید برای نمایشگاه برنامه‌ریزی کنند و قراردادهای خوبی نوشته شود. از نظر من برای برگزاری یک نمایشگاه موفقیت آمیز، تشکل‌ها باید به کمک برگزارکننده‌ها بروند و حداقل به مدت هشت ماه قبل در مورد بازدیدکنندگان، چیدمان غرفه، دعوت از میهمانان خارجی، روز افتتاحیه و نظیر این موارد بحث و برنامه‌ریزی شود و در کشور یک شهر را انتخاب کنند و هزینه‌ها را به صورت واحد در آن شهر سرمایه گذاری کنند. در آن صورت شما شاهد پیشرفت چشمگیر این نمایشگاه به صورت داخلی و خارجی خواهید بود.

و در آخر نظرتان در مورد برگزاری تعداد زیاد نمایشگاه‌های تخصصی در حوزه چرم و کفش چیست؟

الحمدلله امروزه آنقدر تولیدکنندگان بزرگ شدند و صنعت رشد چندانی داشته که به اعتقاد من ما باید بیاییم در سطح کشوری به صورت واحد یک نمایشگاه را برگزار بکنیم نه آنکه در هر شهری هر ماه یک نمایشگاه تخصصی داشته باشیم.

اولین دوره نمایشگاه مشهد در چه سالی برگزار شد؟

اولین نمایشگاهی که در مشهد برگزار شد در خرداد ماه سال ۱۳۸۶ بود. یکی از دلایل اینکه ما نمایشگاهمان در ابتدای سال برگزار شد و تا آخرین دوره که دهمین و یازدهمین نمایشگاه را برگزار کردیم. از طرفی بنا به درخواست همکاران و بیشتر به این دلیل بود، که تولیدکنندگان کیف و کفش و محصولات چرمی در همان ابتدای سال با فعالان و تامین کننده مواد اولیه‌ی این صنف قرارداد می‌بندند که تا اواخر سال مواد اولیه آنها را تامین شود.

چه عاملی اندیشه برگزاری نمایشگاه را در ذهنتان بارور ساخت؟

یکی از عواملی که بعد از تحقیقات شخصی خودم به آن پی بردم و باعث شد تحول فکری در من ایجاد شود آن بود که در همان ابتدا بزرگان این صنعت در شهر مشهد قبل از آنکه تولیدکننده و دبغ خوبی باشند در حوزه فرآوری چرم در واقع تاجران ماهر و زبردستی در صادرات کرک و پشم که همان چرم سبک است بودند که این موضوع به شدت برای من جالب بود. و البته پیشنهادهای مختلفی هم به بنده برای برگزاری همچنین نمایشگاهی شد تا این نمایشگاه برگزار گردد.

برگزاری نمایشگاه مشهد چه ضرورتی داشت؟

در ابتدا بگویم یکی از دلایل بسیار مهم که باعث رونق صنعت دبغی مشهد شد همانطور که اشاره کردم فن آماده سازی پوست و چرم است که در گذشته پدران ما انجام میدادند تا به این نسل که این صنعت اینگونه موفق باشد و بدرخشد، وجود بزرگ ترین کشتارگاه صنعتی کشور که در روز شش هزار کشتار دام سبک دارد خودش تامین کننده مواد اولیه در صنعت دبغی باشد نیز به گسترش این صنعت کمک بزرگی کرد در واقع پیرو اتفاقات خوبی که در حوزه مواد اولیه افتاده بود و ورود سالانه بیست میلیون زائر در مشهد و بیش از ۷۰٪ هتل‌های ایران که در مشهد فعالیت می‌کنند و همچنین وجود فرودگاه بین المللی مشهد همه و همه ضرورت برگزاری نمایشگاه مشهد را ایجاب میکند و همچنین مشهد نیز از

در گفتگو با جواد شعبان زاده، رییس نمایشگاه تخصصی صنعت کفش ایران بزرگترین نمایشگاه تخصصی کفش ایران نماد خودباوری و اقتدار در تولید ملی



■ هوشنگ صدفی

جواد شعبان زاده، را کمتر کسی در حوزه صنعت کفش کشور نمی‌شناسد، تجربه راه اندازی نمایشگاه های هفت دوره گذشته توسط انجمن صنایع کفش قم، فرصت خوبی را برای شناسایی این تشکل صنفی صنعتی در استان قم و سراسر کشور رقم زده است. به گفته خودش ۴۵ سال دارد که ۲۷ سال آن را در کنار زنده یاد پدرش، صرف تجربه اندوزی در حوزه تولید کفش در استان قم کرده است. او علاوه بر ریاست انجمن صنایع کفش قم، عهده دار ریاست برگزاری بزرگترین نمایشگاه تخصصی صنعت کفش در سطح ملی و بین المللی، عضویت هیئت مدیره جامعه صنعت کفش ایران و ریاست کمیسیون صادرات صنعت کفش را داراست. هر چند تا شناخته شدن برند این نمایشگاه تخصصی در فضاهای عمومی صنعت کفش جهان، فرصت زیادی پیش رو هست اما با این وجود جسارت تیمی همکاران فعال صنعت کفش قم در این میان ستودنی است. با او در باره چالش ها، موفقیت ها و همدلی تولیدکنندگان کفش در راه اندازی بزرگترین نمایشگاه تخصصی صنعت کفش، گپ و گفتی داشته ایم که در آن پابدها و نبایدهای راه اندازی نمایشگاه ملی و بین المللی کفش، تسهیلات پیش رو نمایشگاه کفش ایران و روش های تبلیغاتی را بر شمرده است. توجه مخاطبان صنعت کفش را به این گفتگوی چالشی و تخصصی جلب می کنیم:

دوره ششم و هفتم با جذب مخاطبان خاص صنعت کفش از تولید کننده، توزیع کننده، تشکل های صنعتی، صنفی، کارشناسان حوزه صنعت کفش و بنکداران خاص، نمایشگاه تخصصی را در قم رقم بزینیم.

منظور از نمایشگاه تخصصی صنعت کفش و مخاطبان خاص چیست؟

ببینید در ذات نمایشگاه دیدن یک وجهه مشخص برای بازدیدکنندگان عام و خاص هست هر چند در صنعت تخصصی کفش، مراجعه بازدید کننده عام تاثیری در روند تولید و توزیع نخواهد داشت بنابراین با شناسایی دقیق تولید کنندگان و توزیع کنندگان کفش در استان های کشور در حوزه تولید کفش به تفکیک انواع تخصصی پای پوش در زمینه چرمی، صندل، طبی، پرسنلی، اداری، ورزشی، ایمنی، زنانه، مردانه، مجلسی توانستیم اطلاعات مناسبی را دسته بندی کنیم.

در برخی از شهرها صنعت کفش برند و جایگاه تخصصی در صنعت دارند از این رو به دلیل سبقه تولید، ساختار و موقعیت صادراتی آنها در تلاش بودیم فارغ از رقابت های پنهان و آشکار همکاران صنف اقتدار صنعت کفش ایران را در سطح بین المللی به چالش بکشیم.

پیدایش نمایشگاه صنعت کفش قم به چه دوره ای بر می گردد؟ برای راه اندازی نمایشگاه های صنعت کفش چه اهدافی داشتید؟

حدود ۱۰ سال پیش کلید راه اندازی نمایشگاه های صنعت کفش در فضای محدودی رقم خورد، آرام آرام با کسب تجربه و ایجاد اعتماد در بین همکاران صنعت کفش، توانستیم جایگاه نمایشگاه صنعت کفش را در استان قم و سراسر کشور تثبیت کنیم. استفاده از تجربیات پیشکسوتان صنعت کفش و هیات مدیره سابق انجمن صنایع کفش قم، عامل موثری در پیشبرد اهداف نمایشگاهی بوده است. هر چند با تغییرات هیات مدیره انجمن صنایع کفش قم رویکرد نمایشگاه با هم اندیشی اعضای این صنعت تا حدودی تغییر داده شد به گونه ای که نمایشگاه صنعت کفش قم پوست اندازی کرد و با برگزاری ۷ دوره مستقل با همیاری اعضای صنف، تجربیات گرانقدری کسب کردیم.

با فراگیری بیماری کرونا، مدتی برپایی نمایشگاه قم به تعویق افتاد، اما در سال ۱۴۰۲ مدل شرکت کنندگان و بازدید کنندگان نمایشگاه صنعت کفش را تا حدودی تغییر دادیم. از سوی دیگر با دعوت از تجار موثر در توزیع کفش در داخل و خارج و شناسایی فرصت های درست بازاریابی و صادراتی توانستیم در

جایگاه استان قم در زمینه تولید و صادرات کفش در ایران چگونه است؟

با توجه به اینکه استان قم قطب تولید انواع کفش‌های ماشینی می‌باشد و عمده تولیدکنندگان استان به صورت صنعتی کار می‌کنند این استان سهم ۷۰ درصدی صادرات را به خود اختصاص داده است. از این رو از قم به عنوان ترمینال صادراتی صنعت کفش نام می‌برند.

فارغ از هرنوع توانمندی استان قم در تولید و صادرات کفش‌های ایرانی، به این باور رسیده‌ایم که در دوره هفتم یا به عبارتی در دوره نخست نمایشگاه تخصصی کفش ایران، بنا به انتظارات حاصله از باز خورد های فعالان این صنعت در نمایشگاه دوره ششم قم، با نگاه ملی و بین‌المللی به صنعت کفش ایران بپردازیم.

بنظر شما تجربه راه‌اندازی نمایشگاه دوره ششم و هفتم قم در شکل گیری این نمایشگاه تخصصی در سطح ملی و بین‌المللی موثر بوده است؟

بی‌گمان رضایت حاصله دوستان شرکت‌کننده در نمایشگاه‌های دوره ششم و هفتم، انگیزه مضاعفی را برای راه‌اندازی این دور از نمایشگاه تخصصی ایجاد کرده است. در سال ۱۴۰۱ با تبلیغات دشمنان و تبلیغ ایران‌هراسی، دل را به دریا زدیم و با فراخوان از تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و تجار تخصصی صنعت کفش با امکات رفاهی رایگان برای تجار کفش خارجی، زمینه سفر، اقامت و بازدید رایگان در شهر قم در سایت نمایشگاهی را فراهم کردیم.

چه شد که تهران را به عنوان سایت نمایشگاه تخصصی صنعت کفش انتخاب کردید؟

بازدید ۴۰ هزار مخاطب خاص نمایشگاه دوره ششم صنعت کفش قم، این جرقه را در ذهن ما زد که می‌توان از پتانسیل نمایشگاهی تهران با ظرفیت ۴۰ هزار مترمربع سایت نمایشگاهی شهر آفتاب بهره برد و حجم وسیعی از مخاطبان خاص را برای هم‌اندیشی و نمایش اقتدار صنعت کفش ایران را دور هم جمع کرد، بنابراین با شناسایی مراکز تولید در ۲۴۰ شهر ایران و ۳۲ استان کشور، هم‌صنفاں پرتوان و تلاشگر صنعت کفش را با ارسال دعوت‌نامه دورهم جمع کنیم. بنابراین از بین ۷۶۰ تقاضای مشارکت برندها در نمایشگاه تخصصی صنعت کفش ایران، تاکنون برای ۵۹۶ برند خاص جانمایی کرده‌ایم و در تلاش هستیم تا با افزودن به فضای نمایشگاهی در شهر آفتاب، برای سایر شرکت‌کنندگان در نمایشگاه هم‌جانمایی کنیم. ما برای تجار خارجی و تاجران توانمند ایرانی در صنعت کفش جایگاه خاصی در نظر گرفته‌ایم، اقامت رایگان، جا به جایی از فرودگاه یا محل اقامت به نمایشگاه، پذیرای مهمانان خارجی و داخلی هستیم تا با شکل‌گیری دورهمی‌های تخصصی، فرصت اقتصادی برای سایر همکاران توانای صنعت کفش ایران شکل گیرد.

سایت نمایشگاهی شهر آفتاب، سایت بزرگ نمایشگاهی است که ۴ برابر فضای نمایشگاهی قم هست با این وجود در تکاپوی هستیم تا فضای سایت شهر آفتاب را به ظرفیت‌های بیشتری افزایش دهیم.

خوشبختانه تشکل‌های صنفی صنعت کفش همدلی و همیاری خوبی را آغاز کرده‌اند که مدیون محبت و نگاه همدلی آنها هستیم گذشته از آن نشان ملی صنعت کفش ایران، محور خوبی برای شکل‌گیری این نمایشگاه تخصصی است. هم‌اینک با قوت می‌توانیم ادعا کنیم تولیدکنندگان کفش ایران بعد از سه کشور

چین، ترکیه و ایتالیا نگاه ویژه‌ای نسبت به صنعت کفش دارند هرچند در زمینه قالب و یراق آلات کفش دچار خلا هستیم اما اقدامات خوبی در پیش رو هست تا بتوانیم فضاهای خالی صنعت کفش را به نحوی پر کنیم.

درباره تبلیغات خاص نمایشگاهی چه کرده‌اید؟

خوشبختانه این دوره از نمایشگاه به صورت تخصصی برگزار می‌شود بنابراین با شناسایی آیتم‌های تبلیغاتی تخصصی از جمله مجلات صنعت کفش، تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان صنعت کفش با ارسال دعوت‌نامه توانستیم برای مشارکت و حضور، نظر آنان در نمایشگاه را جلب کنیم. خوشبختانه تاکنون با همیاری و مشارکت وزارت صمت، امور خارجه، شهرک‌های صنعتی، سازمان توسعه تجارت، رایزن‌های اقتصادی سفارت‌خانه‌های ایران در خارج کشورهای هدف صادرات کفش و تجار صاحب نام خارجی را شناسایی کنیم. در بحث دعوت از تجار خارجی براساس مدل اعتماد و رویداد تخصصی کفش در ایران توانسته‌ایم نگاه بیشتر آنان را به خود جلب کنیم. البته قصد نداریم رویداد بزرگترین نمایشگاه تخصصی کفش ایران را در فضاهای عمومی تبلیغ کنیم به همین خاطر در ورودی نمایشگاه مانع از حضور بازدیدکنندگان عام خواهیم شد مخاطبان خاص نمایشگاه با دعوت‌نامه به این نمایشگاه دعوت می‌شوند بنابراین ورود بازدیدکننده عمومی به فضای نمایشگاهی صنعت کفش ممنوع هست.

آینده بازار کفش و برگزاری نمایشگاه‌های صنعت کفش را چگونه می‌بینید؟

به تعبیر امروزی «سفره حرمت می‌آورد» در طول این مدت با توجه به دورهمی هم‌صنفاں، اندیشیدن برای آینده صنعت کفش، کم‌کم تجربه کارهای تیمی را با هم پیش می‌بریم هرچند ما ایرانی‌ها، تجربه خوبی در زمینه کارهای تیمی نداریم اما خوشبختانه در طی این مدت با هم‌اندیشی نسل جوان صنعت کفش قم، در گروه‌های ۱۰ الی ۱۵ نفره و گپ و گفت‌های متعدد این همدلی و همبستگی تاحدی حاصل شده است.

ناگفته نماند اعتماد به جوانان خلاق و صنعتگران خوش‌فکر در ارتقا کمی و کیفی نمایشگاه‌های گذشته و حال بی‌تاثیر نبوده است. هم‌اینک دست‌های صنعتگران کفش ایرانی، به هم‌گره خورده لذا در تکاپو هستیم با رعایت حق پیشکسوتان صنعت و تجربه اندوزی جوانان از برندهای صاحب نام، سازو کار شرکت‌کنندگان نمایشگاهی را به گونه‌ای در سایت نمایشگاهی شهر آفتاب بچینیم تا برندهای کوچک از آنها الگو و تجربه بگیرند. الحمدلله کارهای مشارکتی در صنعت کفش رقم خورده و حاصل این نشست و برخاست‌ها، منجر به راه‌اندازی «بزرگترین نمایشگاه تخصصی صنعت کفش ایران» شده است. فضای مخفی کاری یا کپی برداری از همدیگر با نگاه منفی و تخریبی از بین رفته لذا با مدل فرصت‌سازی برای همدیگر، توانستیم فضای مثبتی را درانجمن کفش قم رقم بزنیم. هم‌اینک برای بخش‌های مختلف نمایشگاه تیم‌های مستقلی شکل گرفته که کارها را با همفکری هم‌پیش می‌برند. امیدوارم برپایی این نمایشگاه فرصت خوب صادراتی و بازاریابی مناسب را در اختیار فعالان صنعت کفش ایران قرار دهد. البته با وجود تلاش‌های صورت گرفته در نمایشگاه‌های قبلی در قم و نمایشگاه‌بین‌المللی شهر آفتاب تهران، همیشه به فکر افزایش کیفیت سطح نمایشگاه‌های صنعت کفش بوده‌ایم تا با بهره‌گیری از تجربیات پیشکسوتان صنعت کفش و اعتماد به جوانان خلاق و مستعد، سطح کیفی نمایشگاه‌ها را ارتقا دهیم.

شوک ارزی به تولیدکنندگان زیره و کفش...

■ هوشنگ صدقی

ساعت ۱۰ صبح اول زمستان سال جاری باغ سپهسالار، کوچه جابرزاده، دیبا، یاسری، مصدقی و مصباح آن شور و شوق سابق را ندارد. اغلب مغازه‌ها یا تعطیلند یا هنوز صاحبان آنها مغازه‌ها را باز نکرده‌اند البته زمستان صرفاً عامل کسادبازاری نیست، شوک قطع ارز نیمايي از سوی بانک مرکزی، همه شهروندان از جمله کسبه عمده و جز بازار زیره و کفش را به محاق برده است. تحریم‌های تحمیلی اقتصادی از یک سو، کاهش قدرت خرید مردم در تامین الویت‌های کفش و پوشاک منجر شده که تولیدکنندگان زیره، زمستان سال ۱۴۰۳ را سیاه بهار سال ۱۴۰۴ اقلمداد کنند. چرا که تدارک تولید و توزیع کفش‌های بهاره با افزایش قیمت مواد اولیه زیره از جمله مواد پی‌یو، ترمو، پی‌وی‌سی و غیره می‌تواند در افزایش قیمت مصرفی کفش موثر باشد. به همین منظور با برخی از تولیدکنندگان زیره کشور به گفت‌وگو پرداختیم تا با انعکاس آن متولیان صنعت و اقتصاد برای تولیدکنندگان زیره و کفش و مصرف‌کنندگان واقعی چاره‌اندیشی کنند.

دارم با نگارش مطالب انتقادی صدای تولیدکنندگان را به گوش مدیران وزارت صمت و اقتصادی برسانند. چرا باید در شرایط فعلی تیراژ زیره کارگاه ما از ۴۷۰ هزار تولید در سال ۱۴۰۲ به تیراژ ۲۳۰ هزار کاهش پیدا کند. این نزول تیراژ در اشتغال کارگران، هزینه‌های تولید و غیره ناترازی‌هایی را به دنبال دارد که در آینده منجر به توقف تولید زیره خواهد شد.

ازسویی دیگر با وجود قطع برق و گاز، اخیراً تعرفه‌ای تحت عنوان ترانزیت برق به تعرفه‌های مصرف انرژی افزوده شده که بر قیمت تمام شده محصول در کارگاه‌های تولیدی، تاثیرگذار خواهد بود!

کامبیز عراقی، از تولیدکنندگان زیره و صاحب برند کابانی نیز با اشاره به افزایش قیمت مواد اولیه در بازار می‌گوید: با وجود شوک قیمتی در بازار مواد اولیه، هنوز خرید نداشتیم با این حال زیره‌های تولیدی قبلی را به همان قیمت به تولیدکنندگان کفش ارایه می‌کنیم، انصاف نیست در شرایط موجود



با افزایش نابهنگام قیمت زیره به تولیدکنندگان کفش شوک وارد کنیم.

ما در حوزه تولید زیره زنانه و بچگانه با محصولات پی‌یو، ترمو، لاستیک و پی‌وی‌سی با سایر همکاران فعالیت داریم. تولیدکنندگان کفش نقدینگی لازم برای خرید زیره را ندارند بنابراین اغلب زیره‌ها را به صورت چکی و مدت‌دار عرضه می‌کنیم. متأسفانه افزایش قیمت ارز و حذف ارز نیمايي منجر به کاهش تولید کفش و زیره می‌شود.

وی افزود: «در شرایط موجود هر جفت زیره زنانه بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان به کفایش عرضه می‌شود طبعاً اگر سایر هزینه‌های تولید از جمله چرم، پستایی و غیره را به آن بیافزاییم، هزینه تمام شده کفش، بیش از اندازه قدرت خرید مصرف‌کننده می‌شود.

پیشنهادم این است که دولت با ارایه سوبسیدهای پنهان هم چنان از تولید زیره و کفش حمایت کند، بخصوص که بخش اعظم مواد اولیه تولیدکنندگان زیره از پتروشیمی‌های داخلی تامین می‌شود. بنظرم اگر دولت در وضعیت تولید زیره و کفش مداخله نکند اتحادیه‌های صنفی توان لازم برای سیاست‌گزاری و کاهش

سیدحسین شکر آبی، یکی از تولیدکنندگان زیره و صاحب برند آرسین پوش درباره افزایش نابهنگام قیمت مواد اولیه و تاثیر آن در بازار زیره و کفش می‌گوید: در عرض یک ماه اخیر (آذرماه) قیمت نقدی مواد اولیه پی‌یو قریب ۳۰ هزار تومان افزایش یافته است ما که در حوزه زیره کفش زنانه فعالیت داریم متوجه هستیم که آنالیز قیمت‌های دیگر از قبیل مصرف‌رنگ، سیلیکون و سایر عناصر تولید زیره می‌تواند در قیمت تمام شده یک جفت زیره ناقابل زنانه تاثیر منفی در عرصه تولید و توزیع کفش زنانه داشته باشد.



به باور من این شوک اقتصادی در هنگامه تولید کفش‌های بهاری فاجعه است فقط در عرض ۱۰ روز مواد اولیه کیلویی از ۱۰۹ هزار تومان به ۱۵۰ هزار تومان افزایش یافته است. وی افزود: «در شرایط حاضر بخشی از حساب‌های مدت‌دار ما پیش‌کفاشان به دلیل فروش غیرنقدی گیر کرده بنابراین نه تنها ما تولیدکنندگان زیره از این تصمیم لحظه‌ای بانک مرکزی شوکه شدیم بلکه باغ سپهسالار که مرکز بنکداران زیره و کفش هست یکه خورده‌اند! با یک حساب سرانگشتی قیمت تمام شده کفش و زیره بالاتر از ۲ میلیون تومان خواهد شد از این رو انتظار نباید داشت که مصرف‌کنندگان تمایلی به خرید کفش‌های عید داشته باشند. سیدحسین شکر آبی، با اشاره به حداقل حقوق کارگران و کارکنان دولتی تصریح می‌کند: «هم‌اینک کارگران با دستمزد و مزایا حدود ۹ الی ۱۰ میلیون تومان دریافتی دارند کارکنان دولتی هم بین ۱۱ الی ۲۰ میلیون تومان با مزایای جانبی حقوق دریافت می‌کنند در شرایط فعلی افزایش نرخ ارز، اگر یک خانوار ۴ نفره بخواهند کفش بخرند حداقل یک سوم یا بیشتر حقوق آنان صرف خرید کفش خواهد شد طبعاً نباید انتظار داشته باشیم که کفش جزو الویت‌های خانوارها قرارگیرد!

متأسفانه اغلب روسای اتحادیه‌های کفش را بنکداران کفش تشکیل می‌دهند و کمتر تولیدکنندگان در برنامه‌ریزی و سیاست‌های چنین اتحادیه‌های صنفی نقش‌پررنگی دارند بنابراین برای بنکداران تفاوتی نمی‌کند کفش با چه هزینه‌هایی تولید و عرضه خواهد شد لذا از روزنامه‌نگاران صنعت زیره و کفش تقاضا

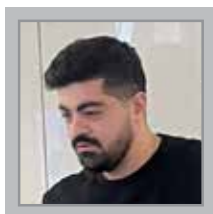
کفاش را از نزدیک می‌شناسم و می‌دانم که از نظر نقدینگی تاب و توانی ندارند و با هر افزایش نرخ تورمی بخشی از آنان از کار بیکار می‌شوند.

روند روبه‌رشد نرخ تورم در سال ۱۴۰۳ مشابه نرخ تورم در سال ۹۶ هست به گونه‌ای که در آن سال؛ ظرف چند روز تعادل قیمت‌ها در بازار زیره و کفش به هم خورد. به همین خاطر در سال ۹۶ سودی که نداشتیم، حتی ضرر کردیم!

در سال ۹۶ عملاً تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان عیدی نداشتند. وی در ادامه می‌افزاید: «حذف نرخ ارز نیمایی شوک بزرگی به بازار تولید و مصرف صنعت کفش هست، بنابراین ثبات اقتصادی در بازار لطمه دید و معلوم نیست این نوسانات ارزی تا کی ادامه دارد.

در این شرایط تولید زیره و کفش با ریسک بیشتری همراه هست بنابراین تولیدکنندگان در شرایط بی‌ثباتی دست از کار می‌کشند. در این وضعیت کفاشان تولید اندکی دارند و مغازه‌داران از بنکداران کفش کمتر خرید می‌کنند؛ از سویی دیگر به خاطر افت قدرت خرید مردم عملاً بازار زیره و کفش رمقی نخواهد داشت و بدتر از آن برخی از تولیدکنندگان به دنبال خرید مواد بی‌کیفیت خواهند بود و طبعاً در چنین شرایطی تولید زیره و کفش لطمه خواهد دید.

مهدی عبدالهی، مدیر فروش زیره آلپ با اشاره به توقف فروش مواد اولیه توسط بنکداران و تولیدکنندگان مواد زیره می‌گوید: آثار تورمی حذف نرخ ارز نیمایی موجب شده که تولیدکنندگان مواد اولیه کار عرضه را متوقف کنند و اگر هم موادی به تولیدکنندگان زیره ارایه می‌کنند به صورت فاکتور



باز خواهد بود به عبارتی دیگر پس از تثبیت قیمت مواد اولیه افزایش نرخ را در آینده لحاظ می‌کنند. متأسفانه در سال ۱۴۰۳ روند رو به رشد قیمت‌ها طی سه مرحله رخ داد که تولیدکنندگان زیره و کفش را اذیت کرد.

ما در زمینه تولید زیره پی‌یو کفش مردانه و زنانه فعالیت داریم ظرف چند روز اخیر قیمت مواد مصرفی کارگاه قریب ۲۰ درصد افزایش یافته بنابراین اگر سایر مواد مصرفی در زیره را برای قیمت تمام شده لحاظ کنیم برای تولیدکنندگان کفش صرفه اقتصادی ندارد. هم‌اینک با وجود افزایش مواد اولیه هم چنان زیره را با قیمت منصفانه در بازار کفش عرضه می‌کنیم. وی با گلایه از وضع بی‌ثباتی اقتصادی و ناترازی انرژی و نقش منفی آن در کاهش تولید زیره می‌افزاید: تیراژ تولید زیره در سال ۱۴۰۲ قابل‌اعتنا بود اما در سال ۱۴۰۳ با شرایط تحمیلی اقتصادی ناشی از افزایش نرخ تورم، تعطیلی کارگاه‌ها به خاطر آلودگی هوا، ناترازی برق و گاز پیش‌بینی می‌کنیم به نسبت سال قبل کاهش تیراژ داشته باشیم هرچند چون ما زیره با کیفیت تولید می‌کنیم بنابراین در پی افزایش تیراژ نیستیم به رغم آنکه توان تولید ۱۵۹۰ جفت زیره در طول هر روز را داریم اما فرصت کافی را برنظارت تولید و دقت در کیفیت لحاظ می‌کنیم. سال قبل تیراژ روزانه ما ۴۰۰ الی ۵۰۰ جفت زیره با کیفیت بود هرچند تلاش می‌کنیم به دلایل تعطیلی کارگاه بر اثر ناترازی انرژی طی دو ماه آتی تیراژ تولید را افزایش دهیم.

در شرایط بد اقتصادی خوشبختانه مثل بیشتر همکاران با کفاشان در زمینه فروش با چک مدت‌دار همکاری خوبی داریم چرا که نیک می‌دانیم کفاشان از نقدینگی مناسب برخوردار نیستند امیدوارم با همیاری رسانه‌های تخصصی زیره و کفش و درک شرایط تولیدکنندگان زیره و کفش با همت اتحادیه‌های صنفی و وزارت صمت و اقتصادی برچالش‌های موجود تولید در آینده نزدیک غلبه کنیم.

هزینه تولید را ندارند. با توجه به افزایش قیمت ارز، نرخ تورم اقتصادی از ابتدای سال ۱۴۰۳ و حذف ارز نیمایی تولید زیره کارگاه ما قریب ۲۰ درصد کاهش داشته است که آثار منفی آن را می‌توان در ماه‌های آتی در بازار کفش مشاهده کرد.

حمید عشقی، صاحب‌برند زیره بیتا پاسارگاد در باره نوسانات ارزی و تاثیر منفی آن بر تولید زیره و کفش بر این باور هست: از هفته جاری به تناسب شوک‌های وارده اقتصادی به بازار کفش، ناشی از عدم ارایه ارز نیمایی، قیمت مواد اولیه مصرفی زیره پی‌یو زنانه قریب ۱۵ الی ۲۰ درصد افزایش یافته به



عبارتی دیگر قبلاً هرکیلو مواد خام را با ۱۲۰ هزار تومان می‌خریدیم حالا بین ۱۴۸ تا ۱۵۰ هزار تومان می‌خریم. طبعاً این نوع افزایش قیمت‌ها، آثار منفی خود را در تولید کفش ایران طی ماه‌های آتی نشان خواهد داد.

از ابتدای سال جاری با عرضه مواد اولیه پتروشیمی‌ها در بورس، روند افزایشی قیمت مواد خام زیره رقم خورد متأسفانه حضور واسطه‌ها و نه تولیدکنندگان زیره، به این نوع بی‌نظمی‌ها در بازار دامن می‌زند.

او در ادامه با گلایه از ناترازی انرژی در تولید کفش و زیره می‌افزاید: «فارغ از افزایش قیمت مواد اولیه از تابستان به این طرف قطعی برق و گاز نیز تاثیر منفی خود را در تولیدات زیره در پی داشته، طی این مدت قریب یک هفته کارگاه تولید تعطیل بوده که موجب کاهش تیراژ و بیکاری کارگران شده است. اخیراً برای جلوگیری آثار منفی قطع برق ژنراتور برق گازویلی خریدیم تا مانع از افت تیراژ تولید زیره شویم ولی هم‌اینک دغدغه تامین گازوییل مصرفی، یکی از چالش‌های دیگر تولید زیره شده است. هرچند اتحادیه صنفی قول داده تا حواله گازوییل مصرفی کارگاه‌ها را به نحوی حل کنند.

هم‌اینک اغلب حساب‌های ما با کفاشان دچار گره شده به طور نمونه شخصی از تولیدکنندگان کفش برای تسویه یک میلیارد تومان بدهی مدت‌دار، یک پنجم آن را ارایه کرده. با این وضعیت آینده روشنی برای تولید زیره و کفش نمی‌بینم بی‌تردید تمام تولیدکنندگان جز زیره و کفش به فنا خواهند رفت و کارگران شاغل در آنها به خیل بیکاران فعلی می‌پیوندند. البته وضعیت تولیدکنندگان برتر زیره و کفش هم معلوم هست وقتی زیره و کفش تولید شود اما بازار مصرفی وجود نداشته باشد سرمایه‌گذاران، عطای تولید را به لقایش خواهند بخشید و با سفته بازی و دلالتی به کارهای غیر تولیدی خواهند پرداخت.

امیر رشیدی نیا، صاحب‌برند زیره بیتا پلاس قبل از وقوع چالش‌های تولید و افزایش قیمت مواد اولیه در بازار کفش و زیره کارگاه تولیدی خود را تعطیل کرده و به بنکداری توزیع زیره می‌پردازد. او در باره روند افزایش قیمت‌های زیره و مواد اولیه در بازار معتقد است: «در ابتدای سال ۱۴۰۳ با شم اقتصادی متوجه



شدم که تولید زیره با توجه به روند افزایشی قیمت‌های مواد اولیه و ملزومات آن دیگر جایگاهی ندارد، از این رو کارگاه تولیدی را تعطیل کرده و به همکارانم دلایل توقف کار را به خاطر عدم ثبات و ناتوانی دولت در تثبیت قیمت‌ها برشمردم، اتفاقاً هم‌اینک همکاران، پیش‌بینی اقتصادی بنده در زمینه توقف تولید زیره را قبول دارند. اکنون ۳۰ الی ۴۰ درصد نرخ مواد اولیه زیره و کفش افزایش یافته که منجر به توقف تولید آتی کفاشان خواهد شد. اغلب این قشر زحمتکش و فهیم

محموله ۴۵ میلیارد ریالی کفش‌های

قاچاق در قشّم به مقصد نرسید

قشّم - ایرنا - فرمانده انتظامی شهرستان قشّم از کشف یک انبار کفش‌های قاچاق به ارزش ۴۵ میلیارد ریال توسط ماموران این فرماندهی در این شهرستان مرزی خبر داد. سرهنگ علی اکبر مرادی در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، افزود: به دنبال کسب خبری مبنی بر این که در یکی از انبارهای حوزه استحفاظی این فرماندهی کالای قاچاق دپو شده، موضوع برای بررسی در دستور کار کارآگاهان پلیس امنیت اقتصادی این شهرستان مرزی قرار گرفت. وی ادامه داد: گروهی از ماموران انتظامی با هماهنگی مقام قضایی به محل انبار موردنظر اعزام و پس از حضور مالک و بازدید از محل، تعداد یک‌هزار و ۵۴۸ جفت کفش قاچاق خارجی کشف و ضبط شد.

فرمانده انتظامی شهرستان قشّم توضیح داد: مالک این انبار پس از هماهنگی با مقام قضایی دستگیر و محموله کشف شده نیز برای تعیین تکلیف به محل مناسبی منتقل شد. سرهنگ مرادی با بیان اینکه کارشناسان اقتصادی ارزش ریالی این محموله قاچاق را ۴۵ میلیارد ریال تعیین کرده اند، گفت: در این راستا پرونده ای تشکیل و تحقیق برای روشن شدن سایر ابعاد ماجرا ادامه دارد. وی با تأکید بر برخورد قاطع پلیس با انواع قاچاق، از قشّموندان و ساحل نشینان بزرگ‌ترین جزیره ایرانی خلیج فارس خواست با ارائه گزارش‌ها و اطلاعات خود از طریق تلفن ۱۱۰ به مراکز پلیس، در افزایش امنیت اجتماعی و اقتصادی جامعه خود پویا و اثرگذار باشند.

جزیره قشّم با وسعت یک هزار و ۵۰۰ کیلومتر مربع از تنگه هرمز به موازات ساحل جنوبی ایران به طول ۱۳۵ کیلومتر و عرض میانگین ۱۱ کیلومتر از توابع هرمزگان است و ۳۰۰ کیلومتر خط ساحلی دارد. شهرستان قشّم شامل جزیره‌های قشّم، هنگام و لارک با حدود ۱۵۰ هزار نفر جمعیت از تنگه هرمز به موازات ساحل استان هرمزگان به طول ۱۵۰ و عرض میانگین ۱۱ کیلومتر در میان آب‌های خلیج فارس گسترده شده است.

افزایش ۷۰ درصدی قاچاق کفش

رئیس کمیسیون صادرات جامعه کفش ضمن اشاره به این که مواد اولیه داخلی بسیار گران‌تر از مواد خارجی است، گفت: برآوردهای میدانی نشان می‌دهد که قاچاق کفش نسبت به ۲ سال قبل ۷۰ درصد افزایش یافته است.

به گزارش خبرنگار مهر، جواد شعبان زاده رئیس کمیسیون صادرات جامعه کفش ایران در نشست خبری اظهار کرد: ۸۰ درصدی که اشتهالی که در حوزه صنعت کفش است عمدتاً مربوط به مشتعل خانگی و محله‌محور است. سهم ۵۰۰ هزار نفری اشتغال کشور مربوط به صنعت کفش است و رتبه ۴ اشتغال کشور را داراست. وی افزود: از سهم ۳ میلیارد دلاری تراکنش صنعت کفش در سال، سهم ۱۰۰ میلیون دلاری برای صادرات داریم. در سال‌های قبا انگیزه صادرات در صنعت کفش زیاد شده بود اما متأسفانه طی یکی دو سال گذشته سازوکار صادراتی یک مقدار عرصه را برای تولیدکنندگان سخت کرده است.

شعبان زاده در مورد قاچاق کفش گفت: صنعت کفش موتور متحرک ۷۰ صنعت دیگر است. در این صنعت بیش از ۳ هزار آیتم محصول مواد اولیه داریم. گستردگی بالادستی این صنعت در حوزه مواد اولیه بالاست. وی اضافه کرد: چند سالی بود که روند ورود کفش قاچاق کاهشی شده بود اما متأسفانه طی ۲ سال اخیر به شدت افزایشی شده است که این امر هم ناشی از نظام توزیع مواد اولیه و نظام نامتعادل سهمیه و بورس است. مواد اولیه مادر همچون پی‌وی‌سی هم که در کشور تولید می‌شود بسیار گران‌تر از قیمت‌های جهانی است.

رئیس کمیسیون صادرات جامعه کفش ایران ادامه داد: قاچاقی که امروزه انجام می‌شود بسیار قانونی و سازماندهی شده و توسط پست ارسال می‌شود. برآورد میدانی نشان می‌دهد که شاهد رشد ۷۰ درصدی قاچاق کفش نسبت به ۲ سال قبل هستیم. وی بیان کرد: قاچاق کفش به صورت سازمان‌دهی انجام می‌شود و واردات کفش‌های قاچاق با حجم زیاد از بنادر آزاد و استان‌های مرزی به کشور انجام می‌شود و حتی این کفش‌های قاچاق از طریق پست به دست خریدار و مصرف‌کننده می‌رسد. وی درباره تولید کفش نیز گفت: رتبه ۱۱ جهان را از نظر تولید دارا هستیم و قم قطب تولید کفش ماشینی محسوب می‌شود و ۷۰ درصد صادرات کفش مربوط به این استان می‌شود. رئیس کمیسیون صادرات جامعه صنعت کفش ایران در خصوص پایین آمدن کیفیت تولید کفش گفت: هنوز هم کفش‌های با کیفیت و کفش چرم فاخر ایرانی در کشور بسیار تولید می‌شود اما اتفاقاتی که در حوزه صنعت کفش در خصوص کیفیت اتفاق افتاده بخش عمده‌ای از آن ناشی تغییر سلیقه مصرف است. از آنجا که صنعت کفش صنعت مد است متقاضیان خرید انواع کفش تمرکز خود را از کیفیت به کمیت تغییر داده‌اند تا بتوانند سید مصرف کفش را در زمان‌های مختلف با نوع فعالیت و لباسی که می‌پوشند هماهنگ کنند. بنابراین با توجه به اینکه سلیقه مصرف مردم تغییر کرده است تولیدکنندگان هم بر اساس مد تولید می‌کنند و بنا بر نیاز بازار تولید می‌کنند.

وی درباره صادرات بیان کرد: غالب کفش‌های که از ایران صادر می‌شود تقریباً با میانگین ۴ دلار صادر می‌شود اما باید تلاش کنیم که سهم صادراتی‌مان را به مبلغ دلار افزایش دهیم اما سلیقه مشتری‌های بازارهای هدف هم بیشتر بر روی کفش‌های ارزان است. رئیس کمیسیون صادرات جامعه صنعت کفش ایران بیان داشت: بازارهای هدف صادراتی ایران در این صنعت کشورهای همسایه است و بازار ۶۰۰ میلیون نفری کشورهای همسایه را داریم. البته تولیدکنندگان کفش ایران به بازار کشورهای همسایه به عنوان بازارهای صادراتی قوی به شمار نمی‌آوردند از دو سال پیش بازارهای جدید صادرات را در دستور کار قرار داده‌ایم. شعبان زاده اضافه کرد: تقریباً پنجاه درصد صادرات کفش ایران به دو کشور عراق و افغانستان انجام می‌شود.

۱۵ میلیون جفت کفش و صندل در قم تولید شد

به گزارش ایرنا، از ابتدای سال جاری تا پایان مهرماه، ۱۱۰ پروانه بهره‌برداری از طرح‌های صنعتی استان در قالب ایجاد واحدهای صنعتی جدید و توسعه واحدهای موجود در قم صادر شد.

حجم سرمایه‌گذاری صورت گرفته در طرح‌های یاد شده ۵۶ هزار و ۸۱۵ میلیارد ریال است که ظرفیت اشتغال برای چهار هزار و ۷۵۸ نفر را فراهم آورده است.

در همین رابطه ۶۵ مورد از ۱۱۰ پروانه بهره‌برداری صادر شده برای ایجاد واحدهای صنعتی جدید است که با سرمایه‌گذاری ۳۳ هزار و ۸۴۰ میلیارد ریال و ظرفیت اشتغالی برای یک‌هزار و ۵۹۳ نفر صورت پذیرفت.

همچنین تعداد ۴۵ مورد از پروانه‌های بهره‌برداری مرتبط با توسعه واحدهای صنعتی موجود است که با سرمایه‌گذاری ۲۲ هزار و ۹۷۵ میلیارد ریال و ظرفیت ایجاد اشتغال برای سه هزار و ۱۶۵ نفر صادر شد.

شهرک‌های صنعتی قم امکانات فنی و زیرساختی مناسبی برای فعالیتهای تولیدی در حوزه‌های مختلف دارند و سرمایه‌گذاران با استفاده از این ظرفیت و نیز نزدیک بودن این شهرک‌ها به پایتخت و عمده‌بازارهای مصرف کشور و همچنین صادرات به کشورهای هدف می‌توانند فعالیت اقتصادی سودآوری را در این استان ایجاد کنند.

استان قم دارای هفت شهرک صنعتی شکوهیه، الغدیر، شهاب (چاپ و نشر)، سلفچگان، محمودآباد، ثامن الائمه (ع)، فناوری اطلاعات و ارتباطات (I.C.T) و چهار ناحیه صنعتی خورآباد، دستجرد، سیرو و طغروند و همچنین ۲ شهرک غیردولتی است که هر کدام از آنها موقعیت ممتازی برای توسعه سرمایه‌گذاری، تولید و اشتغال دارد و در شهرک‌ها و نواحی صنعتی استان قم نزدیک به ۲ هزار واحد بهره‌بردار با اشتغال بیش از ۵۷ هزار نفر در رشته صنعت‌های مختلف مشغول تولید هستند.

ایرنا - مدیرکل صنعت، معدن و تجارت قم گفت: از ابتدای سال جاری تا پایان مهرماه بیش از ۱۵ میلیون جفت کفش و صندل در واحدهای صنعتی این استان تولید و به بازار عرضه شد. اکبر ابدالی روز جمعه در گفت‌وگو با خبرنگار ایرنا، بیان کرد: در حال حاضر قم به یکی از تولیدکنندگان عمده کفش و صندل کشور تبدیل شده است و حجم قابل توجهی از تولیدات واحدهای صنعتی استان در این بخش علاوه بر عرضه در بازارهای داخلی به کشورهای مختلف جهان صادر می‌شود. وی افزود: طی سال‌های اخیر تولیدکنندگان کفش و صندل در استان قم با تلاش و پشتکار توانسته‌اند زنجیره تولید این محصول را بومی‌سازی کنند و کالایی با کیفیت و دارای شرایط لازم برای رقابت با محصولات خارجی در بازارهای بین‌المللی را عرضه نمایند. گفتنی است بخش تولید کفش ماشینی یکی از حوزه‌های موفق صنعت استان قم است که توانسته با ایجاد زنجیره‌ای پیوسته از ابتدا تا تولید نهایی محصول و حتی صادرات آن را به خوبی مدیریت کند. بهره‌برداران این صنعت با استفاده از دانش و فناوری روز جهان، مشغول تولید انواع کفش‌های ماشینی و صندل هستند و توانسته‌اند علاوه بر بازار ایران در بازارهای بین‌المللی نیز جایگاه ویژه‌ای به دست آورند.

در همین رابطه ظرفیتهای این صنعت در نمایشگاه ایران اکسپو ۲۰۲۴ در اردیبهشت‌ماه سال جاری به نمایش درآمد تا هم یکی از قابلیت‌های صنعتی استان قم به بازدیدکنندگان معرفی شود و هم بستری برای جذب سرمایه‌گذاران علاقه‌مند به فعالیت در این بخش باشد. کفش و صندل از مهمترین کالاهای صادراتی قم به بازارهای جهانی است و در طول سال‌های اخیر ارزش آوری خوبی برای استان به همراه داشته است. حدود ۳۰۰ واحد تولیدی در صنعت کفش قم فعال است، همچنین این صنعت در استان حدود ۱۰ هزار شغل مستقیم و ۲۵ هزار شغل غیرمستقیم به وجود آورده است.

بیش از ۷۰ صنعت وابسته در صنعت کفش مشغول به فعالیت هستند

صنعت وجود دارد که باید به درستی از آن استفاده گردد؛ برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی قطعاً کمک شایانی برای تحقق این هدف خواهد داشت. قریشی گفت: صنعت کفش علاوه بر این که یک صنعت بزرگ و قابل توجه است، در درون خود هنر و علم را نیز به همراه دارد و در نمایشگاه «مواد اولیه، ماشین‌آلات، تکنولوژی، چرم و صنایع وابسته صنعت کفش ایران-قم» نیز شرکت‌های دانش‌بنیانی حضور داشتند که بسیاری از نیازهای این صنعت از جمله مواد اولیه مورد نیاز یا دستگاه‌های تولیدی مختلفی را عرضه نموده‌اند که قابل رقابت با تولیدکنندگان خارجی است و در این زمینه به نوعی خودکفایی دست یافته‌ایم. معاون استاندار ابراز امیدواری کرد: برخی دیگر از صنایع استان که تولیداتشان حرفی برای گفتن دارد از جمله تولیدکنندگان مبیل نیز از این حرکت انجمن کفش ماشینی الگوبرداری کنند تا در آینده نزدیک شاهد ارتقای بیش از پیش این صنایع در سطح کشور باشیم.

معاون استاندار قم گفت: در صنعت کفش بیش از ۷۰ صنعت وابسته مشغول به فعالیت هستند و یک ظرفیت بزرگ در عرصه اقتصادی و در حوزه اشتغال در این صنعت وجود دارد. به گزارش خبرنگار مهر، سید مهدی قریشی با اشاره به برگزاری نمایشگاه صنعت کفش استان در دی ماه سال گذشته عنوان کرد: نمایشگاه کفش قم که سال گذشته برگزار شد به گفته بسیاری از صاحب نظران فراتر از سطح نمایشگاه‌های مطرح دنیا بود و باعث شد تا تراز سایر نمایشگاه‌های استان نیز ارتقا پیدا کند. معاون استاندار قم با تقدیر از زحمات انجمن صنایع کفش‌های ماشینی استان افزود: با زحمات این انجمن و برنامه‌های در حال اجرای مدیریت جوان آن، رویکرد جدیدی در صنعت کفش ایجاد شده که کاملاً مشهود است و انتظار می‌رود طی سالیان آتی صنعت کفش کشور جایگاه بالاتری را از آنچه اکنون هست بدست آورد. وی ادامه داد: در صنعت کفش بیش از ۷۰ صنعت وابسته مشغول به فعالیت هستند و یک ظرفیت بزرگ در عرصه اقتصادی و در حوزه اشتغال در این

بوت آگ چه مشخصاتی دارد

اصطلاح آگ، این خلبانان بوده‌اند و آگ کوتاه‌شده واژه Ugly به معنی زشت است.

شرکت تولیدی پوست گوسفند مورتل

بوت آگ تا سال ۱۹۳۳ به تولید تجاری نرسیده بود. اولین تولید تجاری ثبت شده بوت آگ، متعلق به شرکتی در نیو ساوت ولز به نام بلو مانتین آگ بوت (Blue Mountains Ugg Boot) بوده است. آنها اولین شرکتی بودند که بوت آگ را تولید و خرده‌فروشی کردند. پس از آن، فرانک مورتل از شرکت تولیدی پوست گوسفند مورتل در دهه ۱۹۵۰، این بوت‌ها را عرضه کرد. فرانک مورتل ادعا می‌کرد که بوت آگ را او اختراع کرده است و به این دلیل نام آن را آگ انتخاب کرد که همسرش به اولین جفت بوت تولیدی او را لقب زشت داد!

بوت آگ نوعی کفش حجیم است که شکلی متفاوت از بوت‌های عادی دارد. با اینکه هیچ ظرافتی در ظاهر این کفش دیده نمی‌شود، خیلی‌ها طرفدار آن هستند. اما دلیل علاقه افراد به بوت آگ چیست؟ بیایید ابتدا با بوت آگ آشنا شویم و سپس شیوه ست کردن آن را یاد بگیریم.

بوت آگ (Ugg boots) نوعی بوت بزرگ و حجیم است که از پوست گوسفند دورو آن را تهیه می‌کنند. داخل این بوت پشمی است و زیره آن را از مواد مصنوعی می‌سازند. ظاهر این بوت کاملاً حجیم است و گرم و نرم به نظر می‌رسد. اتفاقاً دلیل اصلی طراحی آن، همین گرم نگه داشتن پاها بوده است.

تاریخچه بوت آگ

درباره منشأ بوت آگ (Ugg) آن قدر روایت‌های متفاوتی وجود دارد که هیچ‌کس نمی‌داند اختراع آن را باید به چه کسی نسبت داد. تنها موضوعی که تردیدی در آن نیست، استرالیایی بودن این بوت‌هاست.

چوپان‌های استرالیا

گزارش‌های ثبت‌شده‌ای از اواخر دهه ۱۸۰۰ وجود دارد که نشان می‌دهد در آن زمان، چوپان‌های استرالیایی از پوست گوسفند به‌عنوان پای‌افزار استفاده می‌کردند که بند داشت و دور مچ پا پیچیده می‌شد.

پشم‌چین‌های استرالیایی

در دهه ۱۹۲۰، پشم‌چین‌ها و کشاورزان استرالیا و نیوزیلند نوعی بوت از پوست گوسفند تهیه می‌کردند که در برابر لانولین موجود در پشم گوسفند مقاوم بود و برخلاف بوت‌های معمولی پوسیده نمی‌شد. آنها از باقی‌مانده پوست این گوسفند برای فرزندان خود دمپایی خانه درست می‌کردند.

براساس منابع، در دهه ۱۹۵۰، گردشگرانی که از استرالیا بازدید می‌کردند، این بوت‌های گرم و نرم محبوب را با خود به‌عنوان سوغاتی به کشورهایشان بردند و به این ترتیب، بوت‌های آگ در سراسر جهان شناخته شدند. این باعث شد بوت آگ خودبه‌خود به نماد استرالیا تبدیل شود.

خلبانان جنگی استرالیا و بریتانیا

براساس روایتی دیگر، خلبانان جنگی استرالیایی و بریتانیایی مخترع کفش آگ بوده‌اند. آنها برای جلوگیری از سرمازدگی در طول پروازهای دشوار، پوست گوسفند را دور پای خود می‌بستند. این کفش‌ها موقتی و بدقیافه بودند و به همین دلیل برخی بر این باورند که مبتکر





شین استدمن و برایان اسمیت موج سوار بعد از مدتی شین استدمن (Stedman)

(Shane)، یک موج سوار افسانه‌ای در سیدنی، تصمیم گرفت اصطلاح «Ugg-Boots» را به عنوان برند خود معرفی کند و از آن زمان به بعد، بارها به شکل علنی ادعا کرد

او همان کسی است که بوت آگ را اختراع کرده است. این حقیقت دارد که به لطف شین، این بوت‌ها در بین تیم‌های موج سواری محبوبیت بین‌المللی پیدا کردند.

با این حال، کسی که بوت‌های آگ را وارد دنیای مد کرد، برایان اسمیت بود. در دهه ۱۹۶۰، این موج سوار استرالیایی بعد از بارها امتحان کردن ناموفق بوت‌هایی که پاهایش را در امواج گرم نگه دارد، به این فکر افتاد که از پوست گوسفند به عنوان آستر کفش‌هایش استفاده کند. دوستان موج سوار او هم از این کفش‌ها استقبال کردند و به زودی اخباری درباره این سبک جدید کفش نمادین منتشر شد. به این ترتیب، بوت آگ در دهه ۱۹۷۰ و به لطف برایان اسمیت، موج سوار مشهور استرالیا، وارد دنیای مد شد.

تبلیغات آگ ساخت استرالیا، برای اولین بار در مجلات موج سواری کالیفرنیا در دهه ۱۹۷۰ منتشر شد و فروشگاه‌ها، تعداد محدودی از بوت‌هایی را که صاحبان آنها در طول مسابقات موج سواری در استرالیا پوشیده بودند، ذخیره می‌کردند. روند فروش این بوت‌ها به سرعت در حال رشد بود و این فرصتی بود که برایان اسمیت، با چمدانی پر از بوت‌های پوست گوسفند، به آمریکا برود و آنها را بفروشد.

ورود بوت‌های آگ به آمریکا

برایان و شریکش داگ جنسن (Dog Jensen)، بعد از ورود به آمریکا تمام آن بوت‌ها را از صندوق عقب ماشین برایان فروختند. آنها متوجه شدند که ساکنان کالیفرنیا به خاطر استایل معمولی و راحتی که دارند، به بوت‌های آگ علاقه زیادی نشان می‌دهند. البته آنها توانستند جامعه موج سواری کالیفرنیا را هم به سرعت جذب کنند.

برایان و داگ با دیدن پتانسیل این کسب و کار، خانواده و دوستان خود را متقاعد کردند که ۲۰,۰۰۰ دلار در تجارت آنها سرمایه‌گذاری کنند و به این ترتیب، توانستند نام شرکت Ugg Imports را ثبت کنند. این شرکت در اولین فصل تجاری خود، تنها ۲۸ جفت بوت آگ فروخت.

داگ جنسن در سال ۱۹۷۹ سهم خود را از شرکت به برایان اسمیت سپرد. برایان سعی کرد بوت‌های آگ خود را به مغازه‌های موج سواری در بالا و پایین سواحل کالیفرنیا بفروشد؛ اما موفقیت چندانی نداشت. با این حال برایان دست از تلاش برنداشت و در سال ۱۹۸۵، کسب و کارشان تا جایی رشد کرد که توانستند نام Original UGG Boot UGG Australia

را برای برند به ثبت برسانند. این شرکت هنوز در آمریکا قرار دارد. برایان اسمیت برای یکپارچه‌سازی این برند، سایر نشان‌های تجاری از جمله استدمن را خریداری کرد تا تنها مالک آگ باشد.

آگ هلدینگ

فرهنگ موج سواری و افراد مشهور در این رشته در کالیفرنیا، به سرعت محبوبیت این بوت را افزایش داد و شرکت اسمیت که حالا آگ هلدینگ (Ugg Holdings) نامیده می‌شد، ۸۰ درصد از بازار جهانی این بوت‌ها را بنا بر برآوردها در اختیار داشت. به گفته خرده‌فروشان، فقط ظاهر بوت نبود که مصرف‌کنندگان را جذب می‌کرد؛ استرالیایی بودن آنها هم نقش مهمی در ایجاد این علاقه داشت. در آن سال‌ها محصولاتی که در استرالیا تولید می‌شدند، به شدت محبوب بودند.

در این میان، یکی دیگر از علاقه‌مندان به موج سواری به نام داگ راگین تصمیم گرفت تولید انبوه بوت‌های آگ را آغاز کند و آنها را با نام «آگز» بفروشد. او حمایت قدرتمندی از جانب شرلی استریکلند د لا هانتی، دارنده مدال طلای المپیک استرالیایی داشت و این به رشد آن بسیار کمک کرد. اما اسمیت می‌دانست چطور باید جایگاهش را تثبیت کند. در نتیجه، پس از اینکه بوت‌های آگ او را تیم المپیک آمریکا در لیلهامر برای بازی‌های المپیک زمستانی ۱۹۹۴ پوشیدند، توجهات بین‌المللی به شرکت اسمیت جلب شد. در سال ۱۹۵۵، شرکت دکرز برندز (Deckers Brands) کسب و کار برایان اسمیت را به مبلغ ۱۴.۶ میلیون دلار خریداری کرد و توانست بوت‌های آگ را به بازار بین‌المللی وارد کند.

انتخاب محبوب دانشجویان آمریکایی

در اواخر دهه ۱۹۹۰، بوت‌های آگ، به یک انتخاب محبوب برای دانشجویان آمریکایی تبدیل شد که می‌خواستند بوت شیک و در عین حال راحتی برای پوشیدن در محوطه دانشگاه داشته باشند. از سوی دیگر، افراد مشهوری مانند اپرا وینفری و پاملا اندرسون که مورد علاقه افراد مشهور و شیک پوش بودند، با پوشیدن بوت‌های آگ در تلویزیون و فیلم‌ها، به محبوبیت این بوت‌ها کمک کردند. امروزه طیف گسترده‌ای از سبک‌های مختلف این بوت متناسب با هر سلیقه‌ای در دسترس است و مردم در سراسر جهان آن را می‌پوشند.

چطور بوت آگ را ست کنیم؟

اگر بوت آگ دارید و نمی‌دانید چطور آن را ست کنید، در اینجا پیشنهادهایی برایتان داریم:

۱. رنگ کت خود را با بوت آگ ست کنید

یکی از راحت‌ترین روش‌ها برای ست کردن بوت آگ این است که رنگ آن را هماهنگ با رنگ کت یا کاپشن خود انتخاب کنید. برای مثال، اگر رنگ بوت شما قهوه‌ای شتری کلاسیک است، کت را همان رنگ در نظر بگیرید. با این کار استایل شما یک درجه جذاب‌تر می‌شود و شما را فردی منظم و دقیق نشان می‌دهد.

۲. با شلوار جین و پالتو

پالتوها نه تنها از شما در برابر سرما و هوای نامساعد محافظت می‌کنند، بلکه استایل راحت و شیکی به شما می‌بخشند. این حس راحتی را با یک بوت آگ تکمیل کنید. سبک بوت آگ با پالتوهای ضخیم مطابقت دارد و به راحتی با آن ست می‌شود. برای اینکه شلواری که می‌پوشید این دو را تحت تأثیر قرار ندهد، آن را به رنگ تیره‌تر انتخاب کنید.

۳. با پافر یا جلیقه شیک و پولوور نرم

برای ایجاد یک استایل خاص و خنثا، بوت‌های آگ خود را با شلوار جین و یک پولوور بافتنی نرم ست کنید. برای اینکه بافتنی‌تان خود را نشان دهد، روی آن جلیقه بپوشید و اکسسوری‌های محبوبتان را بردارید. مثلاً گوشواره‌های طلایی پیشنهاد خوبی هستند. این ظاهر برای تمام لحظات کژوال شما در زمستان ایدئال است.

۴. با لگ و بارانی

یک لباس کژوال مانند پولوور مد روز یا تی‌شرت گرافیکی و یک لگ مشکی انتخاب کنید و روی آنها بارانی بپوشید. برای تکمیل این ظاهر، بوت‌های آگ عالی هستند. این بوت‌ها باعث می‌شوند کل استایلتان راحت به نظر برسد.

۵. با پالتوی پشمی و شال گرم

یک پالتوی پشمی می‌تواند با بوت آگ ترکیب کاملاً مناسبی ایجاد کند. این استایل در روزهایی که هوا حسابی سرد است و شما نیاز دارید هم گرم و راحت باشید و هم مرتب به نظر برسید، ایدئال خواهد بود. یک کیف شیک برای تکمیل استایل شما کافی است.

۶. با شلوار پارچه‌ای و بمبر

برخی تصور می‌کنند بوت آگ فقط مناسب شلوار جین و لگ است یا شلوار پارچه‌ای فقط با بوت چرم یا کفش‌های اسپرت شیک می‌شود. اصلاً این طور فکر نکنید؛ می‌توانید استایلی خاص با ست کردن بوت آگ با شلوار پارچه‌ای و کاپشن بمبر ایجاد کنید. این ترکیب لباس کاملاً غیرمنتظره خواهد بود و شما را از دیگران متمایز خواهد کرد.

۷. با گرمکن خاکستری و جلیقه

یک استایل کاملاً کژوال و ورزشی که با آن

می‌توانید جذابیتی دوچندان

داشته باشید. گرمکن

و جلیقه با بوت‌های

آگ به خوبی

ترکیب می‌شوند. اگر می‌خواهید برای تکمیل آن از کلاه استفاده کنید، کلاه بیسبال گزینه خوبی است و حالت غیررسمی خوبی دارد. اگر نه، بدون کلاه هم چیزی از دست نداده‌اید.

۸. با شلوار راحتی و پلوور

در زمستان بیشتر از هر فصل دیگری به دنبال لباس‌های گرم و راحت هستیم. اما این بدان معنا نیست که استایل راحت نمی‌تواند شیک باشد. یک شلوار راحتی گرم بپوشید و با پلوور نرم بافتنی ست کنید. اگر دوست دارید جذابیت بیشتری داشته باشید، کل استایلتان را از رنگ‌های خنثا انتخاب کنید.

۹. با کاپشن و کلاه بافتنی

اگر یک استایل مناسب برای گشتن در شهر در یک روز زمستانی می‌خواهید، یک کاپشن شیک و شلوار جین بپوشید و آنها را با بوت آگ ست کنید. برای تکمیل این استایل از کلاه بافتنی استفاده کنید تا جذابیت ظاهر خود را دو برابر نشان دهید.

۱۰. با کت پشمی شریا

شریای نوعی پارچه پشمی است و بوت‌های آگ هم ظاهری گرم و نرم و پشمی دارند. به همین دلیل با هم ترکیبی عالی به وجود می‌آورند که باعث می‌شود هر کسی طرفدار بوت آگ شود. بنابراین، بوت آگ خود را با یک کت پشمی شریا ست کنید و رنگ آنها را تیره و روشن در نظر بگیرید که زیباترین استایل را به شما بدهد.

۱۱. با شلوار چرم و پالتو تدی

می‌توانید یک پالتو پشمی تدی را با لگ چرم بپوشید و با بوت آگ ست کنید. لگ چرم استایل زمستانی راحت شما را شیک‌تر نشان می‌دهد بدون اینکه بر میزان راحتی آن تأثیر بگذارد. رنگ آنها را می‌توانید قهوه‌ای یا شکلاتی در نظر بگیرید.

سخن پایانی

در این مطلب با بوت آگ و تاریخچه جالب آن آشنا شدیم. همان‌طور که دیدیم، تعداد افرادی که می‌خواهند اعلام کنند خودشان مخترع این بوت بوده‌اند، بسیار زیاد است. محبوبیت این بوت‌ها تا حد زیادی به دلیل سبک منحصر به فرد و راحتی بی‌نظیر آن است. بوت آگ که نمادین‌ترین کفش استرالیا به شمار می‌رود، در ابتدا به‌عنوان یک پای‌افزار کاربردی برای کشاورزان و سایر کارگران در مناطق روستایی ساخته شده بود؛ اما اکنون به یکی از محبوب‌ترین کفش‌ها در سراسر جهان تبدیل شده است.



صندل باکیفیت



همچنین توجه به مسائل محیط زیستی باعث شده تا صندل‌های دوستدار محیط زیست و با مواد بازیافتی نیز تولید شوند. صندل‌های زنانه امروز به عنوان بخشی از پوشش روزمره و مد به شمار می‌آیند و نقش مهمی در استایل و راحتی زنان ایفا می‌کنند. امروزه صندل‌ها به خصوص مدل‌های زنانه از جمله وسایل ضروری برای فصل تابستان و آب و هوای گرم هستند. انتخاب یک صندل زنانه باکیفیت می‌تواند تأثیر بسزایی در راحتی، سلامت پاها و همچنین ظاهر کلی شما داشته باشد. در این مقاله به بررسی جامع و دقیق ویژگی‌های یک صندل زنانه باکیفیت می‌پردازیم.

جنس و مواد اولیه به کار رفته در صندل‌ها

یکی از اصلی‌ترین عوامل تأثیرگذار بر کیفیت صندل، جنس و مواد اولیه‌ای است که در ساخت آن به کار رفته‌اند. صندل‌های باکیفیت معمولاً از مواد زیر ساخته می‌شوند:

چرم طبیعی:

از زمان‌های گذشته معمولاً استفاده از چرم‌های طبیعی برای ساخت

در اوایل قرن بیستم، صندل‌ها به عنوان نمادی از آزادی و راحتی در پوشش زنان محبوبیت یافتند. با ورود به دهه ۱۹۶۰، صندل‌های سبک و باز با طراحی‌های متنوع وارد بازار شدند. دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ شاهد نوآوری‌های جدید در طراحی و استفاده از مواد مدرن مانند فوم و پلاستیک بود.

در قرن بیست و یکم، پاپوش‌ها در انواع و اقسام طرح‌ها و رنگ‌ها موجود هستند. استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته در تولید و طراحی، راحتی و دوام بیشتری را فراهم کرده است.



از فشار وارده بر روی پاها بکاهد.

طراحی و استایل

طراحی و استایل صندل نیز نقش مهمی در کیفیت آن دارد. یک صندل باکیفیت باید دارای ویژگی‌های زیر باشد:

طراحی ارگونومیک:

طراحی ارگونومیک به معنای این است که صندل به شکل و ساختار طبیعی پاها ساخته شده باشد. این ویژگی کمک می‌کند تا فشار و استرس بر روی پاها کاهش یابد و راحتی بیشتری فراهم شود.

پشتیبانی مناسب از قوس پا:

یک صندل باکیفیت باید دارای پشتیبانی مناسبی برای قوس پا باشد تا از آسیب‌های احتمالی مانند کف پای صاف جلوگیری کند.

بندهای قابل تنظیم:

صندلهایی با بندهای قابل تنظیم می‌توانند به افراد اجازه دهند که اندازه و

وسایل پوششی مانند کیف و کفش و پالتو و... رواج داشته است چرم طبیعی یکی از بهترین مواد برای ساخت صندل‌های باکیفیت است. این ماده علاوه بر زیبایی و شیک بودن، دوام و ماندگاری بالایی دارد و به پاها اجازه تنفس می‌دهد.

چرم مصنوعی:

اگرچه چرم مصنوعی از نظر کیفیت به پای چرم طبیعی نمی‌رسد، اما می‌تواند گزینه‌ای مقرون به صرفه‌تر و مناسب برای افراد با بودجه محدود باشد.

استفاده از پارچه:

برخی از صندل‌ها از جنس پارچه‌های مختلفی مانند بوم، کنواس و سایر پارچه‌های مقاوم ساخته می‌شوند که می‌توانند راحتی و سبکی خوبی را فراهم کنند.

کفی فومی:

استفاده از فوم می‌تواند راحتی و حمایت بیشتری برای پاها فراهم کند و



فیت صندل را به دلخواه خود تنظیم کنند و راحتی بیشتری را تجربه کنند.

پاشنه مناسب:

پاشنه صندل باید به گونه‌ای طراحی شده باشد که تعادل و ثبات پاها را حفظ کند. پاشنه‌های خیلی بلند ممکن است باعث ناراحتی و خستگی پاها شوند.

مراقبت و نگهداری و هزینه و قیمت صندل ها

برای حفظ کیفیت و دوام صندل‌های زنانه باکیفیت، مراقبت و نگهداری مناسب ضروری است. برخی از نکات مهم در این زمینه عبارتند از:

تمیز کردن منظم:

صندل‌ها را به صورت منظم تمیز کنید تا از جمع شدن گرد و غبار و آلودگی‌ها جلوگیری شود.

نگهداری در جای خشک و خنک:

صندل‌ها را در جای خشک و خنک نگهداری کنید تا از آسیب دیدن توسط رطوبت و گرمای زیاد جلوگیری شود.

استفاده از محصولات مراقبتی:

استفاده از محصولات مراقبتی مانند اسپری‌های محافظ چرم می‌تواند به حفظ ظاهر و کیفیت صندل کمک کند.

برای انتخاب صندل زنانه با کیفیت و قیمت مناسب، ابتدا بودجه مشخص کنید و به جنس (چرم طبیعی یا مصنوعی با کیفیت)، دوخت محکم، کفی راحت و حمایتی، و پاشنه مناسب توجه کنید.

خرید از برندهای معتبر، استفاده از تخفیف‌ها و خواندن نظرات مشتریان نیز مفید است. صندل‌های ارزان ممکن است کیفیت پایین‌تری داشته باشند، اما گزینه‌های متوسط کیفیت خوبی دارند. مراقبت منظم نیز عمر صندل‌ها را افزایش می‌دهد.

نتیجه‌گیری

از جمله مزیت‌هایی که باید یک پاپوش و صندل خوب داشته باشد مانند جنس و مواد اولیه مرغوب، طراحی ارگونومیک، دوام و ماندگاری بالا راحتی و تنفس پاها، و طراحی زیبا و شیک باشد. با در نظر گرفتن این ویژگی‌ها می‌توانید صندلی انتخاب کنید که نه تنها راحتی و سلامتی پاهای شما را تامین کند، بلکه استایل شما را نیز تکمیل کند.



دانشتنی‌های کسب و کار بیمه اختیاری، اجاره و سرقفلی

نمایندگان موسسات استانداردسازی ملی است. این سازمان غیردولتی در سطح وسیع به وضع استانداردهای کلی و جزئی برای هماهنگ کردن استانداردهای متفاوت جهانی می‌پردازد. در واقع ایزو به صورت یک کنسرسیوم با ارتباطات قوی با دولت‌ها فعالیت می‌کند. این مؤسسه انواع استانداردهای تجاری و صنعتی جهانی را تعیین می‌نماید. مرکز این سازمان در ژنو سوئیس قرار دارد. ایزو کار رسمی خود را از تاریخ بیست و سوم فوریه ۱۹۴۷ آغاز کرده و به ترویج جهانی استانداردهای اقتصادی و صنعتی می‌پردازد تا مبادلات صنایع و فنون مختلف را در یک راستا هماهنگ کند. سازمان بین‌المللی استانداردسازی، با آن که یک سازمان غیردولتی است، به دلیل این که استانداردهای این مؤسسه تبدیل به قوانین می‌گردد از بیشتر سازمان‌های غیردولتی قدرتمندتر است. امروزه نزدیک به ۱۵۷ کشور در این سازمان به عضویت درآمده‌اند که ایران نیز یکی از آنهاست.

کارآفرین کیست؟

کارآفرین به شخصی می‌گویند که با ایجاد یک خط تولید یا توزیع زمینه اشتغال چند یا چندین نفر نیروی کاری گردد و از پتانسیل‌های موجودی که مصداق کلمه کارآفرین و مفهوم کارآفرینی ساده و قابل درک به نظر می‌رسد استفاده نماید. اما بطور کلی می‌توان گفت که تعریف دقیقی از کارآفرین و کارآفرینی که مورد اتفاق نظر همگان باشد وجود ندارد. البته به نظر می‌رسد صفتهای زیر، از جمله صفتهایی هستند که به کارآفرین‌ها نسبت داده می‌شوند: خلاقیت، پیشرو بودن، آینده نگری، آینده‌نگاری، ریسک کردن و مخاطره، ارزش آفرینی و ایجاد اشتغال و خلق ثروت.

■ خروج از ردیف بیمه‌شدگان (عدم شمول بیمه بر آنان)

■ دارا بودن حداقل ۳۰ روز سابقه پرداخت حق بیمه
■ حداکثر شرط سنی پذیرش تقاضا برای مردان و زنان ۵۰ سال

در صورتی که سن متقاضی در تاریخ ثبت تقاضا بیش از ۵۰ سال باشد، دارا بودن سابقه پرداخت حق بیمه معادل مازاد سنی مقرر الزامی خواهد بود. پذیرش درخواست افرادی که بیش از ۱۰ سال سابقه پرداخت حق بیمه دارند بدون رعایت شرط سنی امکان پذیر خواهد بود.

بیمه شدگانی که حداقل یکبار در اجرای آیین‌نامه‌های قبلی و این آیین‌نامه قرارداد تنظیم و حق بیمه پرداخت نموده‌اند تا سه مرتبه مجاز به انعقاد قرارداد بدون رعایت شرط سن و سابقه خواهند بود.

اجاره و سرقفلی: عدم پرداخت اجاره بهای محل سرقفلی از سوی مستاجر چه عواقبی دارد؟

در صورتی که مستأجر دوبار ظرف یکسال در اثر اخطار یا اظهارنامه مذکور در بند ۹ این ماده اقدام به پرداخت اجاره‌بها کرده باشد و برای بار سوم اجاره‌بها را در موعد مقرر به مؤجر نپردازد و یا در صندوق ثبت تودیع ننماید، مؤجر می‌تواند با تقدیم دادخواست مستقیماً از دادگاه درخواست تخلیه عین مستأجره را بنماید. حکم دادگاه در این مورد قطعی است.

استاندارد: سازمان بین‌المللی استانداردسازی چیست؟

این سازمان که معمولاً به نام ایزو شناخته می‌شود، مؤسسه بین‌المللی تعیین استاندارد متشکل از

از آنجا که اکثر کاسبان و فعالان عرصه‌های اشتغال، نه تنها از ریزه‌کاری‌های قانونی بلکه از بسیاری اطلاعات محوری و اساسی بی‌بهره مانده‌اند، هر روزه شاهد تحمیل زیان‌های فراوانی بر آن‌ها هستیم. اگر چه در مباحث گوناگون و مقالات متعدد به بسیاری از این زمینه‌ها پرداخته شده اما چون موارد خاصی که افراد با آن‌ها روبرو بوده‌اند، عنوان نمودن مشکلات بارز یا خواندن مقالات بیرون خارج از حوصله کاسبان بوده و سوال یا پاسخ مدنظر دیده نمی‌شود. از طرف دیگر هر مقاله موفق تنها می‌تواند در دو یا سه صفحه به تعداد محدودی نکته و آن هم در یک محور مورد سوال خواننده اشاره نماید. بنابراین در این سری مقالات سعی شده به صورت پراکنده، سوالات و پاسخهایی در زمینه‌های متعدد کسب و کار، اعم از قانونی، اعتقادی و عرف بازار، اجتماعی و عمومی در حد بضاعت، اطلاع‌رسانی گردد و در صورت نیاز کتاب‌های مجموعه پرسش و پاسخ در هر مبحث به طور محوری و جداگانه در اختیار علاقه‌مندان قرار گیرد. همانگونه که اشاره شد سوالات فقط در حد مختصر برای روشن شدن ذهن خواننده و مسیر مراجعه او برای پیگیری و هر گونه اقدام و حل مشکل مورد نظر می‌باشد. همگی به استناد قوانین مبحث مربوطه می‌باشد.

بیمه: شرایط ادامه بیمه به صورت اختیاری چیست؟

افرادی که قبلاً مشمول قانون تأمین اجتماعی بوده و به دلیل عدم اشتغال از پوشش این بیمه خارج شده‌اند، به نحوی که این گونه اشخاص با دارا بودن حداقل ۳۰ روز سابقه پرداخت حق بیمه، می‌توانند بیمه خود را به طور اختیاری ادامه دهند. برای این کار باید شرائط زیر را داشته باشند:



همه عناصر طبیعت در آن به کار رفته است. تلفیق چرم، پاشنه چوبی و آبی دریا روی ماسه‌ها قدم بزنید

بازار چرم گوناگون



گل‌های رنگارنگ
هم نقره‌ایی را خشتی کرده و هم چشم‌نوازی کرده است

بازارچیراگونیش



حتی اگر مشکل کوتاهی قد داری نباید به آن اعتراف کنی!
زیره‌های طبقاتی این کفش می‌گوید تو برای زیبایی این کفش را
انتخاب کردی نه برای بلندتر کردن قد خود





فانتزی، شادی، خوش بودن
این گونه است که خریدار با لبخند به سراغ کفش ها می رود

بازار چرم و کفش



چقدر شیک، ساده و جوان پسندانه

بازار چرخش



فقط در خرید مدادرنگی دچار وسواس نمی‌شویم که کدام رنگ‌ها را بخریم. اینجا هم همین مشکل را داریم اصلا شاید چند جفت بخریم!

بازار چیرس و کونین

بازار چرخ و گل

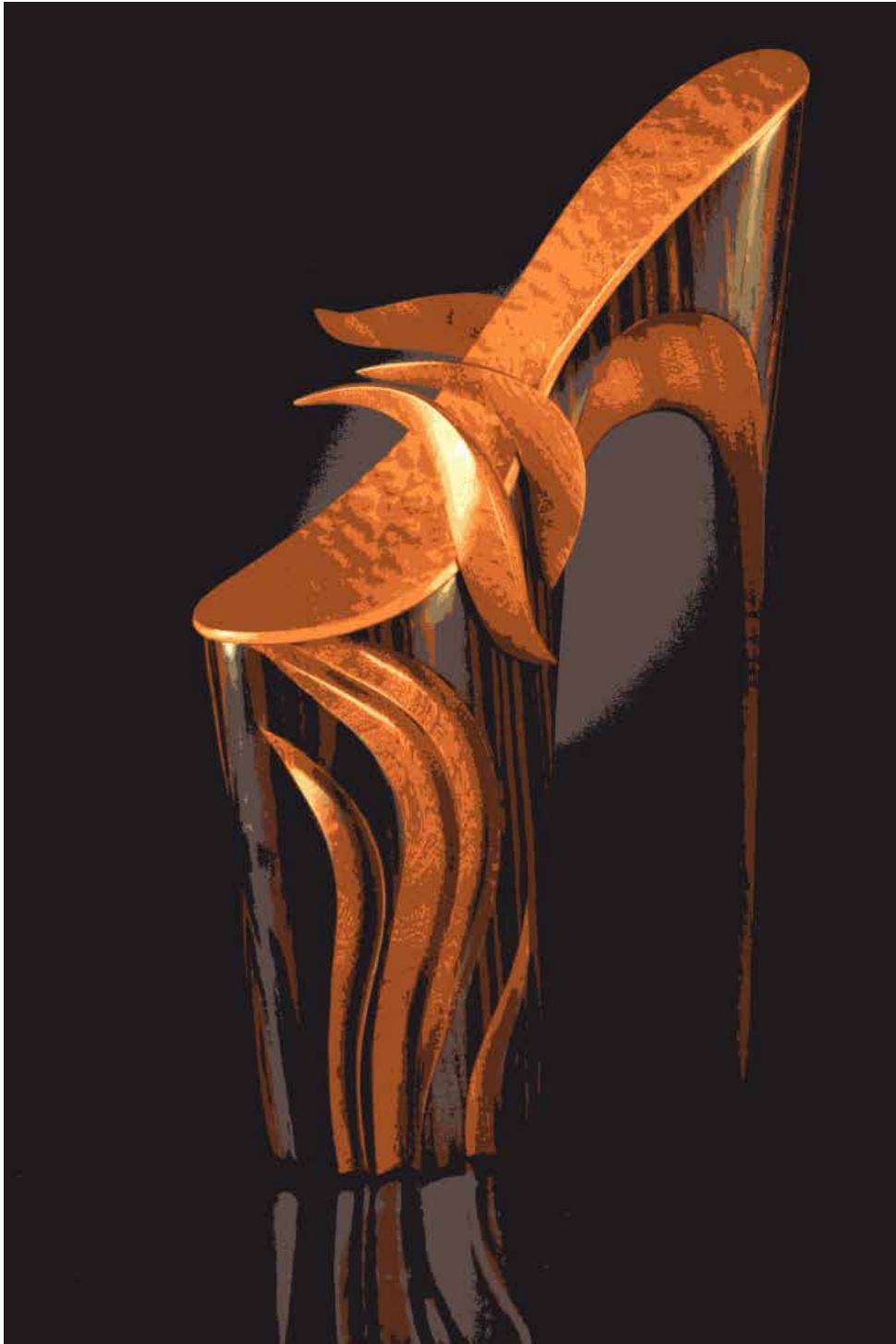
یاد باغ‌های ایرانی افتادم چه گل‌های رونده‌ای





رسمی، سنگین، جذاب
شما یک جنتلمن هستید اگر مبادی آداب باشید!

بازار چرم و کفش



عمر آنجل پرز

عمر آنجل پرز در سنین اولیه زندگی پی برد که به ساختن و خلق کردن علاقه دارد. این زاده و پرورش یافته ایالت تگزاس در دانشگاه هوستون هنرهای زیبا و طراحی گرافیکی خواند و کار روی چوب را تقریباً به صورت خودآموزی فراگرفت. برای این طراح و سازنده پویانمایی‌های تلویزیونی که برنده جایزه امی هم شده است دنیای کفش قلمرو جدیدی است. هر جفت کفش را به صورت سفارشی برای

مشتری می‌سازد یعنی مجموعه‌های‌اش را بر اساس فصل به فصل خلق نمی‌کند. آن چه به راستی نام پرز را سرزبان‌ها انداخت کفش‌های چوبی عظیم‌اش به نام دشنه است که آمیزه‌ای از شیفتگی‌اش به طراحی، کار روی چوب و خوش پوشی است. بلندی پاشنه‌ها ۳۵ تا ۶۰ سانتی‌متر است و به درد کسانی می‌خورد که با بلندی و هیجان اخت باشند. یک جفت از کفش تندیس‌های بلند اندر

بلند او را در موزه استادکاران فولر در شهر براکتون ماساچوست در سال ۲۰۱۲ به نمایش گذاشتند. جنون‌آمیزترین چیزی که تا کنون خلق کرده است کفشی به نام گهواره است که پوشیده از تیغه‌های ۳۵ سانتی‌متری اره است. نام کفش هم الهام گرفته از این واقعیت است که کفش مانند گهواره‌ای برای پا است و از رسیدن هر خار و تیغی به پا جلوگیری می‌کند.

پای پوش قاجار

محمدشاه، ناصرالدین شاه، مظفرالدین شاه، محمدعلی شاه و احمدشاه بودند. بنابراین، سلسله‌ی پادشاهان قاجار شامل ۷ پادشاه می‌شود که با آقامحمدخان شروع می‌شود و با احمدشاه پایان می‌یابد. تاریخ نویسان، دوره‌ی قاجار را در سه دوره بررسی می‌کنند.

دوره‌ی اول: آغاز قاجار تا ناصرالدین شاه

دوره‌ی دوم: ناصرالدین شاه تا مشروطیت

دوره‌ی سوم: مشروطیت تا پایان قاجار

نقاشی‌های هنرمندان به نام این دوره نظیر صنیع الملک و کمال الملک و نقاشان عصر حاضر که مضمون‌هایی در حال و هوای عصر قاجار تصویر کرده‌اند و همچنین طرح‌هایی که جهانگردان خارجی از ایران و ایرانیان ساخته‌اند، مدارک تصویری مناسبی جهت نمایش پای پوشهای زنان و مردان این سلسله است؛ توضیحات سفرنامه نویسان نیز سند خوبی برای تکمیل اطلاعات در حوزه‌ی پای پوشهای این دوران می‌باشد؛ آثار ایشان، سهم عمده‌ای در شناسایی زندگانی مردم در دوره‌ی قاجار دارد؛ با کمک این موارد می‌توان به معرفی پای پوش‌های این دوره پرداخت.

مریم صالحی نگارنده و محقق متن زیر، مدیر تحقیقات بازار شرکت کفش ملی، کارشناس ارشد طراحی لباس - استایل‌بست و محقق مد در دنیای کفش با ۲۲ سال تجربه در کنترل کیفیت و مهندسی محصول و مارکتینگ در صنعت کفش و مسلط بر دستورالعمل‌های کنترلی و استانداردها و تست‌های آزمایشگاهی در صنعت چرم و کفش می‌باشد که با پژوهش در دروان قاجار به چگونگی شکل‌گیری پای پوش در آن دوران پرداخته است:



بررسی عوامل موثر بر شکل‌گیری پای پوش‌های دوران قاجار

دوره‌ی قاجار شروع انتقال ایران، از سنتی به مدرن است. بنا به شواهد گوناگون الگوی فرهنگ و ارتباطات ایرانیان از هزار سال پیش تا دوره‌ی قاجار چندان تفاوتی نداشته است؛ اما از عهد قاجار تا دوران حاضر تغییرات فراوانی کرده است. دلیل آن، عوامل فراوان خارجی و داخلی است، از جمله حرکت پرشتاب دانش در جهان در دوره‌های کوتاه. ترتیب شاهان قاجار از قدیم به جدید: آقامحمدخان، فتحعلی شاه،



تصویر پادشاهان قاجار



پوشش سربازان قاجار

چکمه در زبان ترکی موزه گویند در زمان سلطنت احمدشاه قاجار که پوشش اروپایی کاملاً در فرهنگ ما رسوخ کرده بود، چکمه‌های چرمی بلند بنسدادار رواج یافته بود. باتوجه به تصاویر به جای مانده، قبل از ایندوره نیز چکمه‌های چرمی بلند، از زمان محمدشاه به بعد استفاده می‌گردیده است. **گیوه:** از جمله پای‌پوش مردان ایران در دوره‌ی اول و دوم قاجاریه گیوه بوده است که با تکه‌های فشرده پارچه درست می‌شده است.

گیوه نوعی پای‌افزار که رویه‌ی آن را از ریسمان و نخ پرک یعنی ریسمان‌های پنبه‌ای می‌بافتند و زیر یا ته آن را گاه از چرم ولی غالباً از لته‌های به هم فشرده و درکشیده می‌ساختند.

پولاک اشاره کرده است که پاها با جوراب‌های کوتاهی که فقط تا قوزک می‌رسد پوشیده شده است. جوراب‌ها را به ظرافت بسیار، مثل شال با میله می‌بافتند. برای پوشش پا کفش دهانه گشادی به پا می‌کنند که هنگام رسیدن به اتاق به سهولت بتوان آن را از پای بیرون آورد. روحانیون و منشی‌ها دمپایی‌هایی از چرم ساغری با نوک‌های منقاری شکل و کاملاً برگشته به پا می‌کنند که پاشنه‌هایی بسیار بلند و نازک مخروطی شکل دارد.

با توجه به نقاشی‌ها و عکس‌های فوق، می‌توان به این نتیجه رسید که این کفش‌ها یک نوع گیوه بوده‌اند؛ که مطابق با فرهنگ مردمان ایران و پابره‌نه شدن در داخل منزل و یا در زمان نماز خواندن بدون پشت بوده و یا برای اینکه راحت از پا درآید، پشت آنرا می‌خوابانند.



عکس‌هایی از مردان قاجار با گیوه و کفش دهانه گشاد

ادامه در شماره بعدی نشریه چرم و کفش

پای‌پوش مردان قاجار:

جوراب: در این دوره، پاها را با جوراب‌های کوتاهی می‌پوشاندند که با پشم و میل بافتنی بافته می‌شد.

«ایرانیان جوراب ساق بلند به پا نمی‌کنند ولی پای‌پوش‌هایی دارند که آنها را تقریباً همانطور که قالی‌هایشان را می‌بافتند، درست می‌کنند.

جوراب مردان در دوره‌ی قاجار در فصول مختلف، متفاوت بود به‌طوری که جوراب‌های نخ پنبه‌ای مخصوص تابستان و جوراب‌های ضخیم پشمی مخصوص فصل سرما و زمستان بود. جوراب پشمی اغلب زیبا و رنگارنگ بود.



جوراب پشمی، اثر کمال‌الملک، قرن ۱۳، موزه‌ی گلستان

کفش: در دوره‌ی اول قاجار، کفش‌ها با آنکه پشت باز بودند، با نوکی برگشته و پاشنه دار و یا بدون پاشنه، خیلی راحت نبودند زیرا پاشنه پا بیرون می‌ماند. «در شهرها مردان کفش سرپایی بی پاشنه به رنگ سبز نظیر کفش‌های زنان سی سال پیش فرانسه به پا می‌کنند اما مردم کم بضاعت از نوعی پوتین دراز پنجه باریک شبیه کفش‌های سرپایی چینی استفاده

می‌کنند.

در دوره‌ی دوم قاجار، به سبب ارتباط با اروپا کفش‌ها به‌ویژه کفش‌های پادشاهان و اطرفیان‌شان به کلی تغییر شکل داد.

چکمه: «مردان به هنگام سواری چکمه چرم بلغار به پا می‌کنند که ساق‌هایش تا بالای زانو می‌رسد و انتهایش به شکل دماغه است، پاشنه‌های این چکمه خیلی بلند و ناراحت‌تر از چکمه‌های سواره نظام فرانسه است (سفر در ایران، دروویل پیشین)».

در زمان سلطنت فتح‌علی‌شاه، عباس میرزا نایب‌السلطنه‌ی شاه بود. عباس میرزا اعتقاد داشت برای اینکه ایرانی‌ها متمدن شوند، باید علاوه بر تکنولوژی غرب، آداب و رسوم اروپایی‌ها را کسب کنند. بنابراین اولین حرکت غرب‌گرایی آغاز شد.

اولین گروهی که لباس‌های سنتی را از تن خارج کرده و لباس اروپایی به تن کردند سربازان بودند.

به اعتقاد برخی مورخان علت اصلی مخالفت با آمدن یونیفرم نظام جدید، پوشیدن لباس یک ملت نامسلمان بود. یونیفرم نظام جدید شباهت بسیار نزدیکی به لباس نظامیان روسی داشت. فقط کلاه پوست، آنهم نه به نشانه‌ی ملیت، بلکه بیشتر به لحاظ وفاداری به مذهب باقی ماند.



اندازه‌گیری و شکل‌دهی پاشنه

کار بعدی که بیش‌ترین دقت را لازم دارد شکل دادن قسمت بیرونی پاشنه است. دورتادور پاشنه را طوری با چاقوی تیزی برش می‌دهند که وقتی کسی که کفش را به پا دارد گام برمی‌دارد زاویه‌ی قسمت داخلی مچ پا با زمین ۹۰ درجه شود و قسمت بیرونی از زمین رو به داخل میل کند. بیرون پاشنه را چکش کاری می‌کنند تا مواد آن فشرده و سخت شود. کفاش سطوح پاشنه را با فرچه‌ی خیسی مرطوب نگه می‌دارد و با سمت زاویه‌دار سر چکش لبه‌های چرم را محکم به هم می‌فشارد و ضربات کوتاه وارد می‌کند.

ویژگی خاص ساختمان پاشنه این است که قابل ساختن به صورت جفتی است زیرا هر لایه‌ی پاشنه باید به طور دقیق در هر دو جفت کفش دارای یک ارتفاع باشد. کفاش بعد از ساختن هر بالاآورنده‌ی پاشنه به طور مجزا، آن‌ها را اندازه‌گیری می‌کند. اگر بالاآورنده در یک پاشنه خیلی ضخیم باشد اندازه‌ی آن را با چکش کاری و سوهان کاری کاهش می‌دهند تا اندازه‌ی همتای خود در پاشنه‌ی هم‌جفت خود شود. کفاش بعد از ساختن هر دو پاشنه نیز ارتفاع آن‌ها را از نو مورد سنجش نهایی قرار می‌دهد که کاملاً مطمئن شود.



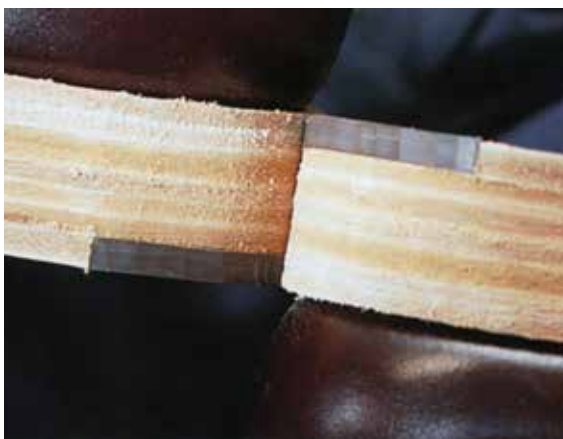
هر بار که کفاش بالا آورنده‌ی دیگری را می‌چسباند اضافات آن را می‌برد تا با بالا آورنده‌ی قبل منطبق شود. در این عکس فقط باید قسمت انتهایی پاشنه و ته پاشنه‌ی لاستیکی را اضافه کرد تا پاشنه کامل شود.



چرم خیس از خشک نرم‌تر است به طوری که اگر لایه‌های چرم را از ابتدا با آب مرطوب کنند کفاش راحت‌تر می‌تواند با چاقو یا چکش روی بخش بیرونی پاشنه کار کند.



قسمت مرطوب بیرونی را چکش کاری و فشرده‌سازی می‌کنند.



مغزی دارای انحنا است و باید هنگام اندازه‌گیری به آن توجه داشت.



ابزار و وسایل ضروری کفش‌دوزی و ساخت کفش چرم

مانند: کفش‌های بروژ (Brouge)، ورزشی (Sport)، کالج (College)، آکسفورد (oxford shoes)، دربی (Derby)، بوت (Boot)، صندل (Sandal)، پاشنه دار (High heels) و ... استفاده می‌شود. برای قسمت‌های زیره کفش، زیرساز و همچنین برای رویه کفش معمولاً از چرم گاوی استفاده می‌شود. برای قسمت آستر کفش نیز می‌توان از چرم بز، میش و گیاهی استفاده کرد.

از معروف‌ترین برندهای چرم دنیا می‌توان شانل (Chanel)، گوچی (Gucci)، ورساچه (Versace)، هرمس (Hermes)، کوچ (Coach)، فندی (Fendi) اشاره کرد. در ایران نیز برندهای چرم مشهد، نوین چرم، مارال چرم، چرم کیهان و ... از بهترین و معروف‌ترین برندهای موجود در بازار هستند که می‌توانید برای تولید کفش‌های مرغوب و با کیفیت از آن‌ها استفاده کنید.

برای ساخت کفش‌ها از دو روش صنعتی و دستی استفاده می‌شود. مانند بسیاری دیگر از حرفه‌ها همچون قالبی بافی که محصولات تولید شده از جنس دستی کیفیت و خواهان بیشتری دارد، در حوزه کفش نیز محصولات تولید شده با دست طرفداران بیشتری دارد.

در میان کفش‌ها نیز کفش‌های چرم بسیار پرطرفدار هستند. برای دوخت کفش‌ها ابزار و وسایل کفش‌دوزی مورد نیاز است. در این مقاله بر آن هستیم که به معرفی و نحوه کاربرد بهترین ابزارهای کفش‌دوزی چرم بپردازیم که علاوه بر دوخت دستی در تولید صنعتی نیز کاربرد دارند.

چرم کفافی

در صورتی که در حوزه تولید کفش چرم فعالیت می‌کنید اولین و ضروری‌ترین ابزار چرم است. چرم‌ها را به دو صورت طبیعی و مصنوعی می‌توان تهیه و استفاده کرد. از چرم‌ها برای تولید مدل‌های متنوع کفش

قالب کفش



ابزار یا وسیله بعدی در ساخت کفش چرم قالب است. قالب نوعی ماکت مصنوعی از پا است که برای ساخت کفش استفاده می‌شود. قالب‌ها را در انواع و سایزهای مختلف می‌توانید برای دوخت خود استفاده کنید. برای ساخت قالب کفش از موادی همچون چوب، چدن، پلی اتیلن استفاده می‌شود. البته قالب‌های چوبی بیشتر برای ساخت کفش‌های سفارشی و با تولید کم کاربرد دارد.

جنس قالب باید به شکلی باشد که در برابر فشار، حرارت و رطوبت دوام کافی داشته باشد. در ایران قالب بیشتر کفش‌ها از جنس پلی اتیلن ساخته می‌شوند.

زیره کفش

زیره کفش قسمتی از کفش است که مستقیماً با زمین ارتباط دارد و از انواع مختلفی مانند چرم، لاستیک، پلی اورتان و ترکیبات PVC ساخته می‌شود. بنا بر کاربردی که کفش‌ها دارند زیره‌های متفاوتی در ساخت آن‌ها کاربرد دارد. کفش‌های رزومره و معمولی اغلب زیره لاستیکی یا پلی اورتان دارند.

زیره کفش چرم: زیره چرمی از بهترین و رایج‌ترین کف‌های چرمی است که علاوه بر راحتی، پاهایتان عرق نخواهد کرد. این نوع زیره برای کفش‌های رسمی و اداری کاربرد دارد.

زیره لاستیکی: بیشتر برای کفش‌های اداری یا کفش‌های پیاده روی از این نوع زیره‌ها استفاده می‌شود.

زیره پنبه‌ای: این نوع زیره کفش کاربرد درمانی و طبی داشته و برای ساخت کفش‌ها و دمپایی‌های درمانی کاربرد دارد. همچنین به دلیل راحتی زیره پنبه‌ای در ساخت کفش برای افراد مسن نیز از این جنس استفاده زیادی می‌شود.

زیره کفش پلی اورتان (PU): این نوع زیره‌ها بسیار کاربردی، انعطاف‌پذیر و با دوام هستند، همچنین دارای خاصیت ضد آب بوده و برای افرادی که دارای التهاب کف پا هستند به عنوان یکی از راهکارهای درمانی توصیه می‌شوند.

کاتر و قیچی



از قیچی و کاتر برای بریدن چرم و نخ استفاده می‌شود. اما برای دقت در برش و بخصوص برش الگوها بهتر است که از کاتر استفاده کنید.

چسب آهن

برای چسباندن قسمت‌های مختلف کفش و چرم نیاز است که از چسب استفاده کنیم. از چسب‌های متفاوتی برای این منظور می‌توان استفاده کرد اما قطعاً بهترین مورد چسب آهن است. همچنین برای چسباندن زیره کفش از چسب پی‌یو استفاده می‌شود.

گاز کارکشی

از ابزارهای ضروری‌ترین وسایل ساخت کفش چرم است. از این وسیله برای کشیدن چرم بر روی قالب کفش استفاده می‌شود تا به این طریق بتوانید مابقی مراحل تولید کفش را با راحتی بیشتری انجام دهید.

چکش کفافی

از چکش برای کوبیدن میخ‌های سایه پاشنه کفش استفاده می‌شود، همچنین از چکش‌ها می‌توان برای سمبه زدن و سوراخ کردن چرم استفاده کرد.

براق کفش



سندان کفش

از دیگر ابزارهای کفاشی بسیار قدیمی سندانها هستند. این ابزارها از جنس چدن و فولاد بوده و علاوه بر کفاشی در آهنگری و مسگری هم کاربرد دارند. سندانهای مخصوص کفش ۳ تکه بوده و برای کوبیدن میخ، و چسباندن قسمت‌های مختلف کفش کاربرد دارد.



واکس کفش

آخرین وسیله ساخت کفش چرم که به آن اشاره می‌کنیم واکس است که در آخرین مرحله تولید کفش از آن استفاده می‌شود. از واکس علاوه بر زیبایی و براق کردن برای فرم دهی لبه‌های چرم استفاده می‌شود.

منبع: درتابان

از ابزارهای کفاشی که نقش تعیین کننده‌ای در جذابیت و فروش کفش‌ها دارند یراق‌ها هستند. بعد از این که طرح اولیه کفش ساخته شد؛ نیاز است که از یراق‌ها استفاده کنیم. یراق‌ها علاوه بر حالت کاربردی برای تزئین و زیبایی هر چه بیشتر در کفش‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. حلقه کفش، زیرو رو پرچ، جانبندی، قلاب و رکاب خور از جمله یراق‌های کاربردی هستند، در مقابل زیپ‌ها، فیگور، منگوله، زنجیر و پلاک‌ها از جمله یراق‌هایی هستند که بیشتر جنبه تزئینی دارند.

درفش کفش دوزی

یکی از قدیمی‌ترین ابزارهای کفش دوزی که وقتی خودم کوچک بودم و همیشه کار با آن توسط پدر بزرگم برایم جالب بود درفش‌ها بودند. درفش وسیله‌ای از جنس آهن با دسته‌ای از جنس چوب است که از آن برای سوراخ کردن یا باز کردن بیشتر سوراخ چرم یا پارچه کفش و همچنین عبور دادن نخ و سوزن استفاده می‌شود. از دیگر محصولات آنی که در ساخت آنها می‌توان از درفش‌ها استفاده کرد کتاب‌ها هستند.

سمبه

برای دوخت کفش نیاز است چرم آن را سوراخ کنید به همین منظور از سمبه‌ها استفاده می‌شود. البته اگر میزان تولید کفش در واحد تولیدی یا منزل شما بالا است بهتر است از دستگاه پرچ زن استفاده کنید. زیرا هم باعث سرعت بیشتر در کارتان شده همچنین صدایی بسیار کمتری نسبت به سمبه تولید می‌کند.





آموزش آنلاین به اندازه آموزش حضوری موثر است

شرکت می کنند. مربی کلاس را هدایت می کند و معمولاً دانش آموزان به صورت منفعلانه در حال یادگیری هستند. امروزه از هر ۴ دانش آموز حداقل یک نفر ادعا می کند که از طریق کلاس های آنلاین بهتر یاد می گیرد. این بدین معناست که از هر ۴ دانش آموز ۳ دانش آموز هنوز احساس می کنند در یک کلاس سنتی عملکرد بهتری دارند.

یادگیری ناهمزمان در مقابل یادگیری همزمان

یکی از مهم ترین تفاوت های بین یادگیری حضوری و یادگیری آنلاین این است که یادگیری حضوری همزمان است و معلم و همه دانش آموزان در یک جلسه یادگیری حضور دارند. اما شیوه آموزش آنلاین می تواند همزمان یا غیرهمزمان باشد.

ارائه دانش در مقابل سهولت یادگیری

در کلاسهای حضوری مربیان معمولاً فقط دانش را ارائه می دهند و سپس

مزایای کلاس آنلاین در چیست؟ در سالهای گذشته آموزش آنلاین به عنوان متدی برای آموزش موارد تکنیکی بود. امروزه اما محبوبیت آموزش آنلاین روز به روز در حال افزایش است و این روند برای ادامه کار وجود دارد. با وجود ویژگی هایی نظیر انعطاف پذیری بیشتر، خودآموزی، دسترسی به مدرسان و معلمان در هر زمان و... تعجب آور نیست که یادگیری آنلاین محبوب شود. اما آیا آموزش آنلاین به خوبی آموزش حضوری موثر است؟ در بعضی موارد ممکن است حتی موثرتر باشد. در ادامه این مطلب از بلاگ رومیت می خواهیم نگاهی به این موضوع بیندازیم که آموزش آنلاین موثرتر است یا حضوری؟ آموزش آنلاین هر نوع آموزشی است که از طریق اینترنت انجام می شود. در اکثر زمان ها آموزش آنلاین همزمان نیست زیرا در این روش آموزش دانش آموزان مجبور نیستند در همان زمان و مکانی که مربیانشان آموزش می دهند یاد بگیرند. اما آموزش حضوری، سنتی ترین روش آموزش است که در آن دانش آموزان و معلمان به طور همزمان در یک مکان حضوری

می شود. در شیوه آموزش حضوری مربیان ملزم هستند زمان اختصاص داده شده برای دوره را پر کنند. در صورتی که در آموزش آنلاین دانش آموزان می توانند آن زمان را صرف چیز با ارزش تری برای یادگیری خود کنند. در آموزش آنلاین دانش آموزان به طور کلی زمان کمتری را سپری می کنند. ارزیابی مکرر باعث کاهش حواس پرتی می شود. از آنجا که در شیوه آموزش آنلاین دلایل زیادی برای حواس پرتی دانش آموزان وجود دارد، ارزیابی مکرر دانش آموزان یا برگزاری مینی آزمون ها حواس پرتی آنها را کم می کند و آنها را در مسیر آموزش نگه می دارد.

این روش سبز برای مطالعه است.

آموزش آنلاین نه تنها باعث کاهش استفاده از کاغذ و منابع نظیر برق می شود، بلکه به دلیل حذف رفت و آمد به دانشگاه و مدارس، باعث جلوگیری از انتشار گاز کربن می شود. بنابراین دوره های آنلاین ۹۰٪ انرژی کمتری دارند و ۸۵٪ میزان انتشار کربن کمتری نسبت به کلاسهای حضوری یا سنتی دارند.

پیگیری الگوهای یادگیری

آموزش آنلاین به مربیان و طراحان آموزشی کمک می کند تا یادگیری را از راه هایی متفاوت پیگیری کنند. از طریق ابزارهای تحلیلی، مربیان و محققان می توانند ببینند که واقعا چه عواملی موثر است و چه عواملی موثر نیستند و از این اطلاعات برای اطلاع از برنامه درسی آینده و طراحی دستورالعمل ها استفاده می کنند. یکی از مهم ترین ویژگی های آموزش مجازی این است که این شیوه آموزش بسیار ایده آل افراد شاغل است. زیرا در این روش جلسات کلاس ضبط می شود و فراگیران می توانند در زمان دیگری آنها را دانلود کرده و استفاده نمایند. آموزش حضوری نیاز به تجهیزات فیزیکی زیادی دارد اما آموزش آنلاین تنها به یک کامپیوتر، لپ تاپ یا تبلت نیاز دارد. به نظر شما مزایای آموزش آنلاین چه چیزهای دیگری است؟

آیا یادگیری آنلاین به خوبی یادگیری حضوری است؟

بله. و از بسیاری جهات یادگیری آنلاین از یادگیری حضوری موثرتر است. تحقیقات نشان داده است کسب مهارت الکترونیکی به ۴۰ تا ۶۰ درصد زمان کمتری برای یادگیری نسبت به آموزش حضوری نیاز دارد. یکی از مزایای آموزش آنلاین تاثیر آن در آموزش است.

یادگیری حضوری یا آنلاین کدام یک موثرتر است؟

در حالی که آموزش آنلاین به طور فزاینده ای محبوب می شود، مطالعه حضوری هنوز هم ممکن است بهترین گزینه برای برخی از افراد باشد. با یادگیری حضوری مربیان بهتر می توانند درک و علاقه دانش آموزان را بسنجند و ایجاد هیجان گروهی درباره یک موضوع آسان تر است. اما از

درک آن دانش را در تاریخ بعدی ارزیابی می کنند. اما در آموزش آنلاین مربیان بیشتر به عنوان تسهیل کننده یادگیری دیده می شوند و به دانش آموزان کمک می کنند مطالب را به صورت آنلاین آموزش ببینند.

معلم در مقابل پیشرفت کودک

در حالی که هر دو شیوه آموزش آنلاین و حضوری می توانند مولفه هایی را از برنامه درسی دانش آموز و معلم داشته باشند، اما مطالعه آنلاین بهتر به پیشرفت و یادگیری دانش آموز منجر می شود. در مطالعه آنلاین دانش آموزان می توانند خود تصمیم بگیرند که می خواهند در چه چیزی بیشتر کار کنند و زمان بیشتری را برای یادگیری صرف کنند.

نظم و انضباط شخصی

برخی ممکن است بگویند موفقیت در آموزش آنلاین دشوار است و این به این دلیل است که باید خود از انگیزه و نظم بالایی برخوردار باشند. در یادگیری آنلاین هیچ کس شما را در مسیر خود نگه نمی دارد. شما باید محرک، نگهدارنده وقت و نظم دهنده خود باشید.

اندازه گیری عملکرد

هم در یادگیری حضوری و هم در اینترنت، مربیان باید راهی برای سنجش عملکرد داشته باشند. این کار معمولا از طریق ارسال تکالیف، اجرای آزمون ها، امتحانات و ایجاد امتیاز برای شرکت انجام می شود. سنجش مشارکت و حضور در کلاس دشوارتر است.

دلیل برای تاثیرگذاری بیشتر آموزش آنلاین و مزایای آموزش آنلاین دانش آموزان بیشتر بیاموزند

دوره های آنلاین به دانش آموزان تسلط کامل بر آنچه می آموزند می دهد. بنابراین دانش آموزان قادر به یادگیری با سرعت خود هستند. آنها می توانند بخش هایی از مطالب که می فهمند را سریع کار کنند و زمان بیشتری را برای مطالبی که یاد نمی گیرند سپری کنند.

نرخ بالاتر

یکی دیگر از مزایای آموزش آنلاین نرخ بالاتر است. بسیاری از مطالعات نشان داده است که میزان ماندگاری برای دانشجویان آنلاین بسیار بیشتر از دانشجویان سنتی و حضوری است. آموزش آنلاین دسترسی را افزایش می دهد و احتمال اینکه دانش آموز بتواند یک دوره یا برنامه را با در نظر نگرفتن محدودیت های جسمی به پایان برساند افزایش می یابد.

سرمایه گذاری با زمان کمتر

در آموزش آنلاین دانشجویان مجبور نیستند که به کلاس رفت و آمد کنند. در نتیجه آموزش آنلاین تا حد زیادی منجر به صرفه جویی در زمان

کلام آخر

در این مطلب به این سوال پاسخ دادیم که آیا آموزش آنلاین به اندازه آموزش حضوری موثر است؟ مزایای آموزش آنلاین چیست؟ در جواب باید به شما بگوییم بله. آموزش آنلاین نیز مشابه آموزش حضوری یک روش کاملاً موثر برای یادگیری محسوب می شود و از بسیاری جهات آموزش آنلاین از آموزش حضوری موثرتر است. شیوه آموزش آنلاین یک روش نوین آموزش بر بستر اینترنت و از راه دور است که در شرایط کنونی با پیدایش کرونا به عنوان روش جایگزین آموزشی مورد استفاده قرار گرفته است. آنچه که برای برگزاری کلاس آنلاین باید مورد توجه قرار گیرد انتخاب یک پلتفرم برگزاری کلاس آنلاین است که بتواند تمام نیازهای شما را پوشش دهد. پلتفرم برگزاری وبینار و کلاس آنلاین رومیت با امکانات و خدماتی که ارائه می دهد به شما در برگزاری کلاس آنلاین با کیفیت کمک می کند.

منبع: وبلاگ رومیت

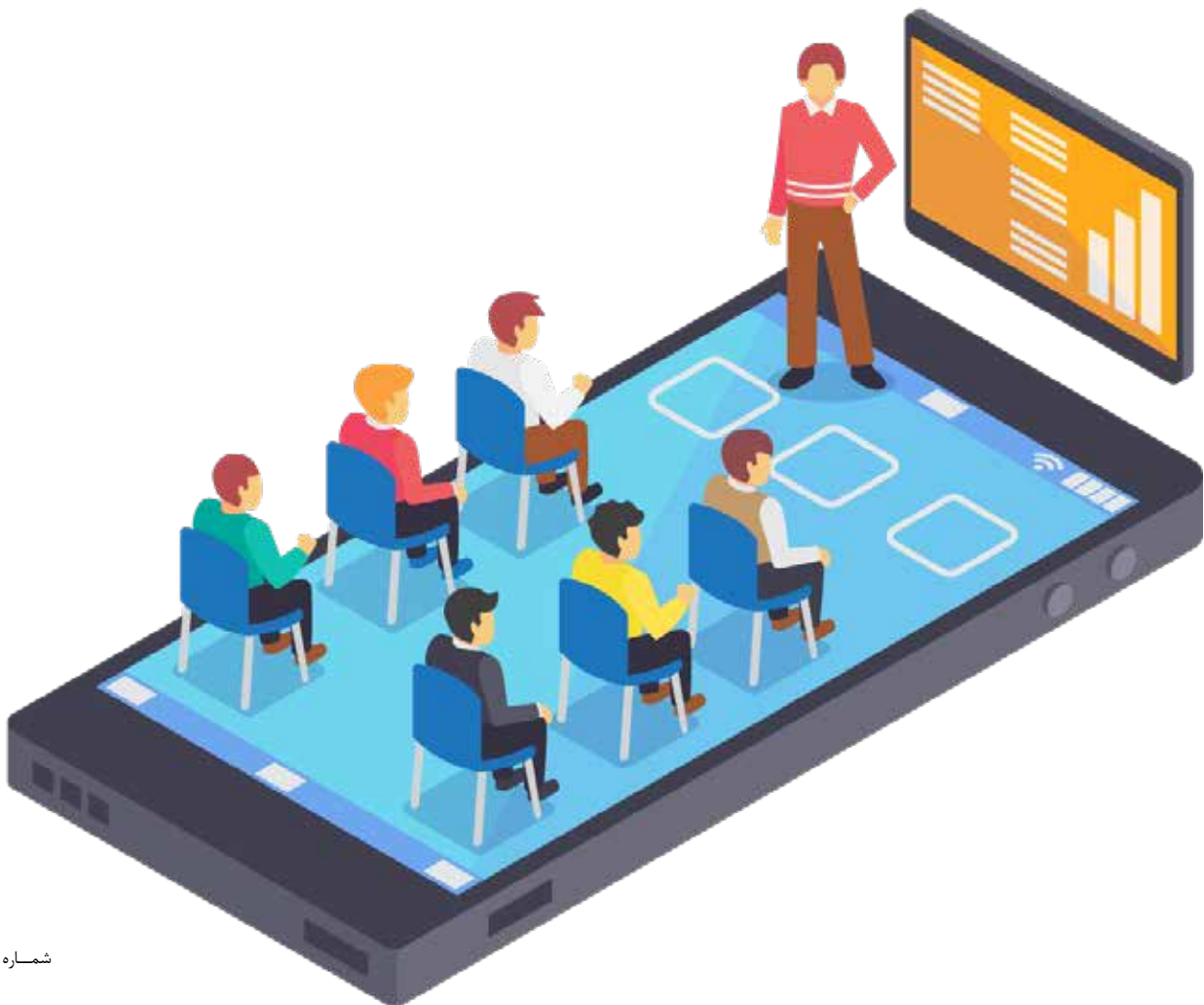
طرفی آموزش آنلاین به دلیل استفاده از چندرسانه ای نیاز افراد را در یادگیری به خوبی تامین می کند و در نتیجه این شیوه آموزش بازدهی بیشتری خواهد داشت.

آیا آموزش آنلاین موثر است؟

اگر قصد گرفتن مدرک آنلاین را دارید یا حداقل چند دوره آنلاین را می گذرانید خبرهای خوبی وجود دارد. طبق مطالعه اخیر دوره های گسترده آنلاین به همان اندازه که به طور سنتی در یک کلاس یا سالن سخنرانی تدریس می شود موثر هستند.

کدام روش بهتر است آموزش آنلاین یا آموزش حضوری؟

آموزش آنلاین می تواند به اندازه آموزش حضوری در کلاس خوب یا حتی بهتر باشد. تحقیقات نشان داده است دانشجویان در آموزش آنلاین عملکرد بهتری نسبت به افرادی که شیوه آموزش حضوری دریافت می کنند دارند اما این موضوع مستلزم این است که شیوه آموزش آنلاین به درستی انجام شود.



اصول شرکت در نمایشگاه

نحوه انتخاب نمایشگاه

بهتر است همین الان در اینترنت جستجو کنید تا متوجه شوید در طول یکسال چه تعداد نمایشگاه در تهران و چه تعداد نمایشگاه استانی برگزار می‌شود؛ اما یکی از اصول شرکت در نمایشگاه یافتن ایونت‌هایی است که می‌تواند به رشد شما کمک کند. برای اینکه بتوانید این مورد را به خوبی شناسایی کنید، به موارد زیر توجه داشته باشید:

اهداف کاری خود را مشخص کنید (بهتر است زمان بگذارید و این اهداف را بر روی کاغذ پیاده‌سازی نمایید)

کسب‌وکارهای مرتبط با حوزه کاری خود را مشخص کنید.

یک مثال ساده در مورد انتخاب نمایشگاه

به طور مثال تصور کنید شما در زمینه فروش چمن مصنوعی در فضاهای تزیینی مشغول به کار هستید و می‌خواهید با حضور در نمایشگاه تعداد مشتریان خود را افزایش دهید (تعیین هدف). کدام کسب‌وکارها می‌توانند از محصول شما استفاده کنند. چمن مصنوعی در کوراسیون و دیزاین فضا کاربرد دارد (نمایشگاه‌های معماری یکی از نمایشگاه‌های مرتبط هستند). همچنین، با توجه به این موضوع که چمن مصنوعی کف را پوشش می‌دهد و نرم و لطیف است می‌تواند به عنوان کفپوش مورد استفاده قرار گیرد (نمایشگاه‌های فرش و کفپوش از نمایشگاه‌های مرتبط هستند). اکنون با این مثال ساده توانسته‌اید به اصول شرکت در نمایشگاه پی‌ببرید و برنامه‌های خود را به طور منظم مشخص نمایید.

تعیین هزینه

یکی دیگر از اصول شرکت در نمایشگاه تعیین هزینه و بودجه برای حضور در آن فضا است. بهتر است به این سوال پاسخ دهید آیا شما می‌خواهید در یک نمایشگاه غرفه داشته باشید و یا هدف شما حضور در آنجا برای شناسایی مشتریان هدف

در این مقاله سعی کردیم به صورت کلی درباره اصول شرکت در نمایشگاه، مزایا و معايب آن توضیحاتی ارائه دهیم تا در نهایت تصمیم بگیرید که آیا نیاز است در نمایشگاه حضور پیدا کنید یا خیر.

شرکت در نمایشگاه می‌تواند فرصت مناسبی برای کارآفرینان، مشتریان و فریلنسرهایی باشد که به دنبال رشد و ترقی در حوزه کاری خود هستند؛ اما باید بدانید زمانی حضور در نمایشگاه می‌تواند به موفقیت کاری این افراد کمک کند که اصول شرکت در نمایشگاه رعایت شوند. امروزه، دنیا به سمت دیجیتال شدن در حال حرکت است و همین امر باعث شده است دیگر فرصتی برای آزمون و خطا باقی نماند. تقریباً تمامی افراد می‌خواهند در کمترین زمان ممکن به نتیجه برسند و در مسیر کاری خود رشد پیدا کنند. به همین دلیل، توجه به تمامی اصول و قوانین می‌تواند موفقیت‌های زیادی را به همراه داشته باشد.

حضور در نمایشگاه، رسیدن به قله‌های موفقیت

آیا تمایل دارید در حوزه کاری خود به موفقیت برسید؟! می‌خواهید مشتریان هدف خود را در کمترین زمان ممکن پیدا کنید؟! آیا فریلنسر هستید و به دنبال مشتریان قوی هستید؟ اگر پاسخ شما به هر یک از این سوالات مثبت است باید بدانید یکی از راه‌های رسیدن به هدف حضور در نمایشگاه‌هاست.

در این فضاها فرصت بسیار مناسبی برای ارتباط با تمامی افراد مهم در حوزه کاری‌تان به وجود می‌آید و این فرصت می‌تواند به رشد کسب‌وکار شما کمک کند. کسانی که به طور منظم در نمایشگاه‌ها حضور دارند می‌توانند درآمد خود را به میزان چشمگیری افزایش دهند. چیزی که در این میان مهم است توجه به اصول شرکت در نمایشگاه است.





شناسایی محصولات و یا خدمات برتر

در بالا و در اصول شرکت در نمایشگاه به این موضوع اشاره کردیم تعیین هدف یکی از مهمترین مواردی است که تمامی افراد باید مدنظر قرار دهند؛ اما اکنون بهتر است کمی بیشتر به این موضوع دقت کنیم. هدف شما برای حضور در نمایشگاه به طور دقیق چیست؟ کدام محصول را می‌خواهید به مشتریان خود معرفی کنید؟! بهتر است بدانید یکی از اصول شرکت در نمایشگاه معرفی محصولات ویژه است. به طور مثال، ممکن است شما در حوزه صنایع پزشکی فعال هستید و توانسته‌اید محصول جدیدی را تولید کنید.

نمایشگاه بهترین فرصت برای اینکار است. البته باید بدانید منظور ما این نیست که شما نباید بر روی محصولات قدیمی تمرکز داشته باشید، بلکه هدف ما این است که شما باید معرفی محصولات را در صدر توجه قرار دهید. این مسئله باعث می‌شود پله‌های موفقیت را زودتر طی کنید. به طور مثال، اگر به صورت عادی ۶ ماه تا یک سال طول بکشد تا شما محصول جدید خود را به بازار معرفی کنید، با شرکت در نمایشگاه می‌توانید این زمان را به دو تا سه ماه کاهش دهید. توجه به اصول شرکت در نمایشگاه بسیار مهم است و باعث موفقیت شما خواهد شد.

طراحی بنر

بهتر است بدانید امروزه تمامی افراد به این موضوع اشاره می‌کنند یکی از مهمترین مواردی که تعامل افراد را با کسب‌وکار شما افزایش می‌دهد طراحی جلوه‌های بصری است. به همین دلیل، تمامی کسب‌وکارهایی که در نمایشگاه غرفه دارند باید بر روی طراحی بنر خود تمرکز داشته باشند. این مسئله از جمله اصول شرکت در نمایشگاه است که نقش بسیار مهمی در موفقیت کسب‌وکار دارد. توصیه می‌شود در طراحی بنر به المان‌هایی که ماهیت کسب‌وکارشان را نشان می‌دهند توجه داشته باشید. طوری که افراد با دیدن بنر جذب کسب‌وکار شما شوند و به سمت شما بیایند.

شناخت مشتریان، B2B و یا B2C

در ادامه بحث توجه به اصول شرکت در نمایشگاه و تعیین هدف باید به مسئله بسیار مهم دیگری توجه داشته باشیم. با حضور در نمایشگاه می‌خواهید مشتریان B2B را جذب کنید و یا مشتریان B2C؟! بهتر است بدانید تعیین این امر به شما کمک می‌کند با چشم باز در نمایشگاه حضور داشته باشید. بسیاری از کسب‌وکارها به دنبال مشتریان B2B هستند. شاید بهتر باشد برای اینکار به غرفه‌های برندهای بزرگ و یا افراد فعال در این حوزه مراجعه کنید و در صورتی که خودتان در نمایشگاه غرفه دارید آنها را به صرف یک قهوه به غرفه‌تان دعوت کنید.

همچنین، می‌توانید یکی از کارمندان خود را مامور کنید تا کاتالوگ و یا هر چیزی را که به شما کمک می‌کند مشتریان هدف خود را پیدا کنید به غرفه‌ها ارائه دهد؛ اما اگر هدف شما پیدا کردن مشتریان B2C می‌توانید بر استراتژی‌های دیگر تمرکز داشته باشید. در این شرایط، بهتر است خودتان از مشتریان بخواهید به غرفه شما سر بزنند و یا هدایای تبلیغاتی برای آنها در نظر بگیرید. در هر دو صورت می‌توانید به آنچه می‌خواهید برسید و این مسئله برای شما ارزشمند خواهد بود.

است. اگر می‌خواهید غرفه داشته باشید باید حداقل از ۶ ماه قبل برای حضور در آن نمایشگاه اقدام کنید. هزینه‌های حضور در نمایشگاه سالانه مشخص می‌شوند و با توجه به این موضوع که می‌خواهید در سالن اصلی و یا فرعی باشید، قیمت‌ها متغیر خواهند بود. یکی دیگر از مواردی که بر قیمت اثر می‌گذارد متراژ غرفه است. برای حضور در این فضا بر اساس قوانین نمایشگاه حداقل متراژ مشخص می‌شوند و شما می‌توانید بر اساس آن برنامه‌ریزی داشته باشید.

هزینه‌های جانبی

بهتر است در ادامه بحث مرتبط با اصول شرکت در نمایشگاه به موضوع مهمی بپردازیم که بسیاری از افراد به آن توجه ندارند و همین امر ممکن است در آینده برای آنها چالش برانگیز باشد. هزینه‌ای که شما برای اجازه غرفه پرداخت می‌کنید، تنها بخشی از هزینه‌هایی است که باید برای حضور در نمایشگاه بپردازید. هزینه‌های جانبی دیگری مانند آماده‌سازی غرفه، لباس‌های رسمی، پذیرایی و موارد دیگر به عنوان هزینه‌های جانبی در نظر گرفته می‌شوند که بهتر است کسب‌وکارها به این موضوع توجه داشته باشند. این مسئله از جمله اصول شرکت در نمایشگاه است که می‌تواند بر بودجه‌بندی شما اثر بگذارد.

وظایف کارکنان

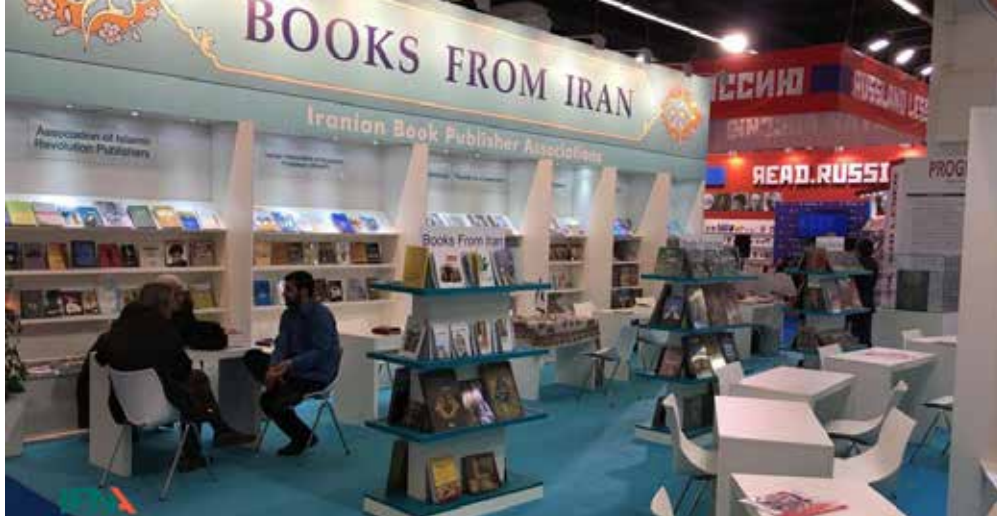
یکی از مواردی که در اصول شرکت در نمایشگاه قرار می‌گیرد و نقش موثری در موفقیت کسب‌وکارها دارد مشخص کردن وظایف کارکنان است. شاید بسیاری از افراد تصور کنند این مسئله بسیار راحت است و نیاز نیست وقت زیادی را به آن اختصاص دهند؛ اما باید بدانید این قسمت یکی از مهمترین قسمت‌هایی است که تمامی کسانی که در نمایشگاه حضور دارند باید وقت کافی را به آن اختصاص دهند.

آموزش کارکنان برای ارتباط با افراد برجسته در حوزه کاری

در نمایشگاه‌ها شما معمولاً با تعدادی از افراد برجسته در حوزه کاری خود ملاقات خواهید داشت. اگر اصول شرکت در نمایشگاه را به خوبی آموخته باشید و تجربه کافی در این زمینه داشته باشید می‌دانید نحوه ارتباط با این افراد می‌تواند به رشد شما کمک کند. برای اینکار باید از قبل تیم خود را آموزش دهید که چگونه با این افراد تعامل داشته باشند و در مورد چه موضوعاتی صحبت کنند. این مسئله به رشد شما و شناخته‌شدن برندگان کمک خواهد کرد.

ارتباط با مشتریان

یکی دیگر از مواردی که باید در اصول شرکت در نمایشگاه به آن توجه داشته باشید، نحوه ارتباط با مشتریان است. به طور مثال، اگر شما در نمایشگاه داروهای گیاهی حضور داشته باشید، تعدادی از مشتریان برای خرید داروهای گیاهی به شما مراجعه می‌کنند. مدیریت کردن این مشتری‌ها بسیار مهم است و باعث می‌شود رشد کنید و در کار خود بدرخشید. هرگز نباید پتانسیلی را که در نمایشگاه وجود دارد از دست بدهید.



آماده‌سازی هدایا رایگان

خواهند آمد و این مسئله می‌تواند به تعامل هر چه بیشتر مشتریان با کسب‌وکار شما کمک کند. در نتیجه، شما نباید این مزیت را از دست دهید و در روند اصول شرکت در نمایشگاه آن را مد نظر قرار دهید.

آماده‌سازی سایت برای اطلاع‌رسانی

اگر کسب‌وکار شما دارای سایت است باید از سایت خود به بهترین شکل استفاده نمایید. برای اینکار باید بنر حضور خود در نمایشگاه را تقریباً از یک هفته قبل در سایت بارگذاری کنید.

این مسئله باعث می‌شود حتی کاربرانی که با کسب‌وکار شما آشنایی ندارند و تنها از طریق جستجو ارگانیک وارد سایت شما شده‌اند از این مسئله مطلع شوند و این مسئله می‌تواند به برندینگ شما کمک کند. به طور کلی، توصیه می‌شود هیچ درگاهی را برای اطلاع‌رسانی در مورد حضور خود در نمایشگاه نادیده نگیرید.

ارزیابی موفقیت در نمایشگاه

یکی از مواردی که شما باید به عنوان اصول شرکت در نمایشگاه مد نظر داشته باشید ارزیابی موفقیت در نمایشگاه است. این کار را باید دقیقاً پس از اتمام نمایشگاه انجام دهید. برای اینکار به این موضوع توجه کنید چقدر توانسته‌اید به اهداف خود دست پیدا کنید. لیست کاملی از مشتریانی را که در این نمایشگاه بدست آورده‌اید یادداشت کنید و خود را برای مرحله بعدی آماده سازید.

حفظ ارتباط با مشتریان پس از نمایشگاه

در اینجا باید به لیست مشتریان خود که در مرحله بالا بدست آورده‌اید توجه کنید. این مشتریان ارزشمند هستند، اما شما باید آنها را در کسب‌وکار خود حفظ کنید. برای اینکار بهتر است ارتباط تلفنی با آنها داشته باشید و یا آنها را به شرکت خود دعوت کنید. همچنین، می‌توانید برخی از روزهای مشخص سال را به آنها تبریک بگویید تا نام برندتان در ذهنشان باقی بماند. گاهی می‌توانید نمونه‌های تولید خود را برای آنها ارسال نمایید. تمامی این موارد از اصول شرکت در نمایشگاه هستند که به موفقیت کاری شما کمک می‌کنند.

سخن پایانی

تا به اینجا تلاش کردیم اطلاعات کاملی را در مورد اصول شرکت در نمایشگاه در اختیار شما قرار دهیم. همانطور که متوجه شده‌اید برای اینکار باید از همان ابتدا به اهداف خود توجه داشته باشید و اهدافتان را به طور دقیق و اصولی طراحی کنید. از طرف دیگر، باید تیم خود را به گونه‌ای آموزش دهید تا بتوانند به موفقیت برند شما کمک کنند. همچنین، باید از قبل بودجه خود را تعیین کنید و تمامی هزینه‌های جانبی را نیز مد نظر قرار دهید.

منبع: ایفنا

در هر نمایشگاه کسب‌وکارها می‌توانند آیتم‌هایی را به عنوان هدایای رایگان و تبلیغاتی در نظر گیرند. یکی از اصول شرکت در نمایشگاه این است که شما می‌خواهید این هدایا را به دست چه کسانی برسانید. آیا می‌خواهید مشتریان معمولی شما این هدایا را داشته باشند و یا می‌خواهید تنها مشتریان ویژه این هدایا را دریافت کنند. به همین دلیل، باید این موارد را به طور دقیق مشخص نمایید و سپس تیم فروش خود را آموزش دهید.

بهتر است بدانید مغز انسان به خرید صفر واکنش خوبی نشان می‌دهد و آن را برای همیشه در ذهن نگه می‌دارد. با توجه به این موضوع که انسان‌ها یاد گرفته‌اند همیشه برای خرید کالا و یا خدمات مبلغی را پرداخت کنند، زمانی که خرید صفر است (یعنی هزینه‌ای پرداخت نمی‌شود) مغز به طور ناخودآگاه هورمون شادی ترشح می‌کند و این امر نقش بسیار مهمی در موفقیت برند دارد.

تبلیغات

یکی از اصول شرکت در نمایشگاه انجام تبلیغات مناسب برای اطلاع‌رسانی است. بسیاری از کسب‌وکارها این امر را نادیده می‌گیرند و همین امر سبب می‌شود در زمان حضور در نمایشگاه به موفقیت‌های لازم نرسند. ممکن است اطلاع‌رسانی در شبکه‌های اجتماعی سبب شود افراد زیادی در نمایشگاه حضور پیدا کنند که مشتریان آینده شما هستند. این مسئله می‌تواند به تامین منابع مالی کسب‌وکار کمک کند. از طرف دیگر، حضور در نمایشگاه یکی از اقدامات بسیار مهم است که می‌تواند بر مسئله برندینگ اثر بگذارد. در واقع، حضور در اینگونه فضاها باعث می‌شود کاربران و مشتریان به شما اعتماد داشته باشند و این مسئله بسیار ارزشمند است.

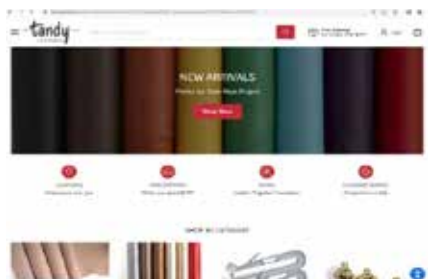
تبلیغات در فضای مجازی

اگر کسب‌وکار شما دارای شبکه‌های اجتماعی مانند لینکدین، توئیتر و اینستاگرام است هرگز نباید قدرت این شبکه‌ها را نادیده بگیرید. در اصول شرکت در نمایشگاه همواره به این موضوع اشاره می‌شود برای اینکه بتوانید مشتریان هدف خود را پیدا کنید و برند خود را تقویت نمایید باید از قابلیت این فضاها استفاده کنید. برای اینکار بهتر است یک بنر جذاب طراحی کنید و یا در صورتی که بودجه مالی شما اجازه می‌دهد تیزر تبلیغاتی داشته باشید. تیزر تبلیغاتی می‌تواند حس خوبی را در کاربران به وجود بیاورد و برند شما را در میان رقبایتان برجسته سازد.

استفاده از ایمیل

یکی دیگر از مواردی که در روند تبلیغات باید به آن توجه کنید استفاده از ایمیل است. شما باید از ایمیل‌هایی که از مشتریان خود دارید بهترین استفاده را ببرید. می‌توانید ایمیل مناسبی را طراحی کنید و برای مشتریان خود ارسال نمایید و به آنها بگویید که قرار است در نمایشگاه X در غرفه Y حضور داشته باشید. بسیاری از مشتریانی که تمایل دارند از نزدیک با کسب‌وکار شما آشنا شوند به این نمایشگاه

وبسایت برندهای کیف، کفش، چرم و لوازم جانبی



Tandy leather
www.tandy-leather.com



Gruppo vecchia toscana
www.gruppovecchiatoscana.com



Conceria tolio spa
www.conceriatolio.com



Trippen leather shoes
www.trippen.com



Bally shoe
www.bally.com



Vep pellami
www.vep-pellami.com



Loake shoes
www.loake.com



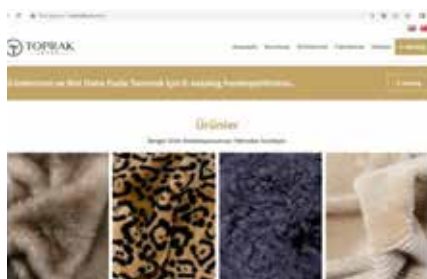
Monkstory shoes
www.monkstory.com



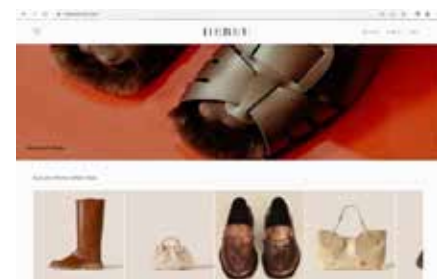
Van hoorn shoe lining
www.shoe-linings.com



Conceria tari
www.conceria-tari.com



Toprak kurk
www.toprakkurk.com



Hereu shoes
www.hereustudio.com

دی ماه ۱۴۰۳ تا اردیبهشت ماه ۱۴۰۴

برنامه نمایشگاه‌های چرم و کفش

- مواردی که ماهنامه بازار چرم و کفش در آن غرفه دارد با حروف پررنگ مشخص شده است.
- حتماً قبل از حضور در نمایشگاه با مراجعه به وب سایت مورد نظر از عدم تغییر تاریخ برگزاری نمایشگاه اطمینان حاصل کنید، در غیر این صورت مسئولیتی متوجه نشریه نمی باشد.
- اغلب نمایشگاه‌ها در روز آخر ۲ ساعت زودتر به پایان می رسند.

تاریخ شمسی	تاریخ میلادی	روزهای هفته	نام نمایشگاه	موضوع	محل برگزاری	اینترنت - پست الکترونیک
۱۸-۲۱ دی	۷-۱۰ ژانویه ۲۰۲۵	سه‌شنبه تا جمعه	صنعت کفش ایران	مد کیف، کفش، صندل و محصولات چرمی	ایران تهران	www.shoesqom.ir
● ساعت برگزاری: ۱۰ صبح تا ۷ بعدازظهر ● مکان برگزاری: مرکز نمایشگاهی شهر آفتاب						
۲۲-۲۵ دی	۱۱-۱۴ ژانویه ۲۰۲۵	شنبه تا سه‌شنبه	Expo Riva Schuh اکسپورایواشو	مد کفش و کیف زمستان ۱۴۰۴	ایتالیا ریوادل گاردا	
● ساعت برگزاری: ۱۰ صبح تا ۷ بعدازظهر ● مکان برگزاری: Exhibition Center						
۷-۹ بهمن	۲۶-۲۸ ژانویه ۲۰۲۵	سه‌شنبه تا یکشنبه	Pakistan Mega Leather مگا چرم پاکستان	کفش، چرم و محصولات چرمی	پاکستان لاهور	www.pmls.pk
● ساعت برگزاری: ۱۰ صبح تا ۷ بعدازظهر ● مکان برگزاری: Expo center lahore						
۵-۷ اسفند	۲۳-۲۵ فوریه ۲۰۲۵	یکشنبه تا سه‌شنبه	Mipel میپل	مد کیف پاییز و زمستان ۱۴۰۴	ایتالیا میلان	www.mipel.com
● ساعت برگزاری: ۹/۳۰ صبح تا ۷ شب ● مکان برگزاری: Fieramilano						
۵-۷ اسفند	۲۳-۲۵ فوریه ۲۰۲۵	یکشنبه تا سه‌شنبه	MICAM میکام	مد کفش پاییز و زمستان ۱۴۰۴	ایتالیا میلان	www.themicam.com
● ساعت برگزاری: ۹/۳۰ صبح تا ۷ شب ● مکان برگزاری: Fieramilano						
۷-۹ اسفند	۲۵-۲۷ فوریه ۲۰۲۵	سه‌شنبه تا پنجشنبه	Lineapelle لیناپله	مواد اولیه و ماشین‌آلات چرم و کفش تابستان ۱۴۰۵	ایتالیا میلان	www.lineapelle-fair.it
● ساعت برگزاری: ۹ صبح تا ۶/۳۰ بعدازظهر ● مکان برگزاری: Fieramilano						
۲۲-۲۵ اسفند	۱۲-۱۵ مارس ۲۰۲۵	چهارشنبه تا شنبه	mosshoes مس شوز	مد کفش	روسیه مسکو	www.mosshoes.com
● ساعت برگزاری: ۱۰ صبح تا ۶ بعدازظهر ● مکان برگزاری: Gostiny Dvor						
۲۹ اسفند تا ۲ فروردین	۱۹-۲۲ مارس ۲۰۲۵	چهارشنبه تا شنبه	AYMOD آی مد	مد کفش پاییز و زمستان ۱۴۰۴	ترکیه استانبول	Aymod.com
● ساعت برگزاری: ۱۰ صبح تا ۶ بعدازظهر ● مکان برگزاری: IFM						
۹-۱۲ اردیبهشت	۲۹ آوریل تا ۲ می ۲۰۲۵	سه‌شنبه تا جمعه	AYSAF آیسف	لوزام جانبی کفش	ترکیه استانبول	AySAF.com
● ساعت برگزاری: ۱۰ صبح تا ۶ بعدازظهر ● مکان برگزاری: IFM						



تولید کننده انواع کفش های مردانه و زنانه
کارخانه: تبریز، کیلومتر ۵ جاده تهران، خیابان صنعتی دوم
فکس: ۰۴۱-۳۶۳۷۳۰۲۴
تلفن واحد بازرگانی: ۰۴۱-۳۶۳۷۳۰۲۴-۵
دفتر تهران: خیابان خیام شمالی، پاچنار، کوچه کارکن اساسی، ساختمان آفاق
فکس: ۰۲۱-۵۵۶۳۵۹۳۱
تلفن: ۰۳۰۱-۵۵۵۹۵۳۰۰
www.afagleather.com info@afagleather.com



تولید کننده انواع کفش های مردانه
مدیریت: حاجی
نشانی: تهران، خیابان انقلاب، خیابان رامسر، پلاک ۹، طبقه اول
تلفن: ۸۸۱۴۰۴۱۳ - ۸۸۱۴۳۳۳ فکس: ۸۸۳۳۳۵۸۵
مدیر تولید: ۰۹۱۲۳۱۹۳۸۴۳
مدیر فروش: ۰۹۱۲۱۸۶۱۳۵
E-mail: gas.hallaji@gmail.com



تولیدی کفش حامی
مدیریت: یوسف کلیانی
تولید کننده انواع کفش های چرمی اسپرت و کلاسیک
نشانی: باغ سپه سالار، کوچه علی پورکرمی،
نیش بن بست اول، پلاک ۲
تلفن: ۰۲۱-۳۶۴۱۹۵۲۹
واتس آپ: ۰۹۰۲۶۶۸۶۱۶۲
hamidshoes544



گروه تولیدی
کفش پاتریس
مدیریت: خمانیان
تولید کننده انواع کفش های ورزشی و اسپرت
تلفن: ۰۲۱-۶۶۲۹۸۴۸۵
فکس: ۰۲۱-۶۶۱۳۱۴۸۵
همراه: ۰۹۱۲۳۳۹۴۰۸۰
Email: patris.shoe.co@gmail.com



مدیریت: احتشامی
تولید کننده کفش زنانه، مردانه و صندل طبی
نشانی: خیابان فردوسی، بالاتر از منوچهری، کوچه صبح امروز پلاک ۱۳/۱
تلفن: ۰۲۱-۶۶۷۲۲۸۴۱ همراه: ۰۹۱۲۲۵۹۱۰۰۲
تلفن: ۰۲۱-۶۶۳۴۰۲۸۳ ۶۶۱۷۲۷۴۴



گروه صنعتی کفش فرزین

مدیرعامل: ناصر فرزین

تولید کننده انواع کفش های مردانه مجلسی، ایمنی و
پرسنلی با زیره تزریق مستقیم PU
نشانی کارخانه: تبریز، کیلومتر ۱۰ جاده تهران
روبروی کافی شاپ وحید، کوی صنعتی آهو
تلفن: ۰۴۱-۳۶۳۷۱۴۷۸-۳۶۳۷۲۰۳۵
همراه: ۰۹۱۴۱۱۵۶۸۳۱



شرکت کفش آی سودا سالار

مدیرعامل: عبدالمجید چینی ساز

تولید کننده انواع کفش و صندل زیره PU
دفتر مرکزی: قم، جاده کاشان، نرسیده به میدان بقیه ا...، کوچه ۱۶ (عالیاب)
پلاک ۵۸، ساختمان کفش آی سودا
موبایل: ۰۹۱۲۱۵۱۹۷۷۳
فکس: ۰۲۵-۳۷۲۱۲۴۰۲
دفتر تهران: بازار، چهارسوق بزرگ، کوچه غریبان، پلاک ۱۵۸
تلفن: ۰۲۱-۵۵۶۲۹۶۱۰
تلفن: ۰۲۵-۳۷۲۱۲۴۰۱
کدپستی: ۳۷۱۴۱-۳۷۱۴۶
تلفکس: ۰۲۱-۵۵۵۷۵۷۱۶
www.isoodasalar.com www.isooda-shoes.com
E-mail: isooda@isooda-shoes.com E-mail: info@isoodasalar.com



مورلو تولید کننده محصولات نگهداری و مراقبت از چرم

دفتر مرکزی: ۰۲۱ ۹۲۰۰۲۵۵۰

@morelloofficial
mymorello.com



کفش پی اند پی

تولیدکننده کفش‌های مردانه اسپرت و کلاسیک

مدیریت: حلاجی

نشانی: تهران، میدان فردوسی، خیابان انقلاب روبه روی

خیابان ایرانشهر، جنب کفش پارس، پلاک ۷۳۶

تلفن: ۰۲۱-۶۶۷۵۲۹۹۵-۶ فکس: ۰۲۱-۶۶۷۵۲۹۹۷

همراه مدیرفروش: ۰۹۱۲۵۱۱۱۱۴۶ (محسن حلاجی)

همراه مدیر تولید: ۰۹۱۲۳۵۰۳۳۵۹ (ایرج حلاجی)



کفش گاندو (جکال)

تولید و عرضه کفش‌های کلاسیک، اسپرت و فانتوفل

نشانی کارگاه: میدان فردوسی، کوچه گلپور، پلاک ۴۵

۶۶۷۴۵۸۹۰

محمد اسکندری: ۰۹۱۲۳۴۸۲۴۷۳



کفش Two Rivers همیشه در حرکت

مدیریت: علیرضا درودیان

تلفن: ۰۲۱-۵۵۱۵۲۵۰۴ فکس: ۰۲۱-۵۵۸۰۲۵۱۴

همراه: ۰۹۱۲۶۴۹۷۶۵۹

نشانی: تهران، خیابان خیام شمالی، پانچار، کوچه منوچهرخانی

پاساژ منوچهرخانی، واحد ۷۳

کد پستی: ۱۱۶۱۹۷۳۸۶۱

Telegram: @tworiversleather Instagram: @tworiversleather



تولید کفش‌های مجلسی، کلاسیک
فانتوف و اسپرت مردانه
زنانه و بچگانه

مدیریت: امن پور

مدیر تولید: ۰۹۱۲۷۱۸۵۴۱۵

نشانی دفتر فروش: تهران، میدان وحدت اسلامی، بازار حاج تقی

طرخانی (بازارچه شاهپور) پلاک ۲۷۸

تلفن: ۰۹۱۲۶۰۲۱۸۷۵ - ۰۹۱۲۷۱۸۵۴۱۵ - ۰۹۱۲۰۲۹۱۹۲۵

اینستاگرام: vip_menplus تلگرام: t.me/vipleather



تولید و پخش کفش‌های چرمی مردانه تیس

مدیریت: محمد شیعه

نشانی: تهران، خیابان خیام، روبروی بازار پانچار،

کوچه کارکن اساسی، پلاک ۶۸

تلفن: ۰۲۱-۵۵۶۲۴۲۱۳ فکس: ۰۲۱-۵۵۶۳۳۰۳۷

همراه: ۰۹۱۲۱۸۶۱۳۲۶

تلگرام و واتس آپ: @taisshoesco



گروه تولیدی دکتر زست

تولید و پخش انواع کیف و کفش چرمی زنانه

مدیریت: رشیدی

نشانی: خیابان باغ سپه سالار (صف) - کوچه امیدآزادخواه

کوچه شیخ صیف الدین - پلاک ۸

تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۰۸۷۷۱ همراه: ۰۹۱۲۵۱۳۹۴۷۵

instagram:@dr_zhest



BENTATTI
Leather collection
A new design based on old experience

تولیدکننده کفش‌های چرمی مردانه

مدیریت: محمد حلاجی

نشانی: میدان فردوسی، کوچه گل پرور، پلاک ۴۷، طبقه اول

تلفن: ۰۲۱-۶۶۱۷۲۶۹۹

محمد حلاجی: ۰۹۱۲۵۷۲۸۵۶۱

مراد حلاجی: ۰۹۱۲۴۷۸۹۱۷۹



گروه تولیدی صنعتی کفش فرزین

تولیدکننده کفش‌های مردانه با رویه چرم و با زیره تزریقی Pu

مدیرعامل: علی شکری فرزین

تلفن فروش: ۰۴۱-۳۶۳۷۲۵۸۷-۹

فکس: ۰۴۱-۳۶۳۷۶۰۶۸ تلفن کارخانه: ۰۲-۹۰۱-۳۶۳۷۰۹۰۱

نشانی: تبریز - کیلومتر ۷ جاده تهران کد پستی: ۵۱۵۹۱۴۳۱۸۸

www.farzinshoe.com

کفش



محمدی‌راد
تولیدکننده کفش‌های چرمی

آدرس کارخانه: بزرگ راه آیت‌اله سعیدی، شهرک صنعتی چهاردانگه
خیابان بیستم، پلاک ۱۳ تلفن: ۰۲۱-۵۵۲۴۹۹۶۷
همراه: ۰۹۱۲-۳۵۰۹۷۶۸

آدرس دفتر مرکزی: تهران، خیابان خیام شمالی، مجتمع ایساتیس
طبقه همگف، شماره ۳۹ تلفن: ۰۲۱-۵۵۸۹۹۳۹۶/۷



WWW.ARADSHOES.COM



INFO@ARADSHOES.COM

arss

آر‌اس‌اس

نوروزی



تولیدکننده کفشهای طبی ارتوپدی و دیابتی

خیابان فردوسی خیابان تقوی پلاک ۴۸

۰۹۱۲۵۹۵۳۱۵۲ ۰۲۱۶۶۳۴۳۲۵۴ www.arssshoes.com

پاشنه

RafikHeel

پاشنه رافیک

تولیدکننده پاشنه‌های خاص کفش زنانه

تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۲۴۴۸۴

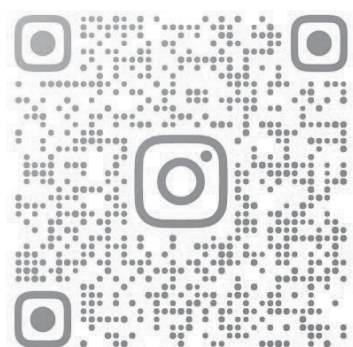
www.rafikheels.com

اینستا: rafik_heels

اینجا جای تبلیغات شماست

واحد تبلیغات و بازرگانی

۰۲۱-۷۷۶۲۸۰۸۷



به صفحه اینستاگرام نشریه

بازار چرم و کفش بپیوندید.

@bazarcharmokafsh

بازار چرم و کفش

همکاران ماهنامه بازار چرم و کفش منتظر دیدار شما تولیدکنندگان و فعالان صنعت

در نمایشگاه بین‌المللی شهر آفتاب می‌باشند

تاریخ: ۱۸ تا ۲۱ دی ماه

ساعت بازدید: از ساعت ۱۰ تا ۱۹

کفش‌های طبی و صندل‌های راحتی



کفش طبی لیمووتب

مدیریت: جواد خاوری

تولیدات شرکت لیمووتب کاملا استاندارد و منطبق با ارگونومی پا بوده و کفی‌های کفش طبی این شرکت آنتی‌باکتریال، تماما طبی و بسیار راحت می‌باشد.

دفتر مرکزی: تهران، خیابان سعدی شمالی، کوچه دیبا، شماره ۱۲

تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۵۱۹۵۲-۳ ۰۲۱-۳۳۹۰۶۷۶۱

فکس: ۰۲۱-۳۳۹۳۳۶۳۸

شبکه پیامک: ۰۹۳۳۸۲۸۶۲۴۴

www.limooteb.ir

limooteb.ir



صندل جی او

تولید کننده انواع صندل های طبی، مجلسی و اسپرت با

مواد اولیه کاملا وارداتی

مدیریت: گورگن مارکاریان

نشانی: تهران، باغ سپه سالار، خیابان مصباح، خیابان بصیر الملک

بن بست مومنی، ساختمان هنر، طبقه سوم

تلفن: ۰۲۱-۷۷۶۸۴۸۰۸

همراه: ۰۹۱۲۱۴۶۳۵۶۰

نماینده مرکزی: ۰۲۱-۲۲۳۱۹۹۸۸

کفش طبی گلیوش

تولیدکننده انواع صندل و کفش های راحتی

مدیریت: هادی آوش

نشانی: تهران، جاده ساوه، سه راه آدران، خیابان سی متری شهید ستاری شرقی، بعد از ده متری دوم، ده متری الوند،

پلاک ۸ و ۱۷

تلفن: ۰۲۱-۵۶۳۳۷۴۰۷

مدیریت: ۰۹۱۲۶۲۸۱۷۴۸

مدیر فروش: ۰۹۱۹۸۰۷۳۴۷۷

www.gol-poosh.com



شماره ثبت: ۲۹۴۲۶۱

تولیدکننده انواع دمپایی و صندل‌های راحتی مردانه و بچگانه

مدیریت: یوسف قوامی مشفق

دفتر فروش: قم - جاده قدیم کاشان (بلوار خلیج فارس) کوچه عالیباغ

پاساژ کارآفرین، طبقه همکف، پلاک ۱۴

تلفن دفتر فروش: ۰۲۵-۳۷۴۰۵۱۰۱ همراه: ۰۹۱۲۴۵۲۸۹۳۹

نشانی کارخانه: جاده قدیم کاشان، بعد از پل بقیع، قبل از دوربرگردان

سمت راست داخل کوچه، پلاک ۱۰

تلفن کارخانه: ۰۲۵-۹۱۰۰۸۹۳۹

شماره واتساپ: ۰۹۰۲۴۵۲۸۹۳۹



تولید و پخش کننده کفش و صندل طبی

مدیرعامل: احمد کویایی ۰۹۱۲۲۷۰۰۴۶۷

دفتر تهران: فلکه اول صادقیه، نبش رحیمی، پلاک ۵۹، طبقه ۲، واحد ۶

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۴۵۶۲۵ ۴۴۲۵۹۴۱۸

کارخانه: تهران، شهرک صنعتی نصیرشهر، خیابان شمشاد، خیابان

ارغوان، ارغوان ۷، پلاک B ۶۹

Tebshahram88@Gmail.com

Shahramteb.ir



تولید و پخش کفش و صندل طبی

با زیره های P.U و کفی های پلی یورتان

نشانی: تهران، خیابان انقلاب، خیابان بهار جنوبی

برج بهار، طبقه ۱۰، واحد 764,747

۰۲۱-۷۷۶۱۶۰۳۷ ۰۲۱-۷۷۶۱۶۷۰۳ ۰۲۱-۷۷۶۱۵۸۱۶

۰۲۱-۷۷۶۱۶۱۵۸ ۰۲۱-۷۷۶۱۵۸۱۶ ۰۲۱-۷۷۶۱۶۷۰۲

ارسال پیغام تلگرامی 09391750607

بازار چرم و کفش

همکاران ماهنامه بازار چرم و کفش منتظر دیدار شما تولیدکنندگان و فعالان صنعت

در نمایشگاه بین‌المللی صنعت کفش ایران می‌باشند

تاریخ: ۱۸ تا ۲۱ دی ماه

ساعت بازدید: از ساعت ۱۰ تا ۱۹

مکان: تهران - نمایشگاه شهر آفتاب

محصولات چرمی

croco

مدیریت: سید مجید حسینی خواه

تولید و ارائه کننده انواع محصولات چرمی

فروش سازمانی: (داخلی) ۰۲۱۹۱۰۷۰۰۰۶
تلفن دفتر مرکزی: www.croco.ir

تلفن همراه: ۰۹۱۲۰۴۵۱۹۹۸
info@croco.ir

کرج، رجایی شهر، فلکه اول گوهردشت، بلوار بیهقی
مابین انقلاب و اشتراکی جنوبی، ساختمان کروکو



صنایع چرم خادم حسینی (زیویک)

تولیدکننده انواع چرم و محصولات چرمی
(کمر بند، کیف اداری، کیف پول، هدایای تبلیغاتی و ...)
مدیرعامل: کیوان خادم حسینی

نشانی کارخانه: ورامین- چرمشهر- خیابان ماهان ۲
خیابان ساری پلاک ۱۰۱ تلفن: ۰۲۱-۳۶۷۷۰۴۶۵
همراه: ۰۹۱۲-۳۹۶۹۵۸۶ ۰۹۱۲-۵۳۴۹۱۱۸



مارال چرم

شرکت صنایع تولیدی مارال چرم
مدیریت: برادران حسینی خواه
تولیدکننده انواع محصولات چرمی
نشانی: البرز، شهرک صنعتی بهارستان، خیابان باغستان شمالی، گلستان
نهم ساختمان مارال چرم
تلفن: ۰۲۱-۹۱۰۰۹۰۹۴ ۰۲۶-۹۱۰۰۹۰۹۴
www.mymaral.com
info@mymaral.com



صنایع چرم دیرینه

تولید و پخش انواع محصولات چرمی

مدیریت: سید محمد ظهیرالدینی
کارگاه: ۰۲۱-۷۷۶۲۳۹۸۳
دفتر مرکزی: ۰۲۱-۷۷۶۸۶۵۲۶
فکس: ۰۲۱-۷۷۶۸۶۵۲۷
همراه: ۰۹۱۲۳۴۵۳۰۸۲

چرم طبیعی

Aftab LEATHER
شرکت چرم آفتاب

تولید کننده انواع چرم های سبک و سنگین

تاسیس: ۱۳۵۰

مدیرعامل: جواد پور منطقی

۰۹۱۵۱۱۳۳۸۵۰

مدیر فروش: ۰۹۱۲۰۴۴۹۴۷۰

دفتر فروش: ۰۵۱۳۷۱۲۹۴۷۰

فروشگاه: مشهد، بین قرنی ۷ و ۹

تلفن: ۰۵۱۳۷۲۸۰۰۰۸

Aftableather.ir



چرم بابک

تولید کننده انواع چرم های طبیعی سبک و سنگین

مدیریت: بابک فصیحی

نشانی کارخانه:

چرمشهر ورامین، خیابان شیراز، خیابان دست راست

قطعه B ۱۵۶ تلفن: ۳۶۷۷۰۴۴۲

دفتر فروش:

باغ سپه سالار (صنف) - کوچه بیمه - پلاک ۳

تلفن: ۳۳۹۹۸۷۵۰ - ۳۳۹۳۹۳۳۴

تلفکس: ۳۳۹۹۸۷۴۸ همراه: ۰۹۱۲۱۹۸۷۷۴۷



عرضه کننده انواع چرم های طبیعی

مدیریت: سلطانی

نشانی: سعدی شمالی - کوچه جابرزاده - پاساژ شرکا

پلاک ۲۸ و ۲۶

تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۸۸۴۹۲ ۰۲۱-۳۶۸۷۱۳۴۰

همراه: ۰۹۱۲۲۳۴۰۷۱۸

مواد اولیه و لوازم تولید کفش

پاشنه



پاشنه سیس

تولید کننده پاشنه کفش
زنانه، زیره، تکسون و قالب ماهیچه
مدیریت رومیک قازاریانس

کارخانه: ۰۲۱-۷۷۳۳۹۵۸۴ ۰۲۱-۷۷۳۴۹۴۰۲
فکس کارخانه: ۰۲۱-۷۷۳۳۹۴۳۲
فروشگاه مرکزی: ۰۲۱-۳۳۹۵۹۸۷۵

ماکت سازی

ماکت سازی زیره کفش کاپیتان

طراحی از روی عکس و مهندسی معکوس
مخصوص قالب های فلزی و پلاستیکی
ساخت ماکت به روش Cad, Cam, Cnc, 3dprint
نشانی: شهرک صنعتی چهار دانگه- خیابان ۲۳- بعد از بلوار خیابان سهند
کوچه الوند- پلاک ۱۶
مدیریت: جعفری ۰۸۴ ۰۹۱۲۶۴۳۶
تلفن: ۰۲۱-۲۸۴۲۴۵۲۲
اینستا: maketsazi.kafsh www.maketsazi-kafsh.ir



تهران فدر

مدیریت: عابدی

طراحی و توزیع انواع شانگ و فنرهای فولادی کفش ایرانی و خارجی لوازم
اولیه کیف و کفش

با سابقه درخشان در خدمت صنعت کفش ایران
نشانی دفتر مرکزی: تهران، خیابان سعدی شمالی، روبروی هتل شیراز، پاساژ
ادئون، پلاک ۱۶ تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۷۰۱۱۷-۳۳۱۱۸۹۷۵
همراه: ۰۹۱۲۰۲۲۳۲۷



امیر دینانی

مدیرعامل

شرکت بازرگانی ایتالیا مد

نماینده اصلی محصولات شرکت تکسون کشور های آلمان و ایتالیا
نماینده اصلی محصولات فیبر شرکت مرکز کشور اتریش
نماینده اصلی محصولات سلولوزی شرکت فنلاندی ایتاتکس
نماینده اصلی محصولات شرکت اس پی ایتالیا
نماینده اصلی محصولات چسب و شیمیایی شرکت گلدن آلمان
نماینده اصلی محصولات قذک های بنزینی و حرارتی شرکت ایتا بل چین
نماینده اصلی ماشینهای نوسازی شده شرکت های ایتالیایی اتم، تگنوتو
بانف، کومک، المپیا

دفتر مرکزی: تهران / باغ سپه سالار / نیش خیابان امید آزادیخواه /
پاساژ سجاد / پلاک ۶
amirdayani@italia-mode.com
تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۲۹۵۹۰ - ۰۲۱-۳۳۹۰۲۸۲۰ - ۰۲۱-۳۳۹۰۲۸۱۰



ماشین سازی سام

مدیریت: میثم رحمتی

مشاور، طراح و سازنده ماشین های خطوط زیره کفش PU،
کفی طبی، فیلتر خودرو، دستگاه پخت لاستیک و چیلرهای
خنک کننده

نشانی: تهران، جاده ساوه، بعد از سه راه آدران، شهرک صنعتی
ایده آل صنعت سبلان (ده حسن)، شاهچراغی سوم، پلاک ۱۱
تلفن: ۰۲۱-۵۶۵۸۱۴۸۹۵ فکس: ۰۲۱-۵۶۵۸۷۳۲۱
همراه: ۰۹۱۲-۴۱۲۷۳۵۷

شرکت تولیدی واکس بلرتو



BELETO

تولید کننده انواع واکس های نگهدارنده، مراقبتی چرم طبیعی

تولید کننده محصولات شوینده و مراقبتی خودرو

نشانی: کرج، گوهردشت، بلوار انقلاب، نبش خیابان یاسمن

تلفن: ۰۲۶-۹۱۰۰۹۹۲۰

همراه: ۰۹۱۲۰۹۰۶۰۲۸ ۰۹۱۲۰۹۰۶۰۲۷ ۰۹۱۲۰۹۰۶۰۲۶

خدمات آزمایشگاهی

شرکت فنی مهندسی آزمون صنعت - فلاحي

سازنده ماشین‌آلات و تجهیزات آزمایشگاهی

صنایع چرم، کفش و نساجی

معرفی برخی از تجهیزات تولیدی شرکت:

دستگاه تست ساییش

دستگاه تست قدم‌زنی انواع زیره (دمای معمولی و دمای زیرصفر درجه)

دستگاه تست انعطاف چرم و قدک و تکسون

دستگاه تست چسبندگی زیره مخصوص زیره‌های چندلایه

دستگاه تست ضربه و تست پرس پنجه‌های فولادی و پلیمری انواع کفش ایمنی

دستگاه تست جذب آب انواع کفی کفش و انواع پوتین

دستگاه تست عبور بخار آب چرم

دستگاه تست ترک رخ چرم لاستومتر

دستگاه تست سختی سنج SHORE A

دستگاه تست نفوذپذیری مواد PU تست نیزه

دستگاه تست کشش انواع چرم - تست دوخت - تست پارگی

دستگاه تست چسبندگی زیره به رویه - ولگانیزه

نشانی کارخانه: کرج، جاده قزلحصار، سهرابیه، جنب کمپ، پلاک ۷۹

نمایندگی تبریز - ذاکری: ۰۹۱۴۶۵۲۷۹۱۲ و ۰۹۱۴۸۹۲۴۳۵۸

تلفن تهران: ۰۲۱-۴۴۵۰۵۰۸۳ • تلفکس تهران: ۰۲۱-۷۷۰۰۱۳۸۶

همراه: ۰۹۳۷۳۵۴۱۱۸۵ - ۰۹۱۲۱۹۸۴۳۴۰

فلاحي: ۰۹۲۱۳۵۸۴۳۴۰

www.azmoon sanat falahi.com www.asftc.com

E-mail: az_toum@yahoo.com



شرکت زرچرم

نماینده انحصاری:

✓ شرکت MELAMIN تولید کننده انواع قدک های حرارتی و حلالی در کشور اسلوانی

✓ شرکت PIDIGI تولید کننده انواع ورقه های سلولزی (تکسون) در کشور اسلوانی

✓ شرکت BARTOLI تولید کننده انواع فیبرهای صنعتی در کشور ایتالیا

✓ شرکت SPUMATEX تولید کننده انواع فوم های لاتکس در کشور اسپانیا

✓ شرکت PEMS تولید کننده انواع فنر و قطعات فولادی در کشور اسپانیا

✓ شرکت FLEXOSPUMA تولید کننده انواع فوم های PU در کشور پرتغال

✓ شرکت EUROMATRICI تولید کننده انواع قالب های فرم در کشور ایتالیا

✓ ارائه کننده انواع قدک های حلالی و منسوجات نیافته ساخت کشور چین

نشانی: خیابان سعدی شمالی، کوچه جابرزاده، پاساژ شرکا - طبقه همکف - واحد ۱۳

تلفن: ۳۳۹۵۹۱۶۷ فکس: ۳۳۹۷۳۲۶۶

WWW.ZAR-CHARM.COM

EMAIL: ZARCHARM@YAHOO.COM



شرکت سی سو پلیمرز زرنما
SISU POLYMER ZAR NAMMA CO.

شرکت سی سو پلیمرز زرنما

مدیر عامل: فاطمه فاتح

تولید کننده: انواع پلی اوره تان گرید کفش و مندل، چسب، رنگ

دفتر مرکزی: قم - جاده کاشان - بلوار خلیج فارس - کوچه ۱۶

(عالی‌باف) - ساختمان کارآفرین - طبقه ۵ - واحد ۵۱۶

کدپستی: ۳۷۱۴۱۳۱۲۵۱

تلفن: ۰۲۵-۳۷۴۰۵۰۴۰

۰۲۵-۳۷۴۰۵۰۴۰

موبایل: ۰۹۱۲۲۵۱۴۷۴۴

۰۲۵-۳۷۴۰۵۰۴۹

www.sisupz.com

E-mail: info@sisupz.com

چاپ مارک اتویی گلچه (پی ام بی)

چاپ تصویر بدون حرارت روی زیره و فوم

چاپ روی چرم مصنوعی و طلق و پارچه

(چاپ روی نوار، کش، بند) (بافت مارک پارچه ای)

چاپ حرارتی روی چرم مصنوعی و طبیعی

تهران، باغ سپهسالار، کوچه آزادبخواه، پاساژ مبین، همکف پلاک ۹

تلفن: ۰۲۱۳۳۹۱۷۸۱۳ - ۰۹۳۵۱۱۲۸۷۶۲



کفی طبی کیمیا

تولید کننده کفی های طبی SPONGE, FOAM, EVA

تلفن: ۰۲۱-۳۶۴۶۳۵۴۶

همراه: ۰۹۱۲-۲۵۹۶۳۹۵



مجری انواع خدمات چاپی

تیسو مختر است با بکارگیری دستگاهای روز دنیا و با استفاده

از بهترین مواد اولیه در زمینه چاپ روی پارچه و خدمات چاپ

روی کفش، کیف و لباس در کنار شما باشد

— چاپ مدیا (بنری) — چاپ دی تا اف ۰۹۳۳۲۳۲۴۲۸۷

— چاپ کلتاری در ۳۷ رنگ — چاپ استیکر ۰۲۱۶۶۴۵۳۸۷۲

منیریه خیابان فردوسی پلاک ۵ طبقه ۴ واحد ۵۱

زیره همراه

دوست قدم به قدم
تولید کننده انواع زیره های Tps , Pvc , Eva , Termo
مدیریت: آقازاده
نشانی: بازار - تکیه منوچهرخانی - پلاک ۳۲
دفتر مرکزی:
۰۲۱-۵۵۸۱۰۴۲۹ ۰۲۱-۵۵۸۹۵۴۰۰
فکس: ۰۲۱-۵۵۸۹۸۷۹۷

استیل پا



تولیدکننده انواع زیره TPU-PU-PVC

نشانی: تهران، خیابان سعدی شمالی، کوچه جابرزاده،
کوچه مصدقی، پلاک ۱۴/۱
تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۹۴۴۴۹ ۰۲۱-۳۳۹۴۳۹۲۲
تلفکس: ۰۲۱-۳۳۹۳۸۹۷۹
مدیر تولید: ۰۹۱۲۵۰۵۰۶۹ (عبدی)
مدیر فروش: ۰۹۱۲۲۱۶۹۴۹۲ (جمالی)



تولیدی زیره آرسین پوش

تولید انواع زیره های زنانه، مردانه، بچگانه pu , pvc , polymer
دفتر فروش: کوچه جابرزاده، پاساژ ایرانیان، پلاک ۷
همراه: ۰۹۱۲۲۵۹۳۰۶۳
اینستاگرام: zire_kafsh_arsin_poosh



گروه تولیدی صنعتی زیره کفش اسکای

تولیدکننده P.V.C , PU , TR
مدیرعامل: محمد غلامی نژاد ۰۹۱۲۱۸۸۲۹۸۶
مدیر تولید: علی غلامی نژاد ۰۹۱۳۶۵۰۳۵۴۷
نشانی: تهران، سعدی شمالی، کوچه جابرزاده، پاساژ امین، زیرزمین،
پلاک ۱۳ تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۵۰۵۹۰
واتساپ و روبیکا: ۰۹۳۵۶۵۰۳۵۴۷



گروه تولیدی صنعتی زیره کفش اسکات

تولید کننده P.V.C , PU , TR
مدیرعامل: حمید نیک زاد ۰۹۱۲۱۲۱۷۸۷۳
نشانی: تهران، سعدی شمالی، کوچه جابرزاده، پاساژ مهدی،
همکف، پلاک ۲۴
تلفن: ۰۲۱-۳۶۰۵۵۰۰۸ - ۳۶۰۵۷۹۳۲ - ۳۳۹۱۰۷۳۰
واتساپ شرکت: ۰۹۱۲۱۲۱۷۸۷۳



صنایع زیره کفش پاس

رئیس هیئت مدیره: مهدی حاج قاسم مدیرعامل: افشین بیگلری
تولیدکننده انواع زیره های PU. TR. TPU. PVC
دفتر فروش: تهران، سعدی شمالی، کوچه بیمه، پلاک ۱۸، طبقه اول
تلفکس: ۰۹۱۲۳۳۷۶۲۲۳ - ۳۳۹۲۴۴۰۱ - ۳۳۹۶۴۸۹۷
کارخانه: شهر قدس، میدان قدس، انتهای خیابان چمن، انتهای
کوی الهی، درب سبز، پلاک ۷
۰۹۱۲۱۲۴۹۲۷۶ ۴۶۸۹۷۰۴۶-۸
WWW.PARSSOLES.COM INFO@PARSSOLES.COM



تولیدی زیره بامبو

تولیدکننده انواع زیره های زنانه و مردانه P.U و P.V.C
مدیریت: مهدی خان محمدی
دفتر فروش: تهران - بازار - کوچه سیدولی - پاساژ خان محمدی
زیره کفش بامبو
تلفن دفتر: ۰۲۱-۵۵۱۶۵۶۹۴ ۰۲۱-۵۵۵۷۴۴۱۳
همراه مدیریت: ۰۹۱۲۳۱۱۲۳۶۱



تولیدی زیره آلپ

تولید کننده انواع زیره های مردانه و زنانه TPU - PU
نشانی: قرچک - شهرک صنعتی خیرآباد
دفتر فروش: بازار - منوچهرخانی - پاساژ ایساتیس - طبقه اول - پلاک ۸
مدیریت: ولی اله عبدالهی ۰۹۱۲۳۲۰۲۵۴۲
فروش: مهدی عبدالهی ۰۹۱۲۴۲۱۴۲۷۰
alp.sole

زیره

تولیدی فنر کفش ایران گاما

تولیدکننده انواع شانگ و فنر فولادی

مدیریت: مهندس علیرضا عابدی
دفتر فروش: تهران - سعدی شمالی - کوچه جابرزاده - پاساژ مهدی - پلاک ۴
تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۴۷۰۴۱ - ۰۹۱۲۳۱۶۷۲۸۰
تلگرام: irangama_Abedi
اینستاگرام: AlirezaAbedi.Coach



گروه تولیدی صنعتی زیره رایان

تولید کننده زیره های PU . TPU . PVC . TERMO . RUBBER
دفتر: باغ سپه سالار - کوچه جابرزاده - پاساژ امین - طبقه زیرزمین - پلاک ۲۴
تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۰۶۸۳۷ - ۰۲۱-۳۶۶۱۴۸۱۷
همراه: ۰۹۳۷۰۳۱۷۹۱۸ - ۰۹۱۲۲۹۴۰۰۵۱
اینستاگرام: Rayan_soles



مدیریت: محمد گذاری
مدیر تولید: سید محمد علی سید جوادی
تولید انواع زیره های زنانه، مردانه، بچگانه pu, tpu, pvc, tr
کارخانه: باقرشهر، روبروی تالار بزرگ فردوس، پلاک ۸۲
تلفن: ۵۵۲۱۸۵۱۷
دفتر پخش: بازار، کوچه منوچهرخانی، پاساژ رضا، طبقه همکف، پلاک ۱ و ۱۰
تلفن: ۵۵۸۱۴۲۷۰
همراه: گذاری ۰۹۱۲۷۳۴۲۱۴۱

BastaPoosh

شرکت تولیدی بازرگانی بستاپوش

تولید کننده انواع زیره های کفش EVA . PU . TPU . TPR
دفتر مرکزی: تهران، خیابان سعدی شمالی، کوچه بیمه
پلاک ۱۷ (ساختمان پارس) طبقه سوم
تلفن: ۳۳۱۱۸۵۲۹
فکس: ۳۳۱۱۲۴۱۵

قالب سازی



قالب سازی پویا

طراحی، مهندسی معکوس و ساخت انواع قالب تزریق مستقیم کفش
یک رنگ و دورنگ به روش CAD و CAM با دستگاه CNC

آدرس: تهران - بزرگراه آیت الله سعیدی
شهرک صنعتی چهار دانگه - خیابان ۱۵
(خیابان هفتم آهن کاران) پلاک ۴۰
تلفن: ۰۲۱-۵۵۲۶۶۱۹۳ - ۰۲۱-۴۱۶۲۷۵۹
همراه: ۰۲۱-۴۱۶۲۷۵۹ - ۰۲۱-۴۱۶۲۷۵۹



قالب سازی ایران فاتح

اولین تولیدکننده قالب های استاندارد ماهیچه کفش با دستگاه CNC

ایتالیایی در ایران

مدیریت: علی معافی تهرانی

پخش مواد اولیه کفی EVA

تلفن: ۰۹۱۲۱۰۱۱۳۳۲

تولیدکننده کفی EVA و تولیدکننده پارچه کفی

تلفن: ۰۹۱۲۶۰۴۱۲۴۸ - سلطانی

دفتر مرکزی: تهران، سعدی شمالی، کوچه جابرزاده، پاساژ مهدی، شماره ۹

تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۴۶۶۹۶ - ۰۲۱-۳۳۹۴۳۰۹۶ - ۰۲۱-۳۳۹۶۲۴۴۴

INFO@IRANFATEHCO.COM

WWW.IRANFATEHCO.COM



قالب سازی زاگرس

طراحی مهندسی معکوس و ساخت انواع قالبهای کفش به روش CAM, CAD با دستگاه CNC
سازنده انواع قالبهای تزریق مستقیم کفش، کانوایر (تک رنگ و دورنگ) با بهترین و پیشرفته ترین نرم افزارهای روز دنیا در اسرع وقت با بهترین کیفیت

کیفیت اتفاقی نیست، سابقه نشانگر آن است

مدیریت: ایرج محمدعلی
ایرج محمدعلی ۰۹۱۲۱۸۸۲۸۵۶ - رضا محمدعلی ۰۹۱۲۲۸۳۷۰۸۵
نشانی: تهران، بزرگراه آیت الله سعیدی، شهرک صنعتی چهار دانگه، خیابان ۱۵/۵ نیرو پلاک ۲۵
تلفن: ۰۲۱-۵۵۲۶۴۰۰۲ - تلفکس: ۰۲۱-۵۵۲۶۴۰۰۱

قالبسازی



گروه تولیدی صنعتی قالبسازی ایران پا

مدیریت: بابایی
تولید کننده انواع قالب ماهیچه ای کفش با پیشرفته ترین ماشین آلات روز دنیا
نشانی: تهران، سعدی شمالی، ساختمان تجاری شیرازی، طبقه همکف، پلاک ۳
تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۷۴۶۳۷ - ۰۲۱-۳۶۶۱۵۲۵۷
همراه: ۰۹۱۹۴۴۰۷۶۱ - ۰۹۱۹۰۴۱۲۹۸۳ - ۰۹۱۲۰۲۸۸۵۹۲
www.iranpa.ir

شرکت قالبسازی وحید

طراحی، مهندسی معکوس و ساخت انواع قالب های زیره کفش به روش CAD, CAM با دستگاه های CNC
با بهترین و پیشرفته ترین نرم افزار های روز دنیا

@vahidrj32

@vahidrj32

وحید رضانی
تلفن: ۰۹۳۵۷۸۵۵۵۰۴

ولی محمد رضانی
تلفن: ۰۹۱۹۴۹۵۸۹۱۸

چرم مصنوعی



چرم تاپ

شرکت تولیدی یکتا چرم مدرن شرق

تولید، تهیه و توزیع انواع چرم مصنوعی
کاربرد در صنایع میلمان، کیف، کفش، سرسید، خودرویی و آستری
شهرابی فراہانی: ۰۹۱۲۲۴۷۱۰۷۰ مجتهدی: ۰۹۱۲۵۰۰۵۰۹۹

نشانی فروشگاه: خیابان سعدی شمالی، کوچه جابرزاده، پاساژ سرزمین چرم، پلاک ۹
تلفن: ۰۳۳۹۴۷۲۱۹ - ۰۳۳۱۱۷۰۵۱ - ۰۳۳۲۵۰۳۲۵ فکس: ۰۳۳۹۷۱۳۸۹
نشانی دفتر: خیابان سعدی شمالی، روبروی هتل شیراز، پلاک ۴۷۴، واحد یک
تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۵۸۹۴۱ فکس: ۳۶۶۱۴۸۵۳

email:topcharm2012@hotmail.com



Micro Softy

چرم صالح

تهیه و توزیع انواع چرم مصنوعی در مدل های روز
مدیریت: صالح خرم آرائی

دفتر مرکزی: تهران، خیابان سعدی شمالی، باغ سپه سالار
کوچه جابرزاده، پلاک ۴۵
تلفن: ۰۲۱-۳۳۱۱۵۲۰۲ - ۰۲۱-۳۳۹۰۴۹۵۰ فکس: ۰۲۱-۳۳۹۰۴۹۵۰
همراه: ۰۹۱۲۱۱۲۶۰۷۳



ال پی اس LPS

مدیرعامل: حسن صفری

واردات جدیدترین و مرغوبترین چرم های مصنوعی مورد مصرف
کیف و کفش با مناسب ترین قیمت

نشانی: تهران، خیابان سعدی شمالی، کوچه بخارا، پلاک ۲۳
تلفن: ۰۳۳۹۱۱۴۹۰ - ۰۳۳۱۱۱۸۸۹ فکس: ۰۳۳۹۲۳۵۹۴
همراه: ۰۹۱۲۳۴۴۱۰۲۳

شرکت تولیدی فومکار



تولید کننده چرم مصنوعی و ورق های PVC, PU - PVC

جهت مصارف کیف، کفش، میل، سرسید
و مصارف داخلی اتومبیل و ورق های صنعتی

دفتر مرکزی: تهران، میدان فاطمی، ساختمان فاطمی، طبقه اول، واحد ۱۵
تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۹۱۸۴۲ - ۰۲۱-۸۸۹۹۱۸۴۳ فکس: ۰۲۱-۸۸۹۹۱۸۴۳
کارخانه: ساوه، شهر صنعتی کاوه، خیابان آزادی، خیابان سوم،
شرکت تولیدی فومکار
تلفن: ۰۸۶-۴۲۳۴۲۶۲۶ - ۰۹۱۲۱۱۸۴۷۳۸ همراه: ۰۸۶-۴۲۳۴۲۶۲۶
www.foamkar.com info@foamkar.com
تلفن دفتر فروش: ۰۲۱-۳۳۹۹۳۰۷۱



بازار چرم کافش



bazarcharmokafsh

بازار چرم کافش

8

IranQom SHOES EXHIBITION



سایت جدید
نمایشگاه بین المللی
شهر آفتاب
ابتدای اتوبان
تهران - قم

هشتمین نمایشگاه
تخصصی بین المللی

صنعت کفش و کیف و کلاه قم

THE EIGHTH SPECIALIZED & INTERNATIONAL EXHIBITION OF THE
FOOTWEAR & BAG INDUSTRY, IRAN - QOM

07-10 Jan. 2025

VISITING HOURS: 10 AM TO 7 PM
Address: Beginning of Tehran-Qom Freeway
Shahr-e Aftab International Exhibition



۱۸ لغایت ۲۱ دی ماه ۱۴۰۳

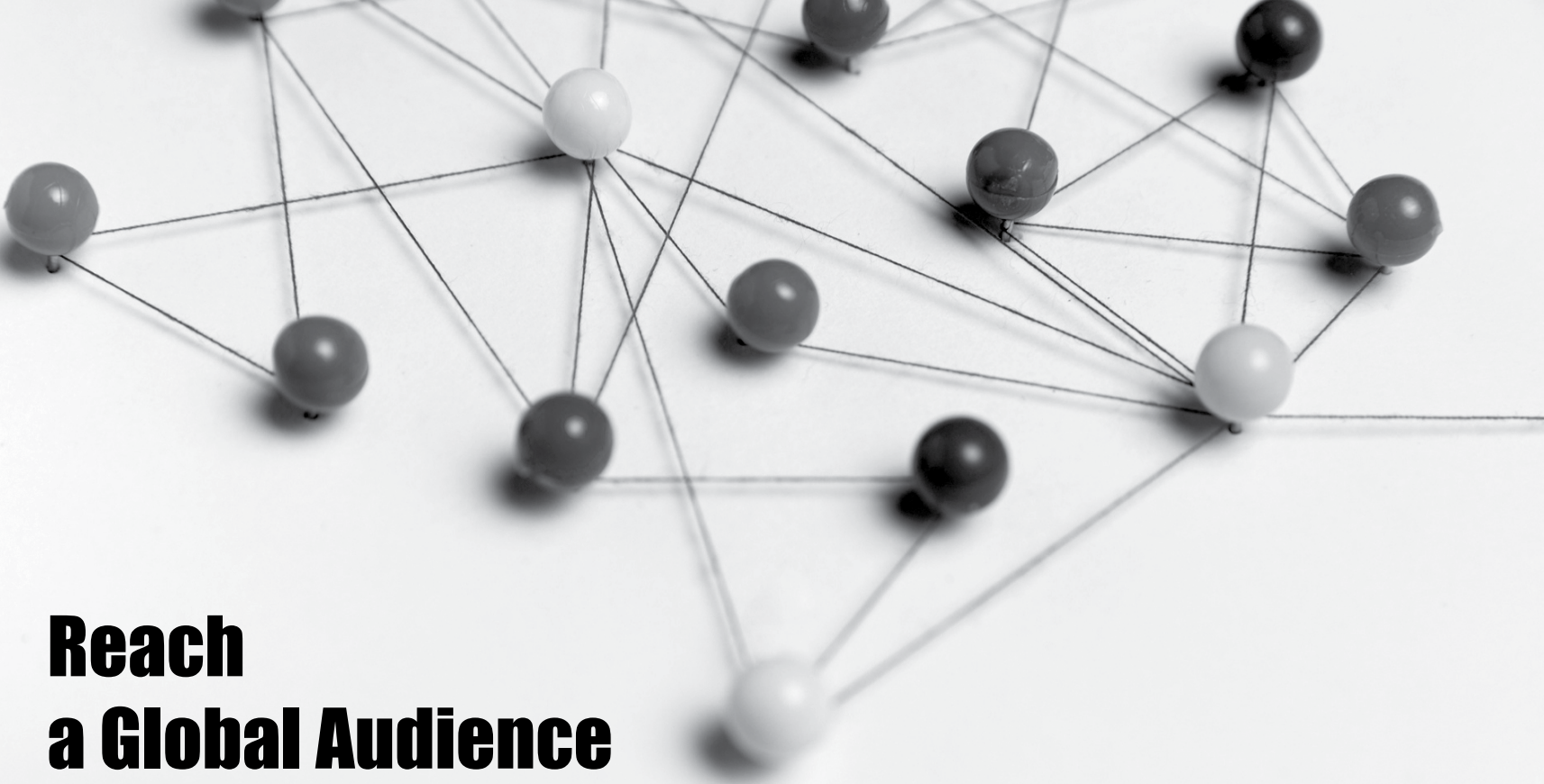
ساعت بازدید: ۱۰ الی ۱۹
مکان: ابتدای آزاد راه تهران - قم
محل نمایشگاه‌های بین المللی شهر آفتاب

مجری: شرکت الماس تجارت شاهکار

انجمن تخصصی صنایع کفش استان قم



محل جدید نمایشگاه کفش قم: ابتدای آزاد راه تهران - قم، روبه روی مرقد امام خمینی (ره)، محل نمایشگاه‌های بین المللی شهر آفتاب



Reach a Global Audience

Leather and Shoe Market Magazine, with 30 years of experience, is Iran's highest-circulation magazine specializing in the leather and footwear industries. Available in both print and digital formats, the magazine maintains a strong presence at leather and footwear exhibitions in Tehran, Tabriz, Qom, and Mashhad, as well as at international events like Aysaf and Aymod in Turkey and Simac in Italy. Leather and Shoe Market Monthly Magazine publishes an annual 200 thousand issues of magazines, directories, calendars and exclusive printouts in Farsi and English. The following topics and subjects are addressed by our magazine:

- news, technology and know-how developments, interviews with excellent producers, reports on the status of Iran's leather and shoe industries and market, latest fashion report, automation, materials, marketing, imports and exports, sales procedures and foot health and hygiene within local and overseas realms.
- Examination of impediments and provision of procedures and solutions, relationship and correspondence with formations, unions, universities and higher education institutions, industries and commerce ministries. Meantime, Leather and Shoe Market monthly magazine keeps regular contacts with many producers and businessmen in the following order:
 - Producers, major suppliers, importers and exporters of leather.
 - Major producers, suppliers, importers and exporters of bag, leather textile, belt and leather products.
 - Producers, major suppliers, importers and exporters of sole.
 - Producers and major suppliers, exporters and importers of thread, adhesive, polish, lace, box and packaging.

بازار چرم و کفش
LEATHER & SHOE
پشت ۵۰۰۰ تومان / شماره پستی ۲۲۸ / مرداد ماه ۱۳۹۳
مهمان اقتصادی: آذربایجان، یزد و استان لرستان

BELETO

EXCLUSIVE CARE

BELETO

تجارت بازرگانی تولید کننده محصولات چرم، کفش و لوازم چرمی
در یازدهمین نمایشگاه بین المللی امیکس
www.belerto.com ۰۲۶ ۹۱۰ ۰۹۹ ۲۰
belerto.germany ۰۹۱۲ ۰۹۰ ۶۰ ۲۶