



گزارشی از برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی ماشین آلات و محصولات نساجی، چرم، پوشاک و فرش استان یزد



صنعت نساجی

است
خواهد بود
خواهد ماند...
زنده

■ اشاره:

استان یزد بر طبق آمار و ارقام موجود با ۴۳۳ واحد نساجی و اشتغال ۲۲۸۸۹ نفر، نیمی از اشتغال صنایع استان در بخش صنعت نساجی را تشکیل می دهد که نسبت به اشتغال کل کشور، ۳/۷ درصد است. در این استان، ۷۹ نوع محصول نساجی تولید می شود از قبیل ریسندگی نخ پتو ۴۰ واحد با ظرفیت ۲۲۵۰۰ تن، فرش ماشینی ۲۳ واحد با ظرفیت ۷/۱ میلیون متر مربع، پارچه های پنبه ای و الیاف مصنوعی ۱۴۳ واحد با ظرفیت ۲۶۵ میلیون متر مربع، پتو ۶۷ واحد با ظرفیت ۵ میلیون تخته، ریسندگی نخ فرش ماشینی ۲۱ واحد با ظرفیت بیش از ۱۲۰۰۰ تن، ریسندگی نخ پنبه پلی استر ۱۶ واحد با ظرفیت ۲۵۰۰۰ تن، پارچه فاستونی ۱۰ واحد با ظرفیت ۱۶ میلیون متر مربع و پارچه کشباف ۸ واحد با ظرفیت ۳۴۵۰ تن، دارای توان تولید صنایع نساجی و بستری مناسب برای سرمایه گذاری است که باید در این زمینه توجه خاصی مبذول گردد. ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی ماشین آلات و محصولات نساجی، چرم، پوشاک و فرش استان یزد با اهدافی همچون آشنا شدن مردم کشورمان با آخرین دستاوردهای صنعت نساجی ایران و جهان، مقایسه صنعت نساجی کشورمان با آخرین دستاوردهای صنعت نساجی جهان، تبادل اطلاعات جهت برقراری مراودات تجاری و همکاری های متقابل شرکت های داخلی و خارجی، بیان دردها، مشکلات و تنگناهای صنعت نساجی کشور در حضور دولتمردان، شناساندن و معرفی محصولات جدید، شناسایی و انتخاب نمایندگان فروش جدید و ... برگزار شد. اگرچه ششمین نمایشگاه نیز با انتقاداتی همچون زمان نه چندان مناسب، امکانات رفاهی و بازدیدکنندگان اندک همراه بود اما به گفته مدیر برگزاری، در این نمایشگاه تعداد ۷۳ شرکت از سراسر کشور و نماینده بعضی از شرکت های خارجی حضور داشتند و گفتنی است تنوع محصولات و تجهیزات ارائه شده در این نمایشگاه نسبت به نمایشگاه سال قبل رشد زیادی داشت.



در مراسم افتتاحیه این نمایشگاه، ابتدا دکتر محمد میرجلیلی - مجری برگزاری نمایشگاه و مدیرعامل شرکت مهندسی و تحقیقاتی سیما نساج یزد - ضمن خوشامدگویی به صنعتگران و شرکت کنندگان نمایشگاه به تلاش خود و همکاری جهت برگزاری یک نمایشگاه موفق و پربار در استان یزد اشاره کرد و سپس انتشار آگهی های مربوط به نمایشگاه در مجلات تخصصی نساجی، سایت های خبری، ارسال ۶ هزار و ۴۰۰ برشور و همچنین یک هزار و ۱۰۰ کارت دعوت را یادآور شد.

وی ابزار امیدواری کرد که ۴ روز مدت برگزاری نمایشگاه، فرصت مناسب و ارزشمندی جهت معرفی آخرین دستاوردها و تبادل اطلاعات تخصصی نساجی باشد؛ به خصوص اثبات این واقعیت که صنعت نساجی با تلاش، تعهد و علاقه صنعتگران، دانشگاهیان و متخصصین آن، هنوز زنده است، زنده خواهد بود و زنده خواهد ماند.

رئیس دانشکده هنر دانشگاه آزاد (واحد یزد): واقعیت این است که سهم صنعت نساجی و پوشاک در تجارت بین المللی دنیا سهم قابل توجه و اساسی است و اطلاع از این واقعیت موجب دلگرمی و انگیزه مضاعف برای تلاشگران عرصه نساجی و پوشاک کشور می شود.

در ادامه مهندس محمدرضا خجسته - رییس دانشکده هنر دانشگاه آزاد اسلامی یزد - صنعت نساجی را پس از صنعت نفت و پتروشیمی و مواد غذایی، سومین صنعت مهم و اثرگذار در دنیا دانست و ادامه داد: سهم ارزش تجارت بین المللی کالاها نساجی و پوشاک جهانی در سال ۱۳۸۸ رقمی معادل ۶۲۱ میلیارد دلار بود. البته این سهم در سال ۱۳۸۹ کاهش یافت و به حدود ۵۷۸ میلیارد دلار رسید.

مهندس خجسته ادامه داد: واقعیت این است که سهم صنعت نساجی و پوشاک در تجارت بین المللی دنیا سهم قابل توجه و اساسی است و اطلاع از این واقعیت موجب دلگرمی و انگیزه مضاعف برای تلاشگران عرصه نساجی و پوشاک کشور می شود.

وی با بیان این مطلب که صنعت نساجی در ایران جزو صنایع مادر محسوب می شود؛ تصریح کرد: حدود

۷ هزار و ۸۰۰ واحد تولیدی نساجی وجود دارد که سهم بسزایی در اشتغال کشور ایفا می کنند، ضمن این که در استان یزد بالغ بر ۷۸۰ واحد تولیدی نساجی (دارای مجوز تولید) به فعالیت می پردازند و این تعداد رقمی معادل ۲۲ هزار و ۵۰۰ فرصت شغلی ایجاد کرده است.

مهندس خجسته، سپس به دانشگاه ها و مراکز آموزشی نساجی در استان یزد پرداخت و گفت: در دانشکده نساجی دانشگاه یزد داریم رشته مهندسی نساجی در ۲ مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد گرایش های تکنولوژی و شیمی نساجی تدریس می شود، در دانشکده نساجی دانشگاه آزاد اسلامی نیز در گرایش های تکنولوژی شیمی نساجی و اخیراً پلیمر و پوشاک، پذیرش دانشجویان انجام می شود. علاوه بر آن، دوره های کاردانی نساجی و دانشکده هنر نیز راه اندازی شده اند که به تربیت نیروهای متخصص می پردازند.

وی در ادامه به تشکیل خوشه نساجی یزد و توانمندی آن در زمینه هماهنگ سازی میان واحدهای تولیدی اشاره کرد.

مهندس سید توح شهرجری - مدیرعامل جامعه متخصصین نساجی ایران - نیز در تأیید توانمندی ها و ارزش صنعت نساجی اظهار داشت: این صنعت مشکلات و بحران های خود را پشت سر گذاشته است به طوری که صنایع نساجی توان این را دارند که با کمترین هزینه خود را اداره کند در صورتی که سایر صنایع فاقد چنین شرایطی هستند.

وی ادامه داد: در صورت ورشکستگی و تعطیلی این صنعت، پس حدود ۷ هزار و ۸۰۰ واحد تولیدی، بدون دلیل و توجیه اقتصادی به تولید ادامه می دهند!

مهندس شهرجری به آزادسازی واردات پنبه به کشور پس از ۴۰ سال اشاره کرد که با تلاش صنعتگران نساجی این امر تحقق یافت.

مدیرعامل جامعه متخصصین سپس لزوم همکاری، همیاری و همدلی تمام اهالی نساجی در رفع مشکلات این صنعت یادآور شد و گفت: اگر صنعت نساجی توانمند نبود، هرگز نخستین مجتمع های بخش خصوصی پتروشیمی توسط نساجان خوش فکر، سخت کوش و هنرمند راه اندازی نمی شد. نساجی ایران با هنر عجیب شده است و افتخار ما، صنعتگرانی هستند که به تولید ادامه می دهند.

پس از مراسم افتتاحیه، نمایشگاه به طور رسمی آغاز

به کار کرد و طبق روال همیشگی گفت و گوهایی با شرکت کنندگان و برگزارکننده نمایشگاه - دکتر میرجلیلی - در مورد کیفیت و سطح برگزاری نمایشگاه انجام دادیم.

شرکت بازرگانی "کاوش گلدشت" که به مدیریت مهندس فرزاد بهارلو در سال ۱۳۸۲ تأسیس شده؛ به واردات، نصب و راه اندازی قطعات و ماشین آلات نساجی (به ویژه ماشین آلات بافندگی و ژاکارد) می پردازد.

مهندس بهارلو هدف اصلی حضور در نمایشگاه را مشارکت در بازار، حفظ سهم کاوش گلدشت در بازار هدف و دیدار با صنعتگران استان یزد عنوان کرد و ادامه داد: میزان دستیابی به این اهداف به میزان فروش محصولات شرکت بستگی دارد و هنوز نمی توان برآورد کلی نسبت به تحقق اهداف حضور در نمایشگاه عنوان کرد؛ اگر چه در زمینه نمایش تکنولوژی های جدید، بسیار موفق ظاهر شدیم.

وی افزود: برگزاری نمایشگاه در کشور با مشکلات بسیاری مواجه است. برای مثال اکثر نمایشگاه های نساجی عنوان "تخصصی" را یدک می کشند در حالی که تخصصی نیستند و مخلوطی از تمام شاخه های نساجی در زیر یک سقف دور همدیگر جمع می شوند، به این ترتیب بازار هدف را گم می کنیم، هیچ بازار هدف مشخص و خاصی دنبال نمی شود و در نهایت نمایشگاه از حالت تخصصی بودن خارج و شبیه نمایشگاه های فصلی مختص عامه مردم می گردد. در صورتی که هدف از برگزاری نمایشگاه تخصصی، حضور مصرف کنندگان یا خریداران خانگی نیست بلکه حضور متخصصین و دست اندرکاران آن صنعت مدنظر قرار دارد. متأسفانه در زمینه برگزاری نمایشگاه تخصصی در کشور توفیقی نداشته ایم در حالی که تعداد نمایشگاه های تخصصی کشوری مانند چین، قابل توجه و چشمگیر است.

این فعال صنعت نساجی در پاسخ به این سوال که دلیل عدم برگزاری نمایشگاه تخصصی در ایران چیست؛ گفت: برگزارکننده این دغدغه را دارد که در صورت برپایی نمایشگاه تخصصی، بازدیدکننده کافی نداشته باشد بنابراین تلاش می کند با برگزاری یک نمایشگاه کلی و عمومی، این دغدغه را از بین ببرد.

وی افزود: از سوی دیگر، نمایشگاه های نساجی در استان های مختلف مانند اصفهان، یزد، شیراز، تهران، مشهد، تبریز و... همگی با نام نمایشگاه تخصصی نساجی برگزار می شوند اما دلیل وجود نمایشگاه های



نبود و اکثر بازدیدکنندگان از اهالی یزد بودند نه صنعتگران سایر استان ها مانند تهران، اصفهان و ... همچنین انتظار داشتیم نمایشگاهی که به عنوان بین‌المللی برگزار می‌شود بازدیدکننده یا شرکت‌کننده خارجی نیز داشته باشد که متأسفانه این انتظار تحقق نیافت.

قانعان یادآور شد: اکثر شرکت‌کنندگان نمایشگاه، واحدهای تولید فرش ماشینی، قطعات و ماشین‌آلات نساجی بودند و تنها تولیدکننده پارچه مبلی، شرکت بافندگی قانعان بود.

وی در ادامه سخنان خود، تهیه و تأمین مواد اولیه را به دلیل گرانی و کمیابی، بسیار دشوار توصیف کرد و ادامه داد: از سوی دیگر، واردات بی‌رویه از ترکیه و چین عرصه را برای تولیدکنندگان بیش از پیش دشوار می‌سازد و مجال رقابت را از بین می‌برد. قانعان، مهمترین اثر هدفمندسازی یارانه‌ها را افزایش چندبرابری قیمت برق و گاز واحدهای تولیدی دانست

مدیر عامل شرکت کاوش گلدشت: صنعت نساجی دولتی ایران کاملاً ورشکسته است و هیچ رمقی برای نساجی دولتی باقی نمانده است اما از سوی دیگر کار خانجات بخش خصوصی نه تنها همچون واحدهای بزرگ دولتی، ورشکسته و بحران زده نیستند، بلکه عملکرد بسیار موفق‌تری دارند.

که در این شرایط تولید را غیراقتصادی می‌نماید به طوری که مدیران مجبور به تعدیل نیروهای انسانی واحد تولیدی خود می‌شوند.

شرکت تک سنسور در زمینه طراحی و ساخت سنسورهای الکترونیکی جهت دستگاه‌های ریسندگی و بافندگی به فعالیت می‌پردازد. حسین فاتحی - مدیرعامل - پیش از گفت و گو در مورد نمایشگاه نساجی یزد، به وضعیت نه‌چندان مساعد تولید و صنعت در کشور اشاره کرد و وجود رقیبی مانند چین را یکی از مشکلات مهم تولیدکنندگان ایرانی عنوان کرد.

وی از برگزاری نمایشگاه رضایت داشت و افزود: در نمایشگاه فرصت خوبی ایجاد می‌شود تا با خریداران خود به صورت رو در رو ارتباط برقرار کنیم و از این جهت نمایشگاه نساجی یزد را مثبت ارزیابی می‌کنم

با ایام فاطمیه، بازدیدکننده چندانی حضور نداشت، به طوری کلی نمایشگاهی کم‌رونق بود و از حضور در آن رضایت نداشتیم به طوری که ممکن است سال آینده در حضور پیدا نکنیم.

شرکت "مهرین پارس" در سال ۱۳۸۳ تأسیس شده و به واردات ماشین‌آلات و تجهیزات دوخت و برش، لحاف دوزی، تشک، فیوزینگ، فرش و آلتراسونیک می‌پردازد. مهدی صادقی قهرودی - مدیرعامل - نیز از برگزاری این نمایشگاه رضایت چندانی نداشت و ضعف اطلاع‌رسانی و تبلیغات را مهمترین عامل استقبال اندک از سوی متخصصین و صنعتگران نساجی دانست.

شرکت‌های "آریانخ زرنده" و "الیاف پارس" دو شرکت تولیدکننده انواع الیاف پلی‌استر هستند که در این نمایشگاه حضور داشتند. ابراهیم یاری - مدیرعامل آریانخ زرنده - نمایشگاه نساجی یزد را کم‌رونق توصیف کرد که به دلیل تعطیلی ایام سوگواری و حضور مخاطبین در مراسم عزاداری حضرت زهرا(س) تعداد بازدیدکنندگان بسیار اندک بود. وی گفت: یزد یک شهر مذهبی به شمار می‌آید و طبعاً در ایام فاطمیه، برگزاری نمایشگاه نساجی چندان منطقی به نظر نمی‌رسد.

یاری نیز به اطلاع‌رسانی بسیار ضعیف نمایشگاه اشاره کرد و گفت: بسیاری از صنعتگران نساجی یزد از برگزاری چنین نمایشگاهی اطلاع نداشتند زیرا در سطح شهر حتی یک بلبورد تبلیغاتی نصب نشده بود. همچنین بسیاری از غرفه‌های نمایشگاه خالی بود و شرکت‌کننده‌ای حضور نداشت!

وی اذعان داشت: ممکن است صنعت نساجی با بحران‌های مختلفی روبرو باشد اما به هیچ‌عنوان یک صنعت ورشکسته محسوب نمی‌شود زیرا صنایع ورشکسته با ماشین‌آلات قدیمی و به‌روش سنتی به تولید ادامه می‌دهند در حالی که صنعت نساجی اگرچه با مشکلاتی مانند واردات انبوه مواجه است؛ اما ورشکسته و محکوم به شکست نیست.

شرکت "بافندگی قانعان" تولیدکننده انواع پارچه‌های مبلی و حجم تولید روزانه یک هزار متر مربع می‌باشد. سعید قانعان - مدیرعامل - برقراری ارتباط تجاری و آشنایی با مشتریان جدید را هدف اصلی حضور در نمایشگاه نساجی یزد برشمرد و به‌طور کلی از روند برگزاری این نمایشگاه رضایت داشت.

وی افزود: البته تعداد بازدیدکنندگان چندان چشمگیر

متعدد نساجی در طول یک سال چیست؟ قرار است چه اتفاقی در این نمایشگاه‌ها که تخصصی هم نیستند؛ رخ دهد؟! آیا بهتر نیست که نمایشگاه تمام شهرهای مذکور با همدیگر تلفیق و مانند ایما هر چهار سال یک بار (آن هم به صورت تخصصی) برگزار شوند؟

به گفته مهندس بهارلو، مشکل بعدی این است که نمایشگاه‌های نساجی کشور برخلاف عنوان آن "بین‌المللی" نیستند و هیچ کدام در بازاریابی و جذب غرفه‌داران و بازدیدکنندگان خارجی موفق نبوده و نیستند.

وی یادآور شد: یکی دیگر از مشکلات برگزاری نمایشگاه نساجی در ایران، فاصله بسیار اندک آن با نمایشگاه‌های معتبر و شناخته شده سایر کشورهاست که متأسفانه از سوی برگزارکنندگان مورد توجه قرار نمی‌گیرد. همچنین مسائل جانبی مانند اقلیم آب و هوایی شهرها مراعات نمی‌شود و اکثر نمایشگاه‌ها در فصول نامناسب برگزار می‌گردد. امکانات نمایشگاهی هم که نامطلوب است...

مهندس بهارلو با بیان این مطلب که نساجی پس از خودروسازی، بیشترین میزان اشتغالزایی را در کشور به خود اختصاص می‌دهد؛ تصریح کرد: صنعت نساجی دولتی ایران کاملاً ورشکسته است و هیچ رمقی برای نساجی دولتی باقی نمانده است اما از سوی دیگر کارخانجات بخش خصوصی نه تنها همچون واحدهای بزرگ دولتی، ورشکسته و بحران زده نیستند، بلکه عملکرد بسیار موفق دارند. اگرچه وضعیت عمومی اقتصاد و کاهش قدرت خرید مردم، واردات انبوه منسوجات از خارج کشور، افزایش قیمت مواد اولیه، قوانین و مقررات دست و پاگیر مالیات، بیمه و ... مشکلات بسیاری را برای تولیدکنندگان بخش خصوصی به وجود آورده است.

وی در مورد اجرای طرح هدفمندسازی یارانه‌ها گفت: این طرح تأثیرات منفی متعددی در تولید ایجاد کرده است به طوری که مهمترین و نخستین اثر آن، کاهش قدرت خرید مردم می‌باشد. از سویی، حذف یارانه‌های انرژی موجب شده قیمت مواد اولیه نسبت به ۴ ماه گذشته، افزایش صعودی داشته باشد که این نرخ نقش مهمی در قیمت تمام شده ایفا می‌کند.

شرکت "فرش خاطره کویر کاشان"، تولیدکننده انواع فرش ماشینی CRX و HCPV۰۰ است. سیدعلی حسینی شریف - مدیرعامل - در مورد نمایشگاه نساجی یزد ابراز داشت: به دلیل تقارن زمانی برگزاری نمایشگاه



اگرچه اطلاع رسانی و تبلیغات بسیار محدود و اندک بود.

”شرکت زوجی“ در امر تهیه و توزیع ماشین آلات کامپیوتری و مکانیکی دوخت و برش پوشاک، کیف و چرم، ماشین آلات دوخت و برش و ریشه‌زنی فرش و موکت، قطعات وابسته به صنعت دوخت و برش و ... فعالیت دارد. عابدینی - مسئول غرفه - شناسایی بیشتر بازار مصرف و خریداران و تبادل اطلاعات با سایر شرکت ها و تولیدکنندگان دانست که از این لحاظ، از نمایشگاه نساجی یزد رضایت داشت اما از نظر تعداد بازدیدکنندگان به دلیل ایام فاطمیه، رونق چندانی نداشت.

شرکت ”کمپرسورسازان“ تنها تولیدکننده خشک‌کن‌های تبریدی هوای فشرده در خاورمیانه و نماینده فروش کمپرسورهای **Comp Air** آلمان می‌باشد. محمد نائیجی - مدیرعامل - قیمت محصولات شرکت متبوع خود را یک سوم نمونه مشابه اروپایی دانست و افزود: با توجه به این که محصولات چینی، پشتیبانی و خدمات پس از فروش قابل اعتمادی ندارند و هیچ شرکتی پاسخگوی آن نیست، خوشبختانه تاکنون کمپرسورهای خود را با موفقیت روانه بازار کرده ایم که مورد استقبال صنعتگران نساجی کشور نیز قرار گرفته است.

وی سپس به نمایشگاه نساجی یزد پرداخت و گفت: در مورد هوای فشرده، حرف های تازه ای در این نمایشگاه داشتیم اگرچه محصولات بی کیفیت در یزد رواج زیادی دارند اما توانسته ایم در نمایشگاه یزد، بسیار توانمند ظاهر شویم و توانمندی‌های خود را معرفی نمائیم.

نائیجی گفت: زمان برگزاری نمایشگاه مناسب نبود زیرا به دلیل ایام تعطیلی، بیشتر صنعتگران یزد به مسافرت رفته بودند؛ به تبع بازدیدکننده متخصص نیز به ندرت در نمایشگاه حاضر می شدند.

وی به تشریح وضعیت فعلی صنایع نساجی پرداخت

و گفت: نمی توان با اطمینان عنوان داشت که این صنعت بحران زده یا ورشکسته است زیرا شرکت‌هایی که به روز حرکت کرده‌اند، ماشین آلات و دستگاه های مدرن دارند و از مدیریت و منسجم بهره مند هستند؛ به خوبی توانسته‌اند خود را در بازار وفق دهند و تولیدات باکیفیت روانه بازار مصرف نمایند.

”جامعه متخصصین نساجی ایران“ یکی دیگر از شرکت کنندگان این نمایشگاه بود که به گفته مدیرعامل آن، جامعه طبق روال گذشته برنامه هایی را که در دستور کار دارد دنبال می نماید اما در سال جدید مواردی همچون تشکیل کلینیک مشاوره در پنج بخش، تورهای نمایشگاهی، خدمات بیمه، برگزاری مجدد مهمانی نساج ها با برنامه های متنوع جدید و به روز رسانی سایت جامعه جهت اطلاع رسانی بهتر و ایجاد ارتباط نزدیکتر با اعضا را با تمرکز بیشتری اجرا خواهد کرد.

مهندس تورج شهرجردی سپس در مورد نمایشگاه بیان داشت: برگزاری نمایشگاه تحت هر شرایطی و در هر صورتی ارزشمند و قابل توجه است ولیکن نمایشگاهی که با تعداد غرفه کم و بازدیدکننده کمتر از آن روبرو باشد دلسردی را برای همه و نهایتاً عدم برگزاری را به دنبال خواهد داشت.

وی افزود: هدف ما از شرکت در نمایشگاه اعلام حضور، اطلاع رسانی به اعضا و اهل صنعت و همچنین ایجاد ارتباط نزدیک با اعضا جامعه متخصصین و صنعتگران نساجی می باشد. حالا اینکه چقدر به اهداف خود رسیده ایم، فکر می کنم ملاقات تنها یک متخصص جهت رسیدن ما به هدف کافی باشد ولیکن از همکاران و هم صنف هایمان انتظاری بیش از این می رفت که نتیجه چهار روز نمایشگاه در شهر یزد (مرکز نساجی ایران) فقط و فقط پانزده ملاقات باشد بعید می دانم این موضوع به خوبی یا بدی وضع صنعت، پائین یا بالا بودن میزان تخصص، کمی یا زیادی درآمد و ... ربطی داشته باشد.

مدیرعامل این تشکل تخصصی به موضوع استقبال بازدیدکنندگان نیز پرداخت و گفت: در یک جمله میزان استقبال خیلی ضعیف بود. اصولاً موضوع مورد بحث شبیه ضرب المثل مرغ و تخم مرغ می باشد. طرح این بحث که کدام اول ایجاد شده است و یا کدام مهم تر است غلط می باشد، مانند اینکه بگوییم در موضوع نمایشگاه برگزارکنندگان مهمتر هستند یا بازدیدکنندگان؟! اصولاً هر دو آنها لازم و ملزوم یکدیگر می باشند و کیفیت یک نمایشگاه کاملاً به وضعیت کیفی دو گروه مورد بحث در بالا بستگی دارد. مطمئناً اگر برنامه ریزی، نوع دعوت، انتخاب مخاطب، عوامل انگیزشی، زمان برگزاری، محل برگزاری و ... مناسب نباشد نباید برگزارکنندگان انتظار نتیجه خوبی داشته باشند.

وی یادآور شد: در دنیا همیشه مردمی که سخت کوش و قدرشناس بوده اند به موفقیت، خوش نامی و کامیابی رسیده اند، ما چقدر سخت کوش و قدرشناس نعمت‌های اطرافمان هستیم و تا چه زمانی می خواهیم با ناله کردن، شکایت کردن، ایراد گرفتن، بد همدیگر را گفتن، مرتباً دنبال مقصر گشتن و ناشکری کردن ادامه دهیم تا چه زمانی؟؟

به گفته مهندس شهرجردی، با این وضعیت نه نمایشگاه بلکه هیچ چیز رو به بهتر شدن نخواهد رفت. باید بپذیریم خوب یا بد اینجا مملکت ماست، نیاکان ما در همین خاک آرامش پیدا کرده اند باید بپذیریم که اجداد ما همه چیز را برای ما ایجاد کرده اند از فرهنگ چند هزار ساله تا آثار باقی مانده از آن زمان که همه گواه این موضوع است و به زبان دیگر ما مدیون نیاکان خود هستیم. اجداد ما برای ما علم، فرهنگ، هنر، ادب و ... را به ارث گذاشته اند ما چه چیزی را برای نوادگانمان می خواهیم به یادگار بگذاریم؟؟

وی در پاسخ به این سوال که پیشنهادات شما جهت برگزاری موفق تر نمایشگاه نساجی در ایران چیست؛ ابراز داشت: دستیابی به یک موفقیت نیازمند پیش





و ارتباط نزدیک با صنعتگران را بسیار موثر و مفید ارزیابی می‌کنم.

وی افزود: اگرچه امکانات زیربنایی این نمایشگاه هم سطح نمایشگاه‌های اصفهان، مشهد و ... نیست اما از لحاظ کیفی بسیار پربارتر و بهتر از دوره گذشته بود و جا دارد از تلاش مدیران برگزارکننده آن تشکر و قدردانی به عمل آید.

ادیب فر پیشنهاد داد که مسئولین استان یزد به فکر ایجاد محل دائمی جهت برگزاری نمایشگاه نساجی یزد باشند تا شاهد حضور بیشتر و پر رنگ تر واحدهای تولیدی این استان نساجی خیز باشیم.

وی با بیان این مطلب که شرکت‌های صاحب نام و بزرگ حضور پر رنگی در این نمایشگاه نداشتند، افزود: فرصتی پیش آمد تا با تعدادی از واحدهای نساجی استان یزد مذاکراتی انجام دهیم و به طور کلی به اهداف خود در این نمایشگاه دست یافتیم.

ادیب فر خاطر نشان ساخت: متأسفانه مقررات و قوانین ما به روز نیست، سایر کشورهای همسایه مانند هند، پاکستان و ... واردات بی رویه به ایران دارند. از نظر مد و تکنولوژی نیز پیشرفت چندانی نداشته ایم. در این شرایط دولت هم توجهی به رفع مشکلات صنعتگران نساجی ندارد و گویی این صنعت را فراموش کرده است.

به گفته وی، نساجی ایران نیازمند انجام اقدامات بنیادین مانند تسهیل قوانین و مقررات، حمایت از صادرات و صادرکننده در قالب پرداخت مشوق‌های صادراتی، به روزرسانی تکنولوژی و مدیریت کارخانجات و ... دارد.

«کارخانجات فرش کبیر یزد» در سال ۱۳۶۹ تأسیس شد و در سال ۱۳۷۱ تولید فرش ماشینی ۵ رنگ اکرولیک را با الهام از نقشه‌های اصیل ایرانی آغاز کرد. این شرکت به عنوان اولین و تنها تولید کننده فرش‌های سوپرشگی (کات لوپ) در کشور محسوب

با ثبت قیمت‌ها روبرو خواهیم بود ولیکن با توجه به بالا رفتن هزینه‌های تولید اگر تولیدکنندگان به سرعت جهت کاهش هزینه‌ها، افزایش بهره‌وری، کیفیت و بالا بردن تنوع کالا اقدام نکنند با مشکلات غیرقابل حلی مواجه خواهند شد. شاید دوستان سؤال کنند که این موارد بحث تولید موضوع جدیدی نمی‌باشد و سالهاست که در همه جای دنیا به دنبال آنها هستند بلکه درست است ولیکن ما در واحدهای تولیدی خودمان جهت رسیدن به این موارد چقدر موفق بوده ایم؟ بد نیست بدانیم که امروز تاجرانی در ایران وجود دارند که ضایعات کارخانه‌های ریسندگی را خریداری کرده و به ایتالیا صادر می‌کنند، بد نیست بدانیم حدوداً میزان مصرف انرژی ما در صنایع دو برابر صنایع مشابه در کشورهای در حال توسعه می‌باشد، بد نیست بدانیم کیفیت تولید ما در خیلی از بخش‌ها قابل رقابت با کالاهای مشابه خارجی نمی‌باشد، بد نیست بدانیم کالاهای تولیدی ما از نظر تنوع جوابگوی نیاز مشتریان داخلی نمی‌باشد و ... شاید سؤال شود پس تولیدکنندگان چه کار باید بکنند؟ مسلماً خیلی کارها باید انجام شود از جمله استفاده جدی‌تر از تخصص و متخصص. مسلماً امروز یکی از مهمترین دوره‌های صنعت نساجی در کشور ما می‌باشد که حضور پررنگ متخصصین می‌تواند در تعیین سرنوشت صنعت مؤثر باشد، پس باید هر چه سریعتر جهت سازمان‌دهی مجدد متخصصین و ارائه راهکارهای جدید به صنعت و تولیدکنندگان اقدام نمود.

شرکت "افق توسعه آورین" از ۴ سال گذشته تاکنون به ارائه خدمات فنی و مشاوره نساجی می‌پردازد. فیروز ادیب فر - مدیرعامل - بیان داشت: هدف از حضور در نمایشگاه یزد، معرفی توانمندی‌های شرکت و آشنایی با واحدهای تولیدی استان یزد بود. البته از طریق مجلات تخصصی مانند نساجی امروز، امکان آشنایی با واحدهای نساجی وجود دارد اما حضور در نمایشگاه

زمینه‌های بسیاری است؛ اگر قرار باشد برای انجام هر کاری وقت نگذاریم از مشاور مناسب استفاده نکنیم، برنامه مشخصی نداشته باشیم، از روش‌های جدید استفاده ننمائیم و انتظار داشته باشیم نتیجه خوبی را هم بگیریم فکری کاملاً خام و بیهوده است. بهتر است این طور به موضوع اشاره نمائیم که نمایشگاه یک مورد از صدها موردی است که جهت پشرفت یک صنعت نیاز است اجازه بدهید اول به این موضوع بپردازیم که تکلیف خود صنعت روشن است یا نه؟

وی افزود: قرار است این صنعت قوی تر شود و به راه خود ادامه دهد و یا ضعیف شود و در طول یک زمان مشخص تغییر شکل داده و کاملاً حذف شود و یا ... بله واقعیت مطلب این است که برنامه مشخصی وجود ندارد. علی‌الظاهر کسی هم به دنبال برنامه نیست چرا؟! خیلی‌ها می‌گویند این وظیفه مراجع دولتی است که به این مهم بپردازند ولیکن من با این موضوع مخالفم. فرض را بر این بگیریم که بخش دولتی برایش مهم نباشد که این صنعت برنامه داشته باشد یا نه. آیا بخش خصوصی برایش مهم است؟ اگر مهم است در این زمینه چه کاری انجام داده است؟ چند بار پیگیری کرده است؟ کجا پای این موضوع ایستاده است؟

مدیرعامل جامعه متخصصین نساجی ایران در مورد وضعیت کلی صنعت نساجی اذعان داشت: مسلماً بالا رفتن قیمت انرژی از یکطرف و افزایش کلیه هزینه مرتبط با تولید از طرف دیگر در سال جدید به اضافه نوسانات شدید مواد اولیه در سال گذشته در خصوص افزایش قیمت پنبه - ویسکوز - اکریلیک و پلی پروپیلن شرایط پیچیده‌ای را برای تولیدکنندگان ایجاد نموده است. پیچیده به این دلیل که صنعتگران باید به سرعت جهت نوع قرار گرفتن در شرایط جدید تصمیم‌گیری نمایند.

وی تصریح کرد: به علت اینکه افزایش قیمت مواد اولیه به صورت جهانی می‌باشد به زودی بارگیری فصل پنبه



در کشور، نمایشگاه باید بتواند کالا و دستاوردهای تولیدی را به سمت و سوی جهت دهد که ضمن به نمایش گذاشتن، زمینه صادرات آن نیز فراهم شود.

می شود.

صفدری-مسئول غرفه-آشنایی و معرفی بیشتر شرکت را هدف اصلی از حضور در نمایشگاه برشمرد اگرچه به دلیل تعطیلات ایام فاطمیه، استقبال چشمگیری از آن به عمل نیامد و بازدیدکننده چندانی نداشت.

شرکت "ماشین سازی راعی" تولیدکننده ماشین آلات چله پیچی فرش و پارچه است که در سال ۱۳۸۰، کار خود را با ساخت ماشینهای ساده چله پیچی بخشی شروع کرد و تا امروز ضمن تولید دستگاههای پیشرفته و تخصصی چله پیچی به ساخت دستگاه های دیگر نساجی نیز می پردازد.

محسن راعی- مدیرعامل- نیز مانند سایر شرکت کنندگان، یافتن بازارها و مشتریان جدید را هدف اصلی حضور در این نمایشگاه عنوان کرد که تا حدودی به این هدف دست یافت البته انتظار وی از نمایشگاه نساجی یزد به مراتب بیشتر از این میزان بود.

وی افزود: متأسفانه زمان برگزاری نمایشگاه مناسب نبود و بسیاری از متخصصان و صنعتگران نساجی که سال گذشته به عنوان شرکت کننده یا بازدیدکننده در نمایشگاه حضور داشتند، به دلیل تعطیلات و حضور در مراسم عزاداری در نمایشگاه حضور نیافتند. همچنین سال گذشته، بازدید دانشجویان از دانشگاه ها و مراکز آموزشی بسیار قابل توجه بود و حضور این طیف در نمایشگاه برای تولیدکنندگان بسیار ارزشمند است زیرا نسل آینده متخصصین نساجی این افراد هستند و زمانی که وارد بازار کار می شوند، با ماشین آلات و محصولات شرکت های داخلی به خوبی آشنا هستند.

راعی با بیان این مطلب که تعداد شرکت کنندگان نیز چشمگیر نبود؛ تصریح کرد: صنعت نساجی یزد پتانسیل به مراتب بیشتری دارد برای مثال تعداد ماشین سازان داخلی و خارجی انگشت شمار بود در حالی که از یک نمایشگاه تخصصی نساجی انتظار بیشتری می رود.

وی یادآور شد: با ورشکستگی صنعت نساجی موافق

نیستیم زیرا صنعت ما به وام های دولتی یا تعرفه های سنگین واردات عادت کرده اند در حالی که چنین حمایت هایی بیش از آن که راه درمان باشد یک مُسکن موقتی است.

وی افزود: شرکت هایی که از نظر مالی و فنی، توانمند هستند در بازار آشفته فعلی نیز عملکرد بسیار خوبی دارند در مقابل واحدهایی که بدون تخصص، سرمایه و ماشین آلات مدرن و به روز دنیا، به تولید ادامه می دهند؛ محکوم به شکست هستند بنابراین اعطای وام های کلان یا بستن گمرکات فایده ای به حال آنان ندارد و موقتی است.

راعی، طرح هدفمندسازی بارانه ها را مثبت ارزیابی کرد و گفت: اجرای صحیح این طرح موجب می شود صنعت نساجی کشور که تا دیروز با یارانه های دولتی به فعالیت می پرداخت از این پس با تکیه بر توانمندی های خود به تولید ادامه دهد و به رقابت با ترکیه و سایر کشورها بپردازد. البته در صورت حذف یارانه حامل های انرژی باید شرایط کار هم مانند شرایط تولیدکنندگان سایر کشورها شود تا تولیدکننده داخلی با امکانات و تسهیلات یکسان وارد میدان رقابت شود. وی در پایان یکی از بزرگترین مشکلات تولید را وجود مالیات های بدون قاعده و قانون مشخص دانست که برای صنعتگران نساجی کمرشکن است.

اما پس از انجام مصاحبه با شرکت کنندگان با دکتر میرجلیلی- مدیر برگزاری نمایشگاه- نیز گفت و گویی انجام دادیم و انتقادات شرکت کنندگان را با وی در میان گذاشتیم.

وی ابراز داشت: ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی ماشین آلات و محصولات نساجی، چرم، پوشاک و فرش در استان یزد با کوله باری از تجربیات بدست آمده از برگزاری موفق و باشکوه اولین نمایشگاه تخصصی تولیدکنندگان ماشین آلات و سازندگان مواد اولیه نساجی در سال ۱۳۷۹ و برپائی اولین الی پنجمین نمایشگاه بین المللی تخصصی ماشین آلات و محصولات نساجی، چرم، پوشاک و فرش در سال های ۱۳۸۵ الی ۱۳۸۹ در استان یزد به عنوان یکی از قطب های صنعت نساجی ایران با قدمت دیرینه ای که در راستای فعالیت های نساجی دارد و با حضور بیش از ۱۰۰ واحد نساجی، پوشاک و چرم از داخل و خارج از کشور توسط شرکت مهندسی تحقیقاتی سیمانساج یزد، در تاریخ ۱۴ الی ۱۷ اردیبهشت ۱۳۹۰ برگزار شد.

وی افزود: در این نمایشگاه سعی شد تا با معرفی نمونه هایی و الا از قابلیت ها، توانمندی ها و ظرفیت های تولید کنندگان نساجی در اقصی نقاط کشور یکبار دیگر عظمت و توانمندی این صنعت دیرینه به نمایش گذاشته شود. دکتر میرجلیلی با بیان این مطلب که نمایشگاه ابزار تعاملات بازرگانی، فرهنگی و علمی قدرتمند، انعطاف پذیر و مقرون به صرفه ای است که در جایگاه خود منابع کلان و گوناگون ثروت را به حرکت در آورده؛ یادآور شد: نمایشگاه می تواند از راهکارهای موثر در برقراری و حفظ ارتباط با مشتری باشد.

وی تصریح کرد: در راستای ایجاد فضایی برای ارائه توانمندی های شرکت های نساجی برنامه ریزی و تلاش جامعی صورت پذیرفت ضمن آنکه باید در نظر داشت شرکت مجری نمایشگاه نساجی یزد خود از جمله واحدهای فعال در صنعت نساجی بوده و تمام فراز و نشیب هایی که صنعتگران با آن روبرو هستند را تجربه نموده است و با در نظر گرفتن این مباحث اقدام به برگزاری این نمایشگاه و تلاش در راستای رفع مشکلات نموده است به گونه ای که مقیاسه ۶ دوره نمایشگاه های فوق با دیدی عادلانه و قضاوتی منطقی دلالت بر این موضوع دارد، ضمناً قابل ذکر است در این دوره جهت رضایتمندی شرکت کنندگان کلیه امکانات جنبی نمایشگاه شامل موکت، اسپیس ها، بنرها، میز، صندلی و ... به صورت نو خریداری شده و در اختیار غرفه داران گذاشته شده است.

مدیرعامل شرکت مهندسی تحقیقاتی سیمانساج یزد گفت: باید در نظر داشت در استان هایی همچون تهران، اصفهان، خراسان، شیراز، تبریز و ... همت بلند مسئولین منجر به فراهم شدن فضای مناسبی شده که نمایشگاه ها در آن برگزار می گردد، اگرچه در این نمایشگاه ها نیز ممکن است با سابقه طولانی گلایه ها و کمبودهایی مشاهده شود که باید در خصوص آنها با نگاهی عقلانی قضاوت نمود. این در حالی است که در استان یزد با وجود سرمایه های فراوان هنوز از سوی مسئولین نه تنها فضایی برای برگزاری نمایشگاه ها به صورت مناسب و کامل فراهم نشده لیکن مشکلاتی نیز در راستای خدمات رسانی و برگزاری هر چه بهتر نمایشگاه های بین المللی همواره بوجود آمده است، و آنچه را که در این استان به عنوان جریان نمایشگاهی در زمینه های مختلف برگزار می گردد حاصل تلاش، همت بلند، مشارکت صنعتگران و حمایت



توسعه بازار، نیازمندبرنامه‌ریزی‌های جدی و اساسی از قبیل ایجادبرندها، گروه‌های فعال صادراتی و از جمله برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی است.

۱۱- شناساندن توانمندی و پیشرفت‌های فنی تولیدکنندگان محترم ایرانی به شرکت‌کنندگان خارجی و بازدیدکنندگان

۱۲- ارتباط مستقیم بین شرکت‌کنندگان و مصرف‌کنندگان نهایی

وی سپس یکی عوامل مهم و مؤثر در امر رشد و گسترش صنعت نساجی یزد را توسعه بازار تولیدات نساجی دانست و ادامه داد: توسعه بازار نیاز به برنامه‌ریزی‌های جدی و اساسی از قبیل ایجاد برندها و بنگاه‌های حقیقی و حقوقی فروش، هیأت‌های با تجربه و دوراندیش تجاری، گروه‌های فعال صادراتی و از جمله برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی می‌باشد.

دکتر میرجلیلی تصریح کرد: برگزارکنندگان نمایشگاه با هدف ایجاد شرایط مناسب تر برای فعالیت شرکت‌های حاضر در نمایشگاه و همچنین استفاده بهتر بازدیدکنندگان گرامی و افزایش میزان رضایتمندی همه دست‌اندرکاران صنعت نساجی از این نمایشگاه که در قطب صنعت نساجی کشور برگزار شد ضمن توجه خاص به قابلیت‌های این نمایشگاه در سال‌های گذشته مشکلات سال‌های گذشته را رفع کرده بودند به گونه‌ای که امتیازات زیر در نمایشگاه فوق از جمله نکات بارز محسوب می‌شد:

۱- گسترش سطح تبلیغات برای معرفی پنجمین نمایشگاه نساجی استان با استفاده از ۸ مجله تخصصی نساجی کشور

۲- معرفی نمایشگاه نساجی استان یزد در سایت‌های مختلف مرتبط با صنعت نساجی و سایر سایت‌های اطلاع‌رسانی اقتصادی

۳- ارسال آگهی برگزاری نمایشگاه سال ۹۰ استان یزد به بیش از ۱۷۸۰ شرکت در سراسر کشور

۴- ارسال آگهی برگزاری نمایشگاه برای شرکت‌های خارجی با هدف توسعه حضور این شرکت‌ها در نمایشگاه سال ۹۰

۵- حضور فعال در نمایشگاه‌های نساجی استان تهران، اصفهان و مشهد با انگیزه معرفی نمایشگاه یزد جهت

تغییرات فیزیکی ایجاد شده در نمایشگاه نساجی فوق فراهم شدن سیستم روشنایی مناسب، تهویه مناسب، خدمات رسانی گسترده، تهیه نیازمندی‌های جنبی فضاهای نمایشگاهی، سالن کنفرانس و برگزاری جلسات مستقل، خدمات رسانی کامل، منظم و برنامه‌ریزی شده، انتظامات دقیق و امکانات غرفه‌آرایی، پارکینگ بندی و موکت کاملاً نو و بر اساس شرایط ایده‌آل بوده است.

وی افزود: در کشور، نمایشگاه باید بتواند کالا و دستاوردهای تولیدی راه، به سمت و سویی جهت دهد که ضمن به نمایش گذاشتن، زمینه صادرات آن نیز فراهم و در کنار آن، به جذب بازدیدکنندگان موثر در داخل و خارج از کشور بپردازد.

دکتر میرجلیلی ضمن اشاره به این مطلب که افزایش صادرات غیر نفتی اگر از این منظر نگریسته شود، ضمن ارز آوری مناسب موجب رشد تولید، کسب فن آوری پیشرفته، رفع دوگانگی اقتصادی، رهایی از حالت تک تولیدی و ... خواهد شد؛ گفت: افزایش صادرات غیر نفتی به صورت راهبردی و در قالب سیاست تشویقی در رشد و توسعه اقتصادی کشور باید با برنامه‌ریزی مناسب و عملی در رأس امور مربوطه قرار گیرد که این خود مستلزم شناخت دقیق توانایی‌های بالقوه اقتصاد کشور، وضعیت اقتصاد جهانی و ارائه راه‌کارهایی مناسب و عزم ملی و هماهنگی مسئولان است.

وی اهداف برگزاری نمایشگاه یزد را در موارد زیر عنوان کرد:

- ۱- آشنا شدن مردم کشورمان با آخرین دستاوردهای صنعت نساجی ایران و جهان
- ۲- مقایسه صنعت نساجی کشورمان با آخرین دستاوردهای کشورهای جهان
- ۳- تبادل اطلاعات جهت برقراری مراودات تجاری و همکاری‌های متقابل شرکتهای داخلی و خارجی
- ۴- بیان دردها، مشکلات و تنگناهای صنعت نساجی کشور در حضور دولتمردان
- ۵- شناساندن و معرفی محصولات جدید
- ۶- شناسایی و انتخاب نمایندگان فروش جدید
- ۷- فروش بیشتر و افزایش سهم بازار
- ۸- ارتباط مستقیم بین خریدار بالقوه و فروشنده
- ۹- گسترش روابط و مناسب تجاری با شرکت‌کنندگان خارجی
- ۱۰- اطلاع از آخرین دستاوردهای تولیدی و خدماتی کشورهای خارجی

بازدیدکنندگان می‌باشد.

وی در خصوص تبلیغات برای نمایشگاه یزد گفت: خوانندگان را به نیم‌نگاهی در مجلات تخصصی همچون "نساجی امروز"، "صنعت نساجی و پوشاک"، "بازار صنعت"، "موگه"، "کوک"، "اخبار صنعت چرم و کفش" و "برند" و همچنین گشتی در سایت‌های اطلاع‌رسانی از آذر ماه سال ۱۳۸۸ الی اردیبهشت ۱۳۸۹ دعوت می‌کنیم.

وی به تعداد شرکت‌کنندگان در ششمین نمایشگاه یزد نیز اشاره کرد و گفت: در این نمایشگاه تعداد ۷۳ شرکت از سراسر کشور و نماینده بعضی از شرکت‌های خارجی حضور داشتند، گفتنی است تنوع محصولات و تجهیزات ارائه شده در این نمایشگاه نسبت به نمایشگاه سال قبل رشد زیادی داشت.

به گفته دکتر میرجلیلی در خصوص تاریخ و زمان نمایشگاه یزد، نظر به شرایط آب و هوایی استان و همچنین برگزاری سایر نمایشگاه‌های نساجی در کشور و جهان بهترین تاریخ بوده و خود حاصل تجربه چند ساله و نظر شرکت‌کننده‌ها است و امکان تغییر آن وجود ندارد و در سال‌های گذشته هیچگونه اعتراضی در این خصوص وجود نداشته است. طرح این موضوع که ایام فاطمیه و تعطیلی روز آخر نمایشگاه بر میزان بازدیدکننده تأثیر منفی داشته؛ چندان واقعی نیست، چرا که حضور اکثر کارخانه‌داران یزدی و صنعتگران نساجی این استان و همچنین دانشجویان نساجی استان یزد در روزهای ۹۰/۲/۱۶ و ۹۰/۲/۱۷ در نمایشگاه مشهود بود. قابل ذکر است تعطیلی فوق خود باعث مسافرت تعداد زیادی بازدیدکننده از شهرهای اطراف به یزد شده بود.

به گفته مدیرعامل شرکت مهندسی تحقیقاتی سیمای نساج یزد در رابطه با حضور شرکت‌های خارجی در نمایشگاه یزد، با توجه به برگزاری نمایشگاه نساجی در تهران تمایل شرکت‌های خارجی برای حضور در نمایشگاه‌های استان‌ها نسبتاً آندک می‌باشد، ولی ما نظر به تبلیغات گسترده انجام شده و مطرح بودن یزد به عنوان قطب صنعت نساجی کشور شاهد حضور فعال و گسترده نمایندگی‌های شرکت‌های نساجی خارجی در این نمایشگاه بودیم که خوشبختانه طبق بررسی انجام شده این شرکت‌ها موفق به فروش و بازاربایی موثری در یزد شده که خود نشان از موفقیت نمایشگاه می‌باشد.

وی در بخش دیگر سخنان خود بیان داشت: از جمله



افزایش حضور شرکت ها و اطلاع رسانی جهت افزایش آمار بازدیدکنندگان

۶- استفاده از سیاست اطلاع رسانی از طریق روزنامه‌ها برای معرفی نمایشگاه نساجی استان یزد

۷- استفاده از امتیاز حمایت ارگان ها و مراکز مختلف صنعتی و دولتی در راستای معرفی و برگزاری بهتر نمایشگاه سال ۱۳۹۰

۹- حضور گسترده و بی نظیر بازدیدکنندگان از نقاط مختلف کشور

۱۰- برگزاری سه کارگاه آموزشی با عناوین "کارگاه آموزشی کارآفرینی در صنایع نساجی"، "کارگاه بازاریابی در صنایع نساجی" و "کارگاه روش های نوین فروش و رضایتمندی مشتری"

۱۱- برگزاری مراسم افتتاحیه و نشست های جنبی متعدد

وی در تکمیل سخنان خود به فعالیت های گروه

نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در مجله صنعت نساجی و پوشاک، شماره ۲۰۹ (بهمن ۱۳۸۹).

۵- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری و اطلاع رسانی کهن، شماره ۵ (بهمن ۱۳۸۹).

۶- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در مجله بازار صنعت نساجی و پوشاک، سال دوم- شماره ۱۰ (اسفند ۱۳۸۹).

۷- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در ماهنامه اخبار صنعت چرم و کفش، شماره ۵۹ (اسفند ۱۳۸۹).

۸- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین

نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری و اطلاع رسانی کهن، شماره ۶ (فروردین ۱۳۹۰).

۱۳- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در مجله تخصصی صنعت پوشاک، نساجی و صنایع مرتبط (موگه)، شماره ۱۶ (فروردین- ۱۳۹۰).

۱۴- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در مجله بازار صنعت نساجی و پوشاک، سال دوم - شماره ۱۱ (اردیبهشت ۱۳۹۰).

۱۵- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در ماهنامه علمی، پژوهشی، صنعتی نساجی امروز، شماره ۱۰۶ (اردیبهشت- ۱۳۹۰).

۱۶- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین



برگزاری نمایشگاه از مرداد ماه سال ۱۳۸۹ تا روز آخر نمایشگاه اشاره کرد که به شرح زیر است:

الف - مجلات تخصصی نساجی:

۱- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در مجله تخصصی صنعت پوشاک، نساجی و صنایع مرتبط (موگه) شماره ۱۴ (دی- ۱۳۸۹).

۲- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در ماهنامه علمی، پژوهشی، صنعتی نساجی امروز، شماره ۱۰۴ (بهمن ۱۳۸۹).

۳- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در مجله تخصصی صنعت پوشاک، نساجی و صنایع مرتبط (موگه) شماره ۱۵ (بهمن- ۱۳۸۹).

۴- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین

نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در فصل نامه علمی، پژوهشی و تخصصی نساجی موفق، شماره ۸ (زمستان ۱۳۸۹).

۹- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در مجله صنعت نساجی و پوشاک، شماره ۲۱۰ (اسفند/ فروردین ۱۳۹۰-۱۳۸۹).

۱۰- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در ماهنامه علمی، پژوهشی، صنعتی نساجی امروز، شماره ۱۰۵ (اسفند/فروردین ۱۳۹۰-۱۳۸۹).

۱۱- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در ماهنامه اخبار صنعت چرم و کفش، شماره ۶۰ (فروردین ۱۳۹۰).

۱۲- چاپ خبر تمام صفحه رنگی برگزاری ششمین

نمایشگاه بین المللی تخصصی نساجی استان یزد در فصلنامه علمی، پژوهشی و تخصصی نساجی موفق، شماره ۹ (بهار ۱۳۹۰).

ب - خبر روزنامه و نشریات:

۱- چاپ خبر برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی ماشین آلات و محصولات نساجی، چرم، پوشاک و فرش استان یزد در روزنامه آفتاب یزد مورخ ۳ اسفند ۱۳۸۹.

۲- چاپ خبر برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی ماشین آلات و محصولات نساجی، چرم، پوشاک و فرش استان یزد در روزنامه بشارت نو مورخ ۵ اسفند ۱۳۸۹.

۳- چاپ خبر برگزاری ششمین نمایشگاه بین المللی تخصصی ماشین آلات و محصولات نساجی، چرم، پوشاک و فرش استان یزد با عنوان "نگاهی به صنعت نساجی استان یزد" در روزنامه آفتاب یزد مورخ ۸



اسفند ۱۳۸۹.

۴- چاپ خبر برگزاری ششمین نمایشگاه بین‌المللی تخصصی ماشین‌آلات و محصولات نساجی، چرم، پوشاک و فرش استان یزد با عنوان "رشد صنعت نمایشگاهی منجر به ارتقاء کیفیت می‌گردد" در روزنامه آفتاب یزد مورخ ۲۰ فروردین ۱۳۹۰.

۵- چاپ پوستر رنگی و خبر برگزاری ششمین نمایشگاه بین‌المللی تخصصی ماشین‌آلات و محصولات نساجی، چرم، پوشاک و فرش استان یزد در روزنامه بشارت نو مورخ ۱۰ اردیبهشت ۱۳۹۰.

پ - سایت های اینترنتی

- ۱- سایت خوشه صنعتی نساجی یزد
www.textilecluster.ir
- ۲- سایت اطلاع رسانی دانشکده طراحی پارچه و لباس دانشگاه آزاد اسلامی

به صنعت نساجی استان یزد" مورخ ۱۳۸۹/۱۲/۶
<http://yazd.farda.com>

۱۱- سایت خبرگزاری یزد فردا مورخ ۱۳۹۰/۱۲/۲۴
<http://yazd.farda.com>

ت - حضور در نمایشگاه ها و همایش ها:

۱- اطلاع رسانی نمایشگاه با حضور در شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین‌های گلدوزی و محصولات نساجی تهران (۳۰-۲۷ مهر ۱۳۸۹).

۳- اطلاع رسانی نمایشگاه با حضور در دومین نمایشگاه تخصصی فرش ماشینی، موکت و کفپوش اصفهان (۲۹-۲۵ بهمن ۱۳۸۹).

۴- اطلاع رسانی نمایشگاه با حضور در سومین همایش ملی مهندسی نساجی و پوشاک دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد (۲-۱ اردیبهشت ۱۳۹۰)

ث - سایر فعالیت های اطلاع رسانی:

مشارکت فکری برای اطلاع رسانی، برنامه ریزی و برپایی هرچه بهتر ششمین دوره نمایشگاه نساجی یزد.

۷- نصب اطلاعیه تبلیغاتی برگزاری نمایشگاه در اماکن عمومی و صنعتی استان یزد.

۸- بهره‌گیری از برنامه‌های تلویزیونی جهت اعلام زمان برگزاری نمایشگاه یزد.

مدیرعامل شرکت مهندسی تحقیقاتی سیما نساج یزد، ابراز امیدواری کرد تا این نمایشگاه فرصتی باشد تا مسئولین محترم کشور از نزدیک آخرین دستاوردهای صنایع نساجی کشور را مورد عنایت قرار داده و همزمان با معضلات و تنگناهای این صنعت بومی، کهن، اشتغال‌زا و ارز آور آشنا شده و ما را در حل مشکلات آن یاری نماید.

وی ادامه داد: واقعیت امر این است که استان یزد



با توجه به سابقه درخشانش در عرصه صنعت نساجی از قرن‌ها پیش تا به حال و با عنایت به ویژگی سخت‌کوشی صنعتگران یزدی و امکانات موجود در استان اگر حمایت‌ها و رسیدگی‌های لازم صورت گیرد و عالمانه و مدبرانه برنامه ریزی شود ظرفیت‌های لازم برای رشد و توسعه‌های گسترده را دارا می‌باشد بنابراین این انتظار می‌رود برپایی این نمایشگاه در شهر صنعتی یزد با قدمت دیرینه در صنعت نساجی کشور با حضور فعالان و واحدهای موفق نساجی، بتواند دستیابی به اهداف مورد نظر را میسر می‌سازد.

وی در پایان از تمامی کسانی که با حضور پرثمر خود در این نمایشگاه یک بار دیگر همت صنعتگر، تولیدکننده، هنرمند، محقق و تاجر ایرانی را به نمایش گذاشتند؛ تشکر و قدردانی به عمل آورد.

۱- ارسال فرم اطلاع رسانی نمایشگاه از طریق فاکس و ایمیل به شرکت‌ها و کارخانجات نساجی و صنایع مربوطه داخل و خارج کشور

۲- چاپ و ارسال ۶۴۰۰ کارت دعوت ویژه نمایشگاه به منظور اطلاع رسانی

۳- چاپ و ارسال ۱۱۰۰ عدد پوستر نمایشگاه نساجی به سراسر کشور به ویژه استان یزد.

۴- اختصاص ۱۲ عدد بیل‌بورد تبلیغاتی جهت معرفی نمایشگاه در استان یزد.

۵- ارسال ۲ نوبت پیامک پیرامون برپایی پنجمین نمایشگاه نساجی یزد برای دعوت از متخصصین صنعت نساجی، چرم و پوشاک کشور توسط جامعه متخصصین نساجی ایران.

۶- شرکت در جلسات مختلف ادارات و سازمان‌های دولتی استان همچون خانه صنعت و معدن، مراکز دانشگاهی و... به منظور کسب

www.ifcdg.com

۳- سایت مجله نساجی موفق
www.nasaj-movafagh.com

۴- سایت پارک علم و فناوری یزد
<http://fanbazar.ystp.ac.ir>

۵- سایت مجله صنعت کهن
www.kohanjournal.com

۶- سایت ماهنامه علمی، پژوهشی، صنعتی نساجی امروز
<http://www.itsa.ir>

۷- سایت خبرگزاری ایسنا یزد مورخ ۱۳۸۹/۱۲/۳۰
<http://yazd.isna.ir>

۸- سایت خبرگزاری یزد فردا مورخ ۱۳۸۹/۱۱/۳۰
<http://yazd.farda.com>

۹- سایت خبرگزاری یزد فردا مورخ ۱۳۸۹/۱۲/۶
<http://yazd.farda.com>

۱۰- سایت خبرگزاری یزد فردا با موضوع "نگاهی