به نام آنکه جان را فکرت آموخت

ماهنامه علمی، پژوهشی و صنعتی

نساجی امروز

سال هجدهم، شماره صد و شصت و هفتم، آبان ۱۳۹۵

ISSN 1735-2177

فهرست عناوین مقالات

سرمقاله

وزارت صنعت، متولی بی‌مسئولیت صنعت / مدیرمسئول ۲

دیدگاه

بزرگ‌ترین تفریح زندگی‌ام کارکردن است / سید حسن فلک فرسائی (دسترنج) ۳

آیا دولت به کارآفرین نیازی دارد؟! / سید احمد امامی ۹

گزارش

صادرات، تنها راه پیشرفت صنایع نساجی ایران / مینا بیانی ۱۲

آموزش بخش مهمی از تولید است ۲۶

ایجاد ۲۰۰ هزار شغل در صنعت پوشاک؛ یک وعده یا تصمیم بنیادی؟! ۳۱

بازتاب

کلید توسعه صنعت نساجی و پوشاک کشور / مهدی یکتا ۳۶

نساجی دیگران

توازن میان افزایش دانش فنی و بهره‌گیری از ماشین‌آلات مدرن نساجی / مارسل نهر ۳۸

تاریخ نساجی ایران

پژوهشی در مورد صنعت بافندگی پارچه / اکبر شیرزاده ۴۰

نساجی در وب

وب‌نگار نساجی امروز / مینا بیانی ۴۴

Nano Textile ۵۴

Textile DB ۶۰

برندهای نساجی پوشاک ۶۶

بازار سرمایه

بازار سرمایه / یاسر تقی‌پور ۷۲

مدیریت

تحلیل وضعیتی (SWOT) صنعت تولید در ایران / پرویز علیلو ۷۴

منسوجات ورزشی

چمن مصنوعی در زمین های ورزشی / فرناز نایب مراد ۷۸

نانوتکنولوژی

نانو فیلترهای لیفی / ستاد ویژه توسعه قناوری نانو ۸۲

اطلاع‌رسانی

اخبار جهان / آزاده موحد ۸۹

فرم اشتراک

بخش انگلیسی

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:
مهندس سید شجاع الدین امامی رئوف

سردبیر: مهندس سعید جلالی قدیری

سرویس خبر و گزارش: مینا بیانی (دبیرسرویس)، اشرف السادات امامی

سرویس علمی و اطلاع‌رسانی:
دکتر شاهین کاظمی- مهندس محسن شنبه- دکتر محمدعلی توانایی- مهندس آزاده موحد (دبیر سرویس)

سرویس بین الملل: تهمینه مولانا

پذیرش آگهی و روابط عمومی:
مهندس سید ضیاءالدین طباطبایی
فاطمه سعیدی

امور مشترکین:
الهام بهاری

همکاران تحریریه این شماره:
نیما قیاسی- سید امیر حسین امامی سید ضیاء الدین امامی رئوف- منیره السادات مطهری‌فرد- ربابه جعفری-نگین اسفندیاری- اکرم باقری- ناصر رحیمی گرکانی

طراح و گرافیست:
مهندس سارا نظام الاسلامی

صفحه آرایی:
آتلیه طراحی کارآفرینان

چاپخانه: نفیس نگار

صحافی : آبنوس

امورطراحی، لیتوگرافی، چاپ وصحافی:
کارآفرینان امیر کبیر

تلفن : ۶۶۹۰۶۸۲۰

وبسایت:

تلگرام:
جهت دریافت اخبار نساجی و پوشاک به کانال تلگرام بپیوندید

آدرس دفتر مجله:
خ آزادی- خ اسکندری جنوبی - تقاطع کلهر - پلاک ۱۶۵ - طبقه اول
صندوق پستی: ۱۶۳۹-۱۳۱۸۵
تلفن: ۶۶۹۰۶۸۲۰
www.NassajiEmrouz.ir
info@nassajiemrouz.com

- **مقالات و اخبار و مطالب خود را جهت درج در مجله به آدرس دفتر ماهنامه ارسال فرمایید.**
- **نساجی امروز در ویرایش و اصلاح مقالات و مطالب ارسالی آزاد می باشد.**
- **دیدگاه ها و نظرات چاپ شده در مجله لزوما دیدگاه نساجی امروز نمی باشد.**
- **نقل مطالب ماهنامه با ذکر ماخذ مجله نساجی امروز و سایت www.ITMA.co مجاز می‌باشد.**

وزارت صنعت متولی بی‌مسئولیت صنعت

نشست مشترک وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی و معاونین و مدیران آن وزارتخانه و جمعی از فعالین و دست‌اندرکاران صنایع پوشاک کشور و توضیحات ایشان در خصوص لزوم توجه بیشتر به صنایع نساجی و پوشاک به عنوان یکی از صنایع پیشران در مسیر توسعه صنعتی و ایجاد اشتغال و بلافاصله بعد از آن نشست مشترک وزیر جهاد کشاورزی و معاونین و مدیران کل آن وزارتخانه با فعالین صنعت نساجی و ریسندگی کشور و تأکیدات ایشان مبنی بر اهمیت صنایع نساجی و پوشاک در ایجاد اشتغال و توسعه صادرات کشور بیانگر این واقعیت است که صنایع نساجی و پوشاک در ایجاد اشتغال و توسعه صادرات کشور بیانگر این واقعیت است که صنایع نساجی و پوشاک می‌تواند با حمایت‌ها و توجهات بیشتر مسئولین نقش بسزایی را در ایجاد اشتغال و ارزش افزوده در کشور ایفا کند. هر چند جای تأسف است در حالی‌که وزارت جهاد کشاورزی، تعاون کار و رفاه اجتماعی و فرهنگ و ارشاد اسلامی در مقاطع مختلفی به تشکیل جلسه و بررسی مسائل و مشکلات این صنعت می‌پردازند، متولی اصلی صنعت کشور همچنان از موضع مسبوق به سابقه خود به صنعت می‌نگرد و همچنان می‌کوشد با نگاه دستوری و متوقعانه خود صنعت را به رشد و توسعه برساند.

جناب وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت! افزایش تولید و صادرات و رشد سرمایه‌گذاری و توسعه صنایع بدون حل مسائل و مشکلات صنعت و تسهیل محیط کسب و کار ممکن نیست و توسعه و پیشرفت با سخنرانی و اظهارنظرهای بلندپروازانه محقق نخواهد شد. جناب وزیر، در یکی از سخنرانی‌های معروف خود با لحنی نصیحت‌گونه و مشفقانه بخش خصوصی کشور را بر به‌کارگیری مشاورین و مدیران خارجی و مستشاران تشویق نمودند و آن را برای صنعت کشور مفید دانستند و فقر مدیریتی و مهارتی مدیران بخش خصوصی را گوشزد فرمودند. حال جای سوال است که وزیر محترم که با چنین تبحری، ضعف مدیریتی را در بدنه بخش خصوصی تشخیص داده‌اند؛ چگونه است که سازمان فشل و از هم گسیخته تحت مدیریت خود را عارضه‌یابی نمی‌نمایند و برای حل بحران‌های مدیریتی و نیروی انسانی خود از مشاوران داخلی و خارجی استفاده نمی‌کنند. متأسفانه در طول ماه‌های گذشته، شاهد ناهماهنگی‌ها و بدسلیقگی‌های بسیاری در سطح تصمیم‌سازی این وزارتخانه بوده‌ایم که در نهایت به فرصت‌سوزی و اتلاف منابع منجر شده است. امید است در ماه‌های پایانی دولت یازدهم شاهد بهبود اوضاع نابسامان کسب و کار در کشور باشیم تا بخشی از شعارهای انتخاباتی دولت یازدهم در حوزه حمایت از تولید تحقق یابد.

مدیر مسئول

بزرگ‌ترین تفریح زندگی‌ام کارکردن است

گفت‌وگو با سیدحسن فلک فرسائی (دسترنج)- مدیرعامل شرکت کارخانجات دسترنج رضا بافت

تولد یک کارآفرین

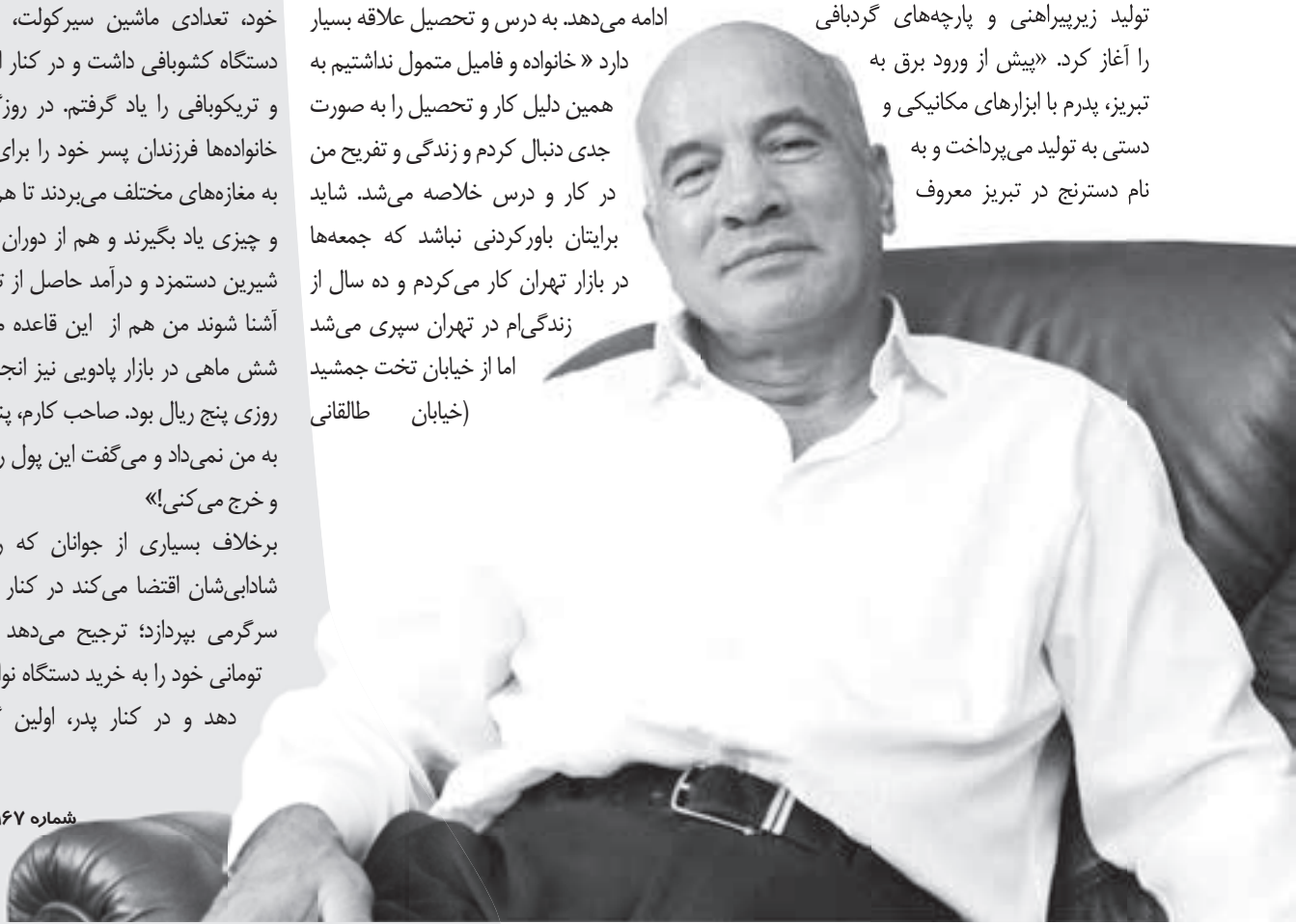
اول فروردین سال ۱۳۳۲ در یک خانواده هفت نفره تبریزی چشم به جهان گشود و مسیری را پشت سر گذاشت که امروز در کسوت یک کارآفرین و تولیدکننده مقابلمان می‌نشیند و بدون هیچ ادعا و تکبری، تمام دستاوردهای مادی و معنوی خود را از برکت تلاش مستمر و پشتکاری می‌داند که میراث پدرش است. پدری که در ابتدا جوراب‌باف بود و پس از ورود ماشین‌های یک‌رو سیلندر از روسیه به تبریز، تولید زیرپیراهنی و پارچه‌های گردبافی را آغاز کرد. «پیش از ورود برق به تبریز، پدرم با ابزارهای مکانیکی و دستی به تولید می‌پرداخت و به نام دسترنج در تبریز معروف شد و به این نام بسیار علاقه‌مند بود. من نیز دسترنج را بیشتر مناسب حال و هوای مجموعه تولیدی و زندگی حرفه‌ای‌ام می‌دانم.»

هفت سالگی به همراه خانواده راهی تهران می‌شود تا کسب و کار پدر رونق بیشتری بگیرد. به این ترتیب صبح‌ها در کنار پدر کار می‌کند و شبانه درس می‌خواند. پس از تحصیل در دارالفنون و کسب مدرک دیپلم از دبیرستان هدف، تحصیل خود را در رشته اقتصاد دانشگاه ملی(دانشگاه شهید بهشتی فعلی) ادامه می‌دهد. به درس و تحصیل علاقه بسیار دارد « خانواده و فامیل متمول نداشتیم به همین دلیل کار و تحصیل را به صورت جدی دنبال کردم و زندگی و تفریح من در کار و درس خلاصه می‌شد. شاید برایتان باورکردنی نباشد که جمعه‌ها در بازار تهران کار می‌کردم و ده سال از زندگی‌ام در تهران سپری می‌شد اما از خیابان تخت جمشید (خیابان طالقانی فعلی) پایم را فراتر نگذاشته بودم! و بیست و یک سالگی برای نخستین بار به شمال کشور سفر کردم. فقط کار و کار و کار... چاره‌ای نبود.. باید زندگی را براساس کار و تلاش می‌ساختم...»

سوار بر موتور سیکلت از این سوی شهر به آن‌سوی شهری می‌رود که دیگر برایش شهری غریب نیست و سینوزیت کهنه امروز، یادگاری از آن روزهای پرتلاش جوانی است.

«پس از ورود به تهران، پدرم در کارگاه استیجاری خود، تعدادی ماشین سیرکولت، چرخ خیاطی و دستگاه کشوبافی داشت و در کنار ایشان، دوزندگی و تریکوبافی را یاد گرفتم. در روزگار قدیم، اغلب خانواده‌ها فرزندان پسر خود را برای آموختن حرفه به مغازه‌های مختلف می‌بردند تا هم شاگردی کنند و چیزی یاد بگیرند و هم از دوران کودکی با طعم شیرین دستمزد و درآمد حاصل از تلاش و زحمت، آشنا شوند من هم از این قاعده مستثنی نبودم و شش ماهی در بازار پادویی نیز انجام دادم و حقوق روزی پنج ریال بود. صاحب کارم، پنج‌شنبه‌ها مزدی به من نمی‌داد و می‌گفت این پول را سینما می‌روی و خرج می‌کنی!»

برخلاف بسیاری از جوانان که روحیه جوانی و شادابی‌شان اقتضا می‌کند در کنار کار به تفریح و سرگرمی بپردازد؛ ترجیح می‌دهد پس‌انداز ۳۸۰۰ تومانی خود را به خرید دستگاه نواربری اختصاص دهد و در کنار پدر، اولین گام‌ها به سوی



استقلال و کارآفرینی را بردارد. « ۷۰ کیلو پارچه با دستگاه نواربافی می‌بریدم و کیلویی ۱۲-۹ ریال می‌فروختم با درآمدی که از این طریق به دست آوردم ماشین گردبافی به قیمت ۷۰ هزار تومان (نیمی از آن نقدی و مابقی قسطی) خریدم و به این ترتیب گردبافی را شروع کردم. بین ۸ تا ۱۸ سالگی و در عنفوان جوانی، فقط دغدغه کار داشتم؛ خانه پدری‌اش در یکی از محله‌های قدیمی تهران- خیابان ری کوچه آبشار- هنوز پابرجاست و آن را حفظ کرده؛ شاید بنابر نصیحت پدر که همیشه می‌گفت« هرگز یادت نرود از کجا آمده‌ای و فکر نکن با رسیدن به مال و منال، کسی شده‌ای.»

فعالیت تولیدی و کار در کارگاه پدری ادامه پیدا می‌کند و حتی در همان کارگاه می‌خوابد هفته‌ای یکی دو روز به خانه می‌رود. به تدریج تعداد دستگاه‌ها به ۹ ماشین گردبافی افزایش پیدا می‌کند و حجم فعالیت به اندازه‌ای افزایش می‌یابد که ۷-۶ کارگاه گردبافی به‌صورت کارمزدی برایش کار می‌کردند.

«پدر تا سال ۱۳۵۴ در کارگاه فعال بود اما با توجه به کهولت سن و کاهش توان جسمی، اداره کارگاه را به من منتقل کرد اگرچه هر روز سری به بازار می‌زد و در جریان امور قرار می‌گرفت.»

تبدیل کارگاه به کارخانه

«یک‌سال و نیم پیش از وقوع انقلاب، مرتب در حال رفت و آمد به جاده کرج برای خرید زمین کارخانه بودم تا این‌که یک سوله آماده توجهم را جلب کرد و آن را خریداری نمودم به این ترتیب کارگاه به جاده کرج منتقل شد در حالی‌که تا سال ۱۳۵۶ جواز وزارت صنایع دریافت نکرده بودم! پس از دریافت جواز و اقدامات اولیه، کارخانه به برکت نام ثامن‌الائمه، با نام «رضابافت» فعالیت خود را آغاز کرد. خوشبختانه بروز انقلاب و جنگ تأثیری در روند فعالیت ما نداشت و دچار زیان هنگفت مالی نشدیم. پس از اتمام جنگ، بازار دچار رکود بی‌سابقه‌ای شد در حالی‌که کلی جنس فروخته بودیم. رکود باعث شد اغلب مشتریان اجناس را پس دهند، اجناس را گرفتیم و به انبارها منتقل کردیم، حساب مشتریان را نیز تسویه کردیم و پس از شش‌ماه با سود، آنها را فروختیم»

زمانی که راز موفقیت دسترنج را در بازار پر رکود پس از جنگ تحمیلی می‌پرسیم، می‌گوید: « بسیاری از کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی پس از جنگ تعطیل شدند به این دلیل که مدیران کارخانه، شتابزده عمل کردند. ابتدا باید به تأمل و تفکر دقیق در وضعیت بازار و نرخ دلار می‌کردند و سپس تصمیم می‌گرفتند. متأسفانه تعداد قابل توجهی از کارخانه‌ها به دلیل شتاب و عجله بی‌دلیل مدیرانش، بسته شدند.»

تولید ادامه یافت....

انقلاب، جنگ تحمیلی، رکود، عدم امنیت بازار و ... هیچ‌یک باعث نشدند دسترنج به عقب بازگردد و تولید را حتی برای چند لحظه متوقف نماید. « از زمانی که تولید را شناختم تا امروز کار می‌کنم. کار پدیده بدی نیست. با این‌که به لطف خداوند، به رفاه خوبی در زندگی رسیده‌ام اما ذره‌ای از علاقه‌ام به کار کم نشده است و حتی جمعه‌ها نیز به کارخانه می‌روم. عاشق نساجی هستم، با شنیدن صدای ماشین‌های نساجی، احساس آرامش به من دست می‌دهد و بزرگ‌ترین تفریح زندگی‌ام، کار کردن است.

محصولات کارخانجات دسترنج رضابافت

دسترنج به تهیه ماشین‌آلات مدرن اعتقاد راسخی دارد و آن را موجب افزایش کیفیت محصولات نهایی کارخانه‌های تولیدی می‌داند. «زمانی که انسان در یک رشته صنعتی برای سال‌های متمادی به فعالیت می‌پردازد و تجربه کسب می‌کند، توان تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف این رشته را پیدا می‌کند. عمر انسان آن‌قدر کوتاه است که اجازه نمی‌دهد انسان در چندین رشته به کسب تجارب گسترده و همه‌جانبه بپردازد. پس از چند سال تولید، به این نتیجه رسیدیم که نیازمند مواد دیگر هستیم که در ایران شرایط تولید آن را نداریم. تصمیم گرفتیم ماشین‌آلات مورد نیاز کارخانه را از یکی از بهترین سازندگان یعنی تولیدکنندگان آلمانی که تخصص، دانش و تجربه بسیار بالایی در زمینه تولید ماشین‌آلات نساجی دارند، تهیه کنیم تا به ارائه محصولات باکیفیت منجر شود. به عنوان تولیدکننده زمانی که محصولات باکیفیت تولید می‌کنید نباید چندان نگران عدم فروش آن در بازار باشید.»

شرکت کارخانجات دسترنج رضابافت با هدف تولید نخ‌های میکروفیلامنتی (ابریشم مصنوعی) راه‌اندازی شده است. فاز اول این شرکت با توان تولید نخ نیمه آرایش یافته پلی‌استر (POY) به فعالیت می‌پردازد و فاز دوم این واحد تولیدی که

طرح توسعه آن در حال اجرا می باشد، با ظرفیت مشابه فاز اول به علاوه تولید نخ میکروفیلامنت FDY در حال اجراست.

واحد تکسچرایزینگ با توان تولید انواع نخ پلی‌استر استرچ و با ۱۳ خط تولید احداث شده که تاکنون ۶ خط تولید آن به بهره برداری رسیده و هر چهار ماه یک خط به ظرفیت تولید آن اضافه می‌شود. با توجه به حساسیت فرایند تولید نخ میکرو و نیاز مستمر به برق دائم و بدون نوسان، ساخت نیروگاه برق به ظرفیت ۱۴ مگا وات در دستور کار قرار گرفته که در حال بهره‌برداری است. یکی دیگر از اهداف کارخانه، احداث واحد پتروشیمی جهت تولید چیپس پلی استر در ۳ گرید نساجی، بطری و فیلم می‌باشد.

محصولات تولیدی این کارخانجات به‌عنوان محصولات بالادستی واحدهای تولیدکننده انواع فرش‌ماشینی، پتو، پرده، پارچه‌های گردبافت، تخت‌بافت، انواع پوشاک آنتی باکتریال ورزشی و محصولات میکروفیلامنت در تولید انواع پارچه‌های ظریف (به ویژه چادر مشکی) استفاده می‌شود و حدود ۴۰۰ نفر به‌صورت مستقیم در این مجتمع صنعتی به فعالیت می‌پردازند. پرسنلی که دسترنج به‌هیچ‌عنوان علاقه ندارد این مجموعه را ترک کنند « اغلب پرسنل چندین سال در این کارخانه مشغول کار می‌شوند و بسیاری از آنان تا زمان بازنشستگی پیش ما می‌مانند. برخی نیز به سطحی از توانمندی و دانش فنی می‌رسند که یک واحد تولیدی مستقل راه‌اندازی می‌کنند و به مشتریان دسترنج رضابافت تبدیل می‌شوند.

فعالیت در عرصه صادرات

محصولات دسترنج رضابافت به کشورهایی مانند ترکیه صادر می‌شود و مورد استقبال کارخانه‌های نساجی ترکیه نیز قرار گرفته است. اما به‌اعتقاد وی در زمینه صادرات آن‌قدر مشکلات کوچک و بزرگ از سوی نهادهای دولتی به وجود می‌آید که عملاً صادرات را مقرون به صرفه نمی‌کند. از سوی دیگر واردات مواد اولیه مورد نیاز کارخانه‌های نساجی نیز با دشواری‌های بسیاری انجام می‌شود. « برای مثال واردات یک کالا یا ماده اولیه به قیمت ۹۰۰ دلار اعلام می‌شود اما هنگام ورود به گمرک تازه اول مشکلات است!! باید مبالغی به دلایل مختلف به وزارت راه، هلال احمر، مالیات بر ارزش افزوده، سازمان استاندارد، سازمان محیط زیست، تخلیه، بارگیری و انبارداری بپردازیم که با احتساب تمام این مبالغ، متوجه افزایش ۳۰ درصد کالا یا ماده اولیه وارداتی خواهید شد که قیمت تمام شده محصول نهایی را بسیار بالا و غیرقابل توجیه می‌کند. آیا این اقدام چیزی جز تخریب تولید داخلی است؟ چرا مجال نفس کشیدن به تولید ملی نمی‌دهیم؟

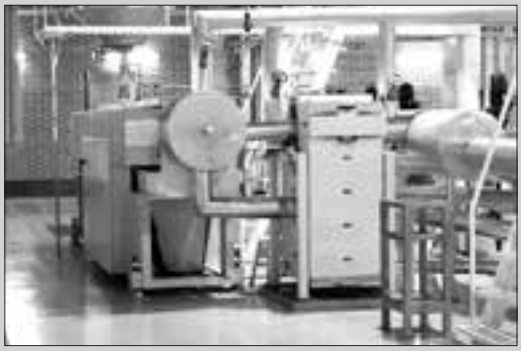
در مقطعی از زمان، قانون ترخیص موقت برای صادرات اجرا شد اما آن‌قدر انسان‌های نا اهل وارد میدان شدند که عملاً این قانون به ضد تولید داخل تبدیل شد. متأسفانه برخی فقط به‌دنبال بوی کباب هستند و کاری ندارند که این کباب از چه گوشتی تهیه شده است! به محض شنیدن کلمه وام و تسهیلات بانکی به دنبال گرفتن پول می‌دوند تا به اسم تولید، سودهای کلان کسب کنند و به زندگی خود ادامه دهند! از سوی دیگر یک جوان برای یافتن شغل مناسب و سپس تشکیل خانواده در می‌ماند و نمی‌داند چه باید کند.»

یک مدیر خوش‌بین، یک کارآفرین امیدوار

«همیشه خوش‌بین بوده‌ام و اعتقاد دارم شرایط بهتر خواهد شد کما این‌که تاکنون با مشکل خاصی در تولید مواجه نشده‌ام. هیچ‌کدام که گرسنه نمانده‌ایم! سپرده‌گذاری در بانک‌ها چه لذتی دارد؟ ماهیانه ۵۰۰ میلیون تومان هم سود ماهیانه از بانک دریافت کنیم، چه ثمری برای زندگی دارد؟ جز این‌که یک انسان طفیلی و مصرف‌کننده صرف به جامعه افزوده می‌شود! با افزایش سن نیز انسان مدام از خود می‌پرسد برای جامعه و نسل آینده چه کرده‌ام؟ بسیار بسیار مهم است که کاری کنید تا برای کشور خود مفید واقع شوید و در خلوت خود که زندگیتان را مرور می‌کنید، سرافکنده و پشیمان نشوید. برای افراد بسیاری مایه افتخار است که زندگی خود و چند نسل بعدی را از نظر مالی تأمین کرده‌اند و به اصطلاح بارشان را بسته‌اند؛ اما برای جامعه چه کرده‌اند؟ چه نفعی برای کشورشان داشته‌اند؟ برای چند نفر اشتغال ایجاد کرده‌اند؟ صبح دیر بیدار شدن از خواب و تفریح و گردش مداوم چه لذتی دارد؟ من که دیرتر از ۵ صبح نمی‌توانم بیدار شوم و عادت کرده‌ام کار کنم. تفریح بزرگ زندگی‌ام، کار کردن است.»

رمز موفقیت

از دسترنج در مورد رمز موفقیت مجموعه‌اش در زمان بحران‌های اقتصادی و رکود بازار سوال می‌کنیم،



تولیدکننده‌ای که متعهد، باکفایت و دلسوز نباشد اگر صدها میلیارد تومان نیز در اختیارش قرار دهند، این سرمایه را از بین می‌برد و شکست می‌خورد اما یک مدیر لایق و توانمند، قادر است یک ریال را در مسیر صحیح به صدها ریال تبدیل کند و مرتب به ثروت آفرینی بپردازد بدون این‌که دغدغه از دست دادن سرمایه اولیه‌اش را داشته باشد.

معتقد است«خود را یک تولیدکننده موفق نمی‌دانم من هم یک بنده خداوند هستم که تلاش می‌کنم برای کشورم و هموطنانم مفید واقع شوم. اگر به من بگویند در کاخ مجلل و امکانات آن‌چنانی زندگی کنم، هیچ لذتی از این نوع زندگی نخواهم برد. تولیدکننده و متعلق به کارخانه هستم. با توکل به خداوند کارخانه‌ای راه‌اندازی کرده‌ایم که مانند کاخ بزرگ، گسترده و بسیار مرتب است؛ چرا باید به کاخ‌نشینی فکر کنم؟

از شکست نمی‌ترسم

از دسترنج می‌پرسیم در روند افزایش خط تولید و گسترش کارخانه تاکنون از شکست و از دست دادن سرمایه ترسیده‌اید؟ پاسخ با توجه به شناخت روحیه وی طی مصاحبه کاملاً مشخص است « نه! از چه چیز باید بترسم؟ مگر سرمایه ما چیست؟ سرمایه‌مان برای همین مملکت است. تولیدکننده‌ای که متعهد، باکفایت و دلسوز نباشد اگر صدها میلیارد تومان نیز در اختیارش قرار دهند، این سرمایه را از بین می‌برد و شکست می‌خورد اما یک مدیر لایق و توانمند، قادر است یک ریال را در مسیر صحیح به صدها ریال تبدیل کند و مرتب به ثروت آفرینی بپردازد بدون این‌که دغدغه از دست دادن سرمایه اولیه‌اش را داشته باشد.

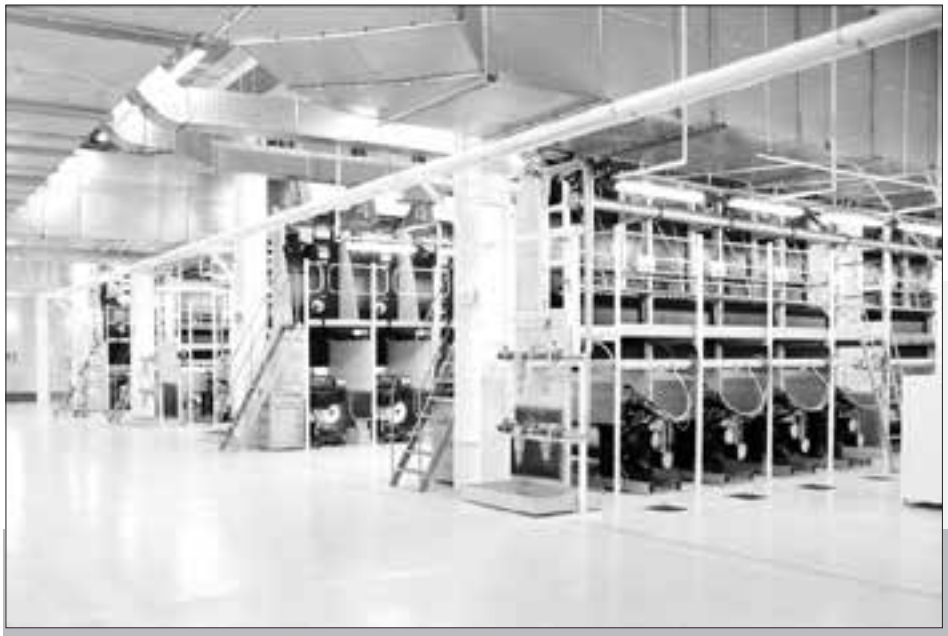
در کارخانجات دسترنج رضابافت همیشه به انجام کار صحیح، پیشرفت و توسعه فکر می‌کنیم و تحت استاندارد مشخص بین المللی به تولید ادامه می‌دهیم پس دلیلی برای شکست وجود ندارد. زمانی که کار صحیح انجام دهید به اصطلاح سرتان بالاست و اعتماد به نفس لازم برای پاسخگویی و پذیرفتن مسئولیت کار انجام شده را دارید.»

وقوع انقلاب اسلامی و مقایسه میان وضعیت صنایع نساجی پیش و پس از انقلاب

«صنعت نساجی، یک صنعت قدیمی و ریشه‌دار در ایران است. همیشه مشغول کار بودیم و دغدغه و نگرانی خاصی بابت تولید نداشتیم. سال ۱۳۵۰ بازار با رکود مواجه شد و پارچه‌های فروش نرفته بسیاری در انبارها وجود داشت. از پدر پرسیدم که در این شرایط، حجم تولید را کم کنیم؟ پاسخ منفی داد و گفت به تولید ادامه دهید، هیچ اتفاق بد رخ نخواهد داد و فصل پاییز تمام محصولات انبار به فروش می‌رود. پیش‌بینی پدرم کاملاً درست بود و با آمدن فصل پاییز، محصولی در انبارها باقی نماند... دلیل ترقی کار و افزایش تعداد دستگاه‌ها و ماشین‌آلات نیز همین بود، مسیر کار و تولید هموار بود و تولیدکننده برنامه‌ای جز افزایش تولید و بازاری هدفی جز فروش محصولات نداشت. نمی‌دانستیم دولت و حمایت دولت یعنی چه. فقط سرگرم زندگی و کار بودیم.»

دسترنج به روزهایی اشاره می‌کند که در میان کسبه بازار، اعتماد حرف اول و آخر را می‌زد. « چیزی به نام چک و چک برگشتی در بازار وجود نداشت. به مشتریان برات سه ماهه، شش‌ماهه، نه ماهه و... می‌دادیم.» نکته بعدی که دسترنج در خلال صحبت‌هایش از آن یاد می‌کند شاید نسل جوان در فیلم‌های قدیمی دیده‌اند و یا از زبان بزرگان شنیده‌اند «یکی از مشتریان به‌دلیل بروز یک مشکل، نتوانست بدهی خود را به موقع بپردازد. به حجره ما مراجعه کرد و یک دانه سبیل خود را گرو گذاشت و قول داد تا شش ماه بعد بدهی خود را تسویه کند. مردانگی، مروت و انصاف در بازار چیزی نبود که با پول و منافع مالی سنجیده شود یا خدای ناکرده بدهی معوق باعث بی‌آبرویی یک کاسب شرافتمند شود.

هیچ‌گاه فراموش نخواهم کرد که به فردی ۲۵۰ هزار تومان، جنس نسیه داده بودیم که این رقم در دهه ۵۰، مبلغ بسیار بالایی بود. از این موضوع بسیار ناراحت بودم و با برخی بازاری‌ها در میان گذاشتم. زمانی که پدرم متوجه شد مرا مورد شماتت قرار داد و گفت نباید کسی را در جریان بدهی این بنده خدا قرار بدهی.



کمکش کن و بگذار چرخ زندگی وی بچرخد؛ با خود گفتم نفس پدرم از جای گرم بلند می‌شود! طرف ۲۵۰ هزار تومان بدهی دارد اما باید باز هم به وی جنس بدهم؟!... چند روز بعد سراغ آن مشتری را گرفت و پرسید به وی کمک کرده‌ام؟ گفتم: نه... بسیار ناراحت و دلگیر شد و مرا سرزنش کرد. عکس‌العمل پدرم برایم گران تمام شد و تصمیم گرفتم طبق صلاحدید پدر، به آن مشتری کمک کنم... بعدها وی توانست بدهی‌های خود را پرداخت کرد و به دوستان بسیار نزدیک و صمیمی همدیگر تبدیل شدیم. ضمن این‌که آبرویش نیز در بازار حفظ شد» داستان رفاقت‌ها و ارزش‌گذاری انسان‌ها به همدیگر، تفاوت‌های بسیاری با گذشته پیدا کرده است.

پس از انقلاب، شرکت‌های بزرگ نساجی مصادره و صاحبانش به خارج از کشور رفتند. مدیریت این واحدهای بزرگ به دولت و مدیران دولتی سپرده شد که اغلب هیچ گونه تجربه و تخصصی در صنعت نساجی نداشتند و تصور می‌کردند این صنعت بدون مدیریت و برنامه مشخص، همچنان سودآور خواهد بود. در حالی‌که واقعیت چیز دیگری بود. « بازار با کمبود شدید محصولات مختلف روبرو شد و شاهد سهمیه‌بندی کالاها بودیم. وجود این سهمیه‌بندی باعث شد مدیران دولتی کارخانه‌ها تصور کنند بازار برای همیشه به این شکل خواهد ماند و به جای نوسازی ماشین‌آلات و توجه به کیفیت محصولات، هر چه تولید می‌کردند به بازار می فروختند و مردم هم به‌دلیل فقدان واردات و نیاز مبرم، چاره‌ای جز خرید کالاهای بی‌کیفیت نداشتند.

یک روز چشمان خود را به روی واقعیت باز کردند که دیگر دیر شده بود و از شرکت‌های بزرگی مانند صدها واحد تولیدی زیان‌دیده چیزی باقی نماند. حتی شرکتی مانند پلی‌اکریل که سودآوری و درآمد کلان آن در سال‌های دور به هیچ‌عنوان قابل تصور نیست به وضعیتی رسیده که صحبت از تعطیلی قریب‌الوقوع آن شنیده می‌شود. تمام واحدهای مصرف‌کننده محصولات این کارخانه را پیش خرید می‌کردند اما متأسفانه مدیران وقت، هیچ توجهی به تداوم کار، برنامه‌ریزی برای رشد، افزایش تعداد ماشین‌آلات مدرن و خطوط تولید نداشتند؛ شاید بی‌حوصله بودند یا تصور می‌کردند در بر همین پاشنه خواهد گشت! با برگزاری ضیافت‌های متعدد و خرج‌های آن‌چنانی، از نوسازی ماشین‌آلات غفلت ورزیدند.

یکی از شرکت‌های بزرگ هندی درست همزمان با پلی‌اکریل راه‌اندازی شده است، امروز این مجموعه یک استان را در هند اداره می‌کند اما پلی‌اکریل ایران کجاست و چه می‌کند!!!

وضعیت فعلی صنایع نساجی ایران

«همه ما در دوران کودکی داستان خرگوش و لاک‌پشت را شنیده‌ایم. صنعت نساجی ایران مدتی مانند خرگوش داستان‌های کودکی شده بود به این معنی که بازار بسیار پر رونق، سودآور و رو به توسعه بود اما شرایط به نحوی رقم خورد که گویی خوابمان برد و از سویی سیستم دولتی اعتقادی به توسعه صنعت نساجی و نوسازی و بازسازی ماشین‌آلات آن نداشت. در این آشفته‌بازار، عده‌ای کالای ساخته شده وارد کشور کردند و به تدریج بازارهای کشور، مملو از کالاهای خارجی عمدتاً بی‌کیفیت چینی شد. به این ترتیب جامعه‌ای ساختیم مصرف‌گرا با جوانان بیکار و واحدهای تولیدی متوقف و ورشکسته! در این مسیر حتی سرمایه‌گذارانی هم که می‌خواستند خدمتی به کشور انجام دهند و سرمایه خود را به احداث کارخانه و ایجاد شغل اختصاص دهند، دلسرد کردیم! بازار عباس آباد تهران که روزگاری به عرضه فرش، شهره عام و خاص بود امروز به بازار فروش البسه زیر وارداتی چینی تبدیل شده‌است؛ چه کرده‌ایم با تولید و تولیدکننده؟!... آیا اصالت ما در نابودی صنعت چندین صد ساله نساجی و فروش کالاهای بی‌کیفیت چینی است؟

برخی صنایع مانند نساجی زنجیره‌های بسیاری دارند

تولیدکننده اهل، هر چقدر سود در جهت تولید ببرند در راستای خرید ماشین‌آلات بهتر، قدم برمی‌دارد و کار خود را گسترش می‌دهد و به نسل بعد منتقل می‌کند. ما باید نسل آینده را امیدوار کنیم نه این‌که فرزندان تولیدکنندگان دلسرد بشوند و بگویند پدر ما به کجا رسید که ما کار ایشان را ادامه بدهیم!

و اشتغال متعددی در جامعه به وجود می‌آورند. صنعت نساجی به تنهایی ۹ زنجیره گسترده و بزرگ را اداره می‌کند که از تولید مواد اولیه (پنبه، چیپس پلی‌استر و...) تا محصولات نهایی مانند پوشاک، فرش و ... را در برمی‌گیرد. خانواده بسیار بزرگی که سر یک سفره دور همدیگر می‌نشینند و ایجاد اختلال در روند طبیعی هر کدام، باعث بروز مشکل در سایر زنجیره‌ها خواهد شد.»

تأثیرات تحریم بر صنایع نساجی

به‌اعتقاد دسترنج، «بخش عمده‌ای از تحریم‌ها به محدودیت واردات ماشین‌آلات مدرن از شرکت‌های مطرح اختصاص داشت که طرف خارجی برای ادامه فعالیت در بازار گسترده ایران، راهکارهایی برای دور زدن تحریم‌ها پیدا کرد که البته هزینه تهیه ماشین‌آلات را برای صنعتگران ایرانی افزایش داد. برای مثال زمانی که شرکت‌های آلمانی متوجه مطالبات ایران از شرکت چینی یا کره‌ای شدند، پس از مذاکره با مدیران این شرکت‌ها، ماشین‌آلات را به بندر شانگهای ارسال و از آنجا به ایران صادر کردند. پس از لغو تحریم‌ها نیز همچنان بانک‌های اروپایی با سیستم بانکی ایران مشکلاتی دارند و تغییر چندانی در این زمینه به وجود نیامده است. باید اعتماد متقابل میان ایران و سایر کشورها بازگردد تا بتوان در یک فضای شفاف به تعامل تجاری، صنعتی و اقتصادی پرداخت.»

پیش‌بینی از آینده صنایع نساجی ایران

«اگر دولت به راستی به شعارهای خود در زمینه حمایت از تولید داخل عمل کند و دولت‌های بعدی نیز همین رویکرد را مدنظر قرار دهند، به اشتغال و رفاه آیندگان فکر کنند قطعاً شاهد رشد و توسعه صنایع کشور از جمله صنعت نساجی خواهیم بود اما در غیر این‌صورت با بی‌تدبیری در زمینه واردات، عدم تقویت واحدهای تولیدی و... راه به جایی نخواهیم برد. باید در کشور اشتغال کنیم وگرنه گویا در یک کشتی نشسته‌ایم و هر کدام بخشی از آن را سوراخ می‌کنیم.

مطلب نهایی

«باید احساس مسئولیت نسبت به همنوعان خود داشته باشیم. در سال‌های دور مادرم زمانی که غذایی درست می‌کرد آن را در چندین ظرف به همسایه‌ها اطراف می‌داد و اعتقاد داشت بوی غذا به مشام دیگران می‌رسد و ممکن است پولی برای تهیه غذا نداشته باشند و حسرت بخورند. انسان‌ها با همدیگر دوست بودند چرا دشمنی و دوری جایگزین این روابط صمیمانه شده است؟ توجه به مسئولیت اجتماعی که دیگر وظیفه دولت نیست. چرا ما نباید به کمک نیازمندان بشتابیم و کمکشان کنیم و فقط به فکر افزایش حساب‌های بانکی باشیم؟ پس چه زمانی برای پرداختن به باقیات و صالحات است؟ با نوع‌دوستی و همدردی در سخت‌ترین شرایط زندگی نیز می‌توان تاب آورد.»

مطلب پایانی این‌که صنعتگران و تولیدکنندگان با عشق و علاقه و از خود گذشتگی خاصی وارد میدان شده‌اند پس نباید آنان را در طی این مسیر، دلسرد و نومید کنیم. تولیدکننده اهل، هر چقدر سود در جهت تولید ببرند در راستای خرید ماشین‌آلات بهتر، قدم برمی‌دارد و کار خود را گسترش می‌دهد و به نسل بعد منتقل می‌کند. ما باید نسل آینده را امیدوار کنیم نه این‌که فرزندان تولیدکنندگان دلسرد بشوند و بگویند پدر ما به کجا رسید که ما کار ایشان را ادامه بدهیم! این مطلب بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

آیا دولت به کارآفرین نیازی دارد؟!

گفت‌وگو با مهندس سید احمد امامی - پیشکسوت صنعت نساجی

اشاره:

به اعتقاد مهندس امامی، تمام دولت‌های ما از زمان اکتشاف نفت تاکنون، نفت پایه بوده و هستند و حتی درآمدهای سرانه براساس قیمت نفت تعیین می‌شوند، کاملاً برخلاف کشورهایی مانند آلمان، ژاپن و ... که درآمدشان براساس مالیات دریافتی است! در کشورهای پیشرفته صنعتی، نیروی سیاسی دولت و قدرت مالی کارآفرینان در یک جهت حرکت می‌کنند پس قوانین دولت برای توسعه سرمایه‌گذاری، ایجاد اشتغال و درآمدزایی در راستای حمایت از فعالیت بخش خصوصی و کارآفرینان به تصویب می‌رسند اما متأسفانه در کشور ما این تعامل اصلاً به وجود نیامده است چون دولت به درآمدهای نفتی دسترسی دارد و نیازی به کارآفرینان حس نمی‌کند؛ پس نباید هم انتظار داشته باشیم قوانین به نفع تولید و حمایت از تولیدکننده وضع شوند. وی، قوانین حاکم در کشور را ضد تولید می‌داند و ادامه می‌دهد« این موضوع، یک معضل کاملاً داخلی است و ارتباطی به تحریم‌های خارجی ندارد.» مهندس امامی پس از سال‌ها فعالیت در صنعت نساجی، هنوز خود را شیفته و دلسوز نساجی می‌داند و تأکید می‌کند «اگر امروز هم برای احیای یک واحد در حال توقف فراخوانده شوم، بدون توجه به منافع مالی، دعوت مدیران کارخانه را لبیک می‌گویم و به خدمت می‌پردازم.» متن کامل مصاحبه با این پیشکسوت صنعت نساجی از حضورتان می‌گذرد:

آخرین مصاحبه‌ای که با شما انجام دادیم، زمان فعالیت در شرکت دفیه بود که بعدها خبر تعطیلی این مجموعه را شنیدیم. چرا دفیه تعطیل شد و پس از آن چه فعالیت‌هایی در نساجی انجام داده‌اید؟

با توجه به ظرفیت‌های خالی فراوان صنایع نساجی و همچنین با تکیه بر تجربیاتم در بخش فاستونی شرکت دفیه راه‌اندازی شد و تصمیم گرفتیم از طریق این شرکت به صادرات کالاهای همکارانی که سابقه ۳۰ سال همکاری با آنها دارم، به عراق بپردازیم اما به دلایل مختلف این هدف تحقق پیدا نکرد. تمرکز اصلی دفیه را بر صادرات قرار داده بودیم اما متأسفانه طرف‌های ما در عراق (به خصوص بخش کردستان) به اصطلاح خوش حساب نبودند و پس از مدتی اوضاع سیاسی عراق نیز دچار آشفتگی شد در حالی‌که محصولات مختلف اعم از فرش ماشینی، منسوجات خانگی، کالای خواب و ... به ارزش چندین میلیون دلار از همکاران گرفته و به عراق فرستاده بودیم به این ترتیب با زیان هنگفت مالی مواجه شدیم و برای شرکت دفیه راهی جز توقف فعالیت باقی نماند.

در ادامه، حدود یک‌سال و نیم به‌عنوان رئیس هیئت مدیره شرکت نساجی بروجرد به فعالیت پرداختم. همان‌طور که می‌دانید این شرکت بعدها از طریق بورس به بخش خصوصی(زنده‌یاد محسن مظاهری) واگذار شد؛ حدود هفت ماه نیز در زمینه احیا و راه‌اندازی کارخانه وطن اصفهان با هدف گردش چرخ صنعت و تداوم اشتغال و بدون کوچک‌ترین چشمداشت مالی مشغول کار شدم.

سال ۱۳۹۰ جامعه متخصصین نساجی ایران در جریان برگزاری نمایشگاه نساجی تهران، سالن A۲۵ را برای ارائه مشاوره بخش‌های مختلف نساجی اعم از ریسندگی، بافندگی و ... با حضور کارشناسان و فعالان نساجی در نظر گرفت و مسئولیت بخش فاستونی بافی به من واگذار شد. مدیرعامل و معاون وقت شرکت پشم‌بافی آسیا طی بازدید از این نمایشگاه و بخش جامعه متخصصین نساجی، پیشنهاد همکاری در پشم‌بافی آسیا را مطرح نمودند. در ابتدا تمایلی به همکاری با شرکت دولتی نداشتم اما به اصرار مدیران شرکت جهت بازدید از کارخانه راهی کرمان شدم، با مشاهده فعالیت ۵۰-۴۰ نفر خانم سرپرست خانوار، وظیفه خود دانستم که تمام تلاش خود را برای بهبود وضعیت این کارخانه به کار گیرم. در همان هفته اول شروع کار، متخصصین و پرسنل بسیار علاقه‌مند، مستعد و سخت‌کوش کارخانه سوالات متعددی در مورد مسا ئل

چرا باید نفت خام ایران به چین صادر شود و پلی‌استر ارزان‌تر از مشابه ایرانی، وارد کشورمان شود؟! چرا برنامه استراتژیک در حوزه صادرات نفت خام نداریم تا با تکیه بر منابع نفتی، به تقویت و توسعه پالایشگاه‌ها و مجتمع‌های پتروشیمی جهت رفع نیاز مصرف‌کنندگان صنایع پایین‌دستی مانند نساجی بپردازیم؟

فنی کار اعم از چله پیچی، انبارداری، تکمیل و رنگرزی و ... مطرح کردند، به‌طوری که بعدها مدیر وقت کارخانه از قول آنها به من گفت «طی این سوال و جواب‌ها به اندازه پنج ترم دانشگاه با مسائل فنی نساجی آشنا شده‌اند.» در این کارخانه از توانمندی و تجربه بهترین مدیران تولید، مدیران سالن رنگرزی، تکمیل‌کنندگان متبحر و ... استفاده کردیم و به لطف خداوند شرایط به نحوی پیش رفت که با افزایش حجم تولید و سفارش مشتریان، تعداد کارگران به ۱۴۰ نفر رسید. در حال حاضر نیز ماهیانه سه روز به کرمان می‌روم تا از نزدیک در جریان تولیدات کارخانه (پارچه‌های فاستونی) قرار بگیرم. به پیشنهاد دوستان در هیئت مدیره شرکت نساجی بروجرد نیز عضو هستم؛ ضمن این‌که سابقه حضور در هیئت مدیره شرکت پشم‌بافی طوس را نیز دارم. فعالیت ذهنی و عملی من در نساجی متوقف نخواهد شد زیرا همواره به فکر ایجاد و حفظ اشتغال برای جوانان مملکت هستم. علاوه بر فعالیت در رشته مورد علاقه‌ام یعنی نساجی، در استان خوزستان به کاشت گیاه استویا (Stevia) می‌پردازم. (استویا – شکر برگ–، گیاهی بومی است که در مرزهای برزیل و پاراگوئه می‌روید. دارای قدرت شیرین کنندگی بسیار قوی است که می‌تواند یک جایگزین مناسب برای قندهای تصفیه شده باشد. این گیاه همیار لاغری است، فشار خون را کاهش می‌دهد و با دیابت و قند خون بالا مقابله می‌کند؛ استویا برخلاف شکرهای شیمیایی تولید شده که اکثراً اثرات کوتاه مدت و بلندمدت سوئی برای سلامت انسان دارند، نه تنها یک ماده کاملاً طبیعی و مفید به لحاظ عاری بودن از انرژی، کالری می‌باشد بلکه به جهت تأثیر مثبتش بر افزایش طعم و بهتر کردن مزه غذا شناخته شده است.)

در حال‌حاضر وضعیت صنعت نساجی ایران را چگونه‌ارزیابی می‌کنید؟

واقعیت این است که تمام دولت‌های ما از زمان اکتشاف نفت تاکنون، نفت پایه بوده و هستند و حتی درآمدهای سرانه براساس قیمت نفت تعیین می‌شوند، کاملاً برخلاف کشورهایی مانند آلمان، ژاپن و ... که درآمدشان براساس مالیات دریافتی است! در کشورهای پیشرفته صنعتی، نیروی سیاسی دولت و قدرت مالی کارآفرینان در یک جهت حرکت می‌کنند پس قوانین دولت برای توسعه سرمایه‌گذاری، ایجاد اشتغال و درآمدزایی در راستای حمایت از فعالیت بخش خصوصی و کارآفرینان به تصویب می‌رسند؛ کشورهای پیشرفته صنعتی با کارآفرین وارد یک تعامل (معامله) دوجانبه می‌شوند به این صورت که دولت در ازای ارائه خدمات، امنیت و تقویت زیرساخت‌ها از سرمایه‌گذار، مالیات دریافت می‌کند. ضمن این‌که تمام قوانین مصوب مجلس با هدف رفع موانع از مسیر کارآفرین اجرایی می‌شوند.

متأسفانه در کشور ما این تعامل اصلاً به وجود نیامده است چون دولت به درآمدهای نفتی دسترسی دارد و نیازی به کارآفرینان حس نمی‌کند؛ پس نباید هم انتظار داشته باشیم قوانین به نفع تولید و حمایت از تولیدکننده وضع شوند. شما بگویید که کدام‌یک از قوانین ما به نفع تولید است؟! تا ماهیت دولت‌ها از مصرف‌کننده ثروت به دولت‌های مولد ثروت تبدیل نشود، همین وضعیت ادامه خواهد یافت. نفت برای گسترش و تعمیق زیرساخت‌های کشور مورد نیاز است اما چرا باید آن را به‌صورت خام بفروشیم؟ مگر تمام الیاف مصنوعی دنیا بر پایه مشتقات نفت نیست؟ چرا باید نفت خام ایران به چین صادر شود و پلی‌استر ارزان‌تر از مشابه ایرانی، وارد کشورمان شود؟! چرا برنامه استراتژیک در حوزه صادرات نفت خام نداریم تا با تکیه بر منابع نفتی، به تقویت و توسعه پالایشگاه‌ها و مجتمع‌های پتروشیمی جهت رفع نیاز مصرف‌کنندگان صنایع پایین‌دستی مانند نساجی بپردازیم؟

زمانی در دنیا، «نظریه ریکاردو» مطرح بود. (براساس این نظریه، مبادله آزاد میان کشورها، باعث افزایش مقدار تولید محصول جهانی می‌شود. اگر هر کشوری به تولید کالاهایی روی آورد که توانایی تولید آنها را با هزینه نسبی کمتری دارد به‌راحتی می‌تواند مقداری از کالاها را با کالاهایی دیگر که ملت‌های دیگر قادر به تولید ارزان‌تر آنها هستند، مبادله کند. اقتصاددانان، تجارت آزاد جهانی را مطلوب می‌دانند زیرا باعث افزایش تولید ناخالص ملی کشورها و افزایش رفاه آنها خواهد شد. ریکاردو به کمک مفهوم «هزینه فرصت» نشان داد که کشورها نباید صرفاً بر تولید کالاهایی متمرکز شوند که در تولید آنها در مقایسه با دیگر کشورها دارند؛ بلکه در داخل کشور نیز باید با در نظر گرفتن هزینه جایگزینی کالایی با کالای دیگر، بر مبنای مزیت نسبی (مقایسه‌ای) عمل کرد. با این روش همه کشورها منتفع خواهند شد. تحلیل مزیت نسبی ریکاردو برای اثبات تخصصی شدن تولید و تجارت، بهترین سیاستی است که کشورها باید تعقیب کنند. نقدی که باید بر نظریه ریکاردو اضافه شود این است که هر کشور در کدام زمینه متخصص شود از صرف تخصصی شدن، مهم‌تر است؟ زیرا برخی کالاها دارای تقاضای فزاینده‌ای در سطح جهان هستند که دیگر کالاها از آن محرومند)، این نظریه در قرن هفدهم میلادی مطرح شد و متعلق به همان دوره بود چون مزیت نسبی ریکاردویی حول محور مواد اولیه قرار داشت اما در دنیای امروز این نظریه، مصداق چندانی ندارد و مزیت نسبی را مغز و اندیشه انسان‌ها به وجود می‌آورد. ژاپن به کدام منبع طبیعی دسترسی دارد که امروزه به‌عنوان یکی از قطب‌های صنعتی دنیا شناخته می‌شود؟ شاید باور کردنی نباشد اما جزیره موریس یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک به آلمان است؛ پس امروزه مزیت نسبی را «اندیشه انسان‌ها و انقلاب در فرآوری» خلق می‌کنند. همان‌طور که می‌دانید تمام پیشرفت‌های صنعتی دنیا از صنعت نساجی آغاز شد (به جز انگلیس که انقلاب صنعتی آن براساس نساجی شکل گرفت) و پس از گسترش در کشورهای اروپایی به آسیا منتقل شد و در اختیار ژاپن، کره جنوبی، چین و ... قرار گرفت. کره جنوبی توسعه صنعتی خود را از نساجی آغاز کرد و به یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان مواد اولیه نساجی و پوشاک تبدیل شد و امروز به عنوان یکی از قطب‌های تولید اتومبیل در دنیا شناخته می‌شود.

ایران در کجای داستان قرار داشت؟

ایران نفت داشت و نیازی به نساجی و اصولاً صنایع

نداشت! در حالی که نساجی، موتور محرکه توسعه و رشد اقتصادی کشورهاست و پس از صنعت نفت، بیشترین درصد اشتغال‌زایی ایران را به خود اختصاص می‌دهد؛ اگرچه این درصد به‌دلیل وضعیت نابسامان نساجی روز به روز کاهش می‌یابد و شاهد روند رو به افول نساجی در ایران هستیم. نخستین کشوری در خاورمیانه هستیم که موفق به احداث کارخانه نساجی ماشینی شد. این کارخانه در سال ۱۳۱۲ با همت «مرتضی قلی‌خان هدایت صنیع الدوله» راه‌اندازی شد. وی در رشته مهندسی معدن مدرسه صنعتی برلین تحصیل کرده بود و پس از بازگشت به ایران اولین کارخانه نساجی را (با ضمانت مالی حاج محمدتقی شاهرودی) تأسیس کرد. اشتیاق او به راه‌اندازی صنعت باعث تأسیس کارخانه بافندگی شد و ماشین‌های متعدد ریسمان‌ریسی و پارچه‌بافی از کارخانه «وینترتور» سوئیس خریداری گردید در مراسم افتتاحیه این کارخانه ناصرالدین‌شاه، صنیع‌الدوله را تشویق کرد و گفت: « تنها لقبی که به مورد داده‌ایم، صنیع‌الدولگی است که به مرتضی قلی خان داده‌ایم» متأسفانه این کارخانه پس از دو سال به دلیل واردات منسوجات انگلیسی، تعطیل شد.

زمانی که افتخار همکاری در انجمن صنایع نساجی ایران و آقای مهندس بصیری را داشتم، در سالنامه متعلق به سال ۱۳۸۲ فهرستی از ۲۲ کارخانه پشم‌بافی به همراه حجم تولید و تعداد کارگران شاغل منتشر شد که متأسفانه امروزه از این تعداد، ۴ کارخانه باقی مانده‌اند که آنها هم در شرایط مساعدی به سر نمی‌برند. فکر نمی‌کنم سایر بخش‌های نساجی نیز شرایط خوبی داشته باشند. معضل فقط دیدگاه دولت است که به‌دلیل بهره‌مندی از منابع ارزشمند نفت، نیازی به حمایت از نساجی در خود احساس نمی‌کند.

تحریم‌های بین‌المللی تا چه میزان در این وضعیت نامساعد تأثیر داشت؟

تحریم‌ها می‌توانست بسیار راهگشا و به نفع تولید داخل باشند زیرا هر گاه قیمت نفت کاهش می‌یابد، تمام دولت‌ها به فکر حمایت از توسعه صنعت و صادرات غیر نفتی می‌افتند اما با افزایش قیمت نفت، صنایع را به فراموشی می‌سپرند! به اعتقاد من قوانین حاکم در کشور ضد تولید هستند و این موضوع، یک معضل کاملاً داخلی است و ارتباطی به تحریم‌های خارجی ندارد. در کارخانه‌ای که سال‌های متمادی مدیریت آن را برعهده داشتم، اداره برق در ماه‌های گرم سال، تعرفه برق کارخانه‌ها و واحدهای صنعتی را چندبرابر افزایش می‌داد در حالی که باید تعرفه‌های منصفانه‌تری برای تولیدکنندگان داخلی وضع می‌کردند تا به نفع حمایت از تولید ملی منتهی شود. وقتی که سرمایه خود را در بانک می‌گذارید، سود روز شمار آن را بدون مالیات و مشکل خاصی دریافت می‌کنید اما همین سرمایه وقتی به تولید اختصاص پیدا می‌کند باید ۲۵ درصد سود حاصله به‌صورت مالیات به دولت پرداخته شود؛ آیا از این چرخه چیزی اراده برای توقف واحدهای تولیدی تداعی می‌شود؟

همین دغدغه‌ها و مسائل باعث شد بخش عمده‌ای از فعالیت خود را به کشاورزی اختصاص دهید؟

هنوز شیفته و دلسوز نساجی هستم و اگر امروز هم برای احیای یک واحد در حال توقف فراخوانده شوم، بدون توجه به منافع مالی، دعوت مدیران کارخانه را لبیک می‌گویم و به خدمت می‌پردازم. مشغولیت فعلی ذهنم به روی یک فعالیت اشتغال‌زاست و کاشت گیاه استویا یک فعالیت استراتژیک است که ضمن اشغالزایی، صادرات قابل توجهی به همراه خواهد داشت.

مطلب نهایی

به دیدگاه و نگرش دولت نسبت به تولید و صنعت اشاره کردم اما بی‌انصافی است که به ضعف مدیریت برخی از واحدهای بخش خصوصی نپردازم. دولت باید بسترسازی‌های لازم را جهت رشد تولیدکننده مهیا می‌کرد تا کارآفرین در این مسیر مناسب به فعالیت بپردازد، اما به دلایل مختلف این مسیر توسط دولت هموار نشد و بعضی تولیدکنندگان نیز در مسیر صحیح حرکت نمی‌کنند. کارخانه‌ای که ۳۵ سال در آن مشغول کار بودم و ۱۲ سال آخرش مدیریت آن را برعهده داشتم، حدود ۳ میلیارد تومان سود دهی داشت و همان زمان تعدادی از کارخانه‌ها با زیان‌های هنگفت مالی مواجه بودند. ۸۰ درصد مشکلات صنعت ناشی از عدم توجه دولت و وجود قوانین و مقررات دست و پاگیر و ضد تولید و ۲۰ درصد مشکلات نیز به‌دلیل سوءمدیریت بخش خصوصی است که توانمندی و تخصص لازم برای حفظ واحد تولیدی خود را ندارند.

به این نکته هم باید اشاره کنم که بیل گیتس معتقد است باید نیاز ایجاد کنیم تا مردم برای رفع این نیاز به ما مراجعه نمایند این طرز تفکر باید در مدیران ما نیز شکل بگیرد. تفکر مدیریت بیل گیتسی در مفهوم واقعی ضرب‌المثل «سحرخیز باش تا کامروا باشی» جاری است. معنی ضرب‌المثل فوق این نیست که باید صبح زود از خواب برخیزیم تا به موفقیت دست یابیم زیرا اگر زود بیدار شدن از خواب باعث کامروایی می‌شد که باید نانواها، رفتگران و طباخان جزو اقشار مرفه و متمول جامعه بودند! منظور این است که زودتر از سایرین بدانیم چه کنیم و به سحر خیزی فکری دست یابیم. به‌عنوان تولیدکننده منسوجات به این فکر کنیم که آیا ۱۰ سال بعد مردم به سراغ محصولات فعلی ما خواهند رفت و براین اساس نیاز جدید خلق کنیم. بیل گیتس زمانی که کامپیوتر به اندازه یخچال‌های ۴ فوتی بودند، اعلام کرد روزی فرا خواهد رسید که هرکسی یک کامپیوتر کوچک در جیب خود حمل کند. همگان به این تصور خندیدند اما امروز زندگی بدون کامپیوترهای کوچک شخصی بسیار دشوار است.

صادرات؛ تنها راه پیشرفت صنایع نساجی ایران

گزارشی از هشتمین نمایشگاه بین‌المللی کف‌پوش‌ها، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته (تهران- ۱۳ لغایت ۱۶ شهریور ۱۳۹۵)

اشاره:

کف‌پوش‌ها، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته با حضور قائم‌مقام وزیر صنعت در امور تولید، مدیرکل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت، رئیس هیئت‌مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ا، نمایندگان انجمن‌ها و تشکل‌های صنایع نساجی، تولیدکنندگان، فعالان و دست‌اندرکاران فرش ماشینی در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران افتتاح شد و به مدت چهار روز پذیرای مخاطبین خود بود. طبق آمارهای موجود، ۱۲۹ شرکت داخلی و ۵ شرکت خارجی از ۳ کشور تایوان، ترکیه و چین در فضای نمایشگاهی به وسعت ۳۰,۰۰۰ متر مربع حضور داشتند که به ارائه محصولات خود در زمینه انواع کف‌پوش، موکت، فرش‌ماشینی، ماشین‌آلات و قطعات و صنایع وابسته پرداختند.

***لزوم اطلاع‌رسانی در ابعاد بین‌المللی**

«**شرکت فرش توس مشهد**» به **مدیریت جعفر بختیاری**، تولیدکننده فرش۳۲۰ شانه با تراکم ۹۰۰ فریز و هیت ست ۸رنگ، فرش ۳۲۰ شانه با تراکم ۹۰۰ طرح‌های قدیمی ایرانی ۸رنگ، فرش۳۲۰ شانه با تراکم ۱۳۰۰، عروسکی و فانتزی، فرش۳۲۰ شانه با تراکم ۹۶۰، سجاده‌ای جهت مساجد با مواد پلی‌استر فنسی، فرش ۵۰۰ شانه با تراکم ۱۰۰۰، تا ۱۰رنگ با نقوش سنتی، فرش ۵۰۰ شانه با تراکم ۱۲۰۰، مخصوص سجاده مساجد، فرش ۷۰۰ شانه، ۸ رنگ دستبافت‌گونه HCP X2 و ... است.

بختیاری عنوان داشت: از تیرماه امسال وضعیت بازار اندکی بهتر شده زیرا مردم به این نتیجه رسیده‌اند که برجام در کوتاه مدت برای آنها تأثیری نخواهد داشت، لذا شروع به خرید کرده‌اند و این امر بخش عمده‌ای از مشکلات فروش را از بین برده است.

بختیاری در مورد نمایشگاه گفت: نمایشگاه امسال نسبت به دوره‌های گذشته بسیار بهتر برگزار شده منتها اطلاع‌رسانی در رابطه با جذب مشتریان خارجی به هیچ عنوان از سوی مجری برگزاری نمایشگاه صورت نگرفته است؛ با انجام تبلیغات گسترده می‌توان سایر کشورها را نسبت به برگزاری یک نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی در حوزه فرش ماشینی و کف‌پوش آگاه کرد تا برای بازدید راهی ایران شوند؛ اما زمانی که چنین اطلاع‌رسانی‌هایی وجود نداشته باشد؛ طبعاً بازدیدکننده خارجی هم نخواهیم داشت.

مدیرعامل توس مشهد از برگزاری همزمان نمایشگاه‌های نساجی، فرش ماشینی و پوشاک ابراز رضایت نمود.

***ثبات نسبی بازار**

«**شرکت فرش درخشان نگین کاشان**» حدود ۲۵ سالی است که در زمینه تولید فرش ماشینی به فعالیت می‌پردازد و ۷ سال است که با هدف ایجاد تنوع در سبد محصولات خود، خط جدید تولید فرش ماشینی با طرح‌های فانتزی را آغاز کرده است.

محسن یگانه- مدیر فروش- ادامه داد: برای اولین بار تکنولوژی آلمانی سینگل لوپ را وارد کشور کرده‌ایم و با در نظر گرفتن سلیقه و ذائقه ایرانی، فرش مدرن و سنتی ایران را با همدیگر تلفیق کرده‌ایم که به‌دلیل قیمت مناسب، قابلیت شست‌وشو و تنوع طرح‌ها، مورد استقبال چشمگیر خریداران قرار گرفته است.

وی در مورد وضعیت تولید و فروش فرش ماشینی عنوان داشت: طی چند سال پیش نوسانات بسیاری در بازار وجود داشت اما به لطف خدا از ابتدای امسال تاکنون شاهد ایجاد ثبات نسبی در بازار هستیم و با مشکل خاصی روبرو نشده‌ایم. یگانه، هزینه حضوردر نمایشگاه فرش ماشینی را بالا اعلام کرد و گفت: خوشبختانه مشتریان بسیاری از غرفه ما بازدید به عمل آورده‌اند و از حضور در نمایشگاه رضایت داریم.

وی از برگزاری همزمان سه نمایشگاه نساجی، کف‌پوش و پوشاک و هم‌چنین ساعت کار آن رضایت داشت.

*** تولید در ایران دردسرهای بسیاری دارد**

از حضور «**شرکت فرش عرش**» در بخش تولید حدود ۳/۵ سال سپری می‌شود و پیش از آن در بخش بازرگانی فرش ماشینی مشغول فعالیت بود. در حال حاضر نیز هم به تولید و هم به انجام فعالیت‌های بازرگانی این صنعت می‌پردازد.

جعفر داداشی- مدیرعامل- با اشاره به این مطلب که پالت رنگی و بافت مخصوص خود را در اختیار داریم، گفت: اغلب طرح‌های این مجموعه، سنتی و همگی آنها ثبت شده است و از نظر قانونی کسی اجازه کپی‌برداری از طرح و نقشه‌های ما را ندارد.

وی ادامه داد: تولید در ایران دردسرهای بسیاری دارد و حمایت‌های چندانی از تولیدکننده به عمل نمی‌آید اما چون می‌خواستیم طعم شیرین این نوع فرش را به مردم بچشانیم؛ وارد میدان تولید شدیم و هیچ گاه از این تصمیم پشیمان نخواهیم شد.

داداشی تصریح کرد: فروشگاه مرکزی فرش عرش در سرای ابریشم تهران قرار دارد و از طریق وب‌سایت این مجموعه، نمونه فرش‌ها قابل مشاهده است.

مدیرعامل فرش عرش در مورد نمایشگاه گفت: نمایشگاه فرصت بسیار خوبی است تا مردم از غرفه ما که طرح‌ها و رنگ‌بندی‌های متفاوت و متنوعی دارد؛ بازدید به عمل آورند.

داداشی، برگزاری همزمان سه نمایشگاه را چندان مناسب ندانست و گفت: فعالان نساجی سردرگم هستند و نمی‌دانند از کدام نمایشگاه بازدید کنند؛ بهتر بود هر یک از این سه نمایشگاه به صورت جداگانه و تخصصی برگزار می‌شد تا بازدیدکنندگان با تمرکز بیشتری در آن حضور پیدا می‌کردند.

*** تکیه بر نوآوری و ابتکار در ارائه طرح‌های جدید**

«**شرکت آذین نقش زرباف**» سال ۱۳۶۹ با هدف تولید فرش‌های قطعه کوچک، پادری، تزئینی و کودک فعالیت خود را آغاز نمود و تلاش می‌کند خلأهای موجود در بازار مصرف این قبیل فرش‌ها را شناسایی کند و آنها را پوشش دهد.

جمشید علیزاده- مدیرعامل- ادامه داد: یکی از ویژگی‌های محصولات ما، بهره‌گیری از نخ اکرلیک کامواست که لطافت خاصی دارد و از این لحاظ با سایر فرش‌ها تفاوت دارد. همچنین استفاده از لاتکس با ترکیب گیاهی در پشت فرش از لغزش افراد روی فرش جلوگیری می‌کند، تنوع رنگی محصولات ما بسیار بالاست (بیش از ۷۰ رنگ)، فرش‌ها ضد قارچ و دوستدار محیط زیست و دارای برجستگی است؛ در مجموع، مسیر بسیار دشواری را پیش گرفته‌ایم تا به جلب رضایت مصرف‌کننده منتهی شود.

وی گفت: روزی تمام ما دست خداوند است و دلیلی ندارد نگران کپی‌بردارها باشیم اما چون محصول پر زحمتی است و ریزه‌کاری‌های بسیاری دارد، سایر افراد عطای تولید را به لقای آن می‌بخشند!

به گفته علیزاده، قدرت خرید مردم بسیار تحلیل رفته و وضعیت اقتصادی و صنعتی کشور چندان مساعد نیست اما در این فضا تلاش می‌کنیم با تکیه بر نوآوری و ابتکار در ارائه طرح‌های جدید، به فعالیت در بازار ادامه دهیم و این موضوع باعث جلب نظر و اعتماد مشتریان شده است.

بختیاری (سمت راست) - مدیرعامل فرش توس مشهد

محسن یگانه- مدیر فروش فرش درخشان نگین کاشان

جعفر داداشی- مدیرعامل فرش عرش

جمشید علیزاده- مدیرعامل آذین نقش زرباف

گندم‌کار- مدیرعامل فرش افشین

روحانی- مدیرعامل سرای ابریشم

مدیرعامل زرباف در مورد نمایشگاه گفت: اگرچه فعالیت ما در حوزه تولید فرش است اما به‌دلیل تفاوت و تنوع در طرح محصولات تصمیم گرفتیم سالن جداگانه‌ای مدنظر قرار دهیم تا بازدیدکنندگان در یک فضای تقریباً گسترده به مشاهده محصولات متنوع و مختلف ما بپردازند.

علیزاده موافقیت خود را با برگزاری همزمان نمایشگاه‌های نساجی، پوشاک و فرش ماشینی اعلام نمود و گفت: بسیاری از مشتریان بخش نساجی از سالن ما نیز بازدید به عمل آورند که نکته خوبی است.

***خداوند، تولیدکننده را تنها نمی‌گذارد**

«**شرکت فرش افشین**» با حدود ۲۵ پرسنل تولیدکننده فرش ۷۰۰ شانه ۱۰ رنگ تراکم۲۷۰۰ است و در شهرک سلیمان صباحی آران و بیدگل قرار دارد.

رحمت‌الله گندم‌کار- مدیرعامل- که تجربه‌ای ۲۵ ساله در زمینه فرش ماشینی دارد، میزان تولید ماهیانه این شرکت را حدود ۷۰۰ قطعه برشمرد و گفت: نخستین مشکل هر تولیدکننده در شرایط فعلی، مسائل بانکی است. برای خرید یک دستگاه جدید از وام بانکی استفاده کردیم، دو قسط آن به دلیل همزمانی با ورود دستگاه و تمرکز بر نصب و راه‌اندازی آن عقب افتاد اما سازمانی نبود که مرتب با ما تماس نگیرد و مرتب این دو قسط معوق را به ما یادآوری نکند! در نهایت با تلاش بسیار توانستیم اقساط معوقه را بپردازیم اگرچه برای تأمین منابع مالی (به اصطلاح) از کار و زندگی افتادیم!

وی اعتقاد داشت: تمام تولیدکنندگان بزرگ و کوچک به نحوی با مشکلات خاص خود مواجهند اما خداوند، به تولیدکننده با توجه به اشتغالزایی و تلاش برای کسب روزی حلال، نظر خاصی دارد و تنهایش نمی‌گذارد.

گندم‌کار بیان داشت: بازدیدکنندگان بسیاری از غرفه ما بازدید کرده‌اند و استقبال خوبی به عمل آورده‌اند اما نتیجه نهایی حضور در نمایشگاه را باید چند ماه بعد مورد بررسی قرار داد.

مدیرعامل فرش افشین، برگزاری همزمان سه نمایشگاه و ساعت کاری آن را مناسب و مطلوب توصیف کرد.

*** بازار فرش ماشینی کشور نیازمند «بازاریابی محتوا» است**

«**سرای ابریشم**» به گفته **محمدمهدی روحانی- مدیرعامل-** سال گذشته، در حالی وارد سومین سال تأسیس خود شد که رشد فزاینده و مفیدی داشته و سالیانه حدود میلیارد تومان فضای کسب و کار در این مجموعه ایجاد کرده است.

وی ادامه داد: ۱۲۰ برند مطرح فرش ماشینی کشور در سرای ابریشم حضور دارند و برای اولین بار در حوزه مشتری مداری به نقاط بسیار خوبی رسیده‌ایم. در قالب اولین استارت‌آپ کشور تحت عنوان «کافه فرش» وارد بازار شدیم و این نوید را می‌دهم که ظرف ۵ سال آینده بیش از ۲۰ درصد فضای کسب و کار کشور در فضای آنلاین اتفاق خواهد افتاد.

به گفته روحانی، تمام کسبه سرای ابریشم دارای ID کارت و مجهز به جدیدترین شبکه‌های اجتماعی مانند گوگل پلاس، اینستاگرام و ... هستند و آموزش‌های لازم را در این زمینه فرا گرفته‌اند. سه سال مداوم است به بیش از ۹۷ درصد رضایتمندی مشتری رسیده‌ایم که یک رکورد کم‌نظیر در کشور محسوب می‌شود. چراغ مجموعه کماکان با صد درصد ظرفیت روشن است و در مجموع فضای سرای ابریشم را برای کسانی که انگیزه رشد و نمو در کسب و کار دارند، محل بسیار مناسبی می‌دانم.

مدیرعامل سرای ابریشم تصریح کرد: بازار فروش با افت محسوسی روبرو است و این رکود در ۴۵ سال گذشته بی‌سابقه است اما به‌اعتقاد من سرای ابریشم با مشکلی روبرو نیست چون به اصل «حفظ مشتریان وفادار» اعتقاد دارد و هم‌چنین بازاریابی محتوایی انجام می‌دهد که این خود، دلیل مهم حضور مشتریان برای بار دوم یا سوم در مجموعه ماست.

وی اذعان داشت: به یاد داشته باشیم که اگر مشتری مرتبه اول از شما خریداری کند به این معنی نیست که مشتری دائمی خواهد بود و زمانی که برای دومین و سومین بار جهت خرید به مجموعه شما مراجعه کند

به مشتری وفادار شما تبدیل شده که این موضوع در کسب و کار بسیار مهم است.

به گفته روحانی، با لغو تحریم‌ها، شرایط خرید مواد اولیه برای تولیدکنندگان و بحث مبادلات پولی و بانکی بهبود یافته اما در شرایط فروش تأثیر چندانی نگذاشته است.

این فعال اقتصادی، پیش‌بینی کرد که بازار شب عید بسیار خوب خواهد بود و شرایط بازار پس از ماه‌های محرم و صفر، برای تولیدکنندگان و خرده فروشان که برای فعالیت در بازار فرش ماشینی دارای برنامه مشخص هستند، بسیار ایده‌آل و مطلوب خواهد شد.

روحانی تصریح کرد: بازار فرش ماشینی کشور نیازمند «بازاریابی محتوا» می‌باشد هر برندی که خواهان بقا و پیشرفت در این بازار است؛ باید محتوای مناسب ایجاد کند تا بتواند محصول خود را با موفقیت در بازار معرفی و عرضه کند.

وی در پاسخ به این سوال که مزیت‌های خرید و فروش در سرای ابریشم در مقایسه با سایر رقیبان چیست، گفت: در بازار مشارکتی که مدنظر ماست، برنامه‌های بلندمدت برای مشتریان در نظر گرفته‌ایم و ضمن احترام به رقیبان، اعلام می‌کنم که بی‌تردید متنوع‌ترین بازار فرش ماشینی کشور متعلق به سرای ابریشم است. در این مجموعه مشتریان می‌توانند محصولات ۱۲۰ برند مختلف را در کنار همدیگر مشاهده کنند امری که در مجموعه‌های مشابه رخ نمی‌دهد. ضمن این‌که وفاداری مشتریان را با جدیت دنبال می‌کنیم.

روحانی در مورد راه‌اندازی شعبات سرای ابریشم در سایر نقاط تهران و ایران گفت: قطعاً ظرف سال‌های آینده ما را در سراسر کشور خواهید دید.

مدیرعامل سرای ابریشم تصریح کرد: نمایشگاه امسال از نظر کیفی بهتر شده اما از لحاظ اطلاع‌رسانی و تبلیغات نمره بسیار پایینی به مجری برگزاری نمایشگاه می‌دهم؛ به اعتقاد من مجری نمایشگاه، هدف مشخصی برای برندینگ این نمایشگاه ندارد و اطلاع‌رسانی موثری در این راستا انجام نداده است و امیدوارم خط مشی آن در دوره‌های بعدی تغییر کند.

وی، موافق برگزاری همزمان سه گانه نساجی، کف‌پوش و پوشاک بود و گفت: بهتر است ساعت کاری نمایشگاه ۹ صبح تا ۶ بعداز ظهر تعیین شود.

*** هیچ‌گاه کیفیت را قربانی قیمت نخواهیم کرد**

«**گروه نساجی خاتم**» سال ۱۳۸۷ با راه‌اندازی خط تولید BCF به صورت هیت ست و فریز فعالیت خود را آغاز کرد و با بهره‌گیری از مدرن‌ترین دستگاه‌های اروپایی، توانسته در زمینه تولید نخ‌های هیت‌ست و فریز کیبل، نخ‌های فانتزی و متالیک به فعالیت بپردازد.

محمد کفاش- مدیر کارخانه - گفت: صنعت در مسیر خود حرکت می‌کند و ما باید با صنایع همراه باشیم. به لطف خداوند از سال گذشته تاکنون توانستیم در گروه نساجی خاتم (متشکل از فرش کاخ، نساجی خاتم، شرکت زیبا رخ و ریسندگی آراد) به موفقیت‌های قابل توجهی دست یابیم. امسال واحد ریسندگی آراد را راه‌اندازی نمودیم که به ریسندگی نخ‌های اکرلیک ظریف (مختص فرش‌های هزار و ۱۲۰۰ شانه به بالا) می‌پردازد. در گذشته این قبیل نخ‌ها را از ترکیه تهیه می‌کردیم اما تصمیم گرفتیم با تکیه بر توان متخصصین ایرانی به تولید نخ مذکور در کشور بپردازیم. وی ادامه داد: مسلماً هیچ‌گاه کیفیت را قربانی قیمت نخواهیم کرد و تمام تلاش خود را به عمل می‌آوریم تا محصولات مشتری پسند بیشتری جذب کنیم و برندهای «کاخ» و «خاتم» در ذهن مشتریان ماندگار شود.

کفاش تصریح کرد: فرش‌های اکرلیک عمدتاً بازار داخل را در بر می‌گیرد و کشورهای اروپایی و آمریکایی پذیرای آن نیستند پس تلاش‌های ما نیز در این راستا بی‌نتیجه است و در زمینه صادرات شاید بتوانیم بر بازار کشورهای عربی و روسیه متمرکز شویم.

این صنعتگر، حضور در نمایشگاه را ضروری و مهم ارزیابی کرد و گفت: مشتریان با حضور در غرفه و مشاهده محصولات مختلف، نسبت به بازار این صنعت دلگرم می‌شوند، کارهای جدید را می‌بینند، از روند فعالیت‌های شرکت در آینده باخبر می‌شوند؛ بنابراین هر سال مبالغی را به‌عنوان هزینه نمایشگاه در نظر می‌گیریم، این حضور را جزو لاینفک کار می‌دانیم

کفاش- مدیر کارخانه گروه نساجی خاتم

داور پور- کارشناس روابط عمومی تولیدی صنعتی ظریف مصور

شیخ‌زاده- مدیرعامل فرش پدیده کویر یزد

و از حضور در نمایشگاه‌ها خرسندیم.
کفاش اضافه کرد: علی‌رغم مسائل و مشکلاتی که پشت سر گذاشته‌ایم همچنان سرپا باقی مانده‌ایم، محصولات بهتر و جدیدتر ارائه می‌نماییم و درصنعت فرش ماشینی کشور کارآفرینی کنیم.
به‌گفته مدیر کارخانه نساجی خاتم، عملکرد صنف فرش ماشینی و پوشاک از همدیگر جداست و هر کدام مشتریان خاص خود را دارند بنابراین برگزاری همزمان این نمایشگاه‌ها هیچ اختلالی در فعالیت یکدیگر به وجود نمی‌آورد. اگرچه بهتر بود نمایشگاه ساعت ۱۰-۹ صبح شروع می‌شد.

*** صنعت نساجی از واردات بی‌رویه رنج می‌برد**

«**گروه تولیدی صنعتی ظریف مصور**» سال ۱۳۶۳ توسط آقای علی‌محمد رجالی و آقای سید مصطفی طباطبایی در قطب صنعتی بروجن با یک خط تولید موکت تأسیس شد و در حال حاضر با ظرفیت تولید سالیانه بالغ بر ۵۰ میلیون مترمربع موکت و زیربنایی حدود ۱۱۰ هزار مترمربع یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان موکت و منسوجات بی‌بافت و مواد اولیه آن در بین کشورهای منطقه است. محصولات این گروه صنعتی شامل موکت برای مصارف خانگی و اداری، موکت و لایه‌های ترموفوم و منسوجات بی‌بافت مورد مصرف در خودرو، بی‌بافت‌ها (انواع سوزنی، ترموباند و ترموفیوز و اسپری لایی)، ژئو سنتتیک‌ها (ژئوتکستایل، ژئوممبران و ژئو کامپوزیت)، الیاف پلی پروپیلن، پلی‌استر و پلی‌آمید، نخ BCF، پلی پروپیلن و پلی‌آمید) فریز و هیت‌ست، مستربچ، روغن‌های نساجی، رزین‌های همو و کو پلیمر پایه آبی، پودرهای پلیمری و برس‌های صنعتی است. ضمن این‌که پتروشیمی رجال (نخستین مجتمع پتروشیمی بخش خصوصی) متعلق به این گروه صنعتی است و بیش از ۲۵۰۰ نفر (به صورت مستقیم) در این گروه مشغول فعالیت‌هستند.

کاظم داور پور- کارشناس روابط عمومی- ابراز داشت: صنعت نساجی کشور از واردات بی‌رویه منسوجات و پوشاک رنج می‌برد در حالی‌که کیفیت محصولات بسیاری از واحدهای تولیدی کشور نه تنها کمتر از مشابه وارداتی نیست، بلکه در بسیاری از موارد نیز بالاتر است.
وی گفت: بیش از ۹۰ درصد منسوجات موجود در بازار کشور دارای برچسب «ساخت چین» هستند و این بزرگ‌ترین معضل برای فعالان صنعت نساجی است.
به‌گفته داورپور، در نمایشگاه نساجی امسال که ویترین کل صنایع نساجی کشور است، گویی ما میهمان غرفه‌های چینی هستیم و بخش عمده‌ای از سالن‌ها به تولیدات چینی اختصاص دارد. متأسفانه مدیران و مقامات ارشد کشور نیز افتخار می‌کنند چنین نمایشگاهی در حال برگزاری است!
کارشناس روابط عمومی ظریف مصور اذعان داشت: زمانی که ویترین صنعت ما در اختیار کشورهایی مانند چین و ترکیه است طبعاً تعداد نیروهای شاغل (متأسفانه و علی‌رغم میل باطنی مدیران گروه) هر روز کم و کمتر می‌شود.
وی در مورد نمایشگاه گفت: به هیچ وجه از حضور در نمایشگاه امسال راضی نیستیم و نسبت به سال‌های گذشته ضعیف‌تر برگزار شد، ساعت شروع و پایان کار نمایشگاه مناسب نبود، بهتر بود نمایشگاه در روزهای پایانی هفته (پنج‌شنبه و جمعه) نیز برپا می‌شد تا متخصصین و تولیدکنندگان شهرستان‌ها در روز تعطیل و با خیال آسوده راهی نمایشگاه تهران شوند.

*** با پس لرزه‌های تحریم دست و پنجه نرم می‌کنیم**

«**شرکت فرش پدیده کویر یزد (با برند فرش برلیان)**» سال ۱۳۷۰ با هدف تولید فرش ماشینی راه‌اندازی شده و به تولید فرش‌های ابریشم‌گونه هشت‌رنگ ۵۰۰ شانه با تراکم ۱۵۰۰ و فرش ۱۰رنگ، شش‌صد شانه با تراکم ۱۵۰۰ و هم‌چنین فرش‌های گل برجسته ابریشم‌گونه می‌پردازد.
عباس شیخ‌زاده- مدیرعامل- اعتقاد داشت: نه تنها تغییری نسبت به سال گذشته به وجود نیامده حتی در مواردی به‌دلیل رکود اقتصادی، وضعیت تولید و فروش بدتر هم شده است و بدترین دورانی است که صنعت نساجی و فرش ماشینی سپری می‌کند.
وی ادامه داد: این تصور خوش‌بینانه وجود داشت که پس از لغو تحریم‌ها، شاهد تحول مثبت بازار باشیم

اما با توجه به مشکلات متعددی که گریبانگیر دولت است، چنین اتفاقی رخ نداد. البته رکود اقتصادی مختص ایران نیست و بسیاری از کشورها در بحران مالی به سر می‌برند اما همچنان با پس لرزه‌های تحریم دست و پنجه نرم می‌کنیم به امید آینده...

به‌گفته شیخ‌زاده، دو فضای جدید «مدرن» و «کلاسیک» در محصولات فرش برلیان ایجاد کرده‌ایم. برای ماندن در عرصه رقابت، باید ریسک ورود به فضاهای جدید را پذیرفت، با نشستن منتظر مشتری و فروش محصول، کاری از پیش نخواهد رفت پس باید براساس ریسک حساب‌شده و منطقی حرکت کنیم.

مدیرعامل برلیان با بیان این مطلب که خوشبختانه مخاطبین از دو فضای فرش برلیان بسیار استقبال کرده‌اند که جای خوشحالی است، اذعان داشت: شرایطی به وجود آمده که امکان ثبت قانونی طرح‌ها وجود دارد اما هنوز نمی‌توانیم رنگ‌ها را به ثبت برسانیم و این موضوع دست کپی‌برداران را از بازار طرح و نقشه‌های اصیل دور نمی‌کند.

وی گفت: نمایشگاه، امکان بازدید همکاران، مشاهده یک‌جای کالاها و تولیدات دیگران و ارتباط مستقیم با مصرف‌کنندگان را فراهم می‌کند. ضمن این‌که با ضمن مشاهده محصولات به افکار و ایده‌های آنان نیز پی می‌بریم.

شیخ‌زاده، موافق برگزاری همزمان نمایشگاه‌های نساجی، فرش ماشینی و پوشاک تهران بود و گفت: بخش‌های مختلف این صنعت به همدیگر وابسته هستند و به همین دلیل مشکلی در برگزاری همزمان نمایشگاه‌های تخصصی نساجی وجود ندارد.

***تلفیق فرش دستباف و فرش ماشینی**

«**شرکت فرش چهل تکه**» در زمینه فرش دستباف به فعالیت می‌پردازد و در حال‌حاضر نسل سوم این خانواده، وارد حرفه موروثی یعنی فرش دستباف شده است.

دریا سبحه- قائم مقام مدیرعامل- گفت: در نمایشگاه فرش دستباف تهران نیز حضور داشتیم و باید عنوان کنم که غرفه‌آرایی و وضعیت برگزاری این نمایشگاه به مراتب بهتر از نمایشگاه فرش ماشینی تهران است اما به دلیل کاهش قدرت خرید مردم، وضعیت فروش چندان مطلوب نبود.

وی افزود: در نمایشگاه فرش ماشینی هم بازدیدکنندگان به غرفه ما سر می‌زنند اما سوالات خود را مطرح می‌کنند و این مذاکرات به فروش منتهی نمی‌شود.

سبحه در پاسخ به این سوال که فرش دستباف و ماشینی رقیب یکدیگر هستند یا خیر؛ گفت: هر کدام دنیای خاص خود را دارند، فرش دستباف قدمت بسیاری در کشور دارد و فرش ماشینی سال‌های بعد در کشور به تولید انبوه رسید.

وی با اشاره به محصولات این شرکت گفت: فرش‌های چهل تکه‌ای که عرضه می‌کنیم تلفیقی از فرش ماشینی و دستباف است و مورد توجه فعالان فرش ماشینی قرار گرفته است.

سبحه عنوان داشت: نساجی و فرش ماشینی ارتباطات بسیار نزدیکی با همدیگر دارند و برگزاری همزمان این دو نمایشگاه، ایده خوبی است. ساعت کار نمایشگاه یعنی ۱۲ ظهر تا ۸ شب، طولانی به نظر می‌رسد و باعث خستگی غرفه‌داران می‌شود.

*** کمبود نقدینگی در واحدهای تولیدی**

«**شرکت شادلین فرش کاشان**» در زمینه تولید فرش‌های ۳۴۰ شانه تراکم ۹۶۰ با طرح‌های اصیل کرمانی، گلیم فرش‌های فانتزی و طرح‌های اصیل قشقایی فعال است.

احسان شکوهی- مدیرعامل- عنوان داشت: مواد اولیه مصرفی ما، تولید داخل است و ۳۰ نفر به‌صورت مستقیم در این مجموعه مشغول کار هستند و از این تعداد ۴ طراح توانمند به ارائه طرح‌های اصیل فرش قومیت‌های مختلف کشور به خصوص فرش‌های عشایر و گبه می‌پردازند.

وی ادامه داد: شادلین توانسته بخشی از تولیدات خود را به برزیل، شیلی، بولیوی، پاکستان و عراق صادر نماید.

شکوهی، بزرگ‌ترین مشکل فعلی واحدهای تولیدی را کمبود نقدینگی عنوان کرد و افزود: در زمینه انتقال

سبحه- قائم مقام مدیرعامل فرش چهل تکه

شکوهی- مدیرعامل شادلین فرش کاشان

کاجی- مدیر تولید گروه صنعتی نوین تکنیک

مرصعی- مدیرعامل گروه صنعتی ساینار

زرکار- مسئول غرفه ریسندگی و بافندگی سینا تاب کاشان

ارز نیز مشکلاتی وجود دارد و نمی‌توانیم منابع حاصل از صادرات را به‌صورت مستقیم از مشتریان دریافت کنیم به‌همین دلیل از طریق صرافی‌ها نقل و انتقال پول انجام می‌شود که فرایندی حداقل یک ماهه است و هزینه‌های زیادی را برای ما به وجود می‌آورد.

مدیرعامل شادلین اعتقاد داشت که هنوز تأثیرات مثبت رفع تحریم‌ها در روند تولید و بازار محسوس نیست و امیدوارم به زودی شاهد اثرات مثبت آن باشیم.

به‌گفته شکوهی، معرفی محصولات به فروشندگان داخلی و خارجی و تجدید دیدار با مشتریان هدف اصلی ما از حضور در نمایشگاه فرش ماشینی تهران است که تا حدودی به این هدف دست یافته‌ایم.

*** بهبود نسبی وضعیت بازار پس از لغو تحریم‌ها**

فعالیت «گروه صنعتی نوین تکنیک» با حدود ۵۰ نفر پرسنل در زمینه تولید انواع رگال‌های فرش و بالابرهای برقی برای فروشگاه‌های فرش می‌باشد و در سال ۱۳۹۴ با هدف توسعه واحد تولیدی خود اقدام به ساخت محصول جدیدی از پرژکتورهای LED در اصفهان نمود. بیشتر مشتریان این مجموعه، فروشگاه‌های عرضه فرش ماشینی است.

صادق کاجی- مدیر تولید- افزود: بخش عمده‌ای از قطعات مصرفی ما از واحدهای داخلی تهیه می‌شوند که از نظر کیفیت و قیمت مناسب هستند. به لطف خداوند و اعتماد به کیفیت تولیدات در زمینه تولید و فروش با مشکل خاصی مواجه نیستیم.

وی عنوان داشت: لغو تحریم‌ها تا حدودی وضعیت بازار را بهتر کرده که امیدوارم این روند با سرعت بیشتری تداوم یابد.

کاجی در مورد نمایشگاه گفت: شش سال است که در نمایشگاه فرش ماشینی تهران با هدف معرفی کالاهای جدید حضور پیدا می‌کنیم و از این حضور رضایت داریم.

*** کاهش چشمگیر ریسک فروش محصولات**

«گروه صنعتی ساینار» سال ۱۳۸۸ با هدف ارائه خدمات فنی و مهندسی جهت صنایع نساجی، بافندگی و پلیمر راه‌اندازی شده و در زمینه بازسازی درایورهای ماشین‌آلات بافندگی، طراحی و ساخت استابلایزرهای دیجیتال مخصوص ماشین‌آلات بافندگی، طراحی و ساخت چنچر پودهای الکترونیکی فابریکی شونهر و واندویل و پاور ولتاژ درایو دی سی به فعالیت می‌پردازد. حدود ۱۰ نفر به صورت ثابت و ۲۰ نفر به‌صورت متغیر و قراردادی با این مجموعه به همکاری می‌پردازند.

سید محمد مرصعی- مدیرعامل- با بیان این مطلب که بخشی از قطعات مورد نیاز از بازار داخلی و بخشی نیز از طریق محصولات خارجی تأمین می‌شود، ادامه داد: به‌دلیل رکود موجود در بازار با مشکلاتی در زمینه تولید مواجهیم اما به‌دلیل تثبیت نرخ ارز، ریسک فروش محصولات کاهش چشمگیری یافته است.

وی در مورد نمایشگاه گفت: با هدف معرفی توانمندی‌های ساینار و برندسازی در نمایشگاه حضور داریم و چندان به بحث فروش و یافتن مشتری متمرکز نشده‌ایم. چهار دوره است که در نمایشگاه فرش ماشینی تهران حضور فعال داریم و به‌اعتقاد من نمایشگاه امسال چندان مطلوب نیست.

*** تولیدکننده بودیم، هستیم و خواهیم بود**

«کارخانجات ریسندگی و بافندگی سینا تاب کاشان» سال ۱۳۶۹ با نام **«شرکت فرش زرکار کاشان»** فعالیت خود را در زمینه چله پیچی و بافت فرش ماشینی با ماشین‌آلات ایرانی و خط آهار و تکمیل فرش آغاز کرد و در حال‌حاضر دارای واحد ریسندگی، بافندگی، رنگرزی، هیت‌ست و آزمایشگاه کنترل کیفیت است و توانایی تولید نخ‌های نمره ۱۸، ۲۷ و ۳۰ متریک، رنگرزی روزانه ۱۲ تن الیاف مصنوعی و ۴۰۰۰ کیلو گرم نخ به صورت بوبین و ۱۲ هزار کیلوگرم نخ ۱۸/۳ متریک و قابلیت هیت‌ست انواع نخ‌های اکریلیک با نمرات سایر نخ‌های متناسب را دارد. در این کارخانجات ۱۶۰ نفر به طور مستقیم به فعالیت می‌پردازند.

محمد زرکار- مسئول غرفه- گفت: مواد اولیه مورد نیاز از شرکت‌های معتبر کره‌جنوبی، هند، تایوان و ترکیه خریداری می‌شود.

وی افزود: واردات مواد اولیه در گذشته به‌صورت

فاینانس و ری‌فاینانس یک‌ساله انجام می‌شد اما به‌دلیل تحریم این امکان از تولیدکنندگان ایرانی سلب شد و علی‌رغم لغو تحریم‌ها همچنان شاهد توقف آن هستیم البته به تازگی بانک‌ها یوزانس را پذیرفته‌اند. در زمینه فروش هم ترکیه با توجه به برنامه‌ریزی‌های مشخص، بخش عمده‌ای از بازار ایران را به خود اختصاص داده و به این ترتیب تولیدکنندگان داخلی (به خصوص تولیدکنندگان نخ) را با مشکلات جدی روبرو کرده است بنابراین از مسئولین مربوطه درخواست می‌کنیم برای جلوگیری از تعطیلی واحدهای تولیدی، واردات نخ‌های وارداتی ترکیه به کشور را ساماندهی نمایند.

زرکار یادآور شد: تنها پیامد مثبت لغو تحریم‌ها، تسهیل ارتباطات تجاری با هند، تایوان و کره جنوبی بوده که یوزانس ایران را پذیرفته‌اند علی‌رغم تمام مسائل و مشکلات، تولیدکننده بودیم، هستیم و خواهیم بود.

وی به نمایشگاه فرش ماشینی تهران نیز اشاره کرد و گفت: بهتر است در ساعت کاری نمایشگاه تجدیدنظر صورت گیرد و ۱۰ صبح تا ۶ بعداز ظهر زمان بهتر و مناسب‌تری هم برای غرفه‌داران(به ویژه شهرستانی‌ها) و بازدیدکنندگان است.

*** وجود رقابت ناسالم میان تولیدکنندگان فرش ماشینی**

«**شرکت فرش هخامنش**» در زمینه تولید فرش ماشینی ۱۲۰۰شانه تراکم ۳۶۰۰ در شهرک صنعتی امیرکبیر کاشان فعال می‌باشد و مواد اولیه مصرفی این مجموعه هم تولید داخل و هم وارداتی (ترکیه) است.

مجید ثابتی- رئیس هیئت مدیره- عنوان داشت: در زمینه طراحی محصولات، سعی می‌کنیم با طراحان توانمند و متخصص همکاری کنیم و ویرایش‌های نهایی توسط طراحان مستقر در مجموعه انجام می‌شود.

وی ادامه داد: وجود رقابت‌های ناسالم میان تولیدکنندگان یکی از مشکلات صنعت فرش ماشینی در کشور است که به‌اعتقاد من تولیدکنندگان بخش خصوصی در این زمینه بی‌تقصیر هستند زیرا برنامه‌ریزی‌های دولت (به خصوص در زمینه صادرات) بسیار ضعیف است.

ثابتی تنها راه پیشرفت صنعت نساجی ایران را صادرات اعلام کرد و گفت: صادرات میسر نمی‌شود مگر با همکاری و حمایت دولت در زمینه اصلاح قوانین و مقررات دست و پاگیر، معافیت‌های مالیاتی و امثالهم.

این تولیدکننده تصریح کرد: میزان اشتغالزایی صنعت نساجی در مقایسه با برخی صنایع بسیار بالاست و خانوارهای بسیاری به صورت مستقیم و غیرمستقیم در این صنعت امرار معاش می‌کنند، ضمن این‌که نساجی ایران دارای پیشینه طولانی و درخشانی است بنابراین نیازمند حمایت بیشتر دولتمردان برای رشد و توسعه می‌باشد. به‌گفته وی، هنوز شاهد اثر ملموس رفع تحریم‌ها در زمینه تولید و فروش نیستیم و زمانی می‌توان از این تأثیرگذاری سخن به میان آورد که سوئیفت‌ها باز شود در غیر این صورت به دلیل مشخص نشدن تکلیف روابط بین‌المللی و سیستم‌های بانکی، تولیدکننده با سردرگمی بیشتری در زمینه خرید مواد اولیه و ماشین‌آلات مواجه خواهد بود. ثابتی اذعان داشت: صادرات به معنای واقعی یعنی این‌که بتوانیم به‌عنوان شرکت تولیدی، پروفرما در اختیار شرکت بازرگانی خارجی قرار دهیم و بانک‌های معتبر، هر دو طرف را ضمانت کنند. به این ترتیب صادرات طبق قوانین بانکی و بازرگانی رایج در دنیا صورت می‌گیرد اما عدم اطمینان صادرکننده به وصول پول، نقل و انتقال منابع مالی از طریق صرافی ریسک کار را بسیار بالا می‌برد.

وی، نمایشگاه فرش ماشینی امسال را تخصصی‌تر از دوره‌های گذشته برشمرد و گفت: بازدیدکنندگان با بینش و درک بیشتری نسبت به تولید از غرفه‌ها بازدید به عمل می‌آورند و بازدید عامه مردم به قصد خرید و تفریح بسیار اندک است.

*** شاهد افزایش تعداد شرکت‌ها و بازدیدکنندگان خارجی هستیم**

«**شرکت مهرگان بافت پاسارگاد**» دارای ۱۵ سال فعالیت درحوزه تولید فرش ماشینی کلاسیک اکرلیک است و محصولات خود را با برندهایی تحت عنوان فرش کلاسیک، فرش سریران و ... روانه بازار مصرف

ثابتی- رئیس هیئت مدیره فرش هخامنش

طیبی- مدیر فروش مهرگان بافت پاسارگاد

فقیه‌زاده- مدیرعامل گروه صنعتی پارسا

رشیدی (سمت راست)- مدیرعامل فرش قانع

می‌نماید.

محمد طبیبی- مدیر فروش- بیان داشت: بخش عمده‌ای از مواد اولیه مورد نیاز را از ترکیه تهیه می‌کنیم زیرا کیفیت نخ‌های تولید داخل در بسیاری از موارد مطلوب نیست و به‌همین دلیل ناگزیر به استفاده از نخ‌های وارداتی هستیم. از سوی دیگر مصرف‌کنندگان نیز به‌دنبال خرید فرشی هستند که با نخ‌های مرغوب و بادوام تولید شده باشد.

وی با بیان این مطلب که در حال‌حاضر نخ‌های مخصوص فرش ماشینی تولید ترکیه از نظر کیفیت حرف اول را می‌زند، گفت: اگرچه بسیاری از برندهای مطرح فرش ماشینی کشور از نخ‌های ایرانی استفاده می‌کنند که کیفیت لازم را ندارد اما به‌دلیل برند شناخته شده آنان، می‌توانند فروش خوبی داشته باشند اما برای شرکت‌های تازه تأسیس و کوچک‌تر، نخ‌های ایرانی به‌دلیل کیفیت نه چندان مطلوب، جوابگو نیست و منجر به کاهش کیفیت محصول نهایی می‌شود.

طبیبی اضافه کرد: در این مجموعه علاوه بر تولید فرش‌های هزار شانه ، ۷۰۰شانه، فریز، گلیم و گبه به طراحی و تولید فرش‌های فانتزی نیز می‌پردازیم.

مدیر فروش مهرگان بافت در مورد تبعات لغو تحریم‌ها بر تولید و بازار فروش فرش ماشینی کشور گفت: تأثیر لغو تحریم‌ها کاملاً از وضعیت برگزاری نمایشگاه امسال مشخص است به این معنی که شاهد افزایش تعداد شرکت‌ها و بازدیدکنندگان خارجی هستیم و حتی موفق به انعقاد قرارداد خارجی نیز شدیم. امیدوارم شرایط بهتر شود تا زمینه صادرات فرش‌های باکیفیت ایرانی فراهم گردد.

وی با اشاره به این مطلب که روز نخست نمایشگاه نسبت به روزهای بعدی به مراتب بازدیدکنندگان و مشتریان بیشتری به خود اختصاص داد، نسبت به ساعت برگزاری نمایشگاه انتقاد کرد و گفت: ساعت نمایشگاه به نحوی است که غرفه‌داران فرصتی برای پرداختن به سایر فعالیت‌ها پیدا نمی‌کنند و تمام چهار روز درگیر نمایشگاه هستند! ضمن این‌که از ساعت ۶ به بعد، نمایشگاه حالت نیمه تعطیل به خود می‌گیرد و تعداد بازدیدکنندگان به حداقل می‌رسد به‌طوری که در طول ۱۰-۵ دقیقه هم ممکن است بازدیدکننده‌ای نداشته باشیم با این اوصاف بهتر است ساعت کار نمایشگاه مانند سال‌های گذشته (۹ صبح تا ۴ بعداز ظهر) تعیین شود.

***تمرکز بر نوآوری در ارائه محصولات**

«**گروه صنعتی پارسا**» تولیدکننده انواع آلبوم‌های آویز کتابی (شافت و بلبرینگ)، ثابت، سیار و آلبوم‌های ریلی فرش، گیره‌های آویز فرش و سازه‌های نمایشگاهی است و حدود ۳۰ نفر در این مجموعه مشغول کار هستند.

علیرضا فقیه‌زاده- مدیرعامل- مشکلات تولید را نوسان قیمت مواد اولیه و عدم تعادل در بازار دانست و گفت: وضعیت بازار به نحوی است که امکان برنامه‌ریزی بلندمدت را از تولیدکننده سلب می‌کند.

وی عنوان داشت: همیشه تلاش کرده‌ایم در نمایشگاه با نوآوری و ارائه محصولات متنوع و جدید حضور پیدا کنیم که پیرو این هدف در نمایشگاه امسال نیز چندین محصول جدید عرضه کرده‌ایم و ثبت اختراع نیز داشته‌ایم. یکی از این محصولات جدید، آلبوم‌های ریلی برقی است که انحصار تولید آن در کشور به گروه صنعتی پارسا اختصاص دارد، مدل‌های جدید بالابر، دستگاه رول بازکن موکت را عرضه کرده‌ایم و به طور کلی ۸۰ درصد تمرکز و انرژی خود را بر نوآوری معطوف می‌نماییم.

فقیه‌زاده از حضور در نمایشگاه امسال فرش ماشینی تهران رضایت کامل داشت و حضور بازدیدکنندگان را چشمگیر توصیف کرد.

*** با کلمه «فرش ایرانی» می‌توان بازار دنیا را فتح کرد**

«**شرکت فرش قانع**» شرکت فرش قانع در سال ۱۳۴۲ فعالیت خود را با واردات فرش بلژیکی آغاز کرد و در سال ۱۳۸۰ وارد میدان تولید فرش ماشینی شد و ضمن ایجاد اشتغال برای ۸۴ نفر، تلاش می‌کند از مواد اولیه باکیفیت تولید داخل استفاده نماید.

حمید رشیدی- مدیرعامل- ادامه داد: تعدادی از طراحان مسلط به نقوش ایرانی با مجموعه ما همکاری می‌کنند و نقوش ایرانی را با طرح‌های مدرن

عرضه می‌کنیم.

وی با بیان این مطلب که هدف ما از تولید صادرات است؛ گفت: مصرف‌کنندگان هر کشوری سلایق متفاوتی از لحاظ غذا و پوشاک و باقی امور دارند اما هنوز در ایران نتوانسته‌ایم این امر را در تولیدات خود نهادینه کنیم که سلیقه مشتری بسیار مهم است، ما نمی‌توانیم طرح‌ها و نقشه‌هایی که خودمان می‌پسندیم را به مشتری تحمیل کنیم، بلکه در این امر باید نیاز و سلیقه مردم کشورها و تغییر این نیازها و سلیقه‌ها را در تولید مد نظر قرار دهیم. به عنوان مثال در کشورهای آسیای دور نقوش و طرح‌های خلوت، منطقه اروپایی رنگ‌های ملایم و آرام، منطقه آفریقایی رنگ‌های تند مورد پسند مصرف کننده است کما اینکه حتی سایز و اندازه فرش‌ها نیز در کشورهای مختلف متفاوت است؛ اما متاسفانه در ایران این فرهنگ برای تولید کننده ایجاد نشده است.

رشیدی تصریح کرد: اصالت طرح‌های ایرانی به دنیا ثابت شده اما سلیقه مصرف‌کنندگان امروزی تغییر کرده و ما هم باید تغییر کنیم تا در رقابت سنگین بین المللی جایگاهی مناسب برای خودمان ایجاد کنیم. بر همین اساس شرکت فرش قانع با نیاز سنجی و درک سلیقه مشتریان جهانی خود اقدام به تولید طرح‌های متناسب با سلیقه‌های متفاوت نموده و همین امر موجب موفقیت مجموعه ما در بازارهای خارجی شده تا جایی که هم اکنون صادرات فرش را به ۱۱ کشور جهان از جمله استرالیا، فرانسه، ایتالیا، چین، مالزی، آسیای میانه توسعه داده‌ایم و درصدد گسترش بیشتر صادرات کالای خود هستیم.

به‌اعتقاد مدیرعامل فرش قانع، تولیدکنندگان فرش ماشینی با مشکلات زیادی در تولید و صادرات مواجه هستند. یکی از این معضلات حمایت نکردن دولت از تولید و صادرات است در حالی که رقبای ما مثلاً در ترکیه از سوی دولت‌هایشان به خوبی حمایت می‌شوند. از طرف دیگر در بخش سرمایه گذاری هم مجموعه‌ای برای سیاستگذاری واحد نداریم که ما را هدفمند کند بنابراین هرکس به‌طور جزیره‌ای و بدون هم‌آهنگی با دیگر بخش‌ها برای تولید و فروش برنامه‌ریزی می‌کند و انسجامی در کار نیست از دیگر مشکلات موجود قطع رابطه پولی کشور با دنیا است به صورتی که برای جابجایی هر پولی درصد قابل توجهی از پول ما به‌خاطر نداشتن روابط بانکی با دنیا از بین می‌رود و این امر مانع صادرات موفق در کشور است. با همه این ناملایمات امری که باعث مباهات ما است نام فرش ایران است که این اصالت این سال‌ها برای ما به ارمغان آمده و ما با کلمه فرش ایرانی می‌توانیم بازار دنیا را در این زمینه فتح کنیم.

وی اذعان داشت: ترکیه نخ‌های مورد مصرف در تزئینات پارچه را در تولید فرش استفاده می‌کند که مجموعه ما با الهام از این موضوع اقدام به تولید فرش‌هایی با استفاد از نخ‌های لمه و شنل کرده و در حال حاضر اولین تولید کننده فرش با نخ‌های لمه در ایران هستیم که از لحاظ دوام با فرش‌های اصیل ایرانی تفاوتی ندارد. همچنین اولین ابداع کننده چاپ فرش در جهان با توانایی چاپ ۱۳۰۰ رنگ در آن واحد هستیم که از لحاظ دوام و ثبات رنگی مقاوم‌تر از فرش‌های ماشینی است و در حال حاضر ۳۰۰۰ طرح آماده برای چاپ داریم که این فرش‌ها نسل جدید فرش‌های ماشینی دنیاست. محصول جدید دیگر ما که رقیب سر سخت فرش‌های تولیدی ترکیه است فرش‌های شنل می‌باشد که این محصول برگرفته از نقشه‌های اصیل ایرانی است که این طرح‌ها برای بازارهای جهانی فرآوری شده یعنی از لحاظ طرح و رنگ مطابق سلیقه و نیاز قشر قابل توجهی از مصرف‌کنندگان جهانی است.

رشیدی در مورد نمایشگاه فرش ماشینی تهران گفت: نمایشگاه امسال بسیار پربار است و اغلب شرکت‌ها با آخرین نوآوری‌ها و ابتکارات خود در آن حضور دارند.

*** در هر شرایطی سعی می‌کنیم استوار باشیم**

«**شرکت امین موکت**» تولیدکننده انواع موکت نمدی، الیاف پلی پروپیلن و انواع رزین‌های صنعتی است و بخشی از تولیدات خود را به کشورهای عراق و افغانستان صادر می‌کند.

محمود اربابی- مدیر بازرگانی- در پاسخ به این سوال که در زمینه تولید و فروش با چه مشکلاتی مواجه هستید؛ عنوان داشت: بهتر است سوال کنید با چه

اربابی- مدیر بازرگانی امین موکت

میان‌تهی- مدیر فروش کتیبه پایتخت

مباشر- مدیرعامل موکت پردیس بافت یزد

مشکلاتی مواجه نیستیم! تمامی بخش‌های تولید، فروش، بازگشت نقدینگی و ... سراسر مشکل است.

به اعتقاد وی، تبعات خود تحریمی‌ها بر روند تولید به مراتب بیشتر و اثرگذارتر از تحریم‌های خارجی می‌باشد؛ تولید، کار آسانی نیست و علی‌رغم با تمام تنگناها و هزینه‌هایی که تحمیل می‌شود، سعی می‌کنیم استوار باشیم، تولید و کارگران دارای چند ده سال سابقه را حفظ نماییم و چراغ کارخانه را روشن نگه داریم. اربابی تصریح کرد: با هر شرایطی خود را تطبیق داده‌ایم و در این تنگناها با ۳۰ درصد ظرفیت تولید به فعالیت می‌پردازیم که این امر قطعاً خواسته قلبی ما نیست.

مدیر فروش امین موکت یادآور شد: ساعت کار نمایشگاه از ساعت ۱۲ ظهر تا ۸ شب است اما در شرایطی که شعار حمایت از تولید داخلی سر داده می‌شود، غرفه‌داران و تولیدکنندگان باید پشت درب سالن‌ها تا ساعت ۱۲ بایستند و تازه پس از بازشدن درها، بتوانند به غرفه‌های خود بروند و آن را برای میهمانان خود مهیا کنند! این در حالی است که زمان آغاز به کار نمایشگاه و حضور بازدیدکنندگان نیز ساعت ۱۲ است و غرفه‌داران فرصت چندانی به آماده سازی پیدا نمی‌کنند، چنین مسائلی در نمایشگاه‌های سایر کشورها وجود ندارد.

وی گفت: اولین بار است که در نمایشگاه فرش ماشینی تهران حضور یافته‌ایم و با توجه به اعتبار و شناختی که بازار به ما دارد، پیش‌بینی می‌کردیم که بازدیدکنندگان بسیاری از غرفه امین موکت بازدید نمایند که خوشبختانه این پیش‌بینی محقق شد.

***تولیدکنندگان فرش ماشینی و نوسانات قیمت نخ**

«**شرکت کتیبه پایتخت**» تولیدکننده فرش‌های ماشینی ۷۰۰، هزار و ۱۲۰۰ شانه و ابریشم هایبالک است، کارخانه در آران و بیدگل قرار دارد و حدود ۲۵ نفر در کارخانه مشغول کار هستند.

علی میان‌تهی- مدیر فروش- گفت: در زمینه تولید و فروش مسائل و مشکلات وجود دارد که میان تمام واحدهای تولیدی مشترک است و همه با آن دست و پنجه نرم می‌کنند؛ اما نوسانات قیمت نخ یکی از مهم‌ترین مشکلات تولیدکنندگان فرش ماشینی است.

وی ادامه داد: هنوز آثار (و به اصطلاح ترکش‌های) دوران تحریم بر پیکر تولید وجود دارد و پس از لغو تحریم‌ها، بهبود خاصی در روند تولید و فروش به وجود نیامده است.

میان تهی، نمایشگاه امسال را نظر تعداد بازدیدکننده نسبت به دوره‌های گذشته، بسیار ضعیف و کم‌رونق اعلام کرد.

*** دولت به جای اتخاذ سیاست‌های تشویقی در یکی از بدترین دوران رکود اقتصادی تاریخ ایران سیاست اعمال فشار بیشتر به صنعت را اتخاذ نموده است**

»**شرکت موکت پردیس بافت یزد**» تولیدکننده انواع موکت نمدی (کبریتی، مخمل، چاپی و گلدوزی) با برندهای«پردیس»، «مریم» ،«سامان» و «سوپر باختر» در طرح‌ها و رنگ‌های متنوع با عرض های ۲ الی ۴ متر می‌باشد. مواد اولیه مصرفی شرکت از منابع داخلی تامین میگردد و محصولات این شرکت از نظر تنوع طرح و رنگ و عرض در کشور کم نظیر بوده و همه سلایق و نیاز ها را در بر می‌گیرد.

محمد مهدی مباشر- مدیرعامل- ادامه داد: این شرکت با بهره‌گیری از مدرن‌ترین ماشین آلات و بکارگیری بیش از هفتاد نفر نیروی انسانی متخصص و تحصیل کرده و همچنین بهره‌مندی از ۲۵سال تجربه مدیران خود توانسته است جایگاه ویژه‌ای را در بازار به خود اختصاص دهد به گونه‌ای که امروزه محصولات این شرکت با کیفیت برتر خود در بازار مصرف شناخته شده‌اند.

وی با اشاره به صادرات بخش قابل توجهی از محصولات موکت پردیس به عراق، پاکستان، افغانستان، تاجیکستان و ازبکستان گفت: پتانسیل قابل توجهی در بازار مصرف کشورهای منطقه وجود دارد که متاسفانه بدلیل عدم توسعه روابط تجاری بخش زیادی از این ظرفیت بلااستفاده مانده است. از دولت انتظار می‌رود در سایه توسعه روابط سیاسی نسبت به تقویت روابط اقتصادی در راستای ایجاد بازار صادراتی

و تقویت صنایع داخلی اقدام نماید.

مباشر تصریح کرد: دولت اعلام کرده که از صنایع نیمه فعال و واحدهای دارای معوقات بانکی حمایت به عمل خواهد آورد اما به نظر می‌رسد هیچ حمایتی از صنایع فعال صورت نگرفته و هیچ برنامه ای در جهت تشویق واحدهای خوش حساب وجود ندارد. تمام تولیدکنندگان با مشکلات مرتبط با سازمان تامین اجتماعی، مالیات وکمبود منابع مالی مواجهند. در بازار فعلی تولیدکنندگان نیازمند تأمین سرمایه در گردش برای ادامه فعالیت اقتصادی می باشند و برای توسعه خطوط تولید باید از همراهی و حمایت دولت بهره‌مند شوند که متأسفانه این حمایت بسیار اندک است.

این تولیدکننده یادآور شد: از شهریور ماه امسال ثبت سفارش ماشین آلات خط تولید تنها با ارز آزاد امکان پذیر میباشد. علیرغم پیگیری‌های مداوم صورت گرفته وزارت صنعت، معدن و تجارت بر اجرای این تصمیم اصرار دارد. متاسفانه دولت شعار حمایت از تولید را سر می‌دهد ولی در عمل به‌جای سیاست‌های تشویقی سیاست‌های تنبیهی برای بخش تولید در نظر گرفته است.

وی اذعان داشت: اجرای ناقص قانون مالیات بر ارزش افزوده فشار سنگینی بر دوش تولیدکنندگان وارد می‌کند ضمن اینکه قانون جدید مالیاتهای مستقیم، باعث نگرانی صنعتگران گردیده و به مثابه آخرین میخ بر تابوت صنعت کشور میباشد. در کشورهای دیگر دولتها جهت عبور از دوران رکود اقتصادی نسبت به اتخاذ سیاست های حمایت از بخش تولید مانند کاهش تعرفه‌های مالیاتی، تزریق نقدینگی و کمک به توسعه بازارهای صادراتی اقدام می‌نمایند ولی متاسفانه در کشور ما در یکی از بدترین شرایط رکود تاریخ اقتصاد ایران، دولت با افزایش فشارهای مالیاتی و عدم تزریق منابع مالی با بهره مناسب موجب تشدید رکود در بخش صنعت گردیده است. بدیهی است که این رکود کم نظیر موجب کاهش تورم گردیده است.از آنجا که کنترل تورم در شرایط رکود اقتصادی کار سختی نیست،دولت باید تلاش نماید همراه با ایجاد رونق اقتصادی تورم را نیز کنترل نماید. وی افزود در بخش فروش، وجود رقابت ناسالم میان برخی تولیدکنندگان شرایط را برای فعالیت دشوار نموده و سیاست «فروش به هر قیمتی» باعث شده است میزان سود شرکت‌های تولیدی کاهش یابد و حتی به سمت تعطیلی و توقف تولید گام بردارند. فشارهای مالی، بانکی ، مالیاتی و بیمه تامین اجتماعی از یک‌سو و فشارهای همکاران به یکدیگر برای تصرف بازار، باعث آشفتگی بازار گردیده و نهایتاً موجب کاهش کیفیت محصولات تولیدی گردیده است.

وی در مورد تحریم‌ها گفت: تحریم بازار را با رکود سنگین مواجه کرد و به دلیل کاهش قدرت خرید مردم، میزان فروش روند نزولی را طی کرد، پس از لغو تحریم؛ منتظر بهبود شرایط و تغییر و تحولات مثبت در بازار بودیم اما یک‌سال و نیم از توافقات هسته‌ای گذشته و بازار همچنان دچار رکود میباشد.امیدواریم دولت محترم با اتخاذ سیاست های حمایتی بصورت عملی و نه شعاری در جهت تقویت تولید ملی گام بردارد.

*** فروش مدت‌دار و کمبود نقدینگی**

«**شرکت پنجاه رنگ ابریشم مشهد**» مواد اولیه مصرفی تولید داخل و کارخانه در شهرک صنعتی آران و بیگدل قرار گرفته است. ضمن این‌که به عراق و ترکیه نیز صادرات دارد.

قانعی- مدیر فروش- با بیان این مطلب که فروش مدت‌دار باعث کمبود نقدینگی شده، تصریح کرد: افزایش قیمت مواد اولیه خارجی در روند کار بسیاری از مشتریان مجموعه ما اثر گذار بوده و با توجه به قدرت خرید پایین مردم، شاهد کسادی بازار هستیم و این موضوع لطمات بسیاری بر تولیدکنندگان وارد می‌کند؛ زمانی‌که تولیدکنندگان با مشکل فروش مواجه شوند باید با سیاستگذاری‌های مناسب و تکیه بر توانمندی‌های خود به تولید ادامه دهند وگرنه ورشکسته خواهند شد، نرخ بیکاری جامعه افزایش می‌یابد و ادامه معاش خانواده‌های بسیاری با اختلال روبرو می‌شود. قانعی در ادامه گفت: ساعت کاری نمایشگاه چندان مناسب نیست، ضمن این‌که بهتر بود یکی از روزهای نمایشگاه به اواخر هفته (به خصوص روز جمعه) اختصاص پیدا می‌کرد تا بازدیدکنندگان

قانعی – مدیر فروش پنجاه رنگ ابریشم مشهد

نیکزاد – مدیر هنرکده نیکزاد

صباغیان- مدیرعامل فرش نگین البرز کاشان

غرفه فرش و گلیم مجلل

سراسر کشور که روزهای هفته درگیر کار و مشغله‌های مختلف هستند در روز تعطیل بتوانند به تهران بیایند. وی هدف اصلی حضور در نمایشگاه فرش ماشینی تهران را برندسازی اعلام کرد و گفت: در زمینه فروش با مشکلی روبرو نیستیم و حتی در بازار کساد فعلی، سفارشات بسیاری برای تولید دریافت می‌کنیم.

***تقویت حضور در بازارهای صادراتی**

«**هنرکده نیکزاد**» به **مدیریت محسن نیکزاد** تولیدکننده فرش‌های مدرن است به این معنی که تلفیقی از طرح‌های سنتی فرش را با تکنولوژی‌های مدرن تولید می‌دهد و محصول نهایی منطبق با نیاز و سلیقه نسل امروز می‌باشد؛ شست‌شوی آن بسیار آسان است و قیمت مناسبی دارد. این نوع فرش خاب ندارد و همین امر باعث می‌شود گرد و خاک به داخل پرزهای فرش نفوذ نکند و برای مبتلایان به آلرژی، گزینه مناسبی است. وی بیان داشت: هنرکده نیکزاد دارای ۵۰ نفر نیروی انسانی است و تمام مواد مصرفی خود را بازار داخلی تهیه می‌کند. از سه سال پیش نیز صادرات را شروع کردیم و هر سال در نمایشگاه دموتکس حضور فعال داریم. تصمیم داریم صادرات خود را به کشورهای همسایه و همچنین کشورهای توسعه یافته صنعتی تقویت نماییم.

به گفته نیکزاد، با توجه به تحریم‌ها با مشکلات دریافت پول مواجهیم و نمی‌توانیم به آسانی مبالغ محصولات فروخته شده را از کشورهای مقصد دریافت نماییم به همین دلیل از طریق صرافی‌ها و با پرداخت درصد مشخصی، نقل و انتقال پول انجام می‌شود؛ امیدواریم در آینده نزدیک و با لغو تحریم‌ها بتوانیم به ارتباط مستقیم با سایر کشورها بپردازیم و بدون مشکل و دردسر خاصی شاهد نقل و انتقال پول باشیم.

مدیرعامل هنرکده نیکزاد تصریح کرد: با هدف جلب نظر مشتریان صادرات محور و هم‌چنین نمایش تولیدات متنوع خود به مشتریان داخلی در نمایشگاه فرش ماشینی تهران حضور یافتیم. امسال ساعت کاری نمایشگاه تغییر کرده است اما نمایشگاه از نظر اطلاع‌رسانی در مورد تغییر ساعت عملکرد ضعیفی دارد و بسیاری از بازدیدکنندگان از این تغییر بی‌خبر بودند وی افزود: ساعت شروع کار نمایشگاه همزمان با ساعت ورود بازدیدکنندگان به سالن‌ها بود و به این ترتیب هنوز در حال آماده سازی غرفه‌ها بودیم که مشتریان به ما مراجعه می‌کردند! موضوع را با مجری نمایشگاه در میان گذاشتیم و خوشبختانه این مشکل روز سوم برطرف شد. امیدوارم چنین ناهماهنگی‌هایی در دوره‌های آتی برطرف شوند و هر سال شاهد رشد و پویایی بیشتر نمایشگاه فرش ماشینی و کف‌پوش تهران باشیم.

*** تحریم‌ها و عدم دسترسی صنعتگران به ماشین‌آلات و دستگاه‌های مدرن**

«**شرکت فرش نگین البرز کاشان (با برند فرش کاندید)**» به تولید فرش‌های هزار شانه تراکم سه هزار می‌پردازد و زمینه اشتغال ۲۳ نفر را به وجود آورده است. **محمدرضا صباغیان- مدیرعامل**- گفت: کمبود نقدینگی، بهره‌های بالای بانکی، کسادی بازار و قدرت خرید پایین مردم بخش عمده‌ای از مشکلات واحدهای تولیدی را تشکیل می‌دهند و در این میان تحریم‌ها باعث عدم دسترسی صنعتگران به ماشین‌آلات و دستگاه‌های مدرن تولید شد و نتوانستند به موقع نوسازی و بازسازی خطوط تولیدی را انجام دهند؛ پس از لغو تحریم‌ها و سهولت نسبی در واردات ماشین، ظرفیت تولید برای فرش‌های تراکم بالا از نیاز بازار سبقت گرفت و در عرض یک‌سال تولید این نوع فرش، ۲۰-۱۵ برابر افزایش یافت اما بازار گنجایش چنین حجمی را نداشت. وی افزود: نمایشگاه امسال فرش ماشینی نسبتاً خوب بوده اما پیگیری خواسته‌ها و نظرات مراجعین پس از نمایشگاه بسیار مهم است.

*** توجه به اصالت فرش دستباف همگام با تکنولوژی‌های مدرن**

«**شرکت فرش و گلیم مجلل**» به مدیریت **مجید گواهی**، ماهیانه ۶۰ هزار متر مربع گلیم برگرفته از طرح‌های سنتی، عشایری و گبه تولید می‌کند و با توجه به این حجم بالا، تمام کادر فنی و طراحی در این مجموعه مشغول تولید هستند و ۴۰ نفر به‌صورت مستقیم در کارخانه (واقع در شهرک صباحی بیدگلی)

به فعالیت می‌پردازند. وی گفت: تلاش می‌کنیم اصالت فرش‌های دستباف ایرانی را همگام با تکنولوژی‌های مدرن در تولیدات خود لحاظ نماییم. گواهی اعتقاد داشت: در زمینه تولید و فروش با عدم همکاری و حمایت دولت روبرو هستیم که امیدوارم در این زمینه تدابیری توسط مسئولین امر اندیشیده شود.

*** تنها مزیت رفع تحریم‌ها، عدم نوسان نرخ ارز است.**

«**شرکت فرا دید رها**» توزیع‌کننده محصولات شرکت‌های معتبری مانند ظریف مصور، پالاز موکت و ... است و مواد اولیه (چسب، رزین، الیاف پلی‌استر، پلی‌پروپیلن و ...) برخی کارخانه‌ها را نیز در اختیارشان قرار می‌دهد تا به صورت کارمزدی برای این مجموعه به تولید بپردازند.

شهرام صلح میرزایی- مدیرعامل- با بیان این مطلب که مشکلات تولید فراوان است، ادامه داد: پنج سال پیش با هدف تولید، شرکتی راه‌اندازی کرده‌ام و حتی در شهرک سالاریه نیز قطعه زمینی مدنظر قرار دادم، چندین بار جهت خرید ماشین‌آلات به کشورهای مختلف از جمله چین و دوبی سفر کردم اما آن‌قدر تولید مورد بی‌مهری مسئولین قرار می‌گیرد و مشکلات کوچک و بزرگی سر راه تولیدکننده وجود دارد که ترجیح می‌دهم فعلاً در بخش بازرگانی به فعالیت ادامه دهم!

صلح میرزایی در مورد نمایشگاه گفت: امسال ساعت برگزاری نمایشگاه تغییر پیدا کرد بدون این‌که اطلاع‌رسانی گسترده در این زمینه صورت گیرد و بسیاری از همکاران در کارت‌های دعوت خود ساعت بازدید نمایشگاه را طبق سال‌های پیش ۹ صبح تا ۴ عصر منتشر کرده بودند که روز اول نمایشگاه، متوجه ساعت کاری جدید شدند در حالی‌که کارت‌ها توزیع شده بود و عملاً کاری از دستشان بر نمی‌آمد!

مدیرعامل فرا دید رها از این‌که نمایشگاه به روزهای پایانی هفته (جمعه) موکول نشده نیز انتقاد داشت و گفت: معمولاً بازدیدکنندگان روزهای آخر هفته فرصت پیدا می‌کنند تا فارغ از کسب وکار خود، به نمایشگاه بیایند؛ نمی‌دانم دلیل این‌که نمایشگاه از شنبه تا سه‌شنبه برپاست و پنج‌شنبه و جمعه‌ای در کار نیست؛ چیست!

به‌اعتقاد وی نمایشگاه امسال نسبت به دوره گذشته از نظر تعداد بازدیدکننده، حدود۵۰ درصد افت داشت.

***کسادی بازار تولید و فروش**

«**شرکت اصفهان صنعت امید**» تولیدکننده رگال‌های آویز فرش، بالابرهای متحرک برقی و دارای ۱۵ پرسنل است.

حسین شفیعی- مدیرعامل- گفت: تولید با نوسانات بسیاری روبروست و در بسیاری از موارد مشتریان به‌دلیل کسادی بازار، قادر به ایفای تعهدات مالی خود نیستند لذا ما را نیز با مشکل بازگشت سرمایه مواجه می‌کنند. وی از حضور در نمایشگاه فرش ماشینی تهران رضایت نسبی داشت.

*** هدف از حضور در نمایشگاه معرفی محصولات (و نه فروش) است**

«**شرکت صنایع فرش سجاده آریا**» با همکاری۶۰ نفر پرسنل به‌صورت مستقیم و ۱۰۰ نفر به‌صورت غیر مستقیم، تولیدکننده کلکسیون فرش سجاده در ایران می‌باشد و مواد اولیه مصرفی از واحدهای ریسندگی داخل کشور تهیه می‌شود.

اکبر نمدیان-مدیرعامل- بیان داشت: کارخانه ما در تهران قرار دارد اما قطب فرش ماشینی در کاشان است پس از لحاظ منابع انسانی و تأمین نیروهای ماهر با چالش‌هایی مواجهیم. از نظر فروش با مشکلی روبرو نیستیم و همیشه تولیداتمان عقب‌تر از میزان فروش بوده است. وی افزود: به کشورهای مسلمان مانند عراق، افغانستان، پاکستان و مالزی صادرات داریم که قرارداد صد هزار متری صادرات به یکی از کشورها تا مراحل نهایی انجام شد اما به‌دلیل تحریم، موفق به صادرات نشدیم.

نمدیان تصریح کرد: هدف از حضور در نمایشگاه معرفی محصولات (و نه فروش) است و در این راستا تا ۵۰ درصد توانستیم به هدف خود دست یابیم زیرا بازدیدکنندگان این دوره در مقایسه با سال گذشته بسیار کاهش یافته است.

صلح میرزایی- مدیرعامل فرا دید رها

شفیعی- مدیرعامل اصفهان صنعت امید

نمدیان-مدیرعامل صنایع فرش سجاده آریا

گزارش

آموزش بخش مهمی از تولید است

گزارشی از برگزاری اولین کارگاه آموزشی تکنولوژی‌های نوین در صنعت پوشاک

اشاره:
وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در طرحی با عنوان طرح توسعه کسب و کار و اشتغال پایدار (تکاپو) سعی در ایجاد فرصت‌ها و فرآیندهای مؤثر در بررسی مشکلات تولید به ویژه در صنعت پوشاک دارد.
پس از بررسی‌های اولیه و مذاکرات صورت گرفته با شرکت سوئیسی Gherzi Garmenting که در زمینه ارائه مشاوره و راه‌اندازی خطوط تولید پوشاک بسیاری از کشورها به فعالیت می‌پردازد؛ مقرر شد ضمن دعوت از مدیران این شرکت و بازدید آنان از تعدادی از واحدهای تولیدی پوشاک کشور، مراحل انتقال تکنولوژی‌های نوین در صنعت پوشاک و بررسی و رفع نقاط ضعف موجود صورت گیرد. در این راستا کارگاه آموزشی «تکنولوژی نوین در صنعت پوشاک» با حضور تولیدکنندگان، طراحان، مدیران و دست‌اندرکاران صنعت پوشاک توسط شرکت Gherzi، از سوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و با همکاری شهرداری تهران در سالن بهارستان محل دائمی نمایشگاه‌های تخصصی شهرداری تهران (بوستان گفت‌وگو) برگزار شد.

به آینده صنعت پوشاک کشور بسیار بسیار امیدوارم

در ابتدای مراسم، **سومبات هاکوپیان- رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران**- عنوان داشت: همه ما می‌دانیم در صنعت پوشاک، بیشترین توجه به سلیقه مشتری است، اما با محدودیت‌ها و تنگ‌نظری‌هایی مواجهیم که باید حل شوند.

وی ادامه داد: طی چند سال اخیر توجه سیاستگذاران کلان کشور به سمت صنایع بزرگ مانند پتروشیمی، سیمان، معطوف شده است در نتیجه احساس خلاقیت از جوانان ما گرفته شده است در حالی‌که می‌توان با توجه به استعدادهای کوچک و حمایت از آنها به صنعت تولید پوشاک کمک کرد. هاکوپیان به تحقیق انجام شده توسط مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در مورد صنایع کوچک آمریکا اشاره کرد و گفت: در این تحقیق مشخص شده که شرکت‌های کوچک متعددی امروزه به غول‌های بزرگ صنعت پوشاک تبدیل شده‌اند پس نیاز داریم روش‌های اعمال شود تا واحدهای کوچک به کارخانه‌های بزرگ تبدیل شوند.

وی تصریح کرد: باید از فرصت پیش‌آمده بهترین استفاده را به عمل آوریم و از سوی انجمن صنایع پوشاک ایران و انجمن طراحان پارچه و لباس ایران اطمینان خاطر می‌دهم که در کنار تولیدکنندگان خواهیم بود و هر کسی که در راه رشد صنعت پوشاک کشور قدم بردارد، در کنارش حرکت خواهیم کرد. هاکوپیان با ابراز امیدواری نسبت به این موضوع که در آینده نه چندان دور، شاهد شکوفایی صنعت پوشاک باشیم، افزود: به آینده این صنعت در کشور بسیار بسیار امید دارم زیرا دولتمردان و وزیران برای صنعت پوشاک وقت می‌گذرانند، در بسیاری از جلسات آن حضور می‌یابند، به تدوین سند استراتژی توسعه صنعت پوشاک می‌پردازند و آن را جزو صنایع اولویت‌دار کشور محسوب می‌کنند، چنین مواردی نشان‌دهنده اهمیت صنعت پوشاک است.

***صنعت پوشاک؛ ابزار مهم و موثر توسعه اقتصادی**

رضا تازیکی- مدیر اجرایی طرح ملی تکاپو- در اولین کارگاه آموزشی تکنولوژی‌های نوین در صنعت پوشاک، ضمن خوشامدگویی به میهمانان گفت: طرح تکاپو یکی از طرح‌های اشتغالزای دولت به شمار می‌آید که هدف آن توسعه کسب و کار و اشتغال است. در این طرح، صنایع و رسته‌هایی که عمدتاً پتانسیل افزایش اشتغال را دارند و در عین حال قادر به توسعه اقتصادی کشور هستند را شناسایی کرده‌ایم که یکی از مهم‌ترین و در اولویت‌ترین این

صنایع، پوشاک است. وی ادامه داد: طبق آمار بانک مرکزی، در حال حاضر سرانه مصرف پوشاک هر ایرانی ۱۸۰ تا ۲۰۵ دلار و ارزش بازارهای پوشاک کشور حدود ۱۴ تا ۱۶ میلیارد دلار است، بین ۵۰ تا ۶۰ و برخی اوقات تا ۸۰ درصد این بازار از پوشاک وارداتی (عمدتاً قاچاق) تأمین می‌شود. تازیکی با اشاره به این مطلب که بازار پوشاک حدود ۹ میلیارد دلار جای خالی دارد که با کالاهای خارجی و قاچاق پر می‌شود، افزود: در حال حاضر حدود ۵۳۰ هزار نفر در صنعت پوشاک به فعالیت می‌پردازند و اگر بتوانیم تولیدات داخلی را جایگزین بخشی که توسط کالاهای بی‌کیفیت وارداتی پر شده نماییم، قادر به ایجاد حدود یک میلیون شغل در صنعت پوشاک خواهیم بود. به گفته مدیر اجرایی طرح تکاپو، طبق مطالعات یونیدو، حدود ۷۵ درصد شاغلین صنعت پوشاک در دنیا «زنان» هستند در حالی‌که در کشور ما، نرخ مشارکت زنان در مباحث اقتصادی به نسبت میانگین جهانی و منطقه‌ای، پایین است، پس در صورت افزایش اشتغالزایی در صنعت پوشاک، هم می‌توانیم نرخ مشارکت زنان را بالا ببریم، هم شغل ایجاد کنیم و هم رشد اقتصادی را بالا ببریم.

وی تصریح کرد: بسیاری از کشورها مانند بنگلادش فقط با تکیه بر صنعت پوشاک توانستند مشکلات اقتصادی و اشتغال خود را حل کنند، این صنعت در کشور ما با همت بخش خصوصی سر پا نگه داشته شده و باید برای توسعه آن وزارتخانه‌ها و نهادهای مختلف، توجه بسیاری به این حوزه داشته باشند.

تازیکی ابراز امیدواری کرد تا طرح تکاپو با همکاری و مشارکت فعال سازمان یونیدو و انجمن‌ها و تشکل‌های مرتبط و نهادهای مرتبط مانند ستاد توانمندسازی زنان شهرداری تهران، صنعت پوشاک را به جایگاه اصلی خود به‌عنوان ابزار بسیار مهم و موثر توسعه اقتصادی برساند. وی در پایان گفت: باید متواضعانه علم روز دنیا را فرا بگیریم، از آن استفاده کنیم و قدرت رقابتی خود را افزایش دهیم. قطعاً مسائل و مشکلاتی در این مسیر وجود دارد اما تجربه یونیدو در کشورهای مختلف موید این موضوع بوده که اگر در کنار یکدیگر به تلاش همه جانبه ادامه دهیم، به هدف اصلی خود یعنی رشد صنعت پوشاک دست خواهیم یافت.

*** صنعت پوشاک، بزرگ‌ترین ایجادکننده اشتغال در صنایع دنیا محسوب می‌شود**

رزوان لیونر - کارشناس بین‌المللی صنعت پوشاک در سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو)- در ابتدای سخنرانی خود به دلیل حضور در اولین کارگاه آموزشی تکنولوژی‌های نوین در صنعت پوشاک پرداخت و گفت: هدف از اجرای طرح تکاپو، اشتغال‌زایی (با تمرکز بر توانمندسازی زنان) است.

رزوان در ادامه به معرفی هشت کشور اصلی صادرکننده پوشاک در دنیا و میزان صادرات آنان طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ پرداخت: (جدول شماره ۱)

رزوان افزود: صنعت پوشاک، بزرگ‌ترین ایجادکننده اشتغال در صنایع دنیا محسوب می‌شود و هیچ صنعتی نیست که بتواند یک‌جا چنین حجمی از اشتغال را به وجود آورد. هدف ما در طرح تکاپو این است که ایران نیز وارد جدول صادرکنندگان عمده پوشاک دنیا شود و برای رسیدن به این هدف، باید ابتدا موقعیت‌های صنعت پوشاک ایران مورد بررسی قرار گیرند.

وی ضمن بیان این مطلب که این صنعت در درجه اول، اشتغال ایجاد می‌کند و مشارکت بالایی از زنان را به همراه خواهد داشت (بیش از ۷۰ درصد) خاطرنشان کرد: در ترکیه بالغ بر ۲ میلیون نفر، در بنگلادش ۲۰ میلیون نفر و براساس اطلاعات آماری موجود، در ایران نیم میلیون نفر در صنعت پوشاک مشغول فعالیت هستند. کارشناس یونیدو ادامه داد: صنعت پوشاک طی پنج سال اخیر رشد بالایی داشته و با همین سرعت در سال‌های بعدی رشد خواهد کرد اما سوال اینجاست که ایران چگونه می‌تواند در جدول هشت صادرکننده جهانی پوشاک قرار بگیرد؟

بخش بعدی مطالب رزوان در مورد نوع پوشاک صادر

جدول شماره ۱

رتبه	کشورهای صادرکننده (برحساب بیلیون دلار)	سال ۲۰۱۰	سال ۲۰۱۱	سال ۲۰۱۲	سال ۲۰۱۳	سال ۲۰۱۴	درصد رشد
۱	چین	۱۲۱/۰۷۲	۱۴۳/۲۳۸	۱۴۸/۲۷۰	۱۶۵/۰۴۵	۱۷۳/۴۳۸	۴۳
۲	بنگلادش	۱۶/۷۵۲	۲۲/۳۲۸	۲۲/۶۱۹	۲۶/۱۶۷	۲۸/۶۵۶	۷۱
۳	ویتنام	۱۰/۱۱۹	۱۲/۸۲۰	۱۴/۰۷۹	۱۶/۷۴۵	۱۹/۶۹۹	۹۵
۴	هند	۱۰/۶۰۴	۱۳/۷۴۵	۱۲/۸۹۶	۱۵/۷۰۳	۱۶/۵۳۸	۵۶
۵	ترکیه	۱۲/۳۸۲	۱۳/۵۱۳	۱۳/۸۶۴	۱۴/۹۵۹	۱۶/۲۷۰	۳۱
۶	اندونزی	۶/۵۰۰	۷/۶۹۰	۷/۱۸۴	۷/۳۸۳	۷/۳۵۹	۱۳
۷	سری‌لانکا	۳/۳۱۲	۳/۹۸۴	۳/۷۸۰	۴/۲۷۰	۴/۶۸۱	۴۱
۸	مکزیک	۴/۲۴۴	۴/۵۰۹	۴/۳۱۱	۴/۳۷۳	۴/۴۴۱	۵
	جمع صادرات جهانی	۴/۲۴۴	۴۰۷/۵۲۰	۴۰۰/۱۶۰	۴۳۸/۰۱۳	۴۵۶/۱۱۳	۳۱

جدول شماره ۲

	سال ۲۰۱۰	سال ۲۰۱۱	سال ۲۰۱۲	سال ۲۰۱۳	سال ۲۰۱۴	درصد صادرات جهانی
شلوارهای راحتی (و جین) مردانه	۲۶/۹۹۸	۳۱/۷۸۶	۲۶/۴۰۳	۲۸/۲۲۶	۳۰/۰۹۹	۶/۶
شلوارهای راحتی (و جین) زنانه	۲۴/۱۸۳	۲۶/۶۸۸	۲۴/۷۸۶	۲۶/۷۲۸	۲۷/۸۲۸	۶/۱
پیراهن‌های غیر رسمی مردانه	۱۲/۳۶۸	۱۴/۹۰۵	۱۲/۳۱۸	۱۲/۷۱۷	۱۳/۳۶۲	۲/۹
پیراهن‌های غیر رسمی زنانه	۱۰/۶۰۱	۱۱/۶۵۷	۱۰/۸۵۸	۱۲/۳۰۶	۱۲/۹۱۷	۲/۸
کت و شلوار مردانه	۳/۵۳۴	۴/۰۴۰	۳/۷۸۷	۳/۷۵۷	۳/۷۶۷	۰/۸
کت و شلوار زنانه	۱/۲۰۱	۱/۱۶۶	۹۳۱	۹۹۰	۱/۱۱۳	۰/۲
مجموع صادرات منسوجات	۱۶۸/۴۴۸	۱۹۷/۴۶۶	۱۸۹/۷۲۳	۲۰۶/۷۰۳	۲۲۵/۸۶۲	۴۹
مجموع صادرات جهانی	۳۴۸/۴۰۱	۴۰۷/۵۲۰	۴۰۰/۱۶۰	۴۳۸/۰۱۳	۴۵۶/۱۱۳	

شده در دنیا بود: (جدول شماره ۲)

وی یادآور شد: کت و شلوارهای زنانه و مردانه فقط یک درصد صادرات پوشاک دنیا را تشکیل می‌دهند پس در کالاهای بافته شده، پوشاک رسمی مانند کت و شلوار سهم بسیار اندکی در بازارهای صادراتی دارند و پوشاک غیر رسمی خریداران به مراتب بیشتری دارد.

وی گفت: شاید این سوال مطرح شود که کشورهایی مانند ترکیه، چین و بنگلادش چگونه به سطح قابل توجهی از تولید و صادرات پوشاک رسیده‌اند. نخست این‌که سخت کار کردند و سرمایه‌گذری‌های بسیاری در صنعت پوشاک انجام دادند. همچنین در زمینه آموزش‌های پیوسته نیز اقدامات موثری انجام دادند.

رزوان، آموزش را بخش مهمی از تولید دانست و گفت: در اغلب کارخانه‌ها، بخشی تحت عنوان مهندسی صنایع وجود دارد که شاغلین این بخش بر ارتقای نیروی کار متمرکز می‌شوند. در مورد آموزش صنعتی مهم عملکرد اپراتورهاست و تمرکزمان بر این است که آنها عملکرد سریع‌تر و صحیح‌تری داشته باشند.

به‌گفته کارشناس یونیدو، در فعالیت مراکز آموزشی سه جزء وجود دارد:

۱- آموزش حرفه‌ای و مهارتی: مختص مدیران میانی و افراد فنی کارخانه‌ها طراحی شده است و از طریق آموزش‌های کوتاه‌مدت ۶-۳ ماهه به دنبال پرورش تکنسین‌های ماهر هستیم. این افراد در آینده می‌توانند مدیریت خطوط تولید و نظارت بر عملکرد کارگران را برعهده بگیرند، در حوزه تأمین کالا و خرید مواد اولیه موثر واقع شوند و با نحوه برخورد مناسب با فروشندگان بین‌المللی آشنا باشند.

در زمینه کار با ماشین‌آلات صنعتی نیز مواردی در نظر گرفته‌ایم و براساس بازخوردی که از صنایع دریافت کرده‌ایم متوجه نیاز به تربیت تکنسین‌های ماهر و توانمند شده‌ایم. همچنین تربیت نیروهای الگوساز و آشنا با سیستم‌های CAD&-CAM نیز مورد توجه است.

۲- بخشی که به همکاری با دانشگاه‌ها، لابراتورها و کارگاه‌های آموزشی می‌پردازد: در نگاه ما، دانشگاهیان افرادی هستند که آینده صنعت پوشاک را شکل می‌دهند. اگر فعالیت‌های آموزشی و پرورشی مناسبی در دانشگاه‌ها انجام شود، نسل بعدی با اطلاعات و دانش بیشتری وارد صنعت خواهد شد. بنابراین دانشجویان هنگام تحصیل در دانشگاه باید تحت آموزش‌های بهتر و موثرتر قرار گیرند تا زمانی که وارد یک شرکت یا کارخانه شوند بتوانند بهینه‌سازی در محل کار خود انجام

هاکوپیان-رئیس هیئت مدیره انجمن صنایع پوشاک ایران

تازیکی-مدیر اجرایی طرح ملی تکاپو

لیونر-کارشناس بین‌المللی صنعت پوشاک در سازمان توسعه صنعتی ملل متحد

منصوری-معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

دهند. نکته دیگر این که دانشگاه‌ها باید جلوتر از صنعت باشند و نباید تأخیر زمانی میان آموزه‌های دانشگاه با محیط صنعت برای دانشجو وجود داشته باشد. دانشجویان باید فرصتی برای آموزش‌های مهارتی نیز پیدا کنند.

۳- اتصال مراکز آموزشی به کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی: دانشجویان باید بتوانند نمونه زنده‌ای از محصولات تولیدی کارخانه‌ها را مشاهده نمایند و از بهترین تکنولوژی‌های فناوری اطلاعات برای پایش فرایند تولید بهره‌مند شوند.

وی افزود: در صورتی که این سه جزء در کنار همدیگر قرار گیرند، مرکز آموزشی مناسب را خواهید داشت و این مرکز قادر به ارائه پنج نوع خدمت خواهد بود:

۱-ارائه آموزش‌های مهارتی
۲-آزمایشگاه‌های تضمین کیفیت
۳-پخش و توزیع دانش
۴-پشتیبانی فنی
۵-خدمات مشاوره‌ای

رزوان در ادامه به بیان توضیحاتی در مورد پروژه مرکز آموزش تولید پوشاک در بنگلادش با همکاری یونیدو پرداخت و گفت: در این پروژه ۲۵ مهندس صنایع پرورش داده شدند و هدف از شکل‌گیری آن، ایجاد اشتغال برای زنان می‌باشد.

مثال بعدی کارشناس یونیدو به راه‌اندازی مرکز آموزشی یونیدو در نیجریه اختصاص داشت که در حال پیشرفت است. در ترکیه نیز پروژه‌ای برای پناهندگان سوری انجام شد و براین اساس یک‌هزار زن تحت آموزش خیاطی قرار گرفتند و با ۳۰ نفر سرپرست خط تولید و ۱۰ نفر بازاریاب در این صنعت فعال شده‌اند.

وی سپس به انجمن مردم نهاد (Building Re-sources Across Communities-BRAC) در بنگلادش اشاره کرد و گفت: ۵۰ سال پیش فردی در بنگلادش تصمیم گرفت زنان خانه‌دار روستایی کمک کند. در این مقطع زمانی شرایط زندگی بسیار دشوار بود، اینترنت وجود نداشت، ارتباطات در سطح صفر بود و جاده‌ها در شرایط نامساعدی قرار داشتند. در این شرایط دشوار انجمن BRAC شکل گرفت که به معنای ساختن منابع بین اجتماعات بود.

رزوان افزود: این انجمن توانست به بزرگ‌ترین تشکل مردم نهاد دنیا تبدیل شود، در حال‌حاضر بیش از صد هزار نفر را استخدام کرده‌اند و محصولات متنوعی در زمینه سفال، صنایع دستی، پوشاک و ... ارائه می‌دهند اما بزرگ‌ترین فعالیت BRAC به صنعت پوشاک اختصاص دارد. به‌گفته این کارشناس یونیدو، یکی از برندهای این انجمن، برند Aarong است که در سال ۱۹۷۸ راه‌اندازی شد و بزرگ‌ترین زنجیره فروشگاهی در بنگلادش محسوب می‌شود و امروز ۸۰ هزار زن روستایی برای Aarong کار می‌کنند.

وی ضمن اشاره به بازدید از یکی از واحدهای تولیدی تحت پوشش طرح کوثر گفت: صدها واحد تولیدی در اطراف تهران وجود دارد که امکان توانمندسازی زنان در آنها وجود دارد، مشکل اینجاست که این واحدهای تولیدی به صورت مستقل به فعالیت می‌پردازند اما اگر بازیگران مختلف تحت پروژه «مشارکت اجتماعی» در کنار همدیگر قرار بگیرند، نیاز به یک سازمان مردم نهاد خواهیم داشت تا به مدیریت این پروژه بپردازد.

رزوان ادامه داد: یونیدو می‌تواند دانش فنی و تخصص را به صنعتگران و تولیدکنندگان ایرانی ارائه نماید و وزارتخانه‌های مرتبط می‌توانند به حمایت از فعالان صنعت پوشاک بپردازد، بنابراین می‌توانید طراحی‌هایی متأثر از طرح‌های سنتی ایرانی داشته باشید اما روش‌های صنعتی، کیفیت بسیار بالا و قیمت مناسب را در تولیدات خود مدنظر قرار دهید.

رزواز در ادامه به پخش فیلم‌هایی از بخش‌های مختلف تعدادی کارخانه تولید پوشاک در ترکیه پرداخت که به تولید و بسته‌بندی شلوار جین و پوشاک برای برندهای مطرح و معتبر دنیا مشغول هستند. در این فیلم‌ها، سرعت، تمرکز و دقت نیروهای انسانی (حدود ۵-۴ هزار نفر) بسیار قابل توجه بود؛ در بسیاری از بخش‌ها یک نفر به کار با چهار دستگاه مشغول بود بدون این که فرصتی برای نشستن روی صندلی و درنگ کوتاهی در کار داشته باشد؛ هم‌چنین سیستم‌های پیشرفته نظارت بر عملکرد و میزان بهره‌وری هر یک از اپراتورها نیز نکته مهم دیگری بود.

*** آموزش نیروهای انسانی متناسب با نیاز واحدهای صنعتی صورت گیرد**

آخرین سخنران کارگاه آموزشی تکنولوژی‌های نوین در صنعت پوشاک، **دکتر عیسی منصوری- معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی**-بود. وی بیان داشت: یکی از طرح‌های مدنظر برای توسعه اشتغال، طرح تکاپو می‌باشد که هدف آن ایجاد اشتغال برای جوانان و زنان (به‌طور خاص) است و در این طرح، رسته‌هایی که دارای ظرفیت بیشتری برای ایجاد اشتغال هستند، در اولویت قرار دارند.

منصوری به دوران رونق صنایع نساجی کشور اشاره کرد و گفت: پس از انقلاب به دلیل دولتی شدن بخشی از واحدهای صنعت نساجی، شاهد افول این صنعت بودیم اما به‌نظر می‌رسد به تدریج به سمت بهبود شرایط پیش می‌رویم.

این مقام مسئول یادآور شد: زمانی‌که کشورها وارد یک صنعت می‌شوند، پس از اوج‌گیری در آن، تمایل پیدا می‌کنند بخشی از فعالیت‌های این صنعت را به کشورهای دیگر منتقل نمایند و فرصت خوبی برای کشورهای جدید پیش می‌آید که وارد این بازار شوند، به‌نظر می‌رسد در تقسیم کار جهانی، این فرصت با تأخیر برای کشور ما فراهم شده و امیدوارم بتوانیم از این فرصت نهایت استفاده را به عمل آوریم که برای رسیدن به این هدف، سه نوع بنگاه(کسب و کار) می‌توان در اختیار داشت:

۱-بنگاه‌هایی که به تولید برای فروش متمرکز هستند در حالی که نمی‌دانند خریدار کیست و چه نیاز و سلیقه‌ای دارد! بازارشان نیز معمولاً محلی است.

۲-بنگاه‌های صاحب برند و آشنا با بازار، شبکه توزیع و لجستیک خاص خود. این قبیل بنگاه‌ها بخش عمده‌ای از بازار را تشکیل می‌دهند.

۳-بنگاه‌های بینابین: افرادی هستند که صاحب برند نیستند و به سبک بنگاه‌های بخش اول هم به فعالیت نمی‌پردازند. این افراد به درستی ساختار بازار یک صنعت را تشخیص می‌دهند و در گام اول سراغ فروش محصول با برند خود نمی‌روند بلکه تلاش می‌کنند برای صاحبان برند و یا تحت برند آنان کار کنند. به این ترتیب اگر ویتنام برای یکی از برندهای مطرح به فعالیت می‌پردازد در یک دوره زمانی و با یک تأخیر فاز، دانش فنی به شرکت سازنده ویتنامی منتقل می‌شود و به تدریج شرکت‌های این کشور به تولید با برند خود مشغول می‌شوند. در این حالت اطمینان دارند که به دانش فنی مجهز هستند و دارای توان رقابت در بازارهای جهانی هستند. ما باید انتخاب کنیم که کدامیک از این سه‌گانه را «می‌توانیم» و یا «می‌خواهیم» مدنظر قرار دهیم.

منصوری افزود: طبعاً در بازار جهانی، صاحب برند نیستیم اما در درون کشور، شرکت‌های معتبر و صاحب برند وجود دارند که برخی از آنها به‌صورت محدود قادر به ورود به بازارهای جهانی هستند اما بخش عمده تولیدکنندگان از نوع نخست هستند که به هیچ جایی وصل نیستند. پس گام نخست این است که کمک کنیم بنگاه‌ها به شرکت‌ها و زنجیره صنعت پوشاک دنیا متصل شوند، به مرور زمان ابتکار عمل را در دست بگیریم و تولیدات خود را روانه بازارهای جهانی نماییم.

به اعتقاد معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، در صورت فعالیت براساس چارچوب قاعده بازار، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و دانشگاهی موضوعیت پیدا می‌کنند و مبتنی بر نیاز بازار به نیروهای انسانی آموزش داده می‌شود و دانش آنان همواره به روز خواهند بود.

وی، نقطه قوت صنعت را بهره‌مندی از منابع انسانی توانمند دانست و ابراز امیدواری کرد که آموزش نیروهای انسانی متناسب با نیاز واحدهای صنعتی صورت گیرد.

منصوری اذعان داشت: از لحاظ ساختارهای اداری و قانونی در وضعیت مناسبی به سر می‌بریم اما معمولاً اثربخشی لازم وجود ندارد برای این که رابطه میان بخش خصوصی و دولت در گام اول، رابطه بین صنعت و دولت در گام دوم و درگام سوم رابطه میان دستگاه‌های دولتی با همدیگر ضعیف است و اثربخشی لازم وجود ندارد؛ بنابراین در قالب وزارت کار تلاش می‌کنیم تا اقدامات هماهنگ میان دستگاه‌ها به وجود آید؛ همچنین خود را مسئول فعالیت‌های معطوف به اشتغال می‌دانیم و سیاست‌ها را به صورت هماهنگ طراحی و پیاده خواهیم کرد.

وی در پایان ابراز امیدواری کرد به برنامه عمل و اقدام مشترک دست یابیم و برای شکل‌گیری توان لازم و جبران عقب‌ماندگی‌ها، از تجارب جهانی سازمان‌هایی مانند یونیدو استفاده می‌کنیم؛ این آغاز کار است و به امید خداوند ظرفیت و حوصله کافی را برای اجرای یک پروژه موفق در کشور در حوزه پوشاک داشته باشیم.

ایجاد ۲۰۰ هزار شغل در صنعت پوشاک؛ یک وعده واقعی یا تصمیم نسنجیده؟!

گزارشی از برنامه رهیافت رادیو اقتصاد در مورد استغلازایی صنعت پوشاک

اشاره:

در برنامه رهیافت رادیو اقتصاد مسائلی مانند استراتژی‌های صنعت پوشاک، صحبت‌های وزیر کار در زمینه استفاده از کمک سازمان‌های بین‌المللی و تجارب خارجی، توجه به فرهنگ و هنر ایرانی- اسلامی در توسعه صنعت پوشاک و ایجاد شهرک پوشاک مورد بحث و تبادل نظر میهمان برنامه مهندس مهدی یکتا- کارشناس صنعت نساجی- قرار گرفت.

«**وزیر کار** با اشاره به اجرای طرح تکاپو (توسعه کسب و کار، اشتغال پایدار) گفت: توسعه صنعت پوشاک در کوتاه مدت ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار شغل و در بلندمدت ۱/۵ میلیون شغل در کشور ایجاد می‌کند.

علی ربیعی در نخستین نشست تخصصی سند توسعه اشتغال در صنعت پوشاک که با حضور تعدادی از تولیدکنندگان اصلی صنعت پوشاک و کارشناس بین‌المللی پوشاک از سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) در وزارت کار برگزار شد؛ گفت: امروز در دولت تدبیر و امید، یک سیاست جبرانی را پیگیری می‌کنیم تا عقب‌ماندگی‌ها جبران شوند.

وزیر کار، صنعت پوشاک را صنعتی دانست که به نیازهای اساسی مردم پاسخ می‌دهد و ادامه داد: زیربناهای اصلی صنعت پوشاک را در کشور داریم بنابراین باید با همکاری وزارت صنعت، اتحادیه‌های صنفی، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای و دانشگاه‌ها و با تأکید بر مهارت افزایی، رونق این صنعت را دنبال کنیم. در اجرای توسعه صنعت پوشاک باید از تجارب بین‌المللی بهره‌مند شویم و مجموعه‌های یاد شده در کنار هم می‌توانند این صنعت را در ایران گسترش دهند.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی ادامه داد: رفع مشکلات بیرونی صنعت پوشاک و سیاستگذاری در این بخش وظیفه دولت است که وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت، سیاست‌های جهشی را برای توسعه صنعت پوشاک دنبال می‌کند.

وی واردات و تعرفه را دو موضوع اصلی در صنعت پوشاک عنوان کرد و گفت: متاسفانه در کنار این دو مقوله، مبارزه با قاچاق پوشاک نیز باید در دستور کار قرار بگیرد؛ چراکه قاچاق پوشاک با حجم کم صورت می‌گیرد و به همین دلیل مبارزه با قاچاق در این کالا بسیار دشوار است.

این عضو کابینه یازدهم، ایجاد نظام تامین مالی و مواد اولیه ذیل انجمن صنفی پوشاک را از دیگر برنامه‌های این وزارتخانه عنوان کرد و گفت: در همین راستا یک شهرک تولید پوشاک در کنار فرودگاه بین‌المللی امام‌خمینی(ره) ایجاد می‌شود و برای متقاضیان حضور در این شهرک، مزیت‌های خاصی را در نظر می گیریم.

وی با بیان اینکه برخی از پوشاک ایرانی به برند ملی و بعضاً فراملی تبدیل شده است، تاکید کرد: بنابراین طراحی، مد و برندسازی از نیازهای اصلی صنعت پوشاک است که در بخش طراحی، نیروهای بومی خوبی در داخل کشور وجود دارد؛ اما در حوزه برندسازی نیاز به برندهای بیشتری داریم؛ چرا که ذائقه مصرف‌کننده امروز با برند گره خورده است.

ربیعی افزود: همچنین سند توسعه بخش پوشاک را در جهت هماهنگی بین انجمن صنعت پوشاک، وزارت صنعت، معدن تجارت، دانشگاه ها و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی را به تصویب شورای عالی اشتغال می‌رسانیم. وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی ادامه داد: موتور توسعه هر صنعت، فعالان همان صنعت هستند؛ لذا در صنعت پوشاک نیز انجمن صنعت پوشاک می‌تواند موتور توسعه این حوزه باشد؛ ضمن اینکه دولت به عنوان مکمل، سیاست‌های توسعه ای را اتخاذ می‌کند.

ربیعی گفت: ما به عنوان مسئول اشتغال اقتصاد

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار: منظر وزارت کار علاوه بر توجه به رشد و توسعه اقتصادی، عنایت خاصی به صنعت پوشاک داریم و به استفاده از تجربیات بین‌المللی و ایجاد هماهنگی در سطح ملی میان دستگاه‌های مختلف می‌پردازیم. برای مثال تلاش می‌کنیم در حوزه سیاست‌های مالی هم‌راستا با نیازهای تولیدکنندگان و فعالان این صنعت حرکت نماییم.

مقاومتی، توسعه صنعت پوشاک را یکی از اولویت‌ها و زایش‌های داخلی می‌دانیم و علاوه بر اینکه صنعت پوشاک سهم خوبی در تولید ناخالص داخلی دارد، می‌تواند نماد هر جامعه باشد. وی تاکید کرد: البته در حوزه سبک خرید لباس نیاز به فرهنگسازی داریم که باید برنامه‌های بلندمدت در این بخش تدوین شود.»

در ابتدای برنامه، یکتا در مورد استراتژی‌های صنعت پوشاک و میزان دستیابی به اهداف این استراتژی‌ها عنوان داشت: واقعیت این است که وزارت صنعت در دو سال اخیر توجه ویژه‌ای به صنعت پوشاک نشان داده و با دستور مستقیم وزیر، کمیته‌ای تحت عنوان «کارگروه صنعت پوشاک کشور» شکل گرفته است که متشکل از متخصصین این صنعت، نمایندگان دانشگاه و همچنین مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت می‌باشد.

وی ادامه داد: این کارگروه در نخستین گام، استراتژی‌ها و برنامه‌های این صنعت را با کمک دانشگاه صنعتی امیرکبیر تدوین نمود که حدود ۵۰ برنامه عملیاتی از آن استخراج شد. در نهایت وزارتخانه به این نتیجه رسید که برای توسعه صنعت پوشاک باید دو اقدام را به صورت موازی با یکدیگر پیش ببرد. به‌گفته یکتا، پراکندگی تعداد زیادی از واحدهای کوچک باعث شده صنعت پوشاک سمت و سوی مشخصی نداشته باشد و این پراکندگی هم در حوزه مد و طراحی و هم در بخش توزیع و فروش، هزینه‌های زیادی به سیستم وارد کرده است. بنابراین بهترین راهکار کمک به تشکیل واحدهای بزرگ تولید پوشاک است.

کارشناس صنعت نساجی یادآور شد: نکته دوم به سیستم توزیع و شبکه فروش در کشور بازمی‌گردد. شبکه توزیع پوشاک حالت بسیار پراکنده، نابسامان و تقریباً غیرشفاف پیدا کرده است. در این سیستم بیش از صد هزار واحد صنفی به فعالیت می‌پردازند و به‌گفته رئیس اتحادیه صنف فروشندگان پوشاک تهران، حدود ۱۷ هزار واحد صنفی پوشاک در تهران فعال هستند، شبکه ناپیوسته‌ای برای واردات تشکیل شده و شاید به ازای هر یک از فروشگاه‌ها در نقاط مختلف تهران و شهرستان‌ها، واردکننده‌ای وجود دارد! چنین سیستم وارداتی در هیچ کشوری وجود ندارد.

یکتا با اعلام این مطلب که مبارزه با کالای قاچاق از سر مرزها به مقصد نهایی خود یعنی فروشگاه‌های ارائه کننده لباس‌های خارجی منتقل شده است، گفت: بیشترین همّ و غم دولت و وزارت صنعت این است که بتواند حجم واردات قاچاق را کاهش دهد و از سوی دیگر سیستم توزیع را ساماندهی نماید.

وی به آئین نامه‌ای که چند هفته پیش ابلاغ شد نیز پرداخت و گفت: طبق این قانون، فروشندگان پوشاک خارجی باید یکسری مشخصات و ویژگی‌هایی حقیقی و حقوقی داشته باشند و صلاحیت آنان احراز شود تا بتواند به فعالیت خود ادامه دهند.

به‌اعتقاد این کارشناس نساجی، تاکنون تلاش‌ها به ساماندهی شبکه توزیع پوشاک کشور معطوف بوده است.

در ادامه برنامه رادیویی رهیافت، **دکتر عیسی منصوری- معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار**- از طریق تماس تلفنی به بیان دیدگاه‌های خود در مورد صنعت پوشاک پرداخت. وی در پاسخ به این سوال که استراتژی‌های صنعت پوشاک به چه سمتی حرکت خواهند کرد، گفت: در بعضی از حوزه‌های صنعت نساجی به مصرف‌کنندگان تولیدات خارجی تبدیل شده‌ایم.

به‌اعتقاد وی، در صورتی می‌توان در صنعت نساجی و پوشاک اشتغال ایجاد کرد که بخشی از شبکه تأمین بازار باشیم نه فقط تولیدکننده نهایی.

منصوری یادآور شد: جهت‌گیری‌های این صنعت در بازارهای جهانی به سمت تولید پوشاک راحتی مانند البسه جین، تی‌شرت و ... پیش می‌رود در حالی‌که واحدهای تولیدی ما به ارائه لباس‌های رسمی متمرکز شده‌اند پس بدیهی است که نتوانیم تقاضای داخلی را پاسخ دهیم و ناگزیر از واردات هستیم؛ ضمن این‌که به‌دلیل بخشی از سیاست‌های قبلی، نوع تولیدات و جهت‌گیری فعالیت تولیدکنندگان ما سمت و سوی خاصی پیدا کرد و با انبوه واردات غیر رسمی مواجهیم.

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار با اشاره به فعالیت حدود ۵۰۰ هزار نفر در صنعت پوشاک ایران گفت: سال ۲۰۰۷ که به‌عنوان مشاور در بنگلادش حضور داشتم، شاهد تدوین برنامه توسعه صنعت پوشاک بودم و در حال‌حاضر این کشور به دومین صادرکننده پوشاک دنیا تبدیل شده است و بالغ بر ۲۰ میلیون نفر در این صنعت مشغول کار هستند؛ در ترکیه نیز حدود ۲ میلیون نفر از طریق فعالیت در صنعت پوشاک ارتزاق می‌کنند.

وی صنعت پوشاک را یکی از صنایع دارای ظرفیت بالا در ایجاد اشتغال برشمرد و گفت: از منظر وزارت کار علاوه بر توجه به رشد و توسعه اقتصادی، عنایت خاصی به صنعت پوشاک داریم و به استفاده از تجربیات بین‌المللی و ایجاد هماهنگی در سطح ملی میان دستگاه‌های مختلف می‌پردازیم. برای مثال تلاش می‌کنیم در حوزه سیاست‌های مالی هم‌راستا با نیازهای تولیدکنندگان و فعالان این صنعت حرکت نماییم.

منصوری تأکید کرد: با کمبود واحدهای بزرگ تولید پوشاک که بتوانند به صورت فراگیر، بازارهای داخلی و خارجی را پوشش دهند؛ مواجهیم و متأسفانه برخی تولیدکنندگان که شبکه فروش را هم در اختیار دارند نیازهای خود را از سایر کشورها تأمین می‌کنند در حالی‌که قبلاً از تولیدات داخلی استفاده می‌کردند؛

پس به نظر می‌رسد در برخی حوزه‌ها به اصطلاح جا مانده‌ایم و این موارد، گلوگاه‌هایی هستند که باید مورد توجه قرار گیرند.

این مقام مسئول اضافه کرد: در دو حوزه «جهت‌گیری فعالان و تولیدکنندگان پوشاک» و «سیاست‌های موجود» نیازمند اصلاحاتی هستیم.

وی به وعده وزیر کار برای ایجاد اشتغال ۳۰۰-۲۰۰ هزار شغل در صنعت پوشاک نیز پرداخت و گفت: در این زمینه باید هماهنگی میان بخش خصوصی و دولتی (به ویژه میان دستگاه‌های دولتی با یکدیگر) صورت گیرد.

به‌گفته منصوری، در مسیر رشد و توسعه، علاوه بر سیاست‌های کلان اقتصادی، نیازمند انتخاب بعضی از رشته‌هایی هستیم که کشور می‌تواند در آن تجربه موفق داشته باشد و ظرفیت‌های خود را در آن حوزه‌ها شکوفا نماید. در مقایسه با کشوری مانند بنگلادش، مدیریت میانی و توانمندی تکنسین‌های ما به مراتب بیشتر است اما از این امتیاز استفاده نکرده‌ایم.

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار، ظرفیت صنعت نساجی و پوشاک کشور را بسیار بالا توصیف کرد و آن را یکی از صنایع موثر در ایجاد ارزش افزوده، اشتغالزایی دانست.

وی اذعان داشت: در روندهای بین‌المللی و تقسیم کار جهانی، فرصت بسیار خوبی فراهم شده تا وارد بازارهای جهانی این صنعت شویم.

هزینه‌های بالای تولید در صنعت نساجی و پوشاک

در تماس تلفنی بعدی برنامه رادیویی رهیافت، **دکتر حسین راغفر- اقتصاد دان و عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا (س)**- بیان داشت: با توجه به ظرفیت‌های گسترده صنعت نساجی (و به ویژه پوشاک) قطعاً میزان اشتغالزایی این صنعت نیز قابل توجه و چشمگیر است.

وی با بیان این نکته که صنعت نساجی تمام سطوح تکنولوژی را دربر می‌گیرد؛ گفت: بسیاری از کشورهای صنعتی کنونی مانند ژاپن و کشورهای نوظهور صنعتی مانند کره جنوبی، چین و ... یکی از محورهای اشتغالزایی (به خصوص در دوران‌های نخست توسعه) را بر پایه صنعت نساجی و پوشاک قرار داده‌اند. اگرچه طی سال‌های اخیر کشورهایی مانند ژاپن، ضمن صادرات تکنولوژی از ابزارهای بسیار مدرن در تولیدات خود بهره‌برداری می‌کنند و نقش تعیین کننده‌ای در اقتصاد دنیا ایفا می‌کنند.

راغفر تصریح کرد: در کشورهایی پیشرفته اقتصادی، سهم صنعت نساجی در ایجاد اشتغال و تأمین نیازهای داخلی بسیار قابل توجه است که ما نیز می‌توانیم از این توانمندی استفاده کنیم منتها استراتژی صنعت نساجی فقط به مسائل درونی بستگی ندارد بلکه به شدت متأثر از سیاست‌های سایر بخش‌های اقتصادی کشور است.

به‌گفته این اقتصاد دان، نساجی به محصولات پتروشیمی بسیار وابسته است و متأسفانه شاهدیم صنعت پتروشیمی که از یارانه‌های بخش انرژی استفاده می‌کند، مواد اولیه مورد نیاز صنعتگران نساجی را با قیمت بالا در اختیار آنان قرار می‌دهد و عملاً باعث شده بسیاری از واحدهای تولیدی زمینگیر شوند.

حتی در مورد تعرفه نهاده‌های وارداتی هم سیاست‌های مالیاتی به شدت به زیان تولید داخلی است؛ به همین دلیل مشکلات نساجی فقط در درون این صنعت قابل حل نیست بلکه به سیاست‌های گسترده‌تری در سایر بخش‌های اقتصادی کشور مرتبط می‌باشد.

راغفر در ادامه به واردات غیرقانونی پوشاک اشاره کرد و آن را یکی از ضربات مهلکی توصیف کرد که به پیکره صنعت نساجی کشور وارد شده است.

عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا (س) تصریح کرد: تولیدکنندگان داخلی، قدرت چانه‌زنی و رقابت با تولیدات مشابه خارجی را به‌دلیل هزینه بالای دسترسی به اعتبارات بانکی در کشور از دست می‌دهند؛ ضمن این‌که صنعت نساجی و پوشاک عمدتاً متعلق به بخش خصوصی است؛ منتها موانع جدی که از سوی سیاست‌های بخش عمومی بر آن تحمیل می‌شود، هزینه‌های فعالیت صنعت مذکور را بسیار بالا و غیر رقابتی کرده است.

عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا (س): در کشورهایی پیشرفته اقتصادی، سهم صنعت نساجی در ایجاد اشتغال و تأمین نیازهای داخلی بسیار قابل توجه است که ما نیز می‌توانیم از این توانمندی استفاده کنیم منتها استراتژی صنعت نساجی فقط به مسائل درونی بستگی ندارد بلکه به شدت متأثر از سیاست‌های سایر بخش‌های اقتصادی کشور است.

لزوم توجه به سهم بازار

در بخش دیگر برنامه رادیویی رهیافت، یکتا به آشفتگی شبکه توزیع پوشاک تولید داخلی و خارجی پرداخت و گفت: زمانی که در مورد اشتغالزایی، تنوع و مد و سیستم توزیع صنعت پوشاک صحبت می‌کنیم، «سهم بازار» عامل کلیدی بسیار مهمی است که باید بر روی آن متمرکز شویم زیرا نقش محرک و لوکوموتیو صنعت را ایفا می‌کند و با در اختیار گرفتن این عامل کلیدی می‌توان تمام برنامه‌ها را بدون کم و کاست اجرا کرد.

وی ضمن بیان این مطلب که تمام تلاش

کارشناس صنعت پوشاک: فعالان پوشاک ایران فرصت بسیار بزرگ و ارزشمند «همسایگی با ترکیه» را در اختیار دارند و از طریق ارتباط با این کشور می‌توانند به آخرین اطلاعات، دانش فنی، مدل‌های روز، طرح‌های متنوع و تمام اتفاقات دنیای مد و پوشاک دنیا در اسرع وقت و حداقل اتلاف زمانی دسترسی پیدا کنند.

تولیدکنندگان، صاحبان برندها، خرده‌فروشان و عمده فروشان دنیا، تثبیت سهم بازار و توسعه آن در آینده است، ادامه داد: برای ایجاد اشتغال باید به بررسی میزان سهم بازار خود بپردازیم.

به‌گفته یکتا، طبق آمارهای رسمی، درآمد خانوارهای شهری ۲۸ میلیون تومان است که ۶ درصد آن حدود یک میلیون و پانصد تا یک میلیون و ششصد هزار تومان در سال هزینه پوشاک و کفش می‌شود، بازار پوشاک ایران در حالت استاندارد و شرایط اقتصادی متوسط (نه شرایط رکودی فعلی و کاهش قدرت خرید مردم)، بیش از ۱۰ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود. در خوش‌بینانه‌ترین حالت و طبق آمار کشفیات قاچاق و اطلاعات سطح بازار در بهترین حالت ۳۵-۳۰ درصد این بازار متعلق به تولیدات ایرانی است.

کارشناس صنعت نساجی در مورد امکان ایجاد اشتغال برای ۲۰۰ هزار نفر گفت: هزینه ایجاد اشتغال برای دستیابی به این رقم حدود ۲/۵ تا ۲ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری نیاز دارد، از سوی دیگر در صنعت پوشاک، تنوع و مد بر تیراژ و حجم تولید اولویت دارد و مانند لبنیات و میوه نیست که عنوان شود مثلاً مصرف سالیانه گندم یا صیفی‌جات فلان مقدار است و میزان مشخصی باید تولید و مابقی وارد شود. در صنعت پوشاک ابتدا باید ذائقه و سلیقه مصرف‌کنندگان را مدنظر قرار گیرد و سپس به سایر موارد توجه کرد؛ در غیر این‌صورت هر اندازه شاهد افزایش تولید باشیم بیشتر به رکود دامن زده‌ایم.

وی ابراز داشت: زمانی که در خوش‌بینانه‌ترین حالت، ۳۰ درصد بازار گسترده پوشاک ایران در اختیار تولیدکنندگان داخلی است به این معناست که قادر به رفع نیاز ۳۰ درصد مصرف‌کنندگان در هر سن، جنسیت و قشر اجتماعی هستید و بیشتر از این رقم تا امروز پاسخ داده نشده است؛ در حالی که توان رفع نیاز درصد بیشتری از مردم را داریم زیرا طبق گفته دکتر منصوری، کشورهای بسیاری از صنعت نساجی و پوشاک برای توسعه اقتصادی خود استفاده کرده‌اند.

به‌گفته یکتا، فعالان پوشاک ایران فرصت بسیار بزرگ و ارزشمند «همسایگی با ترکیه» را در اختیار دارند و از طریق ارتباط با این کشور می‌توانند به آخرین اطلاعات، دانش فنی، مدل‌های روز، طرح‌های متنوع و تمام اتفاقات دنیای مد و پوشاک دنیا در اسرع وقت و حداقل اتلاف زمانی دسترسی پیدا کنند.

وی در پاسخ به این سوال که فاصله میان صنعت پوشاک ایران و ترکیه تا چه میزان است، گفت: صادرات پوشاک ترکیه نزدیک ۲۰ میلیارد دلار است و پنجمین کشور صادرکننده پوشاک دنیا به شمار می‌آید در حالی‌که ایران هنوز نتوانسته نیاز بازار داخلی را تأمین کند. مجموع صادرات ما در سال حدود ۴۰-۳۰ میلیون دلار است که عمدتاً به بازار کشورهای همسایه اختصاص دارد.

ساماندهی مد و لباس

طراحی مد و لباس مبحث دیگری بود که مورد اشاره قرار گرفت. **حمید قبادی- دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت ارشاد**- در این زمینه طی تماس تلفنی با برنامه رادیویی رهیافت گفت: در حوزه مد و لباس بیش از هر چیزی، نیازمند طراحی هستیم. طبعاً بخشی از واردات پوشاک، واردات طرح است که این واردات به‌صورت کاملاً غیر رسمی و غیرقانونی به کشور ما راه پیدا می‌کند.

قبادی افزود: حجم واردات پوشاک در سال گذشته حدود ۱۵ میلیون دلار عنوان شده که بارها اعلام کرده‌ایم این رقم واقعی نیست و رقم واقعی به مراتب بیشتر است.

دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس بیان داشت: نگاه کشورهای پیشرفته و صاحب‌نام نسبت به مقوله طراحی و مد بیش از آن‌که صنعتی باشد، فرهنگی است. طبق گزارش اساتید دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ۶۷ درصد ارزش افزوده حوزه مد و لباس، فرهنگی می‌باشد و فاکتورهای متعددی در این زمینه وجود دارد.

به‌گفته این مقام مسئول، تبیین، ترویج و تبلیغ این موضوع کار بسیار دشواری است و ظرف مدت کوتاهی نمی‌توان به آن دست یافت. شاید برخی عنوان کنند پیش از انقلاب ویژگی‌هایی در حوزه پوشاک وجود داشت اما به اعتقاد من این ویژگی‌ها، صنعتی بوده نه فرهنگی.

قبادی تصریح کرد: ترکیه تلاش بسیاری به عمل می‌آورد تا جنبه‌های فرهنگی خود را وارد صنعت پوشاک کشورش نماید اما بسیاری از کارشناسان و نمایندگان صنعت پوشاک ترکیه معتقدند که در این زمینه موفق نبوده‌اند و صرفاً توانسته‌اند فاکتورهای اقتصادی پوشاک را به پیش ببرند.

وی، یکی از مشکلات و ضعف جدی صنعت پوشاک کشور را در لباس اجتماع دانست و گفت: با محدودیت طرح‌ها و اقبال اندک تولیدکنندگان نسبت به طراحی لباس‌های ایرانی اسلامی علی‌رغم تمام تلاش‌های صورت گرفته طراحان، روبرو هستیم.

دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس با اشاره به این نکته که مد و لباس یک چرخه فرایندی بسیار گسترده است که شروع آن بیش از این‌که طراحی

باشد، پژوهش و منابع فکری می‌باشد، گفت: متأسفانه بهترین دانشکده‌های طراحی لباس نیز سرفصل‌های خود را به طراحی لباس‌های میهمانی و مجلسی اختصاص می‌دهند و نیاز مبرمی به طراحی لباس‌های اجتماع وجود دارد.
قبادی اضافه کرد: به‌رغم تمام مشکلات موجود در بخش گردبافی و تولید پارچه‌های تریکو، نه تنها نیازی به واردات محصولات این بخش وجود ندارد بلکه به صادرات نیز می‌پردازیم.
وی توجه وزارت‌خانه‌های «صنعت، معدن و تجارت»، و «وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی»، نسبت به صنعت پوشاک و مقوله مد و لباس را به فال نیک گرفت و گفت: طبق ماده ۷ قانون ساماندهی مد و لباس، مدت‌ها بود به وزارت کار وظیفه‌ای محول شده بود که خوشبختانه با راه‌اندازی تشکل‌ها و انجمن‌های غیر دولتی، انسجام میان بخشی و بیدار کردن مسئولین اتفاقات جدیدی رخ خواهد داد.
قبادی، یکی از سهل‌الوصول‌ترین راه‌های رسیدن به اقتصاد مقاومتی را حوزه مد و لباس دانست.

اتصال به بازارهای جهانی برای فهم جریانات صنعت پوشاک

راهکارهای ایجاد ۲۰۰ هزار شغل در صنعت پوشاک و هم‌چنین فعالیت‌های شهرک تخصصی پوشاک، نکته‌ای بود که از معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار پرسیده شد. وی در این مورد گفت: مراحل مربوط به تعیین مکان احداث شهرک تخصصی پوشاک انجام شده و پس از اتمام مراحل زیربنایی و ساخت تأسیسات، انتقال و استقرار واحدهای تولیدی انجام خواهد شد؛ قطعاً این اقدام زمان‌بر است.
منصوری ادامه داد: پیش از آغاز فعالیت شهرک پوشاک، باید بخش نرم‌افزاری صنعت اصلاح شود؛ این‌که سخت‌افزاری تحت‌عنوان شهرک پوشاک شکل بگیرد به تنهایی مسأله‌ای را حل نخواهد کرد.

به گفته این مقام مسئول، در صنعت نساجی و پوشاک گاه تا ۲۵ درصد ارزش افزوده کالا در حوزه طراحی ایجاد می‌شود و اغلب کشورها در زمینه طراحی، هزینه‌هایی مدنظر قرار می‌دهند اما در نساجی ایران چنین اقدامی انجام نمی‌شود.
معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار تصریح کرد: در رقابت، طراحی و کیفیت پوشاک حرف اول را می‌زند نه صرفاً قیمت. در حوزه تولید لباس راحتی، طراحی‌ها هر روز تغییر می‌کنند و تولیدکنندگان برای رفع نیاز بازار و خواسته مشتری باید به چنین مسائلی توجه نمایند.
وی، اتصال به بازارهای جهانی برای فهم جریانات این صنعت و توان ایجاد نوآوری و تنوع در طرح‌ها را برای رشد صنعت پوشاک اثرگذار قلمداد کرد و گفت: کشوری مانند چین به سطحی از قدرت و توانمندی در تولید منسوجات و پوشاک رسیده که به تدریج فعالیت‌های خود را در این صنعت کاهش می‌دهد و فرصت مغتنمی برای کشورهایی مانند ایران فراهم می‌شود تا تولیدکنندگان پوشاک با افزایش بهره‌وری نیروی کار، به ارتقای کیفیت و توسعه بازارهای صادراتی بپردازند.

نتیجه‌گیری

در بخش پایانی برنامه رادیویی رهیافت، یکتا ابراز داشت: بسیاری از مسائلی که توسط مسئولین دولتی و فعالان بخش خصوصی در مورد صنعت پوشاک مطرح می‌شود، حکایت فیل در تاریکی مولوی است! به این معنی که افراد بخشی از فیل را لمس می‌کنند و بر این باورند فیل همان شکلی است که لمس کرده‌اند.
به‌عنوان فردی که سال‌های متمادی با لایه‌های مختلف صنعت نساجی و پوشاک در ارتباط هستم، معتقدم دو میلیارد دلار سرمایه‌گذاری و اشتغال در میان مدت توسط بخش خصوصی ایجاد می‌شود به شرطی که نهادها و وزارتخانه‌های دولتی، ضمن رفع مشکلات، مشوق‌هایی برای تولیدکنندگان در نظر بگیرند.

دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس: ترکیه تلاش بسیاری به عمل می‌آورد تا جنبه‌های فرهنگی خود را وارد صنعت پوشاک کشورش نماید اما بسیاری از کارشناسان و نمایندگان صنعت پوشاک ترکیه معتقدند که در این زمینه موفق نبوده‌اند و صرفاً توانسته‌اند فاکتورهای اقتصادی پوشاک را به پیش ببرند.

وی ادامه داد: زمانی که وزارت کار به ایجاد ۲۰۰ هزار شغل در صنعت پوشاک اشاره می‌کند نخستین پرسشی که در ذهن شکل می‌گیرد این است که چه مشوق‌ها و امتیازاتی برای تولیدکنندگان پوشاک اختصاص می‌یابد تا انگیزه‌ای برای افزایش اشتغال داشته باشند؟ آیا حاضرند در زمینه بیمه تأمین اجتماعی، معافیت‌هایی در نظر بگیرند؟ آیا وزارت ارشاد حاضر است مشکلات مربوط به درج نام برند و تابلوی فروشگاه‌ها را حل کند؟ آیا وزارت صنعت حاضر است پای بخشنامه صادره خود بایستد و ظرف شش ماه تمام فروشگاه‌های عرضه محصولات تقلبی و قاچاق را پلمپ کند؟ اگر این اتفاقات رخ دهد و بخش خصوصی به این نتیجه برسد که دولت مترصد ایجاد ۲۰۰ هزار شغل در این صنعت است و دیگر شعار و وعده‌ای در کار نیست، اطمینان داشته باشید شاهد رشد چشمگیر سرمایه‌گذاری در صنعت پوشاک خواهیم بود.
یکتا، رشد سرمایه‌گذاری در صنعت پوشاک را ظرف ۱۵ سال گذشته، منفی اعلام کرد و گفت: حداقل باید ۵ سال تلاش و پشتکار مستمر داشته باشیم تا به تدریج شاهد مثبت شدن نرخ سرمایه‌گذاری در این صنعت شویم.
وی به نمایندگی از بخش خصوصی کشور اطمینان داد که در صورت مساعد شدن فضای کسب و کار، بخش خصوصی به خوبی قادر به طراحی، تولید، فروش، توزیع و صادرات خواهد بود.

بازتاب

کلید توسعه صنعت نساجی و پوشاک کشور

گفت‌وگو با مهدی یکتا- دبیر سابق اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک ایران

اشاره:
اتحادیه تولید و صادرکنندگان پوشاک در سال ۱۳۶۱ به ثبت رسیده است و از سال های ۱۳۷۴-۱۳۷۵ به بعد یک حرکت جدی را در بخش تشکلی آغاز کرده است که در سال ۱۳۸۰ این حرکت اوج گرفت و اتحادیه توانست به عنوان یک اتحادیه صادراتی، بازوی مورد اعتماد دولت در موضوع پرداخت جوایز صادراتی ایفای نقش کند.
مهندس یکتا در سال ۱۳۸۷ به عنوان دبیر این اتحادیه قبول مسئولیت کرده و ۸ سال مسئولیت دبیری اتحادیه را به عهده داشته است و در این مدت با سه دوره هیئت مدیره در این اتحادیه همکاری داشته است.پس از پذیرش استعفای ایشان توسط هیات مدیره گفتگوی تلفنی با ایشان داشتیم که ذیلاً می‌خوانید

یکتا معتقد است در این سال‌ها اتحادیه حرکت رو به رشدی داشته است و تلاش او و همکارانش در این سالها تسریع این حرکت رو به رشد بوده است و می‌گوید:« همکارانی که در دوران مسئولیت او با وی همکاری داشته اند به دور از هرگونه منافع شخصی، با جان و دل برای منافع بخش خصوصی و اتحادیه فعالیت کرده‌اند.» به اعتقاد وی امروز که این اتحادیه صد در صد وابسته به بخش خصوصی است، تخصصی‌ترین تشکل بخش پوشاک و بخش صادرکنندگان کشور است و دارای جایگاهی بسیار مناسب است.

به گزارش نساجی امروز، دبیر سابق اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک ایران، علت استعفای خود را فشار کاری و برنامه‌ریزی‌های شخصی برای کسب و کار خود عنوان کرد و گفت: فعالیت تشکلی آن هم در سطح دبیر، بسیار دشوار و استرس‌زا است. از طرفی توقعات بسیار زیادی، هم از طرف هیئت مدیره و هم از طرف اعضا وجود دارد و در مجموع کار بسیار طاقت فرسایی است که هر کسی شاید از عهده آن بر نیاید و من مدت‌ها بود که تصمیم به استغفا داشتم که هیئت مدیره محترم اتحادیه پس از نمایشگاه با استعفای او موافقت نمودند.

وی در ارتباط با موضوع مغایرت تاریخ انتشار نامه استعفا (که به تاریخ خردادماه شماره شده است) به نساجی امروزگفت: که آن تاریخ یک اشتباه تایپی بوده است، هرچند که بنده هم از مدتها پیش قصد جدایی به صورت تدریجی از اتحادیه را داشته ام. ضمن اینکه اخبار تصمیم گیری در رابطه با مسائل حساس این چنینی در تشکل‌ها به یک‌باره منتشر نمی‌شود و این یک امر طبیعی در تشکل‌ها محسوب می‌شود اما به هرحال تاریخ تنظیم استعفای بنده ۹۵/۷/۳ است.

وی در تکمیل صحبت‌های خود گفت: زمان آن فرا رسیده بود که هم بنده به کارهای شخصی خود رسیدگی کنم و هم اینکه فرد جدیدی با انرژی و انگیزه بیشتری این مسئولیت را بر عهده گیرد. در سال جاری تصمیمات بسیار مناسبی در این حوزه کاری گرفته شده است. فشار بخش خصوصی بر دولت باید مداوم باشد تا بخشنامه‌های خوبی که توسط وزارت صنعت و معدن و تجارت صادر شده است اجرایی شود.

آیا پس از این نیز از تجربیات و یا حضور شما در اتحادیه استفاده خواهد شد و همچنان برنامه‌ای برای حضور در فعالیت‌های تشکلی

دارید یا جدایی شما از اتحادیه به دلایلی است که امکان این همکاری وجود نخواهد داشت؟

با اعضای اتحادیه و سایر همکاران در شرکت‌ها، نهادها، سازمانها و موسسات مختلف ارتباط دارم، ولی پس از این در سطح تشکل‌ها و در بخش اجرایی فعالیت نخواهم کرد.

به‌طور کلی فعالیت ما به گونه‌ای است که نباید توقع زیادی در قبال انجام مسئولیت داشته باشیم، بنده مورد بی‌مهری قرار نگرفته‌ام، اما اختلاف نظر و اختلاف سلیقه میان اعضای هیئت مدیره و میان دبیر با اعضای هیئت مدیره همواره در تمامی تشکل‌ها بوده و هست، اتفاقا عدم وجود اختلاف نظر در تشکلها نشانه بیمار بودن آن تشکل است. اختلاف نظرات و سلیقه‌هاست که موجب می‌شود از یک تشکل، ایده‌های بسیار خوبی استخراج شود.

اگر بنده در طول این سالها موفقیتی برای اتحادیه بدست آورده باشم یکی از دلایل آن پشتیبانی و حمایت هیئت مدیره بوده است و من توقع تقدیر از کسی ندارم، تقدیر واقعی را اعضای اتحادیه باید مطرح کنند که آیا از فعالیتهای بنده در این سال‌ها راضی بوده اند یا خیر؟ که تماس هایی که در روزهای اخیر و بعد از اعلام خبر استعفا، با بنده گرفته شده است، دلگرم کننده بوده است و من را بر این باور داشته که اگر نمره ام در این مسئولیتی که در سال‌های اخیر داشته‌ام ۲۰ نبوده باشد، نمره مردودی هم نبوده است.

آیا گزینه جایگزینی برای شما در نظر گرفته شده است؟

با توجه به اینکه در حدود یک ماه دیگر انتخابات هیئت مدیره انجام می‌شود، منطقی است بعد از انتخاب هیئت مدیره جدید در ارتباط با انتخاب دبیر تصمیم گیری شود. احتمالا تا آن زمان آقای نبوی ریاست اتحادیه، کارها را به عهده خواهد داشت و پس از آن با تشکیل هیئت مدیره جدید و هیئت رئیسه جدید، مهمترین دستور کار آنها که انتخاب دبیر جدید است انجام خواهد شد.

روند فعالیت اتحادیه را بعد از خود چگونه پیش بینی می‌کنید؟

معمولا در هر شرکت و سازمانی با تغییرات در سطوح بالا، آن مجموعه، یک سکته کوچک و خفیف را به دنبال دارد و پیش بینی بنده این است که این مدت زمان در اتحادیه شاید به بیش از دو یا سه ماه نرسد. اما پس از طی این زمان فرد جدید سوار بر کار شده و اتحادیه به روال ثابت کاری خود باز میگردد. ضمن اینکه تعدادی از اعضای هیئت مدیره اتحادیه سالها سابقه عضویت در هیئت مدیره را دارند و با فعالیت‌های تشکلی کاملا آشنا هستند و مشکل خاصی پیش نخواهد آمد.

پس از استعفای شما شاهد رشد این تشکل خواهیم بود یا افول آن؟

صد درصد، هر فردی که به عنوان دبیر اتحادیه مشغول بکار شود قطعا انگیزه ها و ایده های فراوانی دارد که می تواند زمینه رشد اتحادیه را بیش از پیش فراهم آورد. اگر قرار بر این باشد که با عدم حضور یک فرد در یک مجموعه، آن مجموعه دچار سکون و رخوت و درجا زدن شود، منطقی نیست که با آمدن نفر جدید وضع بدتر از قبل شود. طبیعتا هرکسی که این مسئولیت را می پذیرد باید برنامه‌هایی داشته باشد که بتواند این مجموعه را قوی‌تر از قبل پیش ببرد، البته بخشی از این وظیفه به عهده هیئت مدیره و بخش دیگر آن مربوط به پتانسیل‌های موجود در فردی است که در این سمت قرار خواهد گرفت.

و آنچه امروز در ذهن مهدی یکتا پر رنگ‌تر از هرموضوع دیگری است؟

بنده در حدود ۱۶ سال است که در این صنعت و ۸ سال است که در اتحادیه تولید و صادرکنندگان پوشاک مشغول به فعالیت بودم و بر این باورم که بطور کلی صنعت ما که متشکل از شرکت‌ها و برندها و تشکل‌های مربوط به آنها است احتیاج به یک تحول و رنسانس دارد.

اگر ما تا امروز شرکت یا سازمان و انجمن یا اتحادیه مان را با استراتژی ۲۰ سال پیش اداره می کردیم، امروز باید آن تفکرات پیشین را کنار بگذاریم. حتی در وظایف و کارکردهای تشکل‌ها، که در صنعت نساجی هم تشکلهای بسیار قوی و با سابقه ای داریم، باید یک بازنگری اساسی شود و افراد جدید با افکار و برنامه های جدید به کار گرفته شوند و خون جدید به این صنعت تزریق شود.

من در سالهای ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۲ افتخار شاگردی در محضر مهندس محمد مروج را در کاشان داشته‌ام و سخنی را از او با خود به یادگار دارم. مهندس مروج همواره می گفت: زمانی که بنده تصمیمی می‌گیرم به سابقه ۴۰ ساله پشت سر خود نگاه می کنم، اما زمانی که جوانان مسئولیت انجام پروژه‌ای را به عهده میگیرند همواره به آینده می‌نگرند. بنابراین چه خوب است که از تلفیق این دو برای پیشبرد کارها استفاده شود.

بنظر من این تحول باید از افراد آغاز شود، ذهنیت هر دولتی با هر گرایش فکری و با هر شیوه کشور داری توسط صنعتگران فعال در آن صنعت شکل می گیرد.اگر صنعتی خوب رشد کند و باعث افتخار مملکت و افزایش GDP و اشتغال کشور شود، قطعا دولت هم به آن صنعت نگاه ویژه‌ای خواهد کرد. اما این روش که فقط عنوان کنیم که صنعت ما اشتغال‌زا است و دارای مزیت نسبی نسبت به سایر صنایع است به خودی خود روش صحیحی نیست و بازدهی نخواهد داشت. بنابراین افراد باید از خودشان شروع کنند.

اگر صنعتگری ۳۰ سال است که یک برند را با دانش و تجربه و درایت خود پرورش داده است و با تلاش خود آن برند را در تاریخ صنعت ایران ماندگار کرده است. باید این نکته را هم بپذیرد که شاید زمان آن فرا رسیده است که میدان را برای جوانان مهیا کند تا آنها ادامه مسیر را بپیمایند.

شاید این سوال همواره برای همه ما مطرح است که چرا شرکت‌ها و برندهای خوب با افول مالک و بنیان‌گذار آن شرکت از بین می‌روند؟ پاسخ به این سوال کلید توسعه صنعت نساجی و پوشاک کشور است.

نساجی دیگران

توازن میان افزایش دانش فنی و بهره‌گیری از ماشین‌آلات مدرن نساجی

گفت‌وگو با مارسل نِهر[1] - مدیر فروش منطقه‌ای (قطعات ماشین‌آلات بافندگی) شرکت گروز بکرت[2]

اشاره:

شرکت گروز بکرت، یکی از تولیدکنندگان شناخته شده سوزن ماشین‌آلات بافندگی، نمد مالی، تافتینگ کاردینگ و دوخت است که سال ۱۸۵۲ راه‌اندازی شد و در حال‌حاضر حدود ۷ هزار و ۸۰۰ نفر در این مجموعه به فعالیت می‌پردازند و شرکت‌های تابعه آن در بیش از ۱۵۰ کشور فعال هستند.

به اعتقاد مدیر فروش منطقه‌ای گروز بکرت، مدیران کارخانه‌های نساجی ایران به خوبی با تکنولوژی‌های روز دنیا آشنا هستند و در بسیاری از موارد به خرید و نصب ماشین‌آلات مدرن اروپایی در کارخانه‌های خود می‌پردازند اما به‌نظر می‌رسد اطلاع دقیق و کاملی در مورد این‌که با کمک ماشین‌های مدرن چه محصولی می‌توانند تولید کنند، ندارند و مشکل همین جاست.

ماشین‌آلات موجود در کارخانه‌های نساجی ایران پیشرفته است اما مدیران کارخانه‌ها باید بدانند که این ماشین‌ها منحصر به تولید پارچه‌های ساده نیست.

نِهر در این مصاحبه که از نظرتان می‌گذرد به لزوم ایجاد توازن میان افزایش دانش فنی مدیران نساجی با بهره‌گیری از ماشین‌آلات مدرن تأکید نمود.

در مورد فعالیت‌های شرکت گروز بکرت توضیحاتی ارائه نمایید.

شرکت گروز بکرت سال ۱۸۵۲ با تمرکز بر بخش بافندگی راه‌اندازی شد و از سال ۱۹۸۰ تافتینگ و نمدبافی را به فعالیت‌های خود اضافه کرد. از سال ۱۹۹۳ با هدف توسعه کسب و کار در سایر شاخه‌های صنعت نساجی، به خرید شرکت‌های دیگر پرداخت تا طیف تولیدات خود را تکمیل نماید؛

برای مثال سال ۲۰۰۰ در بخش بافندگی با خرید شرکت سوئیسی Grob دپارتمان بافندگی فعالیت خود را آغاز کرد و پس از این تاریخ شرکت‌های دیگری مثل Scheming در بخش اکسسوری بافندگی، Knotex، Oskar، Fischer و ELM را به مجموعه خود افزود و در حال حاضر توان تولید تمامی محصولات مربوط به اکسسوری بافندگی و تخصصی را دارد.

گروز بکرت تأمین‌کننده اصلی قطعات اصلی دستگاه‌های بافندگی نظیر قاب ورد، میل میلک، لامل و ... برای شرکت‌هایی مانند پیکانول، دورنیر و گروه

ایتما به شمار می‌آید و ارتباطات خوبی با سازندگان معتبر ماشین‌آلات نساجی دنیا برقرار نموده است.

یکی از بزرگترین مزایای شرکت گروز بکرت، استقرار مرکز تحقیق و توسعه قدرتمندی در آلبشتات (Albstadt) بخشی از شهر اشتوتگارت آلمان است که در کنار سایر بخش‌های تولیدی این کمپانی مستقر گردیده و لابراتوارهای مجهزی مرتبط با انواع تکنولوژی های بافندگی در یک مجتمع تحقیقاتی قرار گرفته است.

این مرکز در واقع محل گسترده‌ای از دانش و مهارت محسوب می‌شود که به‌صورت مستقیم با تمام بخش‌های گروز بکرت در ارتباط است. هربخش دارای لابراتوار مجزایی است که همکاران می‌توانند در آنجا آزمایشات علمی خود را انجام دهند و با مشتریان تعامل داشته باشد. برای مثال می‌توانند به مشتریان روند تولید پارچه را نشان دهند.

مقصود ما فقط فروش محصول نیست بلکه تلاش می‌کنیم تا محصولی متناسب با نیاز مشتری را ارائه نماییم و این مزیت گروز بکرت در مرکز تحقیق و توسعه آلبشتات است.

پس از فروش محصولات نیز مشتریان خود را رها نمی‌کنیم و در صورت بروز کوچک‌ترین مشکلی در کنارشان حاضر خواهیم شد.

طی بازدیدهایی که از برخی کارخانه‌های نساجی ایران به عمل آورده‌اید؛ برداشت شما از شرایط صنعت نساجی و کسب و کار در این صنعت چیست؟

پیش از پاسخ به سوال شما باید عنوان کنم که گروز بکرت در زمینه ارائه انواع سوزن‌های بافندگی و نمدبافی، سیلندر ماشین‌های گردبافی، پوشش غلتک‌های دستگاه‌های کاردینگ، قطعات و دستگاه‌های مربوط به ماشین‌آلات بافندگی تاری پودی نظیر دستگاه گره زن چله نخ تار، قاب ورد، میل‌میلک، لامل و پایه لامل، نخ‌کش اتومات و ... در ایران از اعتبار خاصی برخوردار است، اغلب صنعتگران نساجی ایران به خوبی با نام و برند گروز بکرت و نمایندگی این کمپانی در ایران (شرکت نوباف پارسیان) آشنا هستند و به آن اعتماد دارند.

در مورد شرایط صنعت نساجی ایران هم باید بگویم فکر می‌کنم تنوع تولید منسوجات در ایران زیاد نیستند و در اکثر مواقع، تنها پارچه‌های ساده بافته می‌شوند.

مدیران کارخانه‌های نساجی ایران به خوبی با تکنولوژی‌های روز دنیا آشنا هستند و در بسیاری از موارد به خرید و نصب ماشین‌آلات مدرن اروپایی در کارخانه‌های خود می‌پردازند اما به‌نظر می‌رسد اطلاع دقیق و کاملی در مورد این‌که با کمک ماشین‌های مدرن چه محصولی می‌توانند تولید کنند، ندارند و مشکل همین جاست. ماشین‌آلات موجود در کارخانه‌های نساجی ایران پیشرفته است اما مدیران کارخانه‌ها باید بدانند که این ماشین‌ها منحصر به تولید پارچه‌های ساده نیست.

به نظرشما برای بهبود روند تولید منسوجات، متخصصین ایرانی باید چه گام‌هایی بردارند؟

ابتدا باید هدف خود را کاملاً مشخص نمایند، این‌که تصمیم دارند چه نوع محصولی را با کمک کدام دستگاه‌ها تولید کنند.

متخصصین ایرانی باید مرتب به خلق ایده‌های جدید و ارائه طرح‌های نو و به‌روز بپردازند، طبعاً با خلق ایده‌های جدید متوجه می‌شوند به کدام ماشین‌آلات نیاز دارند؛ در گام بعدی پس از خرید، نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات مدرن باید به بررسی نیاز بازار داخلی و تدوین برنامه کاربردی و قابل اجرا برای رفع این نیاز بپردازند؛ گام سوم نیز فعالیت فراتر از مرزهای ایران و صادرات می‌باشد.

درایران مانند اروپا، ارتباط میان صنعت و دانشگاه در سطح گسترده و نهادینه شده‌ای وجود ندارد. دیدگاه شما در این مورد چیست و چگونه می‌توان ارتباط موثرتری میان صنعت و دانشگاه برقرار نمود؟

مقصود ما فقط فروش محصول نیست بلکه تلاش می‌کنیم تا محصولی متناسب با نیاز مشتری را ارائه نماییم و این مزیت گروز بکرت در مرکز تحقیق و توسعه آلبشتات است.
پس از فروش محصولات نیز مشتریان خود را رها نمی‌کنیم و در صورت بروز کوچک‌ترین مشکلی در کنارشان حاضر خواهیم شد.

در کشورهای اروپایی مانند آلمان، دانشگاه‌ها با کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی ارتباط بسیار نزدیکی برقرار کرده‌اند به این معنا که دست‌هایشان در دست‌های یکدیگر است و هر دو طرف از این همکاری سود می‌برند اما ظاهراً در ایران صنعت و دانشگاه به‌صورت مجزا از همدیگر فعالیت می‌کنند، شاید بهتر باشد که ارتباط بهتر و موثرتری میان این دو نهاد شکل بگیرد تا طرح، ایده و محصولات جدیدی خلق شوند.

قطعاً در صورت ارتباط موثر میان صنعت و دانشگاه، هر دو طرف از این همکاری منتفع خواهند شد زیرا صنعت می‌تواند ایده‌های جدید دانشگاه را دریافت و اجرا کند، دانشگاه نیز می‌تواند جنبه‌های تئوریک مسائل را تقویت و در قالب پروژه‌های صنعتی و قابل اجرا به صنعتگران تحویل دهد؛ این روند در صنعت و دانشگاه‌های اروپا جریان دارد.

آیا تکنولوژی یا محصول جدیدی برای بازار ایران دارید که مایل به معرفی آن باشید؟

محصول تازه‌ای که احتمالاً مورد علاقه بازار ایران است؛ سیستم بافندگی PosiLeno® می‌باشد که امکان جدیدی برای تولید محصولاتی با تنوع طرح، کیفیت و سرعت تولید بالا را میسر می‌سازد.

1- Marcel Neher
2- Groz-Beckert

* با سپاس از همکاری سرکار خانم مهندس قهرمانی جهت انجام این مصاحبه.

بخش هشتم

پژوهشی در مورد صنعت بافندگی پارچه

تهیه و تنظیم:
مهندس اکبر شیرزاده

بررسی صنعت بافندگی پارچه در عصر تیمور؛ نوع الیاف و طرح‌های به کار رفته در آن

هنوز لکه ننگ و بی‌حرمتی، چپاول، قتل و غارت، اسارت، خونریزی، کشتار و خرابی کشور و نهایت بی‌رحمی، فساد و بی‌عدالتی قوم مغول (چنگیزخان) تمام نشده بود که تیمور لنگ قیام کرد و آنچه نباید، آورد بر سر ملت ایران.

به نظر گیبون (مورخ انگلیسی)، تاریخ بشر جز سیاهه بزهکاری‌ها، سفاهت‌ها و مصیبت‌های بشری چیز دیگری نیست. وی انتظار نداشت که در آینده‌ای نزدیک، طبیعت بشری که مسئول نسبی رویدادها بوده؛ دچار تحول و تغییر سریعی شود و عدل و انصاف جانشین ظلم و تجاوز گردد. در نیمه قرن چهاردهم میلادی (قرن هشتم هجری) تیمور وارد صحنه سیاست آسیای میانه و ماوراءالنهر گردید. این مرد در سال ۷۳۶ هجری در قریه‌ای نزدیک شهر (کش) متولد شد. پدرش یکی از منتفذین ایل (یرلاس) بود چون زندگی کوچ‌نشینی داشت، ضمن مسافرت‌ها به ماوراءالنهر رسید، با ترکان محلی درآمیخت و به تدریج زبان و رسوم و آداب قدیم را از دست داد.

تیمور ضمن جمع‌آوری قوا، گاه با فئودال‌ها، در انجام مقاصدی که داشتند کمک می‌کرد. در دوره تیمور، راه ایران به مغولستان و چین باز شد و مدت‌های مدید روابط نزدیک در جریان بود. صنایع این دوره نیز با وجود جزئیاتی که از صنایع چینی گرفته کاملاً اساس ایرانی خود را از دست نداده و بیشتر در نقش‌ها آثار چینی دیده می‌شود. ولی در طراحی و رنگ‌آمیزی و اصول فنی همان قواعد و قوانین به استانی پایدار مانده است. پارچه‌های بسیاری از این دوران به جای مانده است و اغلب این پارچه‌ها برای جامه‌های مردانه و زنانه بافته می‌شد که در مواقع جشن‌ها و مراسم رسمی پوشیده می‌شد. سفیرانی که در آن زمان به اروپا و کشور عثمانی رفته‌اند خود و همراهانشان پارچه‌های ابریشمی و زری‌های بسیار فاخر می‌پوشیدند (مجله ایران امروز اسفندماه ۳۹) از قرار معلوم به جای نقشه و طرح‌های مکرر دوره سلجوقیان معمولاً طرح گل استدلال می‌شد. در این زمان کالای چینی مورد تحسین ایرانی‌ها بود و بی شک از منسوجات چینی در ایران تقلید می‌شد. (تاریخ صنایع ایران، تالیف ویلسن، ترجمه عبدالله فریاد)

پروفسور، د. برت در کتاب «میراث ایران» صفحه ۲۴۹ در این مورد می‌نویسد« از صنعت پارچه‌بافی دوره تیموری اطلاعی جزئی در دست است زیرا هیچ قطعه پارچه ابریشمی بر جای نمانده است تا جایی که می‌توان از روی لباس اشخاص و پرده‌های نقاشی شده تشخیص داد سبک پارچه‌های ضخیم و پر نقشه و براق دوره مغول جای خود را به طرح‌های بازتر و روان‌تری داده است و نیز از روی موفقیت‌های نساجان دوره صفویه می‌توان چنین حدس زد که خبرگی فنی نساجان و رنگرزان پیوسته رو به تکامل بوده است.»

قسمت‌های شرقی ایران در دوره تیموری از سایر قسمت‌های کشور آبادتر و خراسان که از ساله‌های قبل، مقام مهم و شهرتی در صنعت نساجی داشت در دوره تیموری خیلی مهم‌تر و عظیم‌تر گردید خصوصاً شهرهای سمرقند و هرات در زمان تیمور و جانشینان مهمترین مراکز پارچه‌بافی نفیس شد. امراء و بزرگان دولت محصولات این شهرها را می‌پوشیدند و از آن‌ها بهترین پرده‌ها، فرش‌ها، بالش‌ها و متکاها را درست می‌کردند. تیمور عده زیادی از بافندگان چین و شام را به کشور خود آورد و آن‌ها را نوازش و ترغیب نمود و بر اثر آن صنعت نساجی پیشرفت کرد. پس به‌طور قطع این بافندگان و صنعتگران در ترقی و تکامل این صنعت در آن دوران تأثیر زیادی داشته‌اند. در حقیقت منسوجات ایران در دوره تیموری در کثرت استعمال نباتات متصل در تزئینات ممتاز می‌باشد و این همان سبکی است که در منسوجات عراقی و مصری آن دوره مشاهده می‌شود. امتیاز دیگر منسوجات این دوره در انواع جدیدی که معمول شده و بیشتر از دیبا و بافته‌های راه‌راهی است که طلا و نقره در آن‌ها به‌کار رفته است و با اشکال پرندگانی مطابق روش چینی تزئین شده است و به علاوه معمول شدن بافتن پارچه‌های مخملی بسیار عالی است.

این صنعت در دوره تیموریان در شهرهای یزد، اصفهان، کاشان و تبریز رونق و پیشرفت به‌سزایی کرده و کارخانه‌های این شهرها منسوجات خود را به اطراف و اکناف عالم اسلامی صادر می‌کردند. گرچه امروز نمونه‌هایی از منسوجات آن دوره در دست نیست اما به‌واسطه آثار و تصاویر کتب خطی باقی‌مانده، اطلاعات زیادی از آن دوره در دست هست. بدیهی است که در تمام این آثار تأثیر سبک و روش چین کاملاً هویدا و ظاهر است زیرا روابط محکمی که

میان ایران و خاور دور (چین) وجود داشت در دوره تیموری بسیار قوی‌تر شده و فرستادگان و هیئت‌های اعزامی متعددی از طرفین به دربارهای همدیگر رفت و آمد نموده‌اند و ایرانیان در آن وقت انواع صنایع چینی خصوصاً منسوجات را از چین وارد می‌کردند. در سال ۸۲۳ و ۸۲۶ هجری یک هیئت اعزامی از ایران به چین مسافرت نموده است که غیاث‌الدین نقاش جزء اعضاء آن بود. او مشاهدات خود را که متضمن معلومات زیادی درباره ابنیه و البسه چین می‌باشد، گزارش داده است.

تصویر شماره یک- تصویری از تیمور

طراحان، صنعتگران و کارگران ایرانی در رشته رنگرزی پارچه اهمیت به سزایی داشته‌اند گرچه نقاشی‌های چینی و هنرمندان نقاش آن‌ها خیلی زبردست و ماهر بودند ولی بیشترین ماده رنگی را از ایرانیان خریداری کرده و به‌کار می‌بردند.

ایرانیان با مخلوط کردن روناس و قرمزدانه همراه پوست گردو و کاربرد مواد رنگی را به نوعی تغییر می‌دادند و خود از مقدار ترکیب اطلاع داشتند و رموز کار را فقط پدر به پسر انتقال می‌داد؛ در صورتی‌که هنرمند پسر نداشت هنر و رمز ترکیب دادن را با خود به گور می‌برد و مکتوب نمی‌شد. این عمل برای آیندگان بسیار خطرناک و ناپسندیده بود ترکیب کردن چند نوع گیاه و سائیدن آن‌ها و جوشانیدن و دندانه دادن از هنرهای بسیار ارزنده ایرانی است که تا امروز هم ادامه دارد و رنگ‌هایی را که هنرمندان چینی برای خلق کردن یک اثر لازم داشتند نمی‌توانستند به راحتی به‌دست بیاورند لذا از ایرانیان مدد می‌گرفتند. در ایران در بافت قالی از ۷ رنگ کنار همدیگر نیز استفاده می‌شد و این کار فقط مخصوص بافندگان ایرانی بود. نمونه این عمل در روی فرشی که در موزه متروپولیتن آمریکا موجود است و با ۷ رنگ بافته شده نظر خارجیان را جلب کرده است. تا امروز از روی الیاف آن بسیار نمونه‌گیری شده تا بدانند چه نوع رنگی روی آن الیاف به‌کار رفته که هنوز پس از گذشت ۷۰۰۰ سال پاینده، شفاف، براق، سالم و بسیار خوش‌حالت است. تیمور هر شهری را که فتح می نمود اعلام می‌کرد که هنرمندان، دانشمندان، صنعتگران، سادات و علما به مسجد جامع شهر رفته و در امان می‌باشند و بدین‌وسیله هنرمندان و صنعتگران اعم از بافندگان، اسلحه‌سازان و تولیدکنندگان را جدا کرده و همگی آن‌ها را به سمرقند می‌فرستاد تا بتواند از آن‌ها بهره‌برداری و بهره‌کشی کنند و سود ببرد و تولید سرمایه کند.

ابن عربشاه در کتاب عجائب المقدور فی نوائب تیمور چنین می‌نویسد: « تیمور دوستدار دانشمندان بود. فضلاء ، سادات و بزرگان را به‌سزا می‌نواخت آنان را گرامی می‌داشت و به خود نزدیک و بر همه عامیان مقدم می‌داشت. هریک را به جایگاهی شایسته برآورده، حق حرمت آنان را نیک می‌شناخت، بساط رحمت و هیبت به یک جای می‌گسترد و در مباحثه سخن به مقتضای حشمت و از روی انصاف می‌گفت. به اهل صنعت و پیشه و هنرمندان و صنعتگران و کارگران و هر عالم را یک سال می‌دید و بدان فریفته می‌گشت، بر شاعران و بذله گویان خشمگین بود و پزشکان و ستاره‌شناسان را مقرب می‌داشت. غالباً در کار بازی شطرنج بود و بدان فکر خود را آزموده و پاکیزه می‌داشت. وی در سمرقند، سرا و بستانهایی بی‌شمار و کاخ‌هایی بلند ساخته و بهترین نهال‌ها در آن‌ها نشاند و هریک از آن‌ها را بدین گونه نامی نهاده بود. بوستان ارم، زینت دنیا، جنت فردوس، بستان شمال و جنت علیا. او هر شهری را ویران کرد، بستان و کاخی بنیاد نهاد و در بعضی از کاخ‌ها مجالس خویش را تصویر می‌کرد.»

تیمور هر شهری را که فتح می نمود اعلام می‌کرد که هنرمندان، دانشمندان، صنعتگران، سادات و علما به مسجد جامع شهر رفته و در امان می‌باشند و بدین‌وسیله هنرمندان و صنعتگران اعم از بافندگان، اسلحه‌سازان و تولیدکنندگان را جدا کرده و همگی آن‌ها را به سمرقند می‌فرستاد تا بتواند از آن‌ها بهره‌برداری و بهره‌کشی کنند و سود ببرد و تولید سرمایه کند.

تصرف اصفهان

تیمور در کتاب «منم تیمور جهانگشا» که به قلم وی نوشته شده است می‌نویسد « من راجع به اصفهان که می‌گفتند قدیمی‌ترین شهر عراق است (شهرهای وسط ایران را عراق می خواندند) چیزها شنیده بودم و میل داشتم بروم و آن شهر را ببینم. از روزی که من وارد ری شدم راه اصفهان را بستم و نگذاشتم هیچ‌کس به‌سوی اصفهان برود تا کسی خبر حرکت قشون مرا به سوی اصفهان به آن شهر نرساند. من می‌خواستم اصفهان را غافلگیر نمایم تا اینکه مجبور به جنگ طولانی نشوم. اگر اصفهان بدون مقاومت از پای در می‌آمد، می‌توانستم راه فارس را پیش گیرم و سزای سلطان منصور مظفری را در کنارش بگذارم. وقتی به ده فرسنگی اصفهان رسیدم در یک آبادی که اسم آن با مورچه شروع می‌شد توقف کردم. طلایه مقدم اطلاع داد که اصفهان برای دفاع حاضر است. من احتیاط کردم. در آن آبادی (مورچه خورت) از اهالی تحقیق کردم و معلوم شد که رودخانه‌ای از وسط شهر می‌گذرد. برای یک قشون که می‌خواهد وارد اصفهان شود راهی خوب است. تا نزدیک (سده) پیش رفتم و دو مرتبه تحقیق را شروع کردم. در آنجا طلایه را مأمور تحقیق کردم که آیا قشونی برای مقابله در خارج اصفهان هست یا نه. به من اطلاع دادند که درخارج اصفهان قشونی نیست. درمورد حصار شهر تحقیق کردم معلوم شد که حصار اصفهان هفت فرسنگ و نیم است و در هر یکصد و پنجاه گز یک برج دارد لذا سیصد برج در حصار اصفهان ساخته‌اند. محاصره چنین شهری که طول حصار هفت و نیم فرسنگ و سیصد برج دارد، احتیاج به بصیرت فوق‌العاده دارد.

وقتی من به اصفهان رسیدم فصل بهار بود و آب زاینده رود زیاد؛ پس نمی‌توانستیم از راه رودخانه وارد شویم. این بود که تصرف شهر را با نقب زدن بهتر دانستم. ابتداء حصار کوچک شهر را تصرف کردم ولی حصار بزرگ در پشت حصار کوچک بسیار مقاوم و دیوارها عریض و پاپی سنگی داشت. اینک باید زیر حصار بزرگ را نقب بزنم و به وسیله باروت حصار را منفجر می‌کردیم ولی معماران به من اطلاع دادند که نقب‌ها به آب می‌رسند و نمی‌توان از باروت استفاده نمود. این بود که امر کردم درخت‌های پیرامون شهر را بیندازند و برج‌های متحرک بسازند تا به‌وسیله آن‌ها حصار شهر را خراب کنند چون سربازان نمی‌توانستند نزدیک حصار شوند. مدافعان شهر از بالای حصار روی سرشان سنگ‌های گران می‌باریدند یا روغن داغ بر سرشان می‌ریخت.

اصفهانی‌ها به وسیله کبوتران خود از اخبار نقاط پشت حصار در رابط بین سده و اصفهان آگاه شدند و من بسیار خشمگین بودم که کلیه حرکات ما را می‌دانند. من نامه‌هایی را به تیر بستم و به‌درون شهر پرتاپ کردم و در آن نوشتم که هرگاه بر شهر مسلط شوم کسی را زنده نخواهم گذاشت. تهدید من قدری با اغراق مقرون‌تر بود زیرا در موقع گشودن شهرها از قتل دانشمندان، صنعتگران و شعرا خودداری می‌کردم و تیغ را بر آن‌ها حرام می‌دانستم. به من گفته بودند که در اصفهان، صنعتگرانی هستند که در ساختن شمشیر و زره کم‌نظیر هستند و شمشیرهای اصفهان در سراسر عراق و فارس معروف و بی نظیر است.

فکر می‌کردم که به صنعتگران مزبور احتیاج دارم و باید آن‌ها را به ماوراءالنهر ببرم تا در آنجا برای قشون من شمشیر و ذره بسازند و شاگردان سمرقندی و بخارایی را درکارگاه خود تربیت کنند. فصل بهار تمام شد و تابستان فرا رسید بدون اینکه اصفهانی‌ها دچار قحطی شوند. سربازان من از آب اصفهان دچار مرض تب نوبه شدند. در شهر اصفهان رفته رفته کمبود خواربار محسوس گردید ولی هنوز حاضر نبودند شهر را تسلیم کنند و فکر می‌کردند که من از محاصره خسته خواهم شد و مراجعت خواهم کرد. آنقدر در پیرامون اصفهان توقف کردم تا فصل تابستان گذشت و نسیم پاییز وزیدن گرفت در آن موقع آب رودخانه به‌قدری کم شد که نه فقط سواران بلکه افراد پیاده هم می‌توانستند بدون اشکال از مجرای رود وارد شهر شوند. من ۹ هزار نفر را از سربازان خود را به علت بیماری از اصفهان دور کردم و پنج هزار نفر هم در جنگ با محصورین کشته شده بودند و برای من یکصد و شش هزار سرباز باقی مانده بود.

در بامداد روز پانزدهم جمادی‌الاولی در سال ۷۸۰ هجری قبل از اینکه آفتاب طلوع کند حمله بزرگ علیه اصفهان شروع شد. وقتی سربازان من وارد شهر شدند در تمام آن شهر یک اسب و یا یک قاطر و الاغ و یک سگ وجود نداشت و سکنه اصفهان تمام جانوران را از فرط گرسنگی خورده بودند. اروگون فرمانده سوار نظام و عده زیادی از سربازانم در معابر شهر به قتل رسیده بودند. در حالی که باران می‌بارید از خواستند که جنگ را تمام کنم. شب فرا رسیده بود ولی اصفهانی‌ها به سختی مقاومت می کردند و به ما نشان دادند که دلیر و با جرأت هستند و اگر ترک جنگ کنم آن‌ها شبیخون می‌زدند و ما را از پای در می‌آوردند.

در آن روز اصفهانی‌ها ، هشت هزار و پانصد سرباز مرا به قتل رساندند. روز بعد از چهار طرف به اصفهان حمله کردیم و سربازان به دستور من عمل نموده و مرد و زن و کودک را بدون ترحم از دم تیغ گذراندند. در دومین روز جنگ اصفهان هفت هزار از سربازان من به قتل رسیده بودند.»

تصویر شماره ۲- حمل طلا و جواهرات اصفهان به دست تیمور

همان‌طور که در تصویر شماره ۲ مشاهده می‌شود جواهرات، طلا و ثروت اصفهانی که به‌دست تیمور افتاد و به سمرقند ارسال شد. در فتح اصفهان، حدود بیست هزار نفر از سربازان و فرماندهان تیمور کشته شدند و از اصفهانی‌ها حدود ۱۲۰ هزار نفر به قتل رسیدند.

مارسل بریون از قول تیمور می‌نویسد« در سرزمین گیلان آنقدر ابریشم به‌دست می‌آید که برای مصرف دنیا کافی است و در سنوات من در هر منطقه از جهان که پارچه ابریشمی دیدم، معلوم شد ابریشم گیلان است. بعد از ابریشم گیلان که به تمام دنیا می‌رود، بزرگترین کالایی که از سرزمین گیلان صادر می‌شود برنج است. من در گیلان برنج عنبرین را خوردم و از بوی خوش آن برنج لذت بردم و امر کردم مقداری از آن برنج را به وسیله کشتی از بندر گوتم به ماوراء النهر بفرستند که در آنجا نیز کاشته شود.

از عجایب این شهر این‌که یک مرد یا زن را ندیدم که دارای چشمان سیاه باشد و همگی شهر چشمان آبی داشتند شغل سکنه اسپهیدان پرورش کرم ابریشم است و بافتن پارچه‌های ابریشمی می‌باشد. در تمام شهر یک کشاورز برنج کار وجود ندارد. مردها و زن‌ها پارچه ابریشمین می‌بافند و من به تماشای کارگاه‌های بافندگی آن‌ها رفتم.

وقتی وارد طالش شدم: مردان و زنان طالشی بسیار قد بلند و تنومند بودند .این شهر امیری داشت به نام راعی. وقتی شنید که من به شهر او نزدیک می‌شوم به استقبالم آمد و شرط ادب نمود بعد از صرف غذا به داعی گفتم چند تن از مردان نیرومند خود را احضار کن تا با آن‌ها پنجه در پنجه اندازم. داعی اظهار کرد که این کار شایسته نباشد و من اصرار کردم. گفتم منظور من این است که خود را بیازمایم. دو نفر را حاضر کرد که سینه‌های برجسته را بازوی قوی داشته و من با آن‌ها مبارزه کردم و پیروز شدم.»

تصویر شماره ۳- نمایش زورآزمایی مرد تالشی با تیمور

نساجی امروز
ماهنامه علمی، پژوهشی، صنعتی
NASSAJI EMROUZ

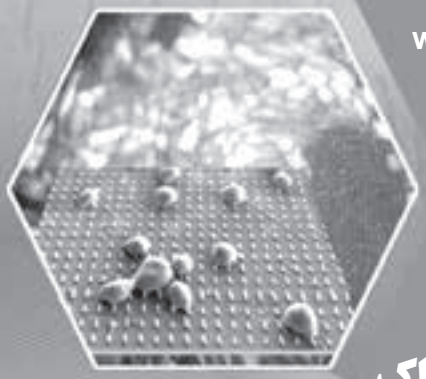
نساجی دروب

۴۴
وب‌نگار نساجی امروز
www.nassajiemrouz.ir
@nassajiemrouz

۶۰
Textile DB
www.textiledb.com
مهندس علیرضا پورناصرانی
مهندس فرزانه صالحی

۵۴
Nano Textile
www.nanotexnet.ir
شبکه نانو نساجی
(ستاد ویژه توسعه فناوری نانو)
@nanotexnet

۶۶
برندهای نساجی پوشاک



امیدوار به بهبود شرایط صنعت نساجی ایران

به اعتقاد **بهرام حریری- دبیر جامعه متخصصین نساجی ایران**- با توجه به توافقات هسته‌ای و هموار شدن راه‌های ارتباطی ایران با سایر کشورها، شاهد افزایش سرمایه‌گذاری در صنعت نساجی خواهیم بود و در این میان نقش متخصصین نساجی هم از نظر کیفیت محصولات و هم از لحاظ قیمت تمام شده بسیار حائز اهمیت خواهد بود. به گزارش سایت نساجی امروز، وی ضمن ابراز امیدواری نسبت به بهبود شرایط تولید و صنعت در دوران پساتحریم تصریح کرد: نگاه به تولید باید کاملاً تخصصی و حرفه‌ای شود تا محصولات منطبق بر استانداردهای بین‌المللی و نیازهای مصرف‌کنندگان جهانی ارائه گردند.

حریری در ادامه بیان داشت: جامعه متخصصین نساجی ایران، ارتباطات مستمری با دفتر نساجی وزارت صنعت دارد و پیشنهادات و نظرات مختلف خود را با این دفتر در میان می‌گذارد؛ به‌همین دلیل تصمیم گرفتیم جلسه مشترکی با حضور آقایان مهندس فیضی- رئیس هیئت مدیره- ، مهندس دانایی- نایب رئیس- ، دکتر کاظمی خزانه‌دار و بنده به‌عنوان دبیر جامعه با آقای علی‌آبادی- سرپرست اداره کل صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت- برگزار نماییم تا در این جلسه به ارائه اطلاعات بیشتر در مورد اهداف و فعالیت‌های جامعه متخصصین ارائه بپردازیم.

وی ادامه داد: در این جلسه علاوه بر بحث و تبادل نظر پیرامون جامعه، اقدامات انجام شده دفتر نساجی در زمینه مبارزه با قاچاق، تسهیل واردات پنبه از کشورهای مختلف و راه‌اندازی قرنطینه در مرز عراق، اختصاص ارز مبادله‌ای به واردکنندگان چیپس پلی‌استر و ... توسط آقای علی‌آبادی مطرح شد.

مهندس حریری ضمن اشاره به این مطلب که طی چند ماه اخیر، دفتر نساجی وزارت صنعت نقطه نظرات جامعه را در مورد موضوعات مختلف جویا شده، افزود: در جلسه مذکور آقای علی‌آبادی از دعوت اعضای هیئت مدیره جامعه در جلسات راهبردی مربوط به صنایع نساجی و پوشاک و استفاده از دیدگاه‌های متخصصین خبر داد. به گزارش سایت نساجی امروز، دبیر جامعه متخصصین نساجی ایران در ادامه به برنامه‌های آینده این تشکل تخصصی پرداخت و گفت: پیرو حضور در نمایشگاه نساجی تهران و دریافت بازخوردهای مختلف به این نتیجه رسیدیم که اعضای هیئت مدیره بیشتر درگیر فعالیت‌های جامعه شوند و در قالب فراخوان‌های مختلف و تماس مستمر با اعضای جامعه بتوانیم ضمن حفظ ارتباط از توانمندی‌های آنان در بخش‌های اجرایی بهره‌مند شویم.

حریری، افزایش خدمات رفاهی و برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی را دو برنامه مهم و کاربردی جامعه متخصصین نساجی ایران برشمرد و گفت: یکی از رسالت‌های جامعه نگاه ویژه به تخصص است و به همین دلیل برگزاری دوره‌های آموزشی خود را با توجه به خلأهای موجود در صنعت و نیازسنجی‌های صورت گرفته با جدیت ادامه خواهد داد.

رئیس اتاق بازرگانی ایران و آلمان: مشکلات بانکی ایران و آلمان حل نشد

رئیس اتاق بازرگانی ایران و آلمان با اشاره به حضور شرکت‌های خودروساز و قطعه ساز آلمانی در ایران، گفت: در حال حاضر مشکلات بانکی اجازه اجرای برخی قراردادها را بین دو کشور نمی‌دهد. به گزارش خبرگزاری اقتصاد ایران، **امید یراقی** در نشستی خبری گفت: راه برای تجارت میان ایران و آلمان دوباره باز شده است. ایران قبل از انقلاب بزرگترین بازار صادراتی آلمان پس از آمریکا بود.

وی با بیان اینکه هدف این نیست که ایران دوباره بازاری برای کالاهای صادراتی آلمان باشد، افزود: ریسک پذیری و موضوع مالیات‌ها از جمله مشکلاتی است که برای سرمایه‌گذاری آلمان در ایران وجود دارد البته دولت تلاش می‌کند که ریسک پذیری را در کشور کاهش دهد. رئیس اتاق بازرگانی ایران و آلمان با اعلام اینکه در چندماه گذشته قراردادهای زیادی میان شرکت‌های بخش خصوصی به امضا رسیده است، اظهار داشت: تولید خودروی فولکس واگن را در ایران شروع کردیم و امیدواریم که از سال دیگر شاهد تولید این خودرو در کشور باشیم.

یراقی با بیان اینکه یکی از نکاتی که ما به هیئت‌های خارجی تاکید می‌کنیم موضوع امنیت در ایران است، گفت: شریک‌های تجاری مانند روسیه روز به روز برای آلمان‌ها کمرنگ‌تر می‌شوند بنابراین ایران می‌تواند از این موضوع به عنوان یک فرصت استفاده کند. وی با اشاره به مشکلات بانکی میان ایران و آلمان، افزود: به غیر از بانک ایران و اروپا که در هامبورگ است، بانک دیگری در آلمان با ایران ارتباط ندارد و این بانک ۵.۵ میلیارد یورو تبادل بانکی با ایران داشته است که جای خوشحالی است اما باید این خدمات گسترش پیدا کند. رئیس اتاق بازرگانی ایران و آلمان به ایجاد یک مرکز ویزای بازرگانی آلمان و سوئیس در ایران اشاره کرد و افزود: یک ساختمان جداگانه برای موضوع ویزاهای تجاری، برگزاری کنفرانس‌ها و ملاقات‌های میان تجار این کشورها تحت نظارت سفارت آلمان و سوئیس در حال راه اندازی است تا کار بازرگانان و تجار این کشورها راحت تر انجام گیرد. یراقی با تاکید بر اینکه از اواخر سال فعالیت بازرگانان اتاق پررنگ تر و بیشتر خواهد شد، اظهار داشت: الان شرکت‌های آلمانی در بخش انرژی‌های تجدید پذیر در ایران شروع به همکاری کردند در بخش توربین‌های گازی یک قرارداد ۳.۶ میلیارد یورویی منعقد شد اما هنوز مشکلات بانکی باعث می‌شود که اجرای این قراردادها زمان‌بر باشد. وی در خصوص برنامه‌های اتاق برای صنعت نساجی ایران، گفت: فعلاً سرمایه‌گذاری شرکت‌های نساجی آلمان در ایران اتفاق نیافتاده است اما صنایع نساجی ما در کشور نیاز به ماشین‌آلات آلمانی دارد به خصوص اینکه این صنعت در کشورهای توسعه نیافته موجب اشتغالزایی زیادی می‌شود. رئیس اتاق بازرگانی ایران و آلمان درباره حضور پررنگ چینی‌ها در بازار ایران و برنامه آلمان برای جایگزین شدن به جای چینی‌ها، افزود: تجربه به تولیدکنندگان ثابت کرده که ماشین آلات چینی قابل رقابت با ماشین آلات آلمانی نیستند و تولیدکنندگان ایرانی هم از این موضوع

زیان زیادی را متحمل شدند البته باید توجه داشت که ماشین آلات آلمانی قیمت بالایی دارند و باید بررسی شود که برای چه تولیدی و با چه حجمی ماشین آلات وارد می‌شود. وی ادامه داد: البته راه اندازی یک خط تولید نیاز به فاینانس دارد اما الان مشکل اصلی بانک‌ها هستند که باید منابع مالی را تامین کنند که هنوز ارتباط خود را با ایران از سر نگرفته‌اند.

یراقی به تمایل آلمانی‌ها برای حضور در بازار خودرو و قطعه‌سازی ایران اشاره کرد و گفت: در حال حاضر دو شرکت بزرگ آلمانی که در بخش قطعه سازی فعالیت دارند در ایران حضور دارند، همچنین همکاری مگاموتور و یک شرکت آلمانی برای موتور تیبا در گذشته انجام شده است. همچنین همکاری مجدد مرسدس بنز با ایران خودرو دیزل هم از دیگر همکاری‌های شرکت‌های دو کشور است.

تولید محصولات مشترک به ویژه در بخش نساجی بین اصفهان و بنگلادش

رییس کمیسیون حمایت از سرمایه‌گذاری اتاق بازرگانی اصفهان گفت: برقراری روابط بانکی و بیمه ایی نخستین گام عملی رابطه اقتصادی ایران و بنگلادش است.

به گزارش برنا، **قاسم‌علی جباری** در دیدار با وزیر صنایع بنگلادش خواستار برقراری روابط اقتصادی بین بنگلادش و استان اصفهان شد و افزود: مزیت بنگلادش در تولید محصولات نساجی می تواند زمینه مشترکی با تولید کنندگان نساجی استان اصفهان ایجاد کند.

وی برقراری روابط بانکی و بیمه‌ای را نخستین گام برای برقراری روابط اقتصادی و تجاری بین ایران و بنگلادش برشمرد و ادامه داد: اقدام عملی بنگلادش در برقراری روابط بانکی و بیمه‌ای می‌تواند به توسعه روابط اقتصادی دو طرف منجر شود.

رییس کمیسیون حمایت از سرمایه‌گذاری، تأمین مالی و توسعه روابط خارجی اتاق بازرگانی اصفهان خواستار تولید محصولات مشترک به ویژه در بخش نساجی بین اصفهان و بنگلادش شد و خاطرنشان کرد: این محصولات می‌تواند در بازارهای بین‌المللی عرضه و مورد استقبال قرار گیرد.

وی گردشگری را از دیگر مزیت‌های استان اصفهان برشمرد و گفت: برقراری خط هوایی بین داکا و اصفهان می‌تواند روابط اقتصادی به ویژه در بخش گردشگری را تسهیل سازد.

تقاضا برای پوشاک داخلی ۴۰ درصد افزایش یافت

سخنگوی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز با اشاره به اقدامات مختلف برای مبارزه با عرضه و تقاضای قاچاق کالا گفت: با اقدامات انجام شده تقاضا برای پوشاک و صنایع نساجی داخلی ۴۰ درصد افزایش یافته است.

قاسم خورشیدی در حاشیه جلسه ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز در گفت‌وگو با خبرگزاری صدا و سیما افزود: همچنین تقاضا برای لوازم خانگی ایرانی تا حدی افزایش یافته که کارخانه‌های داخلی به تدریج در حال رسیدن به ظرفیت اسمی خود در تولید نزدیک می‌شود. وی با اشاره به اجرای طرح پیشگیری و مقابله با قاچاق در سطح عرضه در واحدهای صنفی کشور گفت : اتحادیه های صنفی مسئول اجرای این طرح هستند.

وی با بیان اینکه این طرح هم اینک در سطح کشور به صورت ارشادی و توجیهی ادامه دارد گفت : تا ۱۵ مهر بحث‌های ارشادی و توجیهی ادامه خواهد یافت و بعد از آن کالاهای قاچاق که در مراکز عرضه یافت شود ازجانب اتحادیه‌ها و اتاق اصناف جمع‌آوری خواهد شد. خورشیدی افزود: در واقع بعد از ۱۵ مهر و توجیه فروشندگان کالاهای مختلف برخورد قانونی با کالای قاچاق انجام خواهد شد.

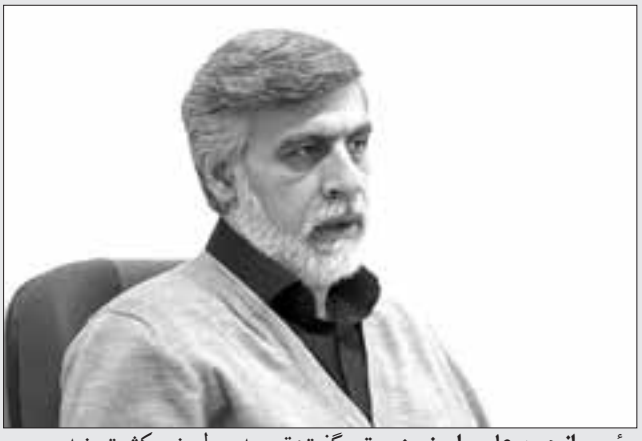
سخنگوی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز گفت : در ۶ ماهه اول امسال بیش از ۷ هزار میلیارد تومان کالای قاچاق در کشور کشف شد که سهم وزارت اطلاعات ۴ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان یعنی حدود ۷۰ درصد است.

خورشیدی افزود: اخیراً وزارت اطلاعات در ۵ انبار حاشیه تهران بزرگ موفق به کشف ۱۴ هزار تبلت و ۱۷ هزار پرینتر و اسکنر قاچاق شده است که برای آن

پرونده تشکیل شده و در اختیار مقامات قضایی قرار گرفته است .

وی با اشاره به پرونده قاچاق ۲ میلیون دلاری ارز در اردیبهشت امسال در استان همدان گفت : این پرونده را اداره کل اطلاعات استان همدان کشف کرد و با رهگیری مالی و پیگیری اطلاعاتی و دستگیری باند مربوطه مشخص شد که اعضای این باند از سال ۹۲ تا ۹۵ دو میلیارد دلار ارز غیر قانونی را به صورت قاچاق مبادله کرده‌اند.

رئیس انجمن علمی ایمنی زیستی: بحران اشتغال در قطب تولید پنبه



رئیس انجمن علمی ایمنی زیستی گفت: توسعه سطح زیر کشت پنبه موجب قرار گرفتن آن در تناوب با گندم شده و باعث کاهش آفات و بیماری‌های این محصول و افزایش تولید گندم نیز می‌شود.

بهزاد قره‌یاضی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایلنا، گفت: پنبه تراریخته مقاوم به آفات پروانه‌ای به پنبه‌ای اطلاق می‌شود که با استفاده از روش‌های نوین مهندسی ژنتیک یک ژن CRY1A یا CRY1C به آن منتقل شده است. این ژن‌ها قادر به تولید پروتئینی هستند به همین نام که قادرند حشرات آفت را قبل از ایراد هر نوع خسارتی از بین ببرند. در حال حاضر زراعت و تولید پنبه از آفت مهمی به نام کرم غوزه پنبه رنج می‌برد. او افزود: برای کنترل این آفت در ایران بین ۴ تا ۹ بار گاهی تا ۱۴ بار سمپاشی صورت می‌گیرد که نه تنها هزینه گزافی برای کشاورز و اقتصاد ملی تحمیل می‌کند؛ بلکه موجب آلودگی محیط زیست مرگ و میر حیوانات غیرهدف و مسمومیت و حتی مرگ و میر انسان می‌شود.

رئیس انجمن علمی ایمنی زیستی در ادامه گفت: در سال‌های قبل پنبه طلای سفید نامیده می‌شد زیرا با حدود ۳۵۰ هزار هکتار سطح زیر کشت ایران قادر به صادرات پنبه بوده و سهم مهمی در تامین ارز کشور داشت.

او در ادامه گفت: در سال‌های اول دهه ۱۳۵۰ آفتی به نام کرم سرخ پنبه در

استان‌های سیستان و بلوچستان طغیان کرد و در سال ۱۳۵۳ مقررات منع کشت پنبه در این استان‌ها اعمال شد در نتیجه عامل اصلی رونق اقتصادی منطقه یعنی کشت پنبه و کارخانه‌های پنبه پاک کنی در ایرانشهر از گردونه اقتصادی خارج شد و کشاورزان و کارگران بیکار شده و برای ارتزاق خود و خانواده ناگزیر از روی آوردن به تجارت غیرقانونی و سایر روش‌های غیرمولد شدند. در نتیجه سطح زیر کشت پنبه در سال‌های اخیر به زیر ۹۰ هزار هکتار کاهش پیدا کرده و موجب شده است که ایران مجبور باشد سالیانه ۶۰ هزار تن پنبه وارد کند که اخیرا نوع تراریخته آن از پاکستان وارد کشور می‌شود.

قره یاضی تاکید کرد: مصرف سموم شیمیایی در اراضی کشت پنبه افزایش چشمگیری داشته است و میانگین عملکرد کشور به دو تن در هکتار رسیده است و منطقه مکران همچنان دچار بحران تولید و اشتغال است در صورت تولید پنبه تراریخته در ایران که کاملا آماده ارائه به بازار بوده و در حال حاضر در سطح محدود آزمایش مزرعه‌ای حدود ۱۰ هکتار تولید می‌شود که نتایج مناسبی دارد.

او افزود: این نوع پنبه نسبت به کرم سرخ پنبه و کرم غوزه پنبه مقاوم است و می‌تواند در منطقه مکران کشت شود و توسعه کشت پنبه در این منطقه موجب ایجاد شغل برای کارخانجات پنبه پاک‌کنی و روغن‌کشی و تولید کنجاله برای دام خواهد شد و بازار کار را برای کشاورزان ایجاد می‌کند.

رئیس انجمن علمی ایمنی زیستی گفت: با کشت پنبه تراریخته مصرف سم حشره‌کش به صفر خواهد رسید و بخشی از روغن نباتی و کنجاله دام وارداتی کاهش خواهد یافت و در نهایت محیط زیست سالم‌تری را به ارمغان خواهد آورد. در طی مدت سه سال به خود کفایی قطعی رسیده و پس از آن حتی صادر خواهد شد. او در ادامه گفت: توسعه سطح زیر کشت پنبه موجب قرار گرفتن آن در تناوب با گندم شده موجب کاهش آفات و بیماری‌های گندم و افزایش تولید گندم نیز می‌شود. در حال حاضر بیش از ۶۸ درصد کل مساحت زیر کشت پنبه جهان اختصاص به کشت همین نوع پنبه تراریخته دارد و کشور هندوستان با ۱۳ میلیون سطح زیر کشت پنبه تراریخته و پاکستان با ۲/۹ میلیون هکتار پنبه تراریخته در جوار ایران تقریبا تمام مساحت زیر کشت پنبه خود را به کشت پنبه تراریخته اختصاص داده و از فوائد زیست محیطی و اقتصادی آن بهره می‌برند. اخیرا سازمان حفظ نباتات مجوز واردات پنبه از پاکستان را صادر کرده است که تماما تراریخته است.

پیشنهاد عرضه لباس ملی در فروشگاه‌های شهروند
نیازمند بانک ایده پوشاک ایرانی، اسلامی هستیم

مجتبی شاکری در تذکر پیش از دستور خود در جلسه غیرعلنی شورای شهر تهران، با اشاره به دغدغه مقام معظم رهبری در حوزه‌های زبان فارسی، بازی کودکان، سیما و منظر شهری و نیز اشاعه لباس ملی، گفت: در موضوع ترویج لباس ملی جلسات مشترکی با نمایندگان دوره قبل مجلس برگزار کردیم اما نتایج این جلسات به تولید مد و لباس ایرانی در جامعه منجر نشد. وی با بیان اینکه برابر مصوبه ابلاغی ۱۰ ماده ای شورای فرهنگ عمومی به شهرداری تهران نیز در بحث حجاب و پوشش تکالیفی در خصوص ترویج پوشش و حجاب مشخص کرده است، اظهار کرد: با جمع بندی مباحثی که در چند جلسه صورت گرفت ،اقدام عملی در این خصوص را در پنج گام می‌توان جامه عمل پوشاند. در گام نخست با فراخوان هر ساله ذهن‌های خلاق را برای طراحی مدهای جدید به صحنه کشید و یک بانک ایده از محصولات پوشاک ملی به صورت نمونه‌های دوخته شده گردآوری کرد. در گام دوم نمونه آثار با همکاری کارشناسان وزارت ارشاد براساس موازین تعریف شده داوری و گزینه‌های برتر به عنوان مد سال انتخاب شود. در گام سوم باید با همکاری صنوف این مدل‌ها با کیفیت بالا و قیمت مناسب و در رنگ آمیزی متنوع تولید شود و حتی شهرداری تهران ارزانتر از قیمت تمام شده و پرداخت یارانه رغبت تولید کنندگان را برای گرفتن سفارش بیشتر کند. شاکری با بیان اینکه گام چهارم در جهت ترویج پوشاک ملی، ایجاد حلقه توزیع مناسب است، اظهار کرد: شعب فروشگاه‌های شهروند در کنار دیگر مراکز فروش گسترده در سطح شهر و حتی کشور می‌تواند نقش موثری در توزیع این پوشاک ایفا کند.

عضو شورای شهر تهران، پنجمین گامی که شهرداری می‌تواند در پیمودن آن با دیگر نهادهای متولی حجاب و پوشش ملی همراهی کند را فرهنگ‌سازی توصیف کرد و گفت: در مرحله آخر باید لباس‌های فاخر و مناسب با مختصات ایرانی و اسلامی را در قالب مد به جامعه عرضه کنیم و به نوعی هسته تولید مد را از خارج به داخل کشور منتقل کنیم که البته این امر نیازمند همراهی دستگاه‌های فرهنگی و استقبال گروه‌های مرجع فرهنگی، هنری و... با انتخاب این نوع پوشش و ترویج آن در جامعه است.

پشت‌پرده قاچاق پوشاک

یک عضو اتحادیه تولید و صادرات پوشاک ضمن تشریح پشت‌پرده قاچاق

پوشاک و فعالیت غیر قانونی نمایندگی برندهای خارجی، اظهار کرد: وقتی پوشاک قاچاق را می‌گرفتند، با یک‌دهم قیمت دوباره به بازار وارد می‌کردند؛ بنابراین چگونه توقع داریم از صنعت پوشاک چیزی هم باقی بماند؟!

به گزارش پایگاه خبری شهر تهران، **مجید افتخاری** درباره مشکلاتی که یک تولیدکننده در حوزه پوشاک با آن مواجه است، اظهار کرد: بخشی از مشکلات پوشاک به حوزه تولید مربوط است. این حوزه زیرشاخه‌ها و قوانینی دارد که پوشش حمایتی ندارند. این قوانین به سی و چند سال پیش برمی‌گردد و کسانی که آن را وضع کردند نه صنعتگر بودند و نه تجربه صنعتگری داشتند.

او ادامه داد: قوانین موجود، موانع بسیاری را در تولید ایجاد می‌کند و هیچ مزیتی برای تولیدکننده در هیچ سطحی ندارد. اگر با یک دلال، یک واردکننده و همچنین یک تولیدکننده که ۳۰ سال فعالیت کرده، صحبت کنید، متوجه می‌شوید که یک واردکننده خیلی جلوتر است و بیشتر توانسته ارزش افزوده برای خودش خلق کند، زیرا روندهایی که باید از تولیدکننده در فضای کسب‌وکار حمایت کند، وجود ندارد.

این عضو اتحادیه تولید و صادرات پوشاک و نساجی بیان کرد: شرایط مالیات چندان مساعد نیست. واردکننده در حوزه بیمه همان مبلغی را پرداخت می‌کند که تولیدکننده می‌پردازد، بندهای حمایت‌کننده‌ای در حوزه‌ی بیمه برای تولیدکننده وجود داشت که جلوی آن را گرفتند. در بخش گمرک، کسانی که واردکننده هستند، با فرمول‌هایی آسان‌تر، کالاها را وارد ایران می‌کنند. این بروکراسی‌ها تولید را جذاب نمی‌کند و این قوانین به اصلاحات با رویکرد مثبت نیاز دارد.

افتخاری با بیان این‌که یکی از دلایل بی‌کاری، قوانین وزارت کار است، گفت: در وزارت کار، کارگر ماهر، نیمه‌ماهر و ضعیف تعریف نمی‌شود. مثلا حرفه چرخکار مشخص است در حالی که چرخکار ماهر، نیمه‌ماهر و ... داریم و شاید کسی که شایستگی دریافت حقوق مشخص‌شده را نداشته باشد، آن حقوق را دریافت کند و کسی هم که بیشتر از سطح حقوق تعریف‌شده کار می‌کند، همان سقف حقوق را دریافت کند.وی افزود: اولین کاری که باید در حوزه پوشاک انجام دهیم، برداشتن عینک بدبینی است. ما باید بپذیریم پوشاک در بسیاری از کشورهای بزرگ دنیا یک صنعت محسوب می‌شود که منبع درآمد است، در حالی که از پوشاک در ایران به‌عنوان یک شعار صبحت می‌کنیم و بیشتر ژست می‌گیریم.

این مدرس دانشگاه بیان کرد: تحقیقات متفاوت انجام‌شده نشان می‌دهد، هزینه اشتغال در حوزه پوشاک بسیار پایین است. پس باید نگاه‌ها به این صنعت تغییر کند و برای آن چشم‌اندازی ترسیم شود تا ببینیم چه موانعی در این زمینه وجود دارد. باید ببینیم موانع به‌وجود آمده به‌درستی ایجاد شده یا دلیل ایجاد آن‌ها را نمی‌دانیم. افتخاری اظهار کرد: ما در قوانین بخش واردات و گمرک، ایرادهایی داریم و می‌توانیم با مراجعه به تجربه، قوانین و فرمول‌های کشورهایی که صنعت پوشاک‌شان به مرور زمان توسعه پیدا کرده است، در صنعت خودمان به‌شکل بومی‌سازی استفاده کنیم، با انجام چنین کاری اولین قدم در این حوزه را برداشته‌ایم. سهل کردن شرایط سخت برای تولیدکننده می‌تواند برنامه حمایتی دولت محسوب شود.

او با بیان این‌که آمار دقیقی از خروجی صنعت ما وجود ندارد، درباره آینده صنعت پوشاک در ایران اظهار کرد: تولیدکننده در ایران با بسیاری از مسائل دیگر کاری ندارد و ترجیح می‌دهد برای او موانع ایجاد نکنند. بسیاری از تولیدکننده‌ها ریزش پیدا می‌کنند، برخی تولیدکنندگان هم که به‌صورت علمی و منطقی با وضعیت فعلی کار می‌کنند می‌مانند و خلأهای ایجادشده از کمبود تولید داخلی را برندهای خارجی پر می‌کنند. افتخاری توضیح داد: بخشی از بازار عمده‌ی ما به‌صورت غیرقانونی دست خارجی‌هاست و این بازار به مرور زمان با برداشته شدن تحریم‌ها به‌شکل قانونی در اختیار آن‌ها قرار می‌گیرد. بقیه تولیدکنندگان داخلی هم از رده خارج می‌شوند، زیرا هیچ سیاستی علیه دامپینگ (صادرات یا واردات یک کالا با قیمت کمتر از هزینه‌های تمام‌شده) وجود ندارد. بسیاری از کشورها از جمله ترکیه به‌شکل دامپینگ وارد کشور می‌شوند و ما برای این موضوع روندی نداریم. بنابراین شاهد برون‌رفت برخی از تولیدکنندگان داخلی می‌شویم.

او بیان کرد: زمانی که کشورهای دیگر متوجه این موضوع شوند، آن‌ها هم به‌شکل دامپینگ وارد بازار ایران می‌شوند. در کشور ما هیچ سیستم کنترلی وجود ندارد تا ببینیم چه مقدار از بازارمان را می‌توانیم در اختیار کشورهای خارجی قرار دهیم، ما هنوز نگاه کلان به پوشاک نداریم. ما در سنوات گذشته از کشف پوشاک قاچاق ناراحت می‌شدیم، زیرا کالاها به یک‌دهم قیمت فروخته و با قیمت واقعی دوباره وارد بازار می‌شدند، شخصی که این کالاها را می‌خرید با ۳۰۰ درصد سود، باز هم نصف قیمت واقعی کالا را نمی‌فروخت.

این تولیدکننده اظهار کرد: مورد داشتیم که شخصی را با کالای قاچاق گرفتند، کالای او را مصادره کردند و خودش را به زندان انداختند. همان شخص دوباره کالایش را خرید و استدلالش این بود اگر این کالاها را به‌شکل قانونی وارد

می‌کردم به مراتب باید هزینه بیشتری نسبت به این‌که دوباره کالای قاچاق خودم را خریدم، پرداخت می‌کردم.
افتخاری ادامه داد: سال‌ها این دغدغه‌ی تولیدکنندگان بوده که اکنون مقام معظم رهبری به آن ورود کرده‌اند، ایشان واژه‌ها و کدهای خوبی را مطرح کرده‌اند؛ اما باز هم در اجرای آن با مشکل مواجه می‌شویم. دومین درد ما برندهای خارجی در کشور هستند که دو حالت دارند یا قانونی هستند یا غیرقانونی که دومین سم تولید است. عرضه‌کننده این برندها بالای فروشگاه خود تابلوی یک برند مطرح خارجی را نصب می‌کند، در حالی که آن برند اصلا در ایران نمایندگی ندارد و به جای آن، کالاهای تقلبی چینی عرضه می‌کنند. برخی شرکت‌های برند خارجی، ایران را تحریم کرده‌اند، پس چطور می‌توانند در ایران نمایندگی داشته باشند! با این موارد هم به شکل مهربانه و حدود سه سالی می‌شود که می‌خواهند برخورد کنند. این عضو اتحادیه تولید و صادرات پوشاک و نساجی افزود: اگر کار ما علمی بود محاسبه می‌کردیم ببینیم در مدتی که قرار بوده با این برندها برخورد شود، تولیدکننده‌های داخلی تا چه اندازه از صنعت خارج شده‌اند. تمام برندهای خارجی که در ایران وجود دارند یا نمایندگی مجاز نیستند، یا تابلوی آن‌ها دروغ است یا کالای تقلبی عرضه می‌کنند و هیچ کسی هم با آن‌ها کاری ندارد. برخی از نمایندگی‌های مجاز هم بخشی از کالاهای خود را قانونی و بخش دیگری را به‌صورت قاچاق وارد کشور می‌کنند، مثلا ۴۰ درصد کالا را قانونی و ۶۰ درصد آن را غیرقانونی وارد می‌کنند و مسوولان نمی‌توانند آن را کنترل کنند.
افتخاری با بیان این‌که چشم‌انداز خوبی را درباره کنترل کالای قاچاق نمی‌بینم، گفت: در جلسات خصوصی گفته می‌شود اگر بتوانیم جلوی قاچاق را حتی به میزان دو درصد بگیریم، کار بزرگی انجام داده‌ایم، زیرا دیدگاه مسوولان ما این است که پنج میلیارد دلار بازار پوشاک دست قاچاق است و اگر ما بتوانیم جلوی حدود یک درصد آن را هم بگیریم رقم بزرگی است، متاسفانه هنوز هم مسوولان ما باور ندارند که می‌توانند جلوی این کار را بگیرند.
این عضو اتحادیه تولید و صادرات پوشاک و نساجی بیان کرد: ۳۰۰ کانتینر وارد قشم می‌شود که حتی یکی از آن‌ها هم قانونی خارج نمی‌شود. اگر این کانتینرها متعلق به بازار داخلی قشم نیست، پس چه می‌شود؟ کالا وارد بازار قشم می‌شود، اما به‌صورت غیرقانونی خارج می‌شود و هیچ نظارتی هم روی آن نیست. اگر در مناطق آزاد چنین مشکلاتی وجود دارد به راحتی می‌توانیم قوانین را تغییر دهیم و ورود پوشاک به مناطق آزاد را ممنوع کنیم.
او گفت: ورود قاچاق بسیار آسان است. می‌توانید با پرداخت ۵۰۰ هزار تومان بیعانه در قشم، ۱۰ میلیون تومان جنس بخرید و چهار روز بعد، کالای قاچاق را جلوی در مغازه تحویل بگیرید. سپس بقیه پول کالا را همراه هزینه حمل و نقل را پرداخت کنید. مشکل بعدی این است که قاچاق قبح ندارد و کسی به این کار قاچاق نمی‌گوید. به این کار همه چیز می‌گویند به‌جز قاچاق.
افتخاری اضافه کرد: آمار ما در بخش تولید واقعا دردناک است. کسانی که در بدنه‌ی تولید بخش پوشاک مانده‌اند، شاید یک بیماری دوست‌داشتنی درون‌شان دارند که نگاه یا توجیه اقتصادی برای آن وجود ندارد و اگر سرمایه‌شان را به ملک یا دلالی وارد می‌کردند، شاید سود بیشتری می‌کردند.

بازدید شرکت‌های ایرانی از فناوری‌های نساجی در ازبکستان

تعدادی از شرکت‌های جمهوری اسلامی ایران با حضور در دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی پنبه ازبکستان، از فناوری‌های نساجی این کشور بازدید کردند.
به گزارش خبرنگار خبرگزاری فارس در تاشکند، نمایندگان بخش صنایع نساجی جمهوری اسلامی ایران و دیگر کشورها روز گذشته از کارخانجات تبدیل پنبه ازبکستان در استان تاشکند بازدید و در پایان بازدید از کارخانجات، انبار و ترمینال پنبه در مورد خریداری این محصول قراردادهای را نیز منعقد کردند.
این بازدید در حاشیه دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی پنبه ازبکستان برگزار شد و شرکت کنندگان در این نمایشگاه از تکنولوژی مدرن این کشور در صنعت نساجی بازدید کردند. نمایندگان ایران معتقدند ازبکستان یکی از بهترین کشورهای تولید پنبه و نخ می‌باشد. به گفته کارشناسان ایرانی، آنها چندین سال است که در این نمایشگاه حضور دارند که در سال‌های اخیر ازبکستان در زمینه تولید و صادرات پنبه به خصوص در چیدمان انبارها و پاک کردن پنبه پیشرفت خیلی خوبی داشتند. ازبکستان از لحاظ تولید پنبه در مقام ششم و از لحاظ صادرات الیاف پنبه در مقام پنجم در جهان قرار دارد. این کشور سالانه نزدیک به ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تن پنبه خام، نزدیک به یک میلیون تن الیاف پنبه تولید و حدود ۵۰ درصد الیاف پنبه را به خارج از کشور صادر می‌کند.
دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی پنبه تاشکند روزهای ۱۲ و ۱۳ اکتبر (۲۱ و ۲۲ مهر ماه) با حضور تعدادی از شرکت‌های جمهوری اسلامی ایران در مرکز نمایشگاه بین‌المللی «اوزاکسپومرکز» شهر تاشکند برگزار شد.

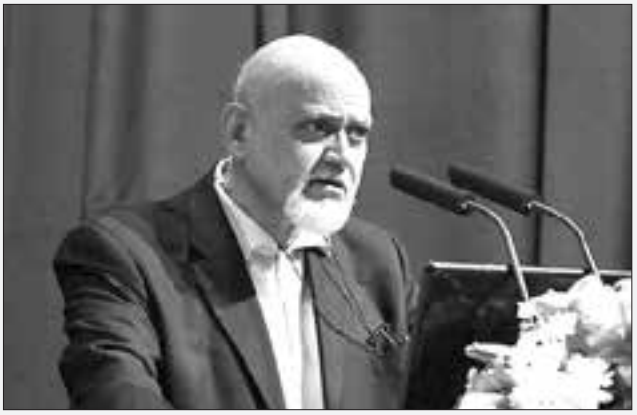
چاپ سه بعدی روی الیاف منسوجات

یک شرکت آمریکایی فعال در حوزه چاپ سه بعدی، قرارداد همکاری برای استفاده از فناوری چاپ سه بعدی نانومواد روی الیاف منسوجات را با یک شرکت اروپایی منعقد کرده است.

به گزارش ستاد ویژه توسعه فناوری نانو، شرکت (NanoDimension) در حوزه الکترونیک چاپ سه بعدی فعالیت دارد. این شرکت اخیراً از طریق یکی از شرکت‌های تابعه خود اقدام به فعالیت در حوزه چاپ سه بعدی روی الیاف منسوجات کرده است. این شرکت برای این کار، همکاری مشترکی با شرکت نساجی اروپا به‌منظور چاپ سه بعدی ترکیبات رسانا روی منسوجات آغاز کرده‌است. در این پروژه از فناوری منحصر به فرد موسوم به AgCite استفاده شده و نوعی جوهر رسانای مبتنی بر نانوذرات نقره است. در کنار این فناوری از پلتفورم چاپی DragonFly2020 3D نیز استفاده خواهد شد.

براساس ملزومات این شرکت اروپایی قصد دارد فرآیند چاپ خود را به‌منظور استفاده روی الیاف منسوجات تغییر دهد. در طول این فرآیند، قرار است ترکیبات رسانا روی پلتفورم‌های مختلف چاپ شود. همچنین مقرر شده است که ویژگی‌های محصول تولید شده از نظر رسانایی، انعطاف‌پذیری و کشش مورد آزمایش قرار گیرد. این نتایج نشان داد که ترکیبات رسانای چاپی دارای انعطاف‌پذیری کافی برای بافته شدن هستند. این آزمایش‌ها، شواهد کافی برای اثبات عملکرد فناوری این شرکت را فراهم کرد تا بتوان از این فناوری برای تولید منسوجات استفاده کرد. بنابراین مسیر تولید مسنوجات هوشمند با استفاده از این فناوری هموار شده و می‌توان بدون ایجاد محدودیت برای تا شدن، حرکت و خستگی، نسل جدیدی از منسوجات هوشمند را تولید کرد. امروزه تولید منسوجات هوشمند، امکان ترکیب الکترونیک با نساجی به یکی از دغدغه‌های مسئولان صنعت نساجی تبدیل شده است. چاپ سه بعدی می‌تواند با استفاده از نانومواد این شرایط را فراهم کند. هدف این دو، تولید منسوجات هوشمند با استفاده از نانوپوشش‌های رسانا روی الیاف است. بازار منسوجات هوشمند در حال حاضر ۸۰۰ میلیون دلار است که تا سال ۲۰۲۰ به رقم ۴.۷۲ میلیارد دلار خواهد رسید. این رقم به معنای افزایش ۳۳.۵ درصدی در هر سال است. این نوع منسوجات برای استفاده در بخش نظامی بسیار ایده‌آل بوده و صنایعی نظیر پزشکی نیز از آن بهره‌مند خواهد شد. بانداژهای هوشمند، دستکش‌های پیشرفته و حسگرهای قابل پوشیدن از جمله مصداق‌های این فناوری هستند.

کالاهای قاچاق چگونه وارد کشور می شوند؟

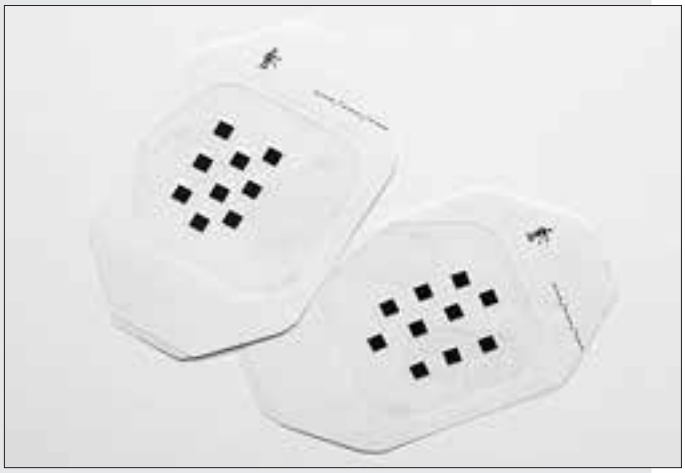


شمس اردکانی گفت: یکی از علل تعطیلی واحدهای تولیدکننده پوشاک و چرم،قیمت پایین کالاهای وارداتی است که ریشه آن اتفاقا در قاچاق سوخت است. **عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی و صنایع معادن تهران**، با بیان اینکه مسئله مهم، منابع مالی قاچاق و چگونگی تامین این منابع است که باید با آن مقابله شود،اظهار داشت: سهم عمده منابع مالی قاچاق کالا از درآمدهای حاصل از قاچاق سوخت به خارج از کشور تامین می شود؛ در نظر بگیرید که قیمت گازوئیل با در نظر گرفتن تمامی هزینه‌ها، در لب مرز ۶۰۰ تومان باشد و در حالی که در آن طرف مرز در ترکیه قیمت آن حداقل ۲۰۰۰ تومان است، این شکاف قیمتی باعث ایجاد یک منبع درآمدی عظیمی برای قاچاقچی‌هاست. وی افزود: طبق گزارش شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران روزانه حدود ۱۵ میلیون لیتر گازوئیل به خارج از کشور قاچاق می شود که با یک محاسبه ساده به درآمد هنگفت قاچاق سوخت پی خواهیم برد، یکی از راه های وارد کردن این حجم عظیم پول بدست از آمده از قاچاق به اقتصاد کشور، مبادله کالا به کالای سوخت با کالاهای دیگر است.

شمس اردکانی با بیان اینکه در ازای قاچاق سوخت به کشور مقصد،کالا دریافت می شود،خاطرنشان کرد: این کالا از مبادی قانونی وغیر قانونی وارد کشور

می‌شود و با فروش آن کالاها در داخل درآمد قاچاق سوخت حاصل می‌شود.
وی اضافه کرد: بعضا دیده شده که قیمت برخی از اجناس ترکیه ایی مخصوصا پوشاک و محصولات چرمی در بازار تهران کمتر از قیمت آن در کشور سازنده است که بعضی افراد از آن به عنوان دامپینگ شرکت‌های ترکیه‌ای نام می برند، در حالی که در دامپینگ، شرکت سازنده کالا اقدام به فروش کالا در خارج از کشور با قیمت پایین‌تر از داخل کشور می‌کند، در حالی که در اینجا قاچاقچی‌ها هستند که به‌علت بهره‌مندی از منابع هنگفت حاصل از قاچاق سوخت، می‌توانند به راحتی با دستکاری قیمت کالای وارداتی به کاهش قیمت کالاهای مصرفی که وارد کرده اند دست بزنند، نه تولید کننده ترکیه‌ایی! عضو هیات نمایندگان اتاق تهران یادآورشد: یکی از عللی که در سال‌های اخیر شاهد تعطیلی کارخانجات پوشاک و چرم در داخل کشور هستیم، دستکاری قیمت کالای وارداتی با استفاده از منافع ناشی از قاچاق سوخت است. او با اشاره به اینکه قاچاق سوخت مختص گازوئیل نیست، عنوان کرد: قاچاق در خیلی از فرآورده‌های نفتی دیگر نیز اتفاق می افتد که دسترسی به این حجم از سوخت و جابجا کردن این حجم عظیم منابع مالی حاصله، از توان خرده قاچاقچیان خارج است و نشان از این دارد که با باندهای حرفه ایی در قاچاق مواجه هستیم. شمس اردکانی خاطرنشان کرد: به عنوان مثال در جزیره قشم خط لوله‌ای به طول سه کیلومتر کشف شد که از طریق آن قاچاق سوخت انجام می شد و این خط لوله در سال ۸۹ کار گذاشته شده بود. درنتیجه مبارزه با قاچاق نیاز به یک اقدام اساسی و همه جانبه دارد. او با بیان اینکه اقدام اساسی دیگر برای مقابله با قاچاق، اصلاح نظام قیمت گذاری سوخت است،گفت: امید است که با اصلاح نظام قیمت گذاری در سوخت بتوانیم از هدر رفت منابع ملی و از بین رفتن صنایع داخلی جلوگیری کنیم. به گفته وی با قطع جریان مالی قاچاق سوخت، جلوی بخش عظیمی از قاچاق گرفته خواهد شد.

تولید چسب‌های بیمارستانی ضد قارچ و باکتری در کشور



محققانی از دانشگاه رازی کرمانشاه با بهره‌گیری از نانوذرات عنصر مس موفق به تولید پوشش‌های پلیمری ضد باکتری، قارچ و کپک شده‌اند که می‌توان آن‌ها را به‌عنوان پانسمان و چسب‌های بیمارستانی مورد استفاده قرار داد. به گزارش ایسنا، امروزه بشر به دلیل ارتقای آگاهی‌اش از بهداشت و سلامت فردی، نیازهای متفاوت و جدیدی را می‌طلبد و انتظار دارد تا محیط اطراف، وسایل، لباس‌ها و هر آنچه او با آن‌ها سروکار دارد، عاری از هرگونه آلودگی و بوی بد باشد. ازاین‌بین منسوجات و پوشش‌ها محل مناسبی برای رشد باکتری‌ها و قارچ‌ها هستند و در صورت وجود رطوبت، حرارت و تغذیه کافی، باکتری در آن‌ها رشد کرده و موجبات بیماری، بوی بد و عفونت را فراهم می‌آورند. پوشش تخت‌های بیمارستانی، ماسک‌های پزشکی و چسب‌های زخم بهترین شرایط رشد باکتری و میکروارگانیسم‌ها را ایجاد می‌کنند. به‌کارگیری فناوری نانو در تولید این نوع پوشش‌ها، افزایش کارایی و دوام این پوشش‌ها را موجب شده است.

دکتر امیررضا عباسی، عضو هیأت علمی دانشگاه رازی کرمانشاه و از محققان طرح ضمن تأکید بر لزوم اجرای این طرح در رابطه با اهداف دنبال شده گفت: هدف از انجام این طرح به‌کارگیری مواد ارزان‌قیمت حاوی ترکیبات مس به‌منظور تولید نانوکامپوزیت‌های زمینه ابریشمی ضدمیکروب بوده است.
وی افزود: استفاده از نتایج این طرح تحقیقاتی در صنعت پلیمر و نساجی، صرفه اقتصادی را در پی دارد. همچنین مواد گران‌قیمت وارداتی جای خود را به مواد ارزان‌قیمت بومی خواهند داد. محقق طرح تصریح کرد: تکنیک فراصوت یا سونوشیمی به‌عنوان یکی از تکنیک‌های مؤثر در سنتز مواد نانوساختار در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است. در این روش به کمک امواج فراصوت حباب‌هایی تولید شده و انرژی زیاد حاصل از ترکیدن این حباب‌ها صرف شکستن پیوندها می‌شود. در این طرح از این روش جهت پراکنده کردن همگن و یکنواخت نانوذرات در زمینه پلیمری از روش سونوشیمی استفاده شده است. وجود این نانوذرات علاوه بر اعطای خاصیت ضد میکروبی به پلیمر، موجب بهبود خواص فیزیکی و مکانیکی نانوکامپوزیت حاصل می‌شود. به گفته محقق این طرح، در این پژوهش نانوذرات اکسید مس بر روی الیاف ابریشم با استفاده از روش تابش امواج فراصوت (سونوشیمی) رشد داده شده است. تأثیر دما، زمان واکنش، تابش امواج فراصوت و حلال بر روی رشد نانوذرات درون الیاف مورد مطالعه قرار گرفته است. همچنین مورفولوژی نانوذرات رشد داده نیز به کمک میکروسکوپ الکترونی بررسی شده است. دکتر عباسی خاطرنشان کرد: بر اساس تصاویر میکروسکوپ الکترونی، اکسید مس به صورت کریستالی بر روی الیاف ابریشم رشد کرده است. نتایج این تحقیقات که حاصل تلاش‌های دکتر امیررضا عباسی، عضو هیأت علمی دانشگاه رازی کرمانشاه و گروه تحقیقاتی وی در دانشکده شیمی این دانشگاه است، در مجله The Iranian Chemical Society به چاپ رسیده است.

صنعت نساجی را دریابید

معاون صنایع و امور صنعتی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان گفت: کشور ترکیه درآمد چند ده میلیاردی از پوشاک، منسوجات و محصولات چرم دارد که بی‌شک این صنعت سهم عمده‌ای در قرار گرفتن این کشور در بین ۲۰ اقتصاد بزرگ دنیا دارد. **علی کلانتری** در گفت‌وگو با خبرنگار ایسنا، منطقه زنجان، اظهار کرد: صنعت نساجی از قدیمی‌ترین صنایع موجود در جهان است و قدمت بسیار طولانی دارد و تاثیری که در پیشرفت صنعت و اقتصاد دنیا گذاشته و خواهد گذاشت اهمیت این صنعت را بیان می‌کند، به گونه‌ای که این صنعت به‌عنوان یک صنعت پایه شناخته می‌شود.

این مسئول ادامه داد: سرمایه‌گذاری در صنعت نساجی دارای مزایای بسیاری است و این صنعت ارزش‌افزوده به نسبت بالایی تولید می‌کند و نسبت به سرمایه‌گذاری که در آن می‌شود اشتغال نسبتا بالایی را ایجاد می‌کند و در صورت تمرکز بر صادرات، ارزآوری مطلوبی دارد و همین مزایا باعث شده اکثر کشورهای در راه توسعه که اکثرا فاقد منابع معدنی و نفت و گاز نیز هستند، جهت ارتقا و رونق اقتصاد خود به سرمایه‌گذاری در این صنعت روی می‌آورند و کشور ترکیه با درآمد چند ده میلیاردی از پوشاک، منسوجات و محصولات چرم دارد که بی‌شک این صنعت سهم عمده‌ای در قرار گرفتن این کشور در بین ۲۰ اقتصاد بزرگ دنیا دارد. کلانتری تصریح کرد: بر اساس گزارش دفتر مطالعات آماری و راهبردی انجمن صنایع نساجی نیاز کشور در حال حاضر در حدود ۹ میلیارد دلار به انواع محصولات نساجی است که در بهترین شرایط حداکثر توان تولید داخل ۶٫۵ میلیارد دلار است و در زمینه پوشاک، نخ و پارچه نیاز هر فرد در کشورهای جهان سوم و توسعه به طور متوسط ۲۰ متر طول در سال ارزیابی می‌شود.

وی افزود: با این مقیاس نیاز کشور با توجه به ۸۰ میلیون نفر جمعیت کشور در حدود یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون متر خواهد بود که در بهترین شرایط ۵۰ درصد امکان تولید در کشور وجود دارد و با تبدیل واحد طول به وزن در حدود ۸۵۰ هزار تن برآورد می‌شود. معاون صنایع و امور صنعتی سازمان با اشاره به سایر موارد صنعت نساجی کشور خاطرنشان کرد: نیاز کشور به کت و شلوار ۲٫۵ میلیون دست است که فقط یک‌پنجم آن می‌توان تولید داخلی آن را به‌وجود آورد و نیز در کشور تولید در زمینه نخ پنبه و به خصوص نخ فاستونی ظریف به شدت مورد نیاز است و لوازم جانبی تولید پوشاک مانند دکمه، چسب‌های نر و ماده، زیپ در داخل تولید نمی‌شود و یا میزان تولید آن‌ها بسیار ناچیز است و اگر در این بخش‌ها سرمایه‌گذاری شود می‌توان جلوی واردات را گرفت و علاوه‌بر آن اشتغال داخلی ایجاد کرد. وی یادآور شد: استان زنجان نیز به‌عنوان قطب صنایع نساجی در کشور مطرح است و در زمینه تکنولوژی مورد استفاده، پس از استان اصفهان رتبه دوم را دارد. گروه نساجی و پوشاک در استان جدود ۸۰ واحد فعال با اشتغال زایی بیش از پنج‌هزار نفر را شامل می‌شود و در صورت ایجاد زنجیره تکمیلی در استان، می‌توان اقتصاد استان را رونق بخشید.

پارچه ایرانی ارزان شد

ایران دارای مزیت مواد اولیه در صنعت نساجی و پوشاک است، اما نگاه نادرست و برنامه ریزی و مدیریت نامناسب سبب شده تا این صنعت در ایران بسیار عقب تر از جایگاه حقیقی خود باشد؛ به طوریکه در یک نیمه سال رقم صادرات پارچه ایرانی کمتر از ۲۲ میلیون دلار باشد. به گزارش ایسنا، بزرگ‌ترین مزیت صنعت نساجی ایران امکان تامین مناسب مواد اولیه آن در داخل است و می توان مواد اولیه مورد نیاز این صنعت را با کیفیت و کمیت مناسب تامین کرد و این در حالی است که به گفته کارشناسان، بخش عمده قیمت تمام‌شده صنعت نساجی یعنی بین ۶۵ تا ۸۵ درصد از کل قیمت را مواد اولیه آن تشکیل می‌دهد. سابقه ایران در تولید مواد اولیه صنعت نساجی نشان می دهد که علاوه بر تامین نیاز داخلی تولیدکنندگان نساجی و پوشاک به ویژه در پنبه که جزو مواد اولیه طبیعی محسوب می شود، امکان صادرات مازاد این مواد اولیه به سایر کشورها نیز وجود دارد؛ به طوریکه ایران در گذشته موفق به تولید ۲۵۰ هزارتن پنبه در سال هم شده است که ۱۰۰ هزار تن آن صادراتی بوده و این در حالی است که با از دست دادن این مزیت اکنون در موقعیتی هستیم که به زحمت بخش کشاورزی قادر به تولید یک سوم از نیاز صنعت نساجی ایران است که همین امر عدم برنامه ریزی مناسب در این حوزه را نشان می دهد.

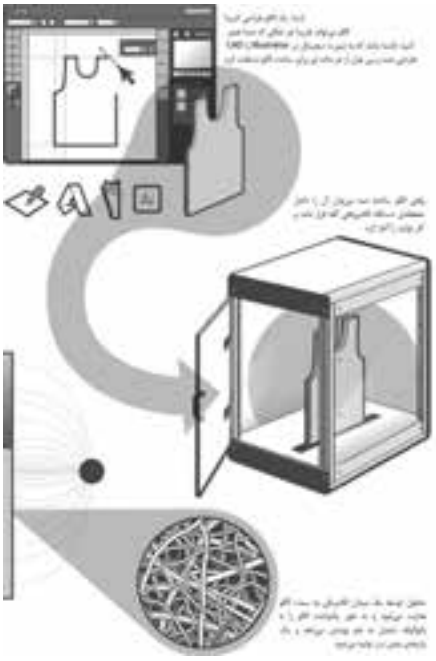
از سوی دیگر برخی مواد اولیه مورد نیاز در صنعت نساجی، مواد مصنوعی یا تولید شده توسط پتروشیمی ها هستند و جالب تر آنکه، پتروشیمی های داخل نیز علاقه مندند که به جای فروش محصولات خود به تولیدکنندگان داخلی، ان را

به کشورهای دیگر صادر کنند.
صادرات این مواد در حالی صورت می گیرد که به نظر می رسد، فروش محصولات با ارز برای تولیدکنندگان محصولات پتروشیمی سود بیشتری دارد، اما قضیه آن جایی جالب می شود که زمانی که تولیدکنندگان برای خرید این محصولات به صورت ارزی و با قیمت صادراتی هم ابراز تمایل می کنند بازهم تولیدکنندگان محصولات پتروشیمی به جای تامین نیاز داخل، سعی در حفظ بازارهای صادراتی خود دارند. به این ترتیب، عدم تامین مواد اولیه مورد نیاز، هدف گذاری نامناسب بخش صنعت و تجارت، مدیریت ناکارآمد در سطوح مرتبط با این حوزه، تحریم‌های وضع شده علیه ایران، عدم توجه به نقدینگی و سرمایه در گردش بخش نساجی و به روزآوری آن و همه و همه سبب شده است تا جایگاه این صنعت در ایران به جای پیشرفت روزافزون، به افول برود و ایران نه تنها به جایگاه حقیقی خود نرسد بلکه جولانگاه پارچه و پوشاک قاچاق و فاقد هرگونه شاخص های کیفی شود. بدل شدن بازار نساجی و پوشاک ایران به محل عرضه اجناس قاچاق و ارزان سبب شده تا تولیدکنندگان نیز بیش از پیش از پا درآیند و این صنعت نیمه جان به صنعتی فلج تبدیل شود. بر همین اساس گزارشی از جدیدترین آمار صادرات انواع پارچه‌های نسجی ایرانی به کشورهای دیگر نشان می دهد که در شش ماهه نخست سال جاری به رغم افزایش وزنی صادرات، ارزش دلاری آن نسبت به مدت مشابه سال گذشته با کاهش همراه بوده است. بر پایه گزارشات مقدماتی گمرک جمهوری اسلامی ایران در نیمه نخست امسال، ۳۲۷۵ تن انواع پارچه نسجی به کشورهای مقصد صادر شده است که ارزش این محموله های صادراتی به ۲۱ میلیون و ۵۷۶ هزار دلار می رسد، این در حالی است که در مدت مشابه سال گذشته ۳۱۰۶ تن انواع پارچه از ایران صادر شده بود و ارزش آن رقمی بیش از ۲۲ میلیون و ۲۱۱ هزار دلار بوده است.
فارغ از اینکه قیمت هر کیلوگرم پارچه نسبت به سال گذشته با کاهش همراه بوده است، صادرات ۲۱.۵ میلیون دلاری پارچه در سال جاری برای صنعتی که یکی از صنایع اولویت دار ایران به شمار می رود، عددی حقیر به نظر می رسد.

تلاش صنعت نساجی برای غلبه بر قاچاق

صنعت نساجی ایران که می‌تواند زمینه‌ساز توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی و صادرات گسترده باشد امروز متأثر از واردات بی‌رویه و قاچاق با معضلاتی جدی روبرو است، اما فعالان این صنف –صنعت تلاش می کنند با تولید محصولات کیفی بر رقبای خارجی غلبه کرده و بار دیگر بازار کشور را در اختیار گیرند.
به گزارش جهان اقتصاد، این درحالی است که بسیاری از کشورها چون چین، ترکیه و هند سالانه از صادرات پوشاک و دیگر منسوجات میلیاردها دلار درآمد دارند.
در خصوص وضعیت تولید و بازار پوشاک کشور سیدعلی اصغر بهبهانی رییس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان کشباف، جوراب، کاموا در گفتگو با خبرنگار جهان اقتصاد، گفت: اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان کشباف، جوراب، کاموا در سال ۱۳۵۱ تاسیس و در حال حاضر بیش از ۴ هزار و ۴۰۰ نفر است.
بهبهانی که سال ۱۳۹۴ به عنوان رییس این اتحادیه انتخاب شده است درباره مشکلات صنعت نساجی گفت: یکی از بزرگترین مشکلاتی که همیشه گریبان گیر این صنف بوده، واردات بیشمار کالای قاچاق است که سبب شده بسیاری از تولیدکنندگان فعالیت خود را متوقف کرده و اعلام ورکشکستگی کنند.
وی درباره تفاهم‌نامه‌ای که فروردین سال ۱۳۹۴ میان ایران و ترکیه و با هدف بهبود همکاری‌های اقتصادی و تجاری میان SMEهای دو کشور و قدرت رقابت پذیری آن‌ها در بازارهای جهانی به امضا رسیده بود اشاره کرد و گفت: متاسفانه محصولاتی که از کشور ترکیه به بازارهای ایران راه پیدا کرده‌اند خلاف وعده‌هایی بود که کشور ترکیه به ایران داده‌بود و این موضوع در حالی است که تمامی منسوجاتی که به اسم ترکیه وارد ایران می‌شود، تولیدات کشور چین و بنگلادش بوده و از درجه کیفی دو و سه برخوردارند. بهبهانی به یادآوری دوران رونق صنعت نساجی ایران توضیح‌داد: در سال‌هایی نه چندان دور صنعت نساجی ایران از نظر کمی و کیفی در مسیر توسعه قرارداشت و در صورت تداوم آن شرایط امروز می‌توانستیم به عنوان صادرکننده در بازار منطقه حرفی برای گفتن داشته باشیم. وی در مورد تلاش‌های دو جانبه اتاق بازرگانی و اتحادیه‌های صنفی فعال در حوزه پوشاک گفت: با اینکه پیگیریهای فراوانی در مورد واردات محصولات قاچاق انجام شده‌است اما همچنان شاهد ورود کالای قاچاق به بازار پوشاک کشورهستیم و با این حال هنوز امیدواریم اقدامات دولت تدبیر و امید برای حل معضلات به نتیجه‌ای مطلوب برسد.
این فعال صنفی در بیان توانمندی صنعت نساجی کشور با اشاره به به مرغوبیت تولیدات تریکو داخلی توضیح‌داد: کیفیت محصولات تریکوی ایران به اندازه‌ای است که به رقبای خارجی کمتر اجازه قدرت نمایی داده‌است، چنانکه تجار کشور ترکیه تلاش می کنند تا با نفوذ کردن به این بخش چون دیگر محصولات سهمی از بازار را به خود اختصاص دهند که البته تا کنون موفق نبوده‌اند.

فرایند تأمین بودجه برای تولید دستگاه الکتروبافی



سازندگان دستگاه الکتروبافی تصمیم گرفته‌اند که برای تولید اولین آزمایشگرهای آلفای خود و افزایش میزان بودجه‌ی گروه، از خط‌مشی تأمین سرمایه‌ی جمعی Kickstarter استفاده نمایند. آن‌ها تولید نمونه‌های اولیه‌ی آزمایشگرهای آلفای خود را تنها با سرمایه‌ی ۴۵۰۰ دلار آغاز کردند و امیدوارند که با جذب سرمایه عمومی، سرمایه‌ی کلی خود را به ۵۰۰۰۰ دلار ارتقا دهند. به نظر می‌رسد که تابه‌حال درراه رسیدن به این هدف موفق بوده‌اند، زیرا در کمتر از یک روز ۱۳۷۰۰ دلار جمع‌آوری کرده‌اند. شما درباره‌ی این ابداع چه فکر می‌کنید؟ آیا تولید لباس سفارشی را متحول خواهد کرد؟

دستگاه الکتروبافی چیست؟

دستگاه الکتروبافی از جهاتی شبیه به یک چاپگر سه‌بعدی معمولی به نظر می‌رسد ولی عملکرد آن کاملاً متفاوت است. در فرایند الکتروبافی از میدان الکتریکی برای هدایت محلول ویژه‌ی تهیه نانو الیاف استفاده می‌شود. کاربران به‌صورت دستی یا با استفاده از نرم‌افزار CAD یک الگو تولید می‌کنند که در عمل می‌تواند از هر ماده‌ای مثل مقوا، وینیل و غیره ساخته شود و سپس این الگو داخل محفظه‌ی تولید دستگاه قرار می‌گیرد. در این محفظه، میدان الکتریکی محلول را مستقیماً به‌سوی الگوی تولیدشده توسط کاربر، هدایت می‌کند و الگو با مخلوطی از پلی‌استر/پنبه یا پلیمرهای دیگر به‌طور یکنواخت پوشانده می‌شود. در حال حاضر این گروه در حال تحقیق بر روی چندین ماده شامل ابریشم و اکریلیک هستند. پس از تکمیل فرآیند، قالب پوشش داده‌شده از دستگاه خارج‌شده و پارچه فوراً باید از قالب خارج شود.

ازنظر سازندگان دستگاه الکتروبافی، پوشاک تهیه‌شده با چاپگرهای سه‌بعدی متداول، اغلب دارای اتصالات ظریفی همچون لولا هستند که امکان خم شدن و حرکت را در ماده ایجاد می‌کند. ولی منسوج تهیه‌شده با دستگاه الکتروبافی ذاتاً انعطاف‌پذیر و سبک است. این پارچه از تعداد بی‌شماری لیف کوچک (نانو الیاف و میکرو الیاف) تشکیل‌شده است و به این معناست که این پارچه انعطاف‌پذیری، آویزش و تا خوردن مورد انتظار شما از یک پارچه را دارا هست.

مشخصات دستگاه الکتروبافی عبارت است از:

*ابعاد کلی: ۶۲۰ × ۱۰۸۰ × ۱۰۰۰ (میلی‌متر)

*محفظه‌ی داخلی: ۶۰۰ × ۹۰۰ × ۹۰۰(میلی‌متر)

*حداکثر اندازه‌ی قالب: ۹۰۰ × ۸۰۰ (میلی‌متر)

*محدوده‌ی ولتاژ: ۲–۱۹ کیلوولت

*اتصال به کامپیوتر: از طریق USB

کیت دستگاه الکتروبافی وسیله‌ای برای طراحی و ساخت پارچه‌های سه‌بعدی سفارشی است. هنگام کار با این دستگاه، به نخ، سوزن و یا دوخت نیازی نیست. کاربران تنها نیاز به داشتن اندکی مهارت CAD برای کشیدن الگوهایشان دارند و بقیه‌ی کار را دستگاه الکتروبافی انجام می‌دهد.

از سوی دیگر، فناوری به‌کاررفته در این وسیله، فرآیند سنتی تولید منسوجات را در یک مرحله خلاصه می‌کند. به‌جای ارسال ماده‌ی اولیه به کارخانه‌ها که در آنجا فرآیندهای متعددی برای تولید یک منسوج انجام شود، دستگاه الکتروبافی می‌تواند ماده‌ی اولیه را مستقیماً به کالای نهایی تبدیل نماید.

دستگاه الکتروبافی چگونه کار می‌کند؟

در دستگاه الکتروبافی از فرآیند الکتروریسی برای تبدیل محلول به الیاف جامد که روی یک الگوی سه‌بعدی جمع‌آوری می‌شوند، استفاده می‌شود. این فرآیند تولید هدایت‌شده با میدان (FGF) نامیده می‌شود. یک میدان الکتریکی داخل محفظه‌ی دستگاه الیاف را به روی الگوی سه‌بعدی هدایت می‌نماید و در آنجا الیاف به هم متصل می‌شوند.

مواد مورد نیاز در الکتروبافی

سازنده این دستگاه در حال حاضر مخلوط سفارشی از پلی‌استر/پنبه در اختیار مشتریان قرار می‌دهد که سازگار با الگوهایی است که به همراه دستگاه الکتروبافی تحویل داده می‌شود. ماده‌ی اولیه پارچه‌ها به‌صورت مایع تحویل داده می‌شود که قبل از شروع به کار داخل دستگاه گذاشته می‌شود. در حال حاضر کیت‌های اولیه به همراه ۱/۵ لیتر محلول پلی‌استر ارائه می‌شوند که حداقل برای تولید ۷ کلاه عرقچین، ۴ تی‌شرت بدون آستین یا ۳ دامن کافی است.

برای آشنایی با نحوه عملکرد دستگاه فیلم های زیر را مشاهده نمائید.
در ذهن سازندگان دستگاه الکتروبافی چه می‌گذرد؟

رنگ!

سازندگان نمی‌خواهند پارچه‌های این دستگاه در آینده سفید باقی بمانند. اگرچه در حال حاضر امکان رنگرزی منسوجات تهیه‌شده به این روش هم وجود دارد؛ اما هدف سازندگان این است که این مرحله‌ی اضافی را نیز حذف کنند و پارچه‌های رنگی تنها با فشار یک دکمه تولید شوند. ایشان همچنین در حال گسترش محدوده‌ی مواد سازگار با دستگاه الکتروبافی هستند. تاکنون مخلوط سفارشی پلی‌استر/پنبه‌ی مناسب بوده است و این گروه در حال بهینه‌سازی محلول‌های ابریشم و اکریلیک می‌باشند. همان‌طور که در تصاویر SEM مشاهده می‌شود، این فرآیند واقعاً قادر به تولید الیاف با مقیاس نانومتری است.

نانوالیاف نورتاب در لباس شب تاب

امکان استفاده از دیودهای نورتاب آلی (OLED)، در طیف گسترده‌ای از کاربردهای عملی وجود دارد. دیود نورتاب آلی، ماده‌ای است که با اعمال جریان الکتریکی، از خود نور ساطع می‌کند. این فناوری در حال حاضر در نمایشگرهای الکترونیکی تلفن همراه، MP3 Player، دوربین‌های دیجیتال و هم‌چنین صفحه‌نمایش تلویزیون‌ها مورداستفاده قرار می‌گیرد.از OLEDها می‌توان به شکل نانوالیاف نورتاب در منسوجات الکترونیکی و الکترونیکی نوری نیز استفاده نمود. با تلفیق الیاف با تجهیزات نانو الکترونیکی، در آینده نزدیک ممکن است شاهد حضور حس‌گرهای نوری و نمایشگرهای منعطف بافته‌شده در داخل پوشاک بوده و یا از نسل‌های بعدی تلفن هوشمند یا iPad بر آستین لباس خود استفاده کنیم که دارای پنل‌های خورشیدی برای شارژ باشند. این هدف به لطف پژوهشگران دانشگاه ایالتی لووا، یک گام به تحقق نزدیک‌تر شده است. این محققان الیاف الکترولومینسانس تک‌بعدی در ابعاد کوچک‌تر از میکرون ساخته‌اند. (a) طرح‌واره نانوالیاف نورتاب الکترولومینسانس را نشان می‌دهد. در اصطلاح به ساختار این الیاف، هسته/پوسته‌ای اطلاق می‌شود. هسته الیاف از فلز مایع galinstan تشکیل‌شده است که به‌عنوان کاتد عمل کرده و پوسته آن از پلیمر کمپلکس فلزی بر پایه مواد الکترولومینسنس آلی (مخلوط روتنیوم و بی پیریدین/ پلی‌اتیلن اکساید) و لایه سوم الیاف نیز از فیلم شفاف اکسید ایندیوم قلع به‌عنوان آند تشکیل‌شده است. هسته‌ی مایع و پوسته‌ی پلیمری با استفاده از روش الکتروریسی و لایه آند با روش تبخیر، ساخته‌شده‌اند. تصویر (b) مکانیسم الکتروریسی را نشان می‌دهد.(c) تصویر TEM از نانوالیاف نورتاب الکترولومینسانس (d) تصویر میکروسکوپ نوری از قسمت پوسته و (e) تصویر الیاف قرارگرفته بین دو میله نگه‌دارنده را نمایش می‌دهند.

در حال حاضر، الیاف نورتاب الکترونیکی، با روش مرسوم و بر روی الیاف نوری موجود با قطر بیش از چند ده میکرون تولید می‌شوند.

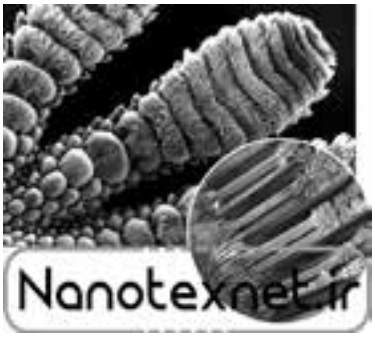
نتایج آزمایش‌های دکتر Liong Dong، استادیار گروه مهندسی برق و کامپیوتر در دانشگاه لووا، حاکی از آن است که بزرگ‌ترین بخش (ازنظر حجمی و وزنی) و درعین‌حال غیر کاربردی‌ترین بخش در دستگاه‌های نورتاب، بستر یا زیر آیند آن است. اگر دستگاه نورتاب الکترونیکی ماده‌ی زیر آیند نداشته باشد بسیار سبک‌تر و انعطاف‌پذیرتر خواهد بود. در تحقیقات متعدد پیشین، پس از تکمیل ساخت دستگاه زیر آیند به روش شیمیایی از دستگاه جدا می‌شد. این پس فرآیند شیمیایی بااهمیت، می‌تواند منجر به نابودی ساختار دستگاه با مواد شیمیایی شود.

فرایند تولید نانوالیاف نورتاب

ازاین‌رو به‌کارگیری روش الکتروریسی یک روش ساده، ارزان و مؤثر به‌منظور توسعه نانو الیاف نورتاب با توان نسبتاً بالا است. این الیاف به ماده‌ی زیر آیند احتیاج نداشته و تمام اجزای آن به‌صورت یکپارچه و تک‌محوری، در راستای یک لیف تک‌بعدی قرار می‌گیرند. پس از الکتروریسی نانوالیاف نورتاب هسته /پوسته، الیاف توسط دو میله استیل نگه‌دارنده، ثابت می‌شوند. به‌منظور ایجاد پوشش آندی، می‌بایست بخش مرکزی الیاف با اکسید ایندیوم قلع پوشش داده شوند. بخش‌هایی که نباید با لایه آند پوشیده شوند، توسط یک پوشش مخصوص محافظت می‌شوند. پس از اعمال آند به روش تبخیر، اطراف اضافی الیاف بریده‌شده و روی یک قطعه شیشه‌ای قرار می‌گیرند. از رزین اپوکسی نیز برای بستن دو سر آزاد الیاف استفاده می‌شود. از طیف گسترده‌ای از مواد مانند شیشه، پارچه، پلاستیک، فلز، سیلیکون، فویل آلومینیوم و کاغذ می‌توان به‌عنوان نگه‌دارنده الیاف استفاده کرد. سازگاری الیاف الکترولومینسانس با بسترهای متفاوت بسیار بالا و تقریباً بی‌حدومرز است.

نور ساطع‌شده از نانوالیاف نورتاب با استفاده از دوربین CCD در ۲/۴ ولت و توسط چشم غیرمسلح در اثر اعمال ولتاژ ۲/۵ تحت گاز نیتروژن قابل‌مشاهده است.

منسوجات زیست تقلید و تحقق رویای مرد عنکبوتی



پژوهشگران با مطالعه رفتار مارمولک هنگام بالا رفتن از دیوار، به فکر طراحی سامانه‌ای برای بالا رفتن از سطوح عمودی همچون مرد عنکبوتی افتادند. امروزه با الهام گرفتن از حرکت مارمولک بر دیوار، افراد با استفاده از یک جفت دستکش مخصوص که از مواد پیشرفته همچون منسوجات زیست تقلید تهیه‌شده است، می‌توانند چندین کیلومتر بر روی شیشه بالا بروند.

به‌منظور طراحی این دستکش مخصوص شرکت‌های فعال در زمینه‌ی تولید مواد از سراسر جهان گرد هم آمدند. زیست‌شناسان بر این باورند که راز بالا رفتن مارمولک از سطوح، به وجود الیاف میکروسکوپی موسوم به تارچه (setae) بر سطح پاهای چسبناک این حیوان بازمی‌گردد.

الیاف تارچه از طریق برهم‌کنش با سطح، میزان تماس میان هر پای مارمولک را با سطح افزایش می‌دهد و درنتیجه مارمولک قابلیت بالا رفتن از هر جنس دیواری را دارد. در اصل برهم‌کنش میان تارچه‌ها و سطح به نیروی بین‌اتمی واندروالس ایجادشده میان پای جانور و سطح مربوط می‌شود که سبب غلبه بر نیروی جاذبه اعمال‌شده در اثر وزن مارمولک خواهد شد. همین امر رویای مرد عنکبوتی با استفاده از منسوجات زیست تقلید را ایجاد کرد.

تئوری نحوه حرکت مارمولک را فیلم زیر مشاهده نمائید.

به‌بیان‌دیگر مارمولک‌ها تاندون‌های متفاوتی با سایر حیوانات در پاهای خوددارند که برخلاف سایرین فقط وظیفه ارتباط بین استخوان و ماهیچه‌ها را بر عهده ندارد. تاندون‌های مارمولک ارتباط مستقیمی بین پوست پاها و ماهیچه‌ها برقرار می‌کند. وقتی‌که مارمولک انگشت‌هایش را روی زمین قرار می‌دهد، با افزایش فشارخون در کف پای حیوان، موج‌های سینوسی ایجادشده و فشاری در جهت خلاف سطح ایجاد می‌شود. در این حالت تاندون‌ها سخت شده و در جهت حرکت مارمولک فشار وارد می‌کنند. ترکیب نرمی پوست و سختی تاندون‌ها سبب حرکت آسان مارمولک بر روی انواع سطوح مختلف می‌شود. با کنترل همین تاندون‌ها مارمولک در هنگام حرکت دادن پاهایش نیروی واندوالس بین سطح و پاهایش را حذف کرده و به‌پیش می‌رود.

منسوجات زیست تقلید با الهام از پای مارمولک

دانشمندان با تقلید از پاهای مارمولک و با استفاده از مواد نرم لاستیکی همچون پلی اورتان و ترکیب آن با موادی همچون کولار و نانو الیاف کربن سختی مشابه تاندون‌ها را در منسوجات زیست تقلید ایجاد کرده‌اند. طراحی این مواد به‌صورت تارچه‌های موجود در کف پای مارمولک انجام‌شده است.

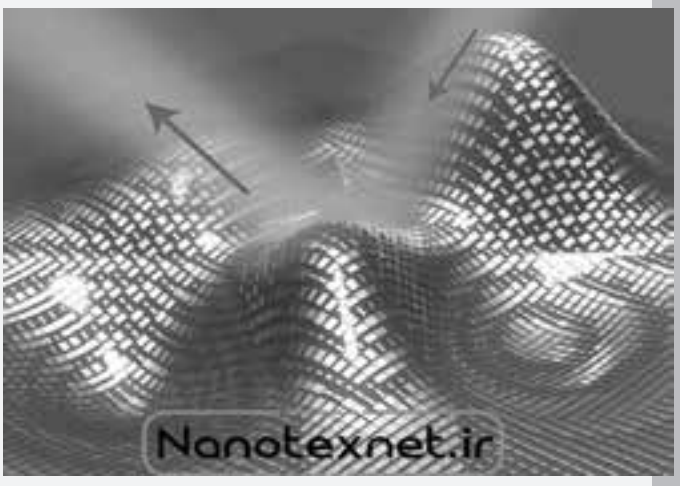
در پژوهشی دیگر از نانولوله‌های کربنی چند دیواره (MWCNT) برای این منظور استفاده‌شده است. هر نانولوله با طولی در حدود ۱۰۰–۵۰ میکرومتر و قطری در حدود ۲۰–۱۰ نانومتر می‌تواند به‌عنوان یک تارچه مجزا در ساختار دستکش الهام گرفته‌شده از پاهای مارمولک، به‌کاربرده شود. این نانو ساختار لوله‌ای باتحمل فشار ۱۶ مگا پاسکالی توانایی فراهم کردن قسمت سخت پاهای مارمولک را در دستکش دارد.

نمونه‌های اولیه از منسوجات زیست تقلید به صورت دستکش برای مردی که می‌خواهد از سطح شیشه بالا برود تهیه‌شده است. همچنین روبات هوشمند نجات‌دهنده نیز به این دستکش‌ها مجهز شده تا توانایی بالا رفتن از سطح و دیوارهای مختلف را داشته باشد.

شنل نامرئی : افسانه دیروز، واقعیت امروز

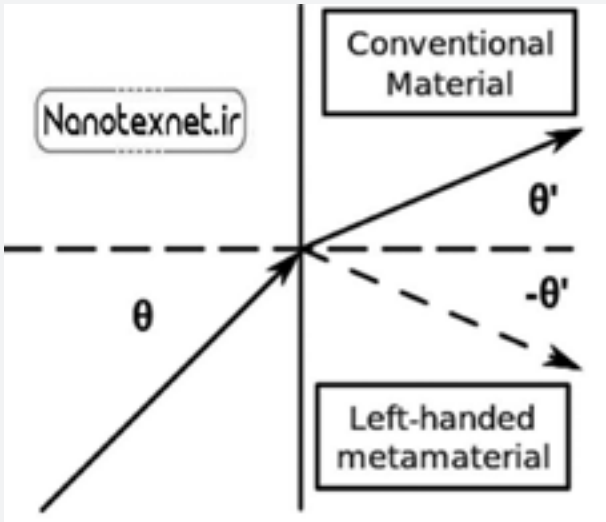
شنل نامرئی پارچه‌ی انعطاف‌پذیری است که برای نامرئی کردن اشیا استفاده می‌شود. اولین شنل از مواد حجیمی با خواص نوری ویژه ساخته شده بود، اگرچه این شنل توانایی پنهان کردن اشیا را داشت، اما این مواد حجیم سازنده، هنوز به چشم می‌آمدند. Xiang Zhang و همکارانش در دانشگاه کالیفرنیا، شنلی را با موادی به ضخامت ۸۰ نانومتر ساخته‌اند که در طول موج نور مرئی (۷۳۰ نانومتر) دیده نمی‌شود.

این شنل بسیار نازک، نور را از فرد کاملاً پراکنده می‌کند به طوری که گویا نور از سطح آینه‌ای بازتاب شده است. برای ایجاد این خاصیت، پژوهشگران از الگوی سطحی متشکل از نانوذرات آنتنی طلا استفاده کرده‌اند. در این الگو متا سطحی از نانوذرات طلا در ۶ اندازه متفاوت با ابعادی کوچکتر از طول موج نور مرئی بدست آمده است تا شرایط مناسب را برای حداکثر پراکندگی نور ایجاد نماید. پژوهشگران برای برای بهبود انعکاس متاسطح از لایه‌ای دی‌الکتریک استفاده کرده‌اند. این طراحی، توانایی صنعتی شدن را دارد با این محدودیت که در زاویه نور ورودی ۳۰ درجه تا عمودی کار می‌کند.



اصول کار شنل نامرئی

پراکندگی نور هنگام برخورد با جسم توانایی تشخیص و مشاهده جسم را ایجاد می‌کند. متامواد در هنگام برخورد نور، خاصیت نوری متفاوتی از خود نشان می‌دهند. خاصیت نوری متامواد با ساختار فیزیکی این مواد ارتباط دارد و مستقل از ساختار شیمیایی این مواد است. متامواد، موادی هستند که هنگام برخورد نور ضریب شکست منفی تولید می‌کنند. متامواد بطور طبیعی وجود ندارند و نور را در خلاف جهت مواد معمولی منحرف می‌کنند. به عبارتی دیگر، این مواد مسیر نور را منحرف کرده و به پشت جسم منتقل می‌کنند از این رو باعث نامریی شدن جسم می‌شوند. به بیان بهتر در این مواد، پرتو تابش و پرتو شکست هر دو در یک طرف خط عمود قرار می‌گیرند، بر خلاف مواد معمولی که پرتو تابش و پرتو شکست در دو سوی خط عمود قرار می‌گیرند.



این خاصیت در شنل‌های‌قدیمی که توسط این پژوهشگران تولید شده است نیز وجود داشت با این تفاوت که شنل‌های قدیمی حجیم بودند و از قابلیت تولید انبوه برخوردار نبودند. همچنین حجم زیاد با تغییر پارامترهای محیطی سبب تشخیص آن می‌شد. در واقع این شنل اجسام را نامرئی کرده اما موقعیت خود شنل قابل تشخیص بود. ذهانگ می‌گوید این برای اولین بار است که اجسام سه بعدی با استفاده از شنل نامرئی می‌شوند. متامواد با استفاده از نانوساختارهایی با خواص الکترومغناطیسی خاص که در طبیعت یافت نمی‌شوند، طراحی شده‌اند. این شنل بسیار نازک که شبیه پوششی نازک است به راحتی قابلیت طراحی و اجرایی شدن دارد و به راحتی قابلیت پنهان نمودن اجسام ماکروسکوپی را دارد." متامواد یکی از علوم جدید است که مربوط به افزودن اتم ناخالصی به ساختار بلور است و در فیزیک حالت جامد کاربردهای زیادی دارد. این مواد از ترکیب میله‌های ریز و مجموعه‌ای از حلقه‌های فلزی و مانند آنان ساخته شده‌اند که سبب بروز خواص نامتعارف در این مواد شده است.

فیلتر نانو و افزایش بازده توربین های گازی

شرکت آمریکایی CLARCOR Industrial Air که از موفقیت فن‌آوری فیلتر توربین گازی این شرکت در سال ۲۰۱۴ و راه‌یابی این محصول به ۳۰۰ مورد از تاسیسات صنعتی در سراسر جهان خبر داده بود، با افزودن ویژگی‌های جدید به نمونه اولیه‌ی تولیدی، محبوبیت فیلترهای خود را افزایش داده است به نحوی که با رشد ۲۶۶ درصدی طی ۱۸ ماه، به بیش از ۸۰۰ توربین افزایش یافته است. موفقیت فوق‌العاده این محصولات بیان‌گر این است که کاربران توربین، منافع مستقیم استفاده از این فیلترها را در عملکرد توربین‌های خود درک کرده‌اند.

این شرکت با استفاده از فناوری نانوالیاف، فیلتر نانو برای مصارف نیروگاهی ارائه نموده است. فن‌آوری فیلتر جریان پاک PRO (خروجی مطمئن قابل پیش‌بینی) ثابت می‌کند که بازده فیلتر تنها معیار برای انتخاب یک فیلتر نیست. به گواهی داده‌های عملکردی این فیلتر، این فیلتر تمامی مزایای فیلترهای HEPA را با کسری از هزینه نسبت به فیلترهای مذکور فراهم می‌آورد.

از فیلترهای جریان پاک PRO می‌توان در تاسیسات جدید و یا بازسازی شده در مسیر جریان عرضی، جریان رو به بالا و جریان تقسیمی به‌منظور بهبود اثربخشی عملیاتی استفاده نمود. این فیلتر در انواع سلولی، کیسه‌ای، پانلی و کارتریج با هندسه‌های مختلف در دسترس بوده و برای نصب در نواحی خشک و ساحلی ایده‌آل می‌باشد.

فن‌آوری مورد استفاده مقدار آلاینده‌های تر و خشک که به پره‌های توربین می‌رسد را کاهش و در نتیجه توان خروجی را افزایش داده و نرخ حرارت را بدون اعمال فشار جزئی ناگهانی کاهش می‌دهد.

پل سِنِت، مدیر کل فیلتراسیون توربین‌های گازی در شرکت CLARCOR Industrial Air اظهار داشت: این شرکت دارای درک عمیقی از تاسیسات توربین گازی است. کاربران اجرایی با استفاده از فیلترهای جریان پاک PRO در توربین‌های خود بازگشت سریع هزینه‌ی اولیه را تجربه کرده و گسترش استفاده از این فیلترها در محل‌های دیگر نشان از درک این مزیت توسط کاربران دارد. تمرکز این شرکت علاوه بر بازار توربین‌های گازی به خطوط تولید دیگر نیز گسترش یافته است. فیلتر BP Nanopleat و استفاده از فن‌آوری PRO در سایر خطوط تولید نمونه‌های خوبی هستند.

فیلتر نانو CLARCOR

فیلتر نانو BP Nanopleat یک فن‌آوری نانولیفی منحصربفرد است که سبب بهبود و پایدارای عملکرد توربین گازی می‌شود. این فیلتر با بهبود ظرفیت نگهداری گرد و غبار، افزایش توانایی تصفیه و کاهش فشار عملیاتی سبب افزایش بازده سیستم‌های تصفیه پالسی شده است.

اخیراً یک سازنده مبتکر کارتریج که از تجربه اجرایی در حفاظت و بهبود کارایی توربین های گازی برخوردار بوده است؛ برای جمع‌آوری گرد و غبار و فیلتراسیون توربین گازی از فیلترهای CLARCOR استفاده نموده که به سرعت منجر به توسعه‌ی محصولات این شرکت شده است.

CLARCOR Industrial Air clearcurrent

همکاری شرکت CLARCOR Industrial Air با تولیدکننده‌گان بزرگ توربین‌های گازی سبب انعکاس درخواست‌های ایشان در تولید محصولات جدید شده است. از آنجایی که ارزیابی محصولات این شرکت با معیارهای صنعتی انجام می‌شود، لذا تنها مبتنی بر آزمون‌های استاندارد آزمایشگاهی نیست. آزمون‌های استاندارد موجود برای فیلترها، لزوما چگونگی عملکرد اجزا در شرایط سخت توربین‌های گازی را منعکس نمی‌کند. با چند دهه تجربه در توسعه و عرضه فیلتر توربین گازی، CLARCOR بهترین روش ارزیابی را برای ارزیابی عملکرد فیلتراسیون ارائه داده است.

CLARCOR هم‌چنان برای آشنایی با نیازهای جاری و آتی از نزدیک با کاربران و تولیدکنندگان توربین‌های گازی همکاری دارد. تمرکز این شرکت بر افزایش سوددهی کارخانجات از طریق افزایش بازده توربین و کاهش هزینه‌های نگه‌داری است. فیلترهای این شرکت برای مقاومت در برابر عناصر متعدد موجود در تاسیسات متنوع و چالش برانگیز از منظر زیست محیطی در نواحی خشک و ساحلی طراحی شده است. شرکت CLARCOR هم‌چنان به توسعه راه‌حل‌هایی برای حفظ ارزش واقعی پول بواسطه افزایش توان خروجی توربین و کاهش هزینه‌های تعمیر و نگه‌داری ادامه می‌دهد.

پوشاک ورزشی گرافنی در نمایشگاه ISPO مونیخ

در ۲۵ ژانویه سال ۲۰۱۶، شرکت Directa Plus و Colmar از سری جدید پوشاک تولیدشده توسط برند کولمار در نمایشگاه بین‌المللی ISPO مونیخ رونمایی کردند. محصول مشترک این شرکت‌ها، پوشاک ورزشی گرافنی است که در میان جدیدترین محصولات حوزه‌ی ورزشی، فضای باز، اسکی، بهداشت و تناسب‌اندام به نمایش گذاشته شد.

نیاز به یک داشتن عملکرد بالا در ورزش سبب بروز راه‌حلی فناورانه در حوزه‌ی تولید منسوجات ورزشی شد: «استفاده از گرافن در تولید پوشاک ورزشی با استفاده از فناوری نانو»

گرافن، که دست آورده‌ای مهم در حوزه‌ی فناوری نانو است، از گرافیت به‌دست‌آمده و استفاده از آن در پوشاک ورزشی به‌طور قابل‌توجهی عملکرد ورزشکاران حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای را بهبود می‌بخشد. ویژگی کلیدی این منسوجات هوشمند، ایجاد یک فیلتر حرارتی میان بدن و محیط بیرونی و حفظ دمای ایده آل را برای فرد است.

در این نوع پوشاک گرمای تولیدشده توسط بدن انسان که در آب‌وهوای گرم از بدن منتشرشده و در آب‌وهوای سرد ذخیره‌شده و مجدداً به بدن بازگردانده می‌شود.

علاوه بر این ازآنجایی‌که گرافن پلاس(محصول گرافنی شرکت دایرکتا پلاس) از خاصیت ضد الکتریسیته‌ی ساکن و ضد باکتری برخوردار است ،لذا اصطکاک لباس با هوا و آب را کاهش داده و سبب بهبود عملکرد ورزشکار می‌شود.

خصوصیات کلی پوشاک ورزشی گرافنی عبارت‌اند از:

جولیو سزار مدیرعامل شرکت دایرکتا می‌گوید: این سری از محصولات اولین منسوجات گرافنی عرضه‌شده به بازار است. ما معتقدیم که انقلابی در سراسر حوزه‌ی پوشاک ورزشی و صنعت نساجی در حال وقوع است. همکاری شرکت دایرکتا و برند کولمار سبب عرضه‌ی محصولاتی همچون کاپشن اسکی(برای مردان وزنان)، لباس اسکی، لباس‌های زیر تخصصی و لباس‌های آستین‌کوتاه است.

محصولات گرافنی شرکت دایرکتا پلاس طبیعی و عاری از مواد شیمیایی بوده و به‌صورت تجاری به‌تناسب نیاز مشتری برای کاربردهایی نظیر منسوجات هوشمند، لاستیک، مواد کامپوزیتی و کاربردهای محیط زیستی تولید می‌شود.

تکنولوژی کیت باتیک در دنیم

تازه‌های دنیم

این تکنولوژی جدید از شرکت TONELLO می‌باشد، که قابل نصب بر روی ماشین‌آلات رنگرزی و شستشوی این شرکت می‌باشد. با TIK BATIK می‌توان افکت‌های خیلی خاص و زیبایی را در رنگرزی دنیم و لباس ایجاد کرد. این افکت‌ها باعث می‌شود ارزش افزوده لباس بالاتر برود. با این تکنولوژی علاوه بر ایجاد افکت‌های مخصوص می‌توان آنها را کنترل و نیز تکرار کرد. بدین وسیله می‌توان افکت‌های زیر را ایجاد کرد:

ANTARCTIC BATIK

MULTICOLOR BATIK

RAIN BATIK

DIRTY BATIK

ICE BATIK

BATIK FADIN

TEXTILELEARNER@

این تکنولوژی فراتر از طراحی‌های فشن روی البسه می‌باشد و می‌توانید دقیقاً همان طرحی را که می‌خواهید، به دست آورید. علاوه بر افکت‌های فوق می‌توان خاصیت‌های تکمیلی زیر را نیز در البسه ایجاد کرد:

*خاصیت نرم کنندگی

*آنتی استاتیک

*آب‌دوست کردن کالا

*دافع آب و روغن

*چین‌های ۳ بعدی

*ضد UV و آنتی باکتریال

*محافظ پوست

*اسانس‌ها

KIT BATIK به صورت تمام اتوماتیک می‌باشد و نیازی به اپراتور و آماده‌سازی خاصی ندارد. راز موفقیت شما تنها یک راز است نه بیشتر: KIT BATIK در جداول زیر مقادیر مصرف آب و مواد تعاونی در روش‌های متداول با تکنولوژی KIT BATIK مقایسه شده است، که در این روش در میزان مصرف آب تا ۹۶٪ و مواد تعاونی تا ۸۷٪ صرفه‌جوئی می‌شود.

PRODUCTS WITHOUT CHEMICAL AFFINITY	Water loading (100 kg)	Product loading (100 kg)
Other systems	500 Litres	30 kg
Kit Batik	20 Litres	4 kg
SAVINGS	96% of water	87% of products

PRODUCTS WITH CHEMICAL AFFINITY	Water loading (100 kg)	Product loading (100 kg)
Other systems	500 Litres	2 kg
Kit Batik	20 Litres	1 kg
SAVINGS	96% of water	50% of products

مترجمان: مهندس علیرضا پورناصرانی و مهندس فرزانه صالحی

فناوری نانو و تولید آنتن کشسان قابل پوشیدن

چادر محافظ

دانشجویان طراحی صنعتی از آکادمی هنرهای زیبا کراکو لهستان ، نمونه چادر ضد رعد و برق را طراحی و تولید کرده‌اند . این چادر از سری طرح‌هایی است که کاربران را از رعد و برق مستقیم و step voltage (تخلیه مستقیم جریان رعد و برق با زمین یا فرد) محافظت می کند. جانیا طراح این چادرها با مطالعه و بررسی آمارهای کشته شدگان بر اثر رعد و برق بر آن شده تا با تولید چادرهای محافظ ایجاد خطرات طبیعی را کاهش دهد. وی می گوید وقتی بچه بودم از صدای بلند رعد و برق حتی زمانی که در خانه بودم وحشت زده می‌شدم. در حال حاضر هم از رعد و برق می‌ترسم اما تنها در فضاهای باز به ویژه در کوه. من عاشق فعالیت در فضای باز مانند پیاده روی و کوهنوردی هستم اما به وجود آمدن وضعیت‌های دشوار مانند گیر کردن در طوفان مرا بر آن داشت تا چادری محافظ در برابر خطرات احتمالی طراحی کنم. برای ایجاد چادرهای ضد رعد و برق از قطب‌ها و کانکتورهای آلومینیومی استفاده شده است که تا فاصله ۲۰۰ کیلومتری مقاوم است. همچنین از یک پارچه کف‌پوش ضد آب همرا با عایق Mylar و سیم های مسی که به زمین متصلند، تشکیل شده است. این پروژه تحت نظارت Professor Michał Konrad Sobolewski and Aleksander Bogucki Kracik، پیگیری شده و با محاسبات دقیق و آزمایشات متعدد پروژه ایی را به اتمام رسانده اند که در برابر ولتاژ بالا مقاوم بوده و دچار آتش سوزی و یا آسیب جدی نمی‌شود. چادر نمونه تحت آزمایش‌های متفاوت ولتاژ بالا، با استفاده از یک ژنراتور قرار گرفته است همچنین یک الکترود در داخل چادر قرار گرفته است که برای تست دوام چادر در برابر ولتاژ مورد استفاده قرار می‌گیرد. مورد دیگر که باید در نظر داشت دمای بالایی است که در اثر تخلیه انرژی بعد از اصابت رعد و برق بوجود می‌آید و چادر های طراحی شده در برابر این مورد نیز مقاوم هستند. از مزایای دیگر این چادر می‌توان به برپایی آسان آن اشاره نمود چرا که سه نسخه ارایه شده از چادرها از پیچ، مواد سبک وزن، میله‌های آلومینیومی و گیره ساخته شده است؛ مناسب افرادی است که اهل گشت و گذارند و تمایل دارند از وسایل سبک و راحت استفاده کنند ضمن آنکه برپایی چادر بیش از چند دقیقه به طول نمی‌انجامد. وزن چادرها برابر ۱.۲ کیلوگرم است و براحتی و بصورت انفرادی میتوان آن را برپا نمود.

لباس های ماساژ دهنده

معمولا صندلی‌های ماساژ دهنده مشکلاتی دارند.در درجه اول این صندلی‌ها تنها با ایجاد فشار ثابت توسط غلتک‌هایی عمل می کنند که باعث ایجاد ماساژ عمیق نمی‌شود و مورد دوم گران قیمت بودن و همیشه در دسترس نبودن آنهاست.

اما شرکت AiraWear با ساختن پیراهن و گرم‌کن‌هایی این مساله را حل کرده است. در درون گرم‌کن‌های تولید شده جلیقه‌هایی مثل جلیقه ضد گلوله اما بسیار سبک‌تر وجود دارد که با به تن کردن و بستن زیپ ، بدن را بطور کامل پوشش می‌دهد. همچنین گرم کن و جلیقه ماساژ دهنده با برنامه اندروید نصب شده بر روی تلفن همراه به وسیله بلوتوث هماهنگ شده و به وسیله برنامه می‌توانید حالت‌های مختلف ماساژ مثل ؛ استراحت ، شانه ، کمر و حالت خوابیدن را انتخاب نمایید. به عنوان مثال کسی که مدت طولانی بروی صندلی در محل کار خود نشسته است می‌تواند با انتخاب نوع ماساژ کمر ، به راحتی بدون جابجایی ماساژ داده شود. وقتی AiraWear شروع به‌کار می کند جریانی مثل جریان هوا شروع به کار می کند که در ابتدا کمی تعجب آور است اما به سرعت اعتیاد آور می‌شود. چرا که شما می‌توانید به وسیله برنامه اندروید میزان فشار ماساژ در نقاط مختلف بدنتان را تنظیم کنید و در نقاطی از بدن که نیاز به ماساژ بیشتری دارید را مشخص کنید. زمان هر برنامه ماساژ بیست دقیقه است و در صورت نیاز می‌توانید همان برنامه را تکرار نمایید چرا که این لباس‌ها دارای شارژهای ۳تا۶ ساعت هستند که به وسیله یک کابل یو اس بی ظرف ۲ساعت صورت می گیرد پس نیازی نیست نگران این مساله باشید.

یکی از نگرانی‌های تولید کننده این گرم کن ها حالت‌های مختلفی بود که پوشنده لباس ممکن بود در آن حالت قرار بگیرد مثل راه رفتن، نشستن یا خوابیدن و اینکه ماساژ به خوبی صورت نپذیرد اما به دلیل تنگ بودن جلیقه و در برگرفتن کامل پوشنده لباس این مشکل مرتفع شده است.

جنس گرم کن ها از پنبه / پلی استر است که به حفظ گرما کمک می کند و با قیمن ۱۲۹ دلار در ۹ می عرضه می‌شود این گرم کن‌ها از لحاظ قیمت ، آسانی حمل و نقل و قابلیت برنامه دهی به آن قابل مقایسه با صندلی‌های ماساژ دهنده نیست و برتری ویژه ای دارند.

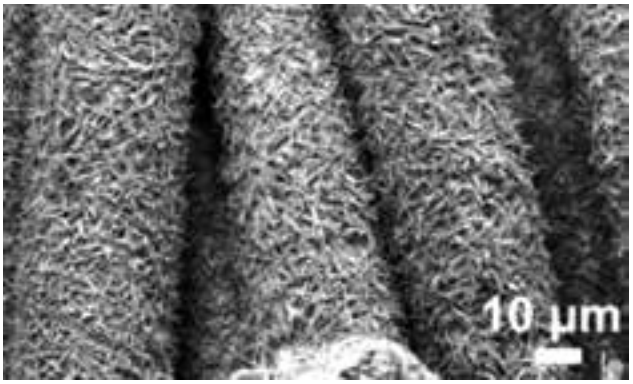
ساخت منسوجات نیمه هادی با خواص آنتی باکتریال جهت تصفیه پساب ها

نشت نفت حادثه‌ایی است که ممکن است برای جوامع فاجعه‌بار باشد اما پارچه‌هایی با پوشش‌های نقره‌ایی راه‌حلی است که محققان را در ادامه راه امیدوار کرده است.

موضوع مطرح شده، عنوان کردن پارچه‌های نیمه‌هادی است که خواص منحصر به فردی را همراه دارد. پژوهشگران در دانشگاه کوییزلند با همکاری کشورهای مشترک‌المنافع علمی و صنعتی CSIRO تحقیقاتی را بروی نایلون شروع کرده‌اند که با لایه‌ای از نقره پوشش داده می‌شوند و به گفته دانشمندان با اضافه کردن مواد دیگری که در نظر دارند تهیه آن بسیار ساده‌تر خواهد شد.

سپس پارچه را در محلول که در آن لایه مس الکتروشیمیایی نشت داده شده است غوطه‌ور می‌سازند تا نانو ساختارهای مس بر روی سطح آن رشد نمایند.

زمانیکه این پارچه‌ها در مخلوط روغن و آب قرار داده شوند این نانوساختارهای که پژوهشگران آنها را به میله‌های کوچک تشبیه می‌کنند مانع از عبور نفت یا روغن شده و با عبور آب از آنها باعث تصفیه آن می‌گردند. در این آزمایشات روغن زیتون، نفت خام، حلال‌های آلی به طور موثر از آب جدا گردید.



علاوه براین افزودن نانوساختارهای مس خواص آنتی باکتریالی به این منسوجات می‌دهد که می‌توان از آنها نه تنها برای تصفیه آب و نفت استفاده کرد بلکه می‌توان در تصفیه و پاکسازی پساب‌ها و آبراه‌های صنعتی نیز بهره برد..

از خواص دیگر آن که محققان امیدوار به صنعتی‌سازی آن هستند توانایی نور مرئی است که با آزاد سازی انرژی نانوساختارها منجر به از بین رفتن آلاینده‌های آلی شده و می‌توان این ترکیبات مضر را از آب‌ها پاکسازی نمود.

عملیات پلاسما بروی الیاف پلی الفین

استفاده از پلاسما موجب توسعه و پیشرفت تکنولوژی‌های موجود برای آینده خواهد شد ؛ به‌ویژه آنکه استفاده از آن در مقیاس تجاری به‌صورت نوعی از تجهیزات افزایش خواهد یافت. به کمک این روش سطوح الیاف را می توان اصلاح نمود و در عین حال درون و توده الیاف بدون تغییر باقی خواهند ماند. پلاسما تخلیه تابشی یک گاز است. نمونه‌های متعددی از پلاسماهای معمولی وجود دارند. مانند لامپ‌های فلور سنت و تابلوهای تجاری نئونی . در این موارد هدف تولید نور است ولی می‌توان از این پلاسماها برای اصلاح سطوح جامد استفاده نمود.محیط پلاسما مخلوطی از یون‌ها، رادیکال‌های آزاد، الکترون‌ها و اشعه ماورا بنفش است. بنابراین تاثیر متقابل این ذرات با یکدیگر و با سطح جامد فرآیند پیچیده‌ای را بوجود خواهد آورد.

می‌توان برای عملیات پلاسما از گازهای متفاوت و یا حتی مخلوط آنها استفاده نمود . با توجه به ماهیت گاز و شرایطی که تحت آن پلاسما تولید می‌شود، اثرات متفاوتی بر سطوح جامد بوجود خواهد آمد. انجام عملیات پلاسما با یک گاز نجیب مانند هلیم یا آرگون می‌تواند پستی و بلندی‌های سطح را تغییر دهد. در ابعاد میکرو زبری ایجاد نماید و تخلخل سطح را افزایش دهد. علاوه بر این ممکن است عملیات پلاسما ماهیت شیمیایی سطح را با وارد کردن گروه های عاملی مختلف در زنجیرهای پلیمر در سطح لیف تغییر دهد. برای ایجاد چنین اثراتی می‌توان از گازهایی مانند اکسیژن ، نیتروژن و آمونیاک استفاده نمود. عملیات پلاسما موجب می‌شود که یک پوشش پلیمری بسیار نازک بر سطح لیف نشانده شود. این پوشش پلیمری دارای ساختاری با اتصالات عرضی زیاد است. برای مثال هیدروکربن‌ها و فلوروکربن‌ها می‌توانند امکان پلیمر شدن پلاسما را فراهم نمایند.

عملیات پلاسما می‌تواند تحت شرایط محیطی یا خلا انجام گیرد. می توان از تجهیزات پلاسما که در شرایط محیطی کار می کنند در یک خط تولید استفاده نمود. ولی غالباً در این حالت اصلاح سطح لیف ناپایدارتر و قابلیت تکرار پذیری آن کمتر است. از سوی دیگر عملیات پلاسما در خلأ نیاز به تجهیزات پیشرفته

دارد ولی اصلاحات سطحی صورت گرفته بروی الیاف قوی تر و پایدارتر خواهد بود. نتایج استفاده از عملیات پلاسما بر روی الیاف پلی‌الفین جالب توجه است. با استفاده از روش‌های پوشش‌دهی متداول می‌توان سطوح پارچه را برای ایجاد خواص ویژه و دلخواه پوشش دهی نمود ولی فرآیند پوشش‌دهی منسوجات پلی الفین در مقایسه با سطوح سایر الیاف مصنوعی دشوارتر است. از اینرو راه حل جایگزین استفاده از پلاسما می‌باشد که از لحاظ محیط زیست نیز یک تکنولوژی پاک و تمیز محسوب می‌گردد.

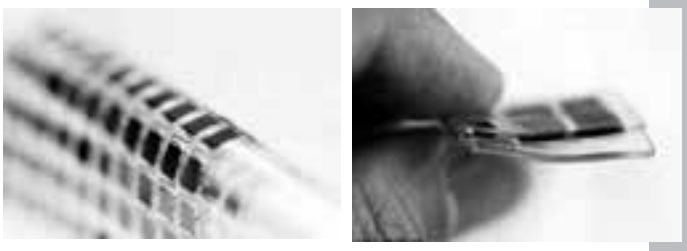
در کاربردهایی که لازم است الیاف پلی الفین جاذبه و برهمکنش خوبی با محیط های قطبی تر به ویژه محیط های آبی داشته باشند، خاصیت آبگریزی سطح الیاف یک عیب محسوب می‌گردد. به کمک عملیات پلاسما مناسب مانند پلاسمای اکسیژن، خاصیت آبدوستی سطح الیاف با ورود گروه های قطبی در سطح افزایش خواهد یافت. برای مثال به کمک این اصلاح ، سازگاری بیولوژیکی با اکثر مایعات در بدن افزایش خواهد یافت. ازین رو در مصارفی چون اسکلت و استخوان ، پانسمان زخم و فیلترهای خون، افزایش خاصیت آبدوستی یک مزیت بشمار می‌رود.

مکانیزمی که که بدان طریق اکسیژن و گازهای دیگر خاصیت آبدوستی سطح الیاف پلی الفین را افزایش می‌دهند کاملا شناخته نشده‌اند. اما این موضوع به اثبات رسیده است هنگامی که پلی پروپیلن با پلاسمای اکسیژن عمل می‌گردد، در اثر واکنش با مکان‌های فعال در پلیمر ، مقدار ناچیزی اکسیژن در سطح قرار می‌گیرد. در عوض لایه‌ای سطحی از کوپلیمر تصادفی حاوی بخشهای اکسید شده و تغییر نیافته تشکیل می‌گردد.

با گذشت زمان در این لایه تشکیل شده نو آرایی ایجاد می شود و انرژی آزاد سطح لیف کاهش می‌یابد. همچنین ممکن است سطح لیف پلی الفین از موادی با خاصیت روغن گریزی بیشتر تشکیل شده باشند. در برخی سیستم‌های فیلتر کردن، افزایش مقاومت در برابر روغن‌ها می تواند مفید واقع شود. به کمک انجام عملیات پلاسما با یک فلوروکربن مانند تترا فلورو متان یا هگزا فلورومتان می‌توان خاصیت آبگریزی سطح را افزایش داد.

از لحاظ تجاری تاکنون پلی پروپیلن بخض اعظم الیاف پلی الفین ذوب ریسی شده را به خود اختصاص داده است و به‌نظر می‌رسد آینده درخشانی داشته باشد. در طی سال‌های آینده مزایای تکنولوژیکی این الیاف موجب خواهد شد که تقاضاهای جدیدی برای آنها به‌وجود آید.

ساخت باتری هایی با انرژی خود تامین در تکنولوژی‌های پوشیدنی

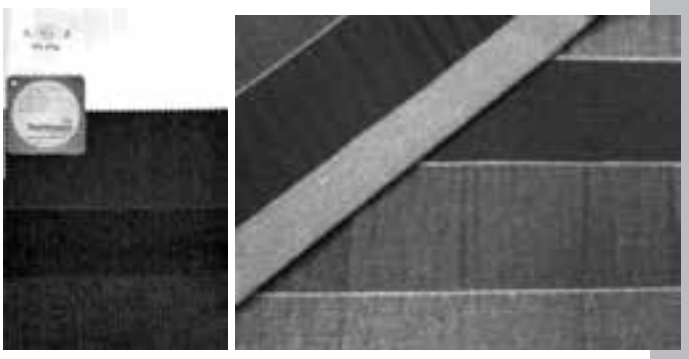


همچنان که می‌بینیم امروزه کامپیوتری‌هایی ساخته می شوند که برای راحتی بیشتر به مچ دست بسته می شوند اما هنوز این تکنولوژی آنگونه که باید جایگاه خود را پیدا نکرده است. اما این باعث نشده است که گروهی از محققان از ایده دادن و تحقیق باز ایستند. آنها با یک راه حل جدید به استقبال تکنولوژی‌های پوشیدنی رفته‌اند؛ توسعه باتری‌های در مقیاس میلیمتری و نرم که می‌تواند به‌راحتی بروی پوست قرار گرفته و منعطف و قابل کشش باشند.

این تکنولوژی وعده اجرای طیف وسیعی از برنامه های کاربردی را می دهد از جمله نظارت بر سلامتی بدن و یا ساخت روباتهایی که مانند انسان حس لامسه داشته باشند ساخت و به کار انداختن این تکنولوژی‌ها نیاز به منبع انرژی خارجی دارد در حالی که این تکنولوژی می‌تواند انرژی لازمه خود را از جنبش مکانیکی مثل راه رفتن تامین نماید. این تکنولوژی به واسطه تیم تحقیقاتی بین المللی دانشگاه ایلینویز به سرپرستی جان راجرز توسعه یافته است که برگرفته از سیستم سلول‌های خورشیدی است و نسل جدید از باتری‌ها را عرضه کرده‌اند. همچنین برای غلبه بر مشکلات موجود در ساخت منبع انعطاف‌پذیر، محققان به طور منظم باتری یون لیتیوم را به قطعات کوچک تقسیم کرده‌اند سپس این قطعات با سیم بروی بستری لاستیکی نرم و منعطف و در عین حال نازکی به‌طور یکپارچه قرار گرفتند.پس از آن سلول‌های خورشیدی بروی لایه‌های باتری‌ها همراه با حسگرهای زیستی و چیپ ها قرار داده شدند. نتیجه ؛ ساخت ابزاری بسیار نازک است که به‌دلیل قرار گرفتن سیم‌های اتصال در بین لایه‌ها ، ضد آب و منعطف نیز هستند.

همچنین تست‌های انجام شده نشان می‌دهد باتری‌ها عملکرد خود را تا ۳۰ درصد کشش حفظ می کنند. تیم تحقیقاتی اذعان می‌دارد این ابزار اثبات ساخت دستگاهی مثل پوست انسان است که دارای یک جریان بی‌انتها از بیوسنسورهاست. همچنین می‌توان از این تکنولوژی در لباس های ساخته شده جدید بعنوان منبع ذخیره انرژی خود تامین استفاده نمود.

الیاف پلی پروپیلن رنگرزی شونده



شرکت CoolVisions الیاف پلی پروپیلنی تولید کرد که می توان آن را رنگرزی کرد و این الیاف به دلیل خواصی که دارند، در تولید پوشاک به کار گرفته شده اند. این شرکت در تولید الیاف پلی پروپیلن استیپل برای کاربردهای گوناگون پیشرو است. متاسفانه نوع اولیه الیاف پلی پروپیلن قابل رنگرزی نبود و تنها روش رنگرزی آن به صورت مستربچ در هنگام ذوب ریسی بود، اما شرکت CoolVisions به خوبی با الیاف مکمل بر روی آن کار کرد و توانست آن را به شکل پارچه رنگرزی کند. این الیاف با دارا بودن خواص: کنترل رطوبت، زیردست نرم، راحتی و سبک بودن برای استفاده در پوشاک مناسب می باشند. این الیاف عملکرد بهتری نسبت به سایر الیاف در کنترل رطوبت دارند، به هنگام حرکت رطوبت را کنترل می‌کند و به سرعت آن را خشک می کنند تا پوشنده لباس احساس راحتی کند. علاوه بر این الیاف پلی پروپیلن با قابلیت رنگرزی تولید شده توسط شرکت CoolVisions با دوام، مقاوم در برابر ساییدگی نیز می باشند. در نتیجه پوشاک تهیه شده از این الیاف عمر طولانی و پایداری عالی دارند. این الیاف را یک بافنده تایوانی برای خط دنیم مخلوط پنبه انتخاب کرد که از این الیاف پلی پروپیلن بیشتر برای پر کردن استفاده می‌شود بنابراین همان ظاهر دنیم های معمولی دارند با همان پوشش اما با وزن کمتر. به طور معمولی در نهایت بین ۳۰-۳۵% الیاف پلی پروپیلن به آن اضافه می‌کنند تا خواصی مثل: کنترل رطوبت، تنظیم حرارت و مقاومت در برابر ساییدگی را به دست آورد. بافند تایوانی به نام HerMin این الیاف را برای طرح های رنگارنگ بهاری خود انتخاب کرد و اعلام کرد که ما در مد برجسته هستیم. این الیاف از لحاظ استحکام ایده ال هستند، وزن پایینی دارند و قابل ترکیب با سایر الیاف هستند. HerMin گفت ما این الیاف را با پنبه، TransDRY cottonو نایلون ترکیب کردیم. آخرین نوآوری شرکت CoolVisions تولید الیاف فیلامنت پلی پروپیلن با قابلیت رنگرزی می‌باشد که زیردست ابریشم مانند دارند که آن در حال توسعه در شرکت مادر Indorama Ventures در مرکز Rayong تایلند می‌باشد. شرکت بین‌المللی Da Fon یک خط کشبافی ایجاد کرده است که در آن ۷۲/۷۰ الیاف پلی پروپلین با قابلیت رنگرزی را با پلی استر و اسپاندکس ترکیب می کند. مشاهده شده است علاقه قابل توجهی به استفاده از این الیاف به عنوان پوشاک سبک در سراسر سال وجود دارد. که به صورت ذاتی نرم هستند و به راحتی رنگ می شوند.

نرم‌کن‌های هیدروفیل جدید ارائه شده توسط شرکت Wacker برای تکمیل کالاهای نساجی

Wacker یک شرکت شیمی بنیان است که که یک نرم‌کننده پارچه آب‌دوست برای تکمیل منسوجات به نام WETSOFT NE 750 را ابداع کرده است. این محصول جدید برای منسوجات با کیفیت نساجی مورد استفاده قرار می گیرد که هم نرمی آنها را بهبود می‌بخشد و هم بطور همزمان توانایی آن را در جذب آب افزایش می‌دهد. به گفته تولیدکننده: این ماده برای منسوجاتی مثل حوله که باید قابلیت جذب آب بعد از تکمیل را نیز داشته باشند، مهم می‌باشد.

خصوصیات

فرمول مایع سیلیکون که به صورت یک ماده کنسانتره بدون آب می‌باشد باید با آب حل شود تا به یک امولسیون قابل استفاده تبدیل شود. اجزای اصلی تشکیل‌دهنده WETSOFT NE 750 کوپلیمرهای بلوکه شده بر مبنای سیلیکون‌های آمینوفاکشنال و پلی گلایکل‌ها هستند. بخش های سیلیکون مایع خودشان را در حلقه‌های حرکت –آزاد در بیرون از پارچه قرار دادند و اصطحکاک بین الیاف را کاهش داده‌اند. که این به پارچه احساس نرمی عالی می‌دهد که بعد از شستشو هم باقی می‌ماند. بخش پلی گلایکول از سوی دیگر با توجه به اینکه تکمیل سیلیکون

دافع آب است به پارچه خاصیت نفوذ آب را می‌دهد.

نرمی و قابلیت جذب آب

این کمپانی گزارش می‌کند ترکیبی از نرمی و قابلیت جذب آب نقش بسزایی در منسوجات با کیفیت دارد. بر اساس تست‌های انجام شده توسط شرکت تولید کننده مواد عمل شده با WETSOFT NE 750 احساس نرمی خوشایند و زیر دست پر دارند در حالی که خاصیت جذب رطوبت را نیز دارند. در نتیجه آنها به سرعت رطوبت را از پوست و مو جذب می‌کنند. در واقع این امولسیون به گونه‌ای طراحی شده است که به هسته پارچه نفوذ کند حتی اگر پارچه شامل الیاف کرکی بلند باشد. در مقایسه با سایر نرم کننده‌های متداول پارچه ساختار مولکولی خاص WETSOFT NE 750 قابلیت جذب آب را تسهیل و به مقدار قابل توجهی افزایش می‌دهد. از دیدگاه یک تولیدکننده منسوجات این خیلی مهم است که می‌توان اصلاحات پارچه مثل رنگرزی مجدد را حتی بعد از عمل نمودن پارچه با این ماده انجام داد.

مزایا و کاربردها

به گفته‌ی این شرکت محصول جدید مزایای قابل توجهی را برای مواد کمکی نساجی ارائه می‌دهد. نرم‌کن‌های هیدروفیل پارچه به صورت کنسانتره بدون آب حاوی مواد جامد بالا به بازار عرضه می‌شود. این محصول به صورت خود امولسیون است و می‌توان آن را با آب به نسبت ۱:۱ یا ۱:۵ حل کرد که به شکل یک امولسیون پایدار است و این محصول به آسانی فرموله می‌شود. مصرف کنندگان یک امولسیون پایداری را به دست می‌آوردند که ترکیبی از مزایای نرم‌کن‌های میکروامولسیون و ماکروامولسیون است. نرم‌کن‌های هیدروفیل را می‌توان بر روی حوله، پارچه‌های کشبافی و تاری پودی به هر دو روش رمق‌کشی و پد به کار برد. این محصول بر روی الیاف پنبه ای و مخلوط آن با سایر الیاف مثل پلی استر نیز قابل استفاده است.

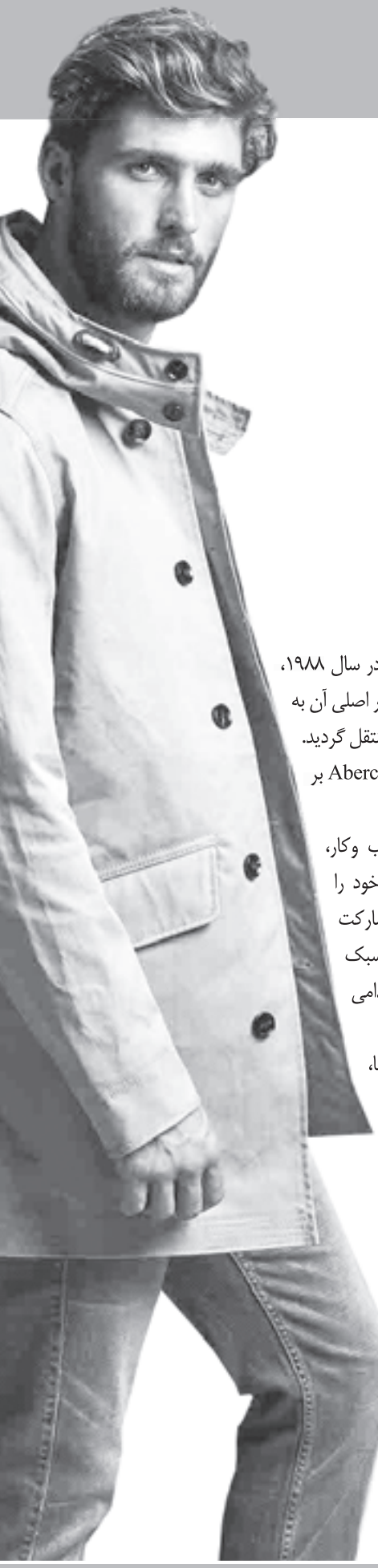
استفاده از باکتری جایگزین نفت در تولید مواد اولیه پتروشیمی

با اضافه کردن ژن به باکتری‌ها یک روش پایداری را پیشنهاد می‌دهند برای درست کردن کمپوندهایی که اخیرا از پتروشیمی به‌دست می‌آیند.

رویای جایگزین کردن پتروشیمی با منابع تجدیدپذیر در تولید الیاف مصنوعی و پلاستیک یک گام نزدیکتر شده است. محققان در A* Star سنگاپور اصلاح ژنتیکی بر روی Escherichia coli انجام داده‌اند تا یک کمپوندی را تولید کنند که می‌توان آن را تبدیل به یک ماده اصلی برای تولید نایلون و سایر محصولات مصنوعی کرد. ما باید مصرف نفت و گاز را کاهش دهیم و بیشتر به سمت تکنولوژی‌های پایدار حرکت کنیم.

Sudhakar Jonnalagadda شرح می‌دهد که کار با همکاران در موسسه A* Star شیمی و علوم مهندسی انجام شده است. تولید بیشترین الیاف مصنوعی و پلاستیک‌ها با نفت خام شروع می‌شود، این یک منبع محدودی است که استخراج و پردازش آن مشکلات زیست محیطی قابل توجهی را ایجاد می کند. روش پایدار جایگزینی را استفاده کردند تا از باکتری‌ها مواد اولیه گرانبها تولید کنند از مواد ساده مثل گلوکز. گلوکز را می‌توان از زیست توده‌ها که شامل محصولات زراعی و سایر مواد بیولوژیکی که با توجه به میزان تقاضا پرورش داده می‌شوند، استخراج کرد. باکتری به طور طبیعی محصولات مورد نیاز را در مقادیر قابل توجه تولید نمی‌کند به طوری که این یک ترفند است برای ترغیب این میکروارگانیسم‌ها برای تبدیل شدن به گیاهان کوتاه برای تولید کردن مواد شیمیایی مورد نیاز صنعت. یک ماده شیمیایی مثل موکونیک اسید که به آسانی می‌تواند به آدیپیک اسید تبدیل شود که یک ماده شیمیایی است که به مقادیر زیاد در تولید نایلون مورد استفاده قرار می‌گیرد. تیم A*STAR سه ژن به باکتری E.Coli تزریق کردند برای ایجاد مسیر متابولیسم تا موکونیک اسید تولید کنند. اگرچه اضافه کردن این ژن‌ها اولین گام در یک کار مهندسی ژنتیک پیچیده بود Jonnalagadda می‌گوید: برای تغییر شکل دادن E.Coli نرمال برای تغییر مسیر دادن به سمت گلوکزهای بیشتر برای محصولات مورد نیاز ما یک چالش خیلی بزرگ بود.

او شرح می‌دهد که فعالیت ترکیبی خارجی با ژن مادر باید کنترل شود برای جلوگیری از تجمع مواد واسطه سوخت و ساز و همچنین برای به حداکثر رساندن بهره‌وری از تولید موکونیک اسید. شبیه سازی کامپیوتری برای تجزیه و تحلیل متابولیسم باکتری اصلاح شده به مشخص کردن دقیق تغییرات ژنتیکی مورد نیاز کمک کرد. محققان در حال بررسی راه های دیگر برای تولید کارآمد موکونیک اسید هستند. در حال حاضر هر چند این فرآیند ترکیبات موثرتری را در مقایسه با روش‌های جایگزین با مواد اولیه ارزان تر و ساده تر تولید می‌کنند. Jonnalagadda می‌گوید ما هنوز در مراحل اولیه هستیم، ما باید این دستاوردها را در مسیرهای تجاری ارزیابی کنیم. محققان A*STAR و سایرین در سراسر جهان به دنبال طیف گسترده‌ای برای تولید ترکیبات شیمیایی بدون استفاده از نفت هستند.



Abercrombie & Fitch

برند Abercrombie & Fitch در ایالات متحده امریکا، متمرکز بر جزئی فروشی البسه غیررسمی برای مصرف‌کنندگان جوان است. تشکیلات مذکور در ایالت اوهایو واقع شده و در بیش از ۴۰۰ موقعیت مختلف در سراسر این کشور فروشگاه‌هایی را در اختیار دارد که البته در حال گسترش در سطح بین‌المللی نیز می‌باشند. سه برند از ابرکرومبی مشتق شده‌اند که شامل: Abercrombie Kids

Gilly Hicks، Hollister Co. و برند دیگری به نام Ruel No.925 که از ۲۰۱۰ راه اندازی گردید.

رقبای این برند Aeropostale و American Eagle Outfitters محسوب می‌شوند که قیمت‌های ارزان‌تری دارند.

تاریخچه

روزگاری در سال ۱۸۹۲ در منطقه منهتن شهر نیویورک، دیوید ابرکرومبی[1] و ازرا فیچ[2]، یک فروشگاه لوکس را افتتاح کردند. در سالیان بعد، کالاهای ورزشی و ابزار شکار به ویژه تفنگ‌های شکاری، چوب ماهیگیری، قایق ماهیگیری، چادر پیک نیکی دراین فروشگاه معروف عرضه می‌شدند. در ۱۹۷۶، این فروشگاه اعلام ورشکستگی کرد و بالاخره در ۱۹۷۷ تعطیل گردید.

لیکن کمی بعد، زمانی که در سال ۱۹۷۸، فروشگاه زنجیره‌ای کالاهای ورزشی Oshman، واقع در هوستون، ایالت تگزاس با مالکیت جیک اوزمان[3] آن را خریداری کرد مجدداً نامش زنده شد. جیک اوزمان، نام موسسه و فهرست پستی آن را به قیمت ۱٫۵ میلیون دلار (۵٫۲ میلیون دلار به ارزش سال میلادی ۲۰۱۳) خریداری نمود. به این ترتیب، یک‌بار دیگر سفارشات ویژه پوشاک شکار و اقلام تازه، جهت فروشگاه توسط Oshman آغاز شد و در فاصله‌ی کوتاهی فروشگاه‌هایی در بورلی هیلز، دالاس و البته در نیمه دهه ۱۹۸۰ در شهر نیویورک افتتاح شدند. در سال ۱۹۸۸، نام شرکت مجدداً به فروش رسید و دفتر اصلی آن به همین مکان کنونی یعنی ایالت اوهایو منتقل گردید.

در حال حاضر، برند Abercrombie & Fitch بر ارائه پوشاک جهت جوانان تمرکز دارد.

طی سال‌های حضور در عرصه کسب وکار، شرکت همواره تصویر برجسته‌ای از خود را به واسطه تبلیغات، کارهای خیریه و مشارکت در جنبش‌های قانونی برای برندسازی، سبک ویژه پوشاک و شیوه‌های صحیح استخدامی ایجاد نموده است.

علاوه بر دفترایالات متحده‌ی امریکا، دفتری از Abercrombie & Fitch در شهر میلان، ایتالیا به عنوان دفتر اروپا راه‌اندازی شده است.

محصولات

از جمله محصولات ارائه شده توسط این برند برای بانوان می‌توان به پوشاک با طرح‌های کاملاً مد روز، انواع جین و از سال ۲۰۱۰ مجموعه‌ای از کیف‌های چرمی طراحی شده توسط Ruehl اشاره کرد. هرچند قیمت‌های تعیین شده

در قیاس با سایر برندها بسیار بالاتر هستند و قیمت‌های بین‌المللی گاه به دو برابر ایالت متحده‌ی امریکا می‌رسند ولی همچنان Abercrombie & Fitch طرافداران خود را دارد.

به هرحال، این برند نیز مانند دیگر فعالان صنعت پوشاک از اواخر دهه ۲۰۰۰ و تداوم رکود اقتصادی، به لحاظ مالی در تنگنای جدی قرار گرفت. لیکن به مدد فروش موفق بین‌المللی توانست تا این مرحله‌ی دشوار را سپری سازد چراکه شاخص‌ها حاکی از افزایش ۱۳ درصدی فروش در سپتامبر ۲۰۱۳ بود.

ادکلن مردانه Abercrombie & Fitch با نام Fierce و عطرهای زنانه Perfume #1،8، Wakely، Perfume 41 را می‌توان به عنوان سایر محصولات پرفروش این برند ذکر کرد. همچنین اینکه، ادکلن Fierce و عطر ۸ توفیق چشمگیری در بازار کسب نموده‌اند.

شرکت کارت‌های اعتباری Abercrombie & Fitch را نیز با همکاری بانک مالی جهانی[4] عرضه می‌نماید.

چنانکه ذکر شد؛ سه برند اصلی از Abercrombie & Fitch مشتق می‌شوند.

۱- پوشاک کودکان Abercrombie & Fitch kids برای سنین ۷ الی ۱۴ سال که در واقع نسخه‌ی بچگانه از برند اصلی محسوب می‌شود.

۲- پوشاک نوجوانان Hollister Co برای سنین ۱۴ الی ۱۸ سال که با قیمت‌های به مراتب کمتر از پوشاک بزرگسال هستند.

۳- البسه زیر Gilly Hicks که جهت بانوان ۱۸ سال به بالا طراحی شده‌اند.

برنامه توسعه

کل هزینه‌های سرمایه‌گذاری برای سال ۲۰۱۰ رقمی در حدود ۲۵۰ الی ۲۶۰ میلیون دلار بود که ۲۱۵ الی ۲۲۵ میلیون دلار از آن صرف فروشگاه‌های جدید و بازسازی فروشگاه‌های فعلی شد و تقریباً ۳۵ میلیون دلار از آن به فن‌آوری اطلاعات، مرکز توزیع و پروژه‌های دفتری اختصاص داده شد. شرکت برنامه افتتاح فروشگاه در استکهلم، سنگاپور و آمستردام را تا پایان ۲۰۱۰ عملی ساخت.

طرح توسعه بین‌المللی که عملاً از ۲۰۰۶ آغاز شده بود، با راه‌اندازی ۱۵ موقعیت فروشگاهی در اروپا و آسیا تا پایان سال ۲۰۱۲ تداوم یافت که نتیجه آن تحقق پیش‌بینی کسب ۳۰ درصد از فروش در خارج از ایالات متحده امریکا بود. ورود به بازار اروپا از سال ۲۰۰۷ سرعت گرفت به طوری‌که امروز فروشگاه‌های متعددی از شهرهای لندن، میلان، کپنهاگ، پاریس، مادرید، دوسلدورف، برکسل، هامبورگ، مونیخ، دوبلین، آمستردام و سیسیل فعال می‌باشند و افزون براین موقعیت‌ها، نباید بازار کانادا با فروشگاه‌های متعدد Abercrombie & Fitch را از قلم انداخت.

در آسیا نیز موقعیت‌های فروشگاهی گسترش قابل توجهی داشته‌اند. بی‌شک Abercrombie & Fitch با استقبال عمده مشتریان در منطقه شرق آسیا، چین و ژاپن مواجه شده و فعالیت موفق فروشگاه‌های توکیو، فوکویاما، سنگاپور، هنگ‌کنگ و سئول مؤید این موضوع می‌باشد.

در دسامبر ۲۰۱۴، شمار فروشگاه های برند Abercrombie & Fitch به ۹۹۹ واحد رسید. درآمد خالص شرکت تا پایان ۲۰۱۳ رقمی قریب به ۵۴٫۶۲میلیون دلار در سال اعلام شد این درحالی است که ۱۳ هزار نفر کارمند تمام وقت و ۶۶ هزار نفر کارمند پاره وقت در دفاتر و فروشگاه های این برند درسراسر دنیا به کارگرفته شده‌اند.

1-David T.Abercrombie
2-Ezra Fitch
3- Jake Oshman
4-World Financial Network Bank

Chloé

کلوئه از مشهورترین خانه‌های طراحی مد می باشد که در سال ۱۹۵۲ توسط گبی اگیون[1] بنیانگذاری شد. ژاک لونوار[2] در سال ۱۹۵۳ به این موسسه پیوست و به طور رسمی مدیریت بخش کسب و کار برند را عهده‌دار گردید، موفقیت وی مرهون پیگیری استراتژی گسترش موسسه با تکیه بر رشد خلاقانه‌ی برند کلوئه بود. دفتر اصلی در شهر پاریس واقع شده که درحال حاضر، مالکیت برند لوکس Richmont قرار دارد. هنرمندان مشهوری همچون مارین کوتیارد، سینا میلر، مدونا، جنیوری جونز، مگی جیلنهال، کامرون دیاز، اما استون، کلمنس پوسی و کیتی هلمز[3] از طرفداران برند کلوئه هستند.

خانم گبی اگیون در سال ۱۹۲۱ در مصر به دنیا آمد. او پس از مهاجرت به فرانسه و اقامت در شهر پاریس در سال ۱۹۴۵، کلوئه را با ابتکار ارائه‌ی لباس‌های حاضری لوکس تاسیس نمود. ایده‌ی لباس‌های حاضری در آن مقطع زمانی موج تازه‌ای در صنعت پوشاک پدید آورده بود. گبی اگیون به اداره‌ی موسسه‌ی خود تا سال ۱۹۸۵ ادامه داد تا اینکه شخصی به نام کلوئه رایز کل دارائی Dunhill را خریداری نمود، این تشکیلات اکنون به گروه Richemont تغییر نام یافته است.

پیش از راه‌اندازی کلوئه، خانه‌های مد لوکس، فقط تک‌دوزی می کردند. لیکن تنها افراد کمی از عهده‌ی سفارش و خرید چنین لباس‌هایی بر می‌آمدند. به این ترتیب برای تهیه‌ی لباس، عمدتاً خیاط خانه‌های کوچک محلی صرفاً قادر به فراهم کردن کپی‌های ضعیفی از مزون‌های گران‌قیمت را برای مشتریان خود بودند.

خالق کلوئه، خانم گبی اگیون، مد رسمی خشک لباس‌های دهه‌ی ۱۹۵۰ را کنار زد. منطق او بسیار درست بود چرا که متوجه شده بود شکاف بزرگی در بازار پوشاک وجود دارد. بر این اساس مصمم گردید تا خط محصولی از لباس‌های باکیفیت، لطیف، خوش دوخت، با پارچه‌های عالی را ایجاد کندکه به اصطلاح خودش «حاضری» اطلاق می‌شدند.

سایر خیاطان به سرعت از وی پیروی کردند. شاید «ژیوانشی» نخستین پیرو خانم گبی اگیون بود که در سال ۱۹۵۶ مجموعه‌ی لباس حاضری خود را به بازار مصرف عرضه کرد.

مجموعه‌های کلوئه به پنج بخش تنوع یافته‌اند:

- لباس حاضری
- زیورآلات
- پوشاک کودکان
- عطر
- See by Chloe

مورد آخر یعنی، see by Chloe برند لوکس کلوئه تلقی می‌شود. این خط لباس حاضری که در سال ۲۰۰۱ متولد شد؛ کیف، و زیورآلات تولید می کند و جهت نسل جوان و قابل هدفگیری شده است.

گرچه دفتر اصلی کلوئه در پاریس واقع شده اما دفاتری نیز در نیویورک، توکیو، شانگهای، هنگ کنگ و دبی دارد. همانند تمامی موسسات مد، کلوئه نیز با محصولات جعلی مواجه بوده و فهرستی از فروشندگانی که مجوز دارند را انتشار داده است. فروشگاه‌های این برند در شهرهایی مانند لاس وگاس، نیویورک، پکن، سیدنی، شانگهای، شنزن، هنگ کنگ، سنگاپور، تایپه، بانکوک، پاریس، مونیخ، مسکو، استانبول، لندن، توکیو، ناگویا، بیروت دوحه، سئول، دبی و کویت مشغول به فعالیت می‌باشند. طراح مشهور کارل لاگرفیلد[5] در حال حاضر هدایت برند را برعهده دارد.

1-Gaby Aghion
2-Jacques Lenoir
3-Marion Cotillard, Sienna Miller, Madonna, January Jones, Maggie Gyllenhaal, Cameron Diaz, Emma Stone, Clemence Poesy, Katie Holmes
4- Chloé Rayyes
5-Karl Lagerfeld

LACOSTE

لاگوست؛ برندی با نشان کروکودیل سبز

ژیلر مالک و مدیر یک شرکت بزرگ تولید لباس‌های کشباف در فرانسه بود. آنها نام شرکت را لاگوست Lacoste گذاشتند که در ترجمه لغتی به معنی اصلی یا ضروری می‌باشد. این شرکت در ابتدا شروع به تولید لباس‌های تنیس کرد و برای تبلیغات خود نیز یک آرم کروکودیل طراحی نمود که در زمین‌های تنیس از آن استفاده می‌کردند. لاگوست آرم کروکودیل خود را بر روی سینه لباس‌های تنیس چاپ می‌کرد و ادعا داشت که اولین شرکتی است که نام و لوگوی برند خود را بر روی محصولات خود قرار می‌دهد. این شرکت علاوه بر لباس تنیس شروع به تولید و فروش لباس‌های گلف و قایقرانی نمود.

در سال ۱۹۵۱ لاگوست تنوع بیشتری به محصولات خود داد. از جمله آنها طراحی لباس‌های رنگی تنیس علاوه بر لباس‌های ساده سفید بود. در سال بعد، این لباس‌ها به آمریکا صادر شدند و برای آنها تبلیغات گسترده‌ای با شعار «نماد موقعیت یک و ر ز شکا ر شایسته» انجام گرفت که تاثیر زیادی روی سلیقه افراد ثروتمنداین کشور گذاشت که هنوز هم‌این تاثیر قابل مشاهده بوده و لاگوست به عنوان یکی از برندهای مشهور در این کشور محسوب می‌شود.

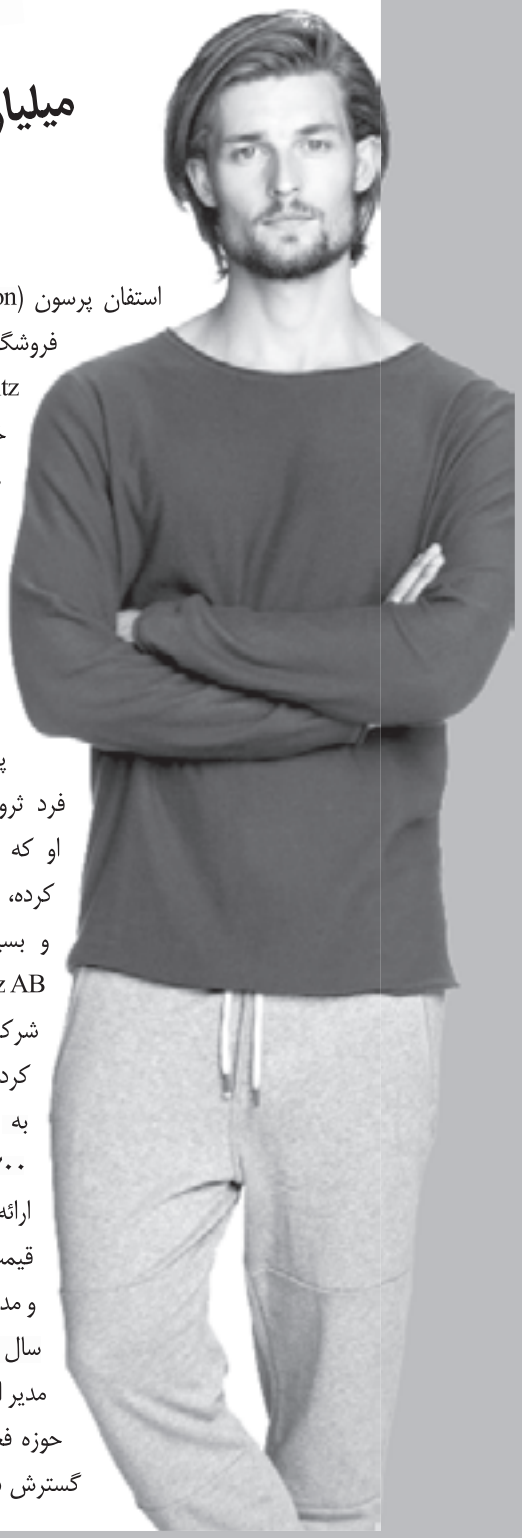
در سال ۱۹۶۳ برنارد، پسر رنه لاگوست، به مدیریت شرکت منصوب شد و گسترش قابل مشاهده‌ای در این شرکت ایجاد کرد. در زمانی که او ریاست شرکت را به عهده گرفت، سالانه ۳۰۰ هزار محصول به فروش می‌رسید. لاگوست در دهه ۱۹۷۰ به اوج محبوبیت خود در آمریکا دست یافت. با این شهرت، شرکت شروع به تولید محصولات دیگری از جمله عطر و ادکلن، لباس‌های زیر، عینک آفتابی، کفش‌های تنیس و پیاده روی، ساعت مچی و انواع کالاهای چرمی نمود. از سال ۱۹۵۰ تا سال ۱۹۹۳ شرکتی به نام «ایزود لاگوست» امتیاز فروش محصولات‌این کمپانی را در آمریکا در اختیار داشت، به همین علت، شرکت اصلی به صورت مداوم در این منطقه فعالیت نمی‌کرد. ولی پس از آن، خود شرکت لاگوست توانست فروش انحصاری محصولاتش را مجددا به دست آورد. رقیب آنها در این زمان، شرکتی به نام تایگر بود که محصولات مشابهی تولید می‌کرد و به جای آرم کروکودیل، یک ببر بر روی آنها قرار می‌داد.

در سال ۲۰۰۵ میلادی لاگوست ادکلن‌های خوشبوی مردانه جدیدی تولید کرد که توسطاین کمپانی طراحی، تولید و روانه بازار شد. لاگوست این ادکلن را به عنوان گوهر لاگوست معرفی کرده بود.این محصول برای تمامی سنین بسیار مناسب بوده و جزو دسته ادکلن‌های نشاط آور و میوه‌ای بود که از ترکیباتی مانند گوجه فرنگی، مرکبات، فلفل و چوب جنگلی تهیه شده و محصولی نسبتا پرفروش در اروپا به شمار می‌رفت. فعالیت این کمپانی در زمینه‌های عطر و ادکلن و پوشاک آقایان و خانم‌ها و کفش و محصولات چرمی بود و محصولات این شرکت فرانسوی بسیار با کیفیت و پرفروش و در سراسر جهان پرطرفدار بودند.

در این سال، محبوبیت لاگوست با طراحی‌های «کریستوف لمیر» که باعث ایجاد دید بهتر و مدرن‌تری به محصولات این شرکت شد، افزایش یافت. حدود ۵۰ میلیون از محصولات این شرکت در بیش از ۱۱۰ کشور در سراسر جهان به فروش رسید و در بیشتر مسابقات ورزشی مشاهده می‌شد. قراردادهای بسیاری نیز با ورزشکارهای معروف تنیس بسته شد که از جمله آنها می‌توان به اندی رادیک آمریکایی، ریچارد گسکت فرانسوی و «استانیسلاس واورینکا» برنده مدال طلای المپیک اشاره کرد. در ژوئن سال ۲۰۰۷، لاگوست فروش الکترونیکی خود را در بازار آمریکا آغاز کرد و تاکنون به شرکت‌های زیادی امتیاز فروش و عرضه محصولات خود را اعطا کرده است. مثلا شرکت سامسونت امتیاز تولید و فروش جهانی کیف‌های لاگوست و محصولات کوچک چرمی آن را در اختیار دارد. بسیاری از محصولات این کمپانی مانند کفش و پوشاک و ادکلن در اکثر کشورهای دنیا عرضه می‌شود. ادکلن‌های این کمپانی به خوشبویی و کیفیت در بازار اروپا معروف بوده و بیشتر آنها مخصوص خانم‌ها تولید می‌شود. این کمپانی اسپانسر بسیاری از مسابقات معروف ورزشی در جهان از جمله دیویس کاپ تنیس بوده است.

H&M

میلیاردری که پوشاک شیک و ارزان را به خانه‌های مردم آورد



استفان پرسون (Stefan Persson)، پسر موسس فروشگاه‌های زنجیره‌ای (H&M Hennes & Mauritz)، با ثروت خالص ۱۴/۵ میلیارد دلار هجدهمین فرد ثروتمند دنیا می‌باشد.

پرسون که در ۴ اکتبر سال ۱۹۴۷ در استکهلم سوئد متولد شده، فرزند ارلینگ و مارگاریت پرسون است و در حال حاضر پس از اینگوار کمپارد دومین فرد ثروتمند سوئد محسوب می‌شود. او که در دانشگاه استکهلم تحصیل کرده، رییس فروشگاه‌های زنجیره‌ای و بسیار موفق لباس Hennes & Mauritz AB است. پدر استفان این شرکت را در سال تولد وی تاسیس کرد. این زنجیره بین‌المللی (که به H&M شهرت دارد) با حدود ۱۷۰۰ فروشگاه در تمام دنیا، در ارائه مدل‌های شیک، اما ارزان قیمت جزو پیشتازان صنعت پوشاک و مد می‌باشد. پرسون پس از آنکه در سال ۱۹۸۲ به جای پدرش در مقام مدیر ارشد اجرایی شرکت قرار گرفت، حوزه فعالیت آن را به حوزه‌ای جهانی گسترش داد و از این جهت اعتبار زیادی کسب کرد.

در H&M، مد به عنوان یک پدیده فانی و ناپایدار در نظر گرفته می‌شود که باید مدام تازه شده و به حرکت وا داشته شود و این به معنی پیش دستی کردن بر روندهای بازار و تبدیل ایده‌های جدید به لباس‌های با قیمت مناسب، اما بسیار شیک است.

پدر پرسون اهل واستراس، یکی از شهرهای نزدیک استکهلم بود. او پس از جنگ جهانی دوم به نیویورک آمریکا سفر کرد و با دیدن فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگی مثل Macy's و دامنه گسترده پوشاکی که آنها برای خانم‌ها ارائه می‌کردند، بسیار شگفت زده شد و پس از بازگشت به واستراس، یک فروشگاه پوشاک خانم‌ها به اسم Hennes در زبان سوئدی به معنی «مال آن زن» باز کرد که در آن لباس‌های ارزان و مد روز ارائه می‌کرد. این فروشگاه موفقیت محلی بسیار زیادی کسب کرد و به این شکل ارلین پرسون خیلی زود توانست فروشگاهی در استکهلم تاسیس کند. به گفته یکی از نویسندگان فایننشال تایمز، ایده ارائه چنین پوشاکی برای خانم‌های طبقه متوسط اجتماع بسیار با فرهنگ تساوی‌گرای رایج در دوران پس از جنگ در سوئد بسیار همخوانی داشت. این روزنامه اشاره می‌کند که اگر «پرآلبین‌هانسون» رهبر اجتماعی و افسانه‌ای دموکرات سوئد، رفاه و امنیت را به خانه‌های مردم سوئد آورد، اینگوار کمپارد با IKEA خانه‌هایشان را مبله کرد و ارلینگ پرسون پوشاکشان را تامین کرد.

در سال ۱۹۶۸ نام شرکت به H&M تغییر کرد و خط تولید پوشاک مردان نیز به شرکت اضافه شد. پرسون در سال ۱۹۷۲ به شرکت پدرش پیوسته و به او در راه‌اندازی اولین فروشگاه‌هایشان در لندن کمک کرد. او در سال ۷۹ زمانی که پدرش هنوز مدیر ارشد اجرایی بود، عضو هیات مدیره شرکت شد و شروع به سرعت بخشیدن به فرآیند گسترش شرکت نمود. تا سال ۸۵ کمپانی بیش از ۲۰۰ فروشگاه در سرتاسر اروپا باز کرده بود. پرسون در سال ۸۲، زمانی که پدرش بازنشسته شد، جای او را گرفت.

H&M همچنان به رشدش ادامه داده و ارزش سهام آن به طور مداوم افزایش می‌یافت. کمی بعد پرسون خط تولید پوشاک کودکان و نوزادان را هم راه‌اندازی کرد. در اواخر دهه ۹۰ شرکت توانست با پیشی گرفتن از رقبا به بزرگترین فروشنده پوشاک اروپا تبدیل و به‌علاوه توانست نخستین فروشگاهش را در آمریکا، جایی که بسیاری از تولیدکنندگان و فروشندگان اروپایی آرزوی دستیابی به آن را دارند، باز کند.

شرکت ملکی در نزدیکی مرکز راکرفلر اجاره و هزینه زیادی صرف تبلیغات قبل از ورود به بازار کرد تا اینکه بالاخره در ۳۱ مارس سال ۲۰۰۰ رسما فروشگاهش را بازگشایی کرد. پرسون برای ورود به چنین بازار اشباع شده‌ای، اعتماد به نفس بالایی داشت. او اعتقاد داشت آنها حوزه جدیدی از مد را به بازار وارد کرده و برای پول افراد ارزش ایجاد می‌کنند، چون آمریکایی‌ها به انجام معامله خوب تمایل دارند. این اعتقاد او درست از آب در آمد و یک روز پس از بازگشایی فروشگاه، فروشندگان خود را در محاصره سیل عظیمی از خریداران دیدند، به شکلی که پرسنل امنیتی مجبور شدند درهای فروشگاه را برای مدتی ببندند.

بخشی از موفقیت پرسون به دلیل تیم طراحی درون شرکت (متشکل از طراحان جوان تازه فارغ‌التحصیل) می‌باشد. به علاوه بخش تولیدی شرکت به شبکه وسیعی از تامین‌کنندگان در کشورهایی مثل بنگلادش، چین و ترکیه که هزینه کارگر در آنها پایین است، برون سپاری می‌شود. پرسون همچنین اعتقاد دارد که تولید پوشاک متفاوت برای کشورهای متفاوت، هدر دادن منابع است چون به گفته او همه مردم جهان در یک دوره خاص، به یک نوع موسیقی گوش می‌دهند یا یک نوع فیلم تماشا می‌کنند. این استراتژی‌های خاص و موفق H&M باعث شده این شرکت از رکود اقتصادی اخیر جان سالم بدر ببرد. در حال حاضر پسر استفان، کارل‌جوئان، مدیر ارشد اجرایی شرکت پدرش شده، اما استفان پرسون همچنان رییس شرکت باقی مانده است.

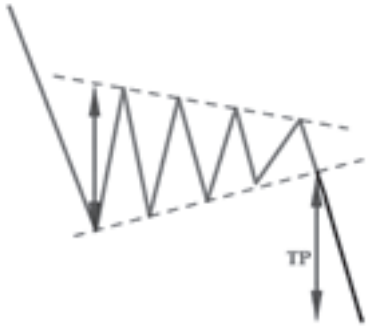
بازار سرمایه

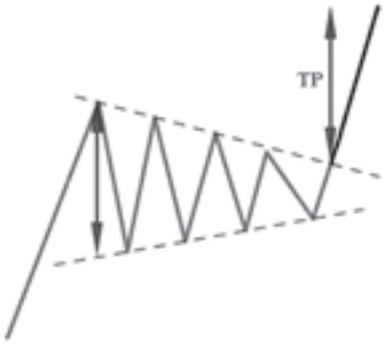
بخش چهاردهم

تهیه و تنظیم: یاسر تقی‌پور

الگوی مثلث متقارن Symmetrical Triangles

مثلث متقارن یا همسان الگویی دیگر از خانواده مثلث‌ها می‌باشد که معمولاً بعد از یک روند کاهشی یا افزایشی به وجود می‌آید گرچه هیچ الزامی برای این مورد وجود ندارد. در این الگو حرکات صعودی و نزولی داخل الگو به حمایت‌ها یا مقاومت‌های قبل از خود نمی‌رسند به همین جهت امتداد این خطوط مثلثی متقارن را ایجاد می‌کند؛ با شکسته شدن امتداد نقاط به هم متصل شده بالایی و پایینی در الگو می‌توان انتظار داشت موج جدید به اندازه فاصله اولین قاعده درونی مثلث پیش روی داشته باشد.





الگوی مستطیل

الگوی مستطیل بعد از یک روند کاهشی یا افزایشی تشکیل می‌شود که امتداد خطوط بیشینه و کمینه درون آن موازی–افقی بوده و تشکیل یک مستطیل فرضی را می‌دهد. حداقل دو بار قیمت‌ها باید به امتداد خطوط بالایی و پایینی در این الگو برخورد کرده باشد. برای حد سود انتظار داریم بعد از شکسته شدن خط بالایی در روند افزایشی و خط پایینی در روند کاهشی هدف قیمتی جدید به اندازه فاصله درونی دو خط موازی درون الگو پیش روی نماید.

فیبوناچی

بازار سهام مجموع نوساناتی به هم پیوسته است که از امواجی از درجه کوچک به بزرگ شکل گرفته میتوان گفت این بازار مشابه ضرب المثلی است که می گوید زندگی فرایندی است دو قدم به جلو و یک قدم به عقب. بازار هم بعد از هر کاهش یا افزایشی موج قبلی خود را اصلاح (بازگشت) کرده و مجدداً روند قبلیش را از سر می‌گیرد این امواج در بازار توسط خطوط فیبو قابل تفکیک می‌باشند .در صورتی که بپذیریم نوسانات بازار توسط میلیون‌ها خطوط حمایت و مقاومت موضعی شکل گرفته بعد از آن می‌شود نقاط اصلاحی (بازگشت) روند قبل را توسط خطوط فیبوناچی تخمین زد.

سطوح بازگشتی فیبوناچی

خطوط امتداد	خطوط بازگشتی
۱۲۷	۲۳.۶
۱۶۱.۸	۳۸.۲
۲۰۰	۵۰
۲۶۱.۸	۶۱.۸
۳۰۰	۷۶.۴
۴۲۳.۶	

فایل‌ها:

۱. مجموعه سوالات متداول با پاسخ در مورد بورس اوراق بهادار تهران

۲. جدیدترین نسخه نرم افزار متا تریدر ۴ و Meta Trader ۵

۳. راهنمای نصب و کار با نرم افزار متا تریدر Meta Trader

در سایت www.shanika.ir و در بخش دانلودها برای استفاده شما عزیزان تدارک دیده شده است؛ ضمن اینکه انجمن آموزشی بورس، در همین سایت فعال هست و مدیریت این انجمن پاسخگوی سوالات فنی شما عزیزان در حوزه تحلیل گری تکنیکال بازار سرمایه می‌باشد.

پایـــان

تحلیل وضعیتی (SWOT) صنعت تولید در ایران

دکتر پرویز علیلو*

این تحلیل با بهره‌مندی از تکنیک swot به بررسی نقاط قوت (Strength) و نقاط ضعف (weakness) تولید و صنایع تولیدی و تهدیدها (Threat) و فرصت‌ها (Opportunity) در عرصه پیرامون صنعت (محیط داخل کشور) می‌پردازد.

تحلیل سوات برای ارزیابی نقاط قوت و ضعف داخلی و تهدیدات و فرصت‌های محیطی سازمان‌ها به‌طور گسترده از سال ۱۹۹۰ میلادی وارد سیستم‌های مدیریتی شده و نگارنده از این تحلیل بعنوان یک ابزار کارآمد کیفی برای تحلیل مدیریتی و استراتژیک وضعیت صنعت و تولید در کشور استفاده کرده و راهبردها و راهکارهای هریک را ارائه می‌نماید.

نقاط قوت صنعت و تولید در ایران

متأسفانه سوابق تاریخی و پیشینه درخشانی برای تولید و صنعت در ایران به دلایلی در دسترس نیست، بی‌حکمت نیست کشوری که در مسیر جاده ابریشم قرار داشته، کاروان‌ها و بازرگانان گذری، روح و تجارت دلالی را به مردمان میزبان و مردم این سرزمین هدیه داده و البته رفتار و عادات مصرف را در این کشور رواج داده باشند، تجارت و بازرگانی محصول تولید و صنعت می‌باشد که بعد از انقلاب صنعتی و ابداع ماشین و ابزارهای پیشرفته کالاها و محصولات کشورهای صاحب تکنولوژی و صنعت را به سوی بازارهای نیازمند روانه ساخت و باعث شکوفایی و توسعه روزافزون صنعت و تکنولوژی کشورهای صنعتی و اروپایی گردید.

کشورهایی مثل ایران در امتداد سلسله‌های شاهنشاهی در بستری مالکانه مورد تاراج و یغما قرار گرفتند و هر از چندگاهی به داشتن عیاران و جوانمردان دل‌خوش کردند. شرایط آب و هوایی، جغرافیای این کشور دامپروری و کشاورزی را رواج داد و از تغییرات روزافزون و شگرف صنعت هیچگونه دستمایه‌ای نصیب ما نشد، تلاش‌هایی برای صنعتی شدن از اوایل سال‌های ۱۳۰۰ شمسی آغاز شد اما به جهت شکل حکومت و سیستم شاهنشاهی و دولتی اقتصاد نتوانست در مسیر شکوفایی قرار گیرد لذا با کمال تأسف و پس از کنکاش فراوان نقاط قوت چشمگیری که بتواند عامل جذبه‌ای برای جذب و علاقمند نمودن سرمایه‌گذار به صنعت و تولید در این کشور باشد یافت نشد، تنها چند عامل نه‌چندان بااهمیت بعنوان نقطه قوت برای صنایع تولیدی و صنعتی ارائه می‌شود.

پرستیژ اجتماعی نسبتاً مقبول و دلفریب؛

اندک صنایع و کارخانجات موجود در کشور و مدیران و صاحبان این مجموعه‌ها از یک پرستیژ اجتماعی نسبتاً خوبی برخوردارند که از لحاظ روانی باعث اقناع صاحبان کسب‌وکار و برخورداری از شخصیت اجتماعی نسبتاً قابل قبولی شده است و یکی از دلایل مقبولیت عمومی و روی‌آوری صاحبان سرمایه به تولید و کارخانه، کسب شخصیت حقوقی قابل قبول جامعه بوده است.

بهره هوشی بالا، خلاق و نوآور بعنوان قابلیت‌های تولید؛

محرومیت‌ها و محدودیت‌های اجتماعی و معیشتی بی‌شمار، خوشبختانه عامل خلاقیت‌ها و نوآوری شده و از این نظر منابع انسانی متفکر و خلاقی در دسترس جامعه صنعتی قرار داده است، اگر از نقش عوامل متعدد از بین برنده انگیزه کاسته شود خلاقیت نیروی کار این کشور به اوج خود می‌رسد. وفور منابع طبیعی زیرزمینی، معادن باارزش، نفت و گاز، محصولات کشاورزی و زمین‌های حاصلخیز و وسعت سرزمینی مناسب، بستری برای صنایع تولیدی جهت تبدیل مواد خام به فرآورده‌های باارزش افزوده بالا به جهت برخورداری از مواد خام اولیه موجود است که متأسفانه در بیشتر موارد بصورت خام و به قیمت‌های ناچیزی از کشور خارج می‌شود همه این منابع به‌عنوان دارایی‌های باارزشی هستند که می‌توانند ضمن ایجاد اشتغال و رواج صنعت و تولید به بازتولید ثروت ملّی کمک کنند.

قرارگرفتن در موقعیت فوق‌العاده استراتژیک جغرافیایی بعنوان کریدور شرق و غرب و برخورداری از همسایگان متعدد، نیازمند و ضعیف

که از جمعیت تقریباً بالایی برخوردارند و از نظر شاخص‌های توسعه و پیشرفت بسیار عقب‌تر از کشورمان هستند (عراق، افغانستان، آذربایجان، ارمنستان، پاکستان، ترکمنستان و کشورهای حاشیه خلیج‌فارس و حاشیه دریای خزر) همه و همه برخورداری از یک نقطه قوت بی‌مثال است که تولیدگران، سیاستگذاران با واقع شدن در مرکز این موقعیت باید اهمیت خود را بعنوان قدرت بلامنازع تجدید و تثبیت نماید.

نقاط ضعف صنعت و تولید کشور

نبود حمایت‌های قانونی و تسهیلاتی مناسب و ارزان از تولیدکننده؛

بانک‌ها و موسسات اعتباری از بدنه کارشناسی چابک و متخصص برخوردار نیستند و در ارزیابی‌های خود نهایت سختگیری را با سرمایه‌گذاران به خرج می‌دهند، سیاست‌های حمایت از تولید با اعطای تسهیلات کم‌بهره و بلند مدّت در دستور کار سیاستگذاران قرار ندارد و تورم بالا همراه با رکود بهمراه سود دلفریب سپرده بانک‌ها که در بیشتر مواقع از نرخ تورم نیز تجاوز می‌کند مانع اصلی روی‌آوردن سرمایه و سرمایه‌گذار به تولید و صنعت شده است، صنایع تولیدی کشور در خوش‌بینانه‌ترین شرایط سودی بین ۱۰ تا ۱۵ درصدی دارند و تحقق این سود به وصول مطالبات

فاقد پشتیبان و چک‌های مدت‌دار بدون تضمین و ده‌ها امّا و اگر خرد و کلان بستگی دارد.

بهره‌وری پایین نیروی کار؛

نیروی کار صنایع تولیدی انگیزه لازم برای بکار بستن استعدادهای خود را ندارد، حقوق و دستمزدی که دریافت می‌کند کفاف زندگیش را نمی‌دهد، شرایط مساعد روحی و روانی خوبی ندارد، آموزش‌ها و مهارت‌های لازم کار را در بیشتر موارد نیاموخته و علاقه‌ای به آموزش و یادگیری ندارد، در مناسبات تولید خود را بعنوان ابزار کار می‌بیند و در بیشتر مواقع مثل آدم ماشینی با وی برخورد می‌شود، کارفرما و صاحب کسب‌وکار را دشمن و استثمارگر می‌داند که این همه باعث رنجش و بی‌علاقگی به کار و خلاقیت و نهایتاً بهره‌وری پایین می‌گردد.

مناسبات و حقوق قانونی نیروی کار از طرف دولت تعیین می‌گردد که متأسفانه ناتوانی اقتصاد دولتی در کنترل تورم و ناتوانی در ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضای نیروی کار و ایجاد شغل به ارزانی و نادیده انگاشتن زحمات نیروی کار منجر شده که نهایتاً متأسفانه نیروی کار کشور، عامل تضییع حقوق و فشارهای مضاعف زندگی و معاش خود را در بسیاری موارد نه اقتصاد دستوری سیاستگذار و قانون‌گذار بلکه کارفرما می‌داند.

ماشین‌آلات فرسوده قدیمی و مستهلک؛

نبود زیرساخت‌های صنعت مادر در کشور، نبود بخش خصوصی فعال و صنعتی، تحریم‌های ظالمانه و نداشتن برنامه تولیدی صنعتی جامع از طرف سیاستگذار، ماشین‌آلات مولد و فعال کشور را مسن و پیر کرده و از کارایی آن کاسته است، صنایع کشور مستهلک و انرژی‌بر هستند و از پیشرفت‌های هوشمندانه صنایع نوین بی‌بهره‌اند کیفیت و کمیت تولید باتوجه به رقابت شدید بین تولیدکنندگان عرصه بین‌الملل که با کاهش هزینه‌های تولید و افزایش بهره‌وری به رقبای کوچک و ضعیف غلبه کرده‌اند ضعیف و نحیف شده و یارای مقاومت در برابر تغییرات شوک‌آور را از دست داده است.

ضعف سیستم‌های ارتباطی و اطلاعاتی؛

زیرساخت ارتباطات و شبکه‌های ارتباطی از قبیل شبکه مخابرات (شبکه‌های تصویری، ماهواره‌ای، اینترنتی) شبکه بزرگراه‌ها، شبکه‌های ریلی، شبکه‌های خطوط هوایی در کشور، ضعیف و به شکلی عقب مانده است برخورداری از دانش و اطلاعات روز در گرو بهره‌مندی از شبکه‌های تسهیل و ترویج دسترسی به منابع عظیم اطلاعات میسر است و بدون داشتن ابزارهای مناسب دسترسی به اطلاعات ثروت آفرینی ناممکن است.

ضعف در بازاریابی و بهره‌مندی از مشاوره؛

با گذشت حدود یکصد سال از پیدایش علمی صنعت مشاوره در جهان متأسفانه اعتقاد و باور اثربخش به مشاوره در امور مختلف و مسائل و مشکلات در میان جوامع مختلف صنعتی کشور شکل نگرفته و راهکارهای سنتی همچنان با تکیه بر رویه‌ها و روش‌های منسوخ و نابارور نتوانسته‌اند گره مشکلات ساختاری را باز نمایند.

نامناسب بودن ساختارهای سازمانی و عدم بکارگیری اصول اساسی مدیریت؛

سازمان‌ها شکل‌های گروهی همکاری و تعاون در جهت رسیدن به اهداف مشترک‌اند و ساختارها ترسیم خطوط هماهنگی و تقسیم وظایف و اختیارات در سازمان‌ها را نشان می‌دهند، بدون بکارگیری اصول اساسی مدیریت ازجمله برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و رهبری و کنترل و پیگیری دستیابی به اهداف تعیین شده به هیچ‌وجه ممکن نمی‌باشد لذا با کمال تأسف اصول اولیه مدیریت که از حدود بیش از یکصد سال هنوز بعنوان الگوهای مدیریتی جوامع متمدن مورد بهره‌برداری قرار گرفته‌اند. حتی به ابتدایی‌ترین شکل در سازمان‌های خدماتی و تولیدی و حتی مدیریتی کشور مورد بهره‌برداری قرار نگرفته‌اند.

بدنامی و بی‌اعتمادی تولید داخل؛

نداشتن برنامه، چشم‌انداز، مأموریت و اهداف مشخص در سازمان‌ها و صنایع تولیدی بهمراه نبود سازوکارها و مقررات دولتی برای اقتصاد دولتی دلایل مبرهن و آشکاری برای عدم موفقیت و عرضه محصولات با نام و نشان در کشور ما بوده است.

نبود برندها و صنایع بزرگ و افتخارآفرین بعنوان الگوهای مقبول؛

صنایع کوچک و متوسط پایه‌های اقتصاد هر کشوری محسوب می‌شوند و پرورش و رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و تبدیل آنها به صنایع بزرگ و مادر در بستر اقتصادی مستعد و امن امکان‌پذیر است. اقتصاد دولتی، شبه دولتی و برخوردار از مواهب و منابع عظیم ملّی، خلاقیت و نوآوری را از صنایع عمدتاً دولتی سلب نموده و به جهت عدم شکل‌گیری بخش خصوصی و منفک از دولت، به معنای واقعی، صنایع خصوصی در سایه شوم رانت و ارتباطات پرورش یافته‌اند و فقدان هویت و شخصیت اقتصادی قوی و مستقلی هستند.

قیمت‌های تمام شده بالا و ناتوانی در رقابت داخلی و خارجی؛

قیمت تمام شده محصولات کشور تابع هزینه‌های متعددی از جمله نیروی انسانی آموزش ندیده، ماشین‌آلات مستهلک و هزینه‌بر، رویه‌ها و روش‌های غیراصولی، عدم برخورداری از اصول مدیریت و سرپرستی مدرن، عدم بهره‌مندی از مشاوره‌های تخصصی، نرخ تسهیلات بالا و پایین بودن ساعات کار مفید بسیار غیراقتصادی، غیر رقابتی تعیین می‌شود.

نبود هماهنگی و انسجام بین دوایر دولتی در جهت حمایت از تولید؛

متأسفانه انسجام و یکپارچگی در دوایر و نهادهای قدرت برای اجرای

سیاست‌ها و برنامه‌های تدوین شده وجود ندارد و هرکدام از سازمان‌ها و ادارات مختلف بصورت جزیره‌وار دنبال انجام وظایف خشک و مقررات سازمان متبوعه خود هستند و اینکه این وظایف و مأموریت‌ها چه اندازه با سیاست‌های کلان و ملی همسو باشند در اجرای وظایف آنان کمرنگ و در درجه اولویت پایین‌تری قرار دارند و باصطلاح حفظ قدرت سیاسی و میز کار از اهمیت به مراتب بیشتری برخوردار است لذا تولید و صنعت بعنوان اهرم رشد و توسعه کشور مسئله‌ای با اهمیت و ملّی تلقی نمی‌شود.

رقبای قوی بنیه و شبه دولتی و برخوردار از رانت؛

اقتصاد ایران در کشاکش اقتصادهای بازار آزاد و سرمایه داری و سیستم‌های اقتصادی دولتی و سوسیالیستی برای خود تعریفی از اقتصاد ارائه کرده است که مبانی دقیق وروشنی ندارد که بتواند اقتصاد نیمه دولتی متمایل به بازار آزاد را توجیه کند و کارکرد آن‌را برای اقتصاد ایران شاخص قرار دهد لذا با علاقه‌ای که به اقتصاد بازار و آزادی اقتصادی دارد در چمبره جاذبه‌های دولتی و انحصار منابع ارزان گیر کرده است.

نبود تشکل‌ها و اتحادیه‌های صنفی قوی؛

باتوجه به عدم شکل‌گیری واقعی بخش خصوصی سندیکا و اتحادیه و تشکل‌های حمایتی صنفی مربوطه نیز شکل نگرفته است و جایگاهی برای تشکل‌های قوی و مدافع صنوف و حقوق آنها نیز ایجاد نشده است. اقتصاد سیاسی و دولتی نیز زمینه ایجاد چنین تشکل‌هایی را از بین برده است لذا اقتصاد دولتی و تشکل‌های مربوطه فرمایشی بوده و از پیگیری حقوق ذینفعان خود ضعیف بوده‌اند.

واردات بی‌رویه نظام‌مند؛

دروازه‌های ورود کالا و محصولات از طریق غیر قانونی اما کاملاً توانمند به روی واردکنندگان سازمانی باز بوده و صنایع تولیدی داخل کشور با بهره‌وری پایین و هزینه‌های بالای تولید توان مقابله با آن را نداشته و از گردونه رقابت بیرون رفته است جالب این است که در بسیاری موارد حاکمیت، وجود این سازمان‌های غیر قانونی و قدرتمند را تأئید و عملاً تسلیم رفتارهای آنان شده است.

ناهماهنگی تحصیلات دانشگاهی نیروی کار با نیازهای تولیدی کشور (عرضه و تقاضای نیروی کار و نیازهای شغلی و پیش‌بینی‌های آتی) در سطح کلان به نظر می‌رسد فاقد برنامه‌ریزی جامع و کلان و یکپارچه برای پرورش نیروی کار خلاق و تحصیل کرده برای نیازهای شغلی و تولیدی کشورهستیم، با وجود پیشرفت علوم مدیریت برنامه‌ریزی برای زمان حال و آینده نیازهای شغلی، نیازهای تولیدی، نیازهای اقتصادی و پرورش و آموزش نیروی کار لازم انجام نشده است و تحصیلات عالی موجوار تابع علایق و عقده‌های والدینی شکل گرفته‌اند.

نداشتن جایگاهی برای تحقیق و توسعه در صنایع؛

تحقیق و توسعه در صنایع و نهادهای اجتماعی و تولیدی به جایگاه درخور و باارزش خود نایل نشده است و گویا از اهمیت چندانی نیز برخوردار نیست لذا با توجه به تغییرات سریع و روزافزون در تکنولوژی و دانش فنی مربوطه از یک طرف و بی‌توجهی عمومی در ایران به این مسئله زمینه بسیاری شکست‌ها و درجازدن‌ها گسترش یافته و هرروز شاهد کناره‌گیری، انحلال، ورشکستگی صنایع و شرکت‌ها در کنار دیگر عوامل و فشارها شده است.

نبود مهارت‌های کاری و کارآفرینی؛

متأسفانه سیستم آموزشی کشور نتوانسته است نیروی کار مهارت دیده، متخصص و کاردان که به اصول اساسی و قابل اجرای کارآفرینی مسلط باشد، پرورش دهد کارآفرینی و کارآفرینان به شکلی سنتی موفق به ایجاد کسب‌وکارها شده‌اند.

ضعف اخلاق و رفتار اجتماعی و شیوع قانونگریزی شدید در بین افشار مختلف جامعه و حتی حاکمیت؛

پایه‌های اساسی رشد و پیشرفت و توسعه هر جامعه‌ای از پایه‌گذاری و رعایت اخلاق، ارزش‌ها و هنجارها و پایبندی به آنان شکل می‌گیرد که متأسفانه تلاش مثمر ثمر برای ایجاد و توسعه آن از طرف سلسله‌های حاکمیتی در ایران انجام نگرفته است و فرهنگ شکل گرفته ضعیف و از لحاظ صداقت و پاکی ملوّن بوده است.دروغ و گذر از خطوط قرمز و زیرپا گذاشتن مسئولیت‌های اجتماعی و اخلاقی جزء افتخارات اجتماعی شده و در بطن خانواده و فرهنگ ایرانی مقید و متعهد شدن به اجرای اصول اساسی زندگی و پایبندی به اخلاقیات زیرپا گذاشته شده است با این وصف و به قول معروف درجامعه‌ای که دور گل‌ها و باغچه‌ها از ترس دستبرد به آن‌ها حصار می‌گذارند شاید توسعه اندکی بی‌معنا باشد. تلاش برای رشد و پیشرفت به شکل ایجاد زیرساخت‌های فیزیکی (توسعه افقی) و دستیابی به تکنولوژی نوین (توسعه عمودی) دردی از دوای این کشور را دوا نخواهد کرد و تا زمانیکه توسعه کیفی که از مدرنیته و پرورش مغزها حاصل می‌شود در کشور اتفاق نیافتد تمام تلاش‌ها برای توسعه، آب در هاون کوبیدن خواهد بود این مسئله از منظر اقتصادی ضایعه و ضعف بزرگی برای ترویج و جذب سرمایه‌گذار و صنعت در کشور به حساب می‌آید.

عدم تسلط به ابزارها و مهارت‌های ارتباطی نوین از جمله زبان انگلیسی و مهارتهای مذاکره و فروش؛

باتوجه به پیشرفت علوم از همه جهات و ضرورت بهره‌مندی از ابزارهای نوین ارتباطی و مهارتهای خاص رویارویی با مسائل پیچیده روز، آموزش‌ها و بسترهای لازم برای رویارویی و پاسخگویی به نیازهای موجود تدوین و ارائه نشده است. لذا برخوردهای سنتی و از مد افتاده پاسخگوی تحولات و ارتباطات مدرن نبوده و در اولین قدم‌ها به جهت ناتوانی در به کارگیری اصول مذاکره، اصول ارتباطی مقبول و نوین مقهور رقبا و طرف‌های هنرمند و دارای مهارت‌های قوی شده و میدان و بازار را به طرف قوی و برخوردار از مهارت‌های چندگانه واگذار نموده است.

آموزش‌هـای بـه ظاهـر آکادمیـک در بسـیاری زمینه‌هـا رواج یافتـه امـا صرفـاً تئوریـک و فاقـد کارکـرد اجتماعـی بـوده و از بهـره‌وری لازم بـرای برخـورداری از نتایـج و کاربـردی کـردن آنهـا عاجـز بـوده اسـت.

تحلیل نقاط فرصت تولید و صنعت داخلی؛

– وجـود بازارهـای وسـیع مصـرف در داخـل کشـور بـا توجـه بـه جمعیـت و وسـعت کشـور

– وجـود همسـایگان ضعیـف، نیازمنـد و پرجمعیـت، جغرافیـای کشـور بـه جهـت دسترسـی بـه آبهـای آزاد و بسـیاری ار کشـورهای منطقـه بـا کمتریـن هزینـه اسـتراتژیک محسـوب می‌شـود. بیشـتر کشـورهای همسـایه ایـران از نظـر تکنولـوژی، دانـش فنـی و مهارت‌هـا و منابـع گوناگـون ضعیف‌تـر از ایـران هسـتند.

– وجـود ویرانی‌هـای ناشـی از تروریسـم، جنـگ منطقـه‌ای، تغییـر حکومت‌هـا و سیاسـت‌های بین‌المللـی قدرتهـای بـزرگ کشـورهای همسـایه مـارا بـه بـازار بـزرگ مصـرف محصـولات و کالاهـای خارجـی تبدیـل نمـوده اسـت کـه بـا تدویـن اسـتراتژی هـای مناسـب می‌تـوان سـالهای سـال از همسـایگی بـا ایـن کشـورها بـه جهـت مصـرف محصـولات و کالاهـای ایرانـی لـذت بـرد.

کشـورهایی همچـون افغانسـتان، عـراق، سـوریه، ارمنسـتان، آذربایجـان کـه فرصتهـای بـاارزش بـرای اقتصـاد ایـران فراهـم آورده‌انـد

– پتانسـیل عظیـم منابـع انسـانی جـوان، تحصیـل کـرده و نیازمنـد بـه عنـوان فرصـت گران‌بهـا و مزیـت رقابتـی بی‌مثـال بـرای کشـورمان اسـت کـه درصـورت برنامه‌ریـزی و تدویـن اسـتراتژی‌های درخـور ایشـان بـه تناسـب نیازهـای کشـور می‌تواننـد باعـث تحـول شـگرفی شـوند

– وجـود امنیـت سیاسـی و اجتماعـی در کشـور کـه می‌توانـد ایـران را بـه کریدور شـرق بـه غـرب و شـمال بـه جنـوب و عامـل جـذب سـرمایه‌گذاران خارجـی تبدیـل کند

– وجـود صنایـع عظیـم زیرزمینـی از قبیل نفـت و گاز، پتروشـیمی، منابـع و ذخایر معدنـی، کشـاورزی کـه بـا ایجـاد صنایـع پتروشـیمی و تبدیلـی از خـام فروشـی آن‌هـا جلوگیـری کـرده و بـه ایجـاد ارزش‌افـزوده مضاعـف منجـر می‌گـردد. بـا ایجـاد صنایـع پایین‌دسـتی تبدیلـی و بسـته‌بندی و فـراوری و تولیـد محصـولات مشـتق شـده از همـه منابـع و ذخایـر معدنـی و خـام کشـور ضمـن ایجاد اشـتغال و رفـاه باعـث ارزآوری و تقویـت بنیان‌هـای اقتصـادی کشـور می‌گـردد. علاقـه شـرکت‌ها و کارخانجـات بـا نـام خارجـی بـرای سـرمایه‌گذاری بـه اشـکال مختلـف در ایـران از جملـه سـرمایه‌گذاری مشـترک، همکاری‌هـای مشـترک، درصـورت احـراز اطمینـان همه‌جانبـه از شـرایط سیاسـی و اقتصـادی کشـور میسـر خواهـد شـد.

تحلیل نقاط تهدید صنعت و تولید کشور؛

– تکنولـوژی در حـال تغییـر و مـدرن کشـورهای درحال توسـعه و رقبـای خارجی کـه از دسـترس صنایع کشـور دور اسـت.

– رقبـای قـوی، مبتکـر و بـه روز خارجـی و صنایـع دولتـی و شـبه دولتـی داخلـی کـه بـه راحتـی در کشـور حضـور دارنـد تهدیـدی بـه بخـش خصوصـی به‌حسـاب می‌آینـد.

– رونـق بازرگانـی و تجـارت بـه دور از موانـع و مقـررات مالیاتـی و مقیدکننـده که معضـلات تولیـد را نداشـته و بیشـتر در سـایه قـرار دارنـد کـه کالا و محصـول را از فروشـنده بـه خریـدار منتقـل می‌نماینـد و بـه راحتـی سـود می‌برنـد بی‌آنکـه شناسـنامه یـا آدرس قابل شناسـایی داشـته باشـند.

– سـود سـپرده‌های بیشـتر از نـرخ تـورم و بهـره بـالای بانکـی تسـهیلات کـه انگیـزه تولیدکننـده را بـه سـمت سـپرده‌گذاری سـوق می‌دهـد.

– نبـود ثبـات در قیمـت ارز، سیاسـت‌های انقباظـی و انبسـاطی دولـت و بانـک مرکـزی و مقـررات تعرفـه‌ای و تشـویقی واردات و صـادرات

– اقتصـاد دولتـی و شـبه دولتـی برخـوردار از منابـع مختلـف کـه امـکان رقابـت، رشـد و بالندگـی را از بخـش خصوصـی تولیـدی گرفتـه اسـت.

– فرهنـگ سـرمایه و سـرمایه‌دار سـتیز مـردم که رفتارهـای نامشـروع، غیرقانونی و زشـت عـده‌ای صاحبـان ثـروت را نـه از ضعـف قانـون و مجـری قانـون کـه از فـرد خطـاکار و طبقـه اجتماعـی وی می‌داننـد غافـل ازاینکـه بـدون سـرمایه و سـرمایه‌گذار هیـچ تولیـدی محقـق نمی‌شـود و بـه تبـع آن هیچگونـه بازتولیـد ارزش و ثروتـی رخ نمی‌دهـد پـس بنابرایـن اشـتغال و رفاهـی نیـز در جامعـه ایجـاد نمی‌گـردد.

– نداشـتن برنامـه جامـع ملّـی بـرای بسترسـازی، توسـعه اقتصـادی و صنایـع دانش‌بنیـان

– نبـود حمایت‌هـای قانونـی از حقـوق بازرگانـی و تجـارت طرفیـن معاملـه و خصوصـاً سـاز و کاری بـرای تضمیـن پرداخـت و وصـول چک‌هـای پرداختـی و تعهـدات پرداختـی

باتوجـه بـه شـرایط خـاص کشـور ایـران کـه بیشـتر مبـادلات اعتبـاری و یـا ازطریـق چک‌هـای مـدّت‌دار صـورت می‌گیـرد، هیچگونـه تضمینـی بـرای وصـول مطالبـات و چک‌هـای بلامحـل وجـود نـدارد و نبـود برخوردهـای مانـع شـونده از سـوی سیسـتم قضائـی کشـور موجبـات رواج کلاهبـرداری، سـوء اسـتفاده و ضـرر و زیـان تولیدکننـده شـده اسـت و ایـن درحالیسـت کـه کلیـه پرداخت‌هـای جـاری تولیدکننـده اعـم از هزینه‌هـای انـرژی، مالیـات، حقـوق و دسـتمزد و ... نقـدی بـوده و چک‌هـای بلامحـل و هزینه‌هـای وصـول آن سـود ناچیـز تولیدکننـده را بلعیـده و باعـث سـردرگمی در فـروش مطمئـن حتـی بـه معتبرتریـن خریـداران نیـز شـده اسـت.

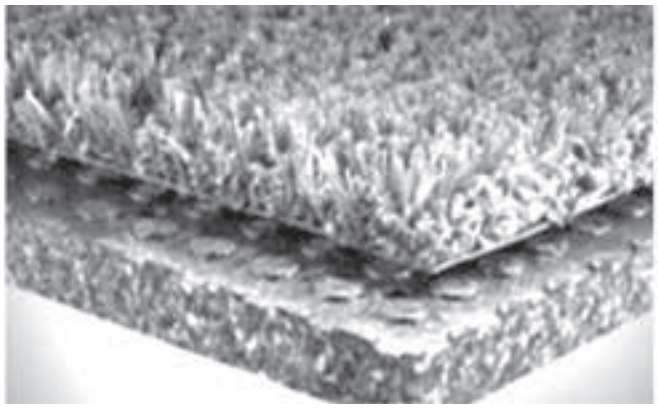
– سیسـتم مالیاتـی ناعادلانـه و نامتناسـب بـا وضعیـت وخیـم تولیـد و صنعـت کشـور درحالـی کـه وارد عمیق‌تریـن دوره‌هـای رکـود و کسـادی بـازار شـده‌ایم سـهم مالیـات از بنگاه‌هـای اقتصـادی در تأمیـن بودجـه کشـور بطور چشـمگیری افزایـش یافتـه اسـت و ایـن مـورد بـا شـرایط اقتصـادی بـازار و اقتصـاد پویـا همخوانـی نـدارد و ناتوانـی در تأمیـن و توسـعه فرصت‌هـای برابـر بـرای بهره‌منـدی از امکانـات عمومـی کشـور موجبـات شـیوع بی‌اعتمـادی اجتماعـی و تخریـب شـدید سـرمایه‌های اجتماعـی شـده اسـت.

پی‌نوشت:

* دانـش آموختـه مدیریـت بازرگانـی، بازاریابـی، مدیر عامل مجموعـه کارخانجات الیـاف آذران و مدرس دانشـگاه

چمن مصنوعی در زمین های ورزشی

تهیه و تنظیم: دکتر فرناز نایب مراد



تولید این محصول با استفاده از فرآیندهایی مشابه فرآیندهای انجام شده در صنعت کفپوش صورت می‌گیرد.

چمن مصنوعی در مناطقی به کار می‌رود که امکانات لازم برای رشد چمن‌های طبیعی فراهم نیست و یا این که نگهداری آن به نحو مطلوب، غیرممکن یا مشکل باشد. این نوع کفپوش‌ها عمدتاً در استادیوم‌های ورزشی به کار می‌روند. البته استفاده در زمین‌های ورزشی تنها بخشی از کاربرد چمن‌های مصنوعی است. دوام این لایه‌ها، هزینه پایین نگهداری، عدم نیاز به آبیاری و ظاهر طبیعی آنها سبب شده است که این تولیدات در محدوده وسیعی از کاربردها مورد استفاده قرار گیرند. این چمن‌ها، مشکل گل آلوده شدن زمین در هنگام بارش باران را ندارند. همچنین در مناطقی که با کمبود آب مواجه هستند و یا نمی‌توان آبیاری مطلوبی برای چمن‌ها انجام داد، چمن‌های مصنوعی گزینه‌های مناسبی به شمار می‌روند.

یکی دیگر از مزایای استفاده از چمن‌های مصنوعی، صرفه‌جویی اقتصادی است، زیرا چمن‌های طبیعی را حداقل یک بار در هر فصل باید با چمن‌های جدید جایگزین نمود که این کار مستلزم صرف هزینه و وقت می‌باشد. علاوه بر آن هزینه نگهداری آنها نیز مزید بر علت است.

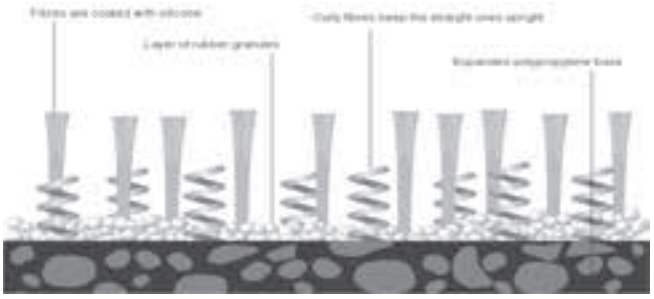
امروزه با پیشرفت‌هایی که در تولید چمن‌های مصنوعی حاصل شده‌است، استفاده از آنها در زمین‌های فوتبال افزایش یافته و به جای چمن‌های طبیعی از منو فیلامنت‌های مصنوعی همچون پلی‌پروپیلن، پلی‌اتیلن و پلی‌آمید استفاده می‌شود که در واقع این فیلامنت‌ها چمن مصنوعی را تشکیل می‌دهند. عمر مفید یک زمین چمن طبیعی کوتاه (به اندازه ۶۰۰ ساعت بازی فوتبال) است و همچنین یکنواختی سطح زمین در تمامی ابعاد و سطوح از لحاظ ظاهری و فیزیکی باعث گردیده تا خطاهای ناشی از عیوب زمین در حین بازی به صفر برسد بر روی زمین‌های چمن مصنوعی بهترین کنترل بر توپ اعمال شده و حرکت متقابل بازیکن و توپ عالی و روان است در صورتی‌که در چمن طبیعی رشد غده‌ای و متراکم و ایجاد توده چمن در یک ناحیه از زمین و کچلی در ناحیه دیگر باعث ناهمواری زمین و ایجاد مشکل در بازی و انحراف توپ می‌شود.

فن‌آوری چمن مصنوعی:

تولید الیاف چمن مصنوعی به‌گونه ای است که در مقابل اشعه مضر UV و مواجهه با محیط‌های قلیایی و باران‌های اسیدی و همچنین در برابر عوامل فیزیکی و تنش‌های مکانیکی از قبیل پاخوردگی و تکل‌های شدید و سایش مقاوم‌سازی شده است که همین امر باعث شده که عمر چمن مصنوعی حداقل به حدود ۱۰سال برسد.

در مقایسه با چمن طبیعی قابلیت استفاده دائمی و همیشگی از آن است. یک زمین ورزشی با چمن طبیعی در اکثر مناطق آب و هوائی تنها برای ۶۰۰ الی ۸۰۰ ساعت در سال قابلیت بازی دارد چون برای حفظ کیفیت چمن طبیعی احتیاج به نگهداری مداوم و استراحت و تنفس کامل پس از یک بازی دارد، بطوری‌که به ازای هر دو ساعت بازی چمن طبیعی نیازمند ۱۸ الی۲۴ ساعت تنفس است. درحالی‌که از یک زمین چمن مصنوعی در سال می‌توان تا ۴۰۰۰ ساعت به طور مفید

استفاده کرد. همچنین لازم به ذکر است که زمین‌های چمن طبیعی در مواقع آبیاری و مدتی پس از آن و نیز در مواقع بارندگی‌های شدید قابل بازی نمی‌باشند در حالی‌که این محدودیت روی زمین‌های چمن مصنوعی وجود ندارد.



درباره چمن مصنوعی

یکی دیگر از مزایای استفاده از چمن‌های مصنوعی، صرفه‌جویی اقتصادی است، زیرا چمن‌های طبیعی را حداقل یک بار در هر فصل باید با چمن‌های جدید جایگزین نمود که این کار مستلزم صرف هزینه و وقت می‌باشد.

۱. دیگر استفاده از چمن‌های مصنوعی در مکان‌ها و فضاهایی از قبیل: پنت هاووس‌ها، بالکن‌ها، پشت بام و ساخت انواع فضاهای سبز برای هتل‌ها، باغ‌ها ویلا و حیاط منازل است

۲. انواع چمن‌های مصنوعی برای مکان‌های آموزشی همچون: دانشگاه‌ها، موسسه‌های آموزشی، مدارس، پیش‌دبستان‌ها و مهدهای کودک‌ها و ... کاربرد دارد.

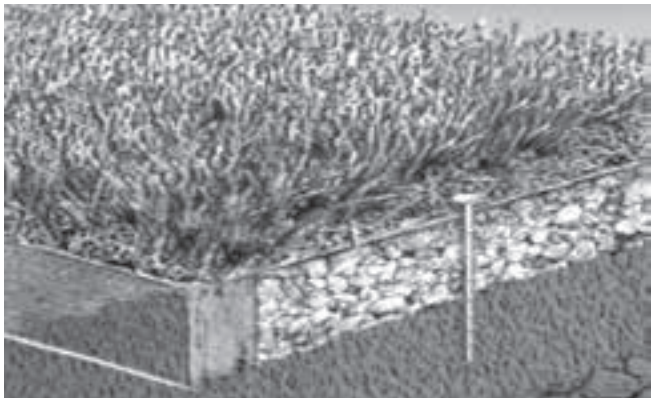
۳. از چمن‌های مصنوعی کوتاه در زمین‌های مخصوص ورزش‌هایی چون هاکی، تنیس، بیس بال، گلف و... که در آنها بازیکن تماس مستقیم با سطح زمین ندارد، استفاده می‌شود.

۴. بنابراین در این چمن‌ها اهمیت مساله سایش به اندازه چمن‌های مورداستفاده در زمین فوتبال آن قدر زیاد نیست، اما در عوض ویژگی‌های مربوط به انعکاس توپ و یکنواختی سطح از اهمیت بیشتری برخوردارند.

۵. نگهداری: نگهداری از چمن‌های طبیعی برای مالکین، امری دشوار، زمان‌بر و پرهزینه بوده و نیازمند تامین تجهیزات و نیروهای انسانی کارامد می‌باشد در حالی‌که مراقبت از چمن‌های مصنوعی، از بعد مالی مقرون به‌صرفه و از منظر انسانی، به‌وفور آسان‌تر و سریع‌تر خواهد بود.

۶. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که استفاده از چمن‌های مصنوعی محدودیت زمانی نداشته و مستقل از شرایط آب و هوایی است.

۷. هر نوع از چمن مصنوعی با توجه به کاربری آن از قسمت‌های مختلفی تشکیل شده است. اجزای تشکیل‌دهنده یک چمن مصنوعی در حالت کلی عبارتند از:



- فلت‌های چمن
- زمینه بافت (زیره جزء چمن مصنوعی)
- فیلرها (در صورت احتیاج نوع سیستم چمن مصنوعی)
- شن سیلیس (عامل تثبیت چمن)
- گرانول لاستیک (جزء پر کننده)
- لایه الاستیک (عامل جذب ضربه، در صورت احتیاج نوع سیستم چمن مصنوعی)

مهمترین جز چمن مصنوعی فلت آن می‌باشد که با توجه به اینکه چمن در معرض نور مستقیم خورشید و سایر عوامل جوی و همچنین عوامل فیزیکی، مکانیکی و شیمیایی قرار می‌گیرد. کیفیت فلت مورد استفاده تاثیر بسیاری در کیفیت زمین چمن و طول عمر آن دارد.

- مواد پلیمری مورد استفاده از تولید فلت به پنج نوع اصلی تقسیم می‌گردند:

۱- پلی پروپیلن یا PP: فلت چمن PP بایستی در مقابل اشعه ماوراء بنفش نور خورشید مقاوم گردد، چرا که به شدت در مقابل اشعه ماوراء بنفش تخریب‌پذیر است. این فلت با توجه به حالت خشکی پلیمر PP تا حدودی زبر است و جزو نسل اول فلت‌های چمن مصنوعی قرار می‌گیرد. چمن مصنوعی PP قابلیت دریافت گواهی استاندارد را دارا نمی‌باشد. پایل چمن مصنوعی که از الیاف پلی‌پروپیلن PP تهیه می‌گردد از طول عمر کوتاه‌تری برخوردار بوده و زبری بسیار بیشتری در مقایسه با الیاف LSR دارد که این امر بعضاً منجر به جراحت بازیکنان می‌گردد.

۲- نایلون یا PA: الیاف پلی‌آمید با توجه به خاصیت کشندگی بالایی که دارند، بصورت تک رشته‌ای در چمن مصنوعی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۳- پلی‌اتیلن یا PE: پلیمر PE این امکان را ایجاد کرد که الیاف با طول عمر بیشتر و مقاوم‌تر و در عین حال نرم‌تری ایجاد گردد.

٤- LSR: پلیمر LSR (چمن با لغزش آسان) که پایه اصل آن PE می‌باشد و Patent شرکت تیولون هلند می‌باشد، لطافت و نرمی بسیار خوبی و در عین حال طول عمر و دوام بالا و مقاومت بالا در مقابل عوامل

فیزیکی، مکانیکی، شیمیایی و نور خورشید را ایجاد نموده است و به عنوان یکی از بهترین الیاف موجود می‌باشد مورد توجه قرار گرفته است.
این نوع فلت کاربرد بسیار خوبی در زمین‌های پر شده با گرانول لاستیک دارد. نوع فردار آن برای زمین‌های بدون شن استفاده می‌شود. در LSR مونو فیلامنت ۶ یا ۸ عدد الیاف تکی که به صورتی با هم گره شده‌اند دور هم پیچیده‌اند که رشته رشته شدن آنها در طول زمان انجام می‌گیرد. حالت فنری دارند و برای عمودی ایستادن و تکی به نظر رسیدن نیاز به برس زدن دارند. سیستم رابر اینفیل چمن مصنوعی استاندارد از الیاف LSR که دارای گواهینامه یک ستاره فیفا می‌باشد و از مقاومت بسیار بالایی در مقابل نورخورشید و عوامل فیزیکی و مکانیکی برخوردار است و در عین حال از نرمی و لطافت بسیار خوبی برخوردار بوده و بدین جهت از ضریب ایمنی بسیار بالایی برخوردار می‌باشد.

۵- XTREME: نسل جدید پلیمرهای چمن مصنوعی است که توسط شرکت تیولون هلند اخیراً اختراع و به ثبت انحصاری رسیده است. چمن مصنوعی ساخته شده از این نوع پلیمر، اولین چمن مصنوعی در جهان بوده که اواخر سال ۲۰۰۵ موفق به اخذ گواهینامه دوستاره فیفا گردیده است. از خصوصیات ویژه این نوع چمن مصنوعی جدید، لطافت بسیار بالا (نرمتر از چمن طبیعی) و درعین حال مقاومت و دوام طولانی مدت آن می‌باشد. Xtreme بالاترین امنیت و راحتی برای بازیکنان را تامین می‌کند.
نرمی و ملایمت Xtreme قابل مقایسه با برس‌های نرم شستشوی اتومبیل است با لمس Xtreme این حالت را احساس می‌کنید. پلیمر Xtreme کاملاً راست می‌ایستد و مشکل خوابیدن پایل‌ها در این نوع فلت حل شده است. سطح بی‌خطر چمن مصنوعی منوط به عدم جابه‌جایی پرکننده‌هاست. بین تمام الیاف باید همیشه پر نگه داشته شود پلیمر Xtreme با استفاده از الگوی CLMT از جابه‌جایی پرکننده‌ها جلوگیری می‌کند. فلت‌های چمن در مقابل انواع عوامل جوی و محیطی خصوصاً اشعه .U.V مقاوم شده است و طبق استاندارد دین آلمان در مقابل اشعه هیچگونه تغییری نشان نمی‌دهد و دارای عمر مفید ۱۰ الی ۱۵ سال می‌باشد.

زمینه بافت (Backing)

زیره چمن مصنوعی یا زمینه بافت به عنوان نگهدارنده فلت‌های چمن مصنوعی از قسمت‌های مهم چمن محسوب می‌شود. استفاده از زمینه بافت خوب تاثیر بسیار زیادی در استحکام و عمر چمن دارد. زیره چمن مصنوعی برای انواع مختلف باید از لحاظ تار و پود مشخصات ویژه‌ای داشته باشد. در چمن مصنوعی استاندارد بین‌المللی فوتبال از زیره مخصوص سه لایه استفاده گردیده است. این سه لایه موجب مقاومت چمن مقابل انواع تنش‌های طولی، عرضی و قطری حاصل از انجام تکل‌های شدید می‌گردد. از دیگر مزایا جذب بهتر لاتکس و در نتیجه محکم‌تر بودن پایل‌ها در سطح چمن است.

-فیلرها (در صورت نیاز سیستم چمن):

۱- شن سیلیس

بسته به نوع سیستم چمن یکی از مهم‌ترین عناصر تشکیل‌دهنده یک زمین چمن مصنوعی سند فیلد ورابر اینفیل دانه‌های شن پرکننده می‌باشد شن سیلیس به چمن ثبات می‌دهد بطوری‌که کیفیت و دوام زمین ورزشی بستگی به کیفیت آن دارد. شن مورد استفاده نباید دارای بیش از ۳٪ آهک و گچ و رس باشد زیرا پودر حاصله از آنها در مجاورت رطوبت باعث تراکم بیش از حد زمین بازی و همچنین کدر شدن رنگ چمن می‌شود. باید حداقل ۹۶٪ از جرم کل مواد پرکننده شن سیلیس SiO_2 باشد. مقدار مجاز برای ذرات ریز با حداقل اندازه ۰/۰۶۳ میلی‌متر؛ کمتر از ۲٪ است. دانه‌بندی شن مورد استفاده بر اساس میزان فاکتورهای سرخوردن و ثبات مورد نیاز متفاوت خواهد بود. برای مثال زمین‌های چمن مصنوعی فوتبال احتیاج به شن نرم‌تری نسبت به زمین‌های هاکی دارند.
(دانه‌بندی لازم شن پرکننده برای فوتبال ۰/۳ mm – ۰/۶۳ و برای تنیس ۰/۴ mm–۰/۸ و برای هاکی ۰/۷۱ mm–۱/۲۵) باید حد اقل ۵۰٪ از دانه‌های شن مورد استفاده؛ گِرد باشند. گردی یک مشخصه مهم دانه‌های شن است و اثر مستقیم بر روی میزان فرسودگی و پاره شدن الیاف چمن دارد. دانه شن با لبه‌های تیز باعث پارگی و صدمه به فلت چمن می‌شود و حتی بهترین فلت چمن بر اثر حرکت شنِ تیز دانه صدمه می‌بینند.

۲ - گرانول لاستیک:

اندازه گرانول‌های لاستیک برای زمین فوتبال بین ۰/۵ میلیمتر تا ۱/۵ میلیمتر؛ به شکل چندوجهی؛ از جنس بازیافت و یا: EPDM (Ethylene Propylene Diene Monomer)

سیستم‌های چمن مصنوعی

هر ساختار از انواع مختلف چمن مصنوعی از اجزای خاصی تشکیل شده است. هرنوع از محصولات یک ترکیب خاص است که نیازهای ورزش‌های خاص خود را تامین می‌کند. چمن مصنوعی دارای گونه‌های مختلف بوده که متخصصین چمن مصنوعی آنها را سیستم‌های چمن (Grass System) نام گذارده‌اند. دلیل وجود سیستم‌های مختلف چمن مصنوعی را می‌توان مربوط به تفاوت شاخصه‌های تکنیکی در هر ورزش دانست. از جمله: چگونگی حرکت توپ، بازگشت توپ، زاویه انعکاس توپ، نیاز به سر خوردن، تماس بازیکن با زمین، شوت کردن، ضربه زدن یا پرتاب کردن.

۱. سیستم شنی و گرانول لاستیک (Sand&Rubber infill System)

این سیستم (چمن نسل سوم) که ترکیبی است از چمن مصنوعی با ارتفاع پایل خیلی بلند (۵۰-۵۶ mm) که با تراکم کمتر بافت شده و مخلوطی از گرانول لاستیک و شن سیلیس یا گرانول لاستیک به تنهایی در آن پاشیده می‌شود تا ضمن بالا بردن دوام نخ چمن، امکان بازی طبیعی را فراهم سازد. ساختار باز (تراکم پایین) مشخصه این سیستم است.

- بهترین کنترل توپ و بهترین حرکت توپ در فوتبال (استفاده از پرکننده)
- نمی‌شکند، سخت نمی‌شود و نمی‌پوسد
- بازی طبیعی و حداقل صدمات
- مقاومت کم در برابر سرخوردن (LSR)

الیاف مورد استفاده در این سیستم از نوع LSR or EXTREME (Low Sliding Resistance) بوده که مقاومت آن در مقابل سرخوردن در کمترین حد ممکن است و راحتی بازیکنان را تامین می‌کند. این سیستم درحال حاضر مورد استفاده باشگاه‌های اروپائی جهت بازی‌های باشگاهی و داخلی است. فدراسیون بین‌المللی فوتبال (FIFA) نیز مجوز استفاده از زمین چمن مصنوعی سیستم فوق را برای چندین باشگاه مشهور از جمله باشگاه آژاکس آمستردام جهت بازی‌های رسمی به تائید رسانده است. این سیستم برای نخستین بار در ایران توسط شرکت آسیاچمن در مجموعه ورزشی شهید کشوری و زمین آکادمی فوتبال متعلق به فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران در مجموعه ورزشی آزادی اجراء شده است.

۲. سیستم شنی (Sand-Filled System)

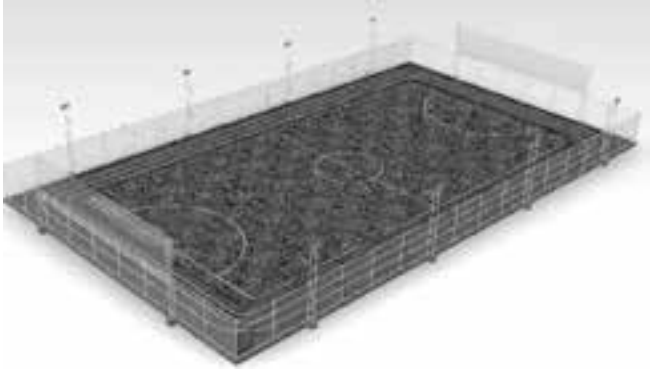
این سیستم مرکب از چمن مصنوعی با ارتفاع پایل متوسط (۱۸-۳۲mm)، تراکم متوسط بافت و مخلوط شن سیلیس می‌باشد. الیاف چمن مورد استفاده در این سیستم متنوع بوده و از انواع LSR و PP آن، بستگی به شرایط محیطی، جغرافیائی محل نصب استفاده می‌شود. زیرسازی زمین چمن مصنوعی این سیستم طوری طراحی و اجراء می‌گردد که آب باران حتی در شدیدترین رگبارها به سهولت دفع شده و بازی با آزادی کامل توپ و بازیکن ادامه می‌یابد. تراکم نسبتاً کم الیاف در این سیستم از مشخصات آن است.

- برگشت عالی توپ
- عالی‌ترین سیستم چمن برای هاکی

از سیستم فوق در ورزش‌های فوتبال، هاکی، گلف، بیسبال و زمین‌های ورزشی چندمنظوره استفاده می‌گردد.

۳. سیستم نیمه شنی (Semi-Sand Filled System)

سیستم نیمه شنی که چمن استاندارد مخصوص زمین‌های بازی تنیس است، ترکیب چمن مصنوعی با نوع فلت‌های LSR و PP و مخلوط شن سیلیس می‌باشد. این سیستم با حرکت سریع توپ در برگشت ضربه به زمین و قدرت مانور بازیکن بهترین نتیجه را در زمین‌های بازی ارائه داده است. سیستم نیمه شنی علاوه بر تنیس در هاکی و دیگر ورزش‌ها مانند مینی فوتبال استفاده می‌شود. تراکم زیاد و یکسان در همه جا از خصوصیات این سیستم است.



٤. سیستم بدون شن (Non-sand filled system)

سیستم چمن مصنوعی بدون شن (Water Based) که کاربردهای بسیار فراوان داشته و در زمین‌های فوتبال، تنیس، هاکی، زمین‌های ورزشی چند منظوره و فوتبال داخل سالن استفاده می‌شود از فلت‌های SPF وLSR وPP با تراکم بافت بالا تولید می‌شود. امکان ورزش و تمرین با کفش‌های معمولی به جز کفش‌های استوک‌دار برای همه ورزش‌ها وجود دارد.

در شماره بعدی می‌خوانیم: تکنولوژی الیاف پیشرفته در ورزش

نانوفیلترهای لیفی

۱- مقدمه

فناوری نانو به مهندسی نمودن مواد در ابعاد اتمی- مولکولی و ساخت موادی با خواص کاملاً متفاوت در ابعاد نانو می‌پردازد. یکی از کاربردهای فناوری نانو استفاده در صنایع فیلتر است که نقش مؤثری در بهبود عملکرد نسل گذشته‌ی فیلترها و تولید نسل جدیدی از فیلترها دارد. فیلترها در یخچال، خودرو، محیط منزل، بیمارستان‌ها و مراکز درمانی برای حذف باکتری، قارچ، بو و ترکیبات آلی فرار مورداستفاده قرار می‌گیرند. در این نوشتار، گزارشی کوتاه در مورد چگونگی به‌کارگیری فناوری نانو در تولید فیلترهای نانومقیاس، نمونه‌های صنعتی و چشم‌انداز پیش رو ارائه خواهد شد.

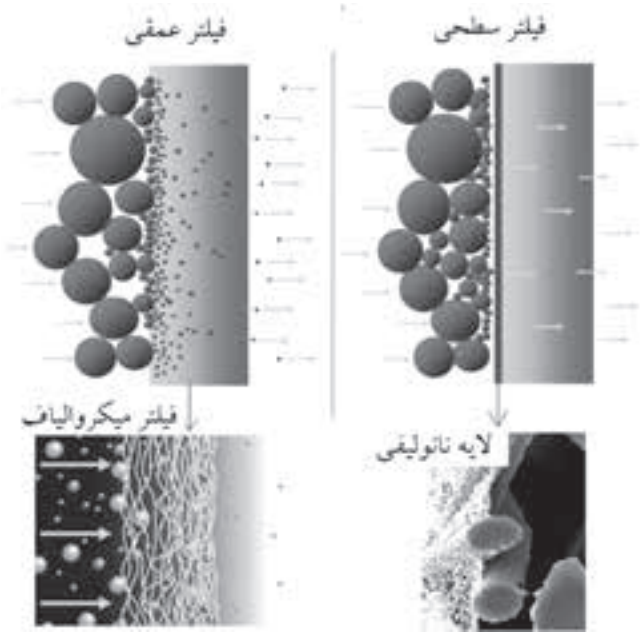
۲- فیلترها و انواع آن

فیلترها موادی متخلخل از جنس پلیمر یا سرامیک هستند و فیلتر کردن یا فیلتراسیون ، فرایندی است که در آن‌یک مایع و یا گاز (سیال) به دلیل اختلاف فشار، اختلاف‌پتانسیل الکتریکی یا اختلاف غلظت از فیلتر عبور می‌کند. با انجام عمل فیلتراسیون، ذراتی که از اندازه حفره‌های فیلتر کوچک‌تر هستند، از آن عبور کرده و ذرات با اندازه بزرگ‌تر، از سیال جداشده و در پشت فیلتر باقی می‌مانند. در انتخاب نوع فیلتر و بازده آن، دو عامل اندازه حفره‌ها و مقدار ذرات باقیمانده پشت فیلتر اثرگذار است.

بازده فیلتراسیون اساساً تحت تأثیر ساختار فیزیکی فیلتر (ظرافت لیف، ساختار ماتریس، ضخامت و اندازه حفره)، خصوصیات الکتریکی و شیمیایی سطح لیف (انرژی آزاد سطح) می‌باشد. علاوه بر بازده فیلتراسیون، خصوصیات دیگری نظیر افت فشار و مقاومت شار نیز ازجمله پارامترهای مهم در ارزیابی بستر فیلتر به شمار می‌روند.

فیلترها به دو گروه اصلی دسته‌بندی می‌شوند: فیلترهای عمقی و فیلترهای غشایی یا سطحی (شکل ۱). فیلترهای عمقی اغلب دارای ساختار سه‌بعدی پرپیچ‌وخم با کانال‌های متعدد و شاخه‌های زیاد هستند و ذرات از طریق حبس شدن در عمق فیلتر غربال می‌شوند. اما در فیلترهای غشایی، معمولاً از یک‌لایه نازک با اندازه حفره معین برای غربال کردن ذرات استفاده می‌شود.

چنانچه لایه‌ای از نانو الیاف روی یک فیلتر عمقی قرار گیرد، خاصیت فیلتراسیون از حالت فیلتر عمقی به فیلتر سطحی یا غشایی تبدیل می‌شود. در فیلترهای معمولی، به دلیل این‌که فیلتراسیون در عمق صورت می‌گیرد، فیلتر دچار افت فشار شده و کارایی خود را از دست می‌دهد. از سوی دیگر در فیلترهای معمولی از الیاف میکرومتری استفاده می‌شود؛ بنابراین حفره‌های موجود در بین فیلترهای میکرونی بزرگ بوده و ذرات با ابعاد کوچک‌تر از فاصله میان الیاف، جذب فیلتر نخواهد شد. اما با کشیدن لایه‌ای از نانو الیاف به روی فیلتر، هم فیلتراسیون جذب فیزیکی و هم فیلتراسیون الکترواستاتیکی رخ می‌دهد. افزایش طول عمر فیلتر تا حدود دو برابر، کنترل و عدم افزایش افت فشار، افزایش قابل‌توجه کارایی فیلتراسیون، افزایش بازده تبدیل انرژی در صنایع خودرویی و نیروگاهی به همراه کاهش استهلاک تجهیزات و زمان خواب و تعمیر آن‌ها و افزایش سطح حفاظت از توربین ازجمله مزایای به‌کارگیری لایه نانو لیفی است.



شکل ۱. طرح‌واره‌ای از فیلترهای عمقی (سمت چپ) و سطحی (سمت راست)

۳- فیلترهای غشایی

روش‌های فیلتراسیون غشایی را می‌توان به چهار گروه کلی

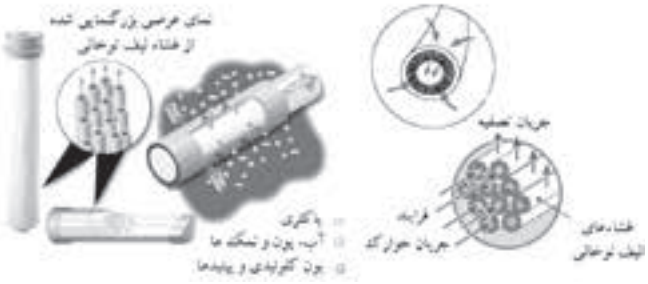
میکروفیلتراسیون، اولترافیلتراسیون، نانوفیلتراسیون و اسمز معکوس تقسیم کرد [۱].

۳-۱-میکروفیلتراسیون

میکروفیلتراسیون سیستمی کوچک و تمام‌خودکار است که برای جداسازی محلول‌های جامد- مایع و موادی مثل باکتری‌ها، کیست‌ها، مولکول‌ها و ذراتی با قطر تقریبی ۰/۱ تا ۱ میکرون به کار می‌رود. فشار غشاء معمولاً psi ۱۰ (۰/۷ بار) است [۲].

۳-۲- اولترافیلتراسیون

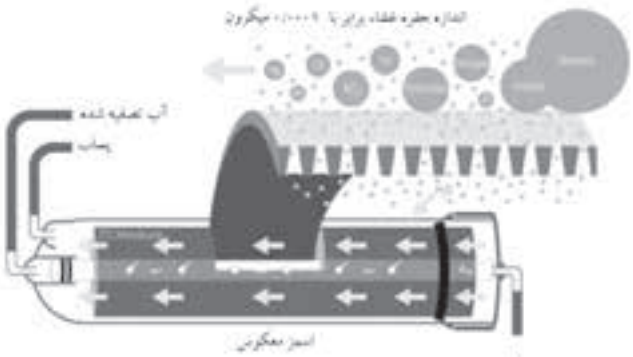
اولترافیلتراسیون فرایندی برای جداسازی و غربال ذراتی در محدوده ۲ تا ۱۰۰ نانومتر (تا ۰/۱ میکرون) است. فشار عملیاتی غشاء معمولاً psi ۱۰۰-۱۵ (۷-۱ بار) است. طرح‌واره‌ای از نحوه عملکرد یک دستگاه دارای سیستم اولترافیلتراسیون در شکل ۲ نشان داده‌شده است [۲].



شکل ۲. طرح‌واره‌ای از نحوه عملکرد از یک دستگاه دارای سیستم اولترافیلتراسیون

۳-۳- اسمز معکوس

اسمز معکوس یکی از روش‌های جداسازی ناخالصی‌ها از آب است. در این روش، اعمال فشار مکانیکی عامل جداسازی است (شکل ۳). در این روش، آب از داخل یک پوسته عبور داده‌شده و این امر سبب جداسازی ناخالصی‌ها می‌شود. قابلیت نفوذپذیری پوسته تا حدی می‌تواند اندک باشد که در عمل موجب جداسازی تمام ناخالصی‌ها



شکل ۳. نحوه عملکرد اسمز و اسمز معکوس

نظیر مولکول‌های نمک، ویروس‌ها، سموم و سایر ترکیبات آلوده غیرآلی از آب شود.

۳-۴- نانوفیلتراسیون

غشاء نانوفیلتراسیون یکی از غشاءهای محرک-فشاری با خصوصیاتی مابین اسمز معکوس و غشاء اولترافیلتراسیون است. نانو فیلتر به معنای فیلتری است که اندازه منافذ آن در حد نانومتری (۰/۵ تا ۲ نانومتر) است [۱, ۲]. فناوری فیلتر نانو لیفی یک فیلامنت پیوسته و ظریف از الیاف پلیمری است که به‌صورت یکنواخت گسترده شده و روی یک زیر لایه فیلتری توسط فرایند الکتروریسی متصل شده است. ضخامت لایه اعمالی در محدوده ۰/۱ و ۰/۵ میکرومتر، با قطر الیاف در محدوده ۵۰ و ۵۰۰ نانومتر است. این الیاف بسیار نازک هستند (۱۰۰۰ بار ظریف‌تر از موی انسان)، به‌طوری‌که به‌طوری‌که با چشم غیرمسلح قابل‌رؤیت نیستند. برای کاربردهای جمع‌آوری گردوخاک، مواد بر پایه سلولز یا پلی‌استر برای زیر لایه یا لایه پایه متداول‌تر است [۳].

۴- اهمیت به‌کارگیری نانوفیلتراسیون

نانوفیلتراسیون دارای مزایای بسیاری از قبیل فشار عملیاتی پایین، شار بالا، نگهداری بالای نمک یون‌های چند ظرفیتی و با وزن بالای ۳۰۰ دالتون، نیاز به سرمایه‌گذاری نسبتاً پایین و هزینه‌های عملیاتی و نگهداری پایین است. مزیت این غشاء در مقایسه با غشاءهای دیگر، اندازه حفره‌های نانومتری است که توانایی حذف ویروس‌ها، باکتری‌ها و مواد نانومتری را دارا است. لایه نانولیفی بسیار ظریف است و روی زیرلایه انعطاف‌پذیر به کار می‌رود، لذا امکان ایجاد زیر لایه با مساحت سطحی بالا را فراهم می‌کند.

۴-۱- افزایش بازده فیلتر

شبکه نانو لیفی الکتروریسی شده، افزایش چشمگیر در بازده فیلتراسیون در کنار کاهش نسبتاً اندک نفوذپذیری را فراهم می‌سازد. در مقایسه با فیلترهای لیفی متداول در افت فشار یکسان، نانو الیاف با قطر ظریف‌تر از نیم میکرون ظرفیت بالاتری در جمع‌آوری ذرات ریز دارد. مقایسه میان شبکه الکتروریسی شده نایلون ۶ (ضخامت ۱۰۰ میکرومتر و اندازه حفره ۰/۲۴ میکرومتر) با فیلتر هوای با بازده بالا تجاری (HEPA) (ضخامت ۵۰۰ میکرومتر و اندازه حفره ۱/۷ میکرومتر) با استفاده از آزمون ذرات ۳۰۰ نانومتر نشان داد که لایه نانولیفی ظریف بازده فیلتراسیون اندکی بالاتر (۹۹/۹۹۳٪) نسبت به فیلتر HEPA (۹۹/۹۷٪) دارد [۴].

۴-۲- حذف ذرات ریز مایع

علاوه بر ذرات جامد، ذرات ریز مایع درون سامانه امتزاج‌ناپذیر مایع-مایع نیز می‌تواند با لایه نانو لیفی (فیلتراسیون انعقاد مایع-مایع)

حـذف گـردد. بـرای مثـال می‌تـوان از نانوالیـاف پلی‌اسـتایرن الکتروریسـی شـده در مخلـوط بـا میکـرو الیاف شیشـه‌ای، فیلتـری بـرای زدودن ذرات مایع از امولسـیون آب در روغـن ایجـاد نمـود.
افـزودن مقـدار اندکـی از نانـو الیـاف پلی‌اسـتایرن، صرف‌نظـر از افزایـش افـت فشـار فیلتـر، افزایـش چشـمگیری در بهبـود بـازده حـذف ذرات ایجـاد می‌کنـد (از ۶۸٪ بـه ۸۸٪) [۴].

۴-۳- داربست پشتیبان در اولترافیلتراسیون

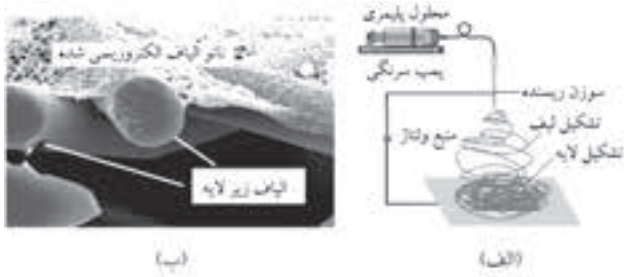
نانـو الیـاف به‌عنـوان داربسـت پشـتیبان در اولترافیلتراسـیون جداسـازی امولسـیون روغـن/آب اسـتفاده می‌شـود. لایـه اولترافیلتراسـیون داری سـاختار کامپوزیتـی سـه لایـه متشـکل از لایـه فوقانـی آب‌دوسـت نانـو متخلخـل، لایـه میانـی نانـو لیفـی الکتروریسـی شـده پلی‌وینیل‌الـکل بـا اتصـالات عرضـی و زیـر لایـه میکـرو لیفـی بی‌بافـت رایـج اسـت. بسـتر نانـو لیفـی الکتروریسـی شـده، شـبکه متخلخـل به‌هم‌پیوسـته مناسـبی بـا مسـاحت سـطحی ویـژه بـالا ایجـاد می‌کنـد. ایـن نـوع فیلتـر اولترافیلتراسـیون نـرخ شـار و قابلیـت زدودن مـواد حل‌شـده آلـی بالایـی را فراهـم می‌کنـد.

۴-۴- جذب یون‌های فلزی

افزایـش میـزان یون‌هـای فلـزی، نوعـی آلودگـی جـدی در منابـع آبـی ایجـاد کـرده اسـت و در درازمـدت موجـب تهدیـد بهداشـت فـرد و محیـط طبیعـی می‌شـود. نانـو الیـاف الکتروریسـی شـده پتانسـیل بالایـی در جمـع‌آوری یون‌هـای فلـزی از محلـول دارنـد؛ زیـرا ایـن لایه‌هـا دارای مسـاحت سـطحی ویـژه بـالا، تخلخـل بـالا و عاملیـت سـطحی قابل‌کنتـرل هسـتند. بـرای جـذب یـون فلـزی، پلیمرهـای بـا گروه‌هـای عاملـی کـه میـل جذبـی بـه یون‌هـای فلـزی دارنـد، به‌صـورت مسـتقیم درون نانـو الیـاف الکتروریسـی می‌شـوند.
الکتروریسـی نانـو الیـاف مخلـوط فیبروئیـن ابریشـم/کراتین پشـم بـرای جـذب یون‌هـای مـس از آب استفاده‌شـده اسـت. پروتئیـن پشـم دارای گروه‌هـای زیـادی از اسـیدهای آمینـه آب‌دوسـت بـا میـل جذبـی بـالا بـه یون‌هـای فلـزی اسـت و نانـو الیـاف مخلـوط نشـان داد کـه ظرفیـت جـذب ۲/۸ μg/mg فلـز را باراندمـان بـالای بازیابـی دارد [۴].
دو روش بـرای بهبـود جـذب یون‌هـای فلـزی روی نانـو الیـاف الکتروریسـی شـده وجـود دارد:
۱- قـرار دادن مـواد عامـل‌دار روی سـطح لیـف بـا اسـتفاده از روش‌هـای جذبـی یـا پوشـش‌دهی و افزایـش مسـاحت سـطحی بـرای بهبـود ظرفیـت جـذب و
۲- تبدیـل مسـتقیم یون‌هـای فلـزی بـه عنصـر فلـزی روی نانـو الیـاف بـرای بـاز تبدیـل فلـزات گران‌بهـا.
در حـوزه نانوفیلتراسـیون می‌تـوان بـه غشـاءهای نانولولـه‌ای، فیلترهـای نانـو غربـال، فیلتـر آلومینـای نانـو لیفـی، فیلترهـای جـاذب جریـان، شـامل نانـو الیـاف و غشـاءهای سـرامیکی نانـو حفـره‌ای اشـاره کـرد. کـه در ایـن گزارش تمرکـز روی غشـاءهای نانـو لیفـی اسـت.

۵- نحوه تولید غشاء نانو لیفی

نانـو الیـاف به‌صـورت الیـاف بـا قطـر کمتـر از ۱۰۰ نانومتـر تعریـف می‌شـوند و بـا دارا بـودن یـک بعـد خـارج از محـدوده نانومتـری، جـزء دسـته نانـو مواد تک‌بعـدی قـرار می‌گیرنـد. نسـبت سـطح بـه حجـم بسـیار بـالا، انعطـاف بـالا در عامـل‌دار کـردن سـطوح و خـواص مکانیکـی عالی از قبیـل چقرمگی و اسـتحکام کششـی بـالا، از خـواص موردتوجـه نانـو الیـاف در مقایسـه بـا الیـاف معمولی اسـت.
الکتروریسـی روشـی بـا نیـروی محرکـه الکترواسـتاتیکی بـرای تولیـد نانـو الیـاف اسـت. شـکل ۴ (الـف) طـرح‌واره‌ای از فرآینـد الکتروریسـی را نشـان می‌دهـد. در ایـن فرآینـد، نانـو الیـاف از محلـول مایـع یـا مـذاب پلیمـری که از لولـه موئیـن بـه منطقـه بـا میـدان الکتریکـی بالا تغذیه می‌شـود، تشـکیل می‌شـوند. انـدازه و ریزسـاختار نانـو الیـاف بـا متغیرهـای عملیاتـی متفاوتـی کنتـرل می‌شـود.
ایـن متغیرهـا، گرانـروی محلـول، ولتـاژ، نـرخ تغذیـه، هدایـت محلـول، فاصلـه هـدف و لولـه موئیـن و انـدازه لولـه هسـتند. شـکل ۴ (ب) تصویـر میکروسـکوپ الکترونـی روبشـی لایـه نانـو لیفـی ریسـیده شـده روی یـک زیـر لایـه لیفـی را نشـان می‌دهـد.



شکل ٤. (الف) طرح‌واره‌ای از دستگاه الکتروریسی و (ب) تصویر میکروسکوپ الکترونی عبوری فیلتر نانو لیفی

بـا افـزودن پوششـی از نانـو الیـاف الکتروریسـی شـده بـه زیـر لایـه فیلتراسـیون متـداول، عملکـرد فیلتراسـیون چندیـن بـار افزایـش می‌یابـد. تنهـا فنـاوری تجـاری موجـود بـرای تولیـد الیـاف ظریـف زیـر میکـرون بـا توزیـع قطـری باریـک، روش الکتروریسـی اسـت.
در حقیقـت می‌تـوان بـا یـک زیـر لایـه ارزان‌قیمـت و پوشـش نانـو لیفـی ظریـف بـه بـازده بـالای فیلتراسـیون باقیمـت پایین‌دسـت یافـت. با اسـتفاده از فنـاوری NanospiderTM می‌تـوان الیـاف بـا قطـر ۷۵ تـا ۲۵۰ نانومتـر، لایـه‌ای بـا ۹۰-۶۰٪ تخلخـل، انـدازه حفـره بیـن ۰/۱ تـا ۳ میکرومتـر، مسـاحت سـطحی ۱۰تـا۱۰۰ مترمربـع بـر گـرم تولیـد نمـود [۵]. شـکل ۵، دسـتگاه صنعتـی تولیـد لایـه نانـو لیفـی شـرکت المارکـو بـا اسـتفاده از فنـاوری NanospiderTM را نشـان می‌دهـد.

شکل ۵. دستگاه تولید لایه نانو لیفی شرکت المارکو [٦]

۵- کاربرد فیلترهای نانومقیاس

امروزه با پیشرفت صنایع مختلف، استفاده از نانو فیلترها به‌عنوان ابرفیلتر در صنایع مختلف ضروری به نظر می‌رسد. ازنظر تحقیقات دانشگاهی، از سال ۲۰۰۸ تا سال ۲۰۱۵ حدود ۱۶۴۲ مقاله درزمینه‌های مختلف نانوفیلتراسیون نظیر کاربردهای محیطی، تولید غشاء، موضوعات متفرقه، داروسازی و بیوتکنولوژی، مدل‌سازی، کاربردهای مواد غذایی، اقتصادی و طراحی و غیره به چاپ رسیده است که نشان از اهمیت و گستردگی نانوفیلتراسیون است.

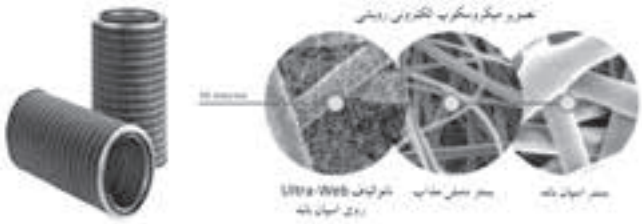
فناوری تولید نانو فیلترها جدید است و در بسیاری از مناطق به‌صورت تحقیقاتی مورداستفاده قرار می‌گیرد و در برخی کشورها به‌صورت صنعتی مورداستفاده قرارگرفته است. با توجه به آمار موجود،کشورهای امریکا و انگلستان از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان این‌گونه فیلترها هستند و کشورهای ژاپن، چین و تایوان نیز از کشورهای عمده تولیدکننده نانو فیلترها می‌باشند.

نانو فیلترهای کاربردی در صنایع را می‌توان در دودسته تقسیم‌بندی کرد: فیلترهای نانو لیفی و فیلترهای حاوی نانو ذرات. نانو فیلترها با کاربردهای مختلف برای استفاده در یخچال، اتومبیل، محیط خانه و بیمارستان‌ها و مراکز درمانی برای حذف باکتری، قارچ، بو و ترکیبات آلی فرار مورداستفاده قرار می‌گیرند. فیلترهای نانو نقره دارای قدرت بسیار بالایی در حذف میکروارگانیسم‌ها و میکروب‌های بیماری‌زا هستند. استفاده از این فیلترها در مکان‌هایی مانند بیمارستان و مراکز عمومی که احتمال وجود آلودگی‌های میکروب زیاد است، اهمیت و کاربرد فراوانی دارند. علاوه بر نقره از ذرات نانویی کربن نیز برای از بین بردن بو و مواد فرار استفاده می‌شود. فیلترهای نانو کربن با دارا بودن ساختارهای نانو، دارای نسبت سطح به حجم بالایی هستند، بو و مواد فرار را به‌خوبی جذب می‌کنند. قدرت جذب این فیلترها ۱۵ برابر بیشتر از کربن فعال است و علاوه بر بو، ترکیبات آلی فرار را نیز حذف می‌کنند. یکی دیگر از موارد کاربرد فناوری نانو ساخت فیلترهای نانو هیبرید است که فرایند تهویه و تصفیه هوا را به‌خوبی انجام می‌دهند و برای از بین بردن میکروب‌ها در محیط‌های مختلف مانند محیط‌های نگهداری مواد غذایی، سرویس‌های بهداشتی، رستوران‌ها و آشپزخانه‌ها به‌کاربرده می‌شوند. این فیلترها حاوی نانو ذرات هیبرید مواد آلی و معدنی است و پایداری مناسبی دارند. به‌طورکلی نانو فیلترها در صنایع مختلف ازجمله صنعت آب و فاضلاب، صنایع غذایی، صنایع داروسازی، پزشکی، تصفیه هوا و خالص‌سازی گازها کاربرد دارند. در ادامه به معرفی برخی از محصولات تجاری شده‌ی این حوزه می‌پردازیم.

٦- محصولات تجاری

٦-١- فیلتر نانو لیفی Ultra-web®

شرکت Donaldson آمریکا بیش از ۲۰ سال است که فیلترهایی بر پایه نانو الیاف الکتروریسی شده را برای کاربردهای صنعتی، خانگی و نظامی تولید می‌کند و فیلتر نانو لیفی Ultra-web® آن برای صنایع بی‌بافت و فیلتراسیون برای کاربردهای وسیعی توسعه‌یافته است (شکل ۶). این فیلتر متشکل از یک‌لایه وب لیفی الکتروریسی شده با الیاف پیوسته با قطر ۰/۳-۰/۲ میکرون روی یک بستر اسپان‌باند است، به‌طوری‌که قادر است که ذرات گردوخاک ریز را فیلتر کند [۷].



شکل ٦. فیلتر نانو لیفی Ultra-Web® شرکت دونالدسون

٦-٢- فیلتر نانویی تصفیه هوا AMSOIL Ea Air

فیلترهای تصفیه هوای شرکت Amsoil از لایه نانو لیفی باکیفیت بالا تهیه‌شده است (شکل۷ الف). فیلترهای هوای AMOSIL EA اصولاً از یک بستر سلولزی با یک‌لایه نانو لیفی مصنوعی روی آن ساخته‌شده‌اند. گردوخاک و ذرات ریز روی سطح نانو لیفی گیر می‌افتند و مانع از ورود آن‌ها به عمق بستر فیلتر می‌شود. به دلیل اینکه ذرات روی یکدیگر تجمع می‌کنند، فیزیک میکرو در جریان‌های لغزنده اجازه می‌دهد که حجم بالایی از جریان هوا، حتی باوجود پوشش ضخیمی از گردوخاک از میان فیلتر عبور کند. این فیلترهای هوا برای کاربردهای اتومبیل و تریلرهای سبک مناسب هستند. طی آزمایش‌های انجام‌شده در این شرکت، نانو الیاف ۵ برابر بیشتر از فیلتر سلولزی و ۵۰ بار بیشتر از بستر توری ذرات گردوخاک را حذف می‌کند. این فیلتر، ذرات میکرونی را روی سطح نانو لیف گیر می‌اندازد و مانع از قرارگیری ذرات درون عمق بستر فیلتر می‌شود. از نانو الیاف به‌صورت گسترده در فیلتراسیون گردوخاک به‌ویژه در محیط‌های خاکی استفاده می‌شود. برای مثال از فیلترهای نانو لیفی مذکور، در تانک جنگی ارتش آمریکا با نام M_1 استفاده شده است(شکل ۷ ب).

موتورهـای توربیـن ایـن تانـک بـه سـامانه فیلتـر مکـش هـوای نانـو لیفـی بـرای دسـتیابی بـه تسـلط در میـدان جنـگ وابسـته اسـت.

شکل ۷. (الف) فیلتر نانو لیفی تصفیه هوا و
(ب) تانک جنگی M_1A_1 استفاده‌کننده از فیلتر هوای نانو لیفی

۶-۲- فیلتر آلومینای نانو لیفی

ایـن جاذب‌هـا از نانـو الیـاف آلومینـا بـا بـار مثبـت روی زیـر لایـه شیشـه‌ای تشکیل‌شـده‌اند. نانـو الیـاف آلومینـا سـطح بیشـتری نسـبت بـه الیـاف متـداول داشـته و بـار مثبـت بالایـی دارنـد کـه باعـث جـذب سـریع‌تر آلودگی‌هـای بـاردار منفـی از قبیـل ویروس‌هـا، باکتری‌هـا و کلوئیدهـای آلـی و غیـر آلـی می‌شـود [۸].

فیلترهـای نانوسـرام بیـش از ۹۹/۹۹ درصـد از ویروس‌هـا، باکتری‌هـا، انگل‌هـا، ترکیبـات آلـی طبیعـی و کـدری را حـذف می‌کننـد. همچنیـن قابلیـت جـذب ۹۹/۹ درصـد از نمک‌هـا، مـواد رادیواکتیـو و فلـزات سـنگین از قبیـل کـروم، آرسـنیک و سـرب و حتـی ذرات نانومقیـاس و حل‌شـده را دارنـد. ایـن فیلترهـا در pH ۹-۵ بهتـر عمـل می‌کننـد. شـدت‌جریان فیلترهـای نانوسـرام بـدون اسـتفاده از فشـار، حـدود یـک تـا ۱/۵ لیتـر بـر سـاعت بـه ازای هـر سـانتی‌متر مربـع از فیلتـر اسـت. حداکثـر فشـار bar ۴ می‌توانـد بـه فیلتـر اعمـال شـود کـه منجـر به‌شـدت جریـان ۹ تـا ۱۰ لیتـر بـر سـاعت بـه ازای هـر سـانتی‌متر مربـع از فیلتـر خواهـد شـد. کارتریـج فیلترهـای نانوسـرام دارای یـک طراحـی تاخـورده اسـت کـه سـطح آن‌هـا را افزایـش می‌دهـد (شـکل ۸).

شـرکت آرگونایـد یکـی از تولیدکننـدگان ایـن نـوع فیلتـر، اعـلام کـرده اسـت کـه هزینـه تولیـد فیلترهـای نانوسـرام نسـبتاً ارزان اسـت، چراکـه می‌تواننـد بـا اسـتفاده از فنـاوری کاغذسـازی تولیـد شـوند.

در حـال حاضـر هـر مترمربـع فیلتـر، ۱۰ دلار هزینـه دارد کـه ممکـن اسـت ایـن مقـدار بـه سـه دلار برسـد. کارتریـج فیلترهـا بـه ازای ۲۰ تـا ۲۰۰ فیلتـر، وابسـته بـه قطـر آن‌هـا در حـدود ۳۷ دلار هزینه‌دارنـد. ایـن فیلترهـا به‌طـور همزمـان ترکیبـات شـیمیایی و بیولوژیکـی را بـدون اسـتفاده از مـواد گنـدزدای شـیمیایی و یـا مـواد منعقدکننـده، حتـی در آب‌هـای شـور بسـیار کـدر حـذف می‌کننـد [۹].

۶-۳- نانو الیاف جاذب جریان

شـرکت KX، طرحـی از فیلترهـای جـاذب جریـان شـامل نانـو الیـاف را باهـدف اسـتفاده در کشـورهای درحال‌توسـعه بهره‌بـرداری کـرده اسـت. فیلتـر شـامل یک‌لایـه پیـش فیلتراسـیون بـرای حـذف آلودگی‌هـای فیزیکـی، یک‌لایـه جـاذب بـرای حـذف آلودگی‌هـای شـیمیایی و یک‌لایـه نانـو الیـاف بـرای حـذف آلودگی‌هـا و ذرات کلوئیـدی اسـت. نانـو الیـاف از چندیـن پلیمـر آب‌دوسـت، رزین‌هـا، سـرامیک‌ها، سـلولز، آلومینـا و دیگـر مـواد سـاخته می‌شـوند.

ایـن فنـاوری در مقیاس‌هـای خانگـی و شـهری قابل‌دسترسـی اسـت. طبـق اعـلام شـرکت سـازنده، مقیـاس خانگـی فیلترهـای سـطح‌فعال می‌توانـد بـه ازای هـر فیلتـر ۳۷۵ لیتـر آب را بـا سـرعت ۴-۶ لیتـر بـر سـاعت تولیـد کنـد. در مقیـاس روسـتایی نیـز بیـش از ۷۵۰۰ لیتـر بـر روز بـا سـرعت ۵/۶ لیتـر بـر دقیقـه تولیـد می‌کنـد. انتظـار مـی‌رود فیلترهـای خانگـی ۶-۱۱ دلار فروختـه شـوند و فیلترهـای روسـتایی ۱۰۰-۱۵۰ دلار هزینـه خواهنـد داشـت کـه تقریبـاً ۰/۰۰۰۳ دلار بـه ازای هـر لیتـر اسـت [۹].

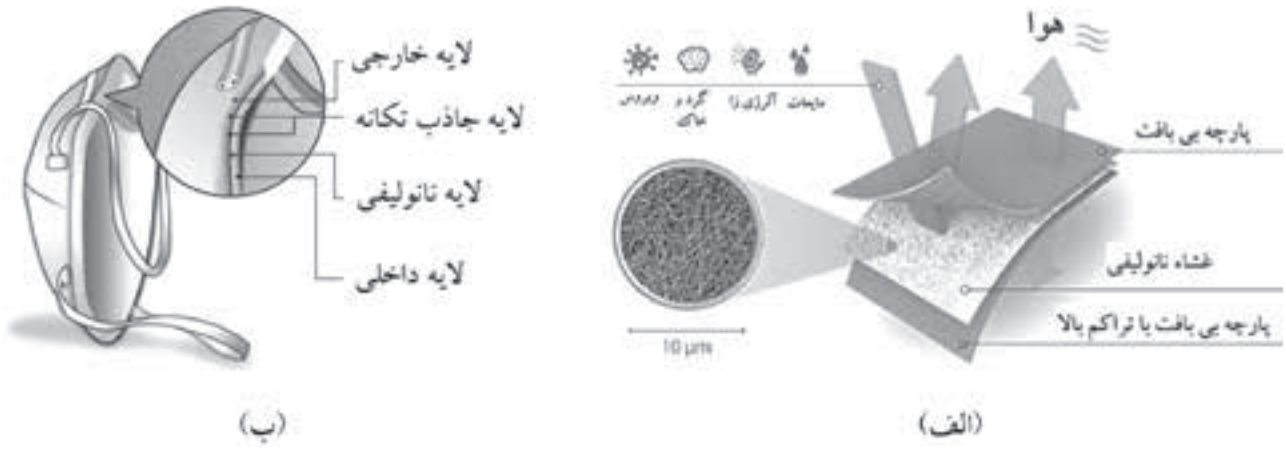
۶-۴- نانو فیلتر شرکت لیکوئیدیتی

شـرکت لیکوئیدیتـی فیلتـری حـاوی نانـو الیـاف سـاخته اسـت کـه می‌توانـد میکـرو ارگانیسـم‌های آب را از آن جـدا کـرده و آب سـالم و بهداشـتی تولیـد کنـد (شـکل ۹ الـف). ایـن محصـول نتیجـه ۱۵ سـال تحقیـق و توسـعه شـرکت لیکوئیدیتـی و دانشـگاه اسـتون بـروک اسـت. نیک‌فیلتـر یـک بطـری فیلتراسـیون آب اسـت کـه در آن از نانـو الیـاف الکتروریسـی شـده بـرای سـاخت فیلتـر استفاده‌شـده اسـت (شـکل ۹ ب). ایـن فیلتـر می‌توانـد آب را بـا درجـه خلـوص پزشـکی تولیـد کنـد.

شکل۸- کارتریج فیلترهای نانوسرام

(ب) (الف)

شکل ۹. (الف) نانو فیلتر تولیدی شرکت لیکوئیدیتی و (ب) بطری آب حاوی نانو فیلتر

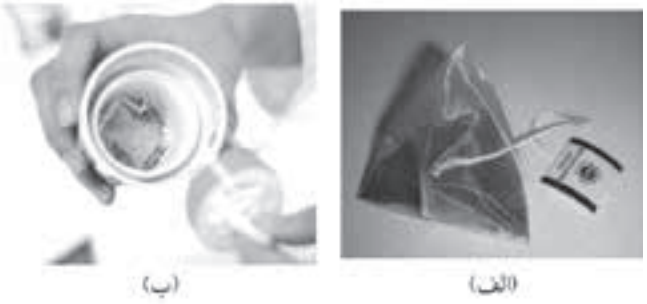


شکل ۱۰. (الف) ساختار لایه‌های ماسک نانو لیفی و (ب) طرح‌واره ماسک نانو لیفی

نیک‌فیلتر می‌تواند آب را با درصد خلوص ۹۹/۹۹۹۹ تصفیه کند. این فیلتر قادر است آب‌های موجود در اماکن عمومی، برکه‌ها و رودها را تصفیه کند. این فیلتر برای حذف آلاینده‌های آب از زدایش فیزیکی استفاده می‌کند و درنهایت باکتری‌هایی نظیر ای‌کولای را از آب جدا می‌کند [۱۰].

۶-۵- نانو ماسک

نمونه تجاری Nanomask® از نانو ذرات روی سطح فیلتر برای افزایش قابلیت فیلتراسیون ماسک استفاده می-کند. این نانو ذرات به مدت ۴۸ ساعت پس از قرارگیری روی ماسک فعال هستند. بسیاری از ماسک‌های پزشکی درجه N-95 دارند. بدین معنا که بازده فیلتراسیون آن‌ها در حذف ذرات با قطر ۰/۳ میکرون حدود ۹۵٪ است. این در حالی است که نانو ماسک بازده ۹۹٪ در حذف ذرات کوچک‌تر از ۰/۰۲۷ میکرون دارد. هزینه هر نانو ماسک حدود ۱۰ دلار است. ماسک صورت ®ReSpimask از غشاء نانو لیفی برای توقف باکتری، ویروس و ذرات گردوخاک استفاده کرده است (شکل ۱۰). این ماسک می‌تواند انسان را از آلودگی هوا، محصولات آلرژی‌زا و ویروس‌ها نظیر آنفلوانزا محافظت کند. این شرکت محصولات خود را برای مادران باردار، خردسالان، کارگران صنعتی و اعضای خانواده طراحی کرده است.



شکل ۱۱. (الف) فیلتر کیسه‌ای نانو لیفی و
(ب) قرارگیری فیلتر کیسه‌ای درون یک لیوان آب

۶-۶- نانو فیلتر کیسه‌ای

محققان دانشکده میکروبیولوژی دانشگاه استلن بوش آفریقای جنوبی فیلتری شبیه به چای کیسه‌ای تولید کرده‌اند که می‌تواند یک لیتر آب را با هزینه‌ای بسیار کم قابل‌نوشیدن کند. این کیسه تجدید پذیر زیستی از الیاف نانو ساخته‌شده و داخل آن از نوعی زغال فعال پرشده است (شکل ۱۱)، دیوار داخلی خود کیسه نیز آغشته به آفت‌کش‌هایی است که میکروب‌های بیماری‌زا را نابود می‌کنند، اما برای انسان ضرری ندارند. این کیسه می‌تواند یک لیتر آب را تصفیه کرده و موادی نظیر آهن، آلومینیوم و نفت را از آن حذف کند، اما قادر به شیرین کردن آب‌شور نیست [۱۱].

۶-۷- فیلتر نانو لیفی ProTuraTM

شرکت کلارک فیلتر ، نانو فیلتر لیفی بانام تجاری ProTura تولید کرده است که مناسب جمع‌آوری ذرات خاک و گردوغبار است. این فیلتر ساختاری شبه توری منظم، متشکل از الیاف با قطر زیرمیکرون متصل به یک بستر سلولزی دارد (شکل ۱۲). این ساختار، فیلتراسیونی را ایجاد می‌کند که کاملاً با بستر سلولزی رایج متفاوت است. با

شکل ۱۲: فیلترهای نانو لیفی شرکت کلارک فیلتر

این فیلتر، ذرات ریز آلودگی تمایل دارند که روی سطح بستر قرار بگیرند تا اینکه به درون فیلتر نفوذ کنند. این امر سبب بازده بالای حذف ناخالصی‌ها و آلودگی‌ها و محدودیت جریان پایین‌تر می‌شود.

۷- شرکت‌های داخلی فعال در تولید نانو فیلتر غشایی

۷-۱- شرکت نانو تار پاک

شرکت دانش‌بنیان نانو تار پاک در سال ۱۳۹۲ موفق به ساخت ماسک صنعتی ارتقاءیافته با نانو الیاف شد. ماسک تهیه‌شده با نانو الیاف از چندین لایه تشکیل‌شده که یکی از لایه‌های میانی حاوی نانو الیاف با قطر ۱۰۰ تا۳۰۰ نانومتر می‌باشد. این شرکت محصولات خود را با توجه نوع کاربرد به چند دسته تقسیم کرده است:

۱- ماسک نانو الیاف صنعتی ۶ لایه برای محیط‌های صنعتی با درجه بالای آلاینده‌ها و ریز گردها،

۲- ماسک نانو الیاف صنعتی همراه با پارچه کربن فعال ۷ لایه برای محیط‌های صنعتی با درجه بالای آلاینده‌ها و گازها و بخارهای مضر،

۳- ماسک پزشکی، ۴ لایه مناسب محیط‌های بیمارستانی، آزمایشگاهی و دندان‌پزشکی.

۷-۲- شرکت فناوران نانومقیاس

این شرکت نانو فیلترهایی بر پایه نانو الیاف ساخته است که ذرات خیلی ریز معلق در سیال‌های مختلف مایع و گاز را با کارایی بسیار بالا غربال می‌کند. نتایج اولیه آزمون‌های ارسالی به کشور آلمان در خصوص فیلترهای ارتقا یافته با نانو الیاف تهیه‌شده در شرکت فناوران نانومقیاس، نشان‌دهنده کارایی بسیار مناسب این نوع فیلترها است. به‌طوری‌که فیلتر نانویی ۵۰٪ کاهش در ذرات غبار عبور کرده را در مقایسه با فیلتر پایه نشان می‌دهد.

همزمان این پوشش نانویی طول عمر فیلتر را ۲۵٪ افزایش می‌دهد. این نتایج در کنار عدم افزایش افت فشار در مقایسه با فیلتر پایه، امیدواری زیادی را در استفاده از این فناوری در صنایع مختلف مانند پزشکی، نیروگاهی، خودروسازی، شیمیایی، نظامی، معدنی و غیره به وجود می‌آورد. در حال حاضر شرکت نانومقیاس در حال ساخت دستگاه‌های صنعتی پوشش فیلتر باقابلیت پوشش ۱۰۰۰۰ مترمربع کاغذ فیلتر با الیاف نانو در روز می‌باشد.

۷-۳- بهران فیلتر

شرکت تولیدی و صنعتی بهران فیلتر درزمینه تولید انواع فیلترهای خودرو، صنعتی و نیروگاهی در ایران فعالیت دارد. این شرکت از سال ۱۳۸۷ پروژه پوشش‌دهی کاغذهای فیلتر با الیاف نانو را در دستور کار خود قرار داد و در سال ۱۳۹۰ موفق به ساخت فیلترهای با پوشش نانو شد.

این شرکت با استفاده از دستگاه صنعتی تولید نانو الیاف، یک‌لایه نانو لیفی با قطر بین ۵۰ تا ۳۰۰ نانومتر را روی کاغذ، قبل از شروع عملیات چین کن، لایه‌نشانی می‌کند. محصولات این شرکت که دارای پوشش نانو می‌باشند، عبارت‌اند از: فیلترهای هوای کمپرسور واحدهای F9 جان براون میتسوبیشی نیروگاه چنگه دار، فیلترهای هوای واحدهای آنسالدو مدل V94.2 نیروگاه، فیلترهای هوای توربو ژنراتور، فیلتر مخروطی هوای کمپرسور مولدهای آلستوم نیروگاه، فیلتر استوانه‌ای هوای کمپرسور مولدهای آلستوم نیروگاه، فیلتر هوای کمپرسور مولدهای آلستوم سوئیس و فیلتر استوانه‌ای هوای توربین زیمنیس SGT-600.

۸- آینده نانو فیلتراسیون

بازار جهانی غشاءهای نانوفیلتراسیون از ۱۷۲/۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۲، به ۱۹۰/۲ میلیون دلار در سال ۲۰۱۳ افزایش‌یافته است و پیش‌بینی می‌شود که در انتهای سال ۲۰۱۹، به ۴۵۵/۱ میلیون دلار برسد. به عبارتی، افزایش سالانه ۱۵/۶٪ را به همراه خواهد داشت. همچنین، افزایش ۱۶/۱ درصدی بازار غشاءهای تصفیه پساب و آب طی سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹ قابل پیش‌بینی است، به‌طوری‌که انتظار می‌رود که در سال ۲۰۱۹ به مقدار ۳۸۸/۵ میلیون دلار برسد. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که انتظار می‌رود، بازار غشاءهای بیو پزشکی و داروسازی نیز با افزایش سالانه ۱۹/۵٪، به حدود ۲۲/۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۹ برسد [۱۲].

۹- جمع‌بندی

غشاء نانوفیلتراسیون یکی از غشاءهای محرک- فشاری با خصوصیاتی مابین اسمز معکوس و غشاء اولترافیلتراسیون است. فیلتر نانو لیفی از یک‌لایه نانو لیف بسیار ظریف تهیه‌شده به روش الکتروریسی و زیر لایه‌های انعطاف‌پذیر تهیه‌شده است. مزیت این غشاء در مقایسه با غشاءهای دیگر، اندازه حفره‌های نانومتری است که حتی توانایی حذف ویروس‌ها، باکتری‌ها و مواد نانومتری را داراست. نانو فیلترهای کاربردی در صنایع در دودسته فیلترهای نانو لیفی و فیلترهای حاوی نانو ذرات تقسیم‌بندی می‌شوند. نانو فیلترها در کاربردهایی نظیر ماسک‌های خانگی، پزشکی و صنعتی، فیلتراسیون آب و پساب کارخانه‌ها از کارایی بالایی برخوردار است. با توجه به مزایای به‌کارگیری نانوفیلتراسیون در صنایع مختلف، پیش‌بینی‌های صورت گرفته از آینده بازار این محصولات و پتانسیل بالقوه این فناوری در کشور، لزوم توجه هر چه بیشتر صنایع داخلی به این فناوری ضروری به نظر می‌رسد.

منابع در دفتر مجله موجود است.

اطلاع‌رسانی

ترجمه: مهندس آزاده موحد

اخبار نساجی جهان

Dyneema®
With you when it matters

برد هفت جایزه ISPO توسط کمپانی Dyneema

جایزه ISPO امسال برای بهترین محصول بهار/تابستان ۲۰۱۶ در نشست ISPO Tex-trend به ۷ پارچه مختلف تولید کمپانی داینیما تعلق گرفت.

بنا به گزارش داینیما دی اس ام-تولیدکننده الیاف داینیما-استحکام این الیاف ۱۵ برابر فولاد بوده و وزن آن‌ها از آب هم کمتر است و مدت زمانی است که برای لنگر کشتی‌های نفتی، بادان‌ها و به عنوان مواد مقاوم در برابر گلوله به کار می‌رود.

علاوه بر این پارچه‌های کامپوزیتی تهیه شده از آن به سرعت در حال رواج یافتن در رشته‌های مختلف ورزشی هستند از کوه‌نوردی گرفته تا موتورسواری چون می‌توان آن‌ها را طوری طراحی کرد که بتوانند ویژگی‌های مشخص محصول را بهبود بخشند

جایزه «بهترین محصول تجهیزات نرم» به CT9HK.18/blkwov6 که در پارچه کوله پشتی و کیف مورد استفاده قرار می‌گیرد، تعلق گرفت که دارای ترکیبی از خواص استحکام داینیما و پلی‌استر تاری پودی بافته شده می باشد.

جایزه «پنج تجهیزات نرم برتر» هم به پارچه CT0.3E.08 رسید که پارچه ایست بسیار سبک و ظریف و برای استفاده در پناهگاه‌های اضطراری و لباس‌های مخصوص شرایط اضطراری ایده‌آل است.

یکی دیگر از جوایز بخش «پنج تجهیزات نرم برتر» هم به CT2HHBSW6-2.0 تعلق گرفت که در این محصول الیاف داینیما در چهار جهت مختلف قرار می‌گیرند تا پارچه‌ای با خواص کشسانی پایین ایجاد کنند که برای استفاده در کفش و کیف مناسب است.

پارچه کامپوزیتی CT2E.08 OD که بسیار سبک هم هست برنده جایزه «تجهیزات نرم منتخب» شد. این پارچه صرفاً برای چادرها و برزنت‌ها که مورداستفاده‌ی بک پکرها یا جهانگردان با کوله پشتی است، طراحی شده است.

یکی دیگر از جوایز بخش «تجهیزات نرم منتخب» هم به CT9HK.18/W6-2.0 تعلق گرفت که موارد کاربرد آن کوله پشتی و کیف است، پوشش یورتانی آن که انعطاف‌پذیر و مقاوم در برابر سایش می‌باشد نشان‌دهنده‌ی فناوری پیشرفته الیاف داینیماست.

جایزه بخش «ورزش‌های خیابانی منتخب» به Kinetech Guard تعلق گرفت که نوعی پارچه الاستیک تاری پودی بوده و برای شلوارک‌های محافظ و ضدسایش و پارگی در دوچرخه‌سواری و سایر ورزش‌های خیابانی به‌کار می‌رود.

جایزه دیگر این بخش هم به DDRD0021 رسید که نوعی پارچه‌ی جین است و برای استفاده در کاپشن و شلوار محافظ مخصوص موتورسواری طراحی شده است.

عرضه طیف جدیدی از منسوجات کاربردی بر پایه نایلون توسط کمپانی تیجین

کمپانی ژاپنی تیجین اعلام کرده است که طیف جدیـــدی از مواد اولیه کاربردی و منســـوجات مرتبط با آن را که بر پایه ی نایلون هســـتند با اســـتفاده از تکنولوژی هـــای معروف تولید پلی استر خود عرضه کرده اســـت که برای استفاده در لباس‌های ورزشی، کوهنوردی و لباس های اسپرت مناسب هستند. محصولات جدید ضمن اینکه دارای عملکرد بالای محصولات پلی استری نظیر سبکی، کنترل رطوبت، ضد شفافیت بون و نرمی هستند، خواص الیاف نایلون تولید شده توسط تولیدکننده ی تایوانی نایلون، چین یارن کورپوریشن را نیز در خود دارند. خط های تولید «Deltapeak» و «Waveron» علاوه بر تامین خـــواص عملکردی نایلون ویژگی های ســـنتی موجود در پوشاک پلی استری را هم حفظ می کنند.

پارچه هـــای نایلونـــی از قدیـــم دارای خواص جذب رطوبت بالاتر و توانایی بهتر در کشـــیدن رطوبت بدن نسبت به پلی اســـتر بوده اند ولی سرعت خشک شدن آن ها نسبت به پلی استر پایین‌تر است. مقاومت سایشی، انعطاف پذیری و الاستیسیته الیاف پلی آمید نیز بالاست. البته پلی آمید نسبت به پلی اســـتر گران تر است و استفاده از آن به لباس های شنا، دوچرخه سواری و یا به عنوان الیاف استحکام دهنده ی ترکیبی در پوشاک ورزشی محدود می شود. الیاف پلی آمید همچنین به دلیل نفوذ پایین هوا به عنوان مواد اولیه ســـبک برای اســـتفاده در بادگیرها و لایه‌ی بیرونی لباس های اسکی مناسب هستند. بنا بر ادعای کمپانی تیجین پارچه‌های کشباف نایلونی Deltapeak برای استفاده در لباس های ورزشی، کوهنوردی و اسپرت مناسبند. مزایای آن عبارت اســـت از سبکی، نرمی، ضدشفافیت، قابلیت کش آمدن، مقاومت در برابر کرک شدن، حجم مفید به دلیل ســـطح کشـــباف صاف و متراکم. این پارچه‌ها همچنین دارای دوام زیاد و خواص رنگرزی خوبی نیز می باشند.

خواص الیاف نایلونی Waveron، شکل منحصر به فرد مقطع عرضی آن هاســـت که از ۴ پیک مسطح تشـــکیل می شود و باعث بهبود خواص ضدشـــفافیت، کنترل رطوبت و خشـــک شدن سریع می شود. علاوه بر آن خواص اصلی نایلون هم باعث ایجاد خواص نرمی، جذب بهتر رطوبت از هوا و مقاومت سایشی در الیاف می شود. این الیاف در ترکیب با الیاف یورتان برای استفاده در لباس های مخصوص یوگا و لباس های فشرده سازی و همچنین لباس های زیر و پارچه های مورد استفاده به عنوان لایی مناسب هستند.

پیش بینی می شـــود هر دو پارچه در مجموعه بهار/تابســـتان ۲۰۱۷ تیجین برای استفاده در لباس های ورزشـــی و کوهنوردی به بازار عرضه شـــوند و میزان فروش ســـالیانه ی آن ها نیز تا مارس ۲۰۱۹ از ۱۰ میلیون متر تجاوز کند.

تانزانیا مقصدی مهم برای بیشتر سرمایه گذاران خارجی

تانزانیا تبدیل به مقصدی مهم و جذاب برای بیشتر سرمایه گذاران از آفریقا و سایر کشورهای جهان شده اســـت. یک هیات از بانکداران و کارآفرینان از آفریقای جنوبی به منظور کشـــف فرصت‌های ســـرمایه گـــذاری از منطقه پـــردازش صادرات (EPZA) تانزانیا دیدن کرده اند.

این هیات از کمپانی تولیدکننده پوشـــاک توکو که بیشـــتر به تولید جین و پیراهن می پردازد و در منطقه ویژه اقتصادی بنجامین ویلیام فعالیت می‌کند، نیز بازدید کرده اند. ســـایر مناطق مورد بازدیـــد این هیـــات عبارت بـــود از منطقه ویژه اقتصادی هیفادی، وکتور هلث، آروشـــا و پارک صنعتی کمال.

مدیر سرمایه گذاری EPZA، گریس لمانژ ضمن خوشـــامدگویی به هیات نامبرده عنوان کرد که مناطق ویژه اقتصادی مناطقی هستند که از نظر جغرافیایی بیرون شهر واقع شده اند و به منظور اهداف اقتصادی مشخص احداث شده اند و تحت حمایت توافقنامـــه های مربوط به این مناطق از جمله قوانین و سیستم ها هستند که معمولا هم با آن چه در بخش های دیگر وجود دارد متفاوت است. حدود ۱۴۴ شـــرکت در مناطق اقتصادی مختلف ســـرمایه‌گذاری کرده‌اند که ۴۴٪ آن‌ها خارجی و ۵۶٪ آن‌ها داخلی هستند.

مشاور ارشد کمپانی دیلیویت در دارالسلام، مارتین دیویس می‌گوید: «بخش شرقی آفریقا به دلیل فرصت های سرمایه گذاری که در بخش‌های نفت و گاز، معدن و کشـــاورزی نیز وجود دارد، توجه بسیاری از سرمایه گذاران بالفعل را نه تنها از آفریقا بلکه سایر کشورهای جهان نیز جلب کرده است.»

افزایش ۶/۷ درصدی تولید ناخالص داخلی چین در نیمه اول سال ۲۰۱۶

بنا بر گزارش دیوان آمار ملی چین، رشد ۶/۷ درصدی تولید ناخالص داخلی چین بر مبنای سال به سال باعث شده است تا اقتصاد این کشور روندی «ملایم و پایدار» را تجربه کند. محاسبات اولیه نشان داده است که تولید ناخالص داخلی در نیمه اول سال ۲۰۱۶ و بر روی عدد ۳۴۹۶۳/۷ میلیارد یوآن، ۶/۷٪ بالاتر از سال گذشته بوده است. به‌طور واضح‌تر رشد سال به سال تولید ناخالص داخلی در سه ماهه اول ۶/۷٪ بیشتر از سه ماهه دوم بود.

تولید ناخالص داخلی در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۶ نسبت به سه ماهه دوم سال ۲۰۱۵، ۱/۸٪ افزایش داشت در حالی که میزان تولیدات کشاورزی ۱/۲٪ کاهش پیدا کرد.

البته با کاهش فضای بین صادرات و واردات، ساختار کلی تجارت بهبود یافته است و میزان مازاد تجاری به ۱۶۷۲/۰ میلیارد یوآن رسیده است.

ارزش واردات و صادرات در ماه ژوئن ۲۰۳۷/۸ میلیارد یوآن بوده که نسبت به همین دوره در سال قبل ۰/۳٪ کاهش یافته است. در این میان ارزش صادرات با ۱/۳٪ افزایش، ۱۱۷۴/۵ میلیارد یوآن و ارزش واردات با ۲/۳٪ کاهش، ۸۶۳/۳ میلیارد یوآن بوده است.

سهم تجارت کلی از مجموع ارزش واردات و صادرات ۵۶/۴٪ بوده که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل ۱/۲٪ افزایش داشته است. به طور مشخص صادرات این بخش ۵۵/۷٪ ارزش صادرات را تشکیل می داد که ۱/۳٪ رشد داشته است.

مهم‌ترین محصولات صادراتی کشور عبارت بود از کالاهای مکانیکی و الکترونیکی (۵۷/۲٪) و پس از آن شرکت‌های خصوصی قرار داشتند (۴۶/۶٪ و ۳/۶٪ رشد).

در راستای استراتژی «یک کمربد، یک جاده» صادرات به یک سری از کشورها افزایش یافت. صادرات به پاکستان، روسیه، بنگلادش، هند و مصر به ترتیب ۲۲/۵٪، ۱۶/۶٪، ۹/۰٪، ۷/۸٪ و ۴/۷٪ زیاد شد.

از سوی دیگر افزایش واردات بعضی از کالاهای مشخص در این دوران ادامه یافت. واردات سنگ آهن به چین با رشد ۹/۱ درصدی، ۴۹۴ میلیون تن؛ نفت خام با رشد ۱۴/۲ درصدی، ۱۸۷ میلیون تن؛ ذغالسنگ با رشد ۸/۲ درصدی، ۱۰۸ میلیون تن و مس با رشد ۲۲ درصدی ۲/۷۴ میلیون تن بوده است.

میزان ارزش افزوده صنایع اولیه، ثانویه و درجه سوم به ترتیب در مقادیر ۲۲۰۹/۷ میلیارد یوآن و ۱۳۴۲۵/۰ میلیارد یوآن و ۱۸۴۲۹/۰ میلیارد یوآن ۳/۱٪، ۶/۱٪ و ۷/۵٪ بوده است.

در ضمن فروش حاصل از خرده‌فروشی کالاهای مصرفی با ۱۰/۳٪ رشد نسبت به همین زمان در سال گذشته به ۱۵۶۱۳/۸ میلیارد یوآن رسیده (رشد واقعی ۹/۷٪ پس از کسر فاکتورهای قیمت) که سرعت رشد آن مشابه سه ماهه اول بوده است.

ارائه راهکارهای جدید برش و دوخت منسوجات خانگی کمپانی Texpa توسط کمپانی A.T.E در هند

پس از ژوئن ۲۰۱۶ مجموعه شرکت‌های ای.تی.ای با کمپانی آلمانی تکسپا شریک شدند تا تکنولوژی برش و دوخت این شرکت را که در سطح جهانی شناخته شده است، در هند عرضه کنند.

تکسپا تولیدکننده‌ی خطوط تولید تمام اتوماتیک برای برش، دوخت، تا کردن و بسته‌بندی منسوجات خانگی است. این کمپانی با ۵۰ سال تجربه ارائه‌دهنده‌ی خطوط برش طولی، سجاف‌گذاری طولی و عرضی برای پارچه‌های حوله‌ای و خطوط مداوم برش طولی، سجاف‌گذاری طولی و عرضی می‌باشد.

سایر خطوط تولید این کمپانی عبارتند از خطوط تولید مداوم ملحفه‌های بدون کش، روکش لحاف، روبالشتی و ملحفه‌های کش‌دار مورد استفاده در منسوجات خانگی.

به گزارش ای.تی.ای در حال حاضر کمپانی تکسپا حضور قدرتمندی در بازار منسوجات خانگی و پارچه‌های حوله‌ای هند دارد و با این شرکت هم این حضور پررنگ‌تر خواهد شد.

آغاز تولید نسل جدید پوشاک متصل به شبکه الکترونیکی توسط کمپانی BAE Systems

کمپانی BAE Systems توافقنامه‌ای را با کمپانی مطرح تولیدکننده منسوجات الکترونیکی؛ ITL امضا کرده که به موجب آن قطعه ی جدید برادزورد اسپاین را در حجم بالا و هزینه پایین، دریافت می کند. این قطعه که یک تکنولوژی قابل پوشیدن است، می‌تواند لباس را به یک لباس دارای فناوری شبکه ای تبدیل کند. محصول جدید توسط تامین‌کننده‌ی مطرح تجهیزات دفاعی، هوایی و امنیتی طراحی شده است به ویژه این که جایگزین بسیار مناسبی برای تجهیزات پورتابل تامین برق و دیتا که سنگین هستند و توسط پرسنل ارتش و خدمات اورژانس حمل می‌شوند، می‌باشد.

قطعه Broadsword Spine

این قطعه یک لایه‌ی تهیه شده از منسوج الکترونیکی بوده که گفته می‌شود هنگام وصل شدن به لباس شخص با استفاده از پارچه‌های رسانا به جای سیم و کابل، یک شبکه الکترونیکی نامریی و منبع برق ایجاد می‌کند.

مصرف‌کنندگان با وجود این شبکه الکترونیکی می‌توانند وسایل الکترونیکی موردنیاز را مستقیماً به جلیقه، کت و کمربند خود وصل کنند و از طریق یو اس بی مستقیماً به برق و دیتا وصل شوند؛ به گفته تولیدکنندگان، قطعه جدید تا ۴۰٪ وزنی که باید توسط شخص حمل شود را کم می کند.

کمپانی BAE و ITL با همکاری یکدیگر این ابزار سبک و جدید را به پرسنل فعال در ارتش، خدمات آتش‌نشانی و نجات و مجریان قانون عرضه می‌کنند.

به علاوه طراحی قطعه جدید طوری است که در محیط‌های سخت و خشن مقاوم باشد و عمل کند برای مثال در برابر آب، آتش، رطوبت و ضربه و شارژ شدن آن هم به راحتی انجام شود چه از طریق جایگاه شارژ خودرو و چه یک تعویض باتری ساده.

جایگزینی سبک

پل بورک، مدیر بخش تکنولوژی و اطلاعات دفاعی گفت: «قطعه برادزورد اسپاین در مقایسه با سیستم‌های موجود سبک‌تر بوده و نیازی به کابل ندارد و در مجموع جایگزین بهتری است. این نخستین محصول حاصل همکاری ما و کمپانی ITL است و با استفاده از منسوج الکترونیکی امکان انتقال نیرو و دیتا را از طریق پارچه ایجاد می‌کند.»

وی افزود: «انعطاف‌پذیری و استحکام قطعه جدید از ابزار مشابه مورد استفاده بیشتر و وزن آن هم کمتر است. قطعه برادزورد اسپاین دارای ساختار انعصاف‌پذیری است به این معنا که به وسیله آن می‌توان ابزار ارتباطی مورد استفاده‌ی هر کسی را از یک سرباز حاضر در میدان جنگ گرفته تا امدادگری که برای عملیات اضطراری فرا خوانده می‌شود.»

تعطیلی پروژه شهر نساجی کراچی

به گفته‌ی یکی از مقامات رسمی وزارت صنایع نساجی در پاکستان با تعطیلی پروژه در حال ساخت «شهر نساجی کراچی»، امیدها برای دستیابی به هدف صادراتی ۲ میلیارد دلاری و تولید ۸۰۰۰۰ شغل هم از بین رفت.

این تعطیلی به دنبال پیشنهاد یک کمیته مخصوص متشکل از منشی‌های وزارتخانه‌های نساجی و برنامه‌ریزی، اصلاح و توسعه که به سرپرستی کارشناس امور مالی چندی پیش ایجاد شده بود، به نخست وزیر انجام شد که طی آن در خواست قرار شد تا زمین پروژه نیز به بندرگاه محمد بن قاسم منتقل شود.

ظاهراً نبود برق و گاز مورد نیاز در شهر نساجی دلیل اصلی تعطیلی پروژه بوده و امکان تامین برق مورد نیاز در زمان موجود نیز وجود نداشته است.

کمیته پیشنهاد کرده است که پس از انتقال زمین به بندرگاه، وام‌های مربوط به آن نیز منتقل شود.

وزارت صنایع نساجی پاکستان، مقامات اداری پروژه شهر نساجی را مسئول ارایه خدمات برای جذب سرمایه‌گذار کرده است. تا کنون بعد از گذشت ۷ سال از تاسیس شهر

نســـاجی، تکه‌ای از زمین آن فروخته نشده است. از سوی دیگر مسوولین پروژه از دولت به دلیل جدی نگرفتن پروژه و عدم حمایت از آن در تامین مقدار ثابتی از برق و گاز مورد نیاز که لازمه تاسیس هر واحد صنعتی است، گله دارند.

دولت در ســـال ۲۰۰۷، ۱۲۵۰ جریب زمین در اختیار بندر را برای پروژه‌ی شهر نساجی اختصاص داد. در سال ۲۰۰۹ شرکت تاسیس شد و در سال ۲۰۱۲ نخست وزیر وقت شهر نساجی را راه‌اندازی کرد.

البته از آن زمان به بعد مسئولین در اختصاص حتی یک طـــرح به صنعتگـــران به منظور احداث واحد صنعتی ناموفق بوده‌اند.

به گفته مدیرعامل اجرایی شـــهر نســـاجی کراچی، محمد حنیف، این شهر از ابتدا برای تاسیس ۲۵۰ واحد صنعتی طراحی شده بود. او اظهار داشت که با گذشت ۷ سال یک تکه از زمین آن نیز فروخته نشده است. دولت باید به جای تعطیلی شهر نساجی بر روی تامین برق و گاز موردنیاز آن تمرکز کند تا از این راه اقتصاد کشور نیز رونق یابد.

مرجع: YNFX

مواجهه صنایع پوشاک پاکستان با کمبود نخ و عدم توانایی در انجام سفارشات بین‌المللی

در حالی که خریـــداران بین‌المللی در حال برنامه‌ریزی برای ثبت سفارشات کریسمس خود هســـتند، صنایع پوشـــاک پاکستان با کمبود جدی نخ پنبه‌ای مواجه شـــده است.

به گفته ایجاز خوکار، مدیر هماهنگی انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک آماده پاکستان، صنایع پوشاک این کشور به دلیل عواملی همچون قیمت و به‌ویژه کمبودهای ســـاختگی نخ پنبـــه‌ای که توســـط صنایع ریسندگی و پنبه پاک‌کنی که به امید افزایش قیمت‌ها در آینده نخ‌ها را انبار می‌کنند، ایجاد می‌شود؛ قادر به تامین سفارشات خریداران خارجی‌نیست.

وی افزود صادرات پوشاک نیز به دلیل رقابت شدید با بازارهای بین‌المللی نظیر بنگلادش، ویتنام و کامبوج بســـیار تحت فشـــار است. او اضافه کرد که فشـــار به بخـــش صادرات پوشاک منجر به کاهش درآمدهای صادراتی و همچنین بیکاری در کشور می‌شود.

خـــوکار هشـــدار داد کـــه صنایع پوشـــاک متحمل بیـــش از ۱۱٪ مالیـــات چندگانه و هزینـــه بهره‌برداری شـــده و نیازمند حداقل ۱۵٪ پشـــتیبانی اضافی می‌باشد تا بتواند در بازارهای صـــادرات بین‌المللی باقی بماند در غیر این صورت کل این تجارت به کشورهای دیگر منتقل می‌شود. آن‌ها از شخص نخست وزیر خواستند تا به وزارتخانه‌ها ابلاغ کند که بیشتر بر موضوع ارزش افزوده تمرکز کنند و با آماده‌سازی یک استراتژی قطعی این صنعت را حفظ کنند.

وضعیـــت فعلـــی پنبـــه در حـــال حاضـــر تولیدکننـــدگان پوشـــاک را بـــه دلیل عدم دسترســـی به نخ پنبه‌ای در بازار داخلی وادار به پسروی می‌کند چون کارخانجات علی‌رغم این واقعیت که تولیدکنندگان حاضر به خرید نخ با قیمت بالا هســـتند، مایل به اظهار آن نیستند. کارخانجات ریسندگی با پیش‌بینی این که قیمت‌های نخ پنبه‌ای با وجود قوانین بیشتر گمرکی برای واردات آن از این هم بالاتر می‌رود، اقدام به انبارکردن نخ کرده‌اند.

ایجاز خوکار گفت: «صادرکنندگان پوشاک به دلیل کمبود ســـاختگی مواد اولیه خام در تحویل به موقع کالا دچار مشکل می‌شوند و این موضوع آن‌ها را عصبی کرده است. آن‌ها از خریداران می‌خواهند که به کشورهای رقیب که نرخ‌های کمتری دارند، سفارش دهند که همین باعث فروپاشی صنعت می‌شود.»

صادرکنندگان منسوجات با ارزش افزوده که در نمایشگاه‌های جهانی نیز حضور مداومی داشـــتند و سفارشـــات قابل ملاحظه‌ای نیز دریافت کرده‌اند، ممکن است در صورت ادامه یافتن قیمت‌های بالای نخ در داخل کشـــور دچار مشکل شوند. بخش ریسندگی همواره از مکانیزم بازار آزاد حمایت کرده است اما به نظر می‌رسد این مکانیزم در شرایط فعلی کار نمی‌کند. صنایع پوشـــاک که تولیدکننده‌ی محصولات نســـاجی تکمیل شده می‌باشد، نیازمند محافظت است چون این صنعت بیش از ۸۰٪ کل صادرات نساجی کشور را تشکیل می‌دهد و حدود ۳۸٪ از نیروی کار کشور نیز در این بخش فعالیت می‌کنند. از سوی دیگر صادرات نساجی بنگلادش که به ۲۶ میلیارد دلار می‌رسد کلاً وابسته به واردات نخ پنبه‌ای بوده و حتی یک عدل پنبه هم در داخل کشور تامین‌نمی‌شود.

صنعت نیازمند برداشـــتن فـــوری عوارض گمرکی و تعرفه‌هـــای واردات نخ پنبه‌ای از تمام کشورهاســـت. از آن جایی که برداشت پنبه در پاکستان ۳۰٪ کمتر از سال گذشته بوده و پیش‌بینی می‌شود در سال جاری کمتر هم بشـــود، وارد کردن ماده اولیه خام از سایر کشورها هیچ ضرری ندارد. بنابراین لازم است تا برای تصحیح سیاست نساجی ۱۹-۲۰۱۴ تعاملات جدیدی بین دولت و ســـهامداران صورت گیرد.

مرجع: YNFX