

اشاره:

هفتمین نمایشگاه بین المللی تخصصی ماشین آلات و محصولات نساجی، چرم و پوشاک استان با هدف آشنایی تولیدکنندگان با آخرین دستاوردهای صنعتی، ارتباط مستقیم تولیدکننده و مصرف کننده و همچنین بررسی مشکلات صنعت نساجی به مدت سه روز در محل دائمی نمایشگاه های استان یزد برگزار شد.

در این نمایشگاه به گفته مجری برگزاری؛ ۶۰ شرکت به عنوان غرفه گذار حضور داشتند که نسبت به سال گذشته ۱۵ درصد کاهش داشت. این نمایشگاه که همزمان با کنفرانس ملی مهندسی نساجی در استان یزد برگزار شده بود؛ می توانست فرصت بسیار خوبی را برای صنعت و دانشگاه فراهم آورد تا ضمن تبادل اطلاعات و اعلام نیازهای همدیگر، به شعار "ارتباط صنعت و دانشگاه" رنگ و بویی واقعی بخشند. نمایشگاه نساجی یزد در این دوره با انتقادات و البته قدردانی های مخاطبین همراه بود. مهمترین انتقادات غرفه داران، کمبود اطلاع رسانی و تبلیغات مربوط به



گزارش

کمبود اطلاع رسانی، بسیاری از شرکت کنندگان اعتقاد داشتند ( در واقع پیشنهاد دادند) که نمایشگاه های نساجی در ایران یا به صورت دوسالانه برگزار گردد و یا هر سال در یکی از شهرهای نساجی خیز کشور برپا شود... پیشنهادی که قابل تأمل و بررسی بیشتر از سوی صنعتگران و دست اندرکاران امر است...

برگزاری این نمایشگاه و به تبع کاهش میزان بازدیدکننده و غرفه گذار بود که منجر شد شاهد برپایی نمایشگاه بسیار خلوت و آرامی! باشیم همچنان که از نظر تان خواهد گذشت این انتقاد را با مجری برگزاری نمایشگاه در میان گذاشتیم و وی نیز در گفت و گویی مفصل به بیان تمام چالش ها، مشکلات و انتشار تبلیغات در رسانه های تخصصی و عمومی کشور پرداخت. در کنار

## پیشنهاد صنعتگران نساجی برای برپایی نمایشگاه های موفق و پربار:

# نمایشگاه های دوسالانه نساجی

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

از نمایشگاه راضی هستیم. "شرکت تک سنسور" به مدیریت حسین فاتحی؛ تولیدکننده سنسور کنترل نخ جهت ماشین آلات دستگاه های ریسندگی و بافندگی است. وی مهمترین مشکل صنعت نساجی در حال حاضر را تحریم های اقتصادی و به تبع آن مشکلات بسیار در زمینه تهیه و تأمین

بخواهند دستگاه مورد نظر را از خارج کشور وارد کنند؛ چندین ماه به طول می انجامد این در حالی است که تولید ما ظرف مدت یک ماه آماده عرضه می باشد. وی با اعلام رضایت از نمایشگاه نساجی یزد گفت: خوشبختانه به هدف خود از حضور در نمایشگاه یعنی معرفی محصولات شرکت و جذب مشتریان جدید دست پیدا کردیم و به همین دلیل

"واحد تولیدی گل نرگس" به طراحی و ساخت ماشین آلات بریدینگ، تولید انواع طناب های برید (از یک تا صد میلی متر) و محصولات برید می پردازد. محمدتقی نجاتی - مدیرعامل - افزود: در حال حاضر توان تولید بزرگترین نمونه های طناب کشتی را هم داریم و کمتر شرکتی در ایران دارای چنین توانمندی و تخصصی است؛ حتی خریداران اگر



**مدیر عامل شرکت تک سنسور: در شرایطی که شعار حمایت از تولید ملی عنوان می شود متأسفانه شاهد این مطلب هستیم که فردی اقدام به واردات یک قطعه چینی می نماید و با پاک کردن لیبل نام و عنوان اصلی، عبارت "ساخت ایران" را به محصول می چسباند! و وانمود می کند این محصول، تولید داخل است.**



غافل از این که اغلب واردکنندگان محصولات نساجی برای کسب سود بیشتر به دنبال واردات محصولات بنجل و بی کیفیت هستند که پس از دو بار استفاده باید آن را دور انداخت! متأسفانه مردم این ضرب المثل رایج را در نظر نمی گیرند "هنوز آنقدر ثروتمند نشده‌ایم که محصول چینی بخریم!"

به گفته اشرف، مردم "درحال حاضر" زندگی می کنند و کمتر به آینده نگری و برنامه ریزی برای آینده توجه نشان می دهند به همین دلیل اغلب به دنبال محصولات ارزان قیمت هستند تا "امروز" را طی کنند این تفکر در کارخانه های تولیدی ما هم کم و بیش وجود دارد و آنها هم "به روز" تولید می نمایند.

مدیرعامل آرون سیمیا در مورد اجرای طرح هدفمندسازی یارانه ها نیز عنوان داشت: این طرح ابتدا قرار بود به صورت هدفمند اجرا شود اما متأسفانه از هدف خود خارج شد و در برخی موارد به تن پروری مردم منجر شد به این ترتیب که ترجیح دادند یک ماه با مبلغ واریزی سازمان هدفمندی یارانه ها سر کنند تا ماه بعد و آینده!

وی پیرامون نمایشگاه گفت: از نخستین دوره برگزاری نمایشگاه تا سه سال قبل در نمایشگاه نساجی یزد حضور داشتیم اما به دلیل مأموریت های اداری و مشغله فراوان نتوانستیم ۳ سال در نمایشگاه حاضر شویم امسال برنامه های خود را به نحوی تنظیم کردیم تا در این دوره حضور داشته باشیم. به اعتقاد من نوع برنامه ریزی

داخل است. تولیدکنندگان داخلی به هیچ عنوان مخالف رقیب خارجی نیستند زیرا در صورت رقابت است که کیفیت محصولات داخلی افزایش پیدا می کند اما واقعیت این است که یک تولید محصول نامرغوب چینی وارد می کند و با نام تولید ایران به فروش می رساند و نکته جالب تر این که تیزر تلویزیونی این محصول تحت عنوان تولید داخلی از رسانه های کشور پخش می شود!

**"شرکت آرون سیمیا"** به ارائه خدمات مهندسی نساجی در خصوص طراحی و اجرای پروژه های نساجی اعم از ریسندگی، بافندگی، رنگرزی، چاپ و تکمیل می پردازد و تحت مدیریت حسن اشرف اداره می شود.

این فعال نساجی، کمبود نقدینگی را یکی از بزرگترین مشکلات تولیدکنندگان صنایع نساجی کشور دانست و افزود: امروزه بیش از دو سوم مصرف بازار داخلی از طریق واردات غیرقانونی و قاچاق رفع می شود و صرفاً یک سوم مصرف خریداران به تولیدات داخلی اختصاص دارد به عبارت بهتر نسبت واردات قاچاق به واردات رسمی از طریق گمرکات؛ ده برابر است. همان طور هم که می دانید ... واردت قاچاق به دلیل عدم پرداخت هزینه های مربوط به گمرک و مالیات برای واردکننده ارزان تمام می شود و با همان قیمت ارزان در اختیار مصرف کننده قرار می گیرد. مصرف کننده نیز با توجه به شرایط اقتصادی، ترجیح می دهد کالای ارزان تهیه نماید

ماشین آلات و قطعات یدکی دانست و گفت: به دلیل عدم کشش بازار، نتوانستیم قیمت تمام شده محصولات خود را افزایش دهیم و مجبور شدیم با حداقل سود به تولید ادامه دهیم از سوی دیگر حتی المقدور نیروهای متخصص را حفظ کردیم و با نیروی انسانی کمتر اما کارایی بیشتر در صنعت نساجی حضور داریم.

فاتحی در بخش دیگر سخنان خود اعتقاد داشت: متأسفانه هر سال نسبت به سال گذشته کیفیت برگزاری نمایشگاه، تعداد بازدیدکنندگان و غرفه داران افت پیدا می کند؛ نمی دانم علت این امر تبلیغات و اطلاع رسانی اندک است به نحوی که حتی بسیاری از صنعتگران یزدی هم اطلاعی از برگزاری نمایشگاه نداشتند یا زمان و تاریخ نامناسب و یا بی تفاوتی و عدم انگیزه صنعتگران نساجی نسبت به برگزاری نمایشگاه.

وی افزود: در صورتی که سال آینده شرایط برگزاری نمایشگاه به همین منوال باشد؛ در دوره های بعد در نمایشگاه حاضر نخواهیم شد زیرا هدف اصلی ما از حضور در نمایشگاه و تقبل هزینه این است که به خریداران محصولات خود عنوان نمائیم که هنوز در میدان تولید هستیم.

فاتحی تصریح کرد: در شرایطی که شعار حمایت از تولید ملی عنوان می شود متأسفانه شاهد این مطلب هستیم که فردی اقدام به واردات یک قطعه چینی می نماید و با پاک کردن لیبل نام و عنوان اصلی، عبارت "ساخت ایران" را به محصول می چسباند! و وانمود می کند این محصول، تولید





**مدیرعامل شرکت آرون سیمیا: فکر می کنم برگزاری سالیانه نمایشگاه نساجی در کشور، اقدام عبثی است و بهتر است نمایشگاه نساجی یا به صورت دوسالانه برگزار شود و یا هر سال در یکی از شهرهای نساجی خیز ایران مانند اصفهان، یزد، تهران، تبریز و... برگزار گردد.**



، مکان برگزاری نمایشگاه و نظم موجود در سالن، وضعیت بهتر از سال‌های گذشته بود اگرچه نقایصی هم وجود داشت اما در مجموع نمایشگاه با شکل و شمایل بهتری برگزار شد.

وی مشکل اصلی نمایشگاه این دوره را ضعف اطلاع رسانی دانست و گفت: فکر می کنم برگزاری سالیانه نمایشگاه نساجی در کشور، اقدام عبثی است و بهتر است نمایشگاه نساجی یا به صورت دوسالانه برگزار شود و یا هر سال در یکی از شهرهای نساجی خیز ایران مانند اصفهان، یزد، تهران، تبریز و... برگزار گردد تا هم موجب افزایش تعداد غرفه داران شود و انگیزه آنها را جهت حضور در نمایشگاه تقویت نماید و هم این طرز تفکر از بین رود که نمایشگاه محلی برای کسب درآمد و سود بیشتر است و برگزارکننده نمایشگاه‌ها صرفاً با اهداف کسب سود و منافع مالی اقدام به برگزاری نمایشگاه می نماید.

**"شرکت فنی مهندسی یزد تراز سیستم"** در زمینه فروش و تعمیر انواع ترازو، باسکول، صندوق فروشگاهی پول شمار فعال است و اگرچه به صورت مستقیم در تولید نساجی نقشی ندارد اما به عنوان یکی از شرکت کنندگان نمایشگاه نساجی یزد محسوب می شد. محسن فخری - مدیرعامل - با بیان این مطلب که از برگزاری نمایشگاه این دوره رضایت داشتیم، افزود: برپایی نمایشگاه در هر زمان شرایط خاص خود را دارد.

**"شرکت نگار سپاهان"** تحت مدیریت مهندس علی صولتی در زمینه بارکد، لیبیل، توزین و انبار خطوط نساجی فعال است. وی نمایشگاه نساجی یزد را از نظر تعداد بازدیدکنندگان و غرفه

داران چندان قابل توجه ارزیابی نکرد و ادامه داد: در صورتی که ابتدای امر باید مقدمات برگزاری نمایشگاه توسط مجریان برگزارکننده مشخص شود؛ از صنعتگران توانمند و شرکت های بزرگ جهت حضور در نمایشگاه دعوت به عمل آید و فضا سازی های خوبی برای این رویداد ایجاد گردد متأسفانه در نمایشگاه نساجی یزد چنین امری کمتر مورد توجه قرار گرفته بود و بازدیدکننده زیادی در نمایشگاه حضور نداشت ضمن این که تبلیغات و اطلاع رسانی در سطح شهر یزد اندک بود و کمتر صنعتگری از برگزاری نمایشگاه اطلاع داشت.

**"شرکت بازرگانی پورعلی"** به مدیریت رحمت پورعلی، حدود ۱۰ سال است که در زمینه تولید قطعات و تسمه دستگاه های ریسندگی و همچنین واردات ماشین آلات نساجی از کشور ترکیه مشغول فعالیت است. رینگ و اوپن اند و پورعلی، نیز مانند اغلب صنعتگران، وجود تحریم را یکی از مشکلات تولیدکنندگان نساجی در زمینه واردات مواد اولیه و ماشین آلات عنوان کرد.

وی با ذکر این مطلب که سطح برگزاری نمایشگاه متوسط بود؛ اذعان داشت: شخصاً خبر برگزاری نمایشگاه نساجی یزد را به بسیاری از کارخانه ها و واحدهای تولیدی منعکس نمودم و جای تأسف است که بسیاری از صنعتگران یزدی نیز از وجود آن اطلاعی نداشتند!

**"شرکت فن آور نساج ایساتیس"** یکی از شرکت های زیرمجموعه مرکز رشد فناوری نساجی یزد است که در زمینه ساخت تجهیزات آموزشی و کمک آموزشی نساجی، تولید انواع نرم

افزارهای آموزشی و کمک آموزشی فعالیت دارد. مهندس پوریا کرمانشاهی - عضو هیأت مدیره - با بیان این مطلب که تمام صنعتگران به خوبی مشکلات صنایع نساجی را می دانند به نقاط قوت این صنعت در ایران مانند متخصصین و اساتید توانمند دانشگاه ها اشاره کرد.

مهندس کرمانشاهی وضعیت برگزاری این دوره نمایشگاه نساجی یزد را نسبت به سال گذشته بهتر توصیف کرد و افزود: البته نسبت به اولین دوره، افت محسوسی پیدا کرده است ضمن این که بسیاری از شرکت ها ترجیح می دهند در نمایشگاه نساجی تهران که امکانات و پتانسیل به مراتب بیشتری نسبت به نمایشگاه های سایر شهرها دارند؛ حضور یابند.

وی، همزمانی نمایشگاه نساجی یزد با برگزاری کنفرانس ملی مهندسی نساجی در همین شهر را یکی از عوامل موثر در افزایش تعداد بازدیدکنندگان از نمایشگاه دانست و در مجموع از حضور در نمایشگاه مذکور رضایت کامل داشت. پس از مصاحبه با تعدادی از غرفه داران تصمیم گرفتیم جهت تکمیل گزارش با دکتر محمد میرجلیلی - مدیرعامل شرکت مهندسی تحقیقاتی سیما نساج یزد و مجری برگزاری نمایشگاه نساجی یزد نیز گفت و گویی انجام دهیم و انتقادات شرکت کنندگان هفتمین دوره نمایشگاه را با وی در میان بگذاریم.

وی هدف از برگزاری نمایشگاه نساجی را در موارد زیر دانست:

\* آشنا شدن مردم کشورمان با آخرین دستاوردهای صنعت نساجی ایران و جهان





**مدیر عامل شرکت بازرگانی پورعلی: شخصاً  
خبر برگزاری نمایشگاه نساجی یزد را به  
بسیاری از کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی  
منعکس نمودم و جای تأسف است که  
بسیاری از صنعتگران یزدی نیز از وجود آن  
اطلاعی نداشتند!**



هشتمین کنفرانس ملی نساجی ایران با سخنرانی مدیر نمایشگاه که به صورت همزمان در دانشگاه یزد برگزار شد.  
۹- همزمانی با برگزاری هشتمین کنفرانس ملی نساجی ایران در استان یزد  
مجری برگزاری نمایشگاه نساجی یزد اذعان داشت: اگر عامل اقتصاد جهانی را لحاظ نکنیم عوامل داخلی متعددی این رکود را باعث شده اند که به بعضی از آنها (بدون توجه به اولویت بندی) پرداخته می شود:

۱- فرهنگ تولید کالای مرغوب در بین نساجان ما کم رنگ شده و متقابلاً مردم ما هم علیرغم این که بیشتر تمایل به مصرف کالای خارجی دارند؛ اما فاقد فرهنگ مصرف کالای مرغوب می باشند. زمانی که معیار مردم برای خرید کالاها می مورد مصرفشان ارزان بودن آن باشد و توجهی به کیفیت کالا نداشته باشند، شرایط به گونه‌ای فراهم می‌شود که تولید کنندگان ما هم کمتر به کیفیت کالا توجه داشته باشند. به عبارتی دیگر این فرهنگ مصرف کننده است که میزان توجه به کیفیت کالا را برای تولید کننده مشخص می‌کند. وجود منسوجات چینی در بازار ما مشکل به حساب نمی‌آید، بلکه عدم توجه مصرف کننده ایرانی به کیفیت کالا مشکل اساسی می‌باشد. در این زمینه حضور کاملاً کم رنگ استاندارد در صنعت به خصوص در صنعت نساجی احساس می‌شود.  
۲- بدترین شرایط برای یک نظام تولیدی، زمانی است که دولت برای مقابله با افزایش قیمت کالای داخلی از ابزار واردات استفاده کند. تولیدکننده داخلی زمانی از ورود کالای خارجی

بهرتر بازدیدکنندگان و افزایش میزان رضایت‌مندی دست اندرکاران 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 اطلاع رسانی اقتصادی  
۳- ارسال آگهی برگزاری نمایشگاه سال ۱۳۹۱ استان یزد به بیش از ۲۳۱۰ شرکت در سراسر کشور  
۴- ارسال آگهی برگزاری نمایشگاه برای شرکت‌های خارجی با هدف توسعه حضور این شرکت‌ها در نمایشگاه سال جاری  
۵- حضور فعال در نمایشگاه‌های نساجی استان تهران، اصفهان و مشهد با انگیزه معرفی نمایشگاه یزد جهت افزایش حضور شرکت‌ها و اطلاع رسانی جهت افزایش آمار بازدیدکنندگان  
۶- حضور گسترده و بی‌نظیر بازدیدکنندگان از نقاط مختلف کشور  
۷- برگزاری ۳ کارگاه آموزشی با عناوین "آشنایی با مفاهیم بازاریابی و فروش"، "کاربرد نانو تکنولوژی در نساجی"، "استراتژی‌های بازاریابی و تحلیل سخن دوره عمر سازمان‌ها"  
۸- معرفی نمایشگاه نساجی یزد در مراسم افتتاحیه

\* مقایسه صنعت نساجی کشورمان با آخرین دست آوردهای صنعت نساجی جهان  
\* تبادل اطلاعات جهت برقراری مراودات تجاری و همکاری‌های متقابل شرکتهای 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  
\* فروش بیشتر و افزایش سهم بازار  
\* ارتباط مستقیم بین خریدار بالقوه و فروشنده  
\* گسترش روابط و مناسب تجاری با شرکت کنندگان خارجی  
\* اطلاع از آخرین دستاوردهای تولیدی و خدماتی کشورهای خارجی  
\* شناساندن توانمندی و پیشرفت‌های فنی تولیدکنندگان ایرانی به شرکت کنندگان خارجی و بازدیدکنندگان  
\* ارتباط مستقیم بین شرکت کنندگان و مصرف کنندگان نهایی  
وی یکی از عوامل مؤثر در رشد و گسترش صنعت نساجی یزد را توسعه بازار تولیدات نساجی دانست و افزود: توسعه بازار، نیازمند برنامه‌ریزی‌های جدی و اساسی از قبیل ایجاد برندها و بنگاه‌های حقیقی و حقوقی فروش، هیأت‌های با تجربه و دوراندیش تجاری، تیم‌های فعال صادراتی و از جمله برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی می‌باشد.

به گفته دکتر میرجلیلی، برگزارکنندگان نمایشگاه با هدف ایجاد شرایط مناسب‌تر برای فعالیت شرکت‌های حاضر در نمایشگاه و همچنین استفاده





**عضو هیات مدیره شرکت فن‌آور نساج**  
**ایسائسی نسبت به اولین دوره ، افت**  
**محسوسی پیدا کرده است ضمن این که**  
**بسیاری از شرکت ها ترجیح می دهند**  
**در نمایشگاه نساجی تهران که امکانات**  
**و پتانسیل به مراتب بیشتری نسبت به**  
**نمایشگاه‌های سایر شهرها دارند؛ حضور**  
**یابند.**



به کشور نگران است و هراس دارد که از نظر کیفیت و قیمت تمام شده نتواند با آن رقابت کند و این موضوعی است که از جمله نقاط ضعف بزرگ تولید ما به حساب می‌آید و متأسفانه در صنعت نساجی هم با آن به‌طور جدی مواجه هستیم.

۳- صدور مجوزهای بی‌رویه و حتی اجباری به منظور ایجاد اشتغال و عدم نظارت درست برای تولید توسط نهادهای مربوطه باعث شده است که نظام تولید به‌خصوص در بخش نساجی آن هم در استان یزد با چالش‌های فراوانی روبرو و همین موضوع باعث می‌شود که امنیت شغلی برای تولیدکننده کمرنگ گردد و زمانی که امنیت شغلی کمرنگ شد، برنامه‌ریزی حساب شده برای تولید از نظر کمی و کیفی کار دشواری خواهد بود.

وی تعداد شرکت‌های حاضر در هفتمین نمایشگاه یزد را ۶۰ شرکت دانست که نسبت به سال گذشته ۱۵ درصد کاهش داشته است سپس افزود: باید عنوان داشت تعداد ۱۰ شرکت با وجود تهیه غرفه به دلیل عدم ترخیص ماشین آلات آنها از گمرک ایران موفق به حضور در نمایشگاه نشدند. به اعتقاد دکتر میرجلیلی در خصوص تعداد بازدیدکنندگان؛ به دلیل تبلیغات گسترده از هفتمین نمایشگاه نساجی یزد بازدید گسترده‌ای از سوی صنعتگران، صاحبان صنایع نساجی، محققین و دانشجویان استان یزد و سایر استان‌های کشور انجام شد؛ ضمن این‌که همزمانی برگزاری هفتمین

نمایشگاه نساجی یزد با هشتمین کنفرانس ملی نساجی ایران که امسال در دانشگاه یزد برگزار شد و همکاری مشترک ۲ برگزار کننده جهت تبلیغات و اطلاع رسانی نقش چشمگیری در افزایش تعداد بازدیدکننده متخصص داشته است.

وی در پاسخ به این سوال که این موضوع مشاهده شد که نام تعداد قابل توجهی از شرکت‌ها در کتاب نمایشگاه وجود داشت اما در واقع حضور فیزیکی در نمایشگاه نداشتند! گفت: تعداد اسامی ذکر شده در کتاب نمایشگاه ۸۰ واحد است که تعداد ۶۰ واحد در نمایشگاه حضور فعال داشتند، تعداد ۱۰ واحد با وجود ارسال فرم قرارداد به دلیل مشکلات ذکر شده موفق به حضور نشدند و تعداد ۱۰ شرکت دیگر مربوط به واحدهایی است که در کتاب نمایشگاه خود را معرفی کرده اند و از سوی ناشر در فهرست اطلاعات نمایشگاه نام آنها ذکر شده است.

دکتر میرجلیلی دلایل کاهش تعداد شرکت کنندگان را در موارد زیر دانست:

\*قوانین نامناسب گمرکی که منجر به طولانی شدن زمان ترخیص ماشین آلات از گمرک می‌گردد و خود باعث عدم امکان حضور به موقع و یا عدم استقبال شرکت‌های خارجی جهت حضور در نمایشگاه می‌شود.

\*مشکلات اقتصادی داخلی که خود منجر به کاهش چشمگیر فعالیت واحدهای نساجی شده

است.  
 \*عدم تمایل برگزار کننده برای پرکردن فضا با هرگونه شرکتی که ممکن است ارتباطی هر چند اندک با صنعت نساجی داشته باشد، در حالی که این اتفاق در سایر نمایشگاه‌های نساجی ایران انجام می‌شود.

\*جدا شدن بخش فرش ماشینی و کفپوش از نمایشگاه سال ۹۱

\*عدم وجود فرهنگ نمایشگاهی مناسب در بین شرکت‌های ایرانی به گونه‌ای که پس از دو یا چند سال شرکت در نمایشگاه به دلیل یافتن نماینده در استان دیگر تمایلی به شرکت نداشته و فعالیت‌های خود را از طریق نماینده خود در استان دنبال کرده و در زمان نمایشگاه به صورت نامناسب و غیر اصولی اقدام به توزیع کاتالوگ‌های خود کرده و یا فقط اقدام به بازدید از نمایشگاه می‌نمایند؛ با این تفکر که نتیجه بازدید یک روزه از نمایشگاه و داشتن غرفه را یکی می‌دانند!

\*عدم توجه مسولان محترم استان یزد به آماده سازی فضای استادارد نمایشگاهی بعد از گذشت زمان بسیار طولانی از شروع فعالیت‌های نمایشگاهی در استان بر خلاف سایر استان‌های کشور.

پرسش بعدی در مورد انتقاد برخی شرکت‌کنندگان در مورد کمبود اطلاع رسانی و تبلیغات برگزاری





**مجری برگزارکننده نمایشگاه نساجی یزد:**  
**نبود یک فضای نمایشگاهی استاندارد در**  
**این استان بعد از گذشت سالها فعالیت**  
**نمایشگاهی در این استان است در حالی**  
**که ما در محرومترین استانهای کشور شاهد**  
**ساخت فضاهای نمایشگاهی مناسب و ثابت از**  
**سوی دولت هستیم.**

\* بهره‌گیری از دو نوبت برنامه های تلویزیونی ویژه هفتمین نمایشگاه نساجی یزد جهت اعلام زمان برگزاری نمایشگاه یزد وی ادامه داد: تنها مشکل نمایشگاه‌های استان یزد که به تمام نمایشگاه ها نیز اختصاص دارد؛ نبود یک فضای نمایشگاهی استاندارد در این استان بعد از گذشت سالها فعالیت نمایشگاهی در این استان است در حالی که ما در محرومترین استانهای کشور شاهد ساخت فضاهای نمایشگاهی مناسب و ثابت از سوی دولت هستیم.

مشکل دوم عدم هرگونه حمایت از سوی مسولین محترم استان از برگزاری نمایشگاه نساجی در استان یزد با وجود این که نساجی هنوز جزء صنایع مادر و اشتغال زا در استان است می‌باشد، به گونه‌ای که با وجود اطلاع رسانی و دعوت رسمی از اکثر مسولان استان برای بازدید و حضور در نمایشگاه حتی زحمت یک بازدید ثابته‌ای نیز به خود نمی دهند که موضوع جای تامل بسیار دارد.

دکتر میرجلیلی در پایان ابراز امیدواری نمود در آینده این نمایشگاه فرصتی باشد تا مسئولان و دست اندرکاران امر از نزدیک آخرین دستاوردهای صنایع نساجی کشور را مورد توجه قرار داده و همزمان با معضلات و تنگناهای این صنعت بومی، کهن، اشتغال زا و ارز آور آشنا شده و ما را در حل مشکلات آن یاری نماید.

۵ - سایر فعالیت های اطلاع رسانی:

\* ارسال فرم اطلاع رسانی نمایشگاه از طریق فاکس و ایمیل به شرکت ها و کارخانجات نساجی و صنایع مربوطه داخل و خارج کشور شامل ۱۲۰۰ واحد صنعتی نساجی در استان یزد، ۲۰۰ واحد صنعتی نساجی در استان اصفهان، بیش از ۳۰ واحد صنعتی نساجی در استان شیراز، بیش از ۵۰ واحد صنعتی نساجی در استان تبریز، بیش از ۱۰۰ واحد صنعتی نساجی در شهرستان کاشان، بیش از ۸۰ واحد صنعتی نساجی استان خراسان، بیش از ۱۰۰ واحد صنعتی نساجی در سایر استان های کشور و بیش از ۱۵۰ کارخانه نساجی در خارج از کشور در مجموع اطلاع رسانی به بیش از ۲۳۱۰ واحد صنعتی، تولیدی، دانشگاهی و تحقیقاتی صنعت نساجی، پوشاک، فرش و چرم داخلی و خارجی.

\* چاپ و ارسال ۶۰۰۰ کارت دعوت ویژه نمایشگاه به منظور اطلاع رسانی جهت بازدید متخصصین و فعالان صنعت نساجی در سراسر کشور.

\* چاپ و ارسال ۱۱۰۰ عدد پوستر نمایشگاه نساجی به سراسر کشور به ویژه استان یزد.

\* اختصاص ۱۵ عدد بیلورد تبلیغاتی جهت معرفی نمایشگاه در استان یزد.

\* ارسال بیش از ۳۰۰۰ پیامک پیرامون برپایی هفتمین نمایشگاه نساجی

\* ارسال دو نوبت پیامک پیرامون برپایی پنجمین نمایشگاه نساجی یزد برای دعوت از متخصصین صنعت نساجی، چرم و پوشاک کشور توسط جامعه متخصصین نساجی ایران.

\* شرکت در جلسات مختلف ادارات و سازمان های دولتی استان به منظور کسب مشارکت فکری برای اطلاع رسانی، برنامه ریزی و برپایی هرچه بهتر پنجمین دوره نمایشگاه نساجی یزد.

\* نصب اطلاعیه تبلیغاتی برگزاری نمایشگاه در اماکن عمومی و صنعتی استان یزد.

نمایشگاه بود که دکتر میرجلیلی فهرست کاملی از فعالیت‌های انجام شده در این زمینه پرداخت که عبارتند از:

۱ - چاپ آگهی تبلیغاتی تمام صفحه رنگی در مجلات تخصصی نساجی شامل:

الف- ماهنامه علمی، پژوهشی، صنعتی نساجی امروز

ب- مجله اخبار صنعت چرم و کفش

پ- مجله کوک

ت- آگهی نامه تخصصی صنعت پوشاک، نساجی و صنایع مرتبط (موگه)

ح- مجله صنعت کهن

خ- مجله بازار صنعت نساجی و پوشاک

چ- مجله نساجی موفق

۲- چاپ خبر برگزاری هفتمین نمایشگاه بین‌المللی تخصصی نساجی استان یزد در روزنامه های استان یزد

۳- اطلاع رسانی از طریق سایت های اینترنتی مراکز مطرح صنعت نساجی کشور همچون مجله نساجی موفق، سایت پارک علم و فناوری یزد، سایت مجله صنعت کهن، سایت ماهنامه علمی، پژوهشی، صنعتی نساجی امروز و ...

۴- حضور در نمایشگاه های کشور شامل:

\* حضور در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین های گلدوزی و محصولات نساجی تهران

\* حضور در پنجمین نمایشگاه بین‌المللی و نهمین نمایشگاه تخصصی ماشین آلات و محصولات نساجی، چرم و صنایع وابسته اصفهان

\* حضور در چهارمین نمایشگاه بین‌المللی نساجی، ماشین آلات، محصولات ( منسوجات خانگی) و صنایع وابسته مشهد

\* حضور در سومین نمایشگاه تخصصی فرش ماشینی، موکت و کفپوش اصفهان

\* حضور در نمایشگاه تخصصی نساجی کاشان در سال ۹۰



