



ارائه راهکارهایی جهت ارتقای مزایای رقابتی تولید پارچه های سبک در کشور

علی سجادی^۱، نسترن کدیور^۱، امیرحسین عابدگرمی^۲، سید مهدی حجازی^۱

^۱دانشکده مهندسی نساجی، دانشگاه صنعتی اصفهان

^۲دانشکده مهندسی نساجی، دانشگاه صنعتی امیرکبیر

چکیده

با توجه به اینکه منسوجات تولیدی در داخل کشور برای رقابت با محصولات خارجی باید هم از نظر کیفیت در سطح نمونه های خارجی باشند و هم هزینه ی تولید آنها مقرون به صرفه باشد، به کار گرفتن پیشرفت های نوین از قبیل فناوری نانو و همچنین استفاده از اصول مدیریتی نوین، به عنوان مثال بازاریابی، در راستای تولید پارچه های ملحفه و تترون، نقش به سزایی را می توانند ایفا کنند. به منظور دستیابی به این هدف، راهکارهای پیشنهادی را جهت ارتقای کیفیت پاداشتن حداقل قیمت به دو بخش مدیریتی و علمی تقسیم می کنیم. در بخش مدیریتی به ایده های مدیریتی و در بخش علمی به بیان پیشرفت ها و روش های نوین در صنعت پرداخته می شود. واژه های کلیدی: ارتقای کیفیت، پارچه های سبک، ابزارهای بازاریابی، رقابت-توقیت، شاخص تخصصی، بررسی مشکلات و چالش های مدیریتی پیش رو در صنایع

مقدمه

در بخش نخست یعنی بخش مدیریتی، برای ارایه راهکارهای مدیریتی در تولید منسوجات ابتدا می بایست عواملی که صنعت نساجی را تحت تأثیر قرار می دهند عنوان نمود:

۱ پنبه، که به عنوان مهم ترین ماده ی اولیه ی صنعت نساجی محسوب شده و برای مقابله با مشکلاتی همچون نامناسب بودن کیفیت پنبه تولیدی در داخل ویا افزایش قیمت تمام شده پنبه وارداتی باید چاره ای اندیشید [۱].
۲ عوامل فنی، کمیت وکیفیت ماشین آلات ریسندگی، بافندگی و نوع الیاف مصنوعی مد نظر است. ۳ عوامل اقتصادی شامل قوانین پولی، مالی و بانکی. ۴ قاچاق و واردات بی رویه ی منسوجات به داخل کشور. پس می توان برای صنعت نساجی مشکلاتی اعم از موارد زیر نام برد: تعطیلات سالانه ی بسیار زیاد، وجود رقیب سر سختی به نام چین و ترکیه و در نهایت عدم تطبیق تولیدات با مد گرایی روز [۲].

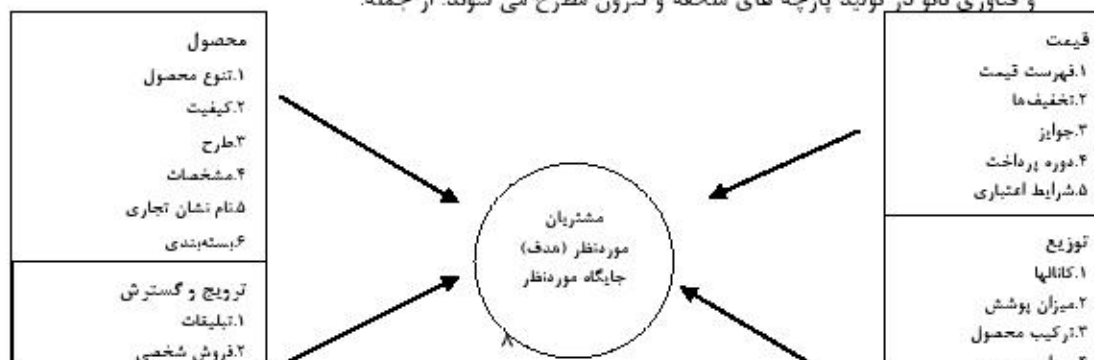
مواد و روش ها

به منظور دستیابی به کیفیت مطلوب و قابل رقابت با نمونه های خارجی، راهکارهای پیشنهادی جهت ارتقای کیفیت با داشتن حداقل قیمت به دو بخش مدیریتی و علمی تقسیم می شود. در بخش مدیریتی به ایده های مدیریتی و در بخش علمی به بیان پیشرفت ها و روش های نوین در صنعت پرداخته می شود.

نتیجه ها و بحث

در زمینه مدیریتی مهم ترین عامل جهت ارتقاء کیفیت محصول، تقویت بازاریابی است. شکل (۱). در بخش دیگر، یعنی بخش علمی، ایده های مربوط به تکنولوژی های پیشرفته، دستگاه ها و فرآیندهای مختلف، الیاف جدید

و فناوری نانو در تولید پارچه های ملحفه و تترون مطرح می شوند. از جمله:





شکل (۱): ابزارهای بازاریابی

- ۱ سیستم ریسندگی جت هوا مورانا (MJS)، ۲ چاپگر های دیجیتال جوهرافشان، ۳ تحولات فرآیندهای شیمی نساجی در آینده از قبیل:
- الف) مصرف آب، وجود رقیبی مانند چین باعث شده است که جهت رقابت، باید سعی بر آن داشت که هزینه های تولید از جمله مصرف آب و انرژی را تا حد ممکن کاهش داد، ب) به کارگیری فرآیندهای جدید، فرآیندهایی مانند اسپری مواد و قطرات میکرو، نانو و ... باعث کاهش مصرف آب و همچنین کاهش زمان فرآیند می شود.
- ۴ تکنولوژی جدید در رنگرزی و تکمیل مانند:
- الف) تکنولوژی فرآیند الکتروشیمیایی، ب) تکنولوژی رنگرزی سیالات فوق بحرانی، ج) تکنولوژی تکمیل پلازما
- ۵ الیاف لایوسل

نتیجه گیری

با به کارگیری راهکارهای مدیریتی و علمی فوق الذکر، می توان به پیشرفت های بسیاری در زمینه سیاست های اقتصادی دست یافت. از جمله می توان به بهبود کیفیت در زمینه تولید پارچه های سبک بافت، افزایش قدرت رقابت بین المللی، برنامه های بازاریابی تنظیم شده و منسجم، ایجاد محیط های امن جهت تولید و سرمایه گذاری و کاهش هزینه های تولیدی و ضایعات اشاره نمود.

منابع

- 1- Quamrul Ahsan, State of Cotton & Textile Industry, 2010 and Beyond.
- 2- Moses M. Ikiara and Lydia K. Ndirangu, Developing a Revival Strategy for the Kenyan Cotton-Textile Industry: A Value Chain Approach, Kenya Institute for Public Policy Research and Analysis (KIPPRA), August 2002.