



نسل جدید پوشاک دیجیتال

ترجمه: آزاده موحد

به گفته کمپانی گارتنر، پیش‌بینی می‌شود بازار جهانی فناوری‌های پوشیدنی تا سال ۲۰۲۱ تا ۶۲/۶ درصد رشد پیدا کند.

صنعت مد و لایف استایل برای مطابقت دادن خود با فضای در حال تغییر فعلی و انقلاب صنعتی چهارم که هنوز هم در مراحل ابتدایی خود قرار دارد، ناچار به نوآوری و ایجاد تغییرات اساسی در شیوه‌های تولید بوده است.

بنابراین کسب و کارها باید پتانسیل فناوری‌های پوشیدنی را به موقع درک کرده و برای رسیدن به اهداف خود از آن بهره‌برداری کنند. برای مثال کمپانی بی‌ام دبلیو با به کارگیری دستکش‌های هوشمند ProGlove در عملیات تولیدی خود موفق شد ۴۰۰۰ دقیقه در روز در زمان صرف شده در خط مونتاژ صرفه‌جویی کرده و در تمام مراحل تولیدی خود تغییرات اساسی ایجاد کند.

نیاز به محصولات دیجیتالی از این دست از روی اندازه بازار نهایی مصرف توجیه می‌شود.

به گفته مدیر ارشد اجرایی پروگلاو، توماس کرچنر حدود دویلمیون نفر در جهان در بازار تولید و لجستیک فعالیت می‌کنند. او می‌گوید که این بازارها تنها یک نیاز اساسی دارند و آن کارایی است یعنی تولید سریع و باکیفیت. این همان چیزی است که پروگلاو فراهم می‌کند.

این دستکش‌ها حاوی یک اسکنر داخلی بوده که امکان ثبت مراحل را بدون نیاز به دست ایجاد می‌کند و یک بازخورد لحظه‌ای به کاربر می‌دهد.

امروزه زندگی افراد با توجه به مسئولیت‌های کاری و خانوادگی آن‌ها روزبه‌روز پرمشغله‌تر می‌شود. نباید فراموش کرد که زمانی را نیز باید به تفریح و فعالیت‌های فوق برنامه اختصاص داد. بنابراین افراد در زندگی روزمره خود نیازمند محصولاتی هستند که آن‌ها را درک کرده و با خدمات دیجیتال پاسخگوی نیازهای فردی آن‌ها باشند.

منسوجات الکترونیک و فناوری‌های پوشیدنی نقش مهمی را در این مسیر ایفا کرده و راه را برای نسل جدید لباس‌های دیجیتال هموار می‌سازند. برای مثال می‌توان به کت جدید گوگل اشاره کرد که برای دوچرخه‌سواران داخل شهری طراحی شده است.

دوچرخه‌سوار می‌تواند با یک ضربه ساده به آستین کت، گوشی هوشمندش را کنترل کند و به اپلیکیشن‌های مختلف دسترسی داشته باشد. مثال دیگر لباس ورزشی آنتلپ است که در آن برای به حداکثر رساندن عملکرد و افزایش بازدهی تمرینات از تحریک الکترونیکی عضلات (EMS) استفاده شده است.

انجمن دیجیتال بیتکام ادعا می‌کند که ساعت‌های هوشمند و دستگاه‌های تناسب اندام وارد بازار انبوه شده‌اند و انقلاب بعدی پوشاک دیجیتالی در حال وقوع است. دنیای دیجیتال تا زیر پوست مصرف‌کننده نفوذ کرده و تکه‌های آشنا و معمولی لباس اکنون به واسطه‌هایی برای ایجاد ارتباط تبدیل شده‌اند. نیاز به فناوری‌های هوشمند به سرعت در حال گسترش بوده و کاربردهای آن نیز چندبرابر شده است.



مدیر کل بخش بازرگانی واحد تولید تجهیزات اصلی در کمپانی وارتامیکروباتری می‌گوید: «ما در این فستیوال با جدیدترین نوآوری‌ها و پیشرفت‌های صورت گرفته مواجه می‌شویم و با آگاهی از ترندهای آینده، در همان مراحل ابتدایی توسعه محصول در صدد رفع نیازهای مرتبط با آن هستیم.»

موسسه فرانهورفر، بزرگ‌ترین سازمان تحقیقاتی کاربردی محور اروپا نیز در این فستیوال حاضر بوده است. این سازمان دارای ۶۹ موسسه در سطح آلمان می‌باشد از جمله اتحادیه منسوجات فنی فرانهورفر.

این موسسه عقیده دارد که آینده‌ی انقلاب صنعتی چهارم به ایجاد ارتباط قوی بین دانش و منابع بستگی دارد. متخصصان فرانهورفر تمرکز خود را بیشتر بر روی مفاهیم واقعیت مجازی، روش‌های جدید تولید، شبکه‌های دیجیتال مرتبط کننده ماشین‌آلات با محصولات و تامین‌کنندگان، نگهداری هوشمند سیستم‌های کمک‌رسانی جدید و همچنین شبکه ارتباطی 5G برای انتقال داده‌های ماشین در لحظه معطوف کرده‌اند.

موسسه فرانهورفر FEP (فعال در عرصه تجهیزات الکترونیکی ارگانیک، پرتو الکترونی و فناوری پلاسما) در این فستیوال پیرامون طراحی OLED سفارشی بحث و بررسی کرده است.

کاربردهای متنوع محصولات صنعتی و همچنین کالاهای مصرف‌کنندگان بر پایه مواد اولیه ارگانیک نیمه رسانا برای مثال در بخش‌های روشنایی، اطلاعات، خودرو، پزشکی، فناوری‌های محیط زیست و فناوری‌های مربوط به ایمنی مرکز اصلی این مباحث بوده است.

دستبند OLED انعطاف پذیر یکی از نمونه‌های محصولات فوق است که به بهبود زخم و درمان افسردگی کمک می‌کند.

این ابزار پوشیدنی همچنین در عرصه مد نیز کاربرد دارد و می‌تواند در صورت قرارگیری در معرض فرکانس‌های قرمز و زرد باعث دیده شدن افرادی شود که در شب و در محیط‌های بیرونی کار می‌کنند.

مرجع:

Fiona Haran, "A new generation of digital clothing", WTIN July 2018

این رویکرد رباتیک نگرانی پیرامون تعدیل کارگران صنایع در آینده را افزایش می‌دهد اما کرچنر اشاره می‌کند که انقلاب صنعتی چهارم درباره ماشین‌ها نیست بلکه در مورد انسان‌هاست و با ایجاد نسل آینده‌ی فناوری، به جای جایگزین کردن افراد با ماشین‌ها نقش حرفه‌ای آن‌ها را ارتقا می‌دهد.

برای برآورده ساختن خواسته‌های جدید در عرصه‌ی دیجیتال، فعالان جهانی باید انواع جدیدی از روابط تجاری را پایه‌گذاری کنند. برای مثال همکاری شرکت‌های فناوری با برندهای لایف استایل، موسسات علمی با استارت‌آپ‌ها یا شرکت‌های نوپا آغاز شده است و برندهای لوکس هم در حال پیدا کردن مسیر خود در صنایع الکترونیک هستند.

مفهوم شبکه صنعتی متقابل را می‌توان در فستیوال Wear It 2018 کنفرانس بین‌المللی و پلتفرمی برای فعالان عرصه دیجیتال - مشاهده کرد.

در این فستیوال که در روزهای ۱۹ و ۲۰ ژوئن در برلین برگزار شده بود، ۳۰ سخنران، ۴۰ غرفه‌گذار و ۵۰۰ بازدیدکننده تجاری عرصه فناوری‌های پوشیدنی گرد هم آمده بودند.

سرفصل‌های مهم فستیوال عبارت بودند از: لباس کار و کاربردهای صنعتی؛ فشن و لایف استایل؛ تجهیزات پزشکی و سلامتی؛ منسوجات الکترونیک و مواد اولیه هوشمند؛ اینترنت اشیا و توسعه کاربردی آن. در این فستیوال کارآفرینان موفق به تشریح استراتژی‌های خود پرداختند و تامین‌کنندگان مواد اولیه نوآورانه خود را عرضه کردند. موسسات تحقیقاتی نیز نتایج جدیدترین تحقیقات خود را به نمایش گذاشتند.

در تبدلات متقابل صنعتی پیرامون پرسش‌های رایج و متداول در صنعت و عرصه‌های تحقیقاتی بحث و بررسی شد. بعضی از این پرسش‌ها عبارت بودند از:

- شرکت‌ها چگونه می‌توانند در بازار جدید نقش راهبردی فعال داشته باشند؟
- نیازهای جدید مشتریان خصوصی و صنعتی چیست؟
- جدیدترین ترندها در این عرصه کدام است؟
- نیازهای مرتبط با توسعه‌ی فناوری‌های پوشیدنی و خدمات دیجیتال چیست؟
- چه چیزهایی می‌توان از توسعه محصولات جدید و موفق آموخت؟

به کارگیری این ترندها روشی مطمئن برای بهره‌برداری صنعتی است. فیلیپ میلیخ،

