



خلاصه‌ای از اقدامات جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران
و مقالات منتشر شده در نشریه "صنعت کفش"

در حوزه آموزش و پژوهش

تهیه و گردآوری: دبیرخانه جامعه صنعت کفش ایران

مرداد ۱۳۹۶

مقدمه

نظر به بند ۲ اهداف "جامعه" که بر "کوشش در به روز نمودن دانش فنی و تخصصی اعضاء در خصوص صنعت کفش و صنایع مرتبط" اشاره دارد و همچنین بند ۹ که "همکاری با موسسات و سازمانهای ذیربط به منظور تنظیم و اجرای برنامه مدون پژوهشی و تحقیقاتی و راهبردی مرتبط با صنعت کفش و صنایع مرتبط" را مورد تاکید قرار داده است.

جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران در راستای تعهد خود بر ایجاد بستری برای انتقال دانش و تجربیات بین‌المللی و داخلی در حوزه چرم و کفش، تاکنون اقدامات شایان توجهی را در حوزه آموزش، پژوهش و انتشار کتب به انجام رسانیده که در ذیل تنها به برخی از مهم‌ترین این اقدامات اشاره خواهد شد

همچنین در ادامه این مجلد، تاریخچه‌ای جامع از مقالات منتشر شده در نشریه صنعت کفش از ابتدا تا کنون آورده شده است.

الف) سوابق اقدامات آموزشی جامعه

- امضای پروتکل همکاری مشترک آموزشی بین جامعه و انجمن تولیدکنندگان و متخصصین صنایع چرم و کفش ایتالیا (آسوماک) در سال ۱۳۸۱
- اعزام گروه‌هایی از تولیدکنندگان و متخصصین ایرانی به ایتالیا برای شرکت در ۴۵ دوره آموزشی برگزار شده توسط آسوماک در طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۳
- مشارکت در برگزاری دوره آموزش طراحی و مدل‌سازی کفش در مرکز آموزش و تحقیقات وزارت صنایع و معادن وقت در سال ۱۳۸۲



- همکاری فعال جامعه در تدوین برنامه و سر فصل دروس دوره کاردانی ناپیوسته علمی-کاربردی رشته تولید کفش به روش پودمانی که در تاریخ ۱۳۸۷/۴/۳۰ در وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به تصویب رسید. در تحقق این اقدام، اولین دوره کاردانی رشته دانشگاهی تولید کفش در سال ۱۳۸۷ در دانشگاه چرم و کفش تهران (واحد فرمانیه و در ادامه در واحد زرتشت) برگزار گردید و جامعه صنعت کفش ایران از آن زمان تاکنون در معرفی دانشجو به این واحدها نقش موثری ایفا نموده است.



- راه اندازی مرکز آموزش و تحقیقات جامعه صنعت کفش ایران در سال ۱۳۸۷: با تاسیس این مرکز، جامعه اقدام به برگزاری منظم دوره‌های آموزشی در حوزه‌های شناخت چرم و انواع پایپوش؛ کنترل کیفیت، برنامه ریزی و مدیریت تولید کفش، طراحی و مدلگیری، فروشندگی و آشنایی با نرم افزارهای کاربردی نمود که با استقبال قابل توجه اعضا و سایر علاقمندان به حوزه چرم و کفش مواجه گردید. از زمان تاسیس مرکز آموزش و تحقیقات جامعه تاکنون چندین دوره آموزشی در حوزه‌های فنی و تخصصی کفش و علوم مرتبط با آن برگزار گردیده است.

- تشکیل کارگروه ایران و ایتالیا در حوزه چرم و کفش به منظور تقویت همکاری‌های آموزشی، فنی و مدیریتی فیما بین با حمایت دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت بعنوان نماینده ایرانی این کارگروه

- همکاری با آسوماک ایتالیا جهت اعزام کارگروه متخصصین صنعت کفش در چارچوب همکاری کارگروه ایران و ایتالیا در سال ۱۳۸۹
- تشکیل کمیسیون آموزش و استاندارد جامعه صنعت کفش ایران در سال ۱۳۹۰
- حضور فعال دو نفر از اعضای هیئت مدیره جامعه در مسئولیت کمیته‌های متناظر تدوین استاندارد صنعت کفش
- ریاست کمیته فنی متناظر پایپوش (ISO TC ۲۱۶) ISRI توسط عضو هیئت مدیره جامعه
- برگزاری همایش فناوری کفش ایران با همکاری آسوماک در سفارت ایتالیا در تهران در خرداد سال ۱۳۹۳
- برگزاری کارگاه آموزشی تحلیل و نگارش سناریو در صنعت کفش در آذر سال ۱۳۹۳
- برگزاری دوره آموزشی کوتاه مدت استاندارد مواد اولیه در تولید کفش با همکاری شرکت پارسپان توف در سال ۱۳۹۴
- برگزاری همایش یک روزه بازاریابی چالش محور و مسئولیت اجتماعی با همکاری کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی اتاق بازرگانی ایران در تیر ۱۳۹۵
- برگزاری سمینار تخصصی-آموزشی فروشنده‌گی حرفه‌ای در صنعت کفش با همکاری اتحادیه کفاشان اصفهان در شهریور ۱۳۹۵



- ترجمه کتاب ۱۰۰۰ صفحه‌ای انجمن تولیدکنندگان و متخصصین صنایع چرم و کفش ایتالیا (آسوماک): این کتاب که با همکاری دکتر داود عباسی ترجمه گردید؛ در قالب یک مجموعه ۸ جلدی از کتاب‌های راهنمای صنعت کفش در حوزه‌های طراحی، تولید و فناوری، بازار، مد و... چاپ خواهد شد. اولین کتاب از این مجموعه در سال ۱۳۹۵ و با عنوان "دیباجه‌ای بر طراحی قالب‌های ماهیچه کفش" با کمک مرکز علمی کاربردی صنعتی کوشا (تحت نظارت دانشگاه جامع علمی-کاربردی) منتشر گردیده است.
- برگزاری دوره‌های آموزشی در حوزه‌های برنامه ریزی و تکنیک‌های فروش، مدیریت تولید، اصول طراحی و مدلسازی، آشنایی با قوانین و مقررات مالیاتی، برش و اشبالت، آشنایی با انواع پایپوش با حمایت شرکت شهرک‌های صنعتی استان تهران و شرکت مشاوره مدیریت و مهندسی آرا در محل دانشگاه چرم و کفش واحد زرشت در سال ۱۳۹۵.



دانشجویان اعزامی به ایتالیا سال ۱۳۸۳



کارگروه آموزشی اعزامی به ایتالیا سال ۱۳۸۹



کارگروه آموزشی اعزامی به ایتالیا سال ۱۳۸۹



کارگاه آموزشی سناریوپردازی در صنعت کفش سال ۱۳۹۳



همایش بازاریابی چالش محور و مسئولیت اجتماعی سال ۱۳۹۵



دوره‌های آموزشی در دانشگاه چرم واحد زرتشت سال ۱۳۹۵

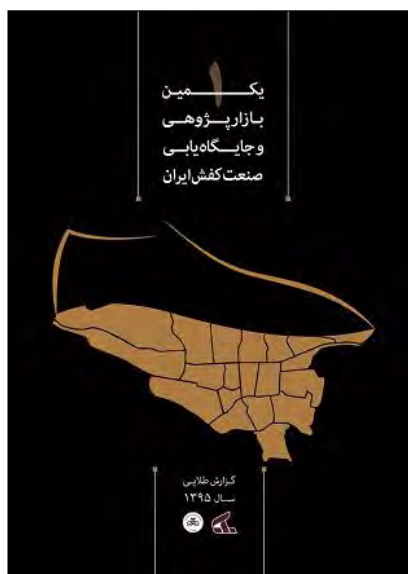
ب) سوابق فعالیت‌های پژوهشی جامعه

سوابق پژوهشی جامعه صنعت کفش ایران را می‌توان به دو گروه عمده تقسیم نمود:

۱. گزارش‌های جامع پژوهشی: این گزارش‌ها شامل پروژه‌های تحقیقاتی است که به همت جامعه صنعت کفش ایران و با همکاری وزارتخانه‌ها، سازمانها و یا شرکتهای خصوصی تهیه می‌گردد. در زیر برخی از این گزارش‌ها آورده شده است:

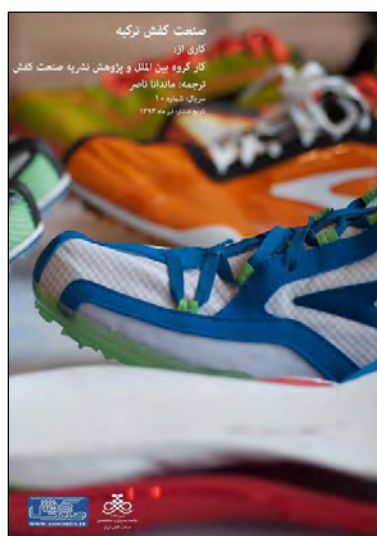
- تدوین گزارش ارزیابی کیفیت برگزاری امپکس ۵، دی ۱۳۹۵ با همکاری شرکت مشاوره آرا
- مشارکت در تدوین پروژه شناسایی و تحلیل مزیت‌های استراتژیک صنعت کفش ایران، دی ۱۳۹۵ با حمایت وزارت صنعت، معدن و تجارت
- تدوین طرح جامع مبارزه با قاچاق کفش، آبان ۱۳۹۵ به سفارش وزارت صنعت، معدن و تجارت
- یکمین گزارش بازارپژوهی و جایگاه یابی صنعت کفش ایران، مرداد ۱۳۹۵ با همکاری شرکت مشاوره آرا
- ارائه پروپوزال مدل جایزه ملی صنعت کفش به اتاق بازرگانی ایران در سال ۱۳۹۵
- تدوین گزارش ارزیابی نقاط قوت و ضعف نمایشگاه امپکس ۴، آذر ۱۳۹۵ کاری از گروه نشریه صنعت کفش
- مشارکت در تدوین پروژه آینده نگری صنعت کفش در افق ۱۴۰۴، اسفند ماه ۱۳۹۳ با حمایت اتاق بازرگانی تهران
- همکاری در تدوین طرح توسعه کسب و کار و اشتغال پایدار، بهمن ۱۳۹۳ با حمایت وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
- همکاری در تدوین طرح کسب و کار پاپوش تهران راهکارهای توسعه و اشتغال پایدار، دی ۱۳۹۳ با همکاری یونیدو
- مشارکت در تدوین برنامه راهبردی و عملیاتی صنایع نساجی، پوشاک، چرم، کیف و کفش، فروردین ۱۳۹۳ با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت
- تدوین سند راهبردی توسعه صنعت کفش ایران در سال ۱۳۸۹ با همکاری ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز
- تدوین گزارش صنعت کفش ایران، چالش‌ها و فرصتها، ۱۳۸۷

خاطر نشان می‌سازد نسخه کاغذی کلیه گزارش‌های فوق در دبیرخانه جامعه و نسخه الکترونیکی نیز بر روی وبسایت صنعت کفش موجود است.





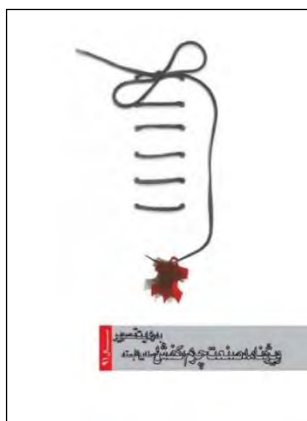
۲. گزارش‌های تحلیلی: این گزارش‌ها توسط گروه مطالعات راهبردی و تحلیل آماری جامعه صنعت کفش ایران تهیه و بطور مستمر بر روی سایت جامعه بارگذاری می‌گردد. نمونه ای از این گزارش‌ها در زیر آمده است:
- مقاله تحلیل صادرات هشت ماهه اول سال ۹۵ در مقایسه با سال ۹۴، دیماه ۱۳۹۵
 - فرش ماشینی، پیش‌تاز صادرات در صنایع نساجی، شهریور ۱۳۹۵
 - آمار تولید، مصرف، صادرات و واردات کفش کشورهای جهان در سال های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴، فروردین ۱۳۹۵
 - آمار واردات و صادرات کفش در سالهای ۱۳۸۰ الی ۱۳۹۴
 - پژوهش صادرات ایران کاری از جامعه صنعت کفش ایران، آذر ۱۳۹۴
 - آمار تولید، مصرف، صادرات و واردات کفش کشورهای جهان در سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۳، مرداد ۱۳۹۳
 - آمار تولید، مصرف، صادرات و واردات کفش کشورهای جهان در سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۲
 - متوسط هزینه و درآمد خانوارهای شهری و روستایی و سهم هزینه کفش مصرفی از هزینه های غیرخوراکی طی سالهای ۹۲-۸۳
 - صنعت کفش ترکیه، تیر ۱۳۹۳
 - تجزیه و تحلیل خصوصیات مطلوب کفش، تیر ۱۳۹۳
 - مروری بر تجارت اقتصاد کفش در سال ۲۰۱۰ (جلد دوم)، فروردین ۱۳۹۳
 - بررسی صنعت کفش جهان از ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰، فروردین ۱۳۹۳
 - چکیده ای از آمارهای مرتبط با صنعت کفش ایران در سالهای ۸۷ و ۸۸
 - شاخص های آماری صنعت کفش در سال های ۷۳ تا ۸۳
 - و دهها مقاله تحلیلی و آماری دیگر



ج) کتب و مقالات منتشر شده توسط جامعه صنعت کفش ایران

جامعه صنعت کفش ایران از بدو تاسیس خود تاکنون اقدام به انتشارات کتب به شرح زیر نموده است:

- کتاب روش‌های نوسازی صنعت کفش ۱۳۹۵ با همکاری مرکز علمی-کاربردی کوشا
- یازده دوره کتاب بانک اطلاعاتی صنعت کفش از سال ۱۳۸۵ تاکنون
- انتشار ویژه نامه تولید چرم: توصیه‌هایی برای جلوگیری از تشکیل کروم در سال ۱۳۹۵
- انتشار ویژه نامه روز دانش آموز در سال ۱۳۹۰
- انتشار ویژه نامه صنعت چرم و کفش به روایت تصویر در سال ۱۳۹۱
- کتاب روزشمار صنعت کفش ایران جلد سوم شامل سرمقاله‌های نشریه صنعت کفش از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴
- کتاب روزشمار صنعت کفش ایران جلد دوم شامل سرمقاله‌های نشریه صنعت کفش از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰
- کتاب روزشمار صنعت کفش ایران جلد اول شامل سرمقاله‌های نشریه صنعت کفش از سال ۱۳۷۳ تا ۱۳۸۳



مقالات انتشار یافته

در نشریه "صنعت کفش"

در حوزه آموزش



کیفیت

ویژگی‌هایی که یک محصول یا خدمت دارد و به وسیله آن خواست مشتری برآورد می‌شود. به عبارت ساده‌تر کیفیت ویژگی است که باعث جلب رضایت مشتری، افزایش مرغوبیت کالا و بالا بردن سطح ارائه خدمات گردد.

کنترل

مجموعه روش‌ها، ابزارها، تکنیک‌ها و نیروی انسانی در جهت کنترل فعالیت‌ها برای رسیدن به کیفیت مطلوب.

چرا کیفیت؟

- ۱- کیفیت عامل مهم سودآوری است.
- ۲- کیفیت خواست مشتری است و رضایت مشتری عامل بقای تولیدکنندگان است.

کنترل کیفیت

انقلاب صنعتی عامل تقسیم خطوط تولید، و تقسیم وظایف در خطوط و باعث پیدا شدن فکر کنترل کیفیت در صنایع گردید.

با شروع جنگ جهانی اول، تولید گسترش یافت، این موضوع تسریع در امر کنترل کیفیت را طلب می‌کرد. این موضوع سبب شد طرح ایجاد سازمان بین‌المللی استاندارد International Organization for Standardization شکل بگیرد.

این سازمان در سال ۱۹۴۷ میلادی رسماً تأسیس شد و در حال حاضر بیش از ۱۱۵ کشور در آن عضویت دارند. این مجموعه در قالب استانداردهای سری ISO 9000 به عنوان استانداردهای مدیریت کیفیت و در سال ۱۹۸۷ میلادی انتشار یافت.

هدف استاندارد نشان دادن توانایی یک بنگاه در اجرای کامل روش‌های کیفی. مستند شده و قابل پی‌گیری می‌باشد.

مقررات ISO پیش‌بینی می‌کند که استانداردها هر پنج سال یک بار مورد تجدید نظر قرار گیرد و با شرایط جدید فنی تطبیق داده شود.

ISO 9000 استانداردهای مدیریت و

تضمین کیفیت در سه مدل ارائه شده‌اند:
- ISO 9001 نظام‌های کیفیت، مدل تضمین کیفیت در طراحی، توسعه، تولید و ارائه خدمات

- ISO 9002 نظام‌های کیفیت، مدل تضمین کیفیت در تولید و ارائه خدمات

- ISO 9003 نظام‌های کیفیت، مدل تضمین کیفیت در بازرسی و آزمایش نهایی محصول

یکی از سه استاندارد ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003 بر حسب نیاز سازمان برای مطابقت سیستم مدیریت و یا کیفیت انتخاب می‌گردند. این استانداردها نشان دهنده اهمیت یا عدم اهمیت در سیستم نبوده و هر یک کاربرد خاصی دارند.

اغلب سازمان‌ها بر حسب استاندارد ISO 9002 ارزیابی می‌شوند، زیرا سیستم مدیریت کیفیت در آن‌ها کلیه مراحل تولید تا خدمات پس از فروش را دربرمی‌گیرد.

سازمان‌هایی که دارای طراحی فعال نیز هستند بر اساس استاندارد ISO 9001 ارزیابی می‌شوند و بالاخره سازمان‌هایی که بازرسی نهایی محصول مبنای تعیین کیفیت در آن‌ها باشد بر اساس استاندارد ISO 9003 ارزیابی می‌شوند.

استانداردهای سری ISO 9000 بایستی بر اساس نیاز واقعی سازمان انتخاب شوند و در این ارتباط عواملی مانند: تقاضای بازار، درخواست مشتریان، رقابت بازار، نیاز به اعتبار ملی یا بین‌المللی نیاز به سرمایه‌گذاری، تغییرات مدیریت، توسعه حجم فعالیتها و مشابه اینها در نظر گرفته می‌شوند. ارزیابی واقع بینانه در انتخاب استاندارد مناسب اهمیت اساسی دارد و توجه به پی‌گیری مدیریت ارشد سازمان در این مرحله از نیازهای اولیه به شمار می‌رود.

چک لیست آمادگی برای اخذ گواهی نامه ISO 9000

۱- آیا مشتریان از شما راضی هستند؟

آموزش

گام

به

گام

ISO 9000

گردآورنده:

علیرضا پورفاتیان اروجنی

آثار به جای مانده از ایرانی‌ها، فنیقی‌ها و مصری‌ها و ماندگاری آن نشان می‌دهد که آن‌ها به رعایت عوامل مرغوبیت تولیدات توجه خاص داشتند. امروزه این عوامل را کیفیت و رعایت آن را کنترل کیفیت می‌گویند.

- ۲- آیا شما با مشتریان خود مشکل ندارید؟
- ۳- آیا از شما گله و شکایت وجود ندارد؟
- ۴- آیا در مقابل رقبای خود مزیت خاصی دارید؟
- ۵- آیا می‌توانید خود را بالاتر از رقبای ارزیابی کنید؟
- ۶- آیا به موقع سفارشات خود را دریافت می‌کنید؟
- ۷- آیا مواد اولیه مرغوب مصرف می‌کنید؟
- ۸- آیا اگر بعضی از همکاران شما واحد شما را ترک کنند مشکلی نخواهید داشت؟
- ۹- آیا فرد جدیدی که وارد واحد شما می‌شود آموزش دیده است که باعث اتلاف وقت شما نشود؟
- ۱۰- آیا در بین افراد شما درگیری وجود دارد؟ در صورت وجود درگیری شما توانایی حل آن را دارید؟
- اگر کلیه جواب‌ها مثبت باشد شما کلید ISO 9000 را به دست خواهید آورد.

فواید استانداردهای سری ISO 9000

- ۱- کم شدن میزان پرداختی بیمه
- ۲- کم شدن هزینه‌های تولید
- ۳- بالا رفتن کارایی
- ۴- افزایش اعتماد مشتری
- ۵- جهانی شدن تجارت
- ۶- کنترل مدیریت
- ۷- سازمان دادن به فعالیت‌ها
- ۸- کنترل کیفیت

گام به گام با ISO 9000

- مسئولیت مدیریت: خط مشی کیفیت، سازمان، بازنگری مدیریت، باید به صورت مکتوب موجود باشد و بالاترین مرجع اجرایی آن را تأیید و در بین کارکنان شرکت توزیع کند، کارکنان نیز آن را مطالعه می‌نمایند.
- مشخص کردن ارتباط درونی (سازمانی یا داخلی) بین کارکنان.

- مشخص کردن افراد مسئول به منظور اجرای فعالیت‌ها و اعطای اختیارات لازم.
- مشخص بودن وظائف نماینده مدیریت در خصوص اطمینان از اجرا و حفظ سیستم کیفیت مطابق استاندارد.
- بازبینی نظام کیفیت در مقاطع مشخص و منظم که می‌تواند سالانه و یا به دفعات صورت گیرد.

- بازنگری و بررسی عملکرد سیستم با توجه به نیازهای آینده مؤسسه.
- بازبینی، ارزیابی، آنالیز مغایرت‌ها و اقدامات اصلاحی.
- بررسی پیشنهادهاى مربوط به بهبود عملکرد سیستم.

سیستم کیفیت

- اتخاذ نظام کیفیتی مناسب و مکتوب نمودن آن
- نیازمندی‌های هر محصول بایستی پس از تعریف، مکتوب شده و به مورد اجرا گذاشته شود و در پی آن، بررسی و ارزیابی قرار گیرد.

سوابق آن نیز نگهداری شود.

- ایجاد مستندات شامل:

- نظام‌نامه کیفیت، روش‌های عمومی، دستورالعمل‌های اجرایی، فرم‌ها و سوابق

- طرح ریزی کیفیت با کنترل‌های مناسب مورد نیاز برای مواردی نظیر تعمیرات و نوآوری‌های (تجهیزات) پیش‌بینی شود.

بازنگری قرارداد:

- روشی به منظور بررسی و بازبینی قراردادها موجود و قابل اجرا باشد.
- در این روش هماهنگی بین واحدهای فروش و تولید فنی برقرار شود.
- در این روش نیازهای مشتری پیش‌بینی و برآورد شده و سوابق مربوطه نگهداری شود.
- انحراف از پیشنهاد در قرارداد با مشتری مشخص و چگونگی اصلاح آن تدوین و اجرا گردد.

طراحی

- روش و دستورالعمل‌هایی برای کنترل و مطابقت و تأیید و طراحی محصول با مشخصات مورد درخواست تدوین و اجرا شود.

کنترل مدارک و داده‌ها

- روش مدونی برای کنترل مدارک و اطلاعات وجود داشته و اجرا گردد.

خرید

- به کارگیری روشی تا اطمینان حاصل شود که کالا و خدمات خریداری شده با مشخصات تعیین شده مطابقت دارد.

کنترل محصول تدارک شده به وسیله مشتری

- روشی برای تصدیق و تأیید (بازرسی) کالا توسط مشتری تدوین شده و مورد استفاده و اجرا قرار داده شود.

شناسایی و ردیابی محصول

- روشی برای شناسایی و ردیابی کالا با توجه به مشخصات مربوطه تعیین و اجرا شود.

کنترل فرایند

- فرایندها، مراحل مختلف تولید، ارائه خدمات که مستقیماً بر کیفیت اثر می‌گذارند باید مشخص و برنامه‌ریزی شوند و همچنین اطمینان حاصل گردد که این فرایندها تحت شرایط کنترل شده به اجرا در می‌آیند.

بازرسی و آزمایش

- باید روش‌های اجرایی مدونی برای فعالیت‌های بازرسی و آزمایش به منظور اطمینان از تطبیق نیازمندی‌های مشخص شده برای محصول ایجاد نمود و سوابق اجرای آن نگهداری گردد.

کنترل تجهیزات بازرسی، اندازه گیری و آزمون

روش های اجرایی مدونی برای کنترل و کالیبراسیون و نگهداری تجهیزات بازرسی، اندازه گیری و آزمون به منظور اثبات انطباق محصول با مشخصات تعیین شده برقرار شود.

وضعیت بازرسی و آزمون

- بایستی وضعیت بازرسی و آزمایش بر روی محصولات مشخص و سوابق بازرسی ثبت گردد.
- مواد اولیه از نظر بازرسی قابل تفکیک و مشخص باشند.
- وضعیت بازرسی محصول روشن باشد.

کنترل محصول نامنتطبق

- استفاده از روش هایی از اطمینان ایجاد کند که به کارگیری محصول یا ماده اولیه که با نیازهای تعریف شده همخوانی ندارد، جلوگیری می شود.
- نحوه برخورد با این موارد نیز باید مشخص و مکتوب باشد.

اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه

روش هایی برای انجام اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه بر اساس شکایات مشتریان و گزارش عدم انطباق محصول مکتوب و اجرا شود.

جابجایی، انبار، بسته بندی، نگهداری و تولید

روشهای مکتوب به منظور برداشت، انباشت، انتقال، نگهداری، حمل و نقل و ارسال کالا تهیه و اجرا شود.

کنترل سوابق کیفیت

- باید روشی برای تشخیص، جمع آوری، شماره گذاری، بایگانی، نگهداری، حفظ و یا از رده خارج کردن اطلاعات مربوط به سوابق

کیفیت نظیر سوابق کالیبراسیون، اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه، سوابق آموزشی و کاری افراد، سوابق ممیزی ها و بازرسی ها و تغییرات تدوین و اجرا شود.

- در صورتی که مشتری خواهان دسترسی به سوابق کیفیت باشد باید قابل دسترسی باشد.

ممیزی داخلی کیفیت

سیستم کیفیت با برنامه ریزی مشخص در فواصل زمانی معین، توسط افراد آموزش دیده مورد ارزیابی قرار می گیرد. باید این ممیزی ها در جلسات بازرنگری مدیریت مطرح شود.

آموزش

کلیه افراد برای مشاغل و فعالیت های خود آموزش ببینند. این آموزش خصوصاً در مورد افرادی که فعالیت آنها تأثیر می گذارد اولویت دارد.

خدمات

در صورت وجود سیستم خدمات و گارانتی باید شرایط و روش های آن مشخص باشد.

فنون کاری

نیازهای مربوط به وسیله تکنیک های آماری مشخص و نتایج آن مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

مراحل استقرار نظام کیفیت

- ۱- برنامه ریزی
- ۲- شناخت سیستم
- ۳- انجام آموزش های مورد نیاز
- ۴- طراحی نظام کیفیت
- ۵- تهیه مستندات و دستورالعمل های کاری
- ۶- پیاده سازی و اجرا
- ۷- ممیزی داخلی و رفع مشکلات مشخص شده
- ۸- آماده سازی برای ممیزی خارجی

۹- ممیزی خارجی و رفع ایرادات گرفته شده

۱۰- ممیزی دوره ای خارجی و داخلی

مشکلات استقرار سیستم اطمینان از کیفیت

۱- عدم اهتمام و تصمیم گیری قاطع مدیریت

۲- برنامه زمان بندی عجولانه و غیرممکن

۳- اولویت های متناقض در شرکت

۴- کاغذبازی بیش از حد

۵- صرف زمان بیش از حد روی

فعالیت های جزئی و غیر مهم

۶- مقاومت کارکنان

مراحل دریافت گواهینامه کیفیت

- ۱- تماس با مؤسسه صادرکننده گواهی
- ۲- تکمیل پرسشنامه و ارائه اطلاعات مورد نیاز به مؤسسه.
- ۳- توافق مالی
- ۴- درخواست رسمی ممیزی
- ۵- ارزیابی اولیه (در صورت نیاز)
- ۶- برنامه ممیزی نهائی
- ۷- رفع ایرادات احتمالی
- ۸- بررسی ایرادات ردیف ۷ و یا ممیزی مجدد
- ۹- صدور گواهینامه
- ۱۰- ممیزی دوره ای

فلسفه و نگرش استاندارد تضمین کیفیت بر این پایه نهاده شده است که هر انسان باید خود به خود کارش را مطابق استاندارد انجام دهد نه این که فرد دیگری بعد از آن که کاری انجام شد، آن ها را ارزیابی نماید.

بنابراین استاندارد ISO به ما می آموزد که در بازار باید از قواعد مشترکی استفاده کرد، قواعدی که در نتیجه آن کالا با قیمت مناسب، به صورت مداوم، با تضمین ایمنی مصرف، یا رعایت حفاظت از محیط زیست در دسترس همگان قرار می گیرد.



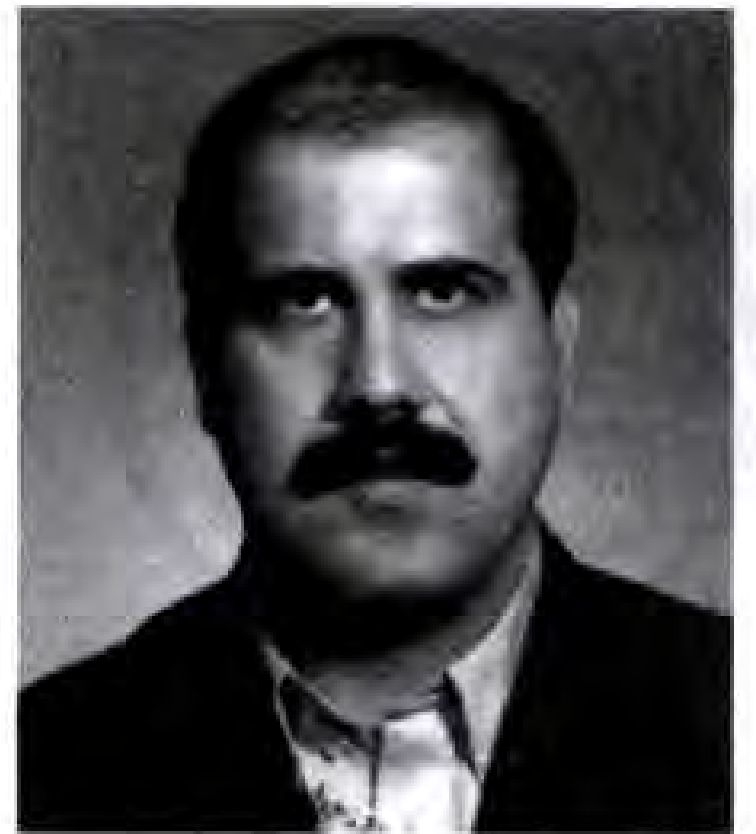
آموزش علمی، موضوعی فراموش شده در صنایع کفش

جعفر نادرپور مدیرعامل کفش نادر معتقد است: یکی از مهمترین دلایل عقب ماندگی صنعت کفش ایران به سستی بودن شیوه آموزش ها برمی گردد. او گفت: ۹۵ درصد کفش تولیدی ایران در کارگاه های ۴ تا ۵ نفره تولید می شود و انگشت شمار کارخانه هایی وجود دارد که به صورت انبوه نسبت به تولید کفش اقدام نمایند که البته با توجه به شرایط فعلی این کارخانه ها نیز دائماً رو به ضعف پیش می روند. وی افزود: همین شیوه مانع از گسترش آموزش و صنعتی شدن شیوه تولید کفش می شود. نادرپور ادامه داد: فعالان صنعت کفش از نظر تحصیلی در رده های پایین قرار دارند و هنوز به شیوه استاد- شاگردی کار آموزش کفاشی پیش می رود در حالیکه کشورهای دیگر با در دست داشتن نرم افزار و پیشرفته ترین تکنولوژی ها نسبت به طراحی و تولید کفش اقدام می کنند. او گفت: مدیریت کل سیستم صنعت کفش با مشکل مواجه است چرا که، دلایلی نظیر نبود آموزش آکادمیک، مدیریت یک کارخانه قائم به شخص است نه سیستم در نتیجه اگر مدیریت یک کارخانه مثلاً دو ماهی به مرخصی برود تولید و کیفیت آن کارخانه حداقل ۲۰ درصدی افت خواهد داشت. مدیرعامل کفش نادر اضافه کرد: علیرغم اینکه تولید کفش در ایران حرفه ای

کفش های تولیدی کارخانجات داخلی ایران مدت ها است دیگر همچون گذشته مشتری چندانی ندارد و مصرف کننده ایرانی کفش خارجی را بر تولید داخل ترجیح می دهد. بسیاری از

دست اندرکاران صنعت کفش معتقدند نبود آموزش در صنعت کفش از دلایل عمده عقب ماندگی صنعت کفش ایران در مقایسه با دیگر صنایع جهان است. برخی کشورهای در حال توسعه پای

آموزش تولید کفش را به مدارس فنی و حرفه ای و حتی دانشگاه ها باز کرده اند این در حالی است که در ایران حتی یک آموزشگاه نیز برای تولید کفش وجود ندارد.



مدیرعامل کفش نادر: حتی در مدارس فنی و حرفه‌ای نیز لزوم آموزش تولید کفش احساس نشده است.

او سپس اینطور نتیجه‌گیری کرد که برای حل مشکل آموزش لازم است ابتدا نظام آماری جامعی طراحی گردد.

نادرپور گفت: در این میدان نیز تادولتی‌ها وارد عمل نشوند و نخواهند صنعت را نجات دهند کاری از پیش نمی‌رود چرا که ریشه‌ای باید کار صورت گیرد و همه وزارتخانه‌های درگیر مثل وزارت امور اقتصادی و دارایی، وزارت بازرگانی و وزارت صنایع و معادن می‌توانند به راحتی این چارت سازمان را طراحی کنند چرا که متأسفانه هنوز این صنعت هیچ چارت سازمانی مشخصی ندارد و در نتیجه به دلیل نبود یک متولی خاص در طول این سال‌ها نه به آموزش توجه شده است نه به ارتقای کیفیت و طراحی کفش‌های تولیدی.

او گفت: چنین کاری نیاز به بودجه‌گزاری دارد که تأمین آن از عهده بخش خصوصی خارج است و در همه کشورها نیز خرید نرم افزار و برنامه ریزی آماری و... به عهده دولت‌هاست.

از سوی دیگر دکتر صرافی زاده استاد دانشگاه و کارشناس صنعت کفش گفت:

در دنیای امروز زیربنای توسعه آموزش است چرا که در سایه آموزش امکان رویش فکرهای نو فراهم می‌گردد.

او گفت: در شرایط امروز توقع مشتریان از نوع پوشاک عوض شده است چرا که در سال‌های پیش مشتری شما کفشی برای پوشیدن می‌خواست اما این روزها فرم کفش، وضعیت طراحی آن، شکل رویه، کفه، پاشنه و... به مؤلفه‌هایی تأثیرگذار برای انتخاب کفش تبدیل شده است.

این استاد دانشگاه افزود: اما از آنجا که بخش طراحی در ایران طی سال‌هایتمادی رشد نکرده و ضعیف باقی مانده است تولیدکنندگان کفش به کمی کاری رو آورده‌اند در حالیکه کمی پاسخگوی نیاز جامعه نیست. به هر حال یک کفش با توجه به شرایط، سلیقه، انتظارات، آب و هوای کشور طراحی می‌شود و تقلید از آن در جامعه دیگر نمی‌تواند انتظارات مشتری از کفش دلخواهش را برآورد سازد.



معضل اساسی ما این است که صنعت کفش در ایران متولی ندارد و در نتیجه به دلیل نبود یک متولی خاص در طول این سال‌ها نه به آموزش توجه شده است نه به ارتقای کیفیت و طراحی کفش‌های تولیدی.



ستی به حساب می‌آید اما هنوز حتی در مدارس فنی و حرفه‌ای نیز لزوم آموزش تولید کفش احساس نشده است در حالیکه این صنعت به راحتی جایگاه آن را دارد که حتی در دانشگاه صاحب کرسی شود.

نادرپور مهمترین مانع حرفه‌ای شدن آموزش تولید کفش در ایران را فقدان آمار دانست و گفت: هرگونه مدیریتی و هرگونه برنامه ریزی بدون آمار غیرممکن است چرا که بدون آمار امکان برنامه ریزی درست و بلند مدت وجود ندارد. او در توضیح این مطلب افزود: به عنوان مثال هنوز آمار دقیقی وجود ندارد که در کشورها چقدر کفش تولید می‌شود و یا اینکه چه تعداد کفش سالانه مورد نیاز است.

او گفت: در حال حاضر اینطور عنوان می‌شود که ایران ۷۰ میلیون نفر جمعیت دارد و اگر به طور متوسط هر فرد در طول سال ۳ جفت کفش مصرف کند، سالانه ۲۱۰ میلیون جفت کفش لازم داریم اما فقدان نظام آماری این امکان را نمی‌دهد.

**۹۵ درصد کفش
تولیدی ایران در
کارگاههای ۴ تا ۵ نفره
تولید می‌شود و انگشت شمار
کارخانه‌هایی وجود دارد که به
صورت انبوه نسبت به
تولید کفش اقدام
نمایند.**

که برنامه‌ریزان بدانند چند جفت کفش، چقدر دمپایی، چقدر سرپایی و چکمه و...

او افزود: از سوی دیگر هیچ فروشگاهی آمار دقیق فروش کفش خود را ارایه نمی‌کند تا حداقل از روی آمار فروش به مصرف کفش دست یابیم.

نادرپور گفت: این در حالی است که ۵۰ درصد بازار کفش ایران نیز در دست تولیدکنندگان خارجی است. البته کفش‌های خارجی در حالی بازار ایران را به دست گرفته‌اند که با تعرفه ۵۰ درصدی واردات قانونی کفش امکان‌پذیر نیست و حجم انبوه کفش‌های موجود بازار به صورت قاچاق وارد کشور می‌شود.

او گفت: فروشگاه‌ها نیز تمایل به فروش کالاهای بدون شناسنامه دارند و تن به فروش کالاهای شناسنامه‌دار که قیمت مشخصی دارد نمی‌دهند.



دکتر صرافی زاده :

بهترین راه حل باز کردن پای آموزش صنعت کفش در مدارس است در غیر این صورت شاهد خواهید بود که کم کم این شغل از بین می رود.

و ماشین آلات جدید وارد کشور شود و تولیدکنندگان با توجه به محرکه های محیطی نسبت به تولید کفش اقدام کنند.

صرافی زاده افزود: در تولید کفش باید دو مؤلفه «کلاسیک» و «مدرن» رعایت شود.

او اضافه کرد: در حال حاضر هیچ تفاوتی میان تولیدکنندگان کفش ایران وجود ندارد، یک مدل می آید همه کپی می کنند و همین مسأله سبب می شود وجه تمایزی میان تولیدات مختلف ایجاد نشود.

او گفت: نتیجه اسن وضعیت این می شود که هیچ کدام از تولیدکنندگان در ظرفیت اقتصادی تولید نکنند و هزینه سربار افزایش یافته و قیمت تمام شده کفش بالا رود.

او افزود: به دلیل وجود چنین شرایطی خرید کفش از سوی مردم نیز فصلی شده و تنها شب عید یا شهریور ماه، زمان بازگشایی مدارس تقاضای انبوه برای خرید کفش وجود دارد.

او بالا رفتن هزینه کفش را عاملی برای فاصله گرفتن صنعت کفش ایران از بازارهای جهانی دانست و گفت: تازمانی که صنعت کفش اقتصادی تولید نکند و قابل رقابت نشود در صادرات هم با مشکل مواجه می شویم.

او افزود: برای رفع مشکلات مذکور چاره ای جز آموزش آکادمیک تولید کفش و حاکم کردن استاندارد بر تولیدات نیست بدین ترتیب دیگر کسی طبق سلیقه عمل نمی کند و همه طبق استاندارد تعریف شده پیش می روند.

مدیر یک کارگاه ۵ نفره تولید کفش نیز در این خصوص گفت: در حال حاضر هیچ کدام از کارگاه های کوچک تولید کفش و حتی کارخانه های بزرگ از الگوی خاصی برای تولید کفش پیروی نمی کنند و همین امر سبب شده است سلیقه ها جایگزین استاندارد ها گردد.

او در توضیح این مطلب افزود: به عنوان مثال یکی تخته کفش را مقوای کوپد و یکی از لاستیک استفاده می کند و حتی بعضی مواقع برای رفع مشکل از چرم استفاده می شود.



تولید کفش سال هاست کارگاهی و پدريشه
باقی مانده در حالیکه وقت آن رسیده است
که شکل سنتی تولید کفش به صورت صنعتی
در آید.



او گفت: تولید کفش سال هاست کارگاهی و پدريشه باقی مانده در حالیکه وقت آن رسیده است که شکل سنتی تولید کفش به صورت صنعتی در آید.

او افزود: متأسفانه در شرایط کنونی حالتی پیش آمده که کمتر جوانی رغبت به یادگیری کفافی نشان می دهد چون هنوز این صنعت در جامعه به عنوان یک فن تعریف نشده و هیچ جایگاهی برای آموزش کلاسیک ندارد.

صرافی زاده ادامه داد: تا سی سال پیش مردم چین، مالزی، تایوان و کره کفش نمی پوشیدند و به علت شرایط آب و هوایی از دمپایی و سرپایی استفاده می کردند اما به علت درک شرایط حالا به یکی از بزرگترین تولیدکنندگان کفش تبدیل شده اند چرا که برای این حرفه یک جایگاه آموزش کلاسیک تعریف کرده اند و مماس با زمان حرکت کرده اند و توانسته اند جلو بیفتند.

او اضافه کرد: معضل اساسی ما این است که صنعت کفش در ایران متولی ندارد یعنی هیچ کانون هدایتی در این صنعت وجود ندارد تا بتواند افکار گردانندگان

در حال حاضر هیچ

تفاوتی میان

تولید کنندگان کفش ایران

وجود ندارد، یک مدل می آید

همه کپی می کنند و همین مساله

سبب می شود وجه تمایزی

میان تولیدات مختلف

ایجاد نشود.

این صفحه را متحول نموده و فرمو خاصی ارایه دهد.

او گفت: همین مسأله سبب شده است جنبه های علمی مسأله در تولید کفش در نظر گرفته نشود، به عنوان مثال کفش های مختلف شماره های مختلف دارد در حالیکه اگر در خارج بخواهید کفش بخرید حتماً یک شماره مشخص متعلق به پای شماست.

این کارشناس صنعت کفش افزود: بهترین راه برای حل این مشکل باز کردن پای آموزش صنعت کفش در مدارس است در غیر این صورت شاهد خواهید بود که کم کم این شغل از بین می رود چون به هر حال سنتی ماندن حرفه ها سبب از بین رفتنشان می گردد.

او گفت: برای تغییر این شرایط نیاز است که تکنولوژی دباغی، رنگرزی، تولید

متولی آموزش صنعتگران در کشور کیست؟

بارها در این نشریه بخصوص در این بخش در مورد مساله آموزش صحبت به میان آورده شده، چرا که در صنعت بخصوص صناعی که دوران گذار از سنتی به صنعتی را طی می نمایند از اهمیت خاصی برخوردار می باشد.

ولی پرداختن به مساله آموزش نیاز به زمینه های مختلف داشته که از آن جمله اعتقاد به آموزش، مشخص بودن متولی و یا متولیان آموزش، تاءمین منابع و در نظر گرفتن بودجه برای آموزش، شناخت نیازهای آموزشی، هدف از آموزش، برنامه ریزی های آموزشی و فراهم بودن و یا فراهم نمودن امکانات آموزشی چه از نظر سخت افزار و چه از نظر نرم افزارهای مورد نیاز می باشد.

آنچه که مسلم است به دلیل وجود احساس نیاز به توسعه، در سطوح مختلف به مساله آموزش اعتقاد داشته ولی همگی به دنبال متولی و یا متولیان آموزش در صنعت می گردند.

حال این سوال مطرح می گردد که کدام از ارگان ها، سازمان ها و یا موسسات در کشور مسئولیت آموزش های صنعتی و حرفه ای را بر عهده دارند؟ وزارت صنایع؟ وزارت کار و امور اجتماعی؟ سازمان فنی و حرفه ای؟ دانشگاه ها و موسسات آموزشی؟ و یا جوامع، انجمن ها و تشکل های صنعتی؟

در شرح وظایف کدام یک از وزارتخانه ها، ارگان ها و یا موسسات مساله آموزش گنجانده شده؟ بودجه آموزش های صنعتی به کدام یک از ارگان های یاد شده تخصیص می یابد؟ قانون و یا قوانین جاری کشور به کدام یک از آنها مجوز دریافت عوارض مختلف را بعنوان متولی آموزش صنعتی داده است؟

آیا وجود معاونت ها و تشکیلات سازمانی در وزارتخانه ها و ارگان های ذیربط تحت عناوین مختلفی نظیر آموزش و تحقیق و دریافت بودجه و یا عوارض از کارخانجات و یا صاحبان صنایع به منظور بالا بردن سطوح تخصصی آنان جوابگوی نیازهای آموزش تخصصی در کشور بوده

است؟

آیا از سوی هر یک از ارگان های مربوطه هیچگونه برنامه و یا برنامه های آموزشی که نتیجه آن ارتقاء سطح دانش فنی و یا حرفه ای صنعت در کشور شده باشد ارایه گردیده و یا می گردد؟

آیا برگزاری همایش ها و یا سمینارهای آموزشی آن هم با حضور و شرکت تنها کارکنان موسسه برگزار کننده و یا برخی از اساتید دانشگاه ها و یا موسسات آموزشی کافی می باشد؟

صنعت گران معتقدند در حالی که دولت به عناوین مختلف مالیات ها و عوارضی را تحت آموزش از آنان دریافت می کند می بایستی درآمدهای حاصله را صرف آموزش کارکنان آن صنعت کرده و از این بابت هیچ مسئولیتی را متوجه خود نمی دانند. از سوی دیگر هرگاه یکی از موسسات صنعتی اقدام به آموزش کارکنان خود از طریق برگزاری کلاس های آموزشی کرده و یا با صرف هزینه های زیاد امکان آموزش کارکنان خود را فراهم کرده است با پیشنهاد بهتر رقبا به کارکنان آموزش دیده آنان رو به رو شده و آنان را از دست داده است. این مساله باعث گردیده که آنان نیز انگیزه آموزش کارکنان خود را از دست داده اند.

از آنجا که در اساسنامه تشکل های صنعتی، آموزش یکی از اهداف اصلی است ولی باید توجه داشت این تشکل ها بودجه و امکانات لازم را در اختیار ندارند و تنها می توانند در زمینه های شناخت نیازهای آموزشی، برنامه ریزی، معرفی منابع علمی و صنعتی و در اختیار قرار دادن مدرسين به متولی آموزش اقدام کنند.

با توجه به مطالب فوق می باید متولی آموزش صنعت در کشور مشخص شده، نیازهای آموزشی شناسایی و جهت بر طرف کردن آنان برنامه ریزی شده و منابع مالی لازم به آن اختصاص داده شود و با استفاده از متخصصین داخلی و خارجی در اجرای آنها همت گماشت.





اولین دوره آموزش طراحی و مدل سازی کفش به پایان رسید

اولین دوره آموزش طراحی و مدل سازی کفش که در تاریخ ۸۲/۲/۲۷ در مرکز آموزش تحقیقات وزارت صنایع به همکاری جامعه صنعت کفش آغاز شده بود در تاریخ ۸۲/۳/۲۵ با موفقیت به پایان رسید در ارتباط با نحوه برگزاری این کلاسها و مفید بودن آن با مسئولین اجرایی آن، اساتید و شرکت کنندگان در کلاسها نظر منجی شد که به شرح ذیل می آید:

• مهندس نبوی مدیر عامل مرکز آموزش و تحقیقات در مورد مفید بودن این کلاسها به خبرنگار صنعت کفش گفت: اگر این دوره ها با همکاری جامعه توسعه پیدا کند و هر چه این کلاسها گسترده تر و متعدد تر شود هم اطلاع رسانی بیشتر میشود و هم نیازهای شرکت کنندگان بر آورده خواهد شد ما نیز برای ارتقاء سطح علمی این کلاسها تلاش می کنیم. بهر حال برای استارت کار این دوره ها بنظر بسیار مفید می رسد متهمی باید برای تکمیل و تخصصی تر کردن آن از طرف دولت حمایت شود زیرا این دوره ها در کشور جدید است.

وی در مورد این سوال که آیا برای تشکیل کارگاههای عملی که نیازمند هزینه ای گزاف خواهد بود از طرف سازمان یا وزارتخانه ای تأمین بودجه و هزینه خواهد شد یا خیر گفت: البته برای کار عملی حتماً نیاز نیست کارگاه تأسیس کنیم می توانیم از امکانات و کارگاههای موجود در صنعت کفش نیز استفاده کنیم. در کل این دوره ها مفید است ولی کافی نیست همچنین می توان برای تکمیل این دوره ها توره های آموزشی داخلی و خارجی تشکیل داد که شرکت کنندگان همراه اساتید و با متخصصین مراکز تولیدی کفش را چه در داخل و چه در خارج از نزدیک مشاهده کنند و ایده های نو بدست آورند

• منصور بتویی مدیر آموزش جامعه صنعت کفش نیز در مورد نحوه برگزاری این کلاسها گفت: بدون شک هیچکس بهتر از دانشجویان، اساتید و مدیران برنامه ریز نمی دانند که کیفیت برگزاری دوره ها چگونه بوده است با این حال تصور این است که با توجه به تجربیات ارزشمند مرکز آموزش و تبحر اساتید و

علاقه مندی دانشجویان به شرکت در این دوره ها موجب گردیده که این دوره ها از کیفیت بالایی برخوردار باشند - وی در مورد این سوال که چه انگیزه ای باعث شد که جامعه صنعت کفش پس از مدت ها تأخیر مجدداً شروع به برپایی دوره های آموزش کند گفت: هدف، آشنایی شرکت کنندگان با تجربیات و دست آوردهای روز در صنعت کفش و چرم بوده است و جامعه بنا دارد با همکاری سایر جوامع تخصصی در قالب یک برنامه ریزی مدون موارد ضروری آموزشی را شناسایی و در جهت رفع نیازهای این صنعت حرکت کند.

- جامعه صنعت کفش چه برنامه ریزی هایی را برای آینده تهیه و تدوین کرده است ؟

۱- بر اساس توافق در یک پروتکل همکاری فی مابین ایران و ایتالیا قرار است که طرف ایتالیایی استادانی را جهت آموزش استادیاران ما به ایران بفرستند.

۲- جامعه در نظر دارد با هماهنگی اتحادیه های صنعت کفش و چرم هر استان نسبت به برگزاری دوره های آموزشی در آن استان اقدام نماید.

۳- جامعه در نظر دارد برای ارتقاء سطح علمی و صنعتی اعضاء خود مدیران و کارشناسان زبده ای را که قبلاً در دوره های آموزشی جامعه شرکت نموده اند انتخاب و جهت آموزشهای عالی به ایتالیا اعزام کند.

۴- وزارت صنایع برای حمایت از این صنعت و کمک به دانشجویان و ارتقاء سطوح آموزش بنابه پیشنهاد جامعه در نظر دارد بخشی از هزینه های برگزاری دوره های آموزش را تقبل کند.

• اساتید این دوره ها خانمها «مهندس سهیلا فتحیه و روشنگر داوری» نیز در مورد وضعیت برگزاری این دوره به خبرنگار صنعت کفش گفتند: دوره ای که ارائه شد از لحاظ زمان بندی و خدمات مناسب بود متهمی باید برای تکمیل کردن آن شرایط زیر نیز احصال گردد:

۱- این دوره های مقدماتی، دوره های پیشرفته نیز داشته باشد.

۲- همچنین برای افراد کم تجربه کلاس پیش نیاز مقدماتی نیز گذاشته شود تا از نظر سطح اطلاعات با

دیگران در یک وضعیت قرار گیرند.

۳- دوره عملی در کارگاه برای دانشجویان در نظر گرفته شود تا تئوری هایی که در کلاس آموخته شد در کارگاه بصورت عملی آنرا پیاده کنند که این امر نیازمند هزینه و زمان بیشتری است که در آن صورت دوره های تکمیلی از ۶ ماه تا ۴ سال طول خواهد کشید که در آن مقطع نیاز به استاتید مجرب می باشد.

۴- واحد طراحی در واقع پیش نیاز کلاس مقدماتی است زیرا یکسری از شرکت کنندگان به اصول زیاشناسی آشنایی ندارند.

۵- حضور در تولیدیهای کفش ماشینی و دستی به عنوان درس عملی و آشنا شدن از نزدیک به کار تولید.

۶- عوض شدن طرز فکر شرکت کنندگان، متأسفانه بعضی از شرکت کنندگان با فکر و نیت و منظور خاص خود مثلاً یادگیری صرف کفش مردانه... در کلاس شرکت می کنند و سایر موارد را برای خود ضروری نمی دانند.

۷- این آیتم که از همه مهمتر است در صورت در اختیار داشتن امکانات و بودجه بیشتر امکان پذیر خواهد بود خرید نرم افزار Shoe master آقای توریلی است که برای دوره های تکمیلی بسیار مفید و ضروری خواهد بود این نرم افزار، اطلاعاتی را در زمینه طراحی، مدلسازی، گرییدن (نمره بندی) برش و غیره در اختیار شرکت کننده خواهد گذاشت. مثلاً اجرای این آیتم ها برای دوره های بعدی بسیار ضروری و مفید خواهد بود.

شرکت کنندگان در کلاس نیز خواستار امکانات و لوازم بیشتر در صورت امکان شدند و معتقد بودند ۱- این کلاسها باید بصورت پیشرفته ادامه پیدا کند

۲- کلاس بر طبق سطح اطلاعات شرکت کننده دسته بندی شود ۳- این کلاس به شکل عمقی نبوده و فقط در سطح ضروریات اولیه برگزار شد ۴- منبع اطلاعات و پاسخگویی باید وجود داشته باشد که وقتی این تئوریها در تولید بکار برده شد اگر به مشکل برخوردیم بتوانیم برای رفع مشکل به آنجا رجوع یا در تماس باشیم.

کلاً شرکت کنندگان نیز این کلاسها را برای شروع مفید دانسته و خواستار بر طرف کردن نقاط ضعف نامبرده شده بودند. لازم به ذکر است که دوره های بازاریابی و فروش کفش بزودی شروع خواهد شد. و دوره های تکمیلی دیگر در زمینه چرم و کفش نیز به صورت اطلاعاتیه در ماهنامه صنعت کفش و سایر جراید اعلام خواهد شد.



به بهانه تشکیل هیئت امناء مرکز آموزش و تحقیقات صنایع کفش و چرم در دانشگاه صنعتی امیرکبیر

شیخ ابوسعید ابوالخیر یکی با ربه طوس رسید. مردمان از شیخ استدعای مجلس کردند. شیخ اجابت کرد. بامداد در محافل استاد تحت بنهادند و مردم می آمد و می نشست. چون که کسی به جای نماند، معروف برخاست و گفت: «خدایش بیامرزد که هر کسی که از آنجا هست یک گام فراتر آید.» شیخ گفت: «سلی الله علی محمد و آله احسن» و دست بر روی فرود آورد و گفت: «هر چه ما بنوالمسلم گفت و جمله و نام بران بگفته اند، او گفت: خدایش بیامرزد که هر کسی از آن جا که هست یک گام فراتر آید.» چون این قلمه بگفت از تحت فرود آمد و آن روز پیش از این نگفت.

سواد درگروه سنی ۱۰-۲۵ سال درکل جمعیت که درسال ۱۳۵۵ معادل ۶۳ درصد بود به ۹۷/۴٪ درسال ۱۳۸۰ رسید. جالب آنکه سرعت رشد باسوادی در زنان به مراتب بیشتر از مردان بود. درصد باسوادی زنان درگروه سنی فوق که درسال ۱۳۵۵ حدود ۴۹ درصد بود درسال ۱۳۸۰ به حدود ۹۷٪ رسیده است. رشد فوق العاده باسوادی زنان نه تنها باعث روی آوردن آنان به بازار کار و عرصه فراوان نیروی کار می شود بلکه تغییر ساختار سرمایه گذاری مشاغل را به دنبال خواهد داشت.

۷- میانه و میانگین سنی جمعیت کشور در سال ۱۳۸۲ به ۲۲/۸ و ۲۶/۸ سال ارتقاء یافته. افزایش تدریجی این دو شاخص نمایانگر تجمع و تراکم سنی جمعیت در میانه هرم سنی و در واقع در سنین کار و فعالیت است. این پدیده با زتاب مولید و رشد انفجار آمیز جمعیت دهه ۱۳۶۰ است که در دهه ۱۳۸۰ به طور بارزتری نمود پیدا می کند. این امر یکی از چالش های اصلی اقتصاد ایران است.

۸- نسبت جمعیت بالقوه فعال (۱۵-۶۴ ساله) بویژه بخش جوان و آغازین آن روندی صعودی را طی خواهد کرد و از ۶۰٪

بررسی افراد شاغل در بخش صنعت به تفکیک سطوح تحصیلی در سال ۱۳۷۸ بیانگر این مطلب است که ۶۵٪ از نیروی کار بخش صنعت را افراد زیر دیپلم و بی سواد تشکیل می دهند. ۲۴٪ کارکنان دارای دیپلم بوده و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۱۱٪ از کل شاغلان بخش صنعت هستند.

۴- در بررسی وضعیت تحصیلات نیروی انسانی شاغل در ۴۹۹ واحد تولید کننده انواع کفش ماشینی دارای پروانه بهره برداری از وزارت صنایع و معادن در سال ۱۳۸۰ حدود ۸۴٪ دارای تحصیلات ابتدایی و ۱۰٪ متوسطه و دیپلم و ۱٪ از شاغلین تحصیلات دانشگاهی داشتند.

۵- در سال ۱۳۸۰ نرخ بیکاری فارغ التحصیلان دانشگاهی قریب به ۲۱٪ درصد در مقابل نرخ بیکاری ۱۴/۲ درصد در کشور بوده است. گسترش دانشگاهها و مراکز آموزش عالی موجب افزایش تعداد فارغ التحصیلان و در نتیجه عرضه بیشتر نیروی کار تحصیل کرده شد.

۶- نرخ باسوادی جمعیت ۶ ساله و بیشتر کشور از ۲۸۷٪ در سال ۱۳۵۵ به بیش از ۸۰٪ در سال ۱۳۸۰ رسیده است. نسبت افراد با

بررسی های آماری زیر حاکی از شکاف بین صنعت و دانشگاه از یک طرف و رابطه غیر منطقی بین اشتغال و تحصیل از طرف دیگر بیان می دارد، و ضرورت هرچه کاربردی عنوان تحصیلات دانشگاهی و فنی و حرفه ای را آشکار می سازد.

۱- بررسی سهم کارکنان در سطوح مختلف مهارتی از کل کارکنان گویای این مطلب است که بطور متوسط حدود ۲۷٪ از کارکنان بخش صنعت کارکنان غیر تولیدی هستند.

۲- توزیع نسبی شاغلان بر حسب وضع سواد و سطح تحصیلات نشان می دهد که همواره حدود ۲۰٪ از شاغلان کشور را بی سوادان تشکیل میدهند. سهم شاغلان دارای مدرک تحصیلی دیپلم و آموزش عالی در حدود ۲۷/۶٪ در سال ۱۳۸۰ گزارش شده است.

۳- با وجودی که کیفیت نیروی کار از نظر سطح تحصیلات طی سالهای ۷۳ تا ۱۳۷۸ در هر دو بخش عمومی و خصوصی به میزان درخور توجهی بهبود یافته است لیکن هنوز شاغلان بخش صنعت از لحاظ تحصیلات پایین تر از متوسط شاغلان کشور است.

دانشگاه صنعتی امیر کبیر

دانشگاه صنعتی امیر کبیر

دانشگاه صنعتی امیر کبیر

در سال ۱۳۷۸ به ۶۵٪ جمعیت در سال ۱۳۸۲ رسیده است. که به منزله گسترده شدن جمعیت بالقوه فعال و عرصه نیروی کار جدید و لزوم توجه به ایجاد فرصت های شغلی بیشتر است.

۴- ۴۷۹ درصد بیکاران در سال ۱۳۸۰ بر حسب تحصیلات به افراد دارای تحصیلات دیپلم به بالا تعلق دارد.

۱۰- بر حسب گروه های عمده سنی و تفکیک جنس نشان میدهد که ۶۲/۴ درصد بیکاران در گروه سنی ۲۴-۱۵ ساله قرار دارند و حتی به کمتر از نصف گروه سنی ۲۵-۲۹ ساله میرسد این شاخص برای گروه های سنی ۴۰ ساله به بالا حتی به کمتر از ۴٪ کاهش می یابد این عوامل نشان میدهد که تجربه کاری نقش اساسی در کارایی و اشتغال نیروی کار ایفا می کند به عبارت دیگر مهارت و تخصص نیروی کار جوان (حتی تحصیل کرده) در بیکار گیری آموزه های خود، موجب عدم اشتغال بازار کار در جذب آنان میشود. این امر حاکی از غیر کاربردی بودن و عدم تناسب آموزش و نیاز های بازار کار کشور است. بطوریکه بیش از آن که آموزشها سبب افزایش مهارت نیروی کار شود به بالا بردن سطح توقعات متناسب با مدارک تحصیلی آنها منتهی می گردد. بنابراین نیاز است نسبت به نظام های آموزش عمومی، فنی و حرفه ای و عالی تجدید نظر مناسب با شرایط بازار کار به عمل آید.

۱۱- الگوی مصرف کفش در کشور نیز بدلیل تغییر ساختار درونی جمعیت به لحاظ افزایش شدید جمعیت فعال در گروه سنی (۱۵-۶۵ ساله)، افزایش جمعیت جوان و نوجوان کشور (۷۰٪ کمتر از ۳۰ سال) افزایش جهت شهرنشین و افزایش چشمگیر نرخ باسوادی، بالا رفتن سطح تحصیلات و فارغ التحصیلان دانشگاهی و سرعت افزایش حضور زنان در بازار کار و نوع نیاز تداوم گذشته را نخواهد داشت.

۱۲- در کشور ما که متجاوز از یک سوم جمعیت آن زیر ۱۵ سال است و حدود ۱۳ میلیون نفر از جمعیت کشور شامل دانش آموزان، دانشجویان، معلمان و استادان دانشگاهها درگیر هستیم آموزش رسمی هستند توجه به امر آموزش در توسعه صنعتی و انسانی دارای اهمیت بسیار است.

انتخاب بین آموزش پایه و آموزش متوسطه و عالی و نیز آموزشهای فنی و حرفه ای و هماهنگ سازی نیازهای آموزش کشور با تقاضای موثر در بازار کار در بعد ملی دارای جایگاه ویژه است.

۱۳- تشکیل هیئت امناء مرکز آموزش و تحقیقات صنایع کفش و چرم دانشگاه امیر کبیر در ۱۳۸۲/۹/۱۹ با همت ریاست محترم دانشکده نساجی دانشگاه امیر کبیر و دست اندر کاران صنایع چرم و کفش، این فرصت را بوجود خواهد آورد تا در شرایطی که رقبای خارجی در پاسخ به تغییر سلیقه

مصرف کنندگان و آگاهی از تغییر الگوی مصرف کفش در کشور هر روز جغرافیای فروش محصولات خود را وسعت می بخشند و به دنبال سهم بیشتری از بازار خانگی امروز ما هستند، بتوانند ضمن هماهنگی کلیه فعالیتهای آموزشی در زمینه و انجام برنامه ریزی های پژوهشی و تحقیقاتی و تربیت نیروی انسانی مورد نیاز صنایع کفش و چرم، بستر مناسبی برای پیوند صنعت و دانشگاه فراهم آورد. تا شاهد تحولاتی جدی در آینده این صنایع در عرصه های مختلف مدیریتی، طراحی، مدلسازی، تکنولوژی، تولید، بازاریابی و گرایش نیروهای جوان تحصیل کرده دارای مهارتهای لازم برای اشتغال در این صنایع باشیم. انشالله

صاحب دلی به مدرسه آمدن خانقاه

بشکست عهد صحبت اهل طریق را

گفتم میان عابد و عالم چه فرق بود؟

تا برگزیدی از آن، این فریق را؟

گفت آن گلیم خویش به در می کشد ز موج

وین جهد می کند که بگیرد غریق را

سعدی

علی لشگری

به زودی رشته چرم و کفش در دانشگاه امیر کبیر راه اندازی خواهد شد

با توجه به اهمیت چرم و وجود پوست و سالامبور در کشور و تبدیل آن به محصول تمام شده مانند کیف و کفش و پوشاک چرمی و... اهمیتی که یک کفش خوب می تواند به عنوان یک پایوش در سبد خانوار و بهداشت و سلامتی خانواده ها داشته باشد و انسان را از هفته نوع بیماری که به ایات رسیده درمان کننده نیاز به تکنولوژی مدرن و آموزش قنون روز ضروری می باشد. این کار تنها با تاسیس انستیتی آموزشی، هنرستان و وجود رشته ای در این خصوص در سطح دانشگاهی میسر خواهد بود تا از این طریق افراد شاغل و دست اندرکار این صنعت و دانشجویان با تکنولوژی، دانش و قنون روز آشنا شده و در خدمت صنعت چرم و کفش کشور قرار گیرند لذا در راستای این امر دانشگاه امیر کبیر با اتفاق انجمنهای چرم و کفش و سایر سازمانهای ذیربط در صدد راه اندازی رشته ای در زمینه چرم و کفش بر آمدند که در این خصوص نشریه صنعت کفش مصاحبه ای را با دکتر لطیفی رئیس دانشکده نساجی و خانم دکتر داداشیان مشاور ریاست دانشگاه امیر کبیر و مدیر کل اداره انجمنهای علمی و دانشجویی این دانشگاه انجام داده تا از این طریق اطلاعات بیشتری در اختیار دست اندرکاران این صنعت قرار گیرد.

جزاینکه با کمک صنعت و دانشگاه این رشته راه اندازی شود. بنابراین در طی دو جلسه متشکل از صاحبان صنعت و همکاران دانشگاهی پیشنهاداتی ارائه و نهایتاً برای شروع کار تصمیم بر تشکیل هیئت امناء گرفته شد که یک گروه از آن مسائل مالی و گروهی دیگر مسئولیت آموزشی آنرا بعهده بگیرند. صورت جلسه دومین نشست به شرح زیر است:

دومین جلسه هیئت امناء در حال تاسیس بمنظور تأمین و برگزاری رشته چرم و کفش در دانشگاه صنعتی امیر کبیر در تاریخ ۸۲/۹/۱۹ حسب دعوت دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه در محل دانشکده برگزار و پس از بحث و تبادل نظر تصمیمات زیر اتخاذ گردید.

۱- لزوم تشکیل هیئت امناء برای تأمین رشته چرم سازی تأکید و هیئت امناء بشرح و



در ابتدا از دوره های رسمی شروع شود می توانیم از دوره های یکساله آزاد برای زود فارغ التحصیل شدن و جذب سریع افراد به بازار کار استفاده کنیم. ثانیاً دلیلی وجود ندارد تمام کارگاهها و آزمایشگاه در دانشگاه مستقر باشند. می توانیم در صورت لزوم از کارخانجات تولیدی و آزمایشگاههای آنها جهت کار عملی استفاده کنیم بنابراین، این بحث با انجمن صنعت چرم ایران مطرح شد و پیشنهاد کردیم که دوره های اولیه بصورت کوتاه مدت و آزاد شروع و مدرک رسمی نیز در پایان دوره صادر شود و قرار شد با کمک صنایع و متخصصین آنها انجام پذیرد زیرا ما در حال حاضر دارای اساتیدی که صد درصد در زمینه چرم تخصص داشته باشند نیستیم

● دکتر لطیفی رئیس دانشکده نساجی دانشگاه امیر کبیر در ارتباط با تشکیل هیئت امناء در خصوص راه اندازی رشته چرم و کفش و تاسیس آن در دانشگاه امیر کبیر گفت: بدلیل اینکه این رشته در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد در سطح دانشگاه های ایران وجود ندارد این بحث از سه سال پیش در دانشگاه شروع شد و اصرار زیاد بر این بود که در این سطوح دوره برگزار گردد در نتیجه در صدد راه اندازی و مشاهده کردیم تنها رشته ای که به چرم نزدیکتر است رشته نساجی است نهایتاً پیشنهاد شد این رشته در دانشکده نساجی ارائه شود و در طی این سه سال بطور مداوم کارهای زیادی صورت گرفت سیلابهای دوره کارشناسی با گرایش در شیمی نساجی و الیاف طراحی شدولی زمانیکه برآورد هزینه شد بدلیل اینکه هیچ کارگاه و آزمایشگاه خاصی مربوط به این رشته در دانشگاه وجود نداشت بنظر رسید که این طرح غیر قابل اجرا باشد در نتیجه ادامه کار بدلیل عدم تأمین هزینه متوقف شد لذا از روشهای دیگر استفاده کنیم یعنی در واقع لزومی ندارد که

کمیته آموزشی	
دانشکده مهندسی نساجی	۲ نفر
سهند تبریز	۱ نفر
دانشگاه هنر	۱ نفر
آموزش و تحقیقات وزارت صنایع و معادن	۱ نفر
انجمن صنعت چرم	۱ نفر
جامعه صنعت کفش	۱ نفر
موسسه تحقیقاتی علوم دامی کشور	۱ نفر

ترکیب زیر تشکیل گردید.

۲ - مقرر شد کمیته آموزشی و مالی و تشکیلات در جلسه بعدی هیأت تشکیل و ترکیب سازمانی آن در این جلسه مشخص گردد.

۳ - مقرر شد که سیلابس های آموزشی دوره یکساله در رشته تخصصی چرم و کفش از بین فارغ التحصیلان رشته های فنی باشد و در اختیار اعضا قرار گیرد بررسی و نظرات اعضا در فرصت ده روزه از این تاریخ در اختیار دانشکده مهندسی نساجی قرار خواهد گرفت.

۴ - جلسه بعدی هیأت امناء در تاریخ ۸۲/۱۰/۲۲ ساعت ۸ صبح در محل دانشکده مهندسی نساجی برگزار خواهد شد.

۵ - مقرر شد اعضای کمیته ها به تعداد ۷

کمیته ملی	
دانشکده مهندسی نساجی	۱ نفر
انجمن صنعت چرم	۲ نفر
جامعه صنعت کفش	۳ نفر
وزارت صنایع دار و گل نساجی و چرم	۱ نفر
سورای چرم سازی تبریز	۱ نفر
اتحادیه صنایع کتنگان پوست و چرم	۱ نفر
اتحادیه صنایع کتنگان کفش تبریز	۱ نفر

کمیته تشکیلات :	
دانشکده مهندسی نساجی	۱ نفر
انجمن صنعت چرم	۱ نفر
جامعه صنعت کفش	۱ نفر

نفر با ترکیب آن باشد

۶ - بنا به پیشنهاد آقای عرب قرار شد ایشان در خصوص معافیت خدمت نظام وظیفه کسانی که پس از اخذ کارشناسی وارد دوره یکساله آزاد می شوند بحث و پیگیری و در جلسه بعدی گزارش شود.

۷ - مقرر شد دبیرخانه هیأت امناء در دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه امیرکبیر و ریاست آن نیز با دکتر لطیفی باشد.

۸ - بنا به پیشنهاد مهندس عباس نژاد جلسه ای با حضور مهمانان ایتالیایی از شرکت ARS ART که در زمینه آموزشی در خصوص مد و کفش و طراحی فعالیت دارند روز چهارشنبه مورخه ۸۲/۹/۲۶ در محل دانشکده برگزار شد. (ساعت برگزاری

۱۰ صبح)

۹ - دعوت نامه توسط انجمن ها تهیه و به امضاء ریاست دانشکده ارسال خواهد شد.

۱۰ - پیگیری رسمیت دادن به هیأت امناء و مجوز کار با ریاست دانشکده مهندسی نساجی دکتر لطیفی می باشد. حاضرین در جلسه :

دکتر لطیفی - مهندس صالحی - دکتر منتظر - مهندس حمیدی - مهندس عباس نژاد - مهندس ترکمان - مهندس دهقانی - مهندس عرب - مهندس لشکری - مهندس نصریان - مهندس سروش فر - دکتر دادشیان - دکتر انصاری زمانی

و اگر دستور تشکیلات این هیأت امناء از طرف ریاست دانشگاه تأیید و به آن قدرت قانونی و اجرایی داده شود این جلسات تشکیل خواهد شد. این کمیته ها نیز می توانند مسائل مالی و آموزشی آنها پیگیری کنند. اولین مرحله کاری بحث سازمان یونیدو و کشور ایتالیا و همکاری آنها خواهد بود که کمک آنها باید از طریق سازمانهای دولتی مثل وزارت صنایع صورت گیرد و قرار است این مکاتبات توسط جامعه صنعت کفش پس از صحبت با مدیر کل نساجی و چرم با کشور ایتالیا انجام شود تا این دوره یکساله آزاد با حضور کارآموزانی شامل: مدیران صناعی که در حال حاضر شاغلند و کارشناسانی که گرایش رشته کارشناسی آنها یکی از رشته های مهندس شیمی، شیمی نساجی، شیمی محض و پلیمر می باشد هر چه زودتر شروع شود. دکتر لطیفی در مورد جذب و گرایش دانشجویان به رشته چرم و کفش گفت: این رشته مورد نیاز بازار کار است و به نفع دانشجویان خواهد بود که در این رشته فارغ التحصیل شوند چون بازار کار آن فراوان است ضمن اینکه در رشته مهندسی فارغ التحصیل میشوند مقطع ارشد را نیز در این رشته که باب آن باز شده شروع خواهند کرد و در آینده نگرانی جهت بازار کار برای این رشته وجود نخواهد داشت. وی افزود: زمانیکه کارهای اداری تمام شد به مرحله

تبلیغات خواهیم رسید که قطعاً دانشگاه با امکاناتی که دارد و با کمک انجمنها و جامعه و منابع و نشریات آنها جهت جذب دانشجویان تلاش خواهیم کرد. و اگر بحث تشکیل هیأت امناء و سایر کارهای اداری زودتر حل شود مطمئناً دانشگاه برای دوره یکساله آزاد در مهر ماه سال آینده دانشجویان خواهد پذیرفت. وی در مورد سایر دانشگاهها و هنرستانها که در این زمینه قصد فعالیت دارند یا از قبل مشغول به این کارند گفت: وجود هر کدام از آنها بدلیل گستردگی این رشته هیچ منافاتی با کار ما ندارد و نیاز شدیده تمام سطوح آموزشی: کاردانی، تکنیسی، کارشناسی، ارشد، و مدیریت وجود دارد و شاید نیاز باشد که با هم همکاری نمایم. در غیر این صورت دانشگاه تبریز، مشهد شمال هر کدام می توانند افراد بومی خود را بنا به نیاز استان آموزش داده در خدمت صنایع استان قرار دهند دانشگاه امیرکبیر نیز می تواند برای استان تهران و استانهای که فاقد امکانات دانشگاهی در این رشته می باشند فعالیت کند ولی در کل هر چه مؤسسات آموزشی در این رشته بیشتر باشد مطمئناً مفید خواهد بود وی افزود: جلسه بعدی که در ۸۲/۱۰/۲۲ در دانشکده نساجی برگزار می شود اسامی و حکمها مشخص خواهد شد و امیدواریم که در دو جلسه بعدی به طور رسمی هیأت امناء و کمیته های زیر مجموعه آن مشخص شود. انشالله با همکاری نشریات صنعت چرم و صنعت کفش و انجمنهای مربوطه بتوانیم اطلاعاتی بیشتر در زمینه این صنعت کسب کنیم وقتی این مسئله قطعی شد حتی به صورت اطلاعیه در نشریات مربوطه به اطلاع دست اندکاران صنعت خواهد رسید.

● خانم دکتر دادشیان مدیرکل انجمنهای علمی این دانشگاه که قرار است مسئولیت علمی این هیأت را در آینده به عهده بگیرد نیز در این مورد گفت: با توجه به اهمیت چرم و وجود سالامبور در کشور و دام که به عنوان یک مزیت نسبی برای کشور

محسوب می شود متأسفانه در زمینه آموزشهای تخصصی در صنعت چرم کار



زیادی صورت نگرفته و بیشترین درصد سالامبور در حال حاضر صادر می شود و ارزش افزوده زیادی از فروش این محصول بدست نمی آید و مجبوریم چرم رامجدد وارد کنیم بخصوص در زمینه صنعت کیف و کفش که وابسته به صنعت چرم است می بینیم که اکثر چرمهای خوب وارداتی است از آنجایی که معتقدیم چیزی رشد نخواهد کرد مگر اینکه بسترهای آموزشی و تخصصی آن رشته مهیا شده باشد تصمیم بر این گرفته شد رشته چرم و کفش راه اندازی شود واقعیت در مورد این رشته بخاطر نوع تخصصی را که دربرمیگیرد اینست که در اکثر جاهای دنیا رشته نساجی و چرم با هم تدریس می شود ولی متأسفانه در ایران در مورد این مسئله مهم غفلت شده و تقریباً جایگاه علمی چرم از بین رفته و هنوز به روش سنتی روی آن کار می شود و از آنجائیکه راه اندازی این رشته هزینه بردار است و دانشگاهها نیز در حال حاضر توان این کار را ندارند تصمیم بر این گرفته شد الگوی جدیدی با کمک صنعت چرم و کفش راه اندازی شود و هیئت امنائی از ترکیب دست اندر کاران این صنعت و دانشکده نساجی امیر کبیر و ... تشکیل شد و تقسیم وظایف شد که امیدواریم بتوانیم هم از کارشناسان موجود در صنعت برای تدریس این رشته استفاده کنیم هم از مدرسین و اعضا هیئت علمی این دانشکده و در موارد عملی از آزمایشگاهها و کارگاههای موجود در خود صنایع و کارخانجات چرمسازی استفاده شود. وی در مورد دانشجویان متقاضی و

راغب برای تحصیل در این رشته گفت: در ابتدا با توجه به نیاز شدید این صنعت به آموزش، تصمیم بر این گرفته شد مدیران صنایع نیز در آموزش آزاد یکساله شرکت کنند. هدف رشد تخصص در کشور است نه مدرک گرایی صرف. متأسفانه در بعضی موارد آن اتصالی که باید بین تخصص و نیاز صنعت کشور باشد وجود ندارد. بنابه نیاز شدید و ضروری این صنعت یک دوره کوتاه مدت یکساله برای دوره کارشناسی ارشد فارغ التحصیل در رشته شیمی که بتوانند در رشته های تخصصی یعنی فینیشینگ چرم کار کنند و رشته مدیریت در نظر گرفته شد که هر چه سریعتر جذب بازار کار شوند. از طرفی چون دانشکده نساجی رشته مدیریت نساجی را هم در مقطع کارشناسی ارشد تدریس می کند می تواند دانشجویان این مقطع را تشویق کند که ترهای کارشناسی ارشد خود را در زمینه چرم تحقیق کنند و صاحبان صنایع چرم و کفش هم با همکاری و حمایت مالی از دانشکده می توانند این ترها را کاربردی کنند که در نهایت مشتری گرا خواهد بود یعنی تحقیقی خواهد بود که مشتری چشم انتظار پاسخ این تحقیق در بیرون دانشگاه است و یکی از ضعفهایی که در دانشگاه های ما وجود دارد همین است که کسی در بیرون دانشگاه منتظر پاسخ تحقیقات نیست و امیدواریم بروزی برسیم که در این کشور تحقیقات در خدمت کاربرد باشد. دکتر داداشیان در مورد هیئت امناء و دامنه فعالیت آن، اهداف، اساسنامه و اعضا اینک بر چه اساسی انتخاب شدند توضیحاتی داد وی گفت: کلاً تیمی که جهت هیئت امناء تشکیل شده ۲۵ نفر می باشند که ترکیب آنها در صورت جلسه دوم می باشد. عده ای از افراد هیئت امناء قرار است بر روی اساسنامه کار کنند و هدف این است که کار گروهی باتیمهای مختلف و با نگرشهای مختلف را تجربه کنیم و امیدواریم از زاویه های مختلف به مسئله آموزش نگرسته شود. وی در مورد حضور استاتید خارجی

در زمینه آموزش نیز گفت: طی نشست که با آقای چیپولینی مسئول آموزش انستیتو ARS ایتالیا که بزرگترین مرکز پژوهشی و تحقیقاتی مهم جهان است و در زمینه طراحی و تولیدبهرینه کیف و کفش دنیا نقش مهمی دارد برگزار شد، ایشان علاقه مندی خود را در زمینه همکاری اعلام داشتند و بازدید کردند که از دانشکده نساجی بعمل آوردند. در نهایت یک متن تفاهم نامه ای را امضاء و قرار شد با کمک انستیتو آموزشی ARS ایتالیا و حمایت یونیدو و صنعت کفش بصورت مشترک این دوره در اسرع وقت راه اندازی شود احتمالاً سازمان یونیدو مأموریهایی را به ARS در این زمینه خواهد داد که تخصصهای طراحی و ... در صنعت کفش به شکل آکادمیک برگزار شود.

همچنین قرار شد دروسی که ارائه می شود متناسب با شرایط کشور ما و ترجیحاً دوره های کوتاه مدت باشد با توجه به مشکلاتی که برای مصوب کردن دروس دانشگاهی وجود دارد و این پروسه در وزارت علوم و فناوری باید طی شود امیدواریم دوره های اولی را با کمک ARS و مدارکی که آنها صادر می کنند راه اندازی کنیم.

وی در مورد نحوه همکاری و بهره برداری از انستیتوها و هنرستانهای موجود در کشور نیز گفت: البته با توجه به اینکه انجمن چرم و جامعه صنعت کفش با ما همکاری دارند بحث دوره ها نیز مطرح است یعنی باید دوره هایی در سطح کاردانی، تکنسینی، کارشناسی و ارشد باشد و از دیدگاه چرم، ما در سطح دوره های بالادجا رکمبود هستیم. با توجه به نیازی که کشور ما به متخصصین در این صنعت دارد تأسیس چنین رشته ای در دانشگاه امیر کبیر مانع فعالیت سایر دانشگاهها، انستیتوها و هنرستانها نخواهد بود زیرا همه آنها می توانند در سطوح مختلف آموزشی تدریس نمایند. فقط باید بر اساس نوع فعالیت علمی تقسیم مسئولیت نیز صورت گیرد. وی برای گرایش و تمایل دانشجویان به این رشته نیز گفت

قصد داریم فضایی را در دانشکده نساجی جهت نمایش دستگاههای مدرن و جدید صنعت کفش و چرم در نظر بگیریم و این دانشکده از لحاظ فیزیکی پتانسیل لازم جهت انجام این کار را دارد تا دانشجویان علاقه مند به این رشته از آن بازدید به عمل آورند و یاد در غیر این صورت دانشجویان علاقه مند می توانند از کارخانجات بازدید بعمل آورند. از طرفی دانشجویان می توانند تزیینات کارشناسی ارشد و تحقیقات خود را در زمینه رویه کفش که از مسنوج درست می شود و سایز بندی کفش (Foot measuring) که در ایران وجود ندارد قرار دهند که اجرای این مسئله یک بحث مدیریتی قوی را می طلبد که می توان در مرکز تحقیقات نساجی بر روی آن تحقیق کرد. وی در پایان افزود: همه باید با همکاری و تلاش مستمر و صبر و تحمل جهت به بار نشستن این امر مهم تلاش کنیم شاید به دلیل مشکلات اداری و سایر مسائل موجود در کشور نشود به زودی و به سرعت در این کار موفق شد ولی این مسئله نباید موجب ناامیدی و دلسردی اعضا شود.

● **مهندس عباس نژاد دبیرکل جامعه صنعت کفش ایران نیز در زمینه طراحی و راه اندازی رشته چرم و کفش در دانشگاه امیر کبیر گفت:** مدت ها پیش در این فکر بودیم که صنعت کفش را با توجه به نیاز فعلی تحصیلات شاغلین در آن به صورت آکادمیک در آوریم. در سه سال گذشته مطالعات زیادی در این زمینه صورت گرفته و با سازمانهای مختلف تماس برقرار شد ولی متأسفانه بدلیل بالا بودن هزینه اینکار متوقف شد زیرا جامعه صنعت کفش نیز به تنهایی به عنوان یک تشکل خصوصی قادر به پرداخت هزینه ها نبود در نتیجه در صدد برآمدیم با انجمن چرم در پروتکل ایران و ایتالیا مشارکت کنیم گروهی را تشکیل دادیم و متوجه شدیم که نهایتاً ایجاد چنین پروتکلی بعد از چند سال به تأسیس انستیتو چرم و کفش می انجامد و دولت ایتالیا نیز متعهد شد که در این زمینه با ما همکاری کند فرصت را

غنیمت شمردیم با انجمن چرم جلسه ای را با دانشکده نساجی دانشگاه امیر کبیر برگزار کردیم از آنجایی که دانشگاه امیر کبیر نیز در صدد گسترش رشته نساجی بود منجر به این شد که تاکنون دو جلسه در زمینه راه اندازی رشته چرم و کفش تشکیل شود و چون دانشگاه امیر کبیر اطلاعات کافی در زمینه چرم و کفش را ندارد قرار بر این شد انجمن چرم و جامعه صنعت کفش این اطلاعات و سیلابسهای درسی را از ایتالیا و خود این صنعت جمع آوری کرده در اختیار آنها بگذارند که اجرای اینکار نیز بعد از توافقات اولیه و تشکیل هیئت امنا و کارهای مقدماتی صورت خواهد گرفت و رشته



جدید شروع به تدریس می شود. توافقاتی کلی به این شرح است: که تیم ایتالیایی که برای آموزش به ایران می آیند ابتدا سمینار آموزشی از طرف آنها گذاشته می شود که در طول برگزاری این سمینار کار عملی (shop Work) نیز صورت می گیرد تا بر طبق آن سطح اطلاعات صنعتگران ما مشخص شود اینکه باید در چه مقطعی آموزش ببینند. قرار شد برای دو گروه دوره برگزار شود یک دوره بدین صورت است که اساتید ایتالیا برای آموزش مقدماتی یکساله به ایران آمده که این دوره برای مدیران کارخانجات در نظر گرفته شد که با دانش و فنون روز آشنا شوند. دوره دوم اعزام نیروهای مورد نیاز به کشور ایتالیا است که اغلب هزینه ها بر عهده ایتالیا و یونیدو خواهد بود. دانشگاه امیر کبیر نیز یک دوره یکساله آزاد را پیشنهاد کرد و یک تفاهمنامه ای در این زمینه با شرکت ARS ایتالیا امضاء شد و قرار شد اجرای این تفاهم نامه به

بعد از تعطیلات سال نو میلادی موکول شود و اولین قدم آن در بهمن ماه با اعزام کارشناسان ایتالیایی به ایران جهت برگزاری سمینار آموزشی خواهد بود. وی افزود: مسئله دیگری که در جلسه مطرح شده عدم استقبال جوانان از این رشته به دلیل عدم شناخت از این صنعت می باشد که راه حلی نیز جهت جذب جوانان به این رشته ارائه شد. و قرار شد تبلیغات در این زمینه از طریق دانشگاه صورت گیرد و با امکانات و ارتباطاتی که دارند اطلاع رسانی و معرفی دستگاههای مدرن و مکانیزه این صنعت را شروع کنند و بازدید های علمی را برای کارخانجات چرم و کفش در نظر بگیرند. **دبیرکل صنعت کفش در پایان افزود:** اگر در مورد تخصص و مجهز نمودن این صنعت به علم و فنون روز کاری صورت نگیرد این صنعت بزودی از بین خواهد رفت زیرا افراد تجربی که قبل از انقلاب در کشورهای خارجی دوره دیده بودند اکثراً باز نشسته و تاکنون جایگزینی نیز برای آنها در نظر گرفته نشده و اگر تاکنون این صنعت توانسته پابرجا باشد حاصل تجربیات این افراد بوده و امیدواریم با راه اندازی این رشته بتوانیم این صنعت را از نابودی نجات دهیم.

خبرنگار نشریه صنعت کفش

هموطنان مصیبت زده بم

با نهایت تأسف و تأثر فراوان فاجعه غم بار زلزله شهرستان بم را که متجرب به گشته شدن هزاران نفر از هموطنان عزیزمان گردیده به همه بازماندگان این فاجعه عظیم تسلیت عرض نموده، بدینوسیله ابراز همدردی می کنیم.

جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش

ایران

نشریه صنعت کفش ایران

به بهانه تشکیل هیئت امناء مرکز آموزش و تحقیقات صنایع کفش و چرم در دانشگاه صنعتی امیرکبیر

شیخ ابوسعید ابوالخیر یکی با ربه طوس رسید. مردمان از شیخ استدعای مجلس کردند. شیخ اجابت کرد. بامداد در محافل استاد تحت بنهادند و مردم می آمد و می نشست. چون که کسی به جای ثمانند، معروف برخاست و گفت: «خدایش بیامرزد که هر کسی که از آنجا هست یک گام فراتر آید». شیخ گفت: «سلی الله علی محمد و آله احسن». و دست بر روی فرود آورد و گفت: «هر چه ما بنوالمسلم گفت و جمله و نام بران بگفته اند، او گفت: خدایش بیامرزد که هر کسی از آن جا که هست یک گام فراتر آید». چون این قلمه بگفت از تحت فرود آمد و آن روز پیش از این نگفت.

سواد درگروه سنی ۱۰-۲۵ سال درکل جمعیت که درسال ۱۳۵۵ معادل ۶۳ درصد بود به ۹۷/۴٪ درسال ۱۳۸۰ رسید. جالب آنکه سرعت رشد باسوادی در زنان به مراتب بیشتر از مردان بود. درصد باسوادی زنان درگروه سنی فوق که درسال ۱۳۵۵ حدود ۴۹ درصد بود درسال ۱۳۸۰ به حدود ۹۷٪ رسیده است. رشد فوق العاده باسوادی زنان نه تنها باعث روی آوردن آنان به بازار کار و عرصه فراوان نیروی کار می شود بلکه تغییر ساختار سرمایه گذاری مشاغل را به دنبال خواهد داشت.

۷- میانه و میانگین سنی جمعیت کشور در سال ۱۳۸۲ به ۲۲/۸ و ۲۶/۸ سال ارتقاء یافته. افزایش تدریجی این دو شاخص نمایانگر تجمع و تراکم سنی جمعیت در میانه هرم سنی و در واقع در سنین کار و فعالیت است. این پدیده با زتاب مولید و رشد انفجار آمیز جمعیت دهه ۱۳۶۰ است که در دهه ۱۳۸۰ به طور بارزتری نمود پیدا می کند. این امر یکی از چالش های اصلی اقتصاد ایران است.

۸- نسبت جمعیت بالقوه فعال (۱۵-۶۴ ساله) بویژه بخش جوان و آغازین آن روندی صعودی را طی خواهد کرد و از ۶۰٪

بررسی افراد شاغل در بخش صنعت به تفکیک سطوح تحصیلی در سال ۱۳۷۸ بیانگر این مطلب است که ۶۵٪ از نیروی کار بخش صنعت را افراد زیر دیپلم و بی سواد تشکیل می دهند. ۲۴٪ کارکنان دارای دیپلم بوده و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۱۱٪ از کل شاغلان بخش صنعت هستند.

۴- در بررسی وضعیت تحصیلات نیروی انسانی شاغل در ۴۹۹ واحد تولید کننده انواع کفش ماشینی دارای پروانه بهره برداری از وزارت صنایع و معادن در سال ۱۳۸۰ حدود ۸۴٪ دارای تحصیلات ابتدایی و ۱۰٪ متوسطه و دیپلم و ۱٪ از شاغلین تحصیلات دانشگاهی داشتند.

۵- در سال ۱۳۸۰ نرخ بیکاری فارغ التحصیلان دانشگاهی قریب به ۲۱٪ درصد در مقابل نرخ بیکاری ۱۴/۲ درصد در کشور بوده است. گسترش دانشگاهها و مراکز آموزش عالی موجب افزایش تعداد فارغ التحصیلان و در نتیجه عرضه بیشتر نیروی کار تحصیل کرده شد.

۶- نرخ باسوادی جمعیت ۶ ساله و بیشتر کشور از ۲۸۷٪ در سال ۱۳۵۵ به بیش از ۸۰٪ در سال ۱۳۸۰ رسیده است. نسبت افراد با

بررسی های آماری زیر حاکی از شکاف بین صنعت و دانشگاه از یک طرف و رابطه غیر منطقی بین اشتغال و تحصیل از طرف دیگر بیان می دارد، و ضرورت هرچه کاربردی عنوان تحصیلات دانشگاهی و فنی و حرفه ای را آشکار می سازد.

۱- بررسی سهم کارکنان در سطوح مختلف مهارتی از کل کارکنان گویای این مطلب است که بطور متوسط حدود ۲۷٪ از کارکنان بخش صنعت کارکنان غیر تولیدی هستند.

۲- توزیع نسبی شاغلان بر حسب وضع سواد و سطح تحصیلات نشان می دهد که همواره حدود ۲۰٪ از شاغلان کشور را بی سوادان تشکیل میدهند. سهم شاغلان دارای مدرک تحصیلی دیپلم و آموزش عالی در حدود ۲۷/۶٪ در سال ۱۳۸۰ گزارش شده است.

۳- با وجودی که کیفیت نیروی کار از نظر سطح تحصیلات طی سالهای ۷۳ تا ۱۳۷۸ در هر دو بخش عمومی و خصوصی به میزان درخور توجهی بهبود یافته است لیکن هنوز شاغلان بخش صنعت از لحاظ تحصیلات پایین تر از متوسط شاغلان کشور است.

حلقه مفقوده صنعت کفش ایران کدام است؟

ضرب المثل

دو فروشنده مأمور شدند به جزیره‌ای بروند و در آنجا کفش بفروشند. فروشنده اول به محض ورود به جزیره یک خورده، چون که دید در آن جزیره هیچ کس کفش ندارد پس بی‌درنگ، تلگرافی به شرکت سازنده کفش فرستاد و پیغام داد: «ما فردا بر می‌گردیم در اینجا هیچ کس کفش نمی‌پوشد». فروشنده دیگر در اثر دیدن همان صحنه ذوق‌زده شده، بی‌درنگ به شرکت تلگرافی فرستاد و از آن تقاضا کرد: «فورا ۱۰۰۰۰ جفت کفش برای من بفرستید چون همه افراد این جزیره کفش لازم دارند».

در یک بررسی کارشناسی توسط اینجانب از مدیران واحدهای مختلف صنعت کفش، مشکلات این صنعت در شرایط فعلی به شرح زیر مورد شناسایی قرار گرفت:

- ۱- خطر کاهش و توقف فعالیت تعداد زیادی از واحدهای تولیدی کفش در آینده نزدیک بر اثر تهدید واردات غیرمنتظره و بی‌رویه کفش‌های چینی به صورت قاچاق و شبه قاچاق
- ۲- تفاوت چشمگیر سود فروش کفش‌های وارداتی در مقایسه با سود پایین فروش کفش‌های تولیدات داخل
- ۳- تفاوت فضای کسب و کار برای مدیران واحدهای تولیدی در ایران در مقایسه با واحدهای تولیدی کشورهای مشابه ایران
- ۴- به روز نبودن قالب‌ها
- ۵- پایین بودن حاشیه سود در این صنعت در مقایسه با میانگین حاشیه سود کل صنایع کشور
- ۶- طولانی بودن دوره برگشت سرمایه
- ۷- تبدیل شدن مدیران واحدهای تولید کفش به مأموران وصول مالیات برای دولت در اثر اجرای قانون تجمع عوارض
- ۸- افزایش نرخ محاسبه علی‌الرأس در خصوص درآمد شرکت‌ها در صنعت کفش از نرخ ۱۰ درصد به ۱۵ درصد باوجود رکود داخلی

- ۹- حمایت‌های بی‌رویه و روزافزون از شرکت‌های تولیدی دولتی عمومی کفش در سال‌های اخیر به بهانه حفظ اشتغال
- ۱۰- فقدان بانک اطلاعاتی مورد نیاز در صنعت کفش و در نتیجه عدم امکان تصمیم‌گیری مناسب جهت برنامه‌ریزی‌های دراز مدت
- ۱۱- آگاهی نداشتن بیش‌تر مصرف‌کنندگان از چگونگی استفاده مناسب از کفش برای مصارف مختلف
- ۱۲- کیفیت نامطلوب برخی از تولیدات در مقایسه با استانداردهای ملی، منطقه‌ای و جهانی
- ۱۳- پایین بودن سطح تحصیلات نیروی انسانی شاغل در این صنعت
- ۱۴- کاهش سهم بازار شرکت‌های دولتی عمومی در سال‌های اخیر در نتیجه افت اعتبار برند تجاری آنها
- ۱۵- آمادگی نداشتن بیش‌تر واحدهای تولیدی برای پاسخگویی به نیاز بیش از ۳۰ درصد از سهم بازار متعلق به جوانان و نوجوانان
- ۱۶- نبود کارایی شبکه توزیع به دلیل حاکمیت نگرش سنتی به مسأله توزیع
- ۱۷- نبود آمادگی لازم برای بررسی آثار ناشی از عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی در صنعت کفش
- ۱۸- پایین بودن سهم کفش در سبد هزینه مصرفی غیر خوراکی خانوار و در نتیجه پایین بودن مصرف سرانه کفش در ایران
- ۱۹- درون‌گرا بودن اقتصاد کفش کشور
- ۲۰- نبود بهره‌برداری مناسب از ماشین‌آلات وارداتی و نازل بودن میزان بهره‌وری عوامل تولید
- ۲۱- توجه نکردن به مسأله تحقیق و توسعه در واحدهای تولیدی
- ۲۲- ضعف تبلیغات بازرگانی در صنعت کفش
- ۲۳- فقدان استراتژی تولید برای صادرات به دلیل حاکمیت

استراتژی جایگزینی واردات در چهار دهه گذشته

۲۴- افزایش قیمت سالانه خدمات دولتی از جمله آب، برق، گاز، تلفن و انحصارهای دولتی و بالابودن نرخ بیمه تأمین اجتماعی

۲۵- فقدان رشته تحصیلی صنعت کفش به ویژه در دانشگاه‌ها

۲۶- پایین بودن دانش فنی نیروهای موجود به ویژه در بخش طراحی، مدل سازی و تکنولوژی تولید و نبود امکان آموزش کافی جهت رفع این نقیصه در صنعت کفش

۲۷- عدم حمایت مستمر و قاطع دولت همانند سایر کشورهای توسعه یافته در زمینه صادرات از تولیدکنندگان کفش

۲۸- عدم توجه مدیران اکثر واحدهای کفشی به مسأله آموزش به دلیل نگرش سنتی به منابع نیروی انسانی

۲۹- نبود ارتباط ارگانیک بین صنعت و مراکز آموزش عالی، فنی و حرفه‌ای

۳۰- نبود توجه به تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد

تمام عوامل فوق به اضافه سایر عوامل دیگر که در این نوشتار مورد توجه قرار نگرفته می‌تواند از مهم‌ترین چالش‌های گریبانگر صنعت کفش در مقطع فعلی باشد، اما همان‌گونه که در سمینار «بررسی مشکلات صنعت کفش ایران» در مرداد ۱۳۸۲ در تبریز اشاره شد، به نظر بنده حلقه مفقوده صنعت کفش کشور توجه نکردن به مسأله توسعه انسانی و در نتیجه توسعه نیافتگی واحدهای تولیدی است.

اتفاقی که در عرصه جهان در سطح کشورهای توسعه یافته رخ داد این بود که آنان اتکای توسعه را به انسان متصل کردند. به این معنا که توسعه انسانی و مقتضیات توسعه اجتماعی او را شرط توسعه معرفی کردند در نتیجه کار به جایی رسید که کارآفرینان و مدیران خلاق بدون محدودیت‌های محیطی، جریان توسعه را رونق بخشیدند و از سوی دیگر ترکیب علم و عمل صنعتی- اقتصادی نیز رویای توسعه آنان بود. عصر، عصر هزاره سوم است. در این دوران، آموختن، کارکردن و زندگی کردن اضلاع یک مثلث هستند، پس در هزاره سوم باید دائم نو شد و نو شدن نیز به آموختن مداوم نیاز دارد. ما سخت نیازمند آن هستیم که یادگیری در میان صاحبان و مدیران صنعتی و تمام کارکنان شاغل در صنعت، نهادینه و به یک فرهنگ تبدیل شود چون در هزاره سوم جایی برای تجربه‌های گذشته و بی‌اثر و نامناسب وجود ندارد.

مدیران برای حرکت در چنین مسیری، همچنین شکستن یخ‌های رفتاری خود، باید به جنگ با نفس خویش برخیزند و هرگز نباید در آنها این مسأله به راحتی جا بیفتد که فراغت از تحصیل یعنی آسایش و راحتی، چنین چیزی نیاز امروز ایران نیست بلکه ما به یادگیری مداوم و کسب دائم علم به شدت نیازمندیم.

در ایران هم نهاد دانشگاه و هم ساز و کار صنعتی، وارداتی است یعنی کالاهایی که هیچ نشانی از بومی بودن ندارند و از کشورهای دیگر وارد مرزهای ایران شده‌اند. فرهنگ اجتماعی ایران به دانشگاه و صنعت به عنوان کالاهای «لوکس» نگاه می‌کند، به نحوی که بسیاری از ایرانیان فعالیت‌های فکری و کسب دانش را به عنوان کار قبول نمی‌کنند.

در صورتی که ارتباط و همکاری این دو علاوه بر آنکه محیط را برای رشد و تولد مدیران پویا، نواندیش و کارآفرین مهیا می‌کند، می‌تواند امکان بهره‌مندی علمی دانشگاه توسط بخش صنعت، مشارکت در طرح‌های صنعتی توسط دانشگاهیان، رشد دانش کاربردی در میان دانشجویان، تربیت نیروی انسانی مورد نیاز صنعت، رفع مشکل مالی دانشگاه و ترمیم آزمایشگاه‌های علمی، اشاعه فرهنگ پژوهشگری در صنعت و صرفه‌جویی ارزی ناشی از استفاده از تحقیقات کشورهای خارجی را فراهم کند.

ایران به نو شدن، انسان‌گرایی و احترام به کرامت و مشارکت انسان به شدت نیاز دارد. یعنی فرهنگی که می‌تواند مسیر توسعه صنعتی کشور را در آینده بیمه نماید و این میسر نمی‌شود، مگر با ایجاد تحول و تغییر در نگرش مدیران ما و اعتقاد به مدیریت یادگیری و قبول این اصل که در دهه‌های «آینده انسان زیر بنای توسعه است» و هر میزان سرمایه‌گذاری در این زمینه، مثل آن ضرب‌المثل چینی است که «به جای اینکه یک عمر به او غذا بدهی ماهی گرفتن را به او بیاموز» نتایج بسیار فراوان در آینده کشور به بار خواهد نشاند.

اعزام ۲۸ نفر از صاحبان، مدیران و کارشناسان بازرگانی و فروش، بازاریابی تعدادی از واحدهای تولیدی کفش و چرم کشور به مدت ۴۶ روز به ایتالیا جهت آموزش (مدیریت استراتژیک فروش در شرایط رقابتی) که به همت مسؤولان گروه کاری ایران و ایتالیا و تلاش مخلصانه مدیرکل محترم اداره کل صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنایع و با همکاری جامعه مدیران و متخصصان صنعت کفش ایران و انجمن صنایع چرم ایران که از ۱۳۸۳/۱/۲۷ تا ۱۳۸۳/۳/۱۲ انجام گرفت به همراه تشکیل هیأت امنای رشته چرم و کفش در دانشگاه صنعتی امیرکبیر در سال گذشته، نشان از عزم جدی صنایع کفش و چرم کشور برای جبران عقب‌ماندگی‌های گذشته و اعتقاد به پیشرفت و توسعه‌یافتگی این صنعت از طریق انتخاب راهبرد «مدیریت یادگیری» و آموزش مستمر نیروی انسانی شاغل در این صنعت به عنوان راه‌حل «میان‌بر» برای رسیدن به توسعه انسانی و توسعه‌یافتگی بنگاه‌های اقتصادی است، انشاءالله...

علی لشکری



SHAHPAR SHOE MFG., Co.

Safty footwear

شرکت تولیدی

کفش شهر



تولید کننده کفش و نیم پوتین
ایمنی با زیره PU تزریقی
سرپنجه فولادی دارای استاندارد
CSA, ANSI, EN

دارای تاییدیه از
وزارت کار و امور اجتماعی

تلفن دفتر فروش: ۵۶۲۶۶۲۵
۵۸۱۷۵۳۷



www.shahparshoes.com

E-mail: shahparshoe@email.com



ارزیابی گروه اعزامی چرم و کفش به ایتالیا:

آموزش، دریچه جدیدی می گشاید

اسدالله امینی در ارزیابی مفید از برپایی این گونه کلاس ها گفت: در کنار نواقصی که در شروع هر کاری وجود دارد در مجموع، این دوره مفید و با ارزش بود و مسائل مطرح شده دروس تئوری، بیش تر در زمینه استراتژی جدید مدیریت رقابتی در جهان بود خصوصاً اینکه چگونه خود را برای رقابت در جهان آماده سازیم (از مرحله تولید گرفته تا نحوه فروش در فروشگاه، صادرات، بازاریابی و رقابت در دنیا).

دوره های علمی، شامل شرکت در دو سمینار

گروه اعزامی چرم و کفش ایران پس از ۴۵ روز دوره آموزشی استراتژی جدید مدیریت رقابتی در کشور ایتالیا، دهم خرداد ماه به ایران بازگشتند. ره آورد این دوره، ماحصل آموخته ها و نظرات و موضوعات بحث شده در این دوره است که با قوت و ضعف هایی همراه بوده است. برای شناخت از چگونگی برپایی و نحوه برگزاری دوره آموزشی، نظر چند تن از متخصصان و کارشناسان شرکت کننده در این دوره را جویا شدیم:

سرپرست گروه و مدیر بازرگانی کفش ملی،



و کنفرانس با حضور گروه چرم و کفش ایتالیا، بازدید یک هفته‌ای از کارخانه‌های چرم و کفش ایتالیا و حضور در نمایشگاه لیناپله- سیماک بود که دریچه جدیدی به روی ما گشود.

همچنین مهندس امینی مدیر بازرگانی کفش ملی و سرپرست گروه کفش در مورد نواقص این دوره گفت: از آنجا که صنعت کفش ایران در امر آموزش کیفیت و طراحی دچار ضعف است و باید روی این مسأله تأکید بیش‌تر صورت گیرد، دوره‌های عملی برای آن در نظر گرفته می‌شود، در حالی که اصلاً به این مسأله پرداخته نشد.

وی با اشاره به طولانی بودن زمان آموزش گفت: با توجه به اینکه اکثر افراد گروه از صاحبان کارخانه‌ها بودند و نمی‌توانستند به مدت طولانی از تولیدی‌های خود بی‌خبر باشند. در واقع این دوره‌ها می‌توانست به صورت فشرده، عملی‌تر و کوتاه‌تر برگزار شود.

محمدرضا فراهانی که به نمایندگی از تولیدی کفش البرز در این دوره آموزش شرکت کرده بود با اشاره به اهمیت شناخت متخصصان ایتالیایی از وضعیت صنعت کفش ایران گفت: ارائه دروس در

کلاس با آنچه که مورد نیاز صنعتگران ایرانی بود، مطابقت نداشت.

وی افزود: باید از طرف مسؤولان سطح دانسته‌ها را کارشناسان ایرانی به ایتالیایی منتقل می‌شد تا زمان صرف مسائل پیش افتاده نشود.

مهندس فصیحی نژاد از کفش ملی دیگر عضو این گروه در ارزیابی‌اش معتقد است: آنچه که آنها در کلاس مطرح کردند ما از آن بی‌اطلاع نبودیم بلکه اکثر صنعتگران ما به آن واقف بودند اما متأسفانه در ایران به این اطلاعات عمل نمی‌شود، مشکل در اجرای کار است.

وی افزود: یکی از معایب بزرگ این دوره مشخص نبودن اهداف برگزاری کلاس‌های آموزشی از طرف ایتالیایی‌ها بود که آیا هدف تنها آموزش بود یا بازاریابی و تجارت؟ زیرا یک‌سری از افراد گروه که صاحبان صنعت نیز بودند برای وصل شدن با کمپانی‌های ایتالیایی در این دوره حضور پیدا کردند و یک‌سری نیز صرفاً برای گذراندن دوره آموزشی شرکت کردند که امیدواریم برای دوره‌های بعدی این مشکلات برطرف شود. مهندس امینی در پاسخ این سؤال که آیا





SHAHPAR SHOE MFG., Co.

شرکت تولیدی
کفش شهپر



تولید کننده چکمه های کشاورزی
و صنعتی و ایمنی (سرپنجه فولادی)
از جنس PVC دو رنگ
اولین تولید کننده چکمه ایمنی
(سرپنجه فولادی) PVC در ایران

تلفن دفتر فروش: ۵۶۲۶۶۲۵
۵۸۱۷۵۳۷



www.shahparshoes.com
E-mail: shahparshoe@email.com

مهندس فصیحی نژاد نیز در این زمینه گفت:
باید با دید مثبت به این قضیه نگاه کرد زیرا
ایتالیایی ها در صنعت کفش سرآمد دنیا هستند و
ما نیز برای اینکه بتوان رقابت در دنیا را
داشته باشیم باید به یک کانون قوی متصل شویم.
مهندس امینی در مورد این سؤال که صنعت
کفش ایران در حال حاضر از لحاظ موقعیت جهانی
چقدر با ایتالیا فاصله دارد، گفت: تفاوت اصلی ما با
ایتالیایی ها این است که آنها خالق کفش هستند
اما ما مقلد آنها هستیم یعنی از کار آنها
کپی برداری می کنیم. ایتالیایی ها در طراحی و
مدل دارای استعداد خدادادی هستند همان طور که
ما نیز در صنعت فرش، در زمینه شعر و... در دنیا
سرآمد هستیم. از طرفی در ایتالیا تنوع مواد اولیه
از لحاظ رنگ بندی، کیفیت چرم، یراق آلات و...
بسیار زیاد است که ما در این زمینه نیز دچار کمبود
هستیم. البته این مسأله نباید ما را مأیوس کند
زیرا در کشور ما استعدادهایی وجود دارد که باید با
تلاش و آموزش مداوم شکوفا شوند.

وی پیشنهاد کرد: در مرحله اول باید تقلید و
کپی کاری را کنار بگذاریم و صنعت طراحی را یاد
بگیریم و خود طراح باشیم.

محمدرضا فراهانی نیز این افق را روشن
ارزیابی کرد و گفت: اهمیت دادن به موضوع
آموزش و جدی گرفتن بحث جهانی سازی باید از
اهداف صنعت ما باشد وقتی چینی ها توانستند
کشور ایتالیا را به زانو درآورند و هر ماه تقریباً ۵۰
الی ۶۰ کارخانه آن را به تعطیلی بکشانند به طور
حتم ما هم باید مسأله را جدی تر بگیریم.

فراهانی افزود: شاید علت بی توجهی و
بی دقتی صنعتگران ما این باشد که هنوز خطر را
به طور جدی احساس نکردند و بازار داخلی تقریباً
در کنترل آنهاست باید بدانیم بحث جهانی سازی
مانند بحث زلزله است که بالاخره روزی خواهد
آمد پس چه بهتر که پیشگیری قبل از واقع صورت
گیرد.

(لازم به ذکر است، گزارش های
افراد اعزامی به طور مفصل در سمینار
آینده، دوم تیر ماه به اطلاع علاقمندان
خواهد رسید.)

ایتالیایی ها تنها به منافع خود می اندیشند یا
خیر؟ گفت: به طور مسلم اکثر حرکت های
کشورهای توسعه یافته عقلانی و حساب شده
است و بی حساب و بدون برنامه درباره پروژه ای،
هزینه گزاف پرداخت نمی کنند مگر اینکه در آینده
بازدهی بیش تری داشته باشد.

مهندس امینی افزود: ایتالیایی ها از آنجا که
مانند کشورهای دیگر در مقابل هجوم محصولات
چینی که با تعرفه و هزینه کم تولید می شود در
امان نماندند و بازارهای خود را به دلیل بالا بودن
هزینه تعرفه ها در ایتالیا در یکی دو سال گذشته از
دست دادند و اکثر شرکت های آنها به تعطیلی
کشیده شد، درصدد برنامه ریزی و استراتژی جدید
برای مقابله با کفش های چینی برآمدند. در نتیجه
تصمیم گرفتند فدراسیون از کشورهای تولیدکننده
کفش و چرم دنیا که تعرفه هزینه تولید در آنجا
پایین است به جز کشور چین به وجود آورند که
خود به عنوان Leader در رأس آن قرار گیرد و
امکانات و تکنولوژی خود را به عنوان کشور برتر
در این صنعت در اختیار این کشورها برای مقابله با
کفش های چینی قرار دهد و بازارهایی را که چین
در آن حضور ندارد به تصرف این گروه در آید.

وی افزود: تأکید ایتالیایی ها در امر آموزش
این کشورها و پرداخت هزینه گزاف در این زمینه
به همین منظور است. همچنین در راستای این
امر کارشناسان ایتالیایی قصد دارند در سمینار
تیرماه آینده ۶۰ کارخانه دیگر کفش و چرم ایران را
به عنوان نمونه، مجدداً مورد بررسی و ارزیابی قرار
دهند تا نقاط ضعف و قوت آنها به طور دقیق مورد
بررسی و اصلاح قرار گیرد.

مهندس امینی افزود: ایتالیایی ها در نظر دارند
فرهنگ و توان صنعتی کفش ایران برای رقابت در
بازار جهانی و مقابله با چین، آن طور که خود
می خواهند گسترش دهند.

وی تأکید کرد: ما نیز باید در این راستا سعی
کنیم به نحو احسن از این موقعیت های پیش آمده
استفاده کنیم و این طور نباشد که تنها ایتالیایی ها
به منافع خود برسند در واقع با وضعیت نامطلوبی
که در حال حاضر بر صنعت کشورمان حاکم است
با وصل شدن به ایتالیا تقریباً حل خواهد شد.

راه گشای صنعت کفش ایران

در نتیجه هیچ یک از کارفرمایان به دلیل از دست دادن نیروهای خود، در امر آموزش سرمایه گذاری نمی کنند. اما متولی آموزش صنعتی در کشور ما چه ارگانی است؟ وزارت صنایع و معادن؟ وزارت علوم آموزش عالی، وزارت کار؟ دانشگاه ها و یا تشکلهای صنعتی؟

از ابتدای تأسیس جامعه مدیران و متخصصان صنعت کفش ایران بحث آموزشی همچنان مطرح بود

استهلاک نیروی انسانی، پیشرفت فن آوری و دست نیافتن صنایع داخلی به فن آوری های روز دنیا در تمامی زمینه های صنعتی و بازرگانی، باز شدن درها برای ورود کفش های خارجی، محرومیت از امکانات مراکز آموزشی کلاسیک، برای جایگزینی نیروی متخصص رو به استهلاک (به دلیل آنکه همه کارشناسان ایرانی یا پیش از انقلاب به وسیله متخصصان خارجی آموزش داده شدند و یا بنا به نیاز واحدهای تولیدی که با هزینه خود در خارج از کشور دوره های مختلفی را گذراندند) زنگ های خطری را برای صاحبان صنایع به صدا درآورد.

زمانی احساس نیاز در صاحبان صنعت زنده شد که تعداد متخصصان این رشته ها به حداقل ممکن رسید در نتیجه مجبور شدند تا با به کارگیری نیروهای متخصص شاغل در واحدهای رقیب با حقوق و مزایای بیش تر از تخصص این گروه برای رفع نیازهای خود استفاده کنند. تا جایی

که اکثر مدل سازها در چند کارخانه همزمان مشغول به کار بوده و مدل های کفشی را که از طرح های خارجی کپی برداری می کردند با تغییرات اندک به چند کارخانه ارائه می دادند.

متخصصانی که قبل از انقلاب هنوز به کار اشتغال داشتند، در حال حاضر به سن بازنشستگی رسیده و برخی از آنان حتی اگر بخواهند - با توجه به هزینه های بالای زندگی به محض دریافت پیشنهاد بهتر - هم نمی توانند به کار ادامه دهند و به جای دیگر نقل مکان می کنند، در این میان اگر شرکتی بخواهد هزینه هایی را برای آموزش کارکنان خود اختصاص دهد پس از پایان این دوره آموزشی با بی مهری رقبا روبه رو شده و نیروهای خود را از دست خواهد داد.



از دیگر فعالیت‌های جامعه در زمینه آموزش، ارتباط با دانشکده‌های مختلف از جمله دانشگاه آزاد واحد جنوب بود که پس از چندین جلسه بحث و گفت‌وگو و بررسی‌های انجام شده هزینه برگزاری دوره آزاد در حد لیسانس بسیار سنگین ارزیابی شد و کمیته آموزش جامعه به این نتیجه رسید که

این هیأت امناء با حضور ارگان‌های زیر شکل گرفت:

۲ نفر	- دانشکده نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر
۱ نفر	- اداره کل صنایع نساجی و چرم وزارت صنایع و معادن
۷ نفر	- انجمن صنایع چرم ایران
۷ نفر	- جامعه مدیران و متخصصان صنعت کفش ایران
۱ نفر	- وزارت جهاد کشاورزی مؤسسه تحقیقات علوم دامی کشور
۱ نفر	- دانشکده هنر یکی از دانشگاه‌ها
۳ نفر	- اتحادیه صادرکنندگان پوست و چرم و سالامبو
۱ نفر	- شورای چرمسازان و کفاشان تبریز
۱ نفر	- دانشگاه صنعتی سهند تبریز
۱ نفر	- اتحادیه صادرکنندگان کفش تبریز
۱ نفر	- مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران

که در مجموع ۲۶ نفر در این دوره شرکت داشتند.

هزینه‌های یاد شده نه تنها از طرف دانشجویان بلکه از سوی کارخانه‌های عضو جامعه نیز قابل پرداخت نیست.

همچنین دانشگاه مهندسی شیمی دانشگاه شریف، مرکز دیگری بود که پس از چندین جلسه و توافق‌های انجام شده به نتایجی رسید و مقرر شد که در ابتدا، دوره آزاد جهت مدیران ارشد و مدیران میانی تولیدی‌های کفش در این دانشکده برگزار شود. در پی این توافق‌نامه جلسات مختلف، سیلابس‌های درسی این دوره با همکاری استادان این

کمیته مالی: مرکب از

۱ نفر	الف- دانشکده مهندسی نساجی
۳ نفر	ب- انجمن چرم
۳ نفر	ج- جامعه صنعت کفش
۳ نفر	د- اداره کل صنایع نساجی وزارت صنایع و معادن
۱ نفر	ه- شورای چرمسازی تبریز
۱ نفر	و- اتحادیه صادرکنندگان پوست و چرم
۱ نفر	ز- اتحادیه صادرکنندگان کفش تبریز

زیرا یکی از اهدافی که در اساسنامه جامعه پیش‌بینی شد آموزش در تمام سطوح صنعت است.

برای تحقق این امر 'جامعه' تلاش‌هایی را انجام داد که در مراحل مختلف بنا به دلایلی که اهم آنان مشکلات مالی بوده تاکنون به نتیجه نرسیده است. از جمله این فعالیت‌ها برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت با همکاری بخش آموزش وزارت صنایع و معادن در رشته‌های شناخت کفش، آموزش مقدماتی طراحی، مدل‌سازی و... است که اکثر آنها با استقبال خوبی روبه‌رو گشته که در حال حاضر نیز برخی از این دوره‌ها در زمان‌های مناسب برگزار می‌شود.

در شروع فعالیت جامعه، مکاتبه‌های زیادی در این زمینه با سازمان یونیدو صورت گرفت که با پیگیری‌های انجام شده، این سازمان بودجه‌ای معادل ۲۴ هزار دلار برای بررسی نیازهای آموزشی صنایع کفش و چرم در ایران اختصاص

کمیته آموزشی

۲ نفر	الف- دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر
۱ نفر	ب- دانشکده سهند تبریز
۱ نفر	ج- دانشکده هنر یکی از دانشگاه‌ها
۱ نفر	د- آموزش و تحقیقات وزارت صنایع و معادن
۱ نفر	ه- انجمن چرم
۱ نفر	و- جامعه مدیران و متخصصان صنعت کفش ایران
۱ نفر	ز- مؤسسه تحقیقات علوم دامی کشور

که ۲۶ نفر در کمیته آموزشی حضور داشتند.

داد.

در پی تخصیص این بودجه چند تن از کارشناسان یونیدو به ایران آمدند که پس از بازدید از چند کارخانه و انجام بررسی‌های لازم پیشنهادهایی را ارائه و جزوات آموزشی مختلفی را نیز در اختیار وزارت صنایع و معادن قرار دادند که اکثر آنها ترجمه و در اختیار مدیران وقت گروه صنعتی ملی قرار گرفت. از این جزوه‌ها در دوره کار و دانش در مدرسه همجوار گروه ملی نیز استفاده شد.

کمیته تشکیلات

۱ نفر	الف- دانشکده مهندسی نساجی
۱ نفر	ب- انجمن چرم
۱ نفر	ج- جامعه صنعت کفش

دانشکده و کارشناسان جامعه تعیین شد، اما متأسفانه این طرح نیز بنا به دلایل مالی و عدم استقبال مدیران صنعت، نیمه‌کاره رها شد.

بعدها نیز جلساتی با حضور مسؤولان وزارت صنایع و معادن، شرکت شهرک‌های صنعتی، دانشگاه امیرکبیر و برخی از اعضای هیأت مدیره جامعه تشکیل شد که متأسفانه تمامی این فعالیت‌ها به نتیجه نرسید.

شاید یکی از دلایل عدم موفقیت در امر آموزش در سال‌های گذشته را بتوان عدم اعتماد مسؤولان صنایع کشور به این امر مهم دانست.

با توجه به هزینه‌های بسیار سنگین آموزشی در کشور (در حال حاضر شاهد آن هستیم که واحدهای آموزشی غیرانتفاعی برای یک دوره یکساله پیش دانشگاهی مبالغی بین ۲۳ تا سی میلیون ریال دریافت می‌کنند) برای یک دوره دانشگاهی که اکثراً نیاز به فراگیری عملی و انجام آموزش در آزمایشگاه‌ها دارد چه مبلغی را باید در نظر گرفت؟ آیا تشکلهای صنعتی با توجه به رکود موجود در بازار و عدم رونق کسب و کار در صناعی که درگیر دست و پنجه نرم کردن با هجوم کالاهای چینی هستند می‌توان توقع داشت بار این هزینه‌ها را به تنهایی به دوش بکشند؟ دیدیم تمام اقداماتی که جامعه صنعت کفش به تنهایی آغاز کرد ناموفق بوده است.

پس به یک عزم ملی با حضوری فراگیر از تمامی دست‌اندرکاران صنعت و دانشگاه نیاز است تا این مهم را در قالب یک طرح ملی مورد بررسی قرار داده و طرح جامع‌ای را به منظور تربیت کادر متخصص از شروع تا پایان به انجام رساند. در این راستا با پیشگامی انجمن چرم، جامعه مدیران و متخصصان صنعت کفش کشور و دانشکده نساجی دانشکده امیرکبیر، هیأت امنا در خصوص تأسیس دانشکده چرم و کفش در این دانشکده تشکیل شد.

مدت دوره آموزشی یک سال و نیم پیش‌بینی شد که هر دانشجو در طول مدت تحصیل حدود ۴۵ الی ۵۰ واحد درسی را می‌گذراند.

با توجه به نیازهایی که در حین اجرای طرح ممکن است پیش آید مقرر شد از همکاری سازمان‌های دیگر مانند مرکز توسعه و صادرات، شرکت شهرک‌های صنعتی ایران، سازمان فنی و حرفه‌ای کشور، وزارت آموزش و پرورش، دانشگاه‌های مختلف و سایر ارگان‌های ذی‌ربط دیگر نیز استفاده شود.

در پی شکل‌گیری هیأت امنا پیشنهاد شد تا کمیته‌های آموزشی، ملی و تشکیلات با ترکیب زیر تشکیل شوند.

با توجه به لزوم همکاری مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، شرکت شهرک‌های صنعتی، سازمان فنی و حرفه‌ای وزارت آموزش و پرورش در تدوین واحدها و سیلابس‌های درسی از سازمان‌های فوق درخواست شد، همکاری‌های لازم را در این زمینه انجام دهند.

پس از تشکیل کمیته‌ها و انتخاب اعضای آن بلافاصله کمیته آموزشی در محل دانشکده مهندسی نساجی، کار خود را آغاز و به تدوین واحدها و سیلابس‌های درسی پرداخت که این مهم در حال حاضر با تشکیل جلسات هفتگی این کمیته به طور مستمر ادامه دارد.

همچنین با توجه به فراگیرتر شدن طرح، سعی شد از تمامی

سازمان‌ها و ارگان‌های درگیر در این مسأله به نوعی دعوت شود تا در این زمینه همکاری‌های لازم را به عمل آورند.

مقرر شد بخش آموزش کارگران ماهر به سازمان فنی حرفه‌ای وزارت کار، آموزش تکنسین تا سطح کاردانی به منظور تکمیل کادر سرپرستان و سوپر وایزرها به وزارت آموزش و پرورش (در قالب طرح مدارس همجوار کارخانه‌ها و طرح کار و دانش) و تربیت مدیران میانی و ارشد به دانشگاه‌ها و وزارت آموزش عالی واگذار شود.

این طرح در شروع به صورت یک دوره در سه ترم در حدکارشناسی ارشد به صورت آزاد برگزار خواهد شد.

امید است با تدوین سیلابس‌های درسی تا اول مهر ماه سال جاری این دوره برگزار شود.

ترم اول این دوره که شامل ۲۰ واحد درسی است به صورت عمومی به (چرم و کفش) تدریس می‌شود و از ترم دوم به بعد دروس تخصصی برای رشته کفش و چرم به طور مجزا ارائه خواهد شد.

همچنین ظرفیت پذیرش دانشجو در دوره اول ۳۰ نفر پیش‌بینی شده است که ۱۵ نفر آن در رشته کفش و ۱۵ نفر دیگر در رشته چرم فارغ‌التحصیل خواهند شد. از اقدامات دیگری که در زمینه آموزش با همکاری اداره کل صنایع نساجی وزارت صنایع و معادن در راستای پروتکل منعقد بین این وزارتخانه و دولت ایتالیا به امضا رسید، اعزام گروه ۳۰ نفر از مدیران میانی شرکت‌های چرمسازی و کفش که با هزینه کشور ایتالیا برای گذراندن دوره‌های استراتژی فروش به آن کشور اعزام شدند.

امیدواریم این گروه‌ها ضمن آموزش صحیح درباره فن آوری و

اطلاعات جدید صنعت چرم و

کفش راه‌گشای وضعیت

کنونی این صنعت باشد.



نگاه نقادانه به دوره آموزشی مدیران در ایتالیا

راهگشایی دوجانبه شناخت و آگاهی

گروهی از صاحبان و مدیران صنعت کفش و چرم کشورمان برای یک دوره آموزشی ۴۵ روزه، اواخر فروردین ماه سال جاری عازم کشور ایتالیا شدند. این دوره آموزشی با هدف تغییر نگرش در مدیران ارشد کارخانه‌های صنعت کفش و چرم برگزار شد. پیش از این متخصصانی از کشورهای روسیه، اکراین، لهستان، رومانی، یوگسلاوی، ترکیه، مصر و... و تعدادی دیگر از کشورهای جهان نیز در این کلاس‌ها شرکت کردند.

این دوره آموزشی در مؤسسه پلی تکنیک بین المللی توسعه اقتصادی و صنعتی به نام P.I.S.I.E (یک مؤسسه آموزشی) تشکیل شد.

این مؤسسه از سال ۱۹۷۷ همکاری توسعه‌ای ایتالیا با سایر کشورهای اروپا بر عهده داشته است. مدت این دوره ۶ هفته، شامل ۱۱۰ ساعت تدریس خصوصی، ۷۰ ساعت بازدید از کارخانه‌ها و مراکز تحقیقاتی و همچنین نمایشگاه سیماک، ۶۰ ساعت کار روی پروژه آشنایی با روش‌های نوین و ۳۰ ساعت ارزیابی از مطالب تدریس شده را در بر می‌گرفت.

پس از پایان دوره آموزشی، اعضای گروه اعزامی، گزارش‌هایی را از نحوه برگزاری، نکات قوت و ضعف این دوره به (جامعه صنعت کفش) ارسال کردند.

نشریه صنعت کفش نیز بر آن است هر ماه منتخبی از این گزارش‌ها را جهت اطلاع متخصصان صنعتگران و دست‌اندرکاران برپایی این دوره آموزشی، درج کند.

در این شماره، ضمن قدردانی از زحمات مسؤولان وزارت صنایع و دیگر کارشناسان و متخصصان ایرانی و ایتالیایی گزارش دو تن از کارشناسان را با هم می‌خوانیم:

محمدرضا فراهانی مدیر فروش شرکت تولیدی کفش البرز در بخش‌هایی از گزارش خود چنین می‌نویسد: در این دوره بیشترین زمان برای دروس تئوری در نظر گرفته شد که روزانه هفت و نیم ساعت توسط اساتید کنسول گروپ تدریس می‌شد.

فهرست دوره تئوری نیز به شرح ذیل بود:
۱- موضوع جهانی شدن و تأثیرات آن بر اقتصاد و صنایع مختلف از جمله صنایع کفش و چرم کشورها و همچنین ضرورت برنامه‌ریزی و کسب آمادگی جهت کاهش عوارض منفی ناشی از جهانی شدن مورد بحث قرار گرفت، در واقع این موضوع به عنوان محور دروس و سرفصل تمام مطالب مطرح شده در طول دوره بود.

۲- توضیح درباره مناطق صنعتی و بافت سازمانی صنایع کفش و چرم ایتالیا و تأکید بسیار زیاد مبنی بر انجام کار تحقیقی توسط هر کارخانه یا شرکت که تمام امکانات تولیدی و

خدماتی در مجموعه مناطق صنعتی موجود بود.
۳- طولانی‌ترین موضوع دروس تئوری، بحث جذاب بازاریابی (مارکتینگ) بود که در این دروس از شروع طراحی، نمونه‌سازی، تولید انبوه نمونه‌ها، بازاریابی در نمایشگاه‌ها و فروشگاه‌ها، مراحل تهیه مواد اولیه تا برنامه‌ریزی تولید هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم و در نهایت توزیع و فروش کالا تدریس شد.

۴- یک جلسه از این دوره به طور کامل به بحث مدیریت کیفیت و ایزو ۹۰۰۱ اختصاص داده شد.

۵- اهمیت مدیریت و خلاقیت‌های ذاتی و فردی مدیران و کارکنان یک سازمان و مدیریت مشارکتی در پیشرفت و توسعه شرکت‌ها و سازمان‌ها و انواع مدیریت‌ها، هم از دیگر دروس دوره بود.

بازدید:

در بازدید از نمایشگاه سیماک، تکنولوژی و ماشین‌آلات جدید صنایع کفش به همراه اساتید



مؤسسه مالی و اعتباری بنیاد
پیشرو در ارائه خدمات مالی و اعتباری

از ما خدمت
بخواهید

اولین مؤسسه اعتباری ایران

۲۰ سال فعالیت درخشان در سیستم بانکی کشور

راه دهنده کلیه خدمات مالی و اعتباری

بیش از ۲۰ شعبه مکانیزه در سراسر کشور

بیش از دو میلیون مشتری

پرداخت انواع تسهیلات

خرید خودرو و مسکن

خرید مواد اولیه

خرید ماشین‌آلات صنعتی و تجهیزات

خرید مطب و لوازم پزشکی

خدمت
به
مشتریان
وظیفه
ماست

تهران - تهرانپارس - طبقه دوم - پلاک ۳ - دروازه
شماره ۳۳۸ - کتبخان، روبروی پلاک ۲۰، پلاک ۸۷

www.befbank.com

ایتالیا به دلیل بالا بودن هزینه‌های تولید به خصوص دستمزد کارگران، توانایی مقابله با کشور چین را نداشته و مسؤولان کشور ایتالیا به این نتیجه رسیدند که تنها با همکاری و مشارکت سایر کشورهای که هزینه‌های تولید در آنجا پایین است می‌توان با کشور چین مقابله کرد و ایران نیز یکی از کشورهای مورد نظر ایتالیا است

زمان کوتاه و فشرده‌ای نیز برای بازدید از کارخانه‌های ایتالیا و آموزش‌های تکمیلی در آن کشور در نظر گرفته شود.

۴- با توجه به موضوع جهانی شدن و اجتناب‌ناپذیر بودن آنکه نمونه کوچک و بارز آن تأثیر منفی کفش‌های چینی بر صنایع و بازار کفش ایران در یک سال گذشته است، پیشنهاد می‌شود از طرف وزارت صنایع و جامعه صنعت کفش گردهمایی با حضور صاحبان و مدیران صنایع کشور برگزار شود و اهمیت موضوع مطرح و مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد و سپس با آگاهی کامل از شرایط موجود و آینده‌نگری دقیق اهمیت همکاری و مشارکت با کشورهای صاحب تکنولوژی در این صنعت مورد تأکید قرار گیرد.

۵- با توجه به اینکه مسؤولان و اساتید کشور ایتالیا مشکلات موجود در صنعت کفش ایتالیا و تعطیلی پی در پی کارخانه‌های خود را ناشی از عدم پیش‌بینی و برنامه‌ریزی به موقع برای مقابله با پدیده جهانی شدن و ورود غیرمنتظره چینی‌ها به بازارهای خود می‌دانند، پیشنهاد می‌شود در برگزاری گردهمایی‌های داخلی و مشترکی که بین ایران و ایتالیا صورت می‌گیرد روی این مسأله تأکید شود و با برنامه‌ریزی‌های انجام شده اهداف نهایی نیز مشخص و در حدامکان از غافلگیری صنایع کفش جلوگیری شود و چون صنعت کفش ایران در زمینه صادرات بسیار ضعیف است حداقل کنترل بازار داخلی و تأمین آن در دست تولیدکنندگان ایرانی باشد.

محمود اکرمی که به نمایندگی از جامعه صنعت کفش ایران در این دوره آموزشی شرکت کرده بود و نکاتی را به شرح زیر بیان کرد:

این دوره با تمام مزایایی که داشت با مشکلاتی نیز روبه‌رو بود از جمله:

۱- تعداد گروه شرکت‌کننده: بزرگی گروه باعث ایجاد مشکل در تمام مراحل از نظر سازماندهی، برنامه‌ریزی آموزشی، تدارکات، کنترل و تفاهم بین افراد و... که در کل باعث کاهش راندمان کار در یک مرحله می‌شد.

۲- پایین بودن میانگین سن شرکت‌کنندگان: در این نوع دوره‌ها، هر چه سن افراد بالاتر و تجربه کاری بیشتر و افراد به مسائل مدیریتی و جواب‌های مختلف صنعت آشنا تر باشند به طور مسلم بازدهی و درک مطلب آسان‌تر خواهد بود.

ورود محصولات تولیدی کشور چین به بازار داخل ایتالیا و سایر بازارهای بین‌المللی شدیداً دچار مشکل و رکود شده است و حتی بسیاری از کارخانه‌های کفش ایتالیا عملاً تعطیل شدند. لذا ایتالیا به دلیل بالا بودن هزینه‌های تولید به خصوص دستمزد کارگران، توانایی مقابله با کشور چین را نداشته و مسؤولان کشور ایتالیا به این نتیجه رسیدند که تنها با همکاری و مشارکت سایر کشورهای که هزینه‌های تولید در آنجا پایین است می‌توان با کشور چین مقابله کرد و ایران نیز یکی از کشورهای مورد نظر ایتالیا است. البته با برخی از کشورها همکاری عملی خود را از قبل آغاز کرد.

پیشنهادهای:

به منظور افزایش کیفیت دوره‌های آینده و استفاده بهتر از فرصت پیش آمده پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

۱- در انتخاب افراد برای اعزام به دوره‌های آموزشی در آینده دقت بیشتری به عمل آید در واقع از افراد همگن در رشته کاری، تجربه و تحصیلات استفاده شود تا بتوان از علوم و تکنولوژی کشور مقابل به نحو شایسته‌تری بهره برد.

۲- با توجه به اینکه مشکل اساسی صنعت کفش ایران طراحی و کمبود مواد اولیه مرغوب و متنوع است، پیشنهاد می‌شود در آینده دوره‌های تخصصی طراحی و مدل‌سازی در اولویت قرار گیرد.

۳- به منظور آشنایی مدیران و صنعتگران کشور ایتالیا با امکانات کشور ایران پیشنهاد می‌شود گروه مشترکی از اساتید ایران و ایتالیا کلاس‌های آموزشی در ایران را برگزار کنند و صنایع کفش و چرم ایران نیز مورد بازدید اساتید و کارشناسان ایتالیایی قرار گیرد و در پایان دوره،

کنسول گراپ مورد بازدید قرار گرفت که از شاخص‌ترین آنها می‌توان به طراحی کامپیوتری کفش از مرحله اسکن - پا تا مرحله ساخت قالب ماهیچه و برش کامپیوتری چرم اشاره کرد.

در خصوص بازدید از کارخانه‌ها و فروشگاه‌های کفش، ضمن اینکه کارخانه‌های خوب و مطرح و فعال برای بازدید در نظر گرفته نشده بودند، نکات قابل توجه و خاصی نیز به نظر نمی‌آمد و مسؤولان کارخانه‌ها اظهار می‌کردند به دلیل تغییر فصل و مدل کارخانه‌ها فعال نیستند و حتی مدیران شرکت بزرگ و مطرح کفش ایماک اجازه بازدید از خطوط تولید خود را ندارند.

مشکلات بخشی آموزش:

با توجه به مطالب گنجانده شده در دروس دوره و اظهارات مدیر مؤسسه آموزشی، اساتید و حتی صاحبان و مدیران صنایع کفش کشور ایتالیا کاملاً مشخص بود که بسیاری از مسؤولان صنعت کفش ایتالیا اطلاعات چندانی از اوضاع و احوال کشور ایران و حتی صنایع کفش و چرم ایران ندارند و با توجه به جدیت ایتالیایی‌ها برای مشارکت با صنایع چرم و کفش ایران به نظر اینجانب کمبودها و مشکلات جزئی ناشی از ناآگاهی میزبان از فرهنگ و امکانات کشور ایران بود و به طور حتم در صورت شناخت بیشتر مسؤولان کشور ایتالیا در نوع پذیرایی، محتویات دروس و بازدیدها با کیفیت بالاتر و بهتری برنامه‌ریزی می‌کردند.

نتیجه:

از تمام دروس و اظهارات اساتید و کارکنان مؤسسه آموزش Pizzie (پی‌زی‌یه) و دو گردهمایی با صاحبان صنایع و مدیران کارخانه‌های کفش کشور ایتالیا به صراحت و به وضوح مشخص شد که کشور ایتالیا به دلیل





تیغه سازی محمودی

مدیران محترم تولید کننده صنعت کفش
با یک بار امتحان مشتری دائم
ما خواهید شد. مطمئن باشید.

سازنده انواع تیغه های برش
چرم، تکسون و غیره

مبتکر طرح ها و خدمات نوین
در
صنعت کیف و کفش

اعتماد شما افتخار ماست

دفتر بازار تهران:

بازار، کوچه منوچهر خانی،
پاساز محمدی، طبقه دوم دست راست پلاک ۱۳
تلفن: ۵۶۱۵۲۶۲

کارخانه:

جاده مخصوص تهران - کرج کیلومتر ۲۰
روبروی پمپ بنزین، کاروانسرا سنگی

۰۲۶۲) ۳۸۳۳۸۹۳ - (۰۲۶۲) ۳۸۳۳۵۹۰

تهیز خیابان دارایی پاساز بزرگ چرم و کفش
طبقه مکف پلاک ۲

۰۲۱۱۵۲۷۲۳۰

thummahmoudi@yahoo.com

۳- عدم آشنایی بعضی یا اکثر شرکت کنندگان به زبان (انگلیسی، ایتالیایی) این امر باعث کاهش سرعت و کیفیت در امر تدریس و تغییر معانی واقعی جملات و واژه های فنی و تخصصی می شد.

۴- ادغام دو گروه کفش و چرم و ناهمگن بودن آنها: این مسأله هم از نظر انتخاب مطالب درسی و هم از نظر نامرتب بودن موضوعات برای دانشجویان ایجاد مشکل می کرد و به طور حتم یکپارچه بودن کلاس بازدهی بیشتری را به همراه خواهد داشت.

۵- محل اقامت: یکی از مسائل مهم در امر آموزش کوتاه مدت و فشرده صرفه جویی در وقت است که دور بودن محل اقامت از محل آموزشگاه می تواند باعث اتلاف وقت و خستگی فیزیکی و ذهنی شود.

۶- طول دوره: کوتاه مدت بودن دوره آموزشی برای مدیران یا صاحبان صنایع که اکثر آنها با مسئولیت زیاد و مشغله فراوان روبه رو هستند انتخاب رشته های تخصصی بسیار مهم و ضروری است.

مسأله بعدی شرکت در سمینارها بود که برگزاری این سمینارها و دیدارها با مؤسسات اقتصادی و صنعتی به خصوص صنعت کفش ایتالیا، از اهمیت فوق العاده ای برخوردار بود و نشانگر موقعیت بسیار خوب کشور ایران از نظر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و صنعتی است که باعث اهمیت کشور ایران در منطقه به خصوص در خاورمیانه و حتی اروپا شده است. در نتیجه ایران به عنوان کشوری که قابلیت پذیرش و اجرای پروژه های عظیم صنعتی را داراست مطرح شد.

بازدید از نمایشگاه و کارخانه های صنعتی: آخرین مرحله دوره آموزشی بازدید از کارخانه های کفش و چرم ایتالیا و نمایشگاه سیماک و لیناپله به عنوان دروس عملی بود.

بازدید از مناطق و کارخانه های صنعتی در ابعاد و مقیاس مختلف هم از نظر فنی و هم از نظر علمی بسیار آموزنده و حائز اهمیت زیادی بود و در صورتی موثرتر واقع می شد که مسؤولان کشور ایتالیا از وضعیت صنایع ایران به خصوص صنعت کفش آگاهی بیشتری داشتند تا در تهیه برنامه برای بازدید از صنایع کفش ایتالیا دقت بیشتری می کردند و از کارخانه ها یا کارگاه های بسیار کوچک و غیرفعال بازدید نمی شد.

برنامه بازدید از نمایشگاه های Simal, Lineapell بسیار آموزنده، مفید و قابل توجه بود و تجربه بسیار خوبی برای شرکت کنندگان به وجود آورد که در مکانی بسیار مناسب از نظر تکنولوژی و صنعت با صاحبان صنایع آشنا و ایجاد ارتباط کاری به وجود آوردند.

در کل برنامه ریزی مؤسسه Pizzie در تمام مراحل و انجام کارها قابل تقدیر و تشکر است.

پیشنهاد:

دعوت از اساتید ایتالیایی برای برگزاری دوره هایی در ایران، آشنا کردن مسؤولان و صاحبان صنایع ایران و ایتالیا، ایجاد کمیته صادرات که به صورت تخصصی تمام امور و جوانب (مواد اولیه - تولید - کیفیت حمل) را مورد بررسی قرار دهد، می تواند در بهبود وضعیت کنونی آموزش موثر باشد.

انالله و انالیه راجعون

جناب آقایان حاج عباس و حاج محمد سعیدی نژاد
با نهایت تأسف و تأثر مصیبت وارده را تسلیت عرض کرده و
از خداوند متعال برای آن مرحومه رحمت الهی و برای شما و
سایر بازماندگان صبر و شکیبایی مسألت می نمایم.

جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران

از جمله دیگر فعالیت‌ها اعزام هیئتی متشکل از نمایندگان واحدهای کفش به ایتالیا، برگزاری نمایشگاه و دعوت از تولیدکنندگان و ... بود.

در این راستا پیشنهاد انجمن سازندگان چرم و کفش ایتالیا ارائه گردید. این پیشنهاد مبنی بر ایجاد یک آموزشگاه دائمی در تهران بود.

دکتر فرانکو پاسارو گفت: Assomes/انجمن

چرم و کفش ایتالیا می‌تواند از نظر فنی به این طرح کمک کند و قرار بود که طرف ایرانی هم مساعدت‌های لازم را انجام دهند و بودجه‌هایی را تامین کنند.

وی نیاز به استراتژیک دیدن صنعت کفش و چرم ایران را لازم دانست و بر ایجاد یک مرکز سرویس‌دهی در چرم‌شهر تاکید کرد.

وی در پاسخ به این سوال که بارها گروه کاری ایرانی از آقای پوچی درخواست کرده بودند تا جزئیات میزان هزینه‌های لازم را ارائه کنند و این درخواست مصادف با تغییرات در دولت ایران گردید و از طرف گروه ایتالیایی به تاخیر افتاده است گفت: مشاور انجمن سازندگان چرم و کفش آقای پوچی است، اما قول می‌دهم تا از طریق تلفن با ایشان جزئیات را مطرح و طرح را ارسال نمایند.

وی در پاسخ به این سوال که عزم خوبی در جامعه ما برای محصولات چرمی ایجاد شده به طوری که چند شرکت به انجمن چرم مراجعه کرده‌اند و

جلسه‌ای با حضور دکتر فرانکو پاسارو رئیس بخش توسعه بازرگانی سفارت ایتالیا، حسینعلی فرج‌آه هم‌هانگ‌کننده گروه کاری ایران و ایتالیا، علی لشکری عضو هیئت‌مدیره جامعه و مدیرمسئول مجله صنعت کفش، مهندس نصیریان مدیر مسئول نشریه صنعت چرم و افسانه خلیلی سردبیر این نشریات تشکیل گردید.

این جلسه که در جهت فرآیند همکاری گروه کاری ایران و ایتالیا و چگونگی تشکیل کلاس‌های طراحی به صورت پرسش و پاسخ برگزار شد، آقای میرزائی‌ان به عنوان مترجم جلسه را همراهی کرد.

دکتر فرانکو پاسارو هدف از تشکیل گروه کاری ایران و ایتالیا را بهبود کیفیت محصولات ایرانی دانست.

وی گفت: از بین تمام گروه‌های کاری با فعالیت‌های مختلف، گروه کاری کارخانجات چرم و کفش با دارا بودن مسئول گروه فعالی چون خانم مهندس نصراللهی، بهترین کارگروه است.

رئیس بخش توسعه بازرگانی سفارت ایتالیا، با اشاره به فرآیند فعالیت‌های گروه کاری ایران و ایتالیا گفت: در سال ۲۰۰۵ کارشناسان ایتالیایی از واحدهای چرم و کفش ایران بازدید کردند، و گزارشی تهیه شد. باتوجه به آن گزارش همایشی در مورد چرم و کفش برگزار گردید که گزارش و ارزیابی از بازدید کارخانجات قرائت شد.

دکتر پاسارو:

استمرار دوره‌های آموزشی بهبود کیفیت را به همراه دارد



این تمهیدات نساجی و چرم و کفش کشورشان را ارتقاء دهند. بهبود کیفیت فرآیند پیچیده‌ای است که در درازمدت امکان‌پذیر است.

در این پروسه کمک وزارت صنایع تایلند نقش موثری داشت، آن‌ها ۱۵ شرکت پیش‌رو و معتبر را انتخاب کردند. به طوری که در سال اول ۹۰ درصد هزینه‌ها را وزارت صنایع و ۱۰ درصد را شرکت‌های ذی‌نفع به عهده گرفتند. در سال دوم ۶۰ درصد وزارت صنایع تایلند و ۴۰ درصد را شرکت‌های ذی‌نفع و در سال سوم این میزان ۵۰، ۵۰ شد.

آن‌ها موفق شدند مارک تجاری با نام طراحی ایتالیا ایجاد کنند. آن‌ها یک استراتژی درازمدت برای بهبود کیفیت داشتند و موتور این فعالیت تشخیص و دعوت از کارشناسان معتبر ایتالیایی بود.

دکتر پاسارو تاکید کرد: اگر بخواهیم رقابت‌پذیری را افزایش دهیم، دوره‌های آموزشی باید پیوسته باشد و برای اجرای آن، نیازمند ایجاد مراکز آموزشی دائمی در ایران هستیم. ایتالیا آماده هرگونه همکاری برای تداوم این دوره‌هاست.

وی از شرایط اولیه شرکت در دوره‌های آموزشی الگوسازی کفش را آشنایی با زبان انگلیسی و تجربه گذشته کاری عنوان کرد.

در این دوره ۳۰ کارآموز معرفی شده که براساس مصاحبه‌ای ۱۵ نفر انتخاب می‌شوند.

درخواست استفاده از کارشناسان خارجی و مجرب را با پرداخت هزینه خودشان دارند، گفت: کارشناسان ایتالیایی که برای آموزش دوره طراحی به ایران می‌آیند، می‌توانند اطلاعات خوبی در این خصوص به تولیدکنندگان ارائه کنند.

دکتر پاسارو در پاسخ به این سوال که معرفی تولیدکنندگان برای شرکت در نمایشگاه ایتالیا با شناختی که «جامعه» صنعت کفش از اعضا دارد، بهتر نیست که توسط این تشکل انجام گیرد، گفت: ما مشکل خاصی نداریم، بخشی از نمایندگان را با هزینه خودمان اعزام می‌کنیم، گروهی هم که با هزینه شخصی خودشان اعزام می‌شوند، ما تلاش می‌کنیم تسهیلاتی را از نظر اخذ ویزا فراهم آورند، در این چندسال هیئت‌هایی را اعزام کرده‌ایم. این پیشنهادات را به آقای ایچه مطرح می‌کنیم و ایشان تصمیم می‌گیرند. در این جلسه رئیس بخش توسعه بازرگانی سفارت ایتالیا به تجارب گذشته خود اشاره کرد: «قبل از این که به ایران بیایم، ۵ سال در تایلند بودم. این کشور در زمینه چرم و کفش به خصوص مد و طراحی پیشرفت‌های خوبی داشته است. آن‌ها برای این که بهبود کیفیت یابند، از کارشناسان ایتالیایی دعوت کردند تا در امر بهبود فرآیند تولید، بازاریابی، خرید مواد اولیه و سرعت عمل در مد به آن‌ها کمک کنند، این فرآیند سه سال طول کشید و آن‌ها توانستند با

دکتر پاسارو:

اگر بخواهیم رقابت‌پذیری را افزایش دهیم، دوره‌های آموزشی باید پیوسته باشد و برای اجرای آن، نیازمند ایجاد مراکز آموزشی دائمی در ایران هستیم. ایتالیا آماده هرگونه همکاری برای تداوم این دوره‌هاست.

از بین تمام گروه‌های کاری با فعالیت‌های مختلف، گروه کاری کارخانجات چرم و کفش با دارا بودن مسئول گروه فعالی چون خانم مهندس نصراللهی، بهترین کارگروه است.



برنامه‌های دوره مرکز آموزش و پژوهش مجمع بین‌المللی صنعت

مرکز آموزش و پژوهش مجمع بین‌المللی اقدام به برگزاری دوره‌های مختلف کرده است. برنامه‌های این دوره بدین شرح است:

تاریخ برگزاری	عنوان دوره
۸۵/۱۰/۱۳ از ساعت ۹ الی ۱۶:۳۰	سمینار مدیریت پروژه
۸۵/۱۰/۱۳ ساعت ۱۴ الی ۱۸	سمینار جدیدترین و پیشرفته‌ترین تکنولوژی‌ها و روش‌های مهندسی برای ایمنی سیستم‌ها و شبکه‌های مخابراتی و کامپیوتری
۸۵/۱۰/۱۶ از ساعت ۱۴ لغایت ۱۸	فناوری‌های نو در مخابرات باسیم و بی‌سیم
۸۵/۱۰/۲۰ لغایت ۸۵/۱۰/۲۱ از ساعت ۸ الی ۱۳	آرشیو و آرشیوسازی
۸۵/۱۰/۲۰ از ساعت ۱۵ الی ۱۸	دوربین‌های مدار بسته
۸۵/۱۰/۲۳ لغایت ۸۵/۱۰/۲۵ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	دوره طرح طبقه‌بندی مشاغل مقدماتی
۸۵/۱۰/۲۸ از ساعت ۸ الی ۱۶:۳۰	سمینار یک‌روزه طرح دعاوی در مراجع حل اختلاف قانون کار و دیوان عدالت اداری
۸۵/۱۱/۴ لغایت ۸۵/۱۱/۴ از ساعت ۸ الی ۱۶:۳۰	ارائه عملکردهای عملی سرپرستی در کارگاه‌های آموزشی
۸۵/۱۱/۱۴ از ساعت ۸:۳۰ الی ۱۶:۳۰	اقتصاد دانایی محور و دانش‌پایه
۸۵/۱۱/۱۴ لغایت ۸۵/۱۱/۱۵ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	سمینار مهندسی فروش و فروش‌های حضوری
۸۵/۱۱/۱۵ از ساعت ۸:۳۰ الی ۱۶:۳۰	دوره انبارداری و انبارگردانی
۸۵/۱۱/۱۷ لغایت ۸۵/۱۱/۱۸ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	سمینار مدیریت بحران
۸۵/۱۱/۲۴ لغایت ۸۵/۱۱/۲۵ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	پرورش کارکنان
۸۵/۱۱/۲۵ لغایت ۸۵/۱۱/۲۷ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	طبقه‌بندی مشاغل پیشرفته
۸۵/۱۱/۲۸ لغایت ۸۵/۱۱/۲۹ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	پرورش مهارت‌های سرپرستی مقدماتی
۸۵/۱۱/۲۸ از ساعت ۸ الی ۱۶:۳۰	دوره آموزشی دبیرخانه
۸۵/۱۲/۱ لغایت ۸۵/۱۲/۲ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	دوره مدیریت امور اداری و کارگزینی
۸۵/۱۲/۲ از ساعت ۸ الی ۱۶:۳۰	بهبودی و رویکردهای طراحی و استمرار مدیریت دانش
۸۵/۱۲/۲ لغایت ۸۵/۱۲/۴ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	چگونه نظام پیشنهادات را در سازمان اجرا کنیم
۸۵/۱۲/۳ از ساعت ۸:۳۰ الی ۱۶:۳۰	برنامه‌های راهبردی و عملیاتی طراحی و استمرار مدیریت دانش
۸۵/۱۲/۵ از ساعت ۸:۳۰ الی ۱۶:۳۰	اصول منشی‌گیری (مسئولان دفاتر مدیران)
۸۵/۱۲/۵ لغایت ۸۵/۱۲/۷ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	سمینار یک‌روزه بودجه‌ریزی در شرکت‌های تولیدی
۸۵/۱۲/۸ لغایت ۸۵/۱۲/۹ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	سمینار مدیریت بازاریابی بین‌الملل راز ماندگاری در بازارهای هدف جهانی
۸۵/۱۲/۹ از ساعت ۸ الی ۱۶:۳۰	دوره مدیریت اسناد و مدارک (اصول بایگانی)
۸۵/۱۲/۱۰ از ساعت ۸:۳۰ الی ۱۶:۳۰	فروش موفق در هزاره سوم
۸۵/۱۲/۱۲ از ساعت ۸ الی ۱۶:۳۰	ارزیابی دانش، راهبردهای آموزشی و اشاعه مدیریت دانش
۸۵/۱۲/۱۲ لغایت ۸۵/۱۲/۱۴ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	سمینار یک‌روزه مهندسی مالی
۸۵/۱۲/۱۴ از ساعت ۸:۳۰ لغایت ۱۶:۳۰	استراتژی‌های طراحی سیستم و مهندسی دانش
۸۵/۱۲/۱۵ لغایت ۸۵/۱۲/۱۶ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	دوره اصول گزارش‌نویسی و مکاتبات اداری
۸۵/۱۲/۱۶ لغایت ۸۵/۱۲/۱۷ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰ و پنجشنبه از ساعت ۸ صبح	سمینار یک‌روزه قراردادهای بلندمدت پیمانکار
۸۵/۱۲/۱۷ از ساعت ۸:۳۰ الی ۱۶:۳۰	روش‌های پیش‌گیری از حوادث
۸۵/۱۲/۱۷ از ساعت ۸:۳۰ الی ۱۶:۳۰	دوره اصول انتظامات و نگهداری
۸۵/۱۲/۲۱ لغایت ۸۵/۱۲/۲۲ از ساعت ۱۴ الی ۱۹:۳۰	سمینار یک‌روزه تجزیه و تحلیل صورت‌های مالی
متعاقباً اعلام می‌گردد	علوم رفتاری در انتظامات
متعاقباً اعلام می‌گردد	اصول حسابداری عمومی
متعاقباً اعلام می‌گردد	سمینار قواعد و مقررات ناظر بر انواع قراردادهای کار آموزش میزبانی

طاهره صفری

گزارشی از برگزاری کلاس‌های آموزش طراحی کفش



آفتاب آمد دلیل آفتاب

● معمولاً هنرجوهای شما چه کسانی هستند؟

پستتایی‌دوزها، کفاش‌های سنتی (خصوصاً کفاش‌های سنتی باغ سپهسالار) و کفاش‌های شهرستان‌هایی مثل قم و استان‌هایی مثل تبریز و... بعضی مدیران شرکت‌های تولیدی و فروشگاه‌های بزرگ.

● چه مباحثی در کلاس مطرح می‌شود؟
یکی مبحث یونیک است که در واقع اورجینال اساسی و پایه‌ای که مدل‌ساز کفش باید در نظر باشد را ما آموزش می‌دهیم یعنی ده مدل پایه برای انواع کفش گفته می‌شود. مثل کفش‌های مردانه و انواع آن، کفش‌های ورزشی فانتوس، چکمه زنانه، بچه‌گانه و (خیلی چیزهای دیگر) که این ده مدل در یک پکیج ارائه می‌شود.

● سطح هنر جوها را چگونه می‌بینید؟
به‌طور کلی تعداد آن‌ها به نسبت خوب است،

کفاشان موثر می‌دانند. در این خصوص مصاحبه کوتاهی با خانم مهندس فتحیه مدرس این کلاس آموزشی داشتیم که امیدواریم مورد نظر شما واقع شود.

● این کلاس‌ها چندمین دوره‌ای است که برگزار می‌شود؟

فکر می‌کنم بعد از پنج سال، هشت یا نهمین دوره است که برگزار می‌شود.

● کلاس‌ها از چه زمانی شروع می‌شود و کی تمام می‌شود؟

کلاس‌ها از دی ماه شروع شده و امروز هم آخرین جلسه آن است (یعنی اسفندماه) این کلاس‌ها را در ۱۰ جلسه و هر جلسه ۴ ساعت که جمعاً چهل ساعت می‌شود.

● تعداد هنر جویان در این دوره چند نفرند؟

این دوره شانزده هنرجو داریم.

آموزشگاه طراحی و مدل‌سازی کفش هرچند وقت یک‌بار دوره‌های آموزشی خود را برگزار می‌کند این دوره‌ها به منظور بالا بردن سطح آگاهی تولیدی‌ها و فروشگاه‌های سنتی سطح کشور در تهران تشکیل می‌شود در این کلاس‌ها هنرجویانی هستند که عمدتاً کار آن‌ها در تولید و یا فروشگاه‌ها خود به صورت سنتی است. طی گفتگویی که با آن‌ها داشتیم اغلب انگیزه خود را از شرکت در این کلاس‌ها خارج شدن از سنتی کار بودن می‌دانستند با وجود این که این آموزشگاه طبعاً یک سری مشکلات از جمله تجهیزات و وسایل کمک آموزشی، دور بودن مسافت برای شهرستانی‌ها و طولانی بودن ساعت کلاسی در هر جلسه را دارد، اما هنر جوها از ایجاد این کلاس آموزشی و خصوصاً نحوه تدریس و آموزش استاد این کلاس خیلی راضی هستند و این کلاس‌ها را در پیشبرد و ارتقاء سطح کیفی صنعت کفش برای

ولی چون وسایل کمک آموزشی کم است، من باید با تک تک آن‌ها کار کنم و مفهوم را برای آن‌ها برسانم که در واقع این ماهیت کلاس است، اما از جهت خودهنرجوهای که به کلاس می‌آیند، ما هنوز بعد از سال‌ها نتوانستیم سطح معلومات آن‌ها را در یک سطح قرار دهیم با این حال که تعداد کم است، ولی گزینش آن‌ها رضایت‌بخش نیست، اما به هر جهت طی این سال‌ها به این نتیجه رسیدیم که یک مقداری هنرجوها با یکدیگر هماهنگ باشند یعنی از نظر سطح معلومات و گیرایی با همدیگر هم‌جهت باشند که نه برای آن‌ها این وضعیت سخت باشد نه برای ما.

● آیا مباحث جدیدی عنوان شده یا این دوره تکرار دوره‌های ماقبل است؟

کلاس‌ها تکرار دوره‌های قبل است، ما در این‌جا در واقع الگوبرداری را یاد می‌دهیم این‌جا طراحی و مدل‌سازی روی کفش است یعنی گرفتن شابلون در نتیجه ماهیت‌ها نمی‌تواند ورژن جدید برای کلاس‌ها داشته باشد یعنی مطالب جدید برای کلاس نمی‌توانیم داشته باشیم.

● برگزاری این دوره‌ها نیازمند چه امکانات و لوازمی است؟

این‌جا مرکز متولی آموزش کفش نیست مرکز آموزش است که در همه جای دنیا مراکز آموزش کفش وجود دارد، ما در کنار یک مرکز دیگری که هیچ ارتباطی با این صنعت ندارد آموزش طراحی کفش می‌دهیم ولی در کل به خاطر همت و کمک این مرکز که من آن‌ها را خیلی قبول دارم از جهت آموزش هماهنگی‌های لازم را انجام می‌دهند تا این دوره‌ها را برگزار کنیم در صورتی که این دوره آموزشی طراحی کفش باید در جایی انجام بگیرد که مختص به این کار باشد نه در آموزشگاهی که به این حیطه ارتباطی ندارد و واقعاً باید محیط آموزشی مختص به این کار تهیه و تدارک دیده شود و وسایل و تجهیزات لازم در اختیار ما قرار بگیرد، به فرض مثال اگر شما به ایتالیا بروید می‌بینید که مدرسه آرس و میلان مخصوص به کفش است یعنی مدرسه کفش و خیلی از این مدارس در انگلستان، آلمان و خیلی از کشورهای دیگر زیاد هستند و ما اگر حداقل عکس‌های آن‌ها را ببینیم متوجه می‌شویم چقدر کلاس‌های پرپار و مخصوص این کار با برنامه‌ریزی قوی تدارک دیده شده است و متأسفانه در ایران اصلاً این‌گونه نیست.

● با این امکانات فعلی که در اختیار هنرجویان قرار گرفته است برگزاری این

دوره‌ها چگونه است؟

کیفیت برگزاری دوره با توجه به آموزش‌های که ما می‌دهیم مشکلی ندارد و فقط بستگی به خود هنرجوها دارد که چقدر برای یادگیری سعی و تلاش کنند و در واقع هنرجوها خود باید ظرفیت آموزشی داشته باشند تا مطالب را بدون درنگ متوجه شوند.

● برای آموزش چنین دوره‌هایی تاکنون با چه مشکلاتی روبرو بوده‌اید، آیا این دوره‌ها ادامه پیدا خواهد کرد؟

ما هیچ مشکلی با این شکل آموزش این دوره یا دوره‌های قبل نداشتیم و انشاءالله آن را باز ادامه خواهیم داد. من خیلی خوشحالم از این که درس طراحی و مدل‌سازی کفش را بدون تدریس هیچ استادی توانستم خیلی خوب یاد بگیرم و بعد آن را آموزش بدهم در خارج از ایران هم رفتم و تجربه‌هایی را آن‌جا داشتیم. اما واقعاً هیچ کسی مدل‌سازی و طراحی را به من یاد نداد و خدا را شکر می‌کنم وقتی که این نوع از آموزش طراحی و مدل‌سازی را یاد گرفتم و آن را صادقانه به هر کسی که در کلاس‌ها شرکت می‌کند یاد می‌دهم. خصوصاً برای افرادی که واقعاً نیازمند این‌گونه اطلاعات و آموزش هستند. من همه تجربیاتم را از کوچک تا بزرگ در اختیار آن‌ها قرار می‌دهم این شاید یک درسی باشد برای مدل‌سازهای تجربی، چه آکادمیک و چه غیر آکادمیک. آن‌هایی که نمی‌خواهند این نوع از اطلاعات و تجربیات خودشان را به همه انتقال دهند و فکر می‌کنند کار درستی انجام می‌دهند و حالا فکر می‌کنم چیزی حدود ۱۰۰ یا ۱۲۰ نفر از کسانی که در باغ سپهسالار تهران در کار کفش هستند در این‌جا آموزش دیده‌اند یا کفاش‌های سنتی شهرستان‌های دیگر به آن‌ها این آموزش را دادم. البته قبل از من مرحوم آقای رستخیز این کار را شروع و پایه‌ریزی کردند و برای ایشان هم همین وضعیت وجود داشت و در کل هیچ کسی وجود ندارد که این اطلاعات را آموزش بدهد هیچ مدل‌سازی نیست که فوت و فن مدل‌سازی را به دیگران یاد بدهد و کلاس‌ها باعث می‌شود که این روحیه در بین هنرجوها جا بیفتد و باعث پیشرفت علم و تکنولوژی در این صنعت شود.

● لزوم تشکیل این کلاس‌ها را چه چیزی می‌دانید؟

خارج شدن از وضعیت سنتی محض و علمی یادگرفتن این صنعت و امکان یادگرفتن این

صنعت برای کسانی که دوست دارند یاد بگیرند را ایجاد می‌کند که هر کسی دوست دارد می‌تواند یاد بگیرد قبل از این هر کسی که دوست داشته با این حرفه روی بیاورد و آموزش ببیند باید خیلی سال‌ها تلاش می‌کرد که این حرفه را یاد بگیرد ولی برای شروع کسی که علاقمند است این حرفه را یاد بگیرد این کلاس‌ها می‌تواند خیلی مفید واقع شود. ایجاد و تکرار این کلاس‌ها و دوره‌ها باعث می‌شود کسانی که در رشته‌های مرتبط با این صنعت را خوانند به این کلاس‌ها روی آورند و به عنوان رشته مورد علاقه‌شان که کفش است بیایند این تکنیک را یاد بگیرند که متأسفانه نشد و من نمی‌دانم چرا نمی‌شود شاید برای این که همه فکر می‌کنند که کفش یک کار خیلی سنتی است و جزء صنایع دستی است در صورتی که این‌طور نیست در واقع کفش یک کار تکنیکی است که باید روی آن کار شود که مسلماً زمان‌بر است.

● چه ارگان‌هایی می‌توانند شما را در حل مسائل یاری کنند؟

جامعه صنعت کفش بهترین کس و ارگان است به خاطر این که با همه لینک‌ها و تولیدی‌های مهم و مختلف کفش در ارتباط است و همه را می‌شناسد.

● چه برنامه‌هایی برای برگزاری بهتر این دوره‌ها می‌تواند مهم باشد.

می‌تواند یک بازدید خوب، دعوت از طراح‌های خارجی، فیلم، اسلاید و خیلی چیزهای دیگر که کمک کند به بهتر بودن این کلاس‌ها می‌تواند یک کسانی بیایند آموزش ببینند و بعد آموزش بدهند برای کسانی که در این کلاس‌ها شرکت می‌کنند مثلاً ما از طرف جامعه برویم به فرض مثال، مثل آرس یک دوره‌های کوتاه مدت ببینیم یا آن‌ها بیایند این‌جا آموزش‌های تکمیلی به ما آموزش بدهند. یا آن‌ها بیایند این‌جا، آموزش‌های تکمیلی ببینیم. یعنی هم آموزش برای خود مدرسین می‌تواند مفید باشد و هم انتقال آن از آن‌ها به دیگران. و دیگر این که یک فضای آموزشی خوب و مناسب در همین باب مثل کتابخانه یا یک اینترنت فعال.

● سطح هنرجوها را چگونه می‌بینید؟

به خاطر پایین بودن سطح معلومات اغلب هنرجوها که معمولاً سیکل هستند و خیلی به ندرت در بین آن‌ها دیپلم یا لیسانس می‌بینم. خب مطمئناً این‌ها آدم‌ها سنتی هستند که از پدرانشان و یا برحسب هر اتفاق یا علاقمندی در این صنعت کار



کلاس آموزشی طراحی کفش

کتاب‌های مختلف در این زمینه ترجمه شود (من سراغ دارم کسی یا کسانی را که کتاب مدل‌سازی و طراحی ترجمه شده دارند ولی آن را در اختیار کسی نمی‌گذارند).

برای همین باید با صنعت کفش راحت‌تر برخورد شود. جامعه مدیران باید کتاب‌های ترجمه شده در اختیار همگان خصوصاً علاقمندان و کسانی که به دنبال این نوع اطلاعات هستند قرار دهد. امکانات ترجمه و امکانات چاپ آن را ایجاد کند. و این که ما چه پیشنهادی داریم می‌توانم فقط بگویم، «آفتاب آمد دلیل آفتاب».

اگر می‌خواهید این وضعیت تکرار شود واقعاً آخرین مصاحبه از طرف جامعه باشد. دوره بعد احتمالاً اردیبهشت ماه یا خرداد است که اگر جامعه می‌خواهد فقط یک گزارش تهیه کند و صفحه مجله پر شود این کار انجام نشود. من مدت‌هاست که فکر می‌کنم این خبرها فقط برای پرکردن نشریه به کار می‌رود نه چیز دیگر و فقط به جز شما خبرنگار این مجله هیچ اتفاقی برای بهبود نیافتاده است.

فعالیت هستند باید از آن آگاه شوند و بتوانند کاری کنند.

ما باید تحت پوشش وزارت صنایع قرار بگیریم، تحت پوشش جامعه قرار بگیریم یعنی به ما اهمیت بدهند چرا که صنعت کفش جز صنایع مادر است. حداقل اگر همه آدم‌ها اتومبیل سوار نمی‌شوند اما همه آدم‌ها کفش می‌پوشند یعنی ما هفتاد میلیون ماشین لازم نداریم ولی شاید کم‌کم حداقل ۷۰ میلیون صد درصد کفش لازم داریم (از گالش گرفته تا کفش‌های خارجی) پس چون جزء صنایع مادر است مطمئناً اهمیت دارد اگر یک شخص عادی سری به بازار بزند می‌بیند که کفش‌های چینی در بازار زیاد شده و ما باید کاری بکنیم و می‌فهمد که تولیدی‌های داخلی هنوز نتوانسته‌اند کاری بکنند.

ما باید کمی حرفه‌ای‌تر در این بخش‌ها نگاه کنیم. از کسانی که در این کار خبره هستند و در راس کار هستند بخواهیم که تجربیات خودشان را در اختیار آموزش‌های ما قرار بدهند و محیطی را ایجاد کنیم برای این که آن‌ها اعتماد کنند.

می‌کنند که من باید یک تناسب ساده و یا ریاضی و یا فرم را بارها برای آن‌ها تکرار کنم ولی به نظر من این چیزها زیاد مهم نیست بالاخره این‌ها با تلاش سرکلاس گفته می‌شود ولی چون تعداد آن‌ها آنقدر زیاد نیست که آن‌ها را تقسیم کنیم و معمولاً آن‌ها با هم مختلط هستند و عمدتاً سطح هوش و گیرایی آن‌ها یکسان نیست و از طرف دیگر مشغله‌های آن‌ها زیاد است و می‌خواهند با آمدنشان به این جا یک معجزه شود یعنی می‌خواهند فوراً همه مدل‌ها را یاد بگیرند و کفاش شوند بنابراین فرهنگش توی این کار پایین است در صورتی که این کلاس‌ها پیش مقدمه‌ای است برای شروع کار و یا تکمیل کننده چیزهایی که می‌دانستند.

● شما چه پیشنهادی برای بهبود دارید؟

اول این را بگویم که ایجاد خبر و نشر برای ایجاد بهبود و وضعیت موجود می‌باشد و برای بهتر شدن و پیشرفت است و فقط برای غمگین شدن و شاد شدن و پرکردن وضعیت نیست. خبر تهیه می‌شود برای این که یک وضعیت را به گوش یک عده رسانده شود و آن عده که مرتبط با این

چرا آموزش و چرا تغییر

دریچه

دکتر روح اله نجد عطایی
مدیرعامل گروه صنعتی ملی

پژوهش و آموزش عامل اصلی توسعه پایدار است
نفت و گاز و منابع طبیعی در توسعه جامعه موثر است، اما اگر دانش و دانایی ملی و آدم‌های توسعه یافته نباشند، منابع فوق قابل استفاده نخواهند بود. با پیشرفت تکنولوژی و ابزارهای مختلف کسب و کار عملاً مسیر آموزش نیز متناسب با وضع موجود تغییر می‌کند و تکلیف به همان نسبت سنگین‌تر می‌گردد و هر کس آنی از آموزش غفلت کند احتمالاً به صورت غیرقابل جبران از رقبا در دنیا عقب خواهد ماند و عقب می‌مانیم، مگر به یک باور قلبی و یک یقین عینی به آموزش نیازهای خود پردازیم. بلوغ فکری بدون آموزش میسر نیست. بی‌ریاضت نتوان شهره آفاق شدن. اقتصاد رقابتی دنیای کنونی با سرعت فوق تصور به اندیشمندان فکور و خلاق و پویا و دانشجو نیاز دارد. مسابقه آموزش لحظه‌ای تامل پذیر نیست و هر آن باید سرعت آن را بیشتر کرد تا از رقبا پیشی گرفت.

والسلام

آموزش مقدمه تغییر و تغییر نیازمند آموزش است، لکن آموزش از پژوهش نشأت می‌گیرد و برتری انسان‌ها و جوامع مختلف ریشه در تعلیم و تعلم دارد. با تصویری که از آینده می‌رود اصولاً رقابت‌ها در بین‌الملل به رقابت میان نظام آموزشی تبدیل خواهد شد. لذا پرواضح است، بهره‌ورترین کشورها و سازمان‌ها آن‌هایی می‌توانند باشند که از نظام آموزشی برتری برخوردار هستند. رهبران دانا در سازمان‌ها، برای آموزش و پرورش جایگاه خاصی قائلند و در هیچ موقعیتی از آموزش و تحقیق و توسعه غفلت نخواهند داشت و بخش اعظمی از سرمایه تحت اختیار خود را به این امر مقدس اختصاص می‌دهند. با مروری به تاریخ خلقت بشر و توصیه‌های بزرگان تاریخ با یک فصل مشترک مواجه خواهیم بود و آن‌هم یادگیری و یاد دادن است، اگر چه آموزش فقط مختص انسان‌ها نیست، چرا که همه موجودات زنده از آموزش متأثر هستند.



ایجاد رشته دانشگاهی کفش از آرزو تا واقعیت

علی لشکری

صاحب‌دلی به مدرسه آمد ز خانقاه
بشکست عهد صحبت اهل طریق را
گفتم میان عابد و عالم چه فرق بود
تا بر گزیدی از آن این فریق را
گفت آن گلیم خویش به درمی کشد ز موج
وین جهدمی کند که بگیرد غریق را
سعدی

نفراس است که اصطلاحاً این جمعیت را «جمعیت متقاضی ورود به آموزش عالی» می‌نامند.

عقب ماندگی تاریخی در توسعه کمی آموزش عالی در سال‌های گذشته در کنار رشد جمعیت، آموزش‌های عالی کشور را با بحران تقاضای ورود به آموزش عالی مواجه کرد به طوری که سالانه حدود ۱/۵ میلیون نفر متقاضی شرکت در کنکور بودند که ظرفیت جذب دانشگاه‌ها در سال‌های گذشته در بهترین حالت حدود ۲۰۰/۰۰۰ نفر بود.

و در حال حاضر به دلیل توسعه ظرفیت جذب دانشجو در دانشگاه‌های دولتی و دانشگاه آزاد، دانشگاه‌های غیردولتی، شبانه، جامع علمی کاربردی، غیرانتفاعی پیوسته و ناپیوسته، پیام نور و... به مرز یک میلیون نفر رسیده که پیش‌بینی می‌شود در آینده نزدیک ظرفیت جذب دانشگاه‌ها با جمعیت متقاضی ورود به آموزش عالی در کشور برابر گردد.

آمارهای بانک جهانی نشان می‌دهد که در کشورهای توسعه یافته نسبت نیروهای متخصص (دارای مدرک فوق دیپلم به بالا) در ساختار اشتغال آن کشورها ۲۵ تا ۴۰ درصد است یعنی در کشورهای توسعه یافته تا ۴۰ درصد از نیروی شاغل افراد مدرک فوق دیپلم به بالا است. در ایران این آمار حدود ۱۲ درصد است یعنی از جمعیت ۲۱ میلیون نفری شاغلان کشور حدود ۱۲ درصد مدرک تحصیلی فوق دیپلم به بالا دارند، به بیان دیگر در جمعیت شاغل کشور به اندازه کافی نیروی متخصص جذب نمی‌شود.

شاخص‌های نیروی انسانی صنعت و کشاورزی نشان می‌دهد نسبت نیروی تحصیلکرده دانشگاهی به کل شاغلان جمعیت به کشورهای توسعه یافته بسیار پایین است. ایران یک سوم کشورهای توسعه یافته نیروی متخصص دانشگاهی جذب می‌کند این یکی از دلایل مهم کم اشتغالی فارغ التحصیلان است. و شاید بخشی از عدم جذب هم پایین بودن تطابق صنعت و دانشگاه است.

بر اساس پژوهشی که در تابستان سال ۸۶ توسط آقای مهندس دهقانی و همکار ایشان در اداره کل صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنایع انجام گرفت و اخیراً این تحقیق و گزارش در سایت وزارت صنایع قرار گرفته وضعیت سابقه تحصیلات نیروی انسانی شاغل در واحدهای صنعتی تولید کفش تحت پوشش

از تصویب بند ۹ از اهداف ۱۶ گانه جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران مبنی بر «ایجاد مراکز آموزشی و تحقیقاتی مرتبط با صنعت کفش» در گردهمایی پنجم در مورخه ۷۲/۱/۳۱ در شرکت کفش وین که با هدف تعیین اعضا هیئت مدیره و تصویب اساسنامه جامعه صنعت کفش تشکیل شده بود تا موافقت مشروط اعضای ۹ نفره شورای برنامه‌ریزی درسی دانشگاه جامع علمی-کاربردی با ایجاد رشته کاردانی ناپیوسته طراحی و تولید کفش که به سفارش مدیریت محترم عامل گروه صنعتی ملی و شورای آموزش و پژوهش گروه همکاری کارشناسان برجسته جهاد دانشگاهی شریف با کارشناسان صنعت کفش در ۶ ماهه اول سال ۸۶ تنظیم گردیده بود حدود ۱۴ سال و ۷ ماه یعنی (۱۷۵ ماه) می‌گذرد.

البته از تلاش‌ها و کوشش‌هایی که در این سال‌ها توسط عزیزان علاقمند به امر آموزش در جامعه صنعت کفش انجام پذیرفته نباید یاد نکرد.

از تشکیل گروه آموزش و تحقیق در روزهای اول تأسیس جامعه در سال ۷۲ تا برگزاری دوره‌های اصول طراحی و مدلسازی و شناخت کفش و مواد اولیه و آشنایی با نرم‌گیری در سال‌های مختلف و تلاش در جهت اخذ مجوز تأسیس هنرستان کفش و چرم در شاخه کارودانش از آموزش و پرورش و مذاکرات گسترده با مسئولین دانشگاه‌های تهران و شریف و آزاد واحد جنوب به منظور تأسیس دانشکده کفش و چرم و ایجاد گرایش‌های کفش و چرم در مقاطع فوق دیپلم به لیسانس و لیسانس به فوق لیسانس!! در رشته‌های دانشگاهی ارتباط با سازمان «یونیدو» و دعوت از کارشناسان ایتالیایی تا اعزام دو گروه از صاحبان، مدیران و کارشناسان بازرگانی و فروش و تولید و مدلسازی واحدهای مختلف کفشی به ایتالیا در سال‌های ۸۳ و ۸۶ و تشکیل هیئت امنای رشته چرم و کفش در دانشکده نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر در زمستان سال ۸۲ به اضافه سایر اقدامات دیگر که مجال پرداختن به آنها نیست همه و همه پیش زمینه‌هایی برای ضرورت تشکیل رشته طراحی و تولید کفش در کشور بعنوان حلقه مفقوده این صنعت است.

ایران از جمله کشورهایی است که در اوایل دهه ۶۰ دچار جهش جمعیتی شد و رشد جمعیت آن در سال‌های اولیه دهه ۶۰ به ۴ تا ۵ درصد رسیده که نرخ بسیار بالایی است. امروز با تمام تلاش‌هایی که صورت پذیرفته نرخ رشد جمعیت حدود ۱/۵ درصد است. در حال حاضر جمعیت ۱۸ تا ۲۱ سال ایران حدود ۱۱ میلیون



شاغل فعلی و جذب نیروهای جدید داشته باشد؟ و در بازار داخل نیز سلیقه‌های در حال تغییر جوانان بین ۱۵ تا ۳۰ سال را که امروز ۳۳ درصد بازار کفش داخل را تشکیل می‌دهند و مورد هدف بازارهای کفش‌های وارداتی از انواع آن قرار گرفته‌اند را مدیریت کند؟

به نظر نگارنده باید به دنبال راه حلی باشیم که بین این صنعت و نظام آموزشی عالی آشتی ایجاد کرد!

باید بعد از ۱۴ سال و ۷ ماه بجای تکرار آرزوها به دنبال عملیاتی کردن آرزوها باشیم. چرا که «فرصت‌ها همانند ابرها به سرعت در حال از دست رفتن هستند». حال که به هر دلیل جوانان دانشگاهی فارغ التحصیل نسل سومی جذب این صنعت بومی و سنتی نمی‌شوند و یا صنعت آنها را جذب نمی‌کند، لاقط جوانان شاغل در صنعت کفش را دانشگاهی کنیم!!

آقای دکتر بلندی ریاست محترم دانشگاه جامع علمی کاربردی در جلسه یکشنبه مورخه ۸۶/۸/۲۷ که به اتفاق دبیرکل محترم جامعه و معاونت آموزشی جهاد دانشگاهی شریف تشکیل گردیده بود اشاره داشتند که این دانشگاه با تصویب پیشنهاد دوره کاردانی ناپيوسته علمی-کاربردی تکنسین تولید و طراحی کفش که توسط جهاد دانشگاهی شریف تنظیم گردید، **مشروط به ارائه «برنامه اجرایی» و «چشم‌انداز آموزشی»** توسط صنعت کفش موافق است.

آرزوها نزدیک به واقعیت شده است و صنعت کفش کشور تا برخورداری از یک رشته دانشگاهی که ۱۴ سال و اندی در انتظار آن بود، فاصله زیادی ندارد، تقریباً همه به اجماع رسیده‌اند تهران، تبریز، قم، یزد، مشهد، فقط عزم و همت صاحبان و مدیران صنعت کفش را این مرحله طلب می‌کند که با یک یا «علی‌گفتن» و بقول دکتر بلندی بایک نگاه ملی و عمل ضربتی آنچنان با قیات و صالحات برای خود، خانواده، منطقه، کشور و صنعت کفش خود ایجاد نمایند که آیندگان از آنان به نیکی یاد کنند. انشاالله...

خداوند می‌فرماید:

اناهدیناالسبیل اما شاکراً و اما کفوراً

(سوره انسان آیه ۴)

۸۶/۸/۲۸

وزارت صنایع حاکی از آن است که ۱/۵ درصد شاغلین دارای تحصیلات عالی، ۳۱ درصد در سطح دیپلم و فوق دیپلم، ۶۵ درصد در سطح زیر دیپلم و ۲/۵ درصد در حد خواندن و نوشتن هستند و در همین حال سابقه اشتغال افراد بالای ۱۵ سال حدود ۵۵ درصد و بین ۱۰ تا ۱۵ سال حدود ۳۳ درصد و کمتر از ۱۰ سال حدود ۱۲ درصد سابقه کار در این صنعت را دارا هستند.

پژوهش دیگری که توسط موسسه مطالعات و پژوهش بازرگانی انجام گرفته حاکی از آن است که صنعت کفش در سال‌های ۲۰۰۳-۱۹۹۹ از نظر رتبه بندی صادرات در ردیف ششم صادرات صنعتی کشور قرار داشته و این صنعت به همراه گروه صنایع نساجی، پوشاک و چرم بعد از صنایع غذایی و آشامیدنی و دخانیات بیشترین سهم را در میزان اشتغال به خود اختصاص داده است.

بر اساس تحقیق مهندس دهقانی سهم صادرات انواع پاپوش نسبت به صادرات غیرنفتی کشور در سال ۱۳۸۵ حدود ۴۶ صدم درصد و سهم صادرات پاپوش نسبت به صادرات صنعتی و معدنی در سال ۸۵ حدود ۵۹ صدم درصد است.

در همان تحقیق آقای مهندس دهقانی که حاصل حدود سه دهه تجربه مستمر در صنعت کفش و چرم است، اعلام گردید که از دید کارشناسان «یونیدو» و برخی از صاحبان داخلی، علاوه بر ضعف طراحی محصولات، صنعت کفش کشور از کمبود نیروی متخصص و نازل بودن سطح تحصیلات و توجه نکردن به تربیت نیروی انسانی متخصص و آموزش دیده رنج می‌برد.

جمع بندی آمارهای فوق و نتایج تحقیقات انجام گرفته توسط کارشناسان زبده وزارت صنایع کشور حاکی از فقدان جذب فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در صنعت کفش کشور بوده است.

از یکسو سابقه کار نیروهای کمتر از ۱۰ سال که قاعدتاً باید جوانان زیر ۳۵ سال باشند حدود ۱۲ درصد، از سوی دیگر شاغلین دارای تحصیلات دانشگاهی حدود ۱/۵ درصد است. در حالیکه صنعت کفش با خطر استهلاک نیروی انسانی شاغل در داخل خود مورد تهدید قرار می‌گیرد و در عین حال با ضعف طراحی در محصولات مواجه است چگونه می‌خواهد رتبه ششم خود را در صادرات صنعتی کشور حفظ و توسعه دهد؟ و بیشترین سهم اشتغال را در حفظ نیروهای

سیاست‌های پژوهشی
گروه صنعتی ملی تبیین شد:

اشاره:

بیست و پنجم آذرماه، در تقویم ملی کشور به عنوان روز پژوهش ثبت شده است. هر چند که امر پژوهش و تحقیق در کشور ما، تا رسیدن به نقطه مطلوب و آرمانی فاصله زیادی دارد، اما آذرماه همه نگاه‌ها به این سمت معطوف می‌شود. اعتلای صنعت کفش نیز همانند سایر صنایع، در گرو اعتلای پژوهش در این بخش است.

باتوجه به نقش کلیدی، گروه صنعتی ملی در عرصه این صنعت، در گفتگویی با فرهاد چوداریان به بررسی سیاست‌های پژوهشی گروه صنعتی ملی پرداخته‌ایم. وی که پیش از این در مشاغل فرهنگی-پژوهشی کار کرده است، امیدوار است که بتواند با همکاری مدیریت جدید گروه صنعتی ملی، به تحقق اصل پژوهش محوری در صنعت کفش کمک کند. وی هم‌اکنون به عنوان مشاورمدیرعامل گروه صنعتی ملی و مدیر برنامه‌ریزی و توسعه منابع گروه صنعتی ملی مشغول فعالیت است.

در ادامه این گفتگو تقدیم خوانندگان محترم می‌شود.

گفت و گو: مریم چهاربالش

Maryam_chaharbalesh@yahoo.com

دانشگاه در راستای پاسخ‌گویی به نیازهای صنعت تحقیقاتش را سامان دهد. اعتقاد دارم که نظام مدیریتی ما خودش را بی‌نیاز از پژوهش می‌داند و همین امر باعث می‌شود که ما در این دنیای شتابان جا بمانیم و دنیا هم منتظر ما نمی‌ایستد. من بازهم تاکید می‌کنم که پژوهش پیش‌برنده صنعت است و تجربه دنیا نیز این امر را ثابت کرده است. در دنیا صنایع یا کشورهایی موفق هستند که درصد قابل توجهی از منابع خودشان را به امر تحقیق و پژوهش اختصاص می‌دهند، حال این پژوهش در عرصه‌های مختلف می‌تواند باشد، در عرصه‌های فنی، مطالعه بازار و....

ارزیابی می‌کنید؟ در این شرایط، شما وضعیت صنعت کفش را چگونه

برای پاسخ‌گویی به این سوال، لازم است که من به سال‌های گذشته برگردم. هنگامی که کفش ملی در سال‌های نخستین دهه ۳۰ تشکیل شد، کفش ملی کار خودش را با مغازه‌ای روبروی بازار آغاز کرد؛ اما در مدت زمان کمی موفقیت‌های زیادی کسب کرد، به زودی تعداد شرکت‌هایش به ۳۰ شرکت رسید، توانست بازارهای صادراتی خوبی در اقصی نقاط دنیا از جمله اروپا و آمریکا به دست بیاورد، بی‌تردید شرکتی که به اصول بازار آگاه نیست نمی‌تواند سفارش کفش پوتین ارتش سرخ روسیه را به دست بیاورد و در همین مدت، تعداد فروشگاه‌های شرکت در کشور نیز به صورت زنجیره‌ای گسترش پیدا کرد.

آن زمان که فناوری اطلاعات مطرح نبوده است، اما در همان زمان ما می‌بینیم که مدیریت شرکت در پی اتوماسیون سیستم‌های خود بوده است و با تحقیق توانسته بازارهای روز دنیا را بشناسد و خودش را با دنیا منطبق کند، بی‌تردید این کار مبنای پژوهشی داشته است، به دلیل این‌که پژوهش به مدیر

است. در دنیای پرتلاطم کنونی، پژوهش در عرصه‌های مختلف از جمله صنعت، اهمیت به سزایی پیدا کرده است. باتوجه به اهمیت پژوهش، تحلیل شما از فضای پژوهشی در عرصه صنعت کفش چیست؟

هنگامی که از «پژوهش» سخن می‌گوییم، ابتدا باید فضای کلی پژوهشی کشور را تحلیل کنیم؛ متأسفانه پژوهش در ایران، امری غریب است و سازمان‌های ما به پژوهش به عنوان یک راهکار حل مساله نگاه نمی‌کنند و بیشتر برای حفظ پرستیژ به آن توجه می‌کنند؛ گاهی اوقات هم طرح‌های پژوهشی محملی برای جذب اعتبار قرار می‌گیرد. این‌ها مسائلی است که به شکل عموم و فراگیر در کشور ما جریان دارد و بخش صنعت و صنعت کفش نیز از این مقوله مستثنی نیست.

اگر تحلیل مناسبی از شرایط کشور داشته باشیم، می‌توانیم بگوییم که یکی از مهم‌ترین دلایل عقب‌ماندگی کشور نیز به همین بی‌توجهی به مساله پژوهش برمی‌گردد.

این است که پژوهش‌های انجام شده نیز در نظام صنعتی و اجرایی کشور فاقد کارآمدی لازم است.

بله، این نقطه نگاه نیز صحیح است. بیشتر پژوهش‌هایی که در کشور انجام می‌شود، کاربردی نیستند و حتی در برخی موارد وقتی در کتابخانه‌ها قرار می‌گیرند، حتی تورق هم نمی‌شوند؛ البته برخی رویکردهای پژوهشی در دانشگاه‌های ما به صورت جدی دنبال می‌شود، اما به دلیل ضعف ارتباط صنعت و دانشگاه، دانشگاه مسیر خودش را دنبال می‌کند و صنعت نیز راه خودش را می‌رود؛ در صورتی که صنعت باید نیازهای خودش را به دانشگاه اعلام کند و

فرهاد چوداریان:

یکی از دلایل بی‌اقبالیتی
مردم به کفش داخلی، همین
بی‌توجهی به ذائقه‌های مردم
بوده است. بررسی بازار،
ذائقه‌ها و نیاز بازار چه در سطح
داخلی و چه در بعد بین‌المللی
از جمله مسائلی بوده است
که ما همواره آن‌را نادیده
گرفته‌ایم. خوب طبیعی است،
مشتری که منتظر ما نمی‌ماند



با آن‌ها نیز نمی‌توانیم ارتباط برقرار کنیم.

کمک می‌کند که فرصت‌ها و تهدیدها را به درستی بشناسد و از فرصت‌ها
بهترین استفاده را بکند و تهدیدها را نیز به حداقل برساند.

سوال: در این شرایط، رویکرد گروه صنعتی ملی، به عنوان
مهم‌ترین نهاد صنعتی در عرصه کفش به موضوع تحقیقات چیست؟
من تحولات گروه صنعتی ملی را به ویژه از سال گذشته بسیار مثبت
می‌بینم، هم‌اکنون رویکردهای پژوهشی در گروه قدرت و قوت گرفته است.
به عنوان نمونه، پیش از این ما اصلاً در گروه صنعتی ملی، گروه برنامه‌ریزی
نداشتیم، اما باتوجه به رویکردهای جدید مدیریت، این گروه هم‌اکنون شکل
گرفته است. هم‌اکنون طبق نظر مدیریت گروه، پژوهش و برنامه‌ریزی مبنای
فعالیت‌ها قرار گرفته است.

سوال: تحلیل شما از شرایط کنونی چیست؟
در این شرایط اگر ما به صنعت کفش خودمان درست بیندیشیم که چرا از
آن جایگاه منحصر به فرد خاورمیانه به شرایط کنونی رسیده است، بی‌تردید
یکی از مهم‌ترین دلایلش به نادیده گرفتن تحولات علمی دنیا برمی‌گردد؛ البته
مسائل و مشکلات مدیریت دولتی نیز بی‌تردید مطرح بوده است، اما جدای
از اقتضائات مدیریت دولتی بی‌تردید بی‌توجهی به تحولات علمی و تحقیقاتی
دنیا یکی از مهم‌ترین دلایل ایجاد شکاف ما با دنیا بوده است.
تفاوت ما با چین در چیست؟ آن‌ها به این مسائل با دقت توجه کرده‌اند،
در غیر این صورت چه دلیلی دارد که وقتی هنوز مرزهای اقتصادی ما باز
نشده است و به سازمان تجارت جهانی هم نپیوسته‌ایم، این‌گونه بازارهای مان
را از دست بدهیم و رقیب چینی بتواند، این‌گونه بازار ما را تحت‌تاثیر قرار
دهد.

سوال: رویکرد این گروه چیست؟
ما ابتدا سعی کردیم که استانداردها را تدوین کنیم، آن‌ها را ارتقاء دهیم و
آن‌گاه آن‌ها را پایش کنیم. هم‌چنین توجه ما به شدت به سمت پژوهش‌های
کاربردی که بتواند مشکل صنعت را حل کند، معطوف شده است. در کنار این
فعالیت‌ها، شورای آموزش و پژوهش گروه صنعتی ملی نیز شکل گرفته است.
در این شورا ما تلاش می‌کنیم، علاوه بر توجه به نیازهای گروه صنعتی ملی،
به نیازهای کلیه صنعت توجه کنیم و بتوانیم راهکارهایی برای کل صنعت
به دست آوریم.

من فکر می‌کنم یکی از دلایل بی‌اقبالیتی مردم به کفش داخلی، همین
بی‌توجهی به ذائقه‌های مردم بوده است. بررسی بازار، ذائقه‌ها و نیاز بازار
چه در سطح داخلی و چه در بعد بین‌المللی از جمله مسائلی بوده است
که ما همواره آن‌را نادیده گرفته‌ایم. خوب طبیعی است، مشتری که منتظر
ما نمی‌ماند.

هم‌اکنون فهرست کردن نیازمندی‌های پژوهشی صنعت در دستور کار
این شورا قرار دادیم تا ما پس از آن بتوانیم با گام‌های استوارتری در مسیر
تحقیق و پژوهش گام برداریم و در این مسیر از همه دست‌اندرکاران صنعت
و علاقمندان آن یاری می‌طلبیم و به نظرات و دیدگاه‌های آن‌ها توجه می‌کنیم،
به همین دلیل تلاش کرده‌ایم که افراد گروه صنعتی ملی، کمتر در ترکیب این

مطالعات بازار، مطالعه روی رفتارهای مشتری، نیازهای مشتری، توجه به
طراحی همه از جمله مسائلی است که صنعت کفش در شرایط کنونی به آن
نیاز دارد. در بعد بین‌المللی و منطقه‌ای نیز در جای خود ضعف‌های جدی
داریم، بازارهای منطقه و سلاطین مشتریان را نمی‌شناسیم و به صورت طبیعی

اگر بازار فقط به فروش فکر کند، بدون این که نیازها، محدودیت‌ها و الزامات تولید را در نظر بگیرد، مسلم است که شکست می‌خورد، بالعکس این مساله نیز صادق است، یعنی تولید نباید نسبت به تحولات بازار بی‌توجه باشد؛ بنابراین ما نیاز داریم که بخش تولید و بازرگانی و تجارت را در تعامل با یکدیگر ببینیم

شورا قرار بگیرند و بیشتر از اساتید، خبرگان و صاحب‌نظران صنعت کفش استفاده کرده‌ایم.

شما اولویت‌های صنعت در شرایط کنونی چیست؟

این اولویت‌ها متناسب با تحولات زمانی، تفاوت پیدا می‌کند. به عنوان نمونه، نیازهای این دوره، ممکن است که شش ماه یا یک سال دیگر وجود نداشته باشد و نیازهای جدیدی جایگزین آن شده باشند، اما در شرایط کنونی به نظر من یکی از نیازهای جدی ما مطالعات بازار است، بنابراین تلاش می‌کنیم که این موضوع را چه در سطح داخلی و چه در سطح خارجی دنبال کنیم. اولویت دیگر موضوع برندینگ است که مطالعات پژوهشی در این زمینه را نیز آغاز کرده‌ایم.

هم‌چنین گروه صنعتی ملی هم‌اکنون به این نتیجه رسیده است که کفش دست‌دوز ایرانی، ویژگی‌های منحصر به فردی دارد که می‌تواند به عنوان مزیت رقابتی ما در بازارهای بین‌المللی و هم‌چنین داخلی عمل کند، بنابراین پژوهش‌های ما در ارتباط با ساماندهی به این وضعیت اولویت پیدا می‌کند.

به موضوع ضعف ارتباط بین دانشگاه و صنعت اشاره داشتید، برای حل این مشکل چه تمهیداتی اندیشیده‌اید؟

یکی از اقدامات جدی ما پس از تعیین و تدوین اولویت‌های پژوهشی‌مان، همین برقراری ارتباط با دانشگاه است. پس از تدوین این فهرست نیازمندی‌های پژوهشی، بنا داریم تا این موضوعات را در اختیار دانشگاه‌ها قرار بدهیم تا در اولویت پژوهشی دانشگاه‌ها قرار گیرد و هم‌چنین رساله‌های دانشجویی نیز با همین محوریت می‌توانند تدوین شوند.

آیا از پایان‌نامه‌های دانشجویی که در این زمینه تدوین شوند، حمایت می‌کنید؟

حمایت از پایان‌نامه‌های دانشجویی از جمله برنامه‌های ما محسوب می‌شود و به صورت جدی این موضوع را دنبال می‌کنیم که البته کم و کیف این موضوع و چگونگی حمایت از پایان‌نامه‌ها در مقاطع مختلف از جمله مباحثی است که به صورت جزئی در آینده آن‌ها را برای دانشجویان و مجامع دانشگاهی تبیین و تشریح خواهیم کرد.

آموزش و پژوهش دو حوزه نزدیک به هم هستند، در حوزه آموزش چه اقداماتی در دستور کار دارید؟

راه‌اندازی دوره صنعت کفش در سطح کاردانی با همکاری جهاد دانشگاهی مراحل نهایی خود را پشت سر می‌گذارد و این موضوع در دستور کار شورای گسترش دانشگاه‌ها قرار گرفته است و براساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته امیدواریم که این رشته تحصیلی در دفترچه انتخاب رشته سال آینده وجود داشته باشد و ما بتوانیم سال آینده در این رشته دانشجو جذب کنیم.

به نظر می‌رسد که رویکرد توجه به بازار به نسبت مطالعات و پژوهش‌های فنی بیشتر مورد توجه‌تان قرار گرفته است، آیا این چنین است؟

ما هر اقدامی هم که انجام بدهیم، در نهایت سمت و سوی آن بازار است و تا وقتی شناخت درستی از بازار نداشته باشیم، نمی‌توانیم آینده این صنعت را به راحتی پیش‌بینی کنیم و در این راستا حرکت کنیم؛ موضوع مطالعات بازار در اولویت‌های ما هست، اما همان‌گونه که در ابعاد اقتصادی،

**تعدادی از ۸۰ تامین کننده
کفش که هم اکنون با کفش
ملی کار می کنند خودشان
واحدهای تحقیق و توسعه
دارند؛ اما بخش خصوصی
به دلیل کمبود منابع ملی
و حاشیه سود پایین شاید
در برخی ابعاد نتواند
فعال عمل کند، بنابراین ما
باید دستاوردهای مان را
در اختیار همه قرار دهیم**



در بطن خودش و از جمله در بین همان تولیدکنندگان و تامین کنندگان جزء پتانسیل های پژوهشی خاصی دارد، تعدادی از ۸۰ تامین کننده کفش که هم اکنون با کفش ملی کار می کنند خودشان واحدهای تحقیق و توسعه دارند؛ اما بخش خصوصی به دلیل کمبود منابع ملی و حاشیه سود پایین شاید در برخی ابعاد نتواند فعال عمل کند، بنابراین ما باید دستاوردهای مان را در اختیار همه قرار دهیم.

آقای چوداریان! اگر آذرماه سال آینده، دوباره با شما به گفتگو نشستیم تا مسائل پژوهشی صنعت کفش را پی گیری کنیم، از هم اکنون مشخص کنید که انتظار دارید، سال آینده در چه مرحله ای قرار داشته باشید و فکر می کنید هر یک از برنامه های پیشنهادی تان در چه مرحله ای قرار خواهد داشت؟

در بحث حمایت از پایان نامه های دانشجویی، انتظار دارم که تدوین آئین نامه حمایت از پایان نامه های دانشجویی به سرانجام رسیده باشد. در ارتباط با جذب دانشجو، امیدوارم که دانشجویان این رشته جذب و مشغول به تحصیل شده باشند.

در حوزه کفش دست دوز که هم اکنون تبدیل به مهم ترین اولویت گروه صنعتی ملی شده است، نیز امیدوارم به جایگاه مناسبی رسیده باشیم. در این ارتباط کفش فارس، از شرکت های تابعه گروه صنعتی ملی، اقدامات خوبی را شروع کرده است. این شرکت هم اکنون مشغول شناسایی واحدهای کفش دست دوز در سراسر کشور است و امیدوارم که بانک اطلاعاتی تولیدکنندگان کفش دست دوز غنی تر از امروز شده باشد.

البته همه این ها در شرایطی است که ثبات مدیریتی وجود داشته باشد و من نیز در این پست مشغول به کار باشم!

توسعه پایدار مورد توجه دولت مردان قرار گرفته است تا ابعاد مختلف توسعه مدنظر قرار گیرد، ما نیز در صنعت مان به توسعه پایدار می اندیشیم و بی تردید ابعاد فناوری و صنعتی را نیز مدنظر قرار داریم، به عنوان نمونه موضوع طراحی یکی از مباحثی است که نیازمند توجه جدی است.

من معتقدم که دوران جزیره ای عمل کردن به سر آمده است و تجربه نشان داده است که ما هر وقت جزیره ای عمل کرده ایم، نتایج بد گرفته ایم، اگر بازار فقط به فروش فکر کند، بدون این که نیازها، محدودیت ها و الزامات تولید را درنظر بگیرد، مسلم است که شکست می خورد، بالعکس این مساله نیز صادق است، یعنی تولید نباید نسبت به تحولات بازار بی توجه باشد؛ بنابراین ما نیاز داریم که بخش تولید و بازرگانی و تجارت را در تعامل با یکدیگر ببینیم، یکپارچه دیدن این مسائل باعث ایجاد هم افزایی در نظام ما می شود و بالعکس پراکنده نگری در این زمینه اثرات کاهنده بر عملکرد ما باقی می گذارد و البته هر کدام از این ها حوزه های تخصصی خاص خود را دارند.

روی هم رفته من معتقدم که اگر ما نخواهیم سخن از دانشکده صنعت کفش در ایران بگوییم، اما بی تردید به یک انستیتوی صنعت کفش نیاز داریم تا بتواند مسائل صنعت کفش را در کلیه ابعاد دنبال کند.

آقای چوداریان! در این بین نگاه شما به سایر ذی نفعان صنعت کفش و از جمله تامین کنندگان و تولیدکنندگان خردتر کفش چیست؟ چه برنامه ای برای تعامل با آن ها و تامین نیازهای پژوهشی آن ها دارید؟

طبیعی است که نتایج این تحقیقات در اختیار همه اجزاء صنعت قرار می گیرد و از جمله تامین کنندگان ما نیز به این تحقیقات چه در ابعاد مطالعه بازار و چه در بعد فنی نیاز دارند، ضمن این که آن ها می توانند در این مسیر با ما تعامل داشته باشند؛ ضمن این که من اعتقاد دارم صنعت کفش

سرمایه، نظم کاری و نوآوری سه عامل موثر در تولید

سحر حیدری



شرکت تولیدی پاشنه رافیک به عنوان اولین تولیدکننده پاشنه‌های پلاستیکی در ایران سال‌هاست که توانسته با تلاش و پشتکار بسیار و طرح ایده‌های نو به رشد و توسعه در زمینه کاری خویش دست یابد.

این شرکت تولیدی در سال ۱۳۸۵ توانست علاوه بر تولید پاشنه، تولید زیره‌های ای بی اس را آغاز کند و در سال ۸۶ همزمان با تأسیس اولین فروشگاه خود صندل‌هایی با همین مشخصات را به بازار عرضه کند.

مدتی است مجله صنعت کفش افتخار داشته با این شرکت در حوزه تبلیغات همکاری کند و همین دستاویزی شد که به سراغ رافیک قازار یانس مدیر عامل پاشنه رافیک برویم و با او به گفت‌وگو بنشینیم که ماحصل آن را در ذیل می‌خوانید:

آقای قازار یانس لطفاً در مورد چگونگی آغاز کارتان در این صنعت بگویید؟

حدود ۴۰ سال پیش کارم را از کارگاهی کوچک با تولید کفش‌های نوزادی شروع کردم. پس از حدود ۳ سال به تولید پاشنه‌های چوبی کفش و صندل پرداختم و بتدریج توانستم تولید پاشنه‌های پلاستیکی را برای اولین بار در ایران آغاز کنم. در ابتدایه دلیل نداشتن سرمایه کافی کار تزریق پاشنه را در منزل شخصی خود انجام می‌دادم، اما پس از مدتی با تلاش بسیار این امکان فراهم شد که بتوانم دستگاه رایه کارگاه کوچکی منتقل کنم و به کار تولید پاشنه ادامه دهم تا امروز که توانستیم تولیدات خود را تا ۴۰ هزار جفت پاشنه در روز افزایش دهیم. البته گام اصلی ما در آینده تأسیس نمایندگی در شهرستانها جهت توزیع صندل و افزایش حوزه کاریمان است.

به نظر شما عوامل موثر در موفقیت یک مجموعه چیست؟

به عقیده من سه فاکتور لازم برای موفقیت یک شرکت تولیدی عبارت است از سرمایه، نظم کاری و نوآوری. کارخانه‌ای که در این شرایط قادر به تولید

می‌دهد؟

معمولاً طراحی مدل‌هایی وارد کشور می‌شوند که از روی ژورنال‌ها انجام می‌دهیم، ولی به طور کلی کار طراحی به عهده پسر کوچکم است که گاهی با جمع بندی و ترکیب مدل‌های مختلف از پاشنه یک طرح جدید ارائه می‌دهد.

در پایان اگر پیشنهادی دارید بفرمایید؟

انتظاری که نه تنها از مجله صنعت کفش بلکه به طور کلی از تمامی مجله‌ها دارم این است که حوزه تبلیغات متنی که تولیدکننده به عنوان تبلیغ کالای خود به مجله ارائه می‌دهند، حتماً از سوی بخش تبلیغات بررسی شود و هر ادعایی که تولیدکننده و یا آگهی دهنده بیان می‌کند بدون اطمینان از صحت آن چاپ نکنند. از سوی دیگر فردی که اقدام به تبلیغ در یک نشریه می‌کند بهتر است در مورد نوع و شیوه تبلیغات از طرف مسئولین تبلیغاتی مجله راهنمایی شود.

امیدواریم که مجله صنعت کفش بتواند به شما در جهت رسیدن به اهدافتان یاری برساند و با تشکر از شما که وقتتان را در اختیار ما قرار دادید.

و حفظ خود در بازار کار باشد، ضروری است که قانونمندی و نظم را در سرفلوچه برنامه کاری خود قرار دهد. نوآوری در کار یعنی افراد با حضور در نمایشگاه‌ها بتوانند از مدل‌ها و تکنولوژی روز اطلاع یابند. سرمایه هم که یکی از اصول لاینفک و لازمه اجرای دو عنصر قبلی است.

این شرکت تولیدی در سال ۱۳۸۵ توانست علاوه بر تولید پاشنه، تولید زیره‌های ای بی اس را آغاز کند و در سال ۸۶ همزمان با تأسیس اولین فروشگاه خود صندل‌هایی با همین مشخصات را به بازار عرضه کند

رمز موفقیت شما در این صنعت چه بوده است؟
به نظر من پشتکار و اراده در هر کاری می‌تواند به انسان در جهت رسیدن به اهدافش کمک بسیار کند و من نیز با اعتقاد به این موضوع و حمایت فرزندانم از کار توانستم به تولید ادامه دهم.

طراحی پاشنه‌های شما را معمولاً چه کسی انجام

موافقت با رشته دانشگاهی کفش در گرو ارائه چشم‌انداز آموزشی



به گزارش خبرنگار مجله صنعت کفش: پیرو دعوت قبلی جلسه مشترکی به اتفاق دبیر کل «جامعه» و عضو هیئت مدیره و مدیرمسئول مجله صنعت کفش و معاونت آموزشی جهاد دانشگاهی شریف در دفتر دکتری‌بندی رئیس دانشگاه جامع علمی کاربردی تشکیل گردید.

در این جلسه «جامعه» ضمن توضیحات لازم درخصوص ضرورت ایجاد رشته کفش در دانشگاه با استفاده از آمار و ارقام‌های مختلف به اطلاع رئیس دانشگاه رساند و همچنین معاونت آموزشی جهاد دانشگاهی شریف از سیر اقدامات انجام شده در شش ماهه اول سال جاری درخصوص تدوین ریزدروس مورد نیاز جهت آموزش این رشته با استفاده از نقطه نظرات کارشناسان این صنعت گزارش داد و خواستار تصریح در تصویب این پیشنهاد شد.

در این جلسه همچنین رئیس دانشگاه علمی کاربردی ضمن گزارش جامعی از فعالیت‌های انجام شده درخصوص جذب دانشجو اعلام کرد و گفت: باتوکل به خداوند متعال و برنامه ریزی‌های انجام شده در سال جاری توانستیم حدود ۳۰۰ هزار نفر دانشجو را جذب نماییم. وی همچنین افزود: این دانشگاه به دنبال صدور مدرک نیست بلکه انتظاراتی که در حال حاضر برای آن تنظیم شده؛ تقویت دانش به اضافه توسعه مهارت و تخصص است.

به طوری که ۶۰ درصد دروس کاربردی و ۴۰ درصد تئوری است. این دانشگاه برای خود وظیفه ایجاد و توسعه اشتغال را در دستور کار دارد؛ به عبارتی مسئول کارورزی در وزارت علوم است.

دکتری‌بندی همچنین ضمن تاکید موافقت اصولی با ضرورت تشکیل رشته کفش با توجه به پیشینه تاریخی این صنعت در کشور خواستار برنامه اجرایی مشخص برای آموزش این رشته از طرف «جامعه» گردید و بر توسعه ایجاد مراکز مختلف در شهرستان‌های گوناگون تاکید کرد. در این جلسه موافقت گردید «جامعه» نسبت به تنظیم چشم‌انداز آموزشی از نظر مقطع و محتوی و انتظارات شغلی در سطوح مختلف به همراه ارائه یک مدل جامع برای یک مرکز آموزشی کفش اقدام نماید.

از مزیت‌های دوره‌های پودمانی یا کاردانی کفش اولویت باشاغلین این صنعت است که می‌توانند به صورت پاره وقت در این دوره‌ها آموزش ببینند.

کاهش توان تولیدکننده، تعدیل نیروی تولیدی‌ها و در نتیجه بیکار شدن کارگران را از نتایج عمده افزایش بی‌رویه قیمت چرم عنوان می‌کند.

«محمدرضا سرایی» مدیر تولیدی کفش سرایی در تبریز دلیل افزایش قیمت چرم را در افزایش صادرات آن می‌داند و اضافه می‌کند: تورم زیاد چرم موجب کاهش سود تولیدکنندگان شده است به عبارتی دیگر به دلیل توان کم خرید در میان مردم، نمی‌توانیم جنس تولید شده را به قیمت واقعی آن به فروش رسانیم. بنابراین از منافع خود گذشته‌ایم.

در طی تهیه گزارش پی بردیم که بیشتر تولیدکنندگان کفش بر این عقیده‌اند که بخشی از افزایش بی‌رویه قیمت چرم می‌تواند مربوط به خود چرم‌سازان باشد چندی پیش زمانی که قیمت پوست خام صد تومان افزایش یافت، قیمت چرم در چرم‌شهر تبریز دویست تومان بیشتر شد.



**«ابراهیم دباغ صدر» مدیر عامل چرم‌سازی صدر
در چرم‌شهر تبریز، افزایش قیمت پوست خام
تغییر بهای یورو و نیز سهمیه‌بندی بنزین را
از عمده‌ترین عوامل موثر در افزایش قیمت چرم
عنوان می‌کند و می‌گوید: در سال جاری قیمت
پوست خام از هشت صد تومان به دو هزار تومان
افزایش یافته است
قیمت هر ماشین حامل پوست در سال گذشته
هشت الی دوازده میلیون بود که امسال
به بیست و دو الی بیست و چهار میلیون
رسیده است**

آموزش رشته طراحی کیف و کفش در انیستیتوی چرم تبریز راه اندازی شد

مرصیه نوروزی



اولین دوره رشته طراحی کیف و کفش تحت نظارت دانشگاه جامع علمی-کاربردی در انیستیتوی چرم تبریز وابسته به شرکت شهرک‌های صنعتی در این شهر دایر شد.

با پیوستن این رشته به سایر رشته‌های دانشگاهی، صنعت کفش برای اولین بار به صورت علمی و تخصصی به علاقمندان این صنعت معرفی و آموزش داده می‌شود.

مدت تحصیل هر دوره رشته طراحی کیف و کفش دو سال است و در پایان، به فارغ التحصیلان، مدرک کاردانی (فوق دیپلم) مورد تأیید وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اعطاء می‌شود.

مکان جدید، هنرجویان می‌توانند از کلیه امکانات خدماتی و آموزشی به ویژه امکانات کارگاهی جهت گذراندن واحدهای عملی در ترم‌های سوم و چهارم این رشته بهره‌مند گردند.

وی افزود: هم‌اینک نقل و انتقالات به مکان جدید صورت گرفته و هنرجویان در آن مستقر شده‌اند.

زنوزی همچنین به واحد کارورزی به عنوان یکی از واحدهای عملی این دوره اشاره کرد و گفت: هنرجویان در ترم آخر، همچون سایر رشته‌های علمی و کاربردی باید طرح کارورزی خود را که مدت آن ۲۴۰ ساعت است، در یکی از واحدهای تولیدی کفش گذرانده و گزارش آن را به دانشگاه ارائه دهند.

مدیرآموزش مرکز انیستیتوی چرم همچنین در خصوص چگونگی ایجاد رشته طراحی کیف و کفش در تبریز یادآور شد: مجوز برگزاری این رشته دانشگاهی، توسط شرکت شهرک‌های صنعتی و به درخواست اتحادیه کفش تبریز، از سوی مراجع ذیربط اخذ گردیده است.

در ادامه این گزارش برای باخبر شدن از حال و هوای برگزاری این دوره و چگونگی کم و کیف

و گو با خبرنگار ما ضمن بیان این مطلب، گفت: احتمالاً مهرماه امسال، از طریق دفترچه ثبت نام آزمون دانشگاه جامع علمی، کاربردی به جذب متقاضیان این رشته خواهیم پرداخت.

سید رضا زنوزی همچنین ظرفیت پذیرش هنرجو برای این رشته را ۴۰ نفر عنوان کرد و افزود: ما برای هر دوره، توانایی جذب ۴۰ نفر از متقاضیان را داریم، اما بیشتر تمایل داریم که از میان شاغلین در صنعت کفش، اقدام به پذیرش هنرجو نماییم. وی در خصوص امکانات آموزشی تخصیص یافته به این رشته تصریح کرد: کارگاه‌های دوخت و برش، طراحی و مدلسازی، طراحی صنعتی، کامپیوتر و آزمایشگاه شیمی از جمله امکانات موجود ما در دانشکده است.

وی ادامه داد: بهره‌گیری از اساتید مجرب و تحصیلکرده دانشگاهی برای دروس پایه و علمی و نیز اساتید نخبه، برای دروس کارگاهی و واحدهای تخصصی و علمی، از جمله امکانات تخصیص یافته به این دوره آموزشی است.

وی همچنین از اختصاص ساختمانی جدید جهت ارائه خدمات و امکانات بهتر آموزشی و رفاهی به هنرجویان این رشته خبر داد و گفت: در

هنرجویان در این دوره‌ها، موفق به گذراندن ۷۲ واحد درسی؛ شامل واحدهای عمومی، پایه و اختصاصی می‌شوند که علاوه بر گذراندن دروس تئوریک، برخی از این واحدها را به صورت عملی و کارگاهی پشت سر می‌گذارند به گونه‌ای که همزمان با فراگیری آموزه‌های علمی، به کسب مهارت‌های تجربی در این دوره‌ها نیز می‌پردازند.

از جمله دروس تخصصی این رشته می‌توان به مدیریت تولید، شناخت مواد چرمی، شناخت مواد سنتزی، طراحی و مدلسازی، مبانی ارگونومی، تاریخ کفش، رنگ شناسی، هزینه یابی در صنعت کفش، کامپیوتر و کارگاه‌های دوخت و برش، طراحی و مدلسازی و... اشاره کرد.

رشته طراحی کیف و کفش تبریز در حال حاضر، با جذب ۲۲ هنرجو، اولین دوره برگزاری خود را سپری می‌کند.

ثبت نام از علاقمندان، برای برگزاری اولین دوره رشته طراحی کیف و کفش، اواخر سال ۸۵ و بدون آزمون ورودی صورت گرفته و از فروردین ماه سال ۸۶ نیز فعالیت خود را با حضور ۲۲ هنرجو آغاز کرده است.

مدیرآموزش مرکز انیستیتوی چرم در گفت:

آموزش‌ها، نظرات چند تن از هنرجویان این دوره را جویا می‌شویم:

شهلا اسدی هنرجوی رشته طراحی کیف کفش به خبرنگار ما گفت: رشته طراحی کیف و کفش در تبریز طرفداران زیادی دارد، این رشته در اولین دوره برگزاری خود به سر می‌برد و ما اولین دانشجویان آن هستیم.

وی در خصوص امکانات آموزشی این دوره اضافه کرد: از آن‌جا که این رشته آموزشی به تازگی کار خود را آغاز کرده و ما تنها دو ترم از آن را پشت سر گذاشته‌ایم، از امکانات محدودی برخوردار است.

وی تصریح کرد: تعدادی از واحدهای ما عملی و کارگاهی است و ما در واحد طراحی خود از امکاناتی چون کاغذ، چرم و قالب برخوردار بودیم اما برای واحد برش و دوخت که یکی از واحدهای اصلی و تخصصی ماست و نیاز به چندین چرخ دوخت دارد، هنوز کارگاهی ایجاد نشده است.

شهلا اسدی در همین رابطه اضافه کرد: البته مسئولین دانشگاه در صدد تهیه این امکانات و ایجاد کارگاه‌های مورد نیاز برای این واحدها هستند.

این هنرجو همچنین به نرم افزارهای آموزشی مورد نیاز برای برخی دروس اشاره کرد و گفت: این نرم افزارهای آموزشی خیلی گران‌اند و ما نمی‌توانیم آن‌ها را تهیه کنیم، اما از دانشکده خواسته‌ایم که در صورت امکان این نرم افزارها را تهیه کرده و در اختیار ما قرار دهد.

وی با بیان این مطلب که اساتید این دوره از بین اساتید برجسته و مجرب در زمینه صنعت کفش برگزیده شده‌اند، افزود: خوشبختانه در دروس پایه از اساتید تحصیل کرده دانشگاهی و در دروس تخصصی و کارگاهی از اساتید تجربی و ماهر در زمینه طراحی و دوخت کفش برخورداریم.

وی در ادامه تصریح کرد: برخی از دروس مثل ارگونومی، مدیریت تولید، هزینه یابی، طراحی و... دروسی هستند که واقعاً برای ما مفیدند و ما خیلی از این کلاس‌ها بهره بردیم، اما در دروس شناخت چرم و مواد سنتزی به جای آن که انواع چرم، چگونگی شناخت کیفیت چرم، تشخیص چرم مرغوب از چرم نامرغوب و نیز چگونگی تمییز دادن چرم مصنوعی از چرم طبیعی را به ما آموزش دهند، ساختمان پروتئین چرم و انواع فرمول‌های شیمیایی آن را به ما آموزش دادند که شناخت ساختمان چرم چندان برای مصرف‌کننده چرم کاربردی نیست و تولیدکننده کیف و کفش بیشتر به دنبال شناخت و تشخیص انواع چرم از یکدیگر است.

وی افزود: در درس مواد سنتزی هم وضع

بر همین منوال بود. در این درس اصلاً شناخت چگونگی انواع چسب و مواد سنتزی را برای ما توضیح ندادند و وقتی هم که در این خصوص به اساتید اعتراض می‌کردیم، می‌گفتند که ما طبق سرفصل‌هایی که برایشان تعیین شده به ارایه مباحث می‌پردازیم. به هر حال آن‌چه که ما در دو درس شناخت چرم و مواد سنتزی خواندیم بیشتر به درس شیمی شباهت داشت.

این هنرجو با اشاره بر این که این رشته در اولین دوره خود به سر می‌برد و تنها دو ترم از آن سپری شده است، گفت: متأسفانه دانشکده هنوز از برنامه ریزی منظم و منسجمی برخوردار نیست و ترم دوم ما به دلیل جابجایی مکان دانشکده و تعطیلات زمستانی که باید تا اوایل بهمن ماه به پایان می‌رسید، هنوز در سال جدید به اتمام نرسیده است.

وی در ادامه اضافه کرد: بازدید از کارخانه چرم و کفش از برنامه‌های خوب این دوره بود و ما در کل، از ایجاد و راه اندازی این رشته دانشگاهی برای صنعت کفش مان راضی و خشنود هستیم.

غلامرضا صمد پور تولیدکننده کفش و یکی دیگر از هنرجویان این دوره است. وی نیز در ادامه، تغییر مکان دانشکده به مکانی دیگر و نبود برخی امکانات کارگاهی را علت به تأخیر افتادن اتمام ترم دوم عنوان کرد و گفت: دو درس از ترم دوم در پایان ترم به ما ارایه شد و چهار واحد کارگاه دوخت از این ترم نیز به دلیل فراهم نبودن کارگاه، هنوز تشکیل نشده است.

وی با ابراز نگرانی از این که در ابتدای سال جدید قرار گرفتیم اما هنوز ترم سوم ما آغاز نشده است، تصریح کرد: متأسفانه ما در ترم دوم به دلیل نقل و انتقالات، تعطیلات زمستانی و نبود امکانات کارگاهی به مشکل برخوردیم و همچنان بلا تکلیف باقی مانده‌ایم.

این هنرجو در خصوص مباحث ترم اول و دوم گفت: ما در حال حاضر تنها دو ترم از این دوره را پشت سر نهاده‌ایم، در ترم اول درس‌ها بیشتر در قالب مبانی و دروس عمومی بود و از دو درس رنگ شناسی و مدیریت تولید خیلی استفاده بردیم و در ترم دوم هم درس طراحی و مدلسازی خیلی برایمان مفید بود. اما دروس شناخت مواد چرمی و سنتزی بیشتر مباحث پایه‌ای و فرمول‌های شیمیایی بود، در حالی که ما بیشتر به دنبال فراگیری شناخت چرم و معایب آن بودیم.

صمدپور تصریح کرد: بهتر بود قبل از برگزاری و تدوین این رشته، امکانات مورد نیاز آن را برای دانشجویان فراهم می‌کردند تا دانشجویان بتوانند بدون دغدغه و با فراغ بال به فراگیری دروس

بپردازند.

این هنرجو همچنین به ضرورت برگزاری آزمون تعیین سطح، قبل از برگزاری این دوره اشاره کرد و گفت: اختلاف بین کارهای عملی دانشجویان خیلی زیاد است و باید قبل از ورود به دوره، از متقاضیان آزمون تعیین سطح به عمل می‌آمد و سپس برای دانشجویانی که حائز پایین‌ترین سطح می‌شدند، دروس پیش نیاز لحاظ می‌گردید.

وی همچنین تصریح کرد: خوشبختانه ما در این دو ترم، از اساتید برجسته و خوبی برخوردار بودیم. وی نبود مدیریت منسجم و امکانات کافی را از نقاط ضعف این دوره برشمرد و پیشنهاد کرد: دانشکده در صورت عدم توانایی مالی برای ایجاد کارگاه می‌تواند از ظرفیت‌های خالی کارخانه‌ها و یا وزارت صنایع استفاده کند.

این هنرجو در ادامه تصریح کرد: تعداد ما دانشجویان این دوره، در حال حاضر ۲۲ نفر است که همگی واقعاً به دنبال این هستیم که در این رشته پیشرفت کنیم و نه نیاز مالی داریم و نه این که برای گرفتن مدرک آمده‌ایم، بنا براین اگر حتی ۱۰ نفر از ما هم بتوانند در این رشته به فعالیت خود ادامه دهند و حرفی برای گفتن داشته باشند، برای صنعت ما غنیمت بزرگی است.

این تولیدکننده در خصوص محتوای مباحث و دروس نیز گفت: دروسی مثل طراحی و مدلسازی که مربوط به حوزه فعالیت مان بود، خیلی مفید بود و بیشترین کمک را به ما کرد. اما در دروسی مثل مواد سنتزی، استاد مباحث را روی تخته می‌نوشت و ما نت برداری می‌کردیم و اصلاً به نیاز دانشجویان آن‌چه که برایش مفید است، توجه نشد و نتوانست انتظارات ما را از این درس برآورده سازد.

مرجان آهنگران تولیدکننده کیف از اصفهان که هر هفته برای حضور در این کلاس‌ها به تبریز می‌رود، گفت: همیشه روال این است که دوره‌های اولی نمونه‌های آزمایشی برای دوره‌های بعدی می‌شوند.

وی تصریح کرد: ما روی برخی مباحث دروس نظر داریم و معتقدیم که باید تغییر کنند.

این هنرجو ادامه داد: دروس کاربردی و کارگاهی برای ما مفیدتر است و ما از مسئولین دانشکده می‌خواهیم که در خصوص واحدهای درسی تجدیدنظر کنند. به عنوان مثال، در درس شناخت چرم، خیلی از هم دوره‌ای‌های ما هنوز فرق چرم طبیعی را با چرم مصنوعی نمی‌دانند و یا انواع چرم و ویژگی‌های آن را نمی‌شناسند، در حالی که در این درس تنها تعدادی فرمول شیمیایی و ساختمان چرم به ما آموزش داده شد.

مقدمه‌ای بر آموزش الکترونیک

◀ بابک نیک‌نیا

Babak.Niknia@gmail.com



اشاره

رویکرد گسترده به سوی آموزش الکترونیکی خود گواه این است که سیستم نوین آموزش الکترونیکی فوائد و مزایای منحصر به فردی را برای افراد، سازمان‌ها و مراکز آموزشی علی‌الخصوص مراکز آموزش عالی به همراه دارد. شیوه نوین آموزش الکترونیکی با بکارگیری آخرین دستاوردهای عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات پارادایم‌های جدیدی را خلق کرده است و افق‌های روشنی را در عرصه آموزش ارائه می‌دهد. امروزه هر سازمانی که بتواند سریع‌تر با نیروی کار، مشتریان، عرضه‌کنندگان و نمایندگی‌هایش... ارتباط

برقرار نماید و آنها را از آخرین تغییرات و دستاوردهای علمی آگاه کند برنده میدان رقابت است و از امتیاز بیشتری برای بدست آوردن فرصت‌های موجود جهت پیشی گرفتن از رقبای برخوردار خواهد شد. شرکت‌ها، سازمان‌ها و مراکز آموزش عالی با به خدمت گرفتن سیستم آموزش الکترونیکی به همراه طرحی جامع، کلی و استراتژیک برای پیاده‌سازی آن قادر خواهند بود تا از مزایای فراوان آن از قبیل تنوع در آموزش، انعطاف‌پذیری و سرعت بهره لازم را ببرند. در گذشته تمامی آموزش‌های کارکنان در شرکت‌ها و سازمان‌ها و دانشگاه‌ها به شیوه

کلاس‌های حضوری برگزار می‌گردید که در آن محوریت کلاس با مربی آموزش بود. با ظهور اینترنت، آموزش به روش الکترونیکی جایگاه خاصی پیدا کرد و به عنوان رسانه آموزشی مناسب عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات که در آن سرعت انتقال دانش و اطلاعات بسیار حائز اهمیت است، خود را به سازمان‌ها و مراکز آموزشی معتبر در سراسر دنیا معرفی کرد. ورود این رسانه باعث تحول و انقلاب بزرگی در عرصه آموزش شد. پدیده آموزش الکترونیکی باعث گسترش دامنه آموزش در شرکت‌ها و سازمان‌ها شد و همچنین باعث به وجود آمدن تغییر شیوه آموزشی از تلاش

د

شرکت سانیان پلیمر

گرانول

PVC

تولیدکننده
گرانول پی وی سی
در گریدهای مختلف
گفشی، زیره، تخصصی
...و

دانش روز + مواد اولیه مرغوب
= «کیفیت برتر»

دفتر مرکزی: ۰۲۵۱-۲۹۰۶۸۹۸
کارخانه: ۰۲۵۱-۳۳۴۲۸۳۷
همراه: ۰۹۱۲-۱۵۱۸۶۶۶

اطلاعات و روش های جدید آن تاثیر آن در فرایند بهبود کیفیت و افزایش بازده. پذیرش آموزش های مجازی غیرقابل اجتناب کرده است. عمده ترین ابزار برای دستیابی به این هدف از طریق آموزش جدید به ویژه چگونگی استقرار آموزش های ON LINE می باشد.

آموزش ON LINE صرفاً به گذراندن یک دوره خاص از طریق کامپیوتر اطلاق نمی شود. این نوع آموزش به شیوه های جدید ادغام منابع، تاثیرات متقابل، افزایش عملکرد و فعالیت های ساخت یافته آموزش گفته می شود اما آموزش ON LINE چیست؟ این نوع آموزش وسیله ای برای یادگیری از راه دور است و یک روش آموزشی است که برای استاد و دانشجویان این فرصت را فراهم می کند که در عین حال که از نظر زمان و مکان از هم دور هستند، فاصله آموزشی موجود را با وسایل مناسب تکنولوژیک پر کنند. در این نوع آموزش کامپیوتر، تکنولوژی ارتباطات (ICT) و شبکه ها به ویژه شبکه جهانی اینترنت برای پر کردن فاصله آموزشی، مورد استفاده قرار می گیرد. دوره های آموزشی که برای استفاده در آموزش On Line طراحی می شود. اصطلاحاً دوره های مجازی نام می گیرند.

در این دوره ها که از طریق شبکه کامپیوتر ارائه می شود هیچ نوع تجهیزات فیزیکی از قبیل تخته و گچ مورد استفاده قرار نمی گیرد. بلکه محیط های آموزشی مجهز به نرم افزار و سخت افزار مورد استفاده قرار می شوند. همه وسائل و فرم های آموزشی مورد استفاده که در گذشته در کلاس های سنتی وجود داشت در این کلاس های «مجازی» هم وجود دارد. به هر حال فعالیت ها و مجموعه تعاملات عمدتاً با تکیه بر تجهیزات سخت افزاری کامپیوتر و شبکه جهانی اینترنت (به جای بحث و گفت و گوی حضوری و رو در رو) انجام می پذیرد.

در این مدل دروس مجازی عموماً غیر همزمان ارائه می شوند و دانشجویان مجبور نیستند در کلاس های درسی دانشکده یا مرکز آموزشی مشخص در زمان خاصی حضور یابند بلکه از طریق کامپیوتر شخصی خود و اتصال به اینترنت این عمل انجام می پذیرد. موضوعات آموزشی و ارتباط لازم می تواند در

تاکتیکی برای آموزش کارکنان به تلاش استراتژیک برای به اشتراک گذاشتن دانش و اطلاعات بین کارکنان، مدیران و سازمان های بیرونی شد. بطوریکه انتقال سریع دانش فنی در بین کارکنان و بخش های مختلف یک سازمان از جمله اساسی ترین عوامل پیشرفت و بالندگی به شمار می رود و اکنون این سوال پیش می آید که آموزش الکترونیکی تا چه حد پاسخگویه نیاز آموزشی صنایع بوده است.

تحقیقاتی که در زمینه آموزش های الکترونیک انجام شده است نشان می دهد که آغاز این شیوه جدید آموزشی به سال های دهه ۱۹۷۰ میلادی باز می گردد. ورود رایانه های شخصی طی آن دهه به بازارها و گسترش بسیار سریع استفاده از آنها بر توسعه این تحقیقات افزوده است. اما توسعه واقعی روش آموزش الکترونیک از دهه ۱۹۹۰ به بعد همزمان با جهانی شدن شبکه اینترنت رخ داده است. امروز دیگر ساختار و فرایند سنتی آموزش جوابگوی نیازهای جوامع انسانی در عصر اینترنت نیست، چرا که از سال های آغازین قرن بیست و یکم، هریک سال و نیم، یکبار قلمرو دانش بشری بیش از دوبرابر می شود تا آنجا که تغییرات علمی، فرمهای سریع و ناپیوسته قرن گذشته را پشت سر می گذارد و جهش گونه رخ می دهند. در چنین شرایطی است که افراد جامعه برای هماهنگی با تغییرات دائمی و شتابان پیرامون خود به آموزش های مدرن نیاز فزاینده ای پیدا می کنند.

تغییر ساختار سازمان ها

ضرورت بهسازی و توسعه نیروی انسانی از طریق مشارکت کارکنان در بهبود کیفیت و افزایش بازده در سازمان ها از یک طرف و گذر از قرن بیستم و ظهور تکنولوژی اطلاعات و ره آوردهای آن از جمله مرز گسترش سازمان ها از طرف دیگر، منجر به توسعه و گسترش واژه های مجازی مانند سازمان مجازی، آموزش از راه دور و... شده است که نگرشی جدید به نقش آموزش در بهبود کیفیت در سازمان از طریق توسعه سازمانی، تغییر ساختار سازمان ها به سمت مجازی شدن، گسترش مشاغل و پیچیدگی امور، لزوم دسترسی به سخت افزارها و نرم افزارهای مربوط به تکنولوژی

هر زمان و مکانی که دانشجو مناسب بداند ارائه گردد.

ابزارهای متعددی برای گفتگو و برقراری ارتباط در کلاس‌های مجازی وجود دارد که مهمترین آنها عبارت‌اند از:

۱- پست الکترونیکی، شبکه جهانی، سیستم‌های کنفرانس صوتی و تصویری و... این ابزارها برای دو منظور به کار گرفته می‌شوند. یک گفتگوی الکترونیک. دیگری ارائه موضوعات و متون مربوطه. این نوع ارتباط از طریق پست الکترونیک میسر می‌شود. به طور کلی می‌توان که توسعه کمی و گسترده‌گی کیفی علم و صنعت و رشد روز افزون اقتصادی اجتماعی و فرهنگی از سویی و افزایش پرشتاب جمعیت و نیاز شدید نسل جوان و مستعد به تحصیلات و افزون‌شدن تشنگان کسب مهارت‌های فنی و تخصص‌های علمی از سویی دیگر. نظام آموزشی جوامع را وادار می‌سازد که برای هماهنگی با تحولات و پاسخگویی به نیازهای روز فراوان مشتاقان از مرز آموزش‌های سنتی پا را فراتر نهند و نظام آموزشی خاصی را برای شرایط فعلی جامعه تدارک ببینند. آموزش از راه دور می‌تواند بخشی از نیازهای آموزشی جامعه را برآورده سازد و هزاران جوان مشتاق و شیفته تحصیل را در مسیر خودسازی و بهسازی جامعه سوق دهد و موجبات اعتلای سطح کیفی و کمی آموزش را فراهم آورد.

فناوری آموزش از راه دور فراهم آورنده فرصت‌هایی برای ارائه آموزش برای افرادی است که از طریق آموزش سنتی قادر به تحصیل نبوده‌اند. آموزش از راه دور به دلیل انعطاف پذیری و فراگیر. محور بودن این اجازه را به فراگیران می‌دهد که حق انتخاب چگونگی و محتوای یادگیری خود را داشته باشند در نتیجه خودانگیزی و خودآموزی از خصوصیات مهم آموزش از راه دور می‌باشد. آموزش از راه دور برای رفع نیازهای کشورهای متعددی در جهان ارائه گردیده است. طبیعت این نیازها از کشوری تا کشور دیگر متفاوت است و به مرحله توسعه یافتگی آن بستگی دارد برای نمونه در تمام کشورها ارائه فرصت برابر برای آموزش و دسترسی

بیشتر به آموزش عالی نیاز به این نوع آموزش را ضروری می‌سازد. به علاوه آموزش مستمر برای مواجهه با تغییرات برای افراد شاغل ضروری است. در برخی از کشورها دانش‌آموزانی که آموزش مدرسه‌ای را تکمیل می‌کنند قادر به ورود به دانشگاه نیستند و آموزش از راه دور موجب رفع نیاز آنها می‌گردد.

اهداف آموزشی از راه دور عبارتند از:

۱- ایجاد فرصت برای فراگیرانی که فرصت تحصیل را از دست داده‌اند.

۲- تقویت نیروی انسانی کارآمد از لحاظ علمی و فنی.

۳- بهبود کیفیت آموزش (آموزش مرتبط با نیازهای کشور و آموزش مستمر برای شاغلین)

۴- ایجاد فرصت‌های آموزشی برای کارکنان

نتایج مورد انتظار:

بعضی از نتایج برجسته آموزش الکترونیک برای مؤسسات و مربیان آموزشی و سازمان‌ها به شرح ذیل می‌باشد:

الف) سازمان‌ها و مراکز آموزشی:

- کاهش هزینه‌های سربار از جمله عوامل مؤثر برای پذیرش و استقبال از این سیستم نوین آموزشی به حساب می‌آید.
- صرفه‌جویی در زمان یادگیری: آموزش به شیوه الکترونیکی بین ۴۰ تا ۶۰ درصد زمان یادگیری را کاهش می‌دهد.
- صرفه‌جویی در زمانی که کارمند بابت آموزش در مؤسسات بیرون از محیط کار صرف می‌کند.
- افزایش توان یادگیری و بازدهی و نیز کاربردی‌تر بودن آموخته‌ها در محیط کار با افزایش ۲۵ درصد توان یادگیری نسبت به شیوه سنتی.
- ارائه پیوسته و یکنواخت محتوای آموزشی: در این روش امکان ارائه غیرهمزمان و متناسب با سرعت یادگیری فراگیر میسر می‌باشد.
- امکان ارائه آموزش برای هر تعداد از فراگیران تحت آموزش
- امکان مشارکت و تعادل بیشتر با دیگر

- مراکز آموزشی داخلی و خارجی
- امکان ذخیره‌سازی و استفاده مجدد دانش ایجاد شده در هر درس
- مدیریت آموزش با دقت بالا

ب) اساتید، مربیان و مولفان آموزشی:

- امکان ارزیابی سریع‌تر و راحت‌تر فراگیران
- مدیریت تدوین و طراحی محتوای آموزشی
- امکان به روز رسانی سریع‌تر و آسان‌تر محتوای آموزشی
- نظارت و پیگیری دقیق استاد درس، بر روند آموزش فراگیران تحت آموزش
- امکان استفاده از آخرین تکنولوژی دیجیتال در تهیه مواد آموزشی

ج) فراگیران:

علاوه بر افزایش توان یادگیری، صرفه جویی در هزینه‌های ایاب و ذهاب، زمان یادگیری و دیگر فوایدی که قبلاً به آنها اشاره شد این سیستم همچنین دارای یک سری مزایای دیگر میباشد که در زیر به آنها اشاره می‌شود:

- امکان آموزش فراگیران در هر زمان و هر مکان
- امکان تعامل بیشتر بین استاد و دانشجو، دانشجو و استاد، دانشجو و دانشجو نیز استاد با استاد.
- آموزش مجازی در صورتی که به خوبی طراحی و به کار گرفته شود جواب می‌دهد. نتایج تحقیقات مختلف با مدل‌های قوی و بعضاً با کنترل‌های آزمایشی نشان می‌دهد. آموزش‌های مجازی تأثیر مثبتی در توسعه تجارت پاره‌ای از کشورها داشته است. مزایای عمده استقرار و بهره‌گیری از آموزش‌های مجازی از نظر «رندی توماس ۲۰۰۱» به شرح زیر می‌باشد:
- کاهش هزینه‌های آموزشی - بهبود عملکرد و بهره‌وری بیشتر - تسریع در دسترسی به بازار - به روز آوری دانش و تسهیل در جذب نیروی انسانی.

منبع: ماهنامه تدبیر شماره ۱۴۸

آموزش

راهی به سوی بهره‌وری نیروی انسانی

◀ منیژه بختیاری



با توجه به اینکه آموزش یکی از مهمترین اهداف در برنامه ریزی منابع انسانی می‌باشد و همچنین علم به اینکه آموزش بهترین و ارزان‌ترین وسیله برای بالابردن بهره‌وری در صنعت می‌باشد، در این مقاله سعی گردیده اهمیت و نقش آموزش را در بازپروری نیروی انسانی مورد بررسی قرار داده و اهمیت آن را در صنعت مورد تجزیه و تحلیل قرار دهیم.



را به حد اقل برساند، در ثانی محصول نیم ساخته نسبت به مواد اولیه بدلیل اضافه شدن هزینه‌هایی مانند دستمزد، استهلاک دستگاه‌ها و هزینه‌های دیگر می‌بایستی دارای ارزش افزوده بیشتری بوده و قیمت ویا ارزش آن بیشتر از مواد اولیه است، آنچه که باعث گردیده که صنعت گران ما چنین تفکری داشته باشند بالابودن درصد ضایعات نسبت به قیمت تمام شده است.

نقش آموزش در توسعه منابع انسانی و افزایش بهره‌وری

رسیدن به اهداف سازمان بستگی به توانایی کارکنان در انجام وظایف محوله و انطباق با محیط متغیر دارد. اجرای آموزش و بهسازی نیروی انسانی سبب می‌شود تا افراد بتوانند متناسب با تغییرات سازمانی و محیط، به‌طور مؤثر فعالیت‌هایشان را ادامه داده و بر کارایی خود بیفزایند. بنابراین آموزش و بهسازی، کوشش مداوم و برنامه‌ریزی شده به وسیله مدیریت برای بهبود سطوح شایستگی کارکنان و عملکرد سازمانی است. هدف از تشکیل دوره‌های آموزشی در تمام سطوح سازمانی، بهبود عملکرد

در ابتدا به نحوه تقسیم صنایع به طور کلی می‌پردازیم:
معمولا صنایع را را به دو دسته تقسیم می‌کنند.

۱- صنایعی که در تولید ماشین آلات نقش مهم‌تری از نیروی انسانی دارند.

۲- صنایعی که نیروی انسانی از دستگاه‌ها و ماشین آلات در تولید نقش بیشتری را ایفا می‌نمایند.

صنایع کفش از آن دسته صنایعی می‌باشد که نیروی انسانی بیشترین نقش را در تولید محصول دارا می‌باشد. لذا به بازپروری و آموزش نیروی انسانی در این صنعت می‌بایستی توجه خاصی مبذول گردد.

دو مثال غلط در این صنعت سر زبان‌هاست: اول اینکه گفته می‌شود: «سود تولید کفش در ضایعات آن است» و دوم گفته می‌شود: «مواد اولیه طلا است و کالای نیمه ساخته..... است.»

آیا این دو مثال نمونه بارز به کارگیری نیروی انسانی غیر ماهر در این صنعت نیست؟ زیرا نیروی انسانی ماهر و آموزش دیده از بروز ضایعات جلوگیری نموده و همواره سعی می‌نماید ضایعات مواد اولیه و ماشین آلات

افراد برای انجام وظایف شغلی و ارتقا احساس ارزشی است که آنان برای خود و سازمان محل کارشان قایل هستند. امروزه مدیران سازمان‌های موفق براین باورند همه کارکنان از سطوح مدیریت تا افراد غیر ماهر و از آغاز ورود و استخدام تا قبل از بازنشستگی همگی باید در فرایند آموزش و بهبود امور سازمان نقش مؤثر و مثبت داشته باشند. از همین رو است که این سازمان‌ها، بخش قابل توجهی از فعالیت و سرمایه خود را صرف آموزش کارکنان می‌کنند.

از سوی دیگر کارکنان هم زمانی برای شرکت در دوره‌های آموزشی شور و علاقه نشان می‌دهند که ببینند نیازهای آموزشی آنان به درستی تعیین و مشخص شده و قوانین و مقررات نیز به گونه‌ای تدوین گردیده که هر گونه افزایش حقوق و مزایا، ارتقا شغلی و جابجایی و بطور کلی هر امتیازی مشروط به طی دوره‌های آموزشی و کسب مهارت‌های شغلی است. در این صورت است که نقش واقعی آموزش در توسعه منابع انسانی، افزایش بهره‌وری و بهبود عملکرد سازمانی آشکار می‌شود.

بنابراین برای سنجش و ارزیابی میزان موفقیت برنامه‌های آموزشی ضروریست موضوع آموزش به ویژه از دو منظر سازمان و کارکنان مورد توجه و بررسی قرار می‌گیرد. نخستین منظر آن است که ببینیم دوره آموزشی برای سازمان چه مزایا و محاسنی دارد. پرسش‌هایی که در این راستا مطرح می‌شود بدین قرارند:

- آیا آموزش، دانش، مهارت و توانایی‌های افراد را برای انجام وظایف شغلی بهبود می‌بخشد؟
- آیا دوره آموزشی موجب تغییر نگرش و روحیه مثبت در کارکنان می‌شود؟
- آیا حل مسئله و تصمیم‌گیری با اجرای برنامه آموزشی سهل‌تر می‌شود؟
- آیا دوره آموزشی به افراد کمک می‌کند تا هدف‌های سازمانی را

- آیا فرهنگ سازمانی با برگزاری دوره آموزشی ارتقاء یافته، ارتباطات سازمانی بهبود می‌یابد؟

از سوی دیگر هر یک از کارکنان شرکت‌کننده در دوره آموزشی انتظاراتی دارند. چنانچه این انتظارات و خواسته‌ها در برنامه‌ریزی آموزشی مدنظر قرار گیرد می‌توان امیدوار بود دوره آموزشی اثربخش باشد. این انتظارات و خواسته‌ها کدامند؟ به عبارت دیگر محاسن و مزایای دوره آموزشی برای کارکنان چیست؟ باید از آنان سؤال شود آیا دوره توانسته است رضایت و مقبولیت شغلی را در آنان افزایش دهد؟

باید یادآور شویم رضایت و مقبولیت شغلی زمانی حاصل می‌شود که:

- دوره آموزشی بتواند خودباوری و اعتماد به نفس را در کارمند تقویت کرده و امکان دستیابی به این خصلت‌ها را فراهم نماید.

- توانایی فرد برای یادگیری مهارت‌های شغلی افزایش یافته و ترس ایشان از انجام وظایف کاهش یابد.
- زمینه رشد کارمند در آینده فراهم گردد.
- مهارت‌های گفتاری، شنیداری و رفتاری آنان در مواجهه با امور تقویت گردد.

- نیازهای شخصی فراگیران را تأمین کند.

یکی از راه‌های ارتقای کارایی نیروی انسانی در هر سازمانی آموزش ضمن خدمت کارکنان می‌باشد. هیچکس در بدو ورود به سازمان با تمام جنبه‌ها و زیر و بم‌های شغل خود آشنا نیست و باید مدت زمانی بگذرد تا کار را به خوبی یاد بگیرد که این امر با دوره‌ها و برنامه‌های آموزش ضمن خدمت محقق خواهد شد.

امروزه مدیران سازمان‌های موفق برای باورند همه کارکنان از سطوح مدیریت تا افراد غیر ماهر و از آغاز ورود و استخدام تا قبل از بازنشستگی همگی باید در فرایند آموزش و بهبود امور سازمان نقش مؤثر و مثبت داشته باشند

هدف از آموزش در واحدهای صنعتی کفش و محصولات چرمی:

- ارتقاء سطح علمی و تغییر نگرش سنتی به نگرش مدرن
- افزایش تعداد نیروی کارآمد و استفاده از نیروی متخصص آموزش دیده
- بالا بردن کیفیت محصولات تولیدی
- بالا بردن بهره‌وری و سود حاصل از تولید
- در اختیار قرار دادن اطلاعات مربوط به تولید کفش به نسل‌های آینده به روش مکتوب و ماندگار.
- گذر از مرحله آموزش توسط روش استاد-شاگردی به روش مدرن و آموزش‌های تخصصی

آقای و آقاخان

جناب آقای میرابوالحسن هاشمی

بانهایت تاسف وتالم ضایعه درگذشت مادرگرامیتان را تسلیت گفته صبروشکیبایی برای شما و خانواده محترم و علودرجات برای آن مرحوم اذدرگاه خداوند متعال مسئلت می‌نمایم.

نشریه صنعت کفش

آقای و آقاخان

جناب آقای حسن جعفری

مدیرمحترم کفش تکنو

بانهایت تاسف وتالم ضایعه درگذشت مادرگرامیتان را تسلیت عرض نموده، ازخداوند متعال برای شماو خانواده محترم صبرجمیل و برای آن مرحوم علودرجات مسئلت می‌نمایم.

نشریه صنعت کفش

مشخصات کلی برنامه آموزشی دوره کاردانی ناپيوسته علمی کاربردی تولید کفش

پس از پی گیری های به عمل آمده توسط «جامعه صنعت کفش» و معاونت آموزشی جهاد دانشگاهی شریف خوشبختانه شورای برنامه ریزی و آموزشی دانشگاه جامع علمی - کاربردی رشته تولید کفش در مقطع کاردانی ناپيوسته (به روش پودمانی) به تصویب رساند که آن شاء الله با اقداماتی که در جریان است بتوانیم شاهد برگزاری این دوره در سال تحصیلی جاری باشیم.

در ادامه سیلابس درسی این دوره را جهت آگاهی خوانندگان در چند شماره نشریه درج می نماییم.



بخش بهبود و ارتقای نیروی انسانی است. برای این منظور تربیت نیروی انسانی در حوزه های تولید، طراحی محصول، طراحی و ساخت قالب و بازرگانی و فروش در اولویت قرار می گیرند.

تعریف و هدف:

هدف تربیت تکنسینی است که با تسلط بر اصول اولیه طراحی بتواند براساس مدل موجود نسبت به تهیه طرح کفش و تولید آن اقدام نماید. همچنین قادر به سرپرستی خطوط تولید بوده و بتواند بین کارشناس و کارگر نیمه ماهر در زمینه تولید کفش تبادل اطلاعات انجام دهد.

ضرورت و اهمیت:

با آموزش های لازم در این دوره، می توان به تولید با کیفیت بالا، قیمت تمام شده پایین، کارایی بالا و محصول قابل رقابت دست یافت. در اینصورت به تدریج واردات خارجی کاهش خواهد یافت و بازارهای جهانی در دسترس قرار خواهند بود. در این دوره سعی شده تا فراگیران بتوانند با گذراندن آموزش هایی به صورت پودمانی واحدهای

نوع کفش از نظر تنوع و تعداد استفاده کنندگان روند رو به افزایشی داشته است.

وضعیت خطیر این صنعت به لحاظ استعداد و امکانات بالقوه از یک سو و معضلات آن از سوی دیگر نظر کارشناسان و مدیران مرتبط در این بخش را به خود جلب نموده است. در ادامه برخی از ویژگی های این صنعت از دیدگاه کارشناسان سازمان یونیدو و نیز بعضی از صاحبنظران داخلی ارائه می شود:

- ضعف طراحی در محصولات.
- نبود سیستم کنترل کیفیت.
- نازل بودن سطح تحصیلات افراد شاغل در صنعت کفش و کمبود نیروی متخصص.
- عدم توجه به تربیت نیروی متخصص و آموزش به دلیل بافت سنتی.
- نازل بودن سطح بهره وری عوامل تولید.
- نبود سیستم هزینه یابی محصول.
- مشکلات مربوط به امور بازرگانی و بازاریابی.

مهمترین رویکرد در مواجهه با این مشکلات

مقدمه:

کفش یکی از نیازهای اولیه جامعه و در برگیرنده کلیه افراد، فارغ از هرگونه تقسیم بندی اجتماعی، طبقاتی، شهری و روستایی و... محسوب می شود. مجموعه صنعت کفش نیز با گستره وسیعی مشتمل بر طراحی تولید، توزیع و فروش یکی از بخش های بزرگ اقتصادی کشور به حساب می آید.

در چند دهه اخیر به تدریج شرایط اجتماعی تغییرات اساسی نموده است که در این بین مواردی از قبیل افزایش درآمد و بهبود سطح آسایش، کاهش متوسط سنی جامعه، افزایش سطح تحصیلات، افزایش تبادلات کالا و سهولت دسترسی به کالای خارجی در سطوح مختلف، تنوع سلیق و توجه بیشتر به آراستگی و کیفیت از اهمیت بیشتری برخوردارند. در این شرایط ضرورت پاسخگویی به نیازهای متنوع جامعه، چه از نظر کیفی و چه از نظر ظاهری، بیش از پیش خود را می نمایاند.

همچنین با تغییر جهت گیری مصرف، بخش قابل توجهی از کفش مصرفی به کفش های موسوم به اسپرت اختصاص می یابد. استفاده از این

نظری و عملی متناسب با اهداف منظور شده، پس از فراغت از تحصیل نقش خود را در زمینه‌های مختلف به خوبی ایفا نمایند.

نقش و توانایی فارغ التحصیلان به ترتیب اولویت (مهارت‌ها و توانمندی‌ها):

- انجام مراحل تولید کفش (رویه، سوار کردن رویه به زیره، کارکشی و زیره چسبانی، پرداخت، سمباده زنی، چسب زنی، کف کوبی).
- سرپرستی خطوط تولید.
- همکاری در پیاده کردن طرح کفش از روی

مدل یا تصویر موجود.

- تعیین قیمت تمام شده، خرید ملزومات، فروش محصولات.

- تولید کفش یکپارچه به روش تزریق.

مشاغل قابل احراز:

مشاغل اصلی

- تکنسین ساخت رویه کفش.

- سرپرست خطوط تولید کفش در واحدهای

بزرگ و سرپرست کارگاه‌های کوچک.

- کمک آنالیزور کفش.

مشاغل فرعی

- کارکش و زیره چسبان، تزریق کار، پرداخت کار.

ضوابط و شرایط پذیرش دانشجو:

دیپلم متوسطه نظام جدید و قدیم.

دیپلم متوسطه شاخه فنی و حرفه‌ای نظام

جدید و قدیم.

دیپلم متوسطه شاخه کار دانش نظام جدید و

قدیم.

- داشتن سلامت جسمانی کامل براساس

تعریف دفترچه راهنما.

مواد و منابع آزمون جامع پودمانی دوره کاردانی ناپيوسته توليد کفش

الف) تعیین حداقل «پنج» و حداکثر «هفت» درس از جدول دروس اصلی و تخصصی مطابق مشخصات کلی و جداول

ردیف	نام درس	روش آزمون				جدول دروس		نام پودمان	توضیحات
		شفاهی	کتبی	عملی	ترکیبی	اصلی	تخصصی		
۱	برش و اشبالت و نازک کاری و دوخت				*		*	ساخت رویه	
۲	کارکشی و محصول نهایی				*		*	کارکشی	
۳	مدیریت تولید		*			*		سرپرستی	
۴	امور بازگانی در صنعت کفش		*			*		سرپرستی	
۵	مبانی طراحی کفش		*				*	آنالیز	
۶	پلیمر در صنعت کفش		*			*		شناخت کفش	

● در مورد امتحان ترکیبی توضیح کافی داده شود.

آزمون به دو صورت کتبی و عملی انجام می‌شود. کسی که ۶۰ درصد نمره قبولی کتبی را احراز نماید، مجاز به شرکت در آزمون عملی خواهد بود.

چهار درس باید توسط دانشجو انتخاب و از آن آزمون به عمل آید.

ب) از دروس فوق پاسخ به دو درس برش و اشبالت و نازک کاری و دوخت و کارکشی و محصول نهایی اجباری است. دانشجو از بین

سایر دروس سه مورد انتخاب و به آن پاسخ دهد.

ج) شرایط و معیارهای قبولی در آزمون جامع:

۱- حداقل نمره قبولی هر درس از جدول فوق ۱۲ از بیست می‌باشد.

(د) تعیین منابع درسی مواد آزمون جامع دوره کاردانی ناپیوسته تولید کفش

ردیف	عناوین مواد آزمون	منابع پیشنهادی				درصد همپوشانی منبع پیشنهادی با سر فصل مصوب
		عنوان منبع	مؤلف / مترجم	ناشر	سال نشر	
۱	برش و اشکال و نازک کاری و دوخت	جزوه استاد	-	-	-	۱۰۰ درصد
۲	کارکشی و محصول نهایی	جزوه استاد	-	-	-	۱۰۰ درصد
۳	مدیریت تولید	مدیریت تولید اصول طراحی کارخانه Management fundamentals	حمید داوودپور اپل Gary Desslez	-	-	۸۰ درصد
۴	امور بازرگانی در صنعت کفش	اصول اقتصاد عمومی اصول حسابداری قیمت تمام شده اصول و فنون مذاکره مباحث کاربردی در مهندسی مالی	میرتوکللی سازمان حسابرسی فیشری و یوری مجموعه مقالات	-	-	۵۰ درصد
۵	مبانی طراحی کفش	جزوه استاد رنگ، نوآوری و بهره‌وری طراحی و ارتباطات بصری	فرزانه کارکیا برونو موناوی	دانشگاه تهران سروش	۷۵ ۷۸	۸۰ درصد
۶	پلیمر در صنعت کفش	PVC اصول بسپارهای آلی بسپارهای شیمی و فیزیک مواد جدید	حمید حامد موسویان جرج ادیان کلود اوینو کاوی	نشر دانشگاهی	-	۸۰ درصد

ساعت و هر واحد کارورزی معادل ۱۲۰ ساعت در طول نیمسال تحصیلی

طول دوره و شکل نظام:

مطابق با نظام آموزشهای علمی کاربردی طول دوره کاردانی ناپیوسته با روش پودمانی ۲ تا ۳ سال است که دروس عملی و نظری آن بصورت پودمانی ارائه می‌گردد. بطوریکه هر واحد نظری معادل ۱۶ ساعت درسی و هر واحد آزمایشگاهی معادل ۳۲ ساعت درسی، هر واحد کارگاهی معادل ۴۸ می‌باشد.

آزمایشگاه‌ها و کارگاه‌های یک واحد را می‌توان به ترتیب ۴۸ و ۶۴ ساعت در نظر گرفت. طول هر پودمان ۱۶ هفته، معادل یک نیمسال تحصیلی می‌باشد.

جدول مقایسه‌ای جهت گیری دروس نظری و عملی بر حسب ساعت

نوع درس	جمع ساعات	درصد	درصد استاندارد	ملاحظات
نظری	۵۷۶	۴۰ درصد	۳۵-۵۵	
عملی	۸۸۰	۶۰ درصد	۴۵-۶۵	
جمع	۱۴۵۶	۱۰۰	۱۰۰	

مشخصات پودمان‌های برنامه کاردانی علمی کاربردی تولید کفش به روش پودمانی

ردیف	نام پودمان	نام درس	تعداد واحد	ساعت			پیش نیاز	پودمان پیش نیاز
				نظری	عملی	جمع		
۱	پایه	ریاضی عمومی	۳	۴۸	-	۴۸	-	-
		فیزیک عمومی	۲	۳۲	-	۳۲	-	
		آز فیزیک کاربردی در	۱	-	۳۲	۳۲	-	
		صنعت کفش	۲	۳۲	-	۳۲	-	
		شیمی عمومی						
۲	شناخت کفش	ویژگیهای انواع کفش	۳	۴۸	-	۴۸	-	شیمی عمومی
		ارگونومی و سایز بندی	۲	۳۲	-	۳۲	-	
		پلیمر در صنعت کفش	۲	۳۲	-	۳۲	-	
		شناخت مواد در صنعت کفش	۲	۳۲	-	۳۲	-	
		کفش های خاص	۲	۳۲	-	۳۲	-	
۳	طراحی کفش	مبانی هنرهای تجسمی	۲	۱۶	۴۸	۶۴	-	هنرهای تجسمی
		طراحی پایه	۲	۱۶	۴۸	۶۴	-	
		نقشه کشی صنعتی	۲	۱۶	۳۲	۴۸	-	
۴	ساخت رویه	برش و اشبالت	۳	۱۶	۹۶	۱۱۲	آز فیزیک کاربردی در	طراحی کفش
		نازک کاری و دوخت	۳	۱۶	۹۶	۱۱۲	صنعت کفش برش و اشبالت	
۵	آنالیز	مبانی طراحی کفش	۳	۱۶	۹۶	۱۱۲	طراحی پایه	ساخت رویه
		نرم افزار تخصصی	۲	۱۶	۴۸	۶۴	نقشه کشی صنعتی	
		کارورزی (۱)	۱	-	۱۲۰	۱۲۰	برش اشبالت و نازک کاری و دوخت	
۶	کارکشی	کارکشی	۳	۱۶	۹۶	۱۱۲	نازک کاری و دوخت	ساخت رویه
		محصول نهایی	۲	۱۶	۴۸	۶۴	کارکشی	
		کارورزی (۲)	۱	-	۱۲۰	۱۲۰		
۷	سرپرستی	امور بازرگانی در صنعت کفش	۲	۳۲	-	۳۲	-	کارکشی
		هزینه یابی در صنعت کفش	۲	۳۲	-	۳۲	-	
		مدیریت تولید	۲	۳۲	-	۳۲	-	
		ایمنی و بهداشت	۱	۱۶	-	۳۲	-	
		زبان تخصصی	۲	۳۲	-	۳۲	-	
جمع				۵۲	۵۷۶	۸۸۰	۱۴۵۶	

به مجموعه واحدهای فوق ۱۵ واحد دروس عمومی اضافه شده و در قالب جدول نحوه اجرای پودمان لحاظ شده است.

تفاهمنامه همکاری آموزشی به امضاء رسید

۲- همکاری در مورد تهیه بسته‌های آموزشی متناسب با عناوین و محتوای برنامه آموزشی و تامین منابع درسی مورد نیاز دوره
۳- معرفی کارکنان واجد شرایط جهت شرکت در دوره‌های کوتاه مدت آموزشی و تامین هزینه‌های مربوط به توافق دانشگاه

۴- پذیرش کارآموزی و کارورزی دانشجویان معرفی شده از طرف دانشگاه
تبصره: حداقل تعداد دانشجویان برای شروع دوره ۲۵ نفر خواهد بود.

ماده ۴: سازمان و روش اجرایی

به منظور هماهنگی، نظارت و حسن اجرای مفاد این تفاهم نامه هیاتی شامل نفر، از نمایندگان دانشگاه صنایع و معادن (یک نفر)، مرکز صنایع نساجی وزارت صنایع و معادن (یک نفر) و نمایندگان جامعه صنعت کفش (دو نفر) تعیین می شوند که مسئولیت تنظیم، پیشنهاد برنامه‌ها، آئین نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی را برعهده خواهد داشت.

ماده ۵: آدرس طرفین:

دانشگاه: تهران، خیابان امیرآباد شمالی، خیابان پانزدهم، پلاک ۱۱
دانشگاه صنایع و معادن ایران
تبصره ۱: محل تشکیل کلاس‌های دروس نظری: تهران، خیابان پاسداران، خیابان کوهستان



نهم، پلاک ۳۹ خواهد بود.

جامعه صنعت کفش: خیابان مطهری، خیابان میرزای شیرازی جنوبی، مقابل بانک ملی، پلاک ۳۳۰
تبصره ۲: محل تشکیل کلاس‌های دروس کارگاهی و آزمایشگاهی از سوی جامعه صنعت کفش اعلام خواهد شد.

ماده ۶: نسخ تفاهمنامه:

این تفاهمنامه شامل ۶ ماده و ۴ تبصره و در دو نسخه تهیه و مورد تایید و امضاء کنندگان زیر قرار گرفت و از تاریخ مبادله قابل اجرا خواهد بود.
امضاء کنندگان: محمد رضا عصار (سرپرست دانشگاه صنایع و معادن ایران)

علی لشکری (عضو هیئت مدیره جامعه صنعت کفش)
محمد آقاصادق عرب (عضو هیئت مدیره جامعه صنعت کفش)
سید حسین موسوی (دبیر کل جامعه صنعت کفش)

در راستای تلاش‌های بسیار جامعه صنعت کفش ایران برای اجرای طرح آموزش آکادمیک رشته طراحی و تولید کفش در مقطع فوق دیپلم بالاخره با توافق دانشگاه صنایع و معادن ایران این مهم محقق شد. متن توافق نامه بدین شرح است:

نظربه اهمیت و ضرورت ایجاد «دوره کاردانی تولید کفش» جهت ارتقاء کیفیت تولید و کاهش قیمت تمام شده افزایش کارایی و حصول به کالایی قابل رقابت درجهان و همچنین کاهش واردات این محصول این تفاهمنامه میان دانشگاه صنایع و معادن ایران به نمایندگی آقای دکتر محمد رضا عصار که از این پس اختصاراً «دانشگاه» نامیده می شود از یک طرف و سید حسین موسوی به نمایندگی از جامعه صنعت کفش ایران که از این پس اختصاراً «جامعه» نامیده می شود به شرح زیر منعقد می شود.

ماده ۱: موارد و زمینه‌های همکاری

۱-۱ اجرای دوره آموزشی علمی - کاربردی تولید کفش به روش پودمانی
۱-۲ ایجاد زمینه مناسب برای اجرای دوره‌های کارورزی
۱-۳ برگزاری دوره‌های کوتاه مدت تخصصی مورد نیاز صنعت کفش

ماده ۲: تعهدات دانشگاه

۱- اعلام آمادگی دانشگاه برای برگزاری دوره تولید کفش به دانشگاه جامع علمی - کاربردی و اقدام لازم جهت کسب مجوز
۲- اجرای دوره آموزش علمی - کاربردی تولید کفش به روش پودمانی پس از اخذ مجوز از دانشگاه جامع علمی - کاربردی
۳- همکاری در تامین کادر متخصص و مجرب آموزشی جهت اجرای دوره
۴- تامین فضای آموزشی مناسب برای دروس نظری دوره
۵- اجرای دوره کوتاه مدت تخصصی مورد نیاز جامعه صنعت کفش
تبصره: اجراء و تداوم این دوره مشروط به معرفی و ثبت نام دانشجویان از سوی جامعه صنعت کفش خواهد بود.

ماده ۳: تعهدات جامعه صنعت کفش

۱- تامین فضای آموزش کارگاهی و آزمایشگاهی مناسب، ارائه تسهیلات ایاب و ذهاب، اقامت و پذیرایی مربیان و مدرسین دوره‌های آموزشی، دروس آزمایشگاهی و کارگاهی

راهکارهای تامین تجهیزات آموزش در جلسه گروه کاری ایران و ایتالیا مطرح شد

جلسه مشترک گروه کاری کفش و چرم وزارت صنایع به ریاست مدیرکل دفتر نساجی و پوشاک، پوچی نماینده گروه کاری طرف ایتالیایی، فرجاه هماهنگ کننده و دبیر و اعضای جامعه صنعت کفش و انجمن چرم و کارشناسان وزارت صنایع یکشنبه مورخ ۸۷/۱۱/۲۰ در اداره کل صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنایع برگزار گردید.

پوچی نماینده گروه کاری ایتالیا رضایت و آمادگی خود را برای همکاری مجدد بیان داشتند و گفت: توافقات قبلی انجام شده و طراحی هم به پایان رسیده و کاری باقی نمانده است.

در این جلسه مجیدی نماینده انجمن چرم موضوع آموزش کش و بر تجهیز آزمایشگاه ها و در نظر گرفتن (تجهیزات، مدرس...) را مطرح کرد در این جلسه همچنین مهندس نصرالهی بر نحوه شفاف سازی شیوه همکاری تاکید کرد.

نماینده گروه کاری ایتالیا گزارشی از روند فعالیت ها طی سال های گذشته را بیان کرد. در این جلسه درباره نیازهای تجهیزات آموزش کش و بر تجهیز آزمایشگاه ها و در نظر گرفتن مکان آموزش عملی برای دانشجویان مورد پرسش قرار گرفت و نماینده انجمن چرم قول همکاری در این خصوص را اعلام کردند.

در این جلسه پوچی از آماده سازی یک جزوه درسی برای دانشجویان خبر داد که به بر آوردن خواسته های دانشجویان از طریق آقای فرجاه موکول شد.

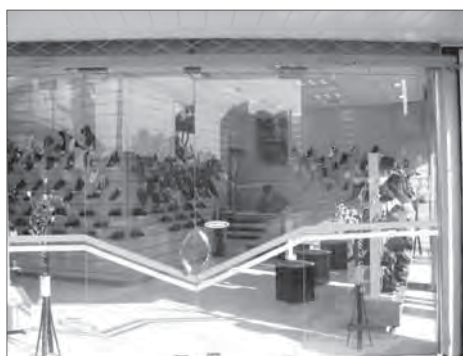


بررسی راهکارهای اجرایی کاهش قیمت کفش «تولید داخل» در راستای کاهش قیمت های جهانی

به گزارش خبرنگار مجله صنعت کفش: جلسه ای با حضور اعضای جامعه صنعت کفش، مدیرکل دفتر کالاهای غیرفلزی و رئیس اداره سلولوزی و نساجی و کارشناس نساجی در دفتر معاونت کالاهای و سرمایه و خدمات زیربنایی روز یکشنبه ۲۰ بهمن ماه سال جاری برگزار شد.

این جلسه که با هدف بررسی راهکارهای اجرایی کاهش قیمت کفش «تولید داخل» در راستای کاهش قیمت های جهانی تشکیل گردید، تولیدکنندگان شاخص در این صنعت (بخش پای پوش صنعتی) علاوه بر بیان مشکلات تولید این محصول از جمله قاچاق، تورم و قدرت پایین خرید مردم، فروش محصول به صورت امانی و... عنوان کردند که در حال حاضر کاهش قیمت محصول با توجه به کاهش قیمت مواد اولیه اعمال گردیده است و همچنین پیشنهادات این بخش از صنعت در قالب کمک دولت جهت ایجاد فروشگاه های زنجیره ای که با کاهش قیمت ها همراه خواهد بود و نیز اجباری شدن صدور فاکتور توسط فروشندگان ارائه شد.

در این جلسه با توجه به مباحث مطرح شده موافقت گردید، «جامعه صنعت کفش» میزان کاهش انواع پای پوش (کفش) را در مقایسه با دوره قبل حداکثر تا دوهفته آینده کتبا! به سازمان اعلام نماید.



یکی دیگر از شعب فروشگاه کفش بلا نوسازی شد

همراه با دهه مبارک فجر در راستای نوسازی فروشگاه های کفش بلا، یکی دیگر از شعب فروشگاه کفش بلا نوسازی شد.

این فروشگاه کفش بلا در چهارراه نظام واقع است و آماده خدمت رسانی به ملت عزیز و تلاشگر می باشد.



چگونه به نهادهای آموزش در صنعت کفش کمک کنیم؟

علی لشگری

lashgari.ali@yahoo.com

کرده و مورد نیاز این صنعت و ایجاد تعامل میان صنعت و محیط‌های آموزشی پیردازد، و به همین دلیل بود که ایجاد رشته «کاردانی» و نه «کارشناسی» در الویت اول شروع کار در دستور قرار گرفت. آموزش یک فرایند دوطرفه است و زمانی می‌توان به موفقیت آموزش و یادگیری امیدوار بود که دو مقوله «توانستن و خواستن» با هم و در یک زمان تحقق یابد. به عبارت دیگر معلم باید بتواند بیاموزد و شاگرد باید بخواند که یاد گیرد و در این میان آنچه که از اهمیت و الویت اصلی برخوردار است، عامل «خواستن» شاگرد است تا «توانستن» معلم.

صنعت کفش ایران در ابتدای بنیاد به هیچ عنوان انتظار معجزه‌ای خارق العاده از این رشته دانشگاهی جدیدالتاسیس داشته باشد، چرا که سالها طول می‌کشد تا نهادهایی از این دست به اثر بخشی لازم خود دست یابند. تجربه هفده ساله «جامعه» و شانزده ساله «نشریه صنعت کفش» به خصوص تحولات و کوشش‌ها و دوندگی‌های پنج سال اخیر آنها در کنار تجربه چهار ساله «سایت صنعت کفش» و متعلقات آن به ما نشان داد که توکل به خدا و تدبیر و انسجام و تلاش مستمر مخلصانه همراه با چاشنی صبر و گذشت و نظم و داشتن نقشه راه چگونه می‌تواند علی‌رغم مشکلات بی‌شمار به موفقیت‌های نسبی در یک کار گروهی هدفدار منجر گردد.

آنچه که باعث گردید نگارنده با توجه به شرایط جدید بوجود آمده از نگاه دیگری به این موضوع پیردازد، تحولاتی است که در سالهای‌های اخیر در عرصه چگونگی روش‌های آموزش و یادگیری در عصر انقلاب اطلاعاتی همراه با سهم بی‌بدیل اینترنت در این حوزه بوجود آمده است. که هرگونه بی‌توجهی به آن می‌تواند به فاصله گرفتن بیشتر صنعت کفش کشورمان با سرعت تحولات صنعت کفش جهان کمک کند. در شرایط کنونی دنیا که امکان دسترسی سریع و به هنگام به اطلاعات و آموزش به مفهوم عمومی آن با شیوه‌های جدید مانند اینترنت در اختیار همه وجود دارد، پنهان نمودن آن هیچ سودی را برای دارندگان آن ندارد، مگر آنکه دارند این اطلاعات برای استفاده کنندگان آن حق الزحمه‌ای را از یابنده طلب نمایند. غیر از این موضوع به نظر می‌رسد که نگهداری چیزی که به سرعت خاصیت به روز بودن خود را از دست می‌دهد نتیجه خوبی را بدنبال

به یاری و لطف خداوند سبحان، بالاخره آرزوی صنعت کفش ایران برای داشتن یک رشته دانشگاهی تحقق یافت و حالا می‌توان گفت که: صنعت کفش صاحب رشته دانشگاهی شده!

نگارنده در پایان یادداشت «ایجاد رشته دانشگاهی کفش از آرزو تا واقعیت» در آذر ۱۳۸۶ در نشریه صنعت کفش اشاره داشت که «آرزوها نزدیک به واقعیت شده است و صنعت کفش کشور تا برخورداری از یک رشته دانشگاهی که ۱۴ سال و اندی در انتظار آن بود، فاصله زیادی ندارد، تقریباً همه به اجماع رسیده‌اند تهران، تبریز، قم، یزد، مشهد، فقط عزم و همت صاحبان و مدیران صنعت کفش را این مرحله طلب می‌کند که با یک «یاعلی گفتن» و به قول دکتر بلندی رئیس دانشگاه علمی - کاربردی، با یک نگاه ملی و عمل ضربتی آن چنان باقیات و صالحات برای خود، خانواده، منطقه، کشور و صنعت کفش ایجاد نمایند که آیندگان از آنان به نیکی یاد کنند. در آن یادداشت اشاره گردید که باید به دنبال راه حلی باشیم که بین این صنعت و نظام آموزشی عالی آشتی ایجاد کرد! حال که به هر دلیل جوانان دانشگاهی فارغ‌التحصیل نسل سومی جذب این صنعت بومی و سنتی نمی‌شوند و با صنعت کفش جذابی برای جذب آن‌ها را ندارد، لاقط جوانان شاغل در صنعت کفش را دانشگاهی کنیم!!»

خوشبختانه به لطف خداوند در عصر روز پنجشنبه ۱۹ آذر ۱۳۸۸ فرصتی بوجود آمد که به اتفاق دبیر کل محترم جامعه و آقایان مهندس سلیمی و رزاقی در ساعت چهار بعد از ظهر در محل مرکز آموزش فرمانیه وابسته به دانشگاه صنایع معادن دیداری با ۱۸ نفر از دانشجویان اولین دوره رشته کاردانی - پودمانی تولید کفش داشته باشیم. که تقریباً ۱۷ نفر از آنان از شاغلین این صنعت در واحدهای تولیدی مختلف کشور از جمله تهران و قم و اصفهان بودند. در این دیدار صمیمانه که بیشتر برای شنیدن درد دل و مشکلات شروع کار دانشجویان دوره اول و روشن نمودن اهداف دوره برای آنها تشکیل گردیده بود، موافقت گردید که با کمک دانشگاه و پیگیری‌های جامعه و کمک‌های خود دانشجویان، در جهت رسیدگی و حل و فصل مسائل و مشکلات مطرح شده آنها که در گزارش همین شماره نشریه به چاپ رسیده است، اقداماتی صورت گیرد که خوشبختانه دبیر کل محترم جامعه در مذاکرات و مکاتبات با مسئولین دانشگاه پیگیر حل و فصل مشکلات مطرح شده توسط دانشجویان می‌باشد.

در این میان لازم میدانم که توجه عزیزان و بزرگواران را به چند نکته مهم در این راستا جلب نمایم:

هدف بانیان و متولیان ایجاد رشته دانشگاهی در صنعت کفش در بدو امر به وجود آوردن یک نهاد آموزشی است که در طول زمان و بر حسب شرایط و اقتضات زمانه به تربیت نیروی تحصیل

نخواهد داشت. فرق عمده یادگیری‌های حاصل از روش‌های تجربی با آموزش‌های حاصل از روش‌های نوین در این است که آن یادگیری‌ها قابلیت انتقال بصورت مدون را ندارند و صاحب آن دانش تجربی در بهترین حالت می‌تواند بصورت سینه به سینه آموخته‌های خود را در اختیار شاگردانش قرار دهد و لی در روش‌های فعلی که همه چیز مکتوب شده و به مدد ویژگی‌های عصر اطلاعات مانند اینترنت که می‌گویند اهمیت آن کمتر از اختراع برق توسط ادیسون نمی‌باشد، به راحتی در اختیار همه افراد در هر نقطه از جهان با هر گرایش و هر زبان و هر ملیتی و هر بودجه‌ای قرار می‌گیرد. به نظر نگارنده یکی از دلایل موفقیت خیلی از کشورهایی که امروز برای صنعت کفش خودشان در دنیا حرفی برای گفتن دارند همین رویکرد مدرن به موضوع آموزش است و شاید به توان جسارتا عرض نمود که یکی از علت‌های فاصله افتادن صنعت کفش ایران با کفش دنیا، این نوع رویکرد و نگاه کردن به مفهوم آموزش بوده است که در لیست چالش‌های صنعت، از آن به عنوان «حلقه مفقوده صنعت کفش» نام برده می‌شد.

حوصله و صبر و حمایت‌های مادی، معنوی کارفرمایان و صاحبان فعال این صنعت همراه با پشتیبانی‌های پیشکسوتان، مدیران، متخصصین دانشگاهی و استاد کاران تجربی این رشته صنعتی در کنار تعامل پویا و مستمر همراه با مثبت نگری مسئولین جامعه صنعت کفش، با مسئولین دانشگاه را می‌تواند از الزامات موفقیت کاربردی فارغ التحصیلان دوره‌های مختلف این رشته آموزشی نورسیده و نو پا به حساب آورد.

در حالیکه در کشوری مانند چین که در سال ۲۰۰۷ حدود ۲۴ میلیارد دلار فقط صادرات انواع کفش به جهان داشته است، تصمیم می‌گیرند برای پنج سال آینده حدود ۳۰۰ هزار نفر طراح کفش تربیت نمایند و یا در برخی از کشورهای همسایه ما، که بخش

خصوصی دست بالا زده و مدرسه و دانشگاه کفش درست می‌نمایند، قطعاً قصد آنها از این اقدامات تبلیغات و خود نمائی نبوده، بلکه راه نجات را با توجه به سرعت رشد علوم در زمینه‌های مختلف، در تغییر نگرش آموزش از روش سینه به سینه به روش مدرن فعلی که اساس آن انتقال اطلاعات بصورت مدون است یافته اند.

جذب نسل امروز و نسل فردا یعنی متولدین ۴۰ تا ۶۰ و ۶۰ تا ۸۰ به صنعت کفش کشور با هدف کم کردن فاصله این صنعت باتحولات کفش جهان، به نظر می‌رسد با مکانیزم‌ها و روش‌های مدیریت تربیت نیروی انسانی فعلی، به راحتی انجام نپذیرد. در این صورت همواره باید منتظر افزایش سهم فروش کفش‌های وارداتی در بازار مصرف کشور باشیم. به نظر نگارنده اگر بخواهیم بایک دید واقع گرایانه که حاصل سالها تجربه حرفه‌ای - کارشناسی است، قضاوت کنیم، باید نسل فعلی (متولدین ۱۳۲۰ تا ۱۳۴۰) که مسئولیت اداره صنعت کفش کشور را در حال حاضر برعهده دارند و قصدشان از تلاشهای روزمره، ایجاد تحول و کم کردن فاصله با صنعت کفش جهان از یک طرف و از طرف دیگر انشالاء بدنبال باقیات و صالحات برای خود و خانواده و کشورشان می‌باشند، باید «پروژه جانشین پروری» و تربیت نیروی انسانی مورد نیاز این صنعت و جذب نسل امروز و فردا را برای آینده به شیوه‌ای مدیریت کنند که بین دوروش موجود تجربی و روش جدید و مدرن فعلی، سنگینی وزن آموزش و یادگیری با شیوه انتقال اطلاعات بصورت مدون باشد و این نگاه هیچ منافاتی با کاربردی بودن این رشته دانشگاهی ندارد و اتفاقاً تنظیم کنندگان سیلابس درسی این رشته که از با تجربه‌ترین و با سابقه‌ترین افراد این صنعت بودند، در کنار متخصصین برنامه‌ریزان جهاد دانشگاهی شریف، دقیقاً این مفهوم را در طراحی برنامه‌ریزی دروس این رشته در زمان تدوین به خوبی درک کرده اند.

برگزاری رشته تولید کفش به عنوان یک حادثه تاریخی برای صنعت کفش ایران، فرصتی است برای امتحان مدیریت نسل موجود که تا چه میزان در کنار حفظ منافع سازمان و واحد تولیدی خود، نگران تربیت نسل امروز و فردای این کشور برای آینده این صنعت نیز هستند.

یادداشت فوق را با کلام استاد سخن سعدی شیرازی به پایان می‌بریم:

صاحب‌دلی به مدرسه آمد ز خانقاه

بشکست عهد صحبت اهل طریق را

گفتم میان عابد و عالم چه فرق بود

تا برگزیدی از آن این فریق را

گفت آن گلیم خویش به در می‌کشد ز موج

وین جهد می‌کند که بگیرد غریق را

جمعه اول محرم ۱۴۳۱ هجری قمری و ۲۷ آذر ۱۳۸۸

علاقه به شغل؛ به شما قدرت تحمل شکست؛
غلبه بر مشتقات؛ رویارویی و پرداختن به ضعف
و کار کردن در ساعات طولانی را می‌دهد.



کیفیت آموزش یا آموزش کیفیت

◀ محمد نقی سلیمی

۱. تکوین اندیشه کیفی:

مفهوم و معنای وسیع کیفیت، یک «حقیقت» است، اما آن چه اغلب از برون داده‌های یک روند اجرایی، حادث می‌شود، «واقعیت» است و تفاوت میان این دو و میزان این تفاوت به طراحی و تکوین کیفیت در «باورها» مرتبط است. اگر به نتایج امور شخصی، خانوادگی، اجتماعی و کاری پیرامون خود و اطرافیان با دقت بیشتری نگاه کنیم، در می‌یابیم که آن دسته از وقایع که منطبق با باورها به مرحله اجرا درآمده، با درصد کمی انحراف از معیار کیفیت تعریف شده برخوردارست و آن دسته که در آن‌ها روح باور دمیده نشده با درصد انحراف بیشتری از تعریف، حاصل می‌شود؛ به عبارتی دستگاه عظیم اندیشه و ذهن به میزان باوری که از هر پدیده در خود طراحی می‌کند، دست می‌یابد.

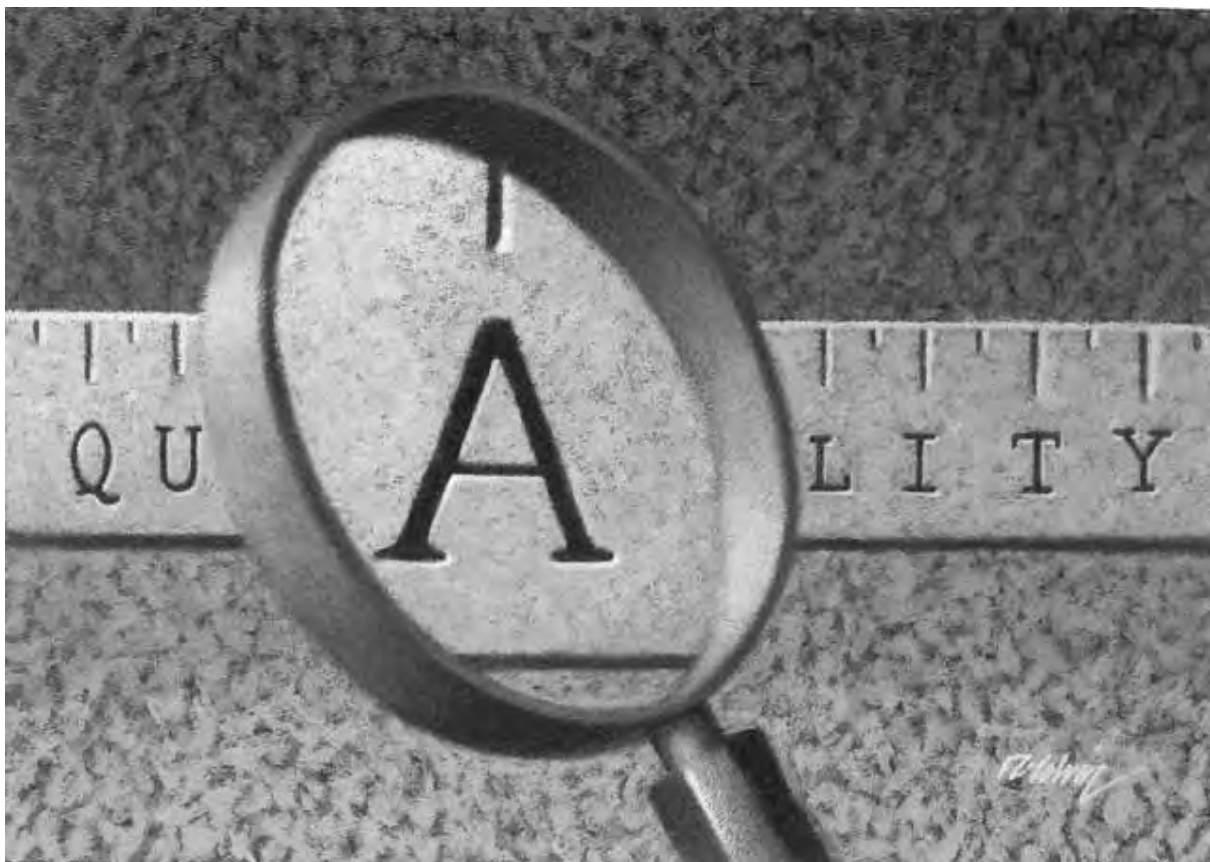
بنابراین در دستیابی به کیفیت، قبل از پذیرفتن تمام اصول مدیریتی و علمی نوین، باید از برنامه‌ریزی ذهنی صحیح برخوردار شد. علم مدیریت سالهاست که به واسطه تلاش‌های مرشدان بزرگ مدیریت در دنیا و نیز همسویی و همراستایی با تحولات، اصول و مبانی مانند برنامه‌ریزی، ساماندهی، اجرا، راهبری و کنترل را به ابناء بشر آموخته

هجدهم آبان، روز ملی کیفیت (و هفته کیفیت) مصادف با یکی از رویدادهای بزرگ علمی و صنعتی کشور، یعنی آغاز دوره کاردانی پودمانی کفش در دانشگاه علمی کاربردی گردیده است. رویدادی که یقیناً با اجرای صحیح برنامه‌های تدوین شده، از وقایع مهم تاریخ ایران محسوب خواهد شد. روز ملی کیفیت، نماد پای‌بندی و اعتقاد به ارزشهاست و ارزشهای نسبی و محدودیت ناپذیری هستند که همواره در سیر پیوسته بهبود، ارتقاء می‌یابند. در تعریف و توصیف کیفیت بسیار گفته‌اند که برآیند همه آن‌ها، مفهومی شفاف از این واژه تداعی می‌نماید:

«**کیفیت**»: به تعبیری ساده، عبارتست از ماهیت ذاتی که در روند، امور، خدمت و محصول تعبیه و نهادینه می‌گردد و مجموعه‌ای از خواسته‌های تصریحی و تلویحی مصرف‌کننده یا متعامل را برآورده می‌سازد. اما لازمه تحقق و ظهور این ویژگی‌ها، مستلزم پای‌گذاری به دو مجموعه فرآیند اساسی است:

۱. تکوین اندیشه کیفی

۲. تکوین و اجرای روند کیفی تا دستیابی به نتیجه





و می‌آموزد، اما اگر این اصول به تنهایی کافی بودند، چرا هنوز بسیاری از سازمان‌ها با چالش‌های اقتصادی و ناگهانی مواجهند؟ و در برخی اوقات ناموفق؟ امروزه در بسیاری از سازمان‌ها موضوع چه چیز، چرا، چگونه، چه وقت، کجا و چه قدر... قبل از شروع فرایند به طور نظام‌مند بر لوح کاغذی و غیر کاغذی تعریف می‌شود و در مرحله برنامه‌ریزی مورد تدوین قرار می‌گیرد، اما در فراسوی این تدوین، حصول کیفیت به پی‌ریزی قوی‌تری نیازمندست تا پیکره و ساختار آن چه بنا می‌شود در مواجهه با زلزله‌های تهدیدات و چالش‌های غیرمنتظره...

در مقابله با آن چه در بازار جهانی موجب ایجاد بی‌ثباتی می‌گردد، مقاوم و مانا تر باشد. و آن چیزی نیست مگر تثبیت و باور «کمی ویژگی‌های کیفی» در ذهن و قبل از هر اقدام، و مضبوط نمودن هر آن چه قرار است با هر روندی و به هر میزان تحقق یابد در ذهن افراد سازمان. نه تنها و در ابتدا بر لوح کاغذی! آن چه به عنوان یک راه و روند در دستیابی به هدف مطرح می‌گردد، در واقع فقط بخش اصولی از پدیده‌هاست و لازم در حالی که میزان دستیابی به هدف، مستلزم هموارسازی جاده‌های پریچ و خم دنیای عظیم ذهن و نیازمند مدیریت بر اندیشه است، به زبانی ساده‌تر نگاه و دیدگاه آدمی بر هر آن چه هنوز نساخته، همان است که ساخته می‌شود. به عنوان مثال اگر در بازار کنونی کفش ایران، با تمام برنامه‌ریزی‌های مدیریتی، در فکر تولید محصول و خدمتی با کیفیت برتر باشیم اما به طور همزمان، دغدغه‌ها و نگرانی‌های چگونگی رقابت در بازار را دما دم به عنوان عامل نگرانی و هراس به خود یاور شویم از کیفیت آن چه می‌خواهیم غافل می‌مانیم و آن چه به وقوع می‌پیوندد نه تنها کیفیت برتر نیست بلکه سهم عظیم‌تر اشغال شده ذهن و همان هراس است، این بدان معنا نیست که چشم انداز را نادیده بگیریم و در فکر فرصت‌ها و تهدیدها نباشیم اما باید مکانیزمی در ذهن طراحی شود که فرایند پایش به طور خودکار انجام پذیرد نه در پایان هر مرحله و یا پس از هر بازخور. یعنی قوای ذهنی از چنان آراستگی برخوردار شود که مراحل برنامه، اجرا، پایش و اصلاح را «لگو» نماید و جای به نگرانی‌ها و عوامل بازدارنده نسپارد. این مکانیزم

۲. تکوین و اجرای روند کیفی تا دستیابی به نتیجه:

کیفیت مجموعه‌ای از بایستگی‌هاست که بخشی از آن لازمه‌ها را مشتری یا مصرف کننده می‌داند و بخشی را نمی‌داند اما عدم آگاهی مصرف کننده از لازمه‌ها به معنای حذف و یا کاهش شاخص‌ها و افت در چه کیفی آن عوامل نیست. مرحله‌ای که می‌بایست در اجرای یک روند کیفی دنبال گردند عبارتند از:

۱. آگاهی و دانش از ویژگی‌ها و بایسته‌های محصول یا خدمت مورد نظر به طور فراگیر
۲. تعریف معیارهای پذیرش و روش‌های تشخیص عدم انطباق
۳. پایش مدام روندی که منجر به تولید محصول

فضیلت و نیک نهادی
در نبود آرمان و دانایی
پرورشگاه نظریه پردازان است.



می‌گردد، (مواد اولیه، نرم‌افزار و سخت‌افزار حین فرآیند)

۴. تعیین روش‌های اصلاح، اقدام اصلاحی

۵. تعیین مکانیزمی که در قابلیت شناسایی عدم انطباق‌های بالقوه

و ضعف‌ها و تهدیدات موثر باشد.

نقش آگاهی و دانش از ویژگی‌های کاربردی و لازمه‌ها در آن چه تولید می‌شود بسیار حائز اهمیت است که اگر صانع، حتی از بخش کوچکی از لازمه‌های مصنوع آگاهی نداشته باشد آن چه تولید و ارائه می‌گردد از کیفیتی که ظاهراً هم تعریف شده برخوردار نخواهد بود. بنابراین اولین و اساسی‌ترین وظیفه سازنده آگاهی از خواص و ویژگی‌های مصنوع است. عدم تکلف برخورداری از دانش، ضایعاتی جبران‌ناپذیرست که بر مجموعه‌ای از اقتصاد در یک صنعت اثرات مخرب برجای می‌گذارد؛ هم از این‌روست که در فرآیندهای اجتماعی، «آموزش» رکن اساسی در بقاء و ارتقاء و شایستگی می‌آفریند.

آموزش:

همانا من از تنگدستی اتم نمی‌هراسم، بلکه از بداندیشی آنان بیمناکم.

«پیامبر اکرم (ص)»

جایگاه «اندیشه» و «اندیشیدن» در روح متعالی انسان، برترین و سرآمدترین تمایز در آفریده‌هاست. و در این جایگاه کرسی فراگیری به پهنای بی‌انتهای عالم وجود به انسان اختصاص و در آن نهادینه شده است. دانش در ادوار مختلف تاریخ بشریت، راهنمای راه تعالی

و عامل اساسی در حفظ و بقای ویژگی‌های تمایز انسان بوده است، در تمامی ارکان و ساختارهای اجتماعی، لزوم اجرای فرآیند اثربخش آموزش، بسان شاه‌رگ حیاتی احساس می‌گردد، چنانچه از لازمه‌های دستیابی به کیفیت، سخن به میان آمد، فقدان آگاهی بزرگترین عامل بازدارنده و تهدید و ضعف در جهت نیل به مطلوبست و بالطبع آموزش هم مانند همه فرآیندهای دیگر از ویژگی‌های استاندارد کیفی برخوردار است و باز مانند همه پدیده‌ها کیفیت اجرای آموزش به تنهایی استاندارد مناسبی برای آن تلقی نمی‌گردد.

اگر بار دیگر مفهوم کارایی و اثربخشی را مرور کنیم به ارتباط میان کیفیت قبل از تکوین بیشتر پی‌می‌بریم. کارایی به تعبیری ساده و عمومی همان انجام دادن درست کار است، و اثربخشی عبارتست از انجام کار صحیح. در بسیاری از فرآیندها، کارایی از درصد بالا برخوردار است. اما ممکن است اثربخشی مناسب نباشد. زیرا آن چه تعریف شده به درستی انجام می‌شود اما آیا خود کار صحیح تعریف شده است؟ از آن‌جا که آموزش با روح و روان انسان که تعیین‌کننده همه ابعاد شخصیتی و کارآفرینی اوست، در ارتباط است لذا اگر از تعریف برنامه‌ریزی صحیح برخوردار نباشد، مسیر بازگشت و اصلاح آن مشکل و گاهی مانند تغییر زاویه تنه درختی تنومند و کهنسال است که سال‌ها در مسیر باد کج شده است؛ و آیا امکان اصلاح در چنین موردی تعبیر دارد؟ شناسایی زمان تغذیه روحی و آموزشی وظیفه خطیری است که در هر جایگاه، متولیان آن جایگاه را به تکلیف، هشدار می‌دهد، خواه این جایگاه اولیاء خانواده باشند و خواه صنعت، خواه آموزشگاه‌ها... چگونگی تدوین یک آموزش اثربخش و صحیح به دانش آکادمی و برخوردار از کیفیت نیاز دارد.

«تعریف آموزش: مجموعه فعالیت‌هایی که برای بهبود

عملکرد به طور مستقیم و یا غیر مستقیم ارائه می‌گردد» و آموختن وقتی حادث می‌شود که گیرنده آن، هدف آموختن داشته باشد. و می‌دانیم که بسیاری از گیرندگان آموزش در نوع خود، نیت فراگیری از ابتدا ندارند و به گونه‌ای با مدیران آن‌ها آموزشی تعریف کرد که گیرنده آموزش شوند. بنابراین در مفهومی فراگیر از آموزش و تلفیق آن با «پرورش» که مجموعه‌ای از فرهنگ یادگیری و تجارب است، لازم و موثر است که فراگیرنده بسازیم و یکی از ماهیت‌های آموزش کارآمد و اثربخش، ساختن فراگیرنده است. این همان رسیدن روح کیفیت قبل از اجراست، بنابراین آموزش می‌تواند اثربخش بوده و از کیفیت آموزشی مناسب برخوردار باشد که ابتدا متعامل و مخاطب برای فراگیری بسازد، در مخاطب ایجاد انگیزه برای تداوم و ثبات فراگیری از آغاز تا انجام داشته باشد، ویژگی‌ها و مهارت‌های کاربردی به تناسب هدف در آن به طور فراگیر تدوین شود، به هنگام باشد، عدم فراگیری در زمان موثر اتلاف سرمایه‌های معنوی و مادی هنگفتی به بار می‌آورد.

آموزش هدفمند تعداد بی‌شماری از عوامل متغیر و پایدار را به طور ریشه‌ای مورد تحلیل قرار می‌دهد که بخشی از آن روانشناسی آموزش است. در این راستا نیز به جای مفاهیم





مصطلح، مانند «وجود انگیزه» به مفاهیم بنیادی مانند «ایجاد انگیزه» نیازمندیم. نیازمند این دانش و آگاهی که آغاز را از اجرا ندانیم، آغاز از پیشینه نگرشی و بینشی شکل می‌گیرد. واقعیت این است که درصد بسیار کمی از آموزش‌های لازم و اولیه در صنعت کفش بهره‌مند گشته‌اند، و شاغلین این صنف عموماً با تجربیات و در محیط، قرار گرفتن، پرورش یافته‌اند و می‌دانیم که پرورش همواره، مکمل آموزش بوده و تنهایی کافی نیست. سخن از کیفیت و آموزش و تاثیر نهادینه کردن فرهنگ و نگرش «آموزش کیفی» به علت وسعت درجه این مهم در یک نوشتار نمی‌گنجد، اما با توجه به استراتژی جدید دولت در خصوص بازرنگری و کاربردی نمودن شیوه‌ها و عناوین آموزشی دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی، فرصت مغتنمی برای اجرای اثربخش دوره کاردانی پودمانی کفش توسط دانشگاه جامع علمی کاربردی فراهم گردیده است. که طبیعتاً نیاز به همیاری و همگرایی اندیشه‌های اندیشمندان، متخصصین و متولیان نیز دارد. جلب حمایت‌های دولتی جز با باور این که آموزش اثربخش مزیت رقابتی انحصاری در صنعت کفش ایران به همراه دارد از طرف فعالان این صنعت، میسر نیست. و این مزیت به تقویت بنیه‌های بالقوه نیازمند است، با ترکیبی نظام‌مند از تجربه امکانات دانش و فرصت‌ها و تکوین گام نخست (اندیشه کیفی) توسط دست‌اندرکاران، کیفیت «تدوین، اجرا و پایش» قابل اندازه‌گیری است که منجر به بهره‌وری بیشتر خواهد شد. در این راستا، هم‌اندیشی نهادها و سازمان‌های دولتی و خصوصی در بخش‌های تجاری صنعتی و آموزشی موجب هم‌افزایی تفکر کیفی و ارتقاء سطح علمی مشتاقان به تحصیل در این رشته خواهد شد. لذا یاری همه آن‌ها که به گونه‌ای توان بالقوه نقش آفرینی دارند، خدمت بزرگی به صنعت کفش ایران و کیفیت یک فرآیند فرهنگی صنعتی محسوب می‌گردد. از جمله این همیاری‌ها مقوله اطلاع‌رسانی و تقویت ایجاد و جذب آموزش‌گیرندگان است. کاهش و حذف برخی محدودیت‌ها و ضوابطی که تنها با در اختیار قراردادن فرصت زمانی کوتاه جهت ارائه مدارک و موارد مشابه منجر به افزایش جذب و ساختن داوطلب می‌گردد.

مشارکت عزیزان تلاشگر اداره استاندارد و تحقیقات صنعتی، محققان، اساتید، متخصصین و صاحب‌نظران، حمایت دولت و بخش خصوصی، اثربخشی این فرآیند نوین را به میزان قابل توجهی افزایش می‌دهد. شایان ذکر است که جامعه صنعت کفش ایران از ابتدا تا کنون با پی‌گیری‌های جلسات تدوین تا تصویب و اطلاع‌رسانی و فراخوانی، نقش ایجاد تعامل در متولیان ذی‌ربط را به عهده داشته و این مهم را «گرامی» داشته است.

«که توانمندی‌شان روزافزون باد»

آری روز ملی کیفیت، یادآور مضمون تعهدات و باورهای توان‌های بالقوه سرزمین ماست. روز بازرنگری روند رویکردهایی که افزایش اعتماد به نفس را به همراه دارد، روز دوباره اندیشی برای بهتر اندیشی، روز تداوم بخشی امید برای پویایی و حضور در صحنه جهانی.

قدمت مدون صنعت پوشاک و نساجی در ایران اسلامی، در مقایسه با برخی صنایع بسیار بیشتر است، و بر همه ماست: «که برای پابستگی و شایستگی، دوباره و با تکفیری سرشار از اعتماد و اتکال به قدرت لایزال الهی، از این توان‌ها که از بزرگترین منابع و سرمایه‌ها محسوب می‌گردند، در راستای اعتلای دانش و گسترش آگاهی و فزونی هنر این برکت عظیم بهره جوئیم.»

چرا که کیفیت، تجلی و ظهور ماهیت درخشان «هنر» است. و هنر همان مفهومی است که گاه در قیاس با خرد، اعجاب می‌آفریند، و این هنر با سرشت انسان درهم آمیخته، انسانی که خداوند مهربان، خلقتش را مبارک می‌داند.

راهی‌ست، راه عشق که هیچ‌ش کناره نیست

آن‌جا جز آن که جان بسپارند چاره نیست

هر که دل به عشق دهی خوش دمی بود

در کار خیر حاجت هیچ استخاره نیست

«حافظ»

بازاریابی دیروز تنها در اندیشه یافتن مشتری بود و بازاریابی امروز "دانش و هنر یافتن و نگهداری از مشتریان" است.



اولین ملاقات برخی مسئولین «جامعه»

اولین ملاقات سید حسین موسوی دبیر کل «جامعه» و علی لشکری نایب رئیس هیئت مدیره به همراه مهندس محمد نقی سلیمی و علی رزاقی کارشناسان صنعت کفش با دانشجویان اولین دوره پودمانی رشته تولید کفش در مرکز دانشگاه صنایع و معادن انجام شد. لازم به ذکر است در حال حاضر ۱۸ نفر دانشجو در رشته تولید کفش مشغول به تحصیلند که اکثریت آنان از شاغلین این صنعت در واحدهای تولیدی مختلف تهران، قم و اصفهان می‌باشند. دانشجویان در دوره پودمان اول واحدهای پایه ریاضی، فیزیک و شیمی را فرامی‌گیرند که بیشتر واحدهای این پودمان نظری است، این در حالی است که کل دورس دوره به صورت ۴۰ درصد نظری و ۶۰ درصد عملی می‌باشد.

با دانشجویان تولید کفش دانشگاه جامع علمی - کاربردی



دانشجویان جدید، حفظ برگزاری کلاس‌ها در روزهای پنجشنبه به خاطر شاغل بودن اکثریت دانشجویان و... را خواستار شدند.

مسئولین «جامعه» صنعت کفش در این ملاقات به دانشجویان عنوان کردند که برخی از این مشکلات ناشی از تجربه برگزاری اولین دوره این رشته است که به تدریج با تعامل بیشتر بین «جامعه صنعت کفش» و دانشجویان این دوره و مسئولین دانشگاه حل خواهد شد. در حال حاضر همانطور که ایجاد این رشته از مرحله شروع تا تشکیل این دوره فرایند سنگین و فرسایشی را پشت سر گذاشته، شما نیز باید تحمل بیشتری برای حل مسائل و مشکلاتی که مطرح می‌کنید داشته باشید، آنها به دانشجویان متذکر شدند که تاکید بر نظم و انضباط برخی اساتید برای شما نوعی آموزش مدیریت است و سرپرستان آینده باید نظم را فرابگیرند. آنها خطاب به دانشجویان گفتند:

شما اولین دانشجویان رشته کفش در کشور هستید و این افتخار به نام شما ثبت خواهد شد، طبیعت این رشته کاربردی است و امتیاز بزرگش این است که تدوین کنندگان آن از با تجربه‌ترین افراد موجود این صنعت‌اند که در تدوین این دوره با محدودیت‌های زیادی روبرو بودند، فارغ التحصیلان این دوره که با هدف تربیت سرپرست دوره را خواهند گذراند، شناخت خیلی خوبی از جزئیات کفش و اقلام مورد مصرف آن بدست می‌آورند، مسئولین «جامعه» تاکید کردند:

با نگرش مثبت به دوره بیندیشید و امید وار باشید تجربه تشکیل کارگاه آموزش کفش مناسب در شهرداری منطقه دو در بوستان گفتگو نشان داد که جامعه ما و مردم ما تشنه آگاهی هستند و همین حضور و اطلاع رسانی غیر مستقیم در افزایش تولید و فروش کفش‌های ورزشی کمک زیادی خواهد کرد، نیت ما این بود که به شما به جای ماهی خوردن ماهیگیری را بیاموزیم.

آنها به دانشجویان گفتند:

«جامعه» از طریق سیستم پیام کوتاه با دانشجویان تماس خواهد گرفت و انتظار دارد که دانشجویان نیز با استفاده از همین روش مشکلات خود را به «جامعه» انتقال دهید.

در پایان این جلسه دست اندرکاران «جامعه» یاد آوردند: پشتوانه تدوین این دروس، جهاد دانشگاهی دانشگاه شریف بوده، حمایت‌ها و تشویق‌های شما باعث ایجاد انگیزه برای تداوم این رشته در دوره کارشناسی است، اگر نماینده‌ای را معرفی کنید که مشکلات را به جامعه منتقل کند کار خوبی است..

محکمترین رابطه‌ها عشق است و چون در تدوین و استمرار و ایجاد این رشته عشق حاکم بوده ماندنی است.

در این ملاقات دانشجویان مسائل و مشکلات خود را با مسئولین «جامعه صنعت کفش» مطرح کردند: ارتباط قوی‌تر «جامعه صنعت کفش» با مرکز دانشگاهی یا معرفی یک نفر از جامعه برای انتقال مشکلات، ایجاد یک مسئول و یا رئیس گروه کفش از طرف دانشگاه برای رسیدگی به مشکلات جاری آنها، اطلاع رسانی قوی‌تر «جامعه» و «نشریه» در زمان مناسب برای داشتن فرصت کافی برای نام نویسی، انعکاس مشکلات دوره آموزشی در نشریه صنعت کفش، دعوت از اساتید خارجی برای تدریس این دوره، کلاس‌های جبرانی برای برخی واحدها مانند ریاضی، امکان ادامه تحصیل در دوره کارشناسی این رشته، تبلیغات و اطلاع رسانی بیشتر و به موقع در نشریه صنعت کفش، در صورت امکان استفاده از تیزرهای تلویزیونی برای معرفی و جذب

نوزدهمین دوره کلاس‌های طراحی و مدلسازی کفش در تهران برگزار شد

◀ مرضیه نوروزی

نوزدهمین دوره کلاس‌های طراحی و مدلسازی کفش از ۲۴ لغایت ۳۱ تیرماه سال جاری، با همکاری خوشه کفش چرمی تهران و جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران در تهران برگزار شد. طراحی و مدلسازی کفش در همه جای دنیا بر مبنای ۱۰ آیتم استوار است که هنرجویان در این دوره از کلاس‌ها، از پایه و اساس به صورت علمی و کاربردی با کفش و مدل‌های مختلف کفش اعم از مدل‌های زنانه، مدل‌های مردانه کفش دار و بدون کفش، پوتین و چکمه، صندل و انواع کفش‌های ورزشی و... آشنا می‌شوند. همزمان با برگزاری این دوره آموزشی، به این کلاس سری زده ایم تا از حال و هوا و نظرات هنرجویان، مدرس و مسوولین برگزاری آن باخبر شویم.

که در این کلاس آموزش داده می‌شود. این کلاس برای خیلی مفید بود فقط اگر می‌شد کلاس از امکانات بیشتری مثلاً از یک کارگاه عملی بهره مند باشد، برای هنرجویان مفیدتر بود و معتقدم که برگزاری کلاس‌هایی از این دست برای صنعت کفش، می‌تواند در آینده صنعت کفش را مؤثر باشد.

حسام نواب از دیگر هنرجویان کلاس طراحی و مدلسازی است که در زمینه تولید کفش ماشینی فعالیت می‌کند، وی نیز در خصوص این کلاس می‌گوید: این کلاس‌ها دید تولیدکننده را باز می‌کند و در کار تولید مورد استفاده زیادی دارد. فقط از آنجا که مدل‌ها به صورت فشرده و پشت سرهم آموزش داده می‌شود، امکان تمرین بیشتر و کسب مهارت دقیق تر از هنرجو کسر می‌شود.

خانم مهندس فتحیه مدرس دوره‌های طراحی و مدلسازی کفش که مدت ۹ سال است در این زمینه به تدریس می‌پردازد، حضور در این کلاس‌ها را برای تولیدکنندگان و صنعتگران عرصه تولید کفش مفید ارزیابی کرد و گفت: با وجود اینکه امکان گسترش کلاس‌ها به لحاظ کارگاهی وجود نداشته؛ چون کارگاه‌های اولیه نیاز به اساتید بیشتر در زمینه‌های مختلف، همکاری گروهی و امکانات اولیه کارگاهی دارد تا دانشجویان بتوانند همانند مدارس بزرگ دنیا در طول برگزاری دوره، کفش‌هایشان را به طور عملی ببرند و بدوزند، اما من به جرأت به شما قول می‌دهم که دانشجویان این دوره، حتی اگر در بزرگترین و معروف ترین مدارس کفش دنیا نیز حضور یابند، چیزی از مقدمات کار کم نخواهند داشت.

وی با اشاره بر این که در این کلاس‌ها، پایه و اساس مدلسازی کفش بر مبنای ۱۰ آیتم اصلی و مشترک که در همه جای دنیا استوار است آموزش داده می‌شود، تصریح کرد: همه کفش‌های دنیا بر اساس این ۱۰ شاخه اولیه دوخته و تولید می‌شود و تنها مدل‌های کفش است که بر اساس این آیتم‌ها تغییر کرده و عوض می‌شود.

وی همچنین اضافه کرد: در کنار آموزش این ۱۰ شاخه اولیه

مصطفی شهرآیینی از هنرجویان این کلاس که از تولیدکنندگان کفش است هدف خود را از حضور در این کلاس، آشنایی بیشتر با نحوه مدلگیری به صورت علمی و کلاسیک عنوان و تصریح می‌کند: من قبل از حضور در این کلاس‌ها به صورت تجربی مدلگیری می‌کردم و هرآنچه که از دیگران آموخته بودم را در کارم به خدمت می‌گرفتم. خوشبختانه در این کلاس، همه مدل‌ها آموزش داده می‌شود که در کار من خیلی مؤثر و مفید بوده، اما متأسفانه طول مدت برگزاری این کلاس خیلی اندک و فشرده است و اگر زمان دوره را طولانی‌تر کنند، مسلماً از بازدهی بهتر و بیشتری برخوردار خواهد شد.

ناصر امینی که با پدرش در زمینه مدلسازی کفش فعالیت می‌کند، در خصوص این کلاس می‌گوید: من از طریق «جامعه صنعت کفش» از برگزاری این کلاس باخبر شدم و به توصیه جامعه، در این کلاس حضور یافتم و انصافاً از روزی که وارد این کلاس شدم ذهنیت ام نسبت به مدلگیری خیلی بهتر شده است. فقط یک مشکل وجود دارد و آن هم اینکه متأسفانه برای نمونه‌گیری‌ها کارگاه نداریم و برای برش چرم، کار کشی و... مدلی که درست می‌کنیم، امکانات لازم را نداریم.

سعید سلیمانی که واردکننده کفش است و تصمیم دارد در زمینه تولید کفش نیز ورود کند، هدف خود را از حضور در این کلاس، آشنایی با مراحل مختلف تولید کفش عنوان می‌کند و می‌گوید: من در این کلاس توانستم یک شناخت کلی نسبت به ویژگی‌های یک کفش مناسب و مراحل تولید آن پیدا کنم و مرا در این زمینه خیلی جلو برد، فقط اگر به صورت کاربردی تر همراه با کارگاه و در مدت زمان بیشتری برگزار می‌شد، تأثیر بیشتری داشت.

علی حقانی پور که در زمینه آموزش مدل فعالیت می‌کند، هدف خود را از حضور در این کلاس‌ها، توسعه فعالیت‌های خود در زمینه مدل سازی کفش عنوان می‌کند و می‌گوید: من خودم کارگاه دارم و تا حدودی از این کار سردرمی آورم، اما نه به صورت علمی



خانم مهندس فتحیه
مدرس دوره‌های طراحی و مدلسازی کفش:
من به جرأت به شما قول می‌دهم که
دانشجویان این دوره، حتی اگر در بزرگترین
و معروف‌ترین مدارس کفش دنیا نیز حضور
یابند، چیزی از مقدمات کار کم نخواهند داشت.

مهمی که برای توسعه لازم و مناسب ارزیابی شد، بحث آموزش بود. ما آموزش‌ها را به طور مستقل با کمک و حمایت سایر نهادها اجرا می‌کنیم که از جمله این آموزش‌ها، می‌توان به آموزش‌های بازرگانی و سرپرستی برای کارگاه‌ها اشاره کرد و برخی از دوره‌ها نیز با همکاری و همیاری اعضای خوشه و جامعه صنعت کفش ایران که در این زمینه دارای تبحر و تجربه زیادی هستند، برگزار می‌شود که همین کلاس طراحی و مدلسازی کفش یکی از این کلاس‌هاست و ما علاقمندیم با کمک این دوستان در جامعه صنعت کفش، این کلاس‌ها را گسترش داده و بهتر از دوره‌های قبل برگزار کنیم.

وی برگزاری دوره‌های طراحی و مدلسازی را از نیازهای اساسی خوشه کفش چرمی تهران عنوان و تصریح کرد: صنف ما چون معمولاً دارای یک تفکر سنتی است، بیشتر از طرح‌های به روز نشده استفاده می‌کند، بنابراین ضرورت وجود یک دوره طراحی، همواره از نیازهای اولیه صنعت کفش و خوشه کفش تهران محسوب می‌شده است. لذا ما اولین دوره را با علاقمندی خود اعضای خوشه و به خواست خدا آغاز کردیم و به خوبی هم دارد پیش می‌رود و در کنار آن، درصدد اجرا و برگزاری یک دوره تکمیلی و پیشرفته در ایتالیا و تربیت مروجین طراحی و مدلسازی در صنعت کفش هستیم و تلاش می‌کنیم بهترین‌های کلاس را از این دوره آموزشی انتخاب کرده و به ایتالیا اعزام کنیم تا پس از بازگشت به ترویج آموزش‌های خود در سطح خوشه بپردازند.

احمدی در ادامه، از کلیه مسئولین جامعه صنعت کفش ایران قدردانی کرد و گفت: مسئولین جامعه صنعت کفش نهایت همکاری را در برگزاری این کلاس‌ها با ما داشتند و اگر همکاری این بزرگواران نبود، این دوره‌ها با این سرعت به پیش نمی‌رفت و

امیدواریم این توفیق همکاری و تعامل متقابل ادامه پیدا کند تا ما بتوانیم آن را به همه رشته‌های آموزشی تسری بخشیم.

و الگوهای آن، چگونگی درآوردن کفش از قالب استاندارد، مباحث تولید، فروش، بازار کفش و بازاریابی و سایر مباحث مربوط به صنعت کفش به دانشجویان این دوره‌ها آموزش داده می‌شود.

وی شرکت در این کلاس‌ها را برای تمامی افرادی که در زمینه تولید کفش فعالیت می‌کنند، لازم و ضروری دانست و گفت: در این کلاس‌ها گروه‌های مختلفی؛ از مدیران کارخانه‌های بزرگ مثل گروه صنعتی کفش بهمن که نه برای آموزش صرف بلکه برای کنترل بخش‌های مختلف واحدهایشان و یافتن ابزارهای اولیه کنترلی در این کلاس‌ها حضور یافتند تا دانشجویان رشته طراحی صنعتی که از دانشجویان خود در دانشگاه هستند، به این کلاس‌ها آمده‌اند. اما طیف عمومی شرکت‌کنندگان در این کلاس، برشکارها، پستایی‌سازها و کسانی هستند که به صورت تجربی مدلسازی را فرا گرفته‌اند و با حضور در کلاس، دانسته‌ها و تجربیات خود را با روش‌هایی که در کلاس آموزش داده می‌شود، منطبق می‌سازند.

فتحیه همچنین فضای کلاس را به لحاظ شرایط محیطی نامطلوب ارزیابی کرد و در ادامه افزود: فضای کلاس به لحاظ قرار گرفتن در موقعیتی نامناسب، از امکانات برودتی و تهویه‌ای مطلوب برخوردار نیست. من نیز معتقدم که این دوره‌ها، نیاز به دوره‌ای تکمیلی و طولانی‌تر حداقل به مدت یک تا سه ماه همراه با امکانات اولیه دوخت، برش و کارکشی دارد که البته من به تنهایی از عهده آن بر نمی‌آیم و مسلماً باید اساتید بیشتری به این کلاس‌ها فراخوانده شوند.

داریوش احمدی عامل توسعه خوشه کفش چرمی تهران و از برگزارکنندگان این دوره از کلاس‌ها در گفتگو با خبرنگار ما، گزارشی از روند برگزاری این دوره‌ها توسط خوشه کفش چرمی تهران ارایه کرد و گفت: ما از سال ۸۷ کار توسعه و ساماندهی خوشه کفش چرمی تهران را آغاز کرده و روشی را با رویکرد خوشه برای توسعه اتخاذ کردیم. در مطالعات شناختی اولیه، به چشم اندازی دست یافتیم که به دنبال آن، استراتژی‌ها را تعریف و برای رسیدن به اهداف موردنظر، اقدام به تدوین برنامه اجرایی نمودیم. در برنامه اجرایی یکی از عوامل

یک مشتری خوشحال
احساساتش را به سه نفر می‌گوید
اما یک مشتری ناراضی، بیست نفر را با خبر می‌کند



اختتامیه دوره آموزشی درخوشه کفش و دمپایی استان قم

در روز ۲۸ دی ماه آخرین جلسه دوره آموزشی پلی یورتان و کاربرد آن در صنعت کفش در محل سالن سمینار شرکت شهرکهای صنعتی استان قم برگزار شد. این دوره که در ۸ جلسه دو ساعته و به همت دفتر توسعه خوشه کفش و دمپایی استان قم برگزار شد، با استقبال خوب تولیدکنندگان مواجه شد. مدرس این دوره مهندس میرحبیب موسوی بوده و مباحثی چون: کامپاندینگ پلی یورتان، دستگاههای تزریق و ریزشی PU، استانداردها و تستهای فیزیکی و مکانیکی در زیرههای کفش، قالبها و تاثیرات طراحی قالب بر کیفیت زیره کفش، تشریح علمی و عملی معایب ایجاد شده در زیره کفش را آموزش دادند. همچنین بازدید از کارخانه ماشین سازی اسدی و قالب سازی کوشا از دیگر برنامههای این دوره آموزشی بوده است.

در اختتامیه این دوره که با حضور مهندس فرشچی ریاست شرکت شهرکهای قم، مهندس آشتیانی معاونت صنایع کوچک شرکت و آقایان زعفرانلو مدیرعامل کفش وین، لشکری نایب رئیس هیئت مدیره جامعه و موسوی دبیر جامعه برگزار شد، مهندس ربیعی عامل توسعه خوشه کفش و دمپایی استان قم ضمن خوش آمد گویی به حضار و مهمانان، گزارشی از دوره برگزار شده ارائه کرد. در ادامه مهندس موسوی مدرس دوره در این خصوص گفت: در ۱۷ سالی که با صنعت کفش ارتباط دارم و کلاس برگزار کردهام دوره ای با این میزان استقبال که مخاطبان ۸ جلسه کلاس را پیگیر و مشتاق شرکت کنند ندیده ام. مهندس لشگری نیز ضمن تبریک به مهندس فرشچی و مهندس ربیعی در ایجاد چنین حرکت مثبتی در خوشه قم بر ضرورت آموزش و به روز کردن اطلاعات جهت پیشرفت صنعت کفش ایران و نیز آمادگی همکاری جامعه با خوشه قم در امر آموزش تاکید کردند. همچنین ایشان با اشاره به پیگیریهای جامعه در خصوص ایجاد رشته کفش در دانشگاه، اعلام آمادگی کردند خاص علاقه مندان و تولیدکنندگان قمی این دوره برگزار گردد. مهندس زعفرانلو نیز آمادگی خود را جهت همکاری با تولیدکنندگان استان اعلام کرد.

در ادامه مهندس فرشچی طی سخنانی اظهار داشت: کفش و پاپوش یکی از نیازهای اولیه امروز جامعه بشری به حساب می آید ولی دیدگاههای موجود متناسب با این اهمیت نیست. وی نگاه ملی و استانی به بحث صنعت کفش را نیازمند تغییر و تحول دانست و گفت: چگونه است که با وجود این قدمت تاریخی تولید کفش در قم حتی کشور و یا توانمندیهای موجود، بازار ما در اختیار تولیدات خارجی قرار گیرد و صنعت ما را در این بخش دچار مشکل باشد. وی ادامه داد: یکی از راههایی که می تواند صنعت را با موفقیت روبرو کند آموزش در صنعت است و شرکت شهرکهای صنعتی با راه اندازی مرکز آموزشی گامهای مثبتی را در این عرصه برداشته و آماده همکاری با تمام مراکزی است که می توانند به نوعی به صنعت استان قم کمک کنند. مهندس فرشچی خاطر نشان ساخت: توسعه صنایع امروز نیازمند یک استراتژی بلند مدت است و خوشههای صنعتی در راستای همین استراتژی کار می کنند. در پایان این مراسم با اهداء لوح تقدیری از مهندس موسوی مدرس دوره تقدیر به عمل آمد.



مهندس فرشچی:

کفش و پاپوش یکی از نیازهای اولیه امروز جامعه بشری به حساب می آید ولی دیدگاههای موجود متناسب با این اهمیت نیست



"گزارش اولین بازدید دانشجویان رشته‌ی دانشگاهی تولید کفش از فرآیند تزریق و تولید کارخانه‌ای"

تشریح عوامل ایجاد عدم انطباق‌هایی مانند شکستگی، ایجاد حباب و کسری مواد زیره‌های PU در فرآیند تولید. آشنایی با کنترل در فرآیند تولید و چگونگی نمونه‌برداری برای انجام آزمون‌های لازم.

شرایط نگهداری مواد PU و تنظیم دستگاه. تفاوت‌های اساسی دستگاه‌های تزریق مستقیم و ریزشی. تأثیر دما و فشار بر مواد PU.

تشریح عملکرد دستگاه‌های جدید و قدیم تزریق و تفاوت‌های آن‌ها. آشنایی با عوامل ایجاد عدم انطباق‌های محصول نهایی که به روش تزریق تولید می‌شوند، مانند عدم چسبندگی کامل زیره به رویه. استفاده‌ی بهینه از مواد با دانسیته‌ی مناسب و رعایت استانداردها برای جلوگیری از تخریب زیره.

یادآوری آزمون‌های لازم برای زیره‌ی PU که در آزمایشگاه فیزیک کفش به شکل عملی و به دست تمام دانشجویان انجام شده بود. نکات ایمنی و جزئیات PU.

در پایان کارگاه آموزشی، مدیرعامل کارخانه‌ی کفش الهام، آقای رمضان شریفی، با حضور صمیمی در جمع دانشجویان به آن‌ها دلگرمی بخشید و آن‌ها را تشویق کرد. جامعه‌ی صنعت کفش ایران با تقدیر از همه‌ی دست‌اندرکاران برگزاری این کارگاه، اقداماتی این‌گونه را مقدمه‌ای برای پیمودن مسیر سبز سرمایدی می‌داند که سرانجام به شکوفایی می‌انجامد و تلاشی همه‌جانبه می‌طلبد تا صنعت کفش نیازمندی‌های علمی‌را از درون خود برآورده کند.

یکی از درس‌های مهم رشته‌ی دانشگاهی تولید کفش "محصول نهایی" است که در این پودمان دانشجویان مباحث تئوری و عملی آن را فرا می‌گیرند. مهندس رامین دلشاد از بهمن سال گذشته با برگزاری شانزده ساعت کلاس تئوری در دانشگاه علمی-کاربردی مرکز فرمانیه این مهم را آغاز کرد و دانشجویان بی‌صبرانه در انتظار برگزاری کارگاه‌های عملی و بازدید از دستگاه‌ها و کارخانه‌ها بودند که با هماهنگی‌های صورت گرفته از سوی نماینده‌ی محترم جامعه در دانشگاه و مدیر گروه این رشته، کارگاه آموزشی در بیست‌وپنجم فروردین ماه در کارخانه‌ی کفش الهام برگزار شد.

بازدید با استقبال آقای خیرالله شریفی، مدیر کارخانه‌ی کفش الهام، از دانشجویان آغاز شد. مهندس دلشاد با تشریح عملکرد دستگاه‌های ریزشی و تزریق مستقیم PU، دانشجویان را با فرآیند تزریق انواع پای‌پوش و شیوه‌ی تولید در هریک از این دو روش آشنا کردند و سپس مباحث تخصصی را آموزش دادند. عده‌ای از دانشجویان برای اولین بار دستگاه‌ها و عملکرد آن‌ها را از نزدیک می‌دیدند و ابراز خشنودی آن‌ها در فضایی سرشار از هیجان آموختن، انگیزه‌ها را برای به آموزی فزونی می‌بخشید. آنچه دانشجویان در این دوره می‌آموزند عبارت‌است از: تقسیم‌بندی انواع دستگاه‌های تزریق مستقیم و ریزشی در صنعت کفش.

مواد اولیه‌ی مورد استفاده و خواص آن‌ها در زیره‌ی انواع پای‌پوش. نحوه‌ی کار با دستگاه‌های PU و کنترل تولید. اصول تعمیرات و نگهداری دستگاه و اجزای آن. چگونگی حفظ خواص فیزیکی زیره‌ی PU با کیفیت مناسب در فرآیند تولید.

اگر نوشتن را بیاموزی می‌توانی فکر کردن را هم بیاموزی؛ با نوشتن جزء به جزء مطالب شفاف می‌شوند.





فرایند فعالیت‌های مرکز آموزش علمی کاربردی شرکت صنعتی کوشا واحد تهران و شرکت قالب سازی کوشا روز سه شنبه ۲۹ شهریور ماه مورد بررسی قرار گرفت. آقای مهندس اسلام پناه مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، تجارت، خانم دکتر شیروانی دبیر کانون دانش و صنعت چرم تهران، سرکار خانم خاشعی (از کارشناسان اداره چرم و کفش)، آقای علی لشکری (رئیس هیئت مدیره جامعه و مدیر مسئول نشریه صنعت کفش) و آقای محمد شاهینی از کارشناسان مرکز به همراه اینجانب از قسمت‌های مختلف بازدید کردند. حاصل این بازدید را می‌خوانیم:

مزیت و توانمندی مرکز آموزش

شرکت صنعتی کوشا

واحد تهران در سال ۱۳۸۱ تأسیس شد. این مرکز آموزشی تحت نظارت دانشگاه جامع علمی کاربردی وابسته به وزارت صنایع و معادن است و دارای هجده رشته آموزشی در مقطع کاردانی و چند رشته در مقطع کارشناسی است و به صورت پودمانی و ترمی دانشجو می‌پذیرد. رشته‌های آموزشی آن عبارتند از نرم افزار کامپیوتر، ماشین افزار، نقشه کشی صنعتی، جوشکاری، کنترل صنعتی، تکنولوژی کنترل، قالب سازی، کنترل کیفیت قطعات خودرو، مونتاژ خودرو، ایمنی و بهداشت در واحدهای صنفی، فناوری اطلاعات، حسابداری مالی، حسابداری صنعتی، مدیریت کسب و کار، تعمیرات مکانیکی، تعمیر و نگهداری خودرو، نصب و تعمیر آسانسور و پله برقی، قالب سازی با گرایش کفش، دایکاست، فلزی، پلاستیک و فورج.

دانشگاه علمی کاربردی کوشا دارای سی کلاس استاندارد آموزشی، کتابخانه و فروشگاه دایمی کتاب، چهار سایت کامپیوتری مجهز، سالن همایش، زمین ورزش و رستوران است و امکان بهره‌مندی دانشجویان با برنامه‌ریزی از کلیه منابع فراهم است. علاوه بر آن، برای سهولت کارها، مرکز IT قابل استفاده برای کلیه دانشجویان در تمام ایام وجود دارد. بزرگ‌ترین توانمندی این مرکز آموزشی خودکفایی مجموعه است. آقای مهندس سجادی، معاونت مرکز، با استقرار مدیریت سیستمی و ایجاد این باور که کلیه دست‌اندرکاران قادر به تولید اکثریت ملزومات و منابع‌اند توانسته‌اند بسیاری از تجهیزات و لوازم

قالب سازی کوشا با برخورداری از امکانات و تجهیزات مدرن و به‌روز و بهره‌گیری از توانمندی‌های متخصصان و مجربان و دانش و هنر مدیریت ارشد، جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است. این مجموعه پویا با استقرار نظام مدیریت کیفیت بر مبنای استاندارد جهانی ISO 9001 و با اعتقاد به رویکرد فرایندی در تولید محصولات خود علاوه بر رعایت استانداردها، نیازهای تولیدی مشتریان را نیز شناسایی می‌کند و برای برآوردن الزامات با پایش مستمر فرایند حین تولید در ارتقای کیفیت محصولات خود می‌کوشد. واحد طراحی قالب سازی کوشا دارای نرم افزارهای تخصصی است و در تولید محصولات، پس از اخذ سفارش با اعلام به متقاضی عدم انطباق‌های نمونه‌های اولیه را برطرف می‌کند. کارایی و اثربخشی کلیه فرایندهای سازمان با رعایت توالی اصول مدیریت کیفیت و تعریف شاخص‌ها و معیارهای پذیرش به‌طور پیوسته مورد پایش قرار می‌گیرد. مزیت‌های این مجموعه صنعتی می‌تواند به رعایت اصول ۵S، چیدمان صحیح دستگاه‌ها، استفاده صحیح از منابع، نظارت و هدایت مدیریت، اعتقاد به استانداردها، در نظر گرفتن خواسته‌های مشتریان و پایبندی به مدیریت سیستمی اشاره کرد؛ و از مشکلات عمده آن موضوع چگونگی تأمین سوخت و هزینه بسیار بالای انرژی است که مدیریت مجموعه، از آن به‌عنوان تهدید اصلی یاد می‌کنند.

مرکز آموزش علمی کاربردی شرکت صنعتی کوشا

مهندس محمدنقی سلیمی
mohamadnaghisalimi
@yahoo.com

واحد طراحی
قالب سازی
کوشا دارای
نرم افزارهای
تخصصی است
و در تولید
محصولات، پس
از اخذ سفارش با
اعلام به متقاضی
عدم انطباق‌های
نمونه‌های اولیه را
برطرف می‌کند



و دستگاه‌های آزمایشگاهی را به کمک متخصصان و نیز پرورش دانشجویانی خلاق در خود مرکز تولید کنند و مورد بهره‌برداری قرار دهند. ساخته‌های این مجموعه ارزشمند حیرت‌انگیز و درخور تقدیر است. مرکز آموزشی کوشا دارای آزمایشگاه‌های تخصصی فیزیک و شیمی صنعتی و عمومی، عملیات حرارتی، برق صنعتی، مقاومت مصالح و خواص مواد، PLC و روبات، الکترونیک ابزار دقیق، ماشین‌های الکتریکی، سیستم‌های اندازه‌گیری، هیدرولیک و پنوماتیک، ریزپردازنده‌ها، مدار منطقی، PLC و روباتیک است و کارگاه‌های آن عبارت‌اند از ماشین‌افزار، CNC، جوشکاری، صنایع اتومبیل و مکانیک خودرو، برق صنعتی، تعمیر و نصب و نگهداری، ریخته‌گری، آسانسور.

مدیریت مرکز آموزشی کوشا خانم دکتر سجادی با همکاری بیش از یکصد و ده استاد (اساتید عضو هیئت علمی و دارای مدرک دکتری و کارشناسی ارشد و کارشناسی) در پرورش فارغ‌التحصیلان و به‌روز کردن دانش و اطلاعات تخصصی و فنی به‌شکل اثربخش تلاش می‌کنند. آموزش دو هزار نفر دانشجو که یک‌هزار و پانصد نفر از آنان تاکنون مشغول به کار شده‌اند، نشانگر اثربخشی این مجموعه پویاست که نقش بسزایی نیز در کارآفرینی ایفا کرده است. از مزیت‌های دیگر این مجموعه فعالیت‌های علمی و پژوهشی و فرهنگی شامل چاپ کتاب‌های تخصصی دانشگاهی، برگزاری سمینارهای تخصصی ساخت و تولید، جوشکاری، کارآفرینی، روباتیک، برشکاری با لیزر گاز کربنیک، امضای دیجیتال، نانو تکنولوژی، ارتباطات و تجارت، خلاقیت و کارآفرینی و سمینار سالیانه آسانسور و پله‌برقی و همچنین اختراعات است. استفاده از مدیریت دانش و شناسایی خلاقیت‌ها موجب شده تا دانشجویان برای شناسایی عناوین نوین برای اختراع کوشش کنند. آقای بهروز بیجار از فارغ‌التحصیلان این مرکز موفق به کسب مدال برنز در مسابقات نمایشگاه بین‌المللی اختراعات و تکنولوژی نو در شهر ژنو کشور سوئیس شد. اختراع وی دستگاه شیار زن دستی و اتوماتیک در صنعت قالب‌سازی و ماشین‌سازی است.

استقرار نظام مدیریت کیفیت

این مرکز با تدوین خط مشی و اهداف و تعریف فرایندهای اجرایی و پروژه‌های زمان‌بندی شده و رعایت اصول مشتری‌مداری موفق به اخذ گواهی‌نامه ISO شده است. این دانشگاه پذیرای بسیاری از دانشجویان مهمان از مراکز علمی کاربردی دیگر نیز هست. راه‌اندازی، تعمیر و نصب کارگاه‌های دانشگاه شریف، کارگاه مکانیک دانشکده مکانیک دانشگاه شریف، کارگاه‌های مرکز کیش دانشگاه شریف و پروژه تجهیز کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌های دانشگاه مرکز تالش نیز از فعالیت‌های اجرایی مرکز است.

مزیت‌ها و توانمندی‌های مرکز آموزشی شرکت صنعتی کوشا در صفحاتی محدود نمی‌گنجد زیرا با دنیایی از عشق و با دستان مرد بزرگ و مهربانی بنا شد که آرزویش ارتقای سطح دانش و تخصص فرزندان ایران‌زمین بود. زنده‌یاد قربان حسینی با تحقق این آرزوی بزرگ، مجموعه‌ای ارزشمند از خود به یادگار گذاشت که همواره نام و یادش را در صنعت و علم زنده و ماندگار نگه خواهد داشت. همسر و فرزند ایشان با ادامه این راه بزرگ و اعتقاد به گسترش آگاهی اینک با عزمی راسخ و تلاش بی‌وقفه برای تأسیس مرکز دوم آموزشی می‌کوشند. جامعه صنعت‌کش ایران با تقدیر از مدیریت ارشد و همه دست‌اندرکاران این مجموعه توانا، این مرکز آموزشی را از افتخارات کشور دانسته این موفقیت بزرگ را از برکات الهی می‌شمارد.

سال‌ها دل طلب جام جم از ما می‌کرد
و آنچه خود داشت ز بیگانه تمنا می‌کرد
(حافظ)

اگر یک سال، ثمر از کاری خواستی گندم بکار
و اگر دو سال خواستی درخت بکار و اگر صد
سال ثمر خواستی مردم را تربیت کن



مرکز آموزش علمی
کاربردی شرکت
صنعتی کوشا واحد
تهران در سال
۱۳۸۱ تأسیس
شد. این مرکز
آموزشی تحت
نظارت دانشگاه
جامع علمی
کاربردی وابسته
به وزارت صنایع
و معادن است و
دارای هجده رشته
آموزشی در مقطع
کاردانی و چند
رشته در مقطع
کارشناسی است و
به‌صورت پودمانی
و ترمی دانشجو
می‌پذیرد

برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی از سوی جامعه صنعت کفش

صنعت کفش داوطلب می‌پذیرد.

گفتنی است با توجه به روند سیستمی شدن صنایع و رعایت استانداردها و الزامی شدن آن برای بسیاری از محصولات و نیز ارتقای سطح کیفیت، نبود فرایند آموزشی در این صنعت یکی از مشکلات اصلی تلقی می‌شود. مدیرگروه رشته دانشگاهی تولید کفش برگزاری این دوره‌های آموزشی را با توجه به مشکلات و محدودیت‌های موجود در تشکیل کلاس‌های دوره‌های دانشگاهی، با لحاظ کردن استانداردهای آموزشی، ضروری تلقی کرد. امید است با آغازی دوباره تحقق این مهم در اشاعه فرهنگ آموزش‌پذیری و افزایش کارایی، مؤثر باشد.

یکی از موارد مهم مطرح‌شده در آخرین جلسه هیئت‌مدیره جامعه صنعت کفش ایران، موضوع نیازهای آموزشی این صنعت بود. نایب‌رئیس هیئت‌مدیره جامعه، آقای محمد صادق عرب، با تأکید بر ضرورت برگزاری دوره‌های آموزشی به تشریح اثربخشی ارتباط هر چه بیش‌تر «جامعه صنعت کفش» با مراکزی مانند انجمن مسئولین کنترل کیفیت، اداره استاندارد و تحقیقات صنعتی و انجمن دارندگان نشان استاندارد برای برگزاری آموزش‌های تخصصی و مرتبط با صنعت کفش پرداختند. در این خصوص جلسه‌ای با حضور رئیس هیئت‌مدیره جامعه، آقای علی لشکری و دو تن از اعضای هیئت‌مدیره، آقایان مهندس سلیمی و بهشتیان، در همان روز تشکیل شد و طی هماهنگی‌های به‌عمل آمده از سوی آقای زعفرانلو (مدیرعامل کفش وین) با ریاست هیئت‌مدیره این شرکت، آقای مهندس جوقار، موافقت شد که دوره‌های آموزشی تخصصی مانند کنترل کیفیت محصولات کفشی، بازاریابی، روان‌شناسی فروش، کنترل مواد اولیه و... در قالب سمینار و در محل مؤسسه آموزشی گاج برگزار شود. کارگروه آموزش «جامعه صنعت کفش» در حال تدوین برنامه آموزشی است که جزئیات و زمان برگزاری سمینار از طریق شبکه اطلاع‌رسانی جامعه صنعت کفش به اطلاع فعالان گرامی این صنعت رسانده خواهد شد. این دوره‌های آموزشی در سطوح مختلف و از همه استان‌های کشور و در ابتدا فقط برای شاغلان

دوره‌های آموزشی تخصصی مانند کنترل کیفیت محصولات کفشی، بازاریابی، روان‌شناسی فروش، کنترل مواد اولیه و... در قالب سمینار و در محل مؤسسه آموزشی گاج برگزار می‌شود

هیچ چیز مانند کوتاه‌اندیشی موفقیت را محدود نمی‌کند. هیچ چیز هم مانند تفکر آزاد شده موجب بسط ممکن‌ها نمی‌شود.



بازدید دانشجویان دانشگاه صنایع و معادن از آموزشگاه کفش اول



نیز پرداخته است درباره انگیزه ایجاد مرکز آموزشگاه کفش اول به دانشجویان گفت:

سال‌ها قبل من دقیق می‌شدم به نکاتی که مدل‌سازها انجام می‌دادند، یک دوره در کفش ملی و دوره‌ای ۵ ساله دیگر ما به سختی کار می‌کردیم تا اینکه بایک کتاب امریکایی آشنا شدم و آن را به دقت مطالعه کردم ولی استادی وجود نداشت که مشکلاتم را بپرسم وقتی یک کاری را انجام می‌دادم مراحل کار را با یکی از دوستانم مطرح می‌کردم او هم همان کارها را انجام می‌داد و همان نتایج را می‌گرفت تا اینکه آقای خالقی از دوستان به من پیشنهاد کرد که آموخته‌هایم را در کلاس آموزش دهم.

اتحادیه اصفهان کلاس‌هایی را برگزار کرد که بنده را برای تدریس فرستادند، ۵ دوره در اصفهان و تعداد معدودی در تهران برگزار شد و من متد امریکایی را آموزش می‌دادم.

چرا متد امریکایی؟ چون این سبک مربوط به دوره پست مدرن بود زمانی که کامپیوتر در صنعت فراگیر نشده بود و در مراکز آموزشی نیز مباحث را روی تخته آموزش می‌دادند فهمیدم به لحاظ امکانات نیز در این شرایط قراردادیم و این روش خیلی خوب جواب داد.

بعد به این فکر افتادم که کاش افرادی که این دوره‌ها را می‌گذراندند گواهی پایان دوره دریافت می‌کردند با سازمان فنی

تعدادی از دانشجویان ترم‌های مختلف دانشگاه صنایع و معادن برای شناخت و آشنایی با پروسه تولید کفش به همراه استاد خود سرکار خانم ملک مرزبان از آموزشگاه کفش اول بازدید کردند. در این بازدید آقایان محسن پورسهی مدیرعامل کفش اول و کنگرلو عضو هیئت‌مدیره اتحادیه کفاشان دست‌دوز تهران دانشجویان را برای مشاهده قسمت‌های مختلف مراحل تولید همراهی کردند و پاسخگوی پرسش‌های آنان بودند.

کنگرلو به دانشجویان گفت: کفش اول حدود بیست و دو سال است که با نام کفش RW سعی در تولید کفش‌های راحت و بادوام پیاده روی دارد که با استانداردهای روز جهان مطابقت داشته باشد. تمام چرم بودن، قالب‌های استاندارد، زیره‌های پولی‌یورتان، کاپو و تی‌پی‌آی، و رعایت میانگین اصول طبیبی از ویژگی‌های تولیدات کفش اول است.

وی در توضیحاتش اضافه کرد: مصرف‌کنندگان کفش اول می‌توانند یک‌سال مداوم بدون مشکل از این کفش‌ها استفاده کنند.

محسن پورسهی نیز خطاب به دانشجویان گفت: کیفیت و تولید مناسب ما خود یک تبلیغات است. ما سعی کرده‌ایم که همیشه درباره کارمان تحقیق و تلاش کنیم تا بهترین باشیم. مدیرعامل آموزشگاه اول که علاوه بر کار تولید به آموزش



کشف موضوع پروژه‌های تحصیلی دانشجویان

سمیرا حسینی و نازنین بزرگی زاده دانشجویان ترم چهارم دانشگاه الزهرا از بازدید کنندگان آموزشگاه کفش اول بودند آنها به خبرنگار نشریه گفتند که یک تیم سه نفره اند که در مورد پروژه کفش تحقیق و پژوهش می‌کنند. (مطهره سالمی نیک نتوانست با آنها همراه شود)

سمیرا حسینی: ما در کلاس خلاقیت یکی از اساتید خوبمان آقای کتابی هدفی را انتخاب کردیم که ببینیم به چه موضوعی علاقه داریم یک فیلد را تعیین کردیم از آنجایی که انسان همواره به کفش نیازمند بوده است علاقه‌مند شدیم از این به بعد تمام پروژه‌های دانشگاهیمان موضوع کفش باشد.

گنگو: تاکنون چند پروژه را به کفش اختصاص داده‌اید؟

سمیرا حسینی: در پروژه ارگونومی ما ارگونومی پا و در پروژه پلاستیک ما پلیمرهای پی‌یو و موادی که در زیره کفش استفاده می‌شود؛ انتخاب کردیم.

گنگو: آیا فکر می‌کنید آینده شغلی تان بستگی داشته باشد به کفش؟

سمیرا حسینی: ما بیشتر به در فیلد طراحی به استاتیک و زیبایی کفش علاقه‌مند هستیم.

الان طراحی در ایران انجام نمی‌شود و فکر می‌کنیم که اگر بتوانیم در این خصوص فعالیت کنیم خیلی خوب است.

گنگو: با نرم‌افزارهای طراحی کفش آشنا هستید؟

سمیرا حسینی: ما تازه شروع کردیم ولی به shoe master آشنا هستیم و در مورد بقیه هم تحقیقاتی را انجام داده‌ایم. اساتید ما را به مشاهده تولید دستی دعوت کردند که امروز هم به بازدید از آموزشگاه اول آمدیم تا بیشتر آشنا شویم.

گنگو: صنعت کفش در ایران را چگونه می‌بینید؟

سمیرا حسینی: از لحاظ کیفی خیلی خوب پیش می‌روند ولی از لحاظ طراحی ضعیف است.

خیلی جای کار وجود دارد، امروز این کارگاه از تکنولوژی خوبی استفاده کرده بود مخصوصاً در بخش برش چرم.

گنگو: مجله صنعت کفش را می‌خوانید؟

سمیرا حسینی: بله! مشترک مجله هستیم. مجله پرمحتوایی است بیشتر درباره بازار کفش گفته است من بیشتر بخش ارگونومی را دوست دارم از برگزاری نمایشگاه‌ها ما را مطلع می‌کند این خیلی خوب است.

نازنین بزرگی زاده: ما قبل از کشف اول از دو کارگاه بازدید

کردیم به لحاظ مرتب بودن فضای کار و نتیجه کار تفاوت را احساس کردم، اینجا خیلی بهتر است.

حرفه‌ای مذاکره کردم و این سازمان موافقت کرد که گواهی نامه‌ای به کسانی که دوره‌ها را با موفقیت می‌گذرانند بدهد و به دلیل اینکه این سازمان با سخت‌گیری‌های بسیار گواهینامه صادر می‌کند، یک مدرک بین‌المللی محسوب می‌شود و رفته‌رفته به گستره و اعتبار آموزشگاه اول افزوده شد.

پورسهی در ادامه با اشاره به قدمت تولید کفش در ایران به دانشجویان گفت:

فن‌آوری‌هایی در گیوه به عنوان پای پوش سنتی وجود دارد که مشابه آن را در کفش‌های جدید خواهیم دید که قابل مشاهده است.

ما از نقوش برجسته در تخت جمشید تصویر و اسنادی داریم که مربوط به ۲۵۰۰ سال پیش است اما گیوه به زمان‌های بسیار دورتر از کفش‌های تخت جمشید برمی‌گردد با تحقیقاتی که آمریکایی‌ها انجام دادند به فن‌آوری‌های کفش‌ها پی بردند و آن را رعایت کرده‌اند. ده شرکت مدعی این فن‌آوری‌ها هستند، دو شرکت توانسته‌اند و هشت شرکت دیگر بدل آن راساخته‌اند به‌طوری که مشتری فکر می‌کند همان فن‌آوری است.

مثلاً در پا در دزدانو کاهش می‌دهند و باعث سوخت چربی‌های زائد می‌شوند اما یک فن‌آوری دیگر در گیوه وجود دارد که هنوز به این مزیت نرسیده‌اند و آن این است که سوی چشم را افزایش می‌دهد.

و یک بخش تحقیقات کفش اول در این خصوص خواهد بود. وی افزود: در دنیا بحث بیو به میان آمده است، محصولاتی که از طبیعت ساخته می‌شود و به طبیعت بازگردانده شود در پای پوش سنتی ما همین موارد رعایت شده است.

ما در چکمه مرد نمکی مشاهده می‌کنیم که فن‌آوری که در کفی به کار رفته که بسیار دقیق است و امروزه نمی‌توانند به آن فن‌آوری برسند مثل قواعدی که در قوس کف پای این چکمه رعایت شده است و یا دوخت یک تکه این چکمه.

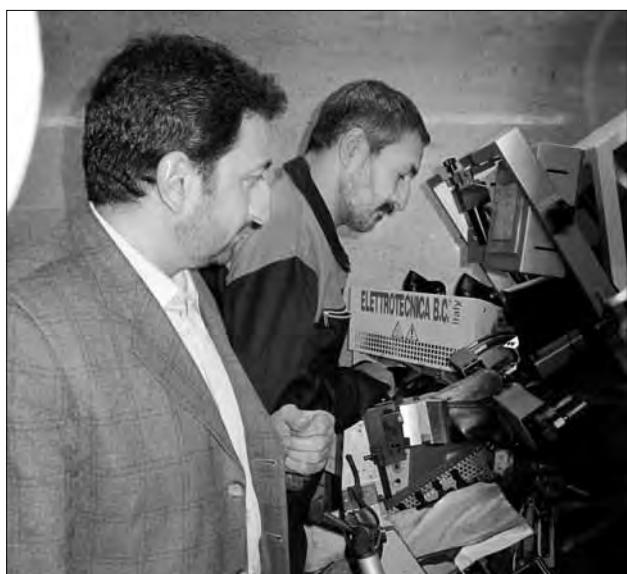
پورسهی با دسته‌بندی قالب‌ها به قالب‌های سنتی، قالب‌های امروز قالب‌های فردا به دانشجویان گفت:

از قالب آینده (قالب‌هایی که در دست تولید است) نمونه‌ای در اختیار داشتم من این قالب را داخل آن گیوه سنجون قدیمی کردم دقیقاً مطابقت می‌کرد البته به خاطر بافت حالت کشایی دارد خودش را جابجا می‌کند ولی به لحاظ اندازه کفی و... بسیار دقیق بوده است. سیصد سال پیش این گیوه بافته می‌شده و امروز تازه فن‌آوری به این موضوع رسیده است.

پورسهی تاکید کرد: ایرانیان قدیم از طبیعت بسیار الهام می‌گرفتند، بافنده‌ای که گیوه را بافته یک قالب داشته و آن قالب خود پا بوده است.

پس ایرانیان قدیم گرفتن از طبیعت را بسیار می‌دانستند و بسیار از این علم استفاده می‌کردند.

سپس دانشجویان پرسش‌های خود را مطرح کردند و از قسمت‌های رویه‌سازی و زیره‌سازی بازدید کردند.





نگاهی به یک پایان نامه

نقش مدیریت کیفیت در سازمان و تاثیر آموزش بر روند آن

هانیه نامی
دکتر حسین عباسی

تبریز، ۱۳۹۱ ه.ش. - دانشگاه پیام نور (واحد تبریز) - پایان نامه (دوره کارشناسی مدیریت بازرگانی)

باتوجه به اینکه رهبر معظم و معزز امسال را سال حمایت از سرمایه و تولید داخلی نام گذاری فرموده اند امید است این مقاله مورد استفاده تولیدکنندگان و کارآفرینان محترم جهت ارتقاء تولیدات داخلی قرار گیرد.

به علت محدودیت چاپی و شاید اینکه مطرح کردن جزئیات تحقیق خارج از حوصله خوانندگان محترم باشد چکیده‌ای از تحقیق ارائه گردیده و در صورت نیاز متن کامل تحقیق در آرشیو مجله صنعت کفش موجود می‌باشد.

بیش از هر زمان دیگر در تاریخ، کیفیت تولیدات تجاری، بر روی اساس سازمان و توانایی ما برای بهتر ظاهر شدن در رقابت، تاثیر مستقیم دارد. هم اکنون، شرکت‌های بیشتری به سوی استراتژی‌های مدیریت کیفیت جهت حفظ و بدست آوری مشتریان در مکان بازار جهانی پیش می‌روند. ابزارهای پیشرفت کیفیت و راه حل‌ها توسعه پیدا کرده، طراحی و اجرا شده اند، ولی تعداد شکست‌ها زیاد است. این تحقیق بر روی آموزش تمرکز کرده است که برای تجزیه و تحلیل و بررسی نقش آموزش هنگام اجرای راه حل‌های مدیریت کیفیت کمک می‌کند. در این رابطه، شناسایی تغییرات لازم، آموزش مورد نیاز، انواع و محتویات برنامه‌های آموزشی با جزئیات مد نظر قرار گرفته و بحث شده اند. با توجه به این، شناسایی شده است که آموزش یک نقش مهم در تغییر افکار کارکنان و مدیران نسبت به مدیریت کیفیت، اهمیت و وظایف آن دارد. ضروری است تا انواع مختلف برنامه‌های آموزشی با محتویات مختلف برای سلسله مراتب مختلف در سازمان عرضه شوند. به عنوان اینکه ما وارد قرن ۲۱ می‌شویم،

تکنولوژی، تجارت، اقتصاد، و جامعه در حال تغییر، بیش از هر زمان دیگر تاریخ است. متأسفانه تعداد شکست‌ها در اجرای مدیریت کیفیت مورد ملاحظه است و علت اصلی بخاطر روش‌های نادرست مدیران و کارمندان بعلاوه استراتژی‌های مبهم و غیر قابل اجرا است. برای اجرای موفقیت آمیز مدیریت کیفیت با تاثیرات فراگیر، احتیاج به تغییرات در داخل سازمان است، مخصوصاً در روش‌های کاربردی در سازمان. تا زمانی که این تغییرات انجام نگیرند، احتمال موفقیت در سناریوی مدیریت کیفیت بسیار پایین است. روشن بودن اهداف، نقشه تغییر، استراتژی درست و کنترل آن، برخی از مراحل و عوامل یک برنامه تغییر درست هستند. این تحقیق درباره مدیریت کیفیت و نقش آموزش در روشنایی اجرائیات مدیریت کیفیت می‌باشد، توجه بر روی دیدگاه‌های آموزش است و این جزء برنامه تغییر بیشتر مورد توجه قرار خواهد گرفت. تلاش این تحقیق، برای رسیدن به تعیین نقش و کارایی آموزش در ابتکار مدیریت کیفیت می‌باشد. مدیریت کیفیت یک موضوع دو رویه است. یکی تکنولوژی و مسائل تکنولوژی است، دیگری طرف افراد همچون دربرگیرنده کارمندان و مشتریان است. بیشتر سازمان‌ها توجه بسیار زیادی به قسمت تکنولوژی مدیریت کیفیت دارند. بنابراین، در برخی از موارد، همین امر یعنی توجه بیش از حد فقط به سمت تکنولوژی در مدیریت کیفیت، موجب بروز بی توجهی به سمت نیروی انسانی نتیجه می‌دهد، که سبب بسیاری از شکست‌ها می‌باشد. در کل می‌توان گفت آموزش، تمامی اسباب موثر داخلی و خارجی را در بر می‌گیرد، همین طور بوجود آوری همگرایی و هم افزایی مابین آنها برای راندن مدیریت کیفیت، در سمت رسیدن به اهداف سازمان می‌باشد. مسائل مدیریتی، فنی و رفتاری باید از طریق برنامه‌های آموزشی انتقال یابند تا گیرندگان را از نقش و اهمیت مدیریت کیفیت آگاه بسازند. هر چه افراد بیشتر از نقش، اهمیت و وظایف مدیریت کیفیت مطلع شوند، بیشتر به آن ارزش داده و جهت موفقیت آن شرکت می‌کنند. این نقش حیاتی است که آموزش بعنوان قسمتی از پردازش تغییر در طول آغاز مدیریت کیفیت می‌تواند در تسهیل پذیرش مفهوم داشته باشد. اهداف بکارگیری استراتژی مدیریت کیفیت می‌تواند از طریق آموزش بحث شود و حرکت بسوی این اهداف می‌تواند به کمک آموزش رهنمود گردد.

تحقیق با سؤال "تا چه حدی آموزش نقش حیاتی در عملیات موفق آمیز مدیریت کیفیت بازی می‌کند؟" به عنوان مسئله تحقیق و "آموزش نقشی موثر در ارتقای عملیات موفق آمیز مدیریت کیفیت بازی می‌کند." به عنوان فرضیه تحقیق انجام یافته است. همچنین تحقیق تلاش می‌کند تا به اهداف مشخص کردن نقش‌ها و کارایی‌های آموزش در روشن نمودن اجرائیات مدیریت کیفیت، مشخص کردن نقش آموزش در پیشرفت دانش و اجرای کارکنان برای بکارگیری موفق آمیز مدیریت کیفیت، و تعیین راه حل‌ها برای اجرای مناسب تر آموزش جهت ارتقای سطح مدیریت کیفیت دست پیدا کند. با توجه به مسئله تحقیق و اهداف گفته شده، این تحقیق توصیفی می‌باشد. روش اکتشافی برای هدف مطالعه ادبیات مورد استفاده قرار گرفته است تا عوامل مرتبط با عنوان تحقیق را پیدا کند. در این تحقیق، منابع اطلاعات از هر دوی اطلاعات اولیه و اطلاعات ثانویه می‌باشد.

اطلاعات اولیه جمع آوری شده برای تجزیه و تحلیل اطلاعات به منظور آزمایش فرضیه، و حل مسئله تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است. اطلاعات اولیه از طریق پرسشنامه کاغذی که در میان جواب دهندگان پخش شده بود جمع آوری شده است. اطلاعات ثانویه از مجلات، کتب، روزنامه ها، مجلات اینترنتی، روزنامه های اینترنتی و مقالات اینترنتی بدست آمده است. برای هدف تحقیق، پرسشنامه تحقیق مابین تمامی کارکنان کارخانه پخش شده است. روش نمونه گیری در این تحقیق، به صورت کل است و تمامی کارکنان کارخانه در بخش تولیدی شهر تبریز مورد بررسی قرار گرفته اند که تعداد ۱۰۵ نفر پاسخ دهنده می باشند. تجزیه و تحلیل به دو قسمت تقسیم شده است که تحلیل دموگرافیک (وابسته به آمارگیری نفوس) و آزمایش فرضیه می باشد. برای تحلیل دموگرافیک (تحلیل جمعیت شناختی)، مقیاس اسمی برای اندازه گیری حضور و غیاب برخی کیفیت ها یا ویژگی های پاسخگویان مورد استفاده قرار گرفته است. با توجه به اینکه متغیرها دسته بندی شده هستند، تجزیه و تحلیل فرکانسی برای بدست آوری آمار توصیفی برای متغیرها استفاده شده است.

با توجه به نتیجه تجزیه و تحلیل و تفسیر آن، استنباط قطعی است که یک رابطه با اهمیت مابین آموزش مناسب و موفقیت آغاز مدیریت کیفیت وجود دارد که موجب رسیدن به هدف اول تحقیق (مشخص کردن نقش ها و کارایی های آموزش در روشن نمودن اجرائیات مدیریت کیفیت) می گردد. آموزش نقش بسیار ضروری در پیشرفت دریافت، دانش و قابلیت کارکنان در برخورد با مدیریت کیفیت در سازمان ایفا می کند. اکثر پاسخ دهندگان بر ضرورت داشتن دانش مربوط، مناسب و جامع توسط تمامی افرادی که درگیر مدیریت کیفیت در سازمان هستند تاکید داشتند، آموزش مدیریت کیفیت می تواند به عنوان یک ابزار قدرتمند مهم برای کمک کردن این افراد برای بدست آوری این دانش تعریف شود. این قابلیت را برای عرضه دانش و مهارت های مدیریتی، اخلاقی و فنی به کارکنان برای دربرگرفتن و پیشبرد برنامه را دارد. هر چه بیشتر کارکنان از اهمیت، وظیفه و نقش مدیریت کیفیت در سازمان آگاه باشند، آنها بیشتر برای پیشرفت اجرای مدیریت کیفیت در نهایت موفقیت آن شرکت خواهند کرد.

همچنین اکثر پاسخ دهندگان رضایت خود را اعلام کرده اند و اظهار داشته اند که برنامه های آموزشی عرضه شده تاثیر مثبت روی روش، کارایی و مهارت های کارکنان داشته است؛ بنابراین این نتیجه موجب رسیدن به هدف دوم تحقیق (مشخص کردن نقش آموزش در پیشرفت دانش و اجرای کارکنان برای بکارگیری موفق آمیز مدیریت کیفیت) می شود. آموزش تاثیر قابل توجهی روی دانش فنی کارکنان با توجه به اظهار تعداد قابل توجه کارکنان داشته است. بعلاوه، اکثر آنها درخواست برای جلسات آموزش ادامه دار را دارند، چیزی که دلالت بر ضرورت آموزش برای کارکنان برای آمادگی آنها برای شرکت موثر در مدیریت کیفیت موفق را دارد. با در نظر گرفتن نتایج آموزش در یک طرف، و موفقیت برنامه مدیریت کیفیت در بخش های مربوطه از طرف دیگر، می توان استنباط کرد که از نقطه نظر کارکنان، آموزش یک نقش مهم در بدست آوری مدیریت کیفیت موفق دارد.

بنابراین، با توجه به نتیجه هدف اول و هدف دوم می توان استنباط کرد که فرضیه تحقیق مبنی بر "آموزش نقشی موثر بر ارتقای عملیات مدیریت کیفیت دارد" درست است و ثابت شده است. در بررسی هدف سوم (تعیین راه حلی برای اجرای مناسب تر آموزش جهت ارتقای سطح مدیریت کیفیت) اکثریت آنهایی که در آموزش شرکت کرده و توسط برنامه، دانش فنی شان را

پیشرفت داده اند گفته اند که آموزش باید ادامه دار باشد تا آنها را در رابطه با مهارت های مورد نیاز لازم و جدید بروز رسانی کند. همچنین اکثر تاکید بر داشتن دوره های آموزشی فشرده و در زمان کار داشته اند. بنابراین یک راه حل برای اجرای مناسب تر آموزش جهت ارتقای سطح مدیریت کیفیت در سازمان می تواند استفاده از دوره های آموزشی فشرده، در زمان کار، و مداوم اشاره کرد. به منظور تاثیر گذارتر کردن آموزش، بایستی به صورت دوره های فشرده برای کارمندان و آموزش مدیران ارشد یا مجریان ارائه شود. آموزش بایستی در فرم آموزش در زمان کار باشد تا به کارمندان کمک کند آنچه را در دوره می آموزند به صورت عملی پیاده کنند. برنامه آموزش بایستی شامل ابزارهایی باشد که کارمندان، دانش مدیریتی برای مدیریت اطلاعات مورد استفاده برای کیفیت، شناخت، و پروفایل را بدست آورند، همین طور، بایستی آموزش جهت ارتقای مهارت های فنی وجود داشته باشد تا آنان را قادر به تعامل در ابزارهای رفتاری و درخواستی مدیریت کیفیت کند تا به آنان در تغییر دادن نگرششان نسبت به کیفیت، ارزش کیفیت و در نهایت برنامه مدیریت کیفیت کمک کند.

**آموزش تاثیر قابل توجهی
روی دانش فنی کارکنان با توجه به اظهار
تعداد قابل توجه کارکنان
داشته است**



**مدیران آینده دیگر به پیش بینی آینده
نمی نشینند بلکه برای آینده ایده می آفرینند
پر توان به اجرا در می آورند.**





نمایشگاه بین‌المللی
ماشین‌آلات، مواد اولیه
و محصولات کفش،
کیف، چرم
و صنایع وابسته؛

آموزش تأفشن‌شو

عطیه حسن‌زاده

نمایشگاه بین‌المللی تهران که با مدیریت اجرایی اتحادیه کفاشان دست‌دوز و اهالی صنعت کفش برپا شد، علاوه بر اینکه منجر به ایجاد تحولاتی مثبت در این عرصه شد، رگه‌های منفی نیز در آن کمی به چشم می‌خورد.

مغفول مانده بود لذا نمایشگاه تهران یک اتفاق بزرگ فرهنگی و اجتماعی برای این قشر بوده است.

اقدامات برندها برای معرفی خود نمایشگاه

شعار، عبارت کوتاهی است که اطلاعات تشریحی یا ترغیبی را در مورد برند به مشتری‌ها منتقل می‌سازد. شعارها اغلب در تبلیغات شرکت مورد استفاده قرار می‌گیرند، اما می‌توانند نقش مهمی را در بسته بندی و سایر جنبه‌های بازاریابی شرکت ایفا کنند. اما به نظر می‌رسید درصد کمی از برندهای حاضر در نمایشگاه شعاری درخور محصولات خود داشتند. اگرچه در این بین شعارهای با معنایی که مشتری را به فکر در مورد محتوای شعار و به تبع آن فکر به محصول مورد نظر وامی‌داشت دیده می‌شد اما ضعف در این بخش کاملاً مشهود بود.

رنگ‌ها نیز در مشخصه یک برند، نقشی اساسی دارند؛ آنچه در سالن‌های نمایشگاه به چشم می‌خورد حضور شرکت‌ها با رنگ‌های یکسان بود. اما غرفه‌هایی هم بودند که از رنگ‌های شناخته شده در معرفی برند، رنگ‌هایی که سبب جذب مخاطب و نیز ایجاد اعتماد در مشتری می‌شد بهره گرفته بودند.

حرکتی خودجوش، تجربه‌ای نو

نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات، مواد اولیه و محصولات کفش، کیف، چرم و صنایع وابسته به صورت خودجوش از سوی اتحادیه و اعضای صنف برگزار شد و به عنوان نخستین تجربه توانست بدون یاری گرفتن از ارگان‌های دولتی بار خود را ببندد. افزایش وجهه صنف کفاشان توسط این نمایشگاه بزرگ، مهم‌ترین ویژگی این دوره به نظر می‌رسد چرا که این مسئله به طور مداوم از لسان شرکت‌کنندگان به گوش می‌رسد.

حضور اهالی صنعت کفش به عنوان عاملی موثر در اقتصاد کشور سالها از نظرها پنهان بود و پرداختن به حق طبیعی آنها

هرچند سالن‌ها به لحاظ نور،
 غرفه‌های ورودی و نیز قرار دادن
 کمی ضعف داشت اما در یک محل،
 گفته شود علی‌رغم رکود و مردگی
 آنگونه که باید و شاید و با تمام
 همت از نمایشگاه صنعت‌کفش،
 کیف، چرم و صنایع وابسته استقبال
 کردند چراکه آنها به خوبی دریافته
 اند چشم داشتن به کمک‌های
 دولتی برایشان راهگشا خواهد بود

(۱۰ صبح الی ۵ عصر)، با زمان کاری این
 افراد تداخل دارد و در نتیجه درصد کثیری از
 آنان قادر به حضور در این محل و بازدید از
 نمایشگاه نیستند.

اجرای زنده مد از سوی نوین چرم
 در آخرین ساعات برگزاری نمایشگاه
 بین‌المللی ماشین‌آلات، مواد اولیه و
 محصولات کفش، کیف، چرم و صنایع
 وابسته، "نوین چرم" یکی از برندهای مشهور
 صنعت کیف و کفش به اجرای زنده مد در
 زمینه البسه، کیف و کفش‌های تولیدی
 شرکت خود پرداخت. این برنامه که با حضور
 متخصصین جامعه صنعت کفش، هنرمندان
 و جمعی از مدعوین برگزار شد بسیاری از
 شهروندان را به خرید محصولات چرمی
 ترغیب کرد و این امر نه تنها برای برند نوین
 چرم بلکه برای تمام تولیدکنندگان امری
 مفید خواهد بود.

گذری از غرفه‌ها و سالن‌های نمایشگاه

البته بعید به نظر می‌رسید که وضعیت غرفه‌های نمایشگاه، نامطلوب باشد
 هرچند سالن‌ها به لحاظ نور، درگاه‌های ورودی و نیز قرار دادن غرفه‌های مربوط
 به هم در یک محل، کمی ضعف داشت اما لازم است گفته شود علی‌رغم رکود و
 مردگی که در صنعت ایجاد شده، صنعتگران آنگونه که باید و شاید و با تمام همت
 از نمایشگاه صنعت کفش، کیف، چرم و صنایع وابسته استقبال کردند چراکه آنها به
 خوبی دریافته اند چشم داشتن به کمک‌های دولتی برایشان راهگشا خواهد بود.

آموزش در کنار ارایه صنعت

در این قسمت آنچه باید بازدیدکنندگان را وارد غرفه‌ها می‌کرد، شیوه آموزش
 و نیز دستگاه‌های جدید تولیدات چرمی بود. در آخرین روز از برگزاری نمایشگاه
 بین‌المللی تهران حضور اهالی صنعت در این غرفه‌ها کم رنگ به نظر می‌رسید حال
 آنکه اکثر قریب به اتفاق آنها در سخن، آموزش را لازمه پیشرفت این صنعت میدانند
 اما در عمل کمتر در این حوزه دیده شدند.

اولین غرفه‌ای که دستگاه‌های خود را به نمایش گذاشته بود و روش کار با آن
 را نیز به غرفه داران می‌آموخت، نظرم را به خود جلب کرد. تعدادی از بازدیدکنندگان
 مشغول بازدید از طرز کار ماشین‌آلات مختلفی که در این غرفه قرار داشت، بودند،
 عده‌ای نیز بی تفاوت تراکت تبلیغاتی که طی بازدید از نمایشگاه از غرفه‌های دیگر
 گرفته بودند را روی دستگاه گذاشته و رفتند؛ گویی دستگاه‌های داخل غرفه برایشان
 با یک میز ساده تفاوتی نداشت.

در سالن کناری دقیقاً مقابل غرفه‌های تولیدی مساحت زیادی به غرفه داران
 خارجی اختصاص داده شده بود. شرکت کنندگان خارجی با صبر و حوصله به ارایه
 مطالبی آموزنده در خصوص تولید، کار با ماشین‌آلات و نیز آموزش در خصوص بهره
 وری بیشتر با این دستگاه‌ها می‌پرداختند. عبور از بین افراد و دیدن تمام ماشین‌ها
 کمی سخت به نظر می‌رسید. شاید بهتر بود یک سالن را به آموزش اختصاص
 می‌دادند تا در فضایی بیشتر و به دور از شلوغی اطراف بهره کافی به بازدیدکنندگان
 و شرکت کنندگان حاضر در غرفه‌های آموزشی برسد.

در ادامه با هدف بررسی تعداد بازدیدکنندگان از نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات،
 مواد اولیه و محصولات کفش، کیف، چرم و صنایع وابسته به بازدید از نمایشگاه و
 گفتگو با شرکت کنندگان پرداختیم.

حضور اهالی صنعت محدود شد

دوری مسافت و عدم دسترسی آسان به وسایل ایاب و ذهاب اولین دلیلی بود که
 یک بازدیدکننده از آن به عنوان علت عدم حضور بیشتر افراد در نمایشگاه فوق یاد
 کرد. حال آنکه پیش از این در جلسات هماهنگی بیشتر در اجرای نمایشگاه از قرار
 گرفتن وسایل ایاب و ذهاب در مراکز مختلف شهر خبر داده شد.

زمان در نظر گرفته شده برای برگزاری نمایشگاه نیز یکی از مهم‌ترین دلایل
 حضور کمتر از انتظار اهالی صنعت در این نمایشگاه بود. به گفته بیشتر غرفه داران
 از آنجایی که این نمایشگاه در قالب تخصصی صنعت کفش است و تنها اهالی این
 حرفه و صاحبان صنعت علاقه مند به بازدید از آن هستند، ساعت برگزاری نمایشگاه

هرچند ما در قرن جدیدی زندگی می‌کنیم
 اما هنوز از اثرات مدل‌های مدیریتی‌ای در رنج
 هستیم که حدود یک‌صد سال پیش ابداع شده‌اند



لیست دوره‌های آموزشی دوره مقدماتی برندسازی در صنعت کفش ایران



این دوره‌ها با همکاری جامعه صنعت کفش زیر نظر مهندس صدرا شریعتمداری مدیر مارکتینگ بیش از ۲۰ برند اروپایی مد و پوشاک در ایران از تاریخ ۵ بهمن ماه برگزار می‌شود. لازم به ذکر است برای ثبت نام در این دوره‌ها بایستی تا تاریخ ۲۵ دیماه با دفتر جامعه سرکار خانم کریمیان تماس گرفته و ثبت نام خود را قطعی نمایید.

شماره	دوره آموزشی	شرح	مدت زمان دوره	پیش نیاز
۱	اصول و مبانی مدیریت برند	آشنایی با مقدمات برندینگ، بررسی برندهای موفق صنعت کفش و مد جهان	۳ جلسه ۲ ساعته	ندارد
۲	مدیریت مارکتینگ هوشمند در صنعت کفش	آموزش اصول و مبانی نوین مدیریت مارکتینگ در این صنعت، مدیریت خلاقیت و ایده‌پردازی، آموزش نگارش کمپین Brand Awareness	۱۰ جلسه ۲ ساعته	اصول و مبانی مدیریت برند
۳	طراحی کتابچه هویت برند	آشنایی با مفاهیم هویت برند و Brand DNA، بخش‌های مختلف یک BI Book	۴ جلسه ۲ ساعته	اصول و مبانی مدیریت برند
۴	مدیریت VM	آشنایی با مدیریت VM و نحوه پیدا سازی آن در یک سازمان، نحوه نگارش کتابچه VM Book	۱۰ جلسه ۲ ساعته	اصول و مبانی مدیریت برند
۵	Media Planning	آشنایی با مفاهیم اولیه، طبقه بندی Media، بکارگیری هوشمندانه مدیا، طراحی کتابچه MP Book	۵ جلسه ۲ ساعته	اصول و مبانی مدیریت برند
کل مدت دوره			۶۴ ساعت	

مهندس محمد نقی سلیمی در گفت‌وگو با صنعت کفش عنوان کرد:

ضرورت توجه به آموزش و استاندارد



تخصصی، علمی و مدیریتی است و این در حالی است که نه تنها صنعت کفش از رشته دانشگاهی کفش استقبال نکرده است، بلکه آموزش‌های کوتاه‌مدت و دوره‌ای نیز در این صنعت جایگاهی ندارد. سلیمی مدیر گروه این رشته در مرکز علمی کاربردی فرمانیه، از موفقیت اولین دوره این رشته یاد می‌کند و معتقد است با وجود همه محدودیت‌ها و امکانات کارگاهی و آزمایشگاهی، مشارکت شرکت‌های بزرگ در فرایند آموزش بسیار نقش‌آفرین بوده است. واقعیت این است که بدون تدوین استانداردها و شیوه‌های آموزشی نوین، مزیت‌های رقابتی و ورود به بازارهای جهانی و پایداری و توسعه میسر نمی‌شود. فاصله زیادی میان «باید»‌ها و «هست»‌ها در زمینه کیفیت و آموزش در صنعت کفش وجود دارد. بازدید از مرکز آموزشی و دانشگاه کفش ترکیه در مسافرت اخیر به همراه عده‌ای از فعالان صنعت چرم و کفش، تکاپویی ایجاد کرد تا بار دیگر موضوع آموزش که متأسفانه همواره یک فرایند فرعی تلقی می‌شود، مورد بررسی قرار گیرد. هرچند خروجی جلسات این‌گونه و پی‌گیری‌های مقطعی در این سال‌ها تا حدی مؤثر واقع شده است، پیوستگی و استمرار و پایش مدام است که منجر به بهبود و تحقق اهداف می‌شود. آنچه ما در ترکیه دیدیم، آگاهی و دانش بیش‌تر آن‌ها نسبت به ایران نبود بلکه فقدان تجهیزات و امکانات و فضای آموزشی و عدم تعامل مستمر صنعت و دانشگاه و نبود نگرش سیستمی مبتنی بر اثربخشی آموزش در ایران است که تفاوت‌ها را رقم می‌زند. کاش در کنار این بازدیدها که یقیناً موجب صرف زمان و هزینه‌هایی نیز هست، جلساتی در دانشگاه تشکیل شود؛ جلساتی با حضور دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته دانشگاهی کفش و فعالان این صنعت.

هنوز بستری ساخته نشده است که همگان بدانند در دانشگاه، دانشجویان کفش چه می‌آموزند. هنوز روشی برای اندازه‌گیری اثربخشی آموزش در این صنعت تعریف

در اواسط آذرماه امسال با مهندس محمد نقی سلیمی عضو هیئت‌مدیره جامعه صنعت‌کفش مصاحبه‌ای درخصوص آموزش و استاندارد داشتیم که بخش اول آن را در این نوشتار به چاپ رساندیم.

آموزش در صنعت کفش

به اعتقاد سلیمی با وجود بسترسازی‌های سال‌های اخیر هنوز زیرساخت آموزش در صنعت کفش فراهم نشده است و نگرش بنیادی برای ایجاد تحول وجود ندارد. وی با تأکید بر ضرورت ایجاد کانون آموزشی تخصصی برای صنعت کفش، برگزاری جلسات پیوسته و نظام‌مند با حضور متخصصین و اندیشمندان این صنعت را الزامی می‌داند چرا که شرط اولیه موفقیت و توسعه تمام صنایع همه کشورها، وجود زیرساخت مهندسی و دانش سازمانی توانمند است و بدون تعیین روش‌های مدون و به‌روز، امکان تعالی و دستیابی به متدها و راهکارهای توسعه فراهم نمی‌شود و تدوین این روش‌ها نیازمند آموزش‌های

واقعیت این است که بدون تدوین استانداردها و شیوه‌های آموزشی نوین، مزیت‌های رقابتی و ورود به بازارهای جهانی و پایداری و توسعه میسر نمی‌شود. فاصله زیادی میان «باید»ها و «هست»ها در زمینه کیفیت و آموزش در صنعت کفش وجود دارد



یک فرصت شمرده می‌شود. فعالیت‌های مرتبط با اخذ نشان استاندارد برای محصول از طریق انجمن دارندگان نشان استاندارد انجام می‌شود. متأسفانه به دلیل کم بودن تعداد آزمایشگاه‌های همکار در صنعت کفش و چرم در حال حاضر اخذ نشان استاندارد اجباری و تشویقی برای محصولات این صنایع به کندی انجام می‌پذیرد. واقعیت این است که در وضعیت اقتصادی کنونی امکان تهیه تجهیزات آزمایشگاهی برای کارخانه‌ها و صنعتگران بسیار دشوار است و تقریباً امکان‌پذیر نیست. یکی از مزایای سرمایه‌گذاری مشارکتی بخش خصوصی برای پژوهش‌ها یا هنرستان صنعت کفش تشکیل آزمایشگاه است که می‌تواند به عنوان آزمایشگاه همکار اداره استاندارد نیز فعالیت کند و علاوه بر تعلیم دانش‌پژوهان و فراگیران در هر مقطع تحصیلی، با کسب درآمد و توسعه برای به‌روز کردن و تکمیل تجهیزات اقدام کند. انجمن گواهی صلاحیت آزمایشگاهی متولی ممیزی و ارزیابی و بررسی صلاحیت آزمایشگاه‌ها برای اخذ گواهی صلاحیت است و کلینیک استاندارد با عقد قرارداد در امور استانداردسازی به کارخانه‌ها و تولیدی‌ها به‌صورت مشاوره‌ای کمک می‌کند.

اما پیش از هر چیز، صنعت کفش ایران به بسترسازی باورها نیاز دارد؛ باور ضرورت ایجاد کانون تخصصی در زمینه آموزش، استاندارد، کیفیت و... باور توانمندی‌های بالقوه؛ باور توان حضور در بازار جهانی؛ باور پایایی و ارتقا و...

ذره را تا نبود همت‌عالی حافظ طالب چشمه خورشید درخشان نشود

هدف همه سخنرانی‌های عمومی این است که شنونده را به انجام عملی سوق دهید که بدون شنیدن این سخنرانی آن را انجام نمی‌داد



نشده است. دانشگاه کفش ترکیه با سرمایه بخش خصوصی اداره می‌شود در حالی که ما برای برگزاری کارگاه‌ها و آزمایشگاه به کارخانه‌های خاص مراجعه می‌کنیم و با همه محدودیت‌های موجود به این مهم، اهمیت ویژه داده نمی‌شود.

مهندس سلیمی که با سمت مشاور و مدرس با دانشگاه علمی کاربردی کانون چرم و پوست همکاری می‌کند، درخصوص وضعیت رشته کفش این دانشگاه به مشکلات و محدودیت‌های منابع اشاره کرد و پراکندگی مراکز کارگاهی و مسافت‌های دور را از موانع اصلی اجرای صحیح فرایند آموزش برشمرد.

کارگروه آموزش

یکی از کارگروه‌های هیئت‌مدیره جامعه صنعت کفش، کارگروه آموزش است. از وظایف این کارگروه تأمین منابع آموزشی، ارتباط با دانشگاه و استاندارد، شرکت در سمینارهای آموزشی و نظارت بر فرایند آموزش در صنعت است. سلیمی درخصوص فعالیت‌های این کارگروه می‌گوید: قبل از اجرا، نظارت و پایش همه فرایندها، باید آن فرایند را به شکل صحیح تعریف و ایجاد کرد! چه میزان از بایدها، تعریف و اجرا شده است و آیا بدون مشارکت پیوسته صاحبان صنعت و بدون اعتقاد به ضرورت ایجاد فرایند آموزش می‌توان به موفقیت نسبی دست یافت؟ با لحاظ کردن نسبت در موفقیت، کدام‌یک از صنایع موفق در ایران بدون آموزش یکپارچه و مستمر توانسته‌اند به مزیت‌ها دست یابند؟ صنعت کفش ایران از پیشینه برخوردار است و توانمندی‌ها و منابع دانش و مهم‌تر از همه «هنر و خلاقیت» در این حرفه در کشورمان بوده و هست. مگر نه آن است که استانداردها، چارچوب‌ها و الگوهای دستیابی به کیفیت برتر و کاهش ضایعات‌اند؟ آیا بدون فراگیری شیوه‌های دستیابی به تولید محصول استاندارد، می‌توان به آن دست یافت؟ کارگروه آموزش هیئت‌مدیره جامعه صنعت کفش، نیازمند مشارکت‌تئوری و اجرایی فعالان این صنعت است؛ نیازمند اندیشمندانی که با همه چالش‌های موجود، سال‌هاست صنعت و به عبارتی تولید را لمس کرده‌اند، پیچ و خم‌های اقتصادی را با همه مشکلات و موانع گذرانده‌اند، تخصص را تجربه کرده‌اند و با اندیشه‌های متعالی و دستانی پرتوان پیوسته کوشیده‌اند، «کار کرده‌اند» و کارآفرین بوده‌اند. بزرگانی که در دلی کار بوده‌اند و هستند؛ آنان که «می‌خواهند» و می‌دانند که با مدد الهی، «خواستن» به باور توانستن می‌انجامد.

استاندارد و استانداردسازی

سلیمی درخصوص استانداردسازی در صنعت کفش گفت: ارتباط واقعی میان صنعت کفش و سازمان ملی استاندارد جز در تدوین استانداردها و مراجعات الزامی مانند واردات و محصولات دارای استاندارد اجباری بسیار کم است. در راستای سیاست واگذاری بخشی از فعالیت‌ها به بخش خصوصی تشکیل انجمن دارندگان نشان استاندارد، انجمن گواهی صلاحیت آزمایشگاهی و کلینیک مشاوره استاندارد برای تسریع امور و برقراری ارتباط مؤثر با سازمان استاندارد و استانداردسازی در این صنعت

در گفت‌وگو با مهندس محمدنقی سلیمی مطرح شد

(قسمت دوم)

تأثیر آموزش در چشم‌انداز صنعت کفش ایران

مهندس محمدنقی سلیمی
mohamadnaghisalimi
@yahoo.com



بخش اول مصاحبه با مهندس محمدنقی سلیمی عضو هیئت‌مدیره جامعه صنعت‌کفش ایران در شماره پیش به چاپ رسید. در ادامه این مصاحبه، محورهای زیر مورد بررسی قرار گرفت:

تأثیر آموزش در چشم‌انداز صنعت کفش ایران؛ هرچند تهدیداتی همچون ورود کالاهای خارجی فاقد کیفیت و کم‌قیمت، مدت معینی به طول می‌انجامد و در بازه زمانی مشخصی به علت افزایش آگاهی مشتریان درباره ویژگی‌های محصول، فروش آن‌ها به حداقل می‌رسد، در همان بازه، تهدید بزرگی برای تولید داخلی محسوب می‌شود و با تأثیر نامناسبی که بر بازار فروش محصولات ایرانی می‌گذارد به علت کاهش گردش نقدینگی و کاهش ارزش افزوده در کل زنجیره ارزش، مشکلات زیادی برای تولیدکنندگان در ایران ایجاد می‌کند. افزایش قیمت مواد اولیه و افزایش تورم همه عوامل تولید نیز در سال‌های اخیر بسیاری از تولیدکنندگان را در صحنه رقابت دچار چالش‌های زیادی کرد. در چنین فضایی عموماً راهکارهای ماندگاری و ادامه حیات تولید و حضور در عرصه بازار، استفاده

بهبهینه از منابع، کاهش ضایعات و دوباره‌کاری‌ها و بهره‌مندی از خلاقیت و نوآوری و استفاده از مدیریت دانش برای ایجاد مزیت‌های نسبی و رقابتی است. تکمیل سبد نیاز انواع پای‌پوش مناسب با ظرفیت بازار هنگامی میسر است که جای خالی دورمانی از فناوری جدید را، خلاقیت‌ها و دانش‌های تخصصی، مدیریتی و فنی، پر کنند. بدیهی است این مهم، حادث نمی‌شود مگر با رویکردی مبتنی بر عینیت و برآورد برآیند توان‌های موجود. چشم‌انداز به تعریفی ساده عبارت است از دورنمای آramی و این که آینده‌مان چیست و در چه موقعیت اجتماعی و اقتصادی و رتبه‌بندی جهانی می‌خواهیم قرار بگیریم. برای تحقق اهداف و کسب موفقیت‌ها باید نمای روشن از آینده داشته باشیم و برای این آینده روشن، تمهیدات لازم را فراهم کنیم. برآورد نسبی توان‌های بالقوه و بالفعل موجود در صنعت کفش ایران، وضعیت ما را روشن می‌کند و نشان می‌دهد که مجموعه‌ای از فرایندهای آن نیاز به بازمهندسی دارد. بازنگری شیوه‌های تولید، ارائه مدل‌های مشتری‌پسند و به‌روز، ایجاد منابع طراحی، ایجاد بانک اطلاعات دانش تخصصی، راهکارهای استفاده از مدیریت نوین و... متدهایی‌اند که لازمه پایایی و توسعه صنعت محسوب می‌شوند و این اندیشه‌ها برای به بار نشستن و به اجرا درآمدن اهداف متعالی نیاز به دانش‌اندوزی و ایجاد فرایند پیوسته آموزش دارد. تجربه مدیریتی سازمان‌های موفق دنیا نشان داده است که فضای آموزش، فضای پویایی است، فضایی که در آن انگیزه، حرکت می‌آفریند؛ حرکت به سوی مسیری روشن و مشخص با اهدافی قابل دستیابی و اندازه‌گیری و زمان‌بندی شده؛ اما حرکت در این مسیر نیز با آموزش یکپارچه امکان‌پذیر است. یکپارچگی در سطوح هر رده سازمانی است که به ایجاد شیوه بهبود مستمر منجر می‌شود، چرا که نمره موفقیت مجموعه‌ای از کارکنان یک سطح از هر سازمان میانگین نمرات همه فرایندهای آن سطح نیست بلکه همیشه در فرایندهای مرتبط برای دستیابی به یک هدف معین کم‌ترین امتیاز، رتبه عملکردی سازمان را مشخص می‌کند. بنابراین، برای بهسازی سیستمی فعالیت‌ها پیش از هر چیز مقوله نیازسنجی آموزشی در اولویت قرار می‌گیرد.

صنعت کفش ایران در همه سطوح اقتصادی، تولید و تأمین و فروش، نیازمند نیازسنجی آموزشی است تا بتوان با حدی بالاتر از میانگین مجموعه‌ای از نیازها، فرهنگ آموزش و مدیریت مبتنی بر دانش را در کالبد آن جاری ساخت. آن وقت در تعریف چشم‌انداز، از راه‌های دستیابی به اهداف در زمان مؤثر، با افزایش ابعاد آگاهی برخورداریم.

نیاز به هم‌اندیشی

در همه فرایندها و به عبارتی عمومی در همه صنایع دنیا، تهدیدها و مشکلات وجود دارد اما بقای سازمان‌ها تنها به فرصت‌ها و قوت‌ها نیست. واقعیت این است که چگونگی استفاده از منابع مشهود و نامشهود و تلفیق علم و هنر برای ارتقای عملکرد، همواره راه‌گشا بوده است. آموزش و استانداردسازی در صنعتی که سال‌ها از آموزش نوین برخوردار نبوده و در رهگذار شکل‌گیری‌اش از استانداردها دور شده

برای برگزاری
کلاس‌های درس‌هایی مانند
کارکشی، محصول نهایی، آزمایشگاه
فیزیک کفش، دوخت و نازک‌کاری، برش
و اشبالت که هیچ‌یک از امکانات اولیه آن
در دانشگاه وجود ندارد، مجبور می‌شویم هر
هفته به چند کارخانه در نقاط مختلف اطراف
تهران مراجعه کنیم. هماهنگی برای
برگزاری کارگاه‌هایی با اختصاص
زمان صبح تا عصر حقیقتاً
مشکل است

زمان ارزشمند صنعتگران و فعالان عزیز این صنعت که الزام‌پذیری و طولانی شدن زمان در آن مطرح نباشد. باید مکانیسم ایجاد انگیزه برای حضور در این سمینارها فراهم شود. ما نیازمند روش‌هایی نظام‌مند برای ایجاد رغبت حضور در جلسات هستیم تا از تجربیات دست‌اندرکاران صنعت بهره‌مند شویم. بدیهی است همیشه سرمایه‌گذاری آن‌جا انجام می‌شود که اولاً آینده روشنی از آن در ذهن سرمایه‌گذار ترسیم شود، ثانیاً اثربخشی آن اثبات‌پذیر باشد. بنابراین، با اتکال به ذات لایتناهی پروردگار و با این باور که فتح قله‌های بزرگ از گام‌های کوچک آغاز می‌شود، بیاییم باور کنیم که هدف بزرگ، همت عالی می‌طلبد؛ همتی از سر عشق و اخلاص. همه آن‌ها که امروز تویی هر مسئولیتی را در این صنعت دارند به‌گونه‌ای امانتدار رسالت‌ها، انتقال دانش‌ها و زیبا سازی داشته‌ها برای تحویل به نسل و نسل‌های بعدی‌اند. فرزندان سرزمین عزیزمان ایران، فردا که دیر نیست به قضاوت می‌نشینند. باور داشته باشیم که موفقیت آن‌ها را با تلاش و هم‌اندیشی خود، با امید و اعتقاد به مضامین آسمانی، به قدر وسع، تضمین کرده‌ایم. به بهترین‌ها بیندیشیم که با تدبیر و استواری می‌سازیم. همانا کیفیت ساخته‌ها، همان کیفیت خواسته‌هایمان است.

است، نیازمند هم‌اندیشی متخصصان و کارآمدان این صنعت است. مشارکت تعداد افراد در حوزه آموزش، نشانگر ضریب اهمیتی است که هر صنعت به فرایند مربوطه اختصاص می‌دهد و این ضریب نمایانگر باور اثربخشی همان فرایند است. متأسفانه در همایش‌های سال گذشته در شهرهای مختلف ایران، آن‌چنان که باید مقوله مدیریت آموزشی و نیاز صنعت کفش به این امر پررنگ نبود و حتی گاهی فراموش شد که با رویداد نیکی به نام ایجاد رشته دانشگاهی کفش در ایران در سال ۸۷ مواجه شدیم؛ رویدادی که به همت والایان همین صنعت و برای تعالی به وقوع پیوست. ایجاد رشته دانشگاهی کفش نتیجه تعامل و هم‌اندیشی گروه‌های فنی و تخصصی توانمند فعالان صنعت کفش ایران بود و خوب می‌دانیم که تکوین، مرحله آغازین یک کار است، اما مزرعه بذر و شخم می‌خواهد. چنانچه در لایه‌های سخنانم ذکر کردم، کارگروه آموزش صنعت کفش ایران نیاز به افزایش توانایی، دانایی و تخصص از سوی اندیشمندان، مجربان و کارآفرینان این صنعت دارد و اگر اساتید و همکاران را در جامعه صنعت کفش و دانشگاه تنها بگذاریم، هیچ استراتژی آموزشی‌ای نمی‌توانیم برای آن تعریف کنیم.

رشته دانشگاهی کفش بدون دانشگاه اختصاصی و امکانات آزمایشگاهی و کارگاهی

سلیمی در بخش پایانی سخنانش به ایجاد دانشگاه کفش اشاره کرد و گفت که رشته دانشگاهی کفش را با همه مشکلات و موانع موجود ایجاد کردیم. اولین دوره را با موفقیت در مرکز علمی و کاربردی فرمانیه برگزار کردیم و فارغ‌التحصیلانی داشتیم که هم‌اکنون در امور آموزشی در مرکز کانون چرم و پوست مرکز علمی و کاربردی زرتشت در دروس عملی و کارگاهی بسیار کمک می‌کنند، اما با محدودیت‌های بسیار. وی افزود: برای برگزاری کلاس‌های درس‌هایی مانند کارکشی، محصول نهایی، آزمایشگاه فیزیک کفش، دوخت و نازک‌کاری، برش و اشبالت که هیچ‌یک از امکانات اولیه آن در دانشگاه وجود ندارد، مجبور می‌شویم هر هفته به چند کارخانه در نقاط مختلف اطراف تهران مراجعه کنیم. هماهنگی برای برگزاری کارگاه‌هایی با اختصاص زمان صبح تا عصر حقیقتاً مشکل است. بعد از سفر ترکیه جلسه‌ای با حضور مشتاقانه بزرگان صنعت کفش و چرم در صبح آدینه برگزار شد و در آن‌جا موضوعات مهمی مطرح شد و از آن استقبال شد. سخن از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی برای خرید تجهیزات آزمایشگاهی و کارگاهی به میان آمد. اکنون با گذشت بیش از یک ماه ادامه‌ای از خروجی‌های آن جلسه مطرح نیست. نشست‌هایی این چنین که هر از گاه، شعله‌های امیدی دوباره را برای احیای توانمندی‌ها می‌افروزد بسیار عالی است اما این که چرا به فراموشی سپرده می‌شود و محقق نمی‌شود، موضوعی است که ان‌شاءالله باید در جلسات هیئت‌مدیره جامعه صنعت کفش ایران مورد نقد و تحلیل قرار گیرد. این موضوع نیازمند مدد و اظهار نظر و ارائه پیشنهاد فعالان این صنعت به صورت مکاتبه‌ای، ای‌میل، پیام کوتاه و هر طریق ارتباطی میسر است تا به گوش مسئولان رسانده شود. شاید بهتر باشد پس از جمع‌بندی، این‌ها بیانیه شود و به اطلاع اهل صنعت کفش برسد. وضعیت صنعت و بازار کفش ایران جز تأثیرپذیری از چالش‌های اقتصادی دنیا، رقابت‌ها، ورود غیرقانونی کالا و افزایش متوالی قیمت‌ها دچار کدام مشکلات است؟ بازگویی مکرر موضوع تورم و مشکلات اقتصادی دیگر در جلسات به صورت پیوسته انجام می‌پذیرد، اما سخنی از برچیدن سبب‌های پادختی به میان نمی‌آید؛ منابعی که نیازمند صرف هزینه‌های هنگفت نیست اگر «مشارکتی» باشد. شنیده می‌شود که شاید بستر فرهنگ کار مشارکتی فراهم نشده است. اگر چنین است، یکی از نیازهای آموزشی این صنعت برگزاری سمینار مدیریت مشارکتی است؛ برگزاری سمینارهایی با در نظر گرفتن

اگر جاده‌ای را که در آن هستید تغییر ندهید از همان مقصدی سر در خواهید آورد که هم اکنون به طرف آن در حرکت هستید



تازیکه عامل خوشه کفش مشهد

توسعه بازار نیازمند ساختار آموزش و نیروی انسانی

برگزاری اولین دوره آموزشی تخصصی

عامل خوشه کفش مشهد با بیان این که اولین دوره آموزشی تخصصی طراحی و پستیایی با حضور چهل و سه نفر از فعالین صنعت از اسفند ماه گذشته آغاز شد و دستاوردهای اولین دوره طراحی و مدل گیری خوشه کفش مشهد در نمایشگاه بین المللی رونمایی می شود تا همه شاهد خروجی برگزاری این کلاس ها باشند خبر خوشی را به دوستداران صنعت نوید داد .

وی افزود : هشت دوره ی آموزشی تخصصی پیش بینی شده است ، مدرسین داخلی در تهران و مدرس خارجی از کشور ترکیه اعلام آمادگی کرده اند که درخصوص آموزش باخوشه همکاری لازم را داشته باشند .

تازیکه خاطر نشان کرد درشش ماهه اول سال در فاز اول ، یکی از هدف های اصلی ما تربیت مدرس است تا آنها را بتوانیم اشاعه بدهیم به زیرساختارهای دیگر ، ما به همه اساتید خارجی دسترسی نداریم اما اگر به تربیت مدرس زبده اقدام کنیم خیلی موفق تر خواهیم بود.

پیش نویسی تفاهم نامه جذب نیروی انسانی با کمیته امداد

پیش نویسی تفاهم نامه ای با کمیته امداد امام خمینی (ره) نوشته شد تا از نیروهای صفر کیلومتری که در صنعت کفش نبوده اند (تعداد پانصد تا هزار نفر) جذب شوند ، خوشه متعهد به آموزش و تربیت افراد درحوزه کفش می شود و درمقابل آنان متعهد می شوند که حدود ۵ سال دراین حوزه کارکنند .

توسعه بازار کشورهای مجاور

تازیکه از برنامه های آتی درسال جدید را توسعه بازار می داند و می گوید : دو هدف اصلی ما توسعه بازار افغانستان ، عراق و تاجیکستان است و تلاش می کنیم این بازارها توسعه یابند .

در برنامه های عملی با حضور شورای راهبری برنامه ی توسعه ی بازارمان را گنجانده و به تایید آنها هم رسیده است و این مهم به امید خدا انجام خواهد شد و برنامه ی توسعه بازار داخلی هم سرمایه گذاری شده است .

بعد از شروع برنامه های توسعه ، مطالعه شناختی خوشه کفش مشهد در دستور کار قرار گرفت این درحالی بود که مراحل اعتماد سازی و حساس سازی در این خوشه انجام شده بود و از قبل گروهی تشکیل شده و کار را شروع کرده بودند ، با ورود محمد رضا تازیکه به عنوان عامل خوشه مشهد فعالیت های آنان شکل منظم تری به خود گرفت و از همان ابتدا ساختارهایی به منظور آموزش بنا نهاده شد .

به همراهی ایشان در حوزه های مدیریت و شناخت خوشه ، جلساتی که برگزار شد به طوری که در سال اول توسعه هفتاد و پنج جلسه با فعالان خوشه تشکیل گردید این جلسات به فراخور نیاز های موجود در صنعت کفش تشکیل می شد که نتیجه آن هماهنگی و انسجام را در خوشه کفش ایجاد کرد و امکان موفقیت بیشتر خوشه را فراهم آورد

تازیکه عامل خوشه کفش مشهد درحاشیه جلسه برنامه ریزی نمایشگاه دقایقی از برنامه های آینده خوشه گفت : سال ۹۲ بیشترین تلاش را بر محورهای بازار ، نیروی انسانی و آموزش بیشتر تمرکز خواهیم کرد؛ البته پریشن پوینت یا همان نقطه فشار ما بحث توسعه بازار است اما این نیازمند ساختارهایی برپایه آموزش و نیروی انسانی است .

تازیکی در پاسخ به این پرسش که یکی از اهداف تشکیل خوشه ها ، نزدیکی واحدهای تولیدی به یکدیگر بوده است ، آیا این امر بین واحدها اتفاق افتاده است ؟ می گوید : در بیست و دوم اردیبهشت ماه امسال همزمان با ولادت امام محمد باقر (ع) ، استقرار واحدهای بُنکداری کفش باهدف کاهش هزینه های استقرار طی مراسمی انجام خواهد شد ،

وی اشاره می کند : با شرکت جهاد نصر خراسان که محل مناسبی دارد و نزدیک به پانصد واحد فروشگاهی را در خود جای داده است مذاکراتی صورت گرفت باصرف اجازه هایی بسیار بسیار پایین تفاهم شد

تصور ما بر این است که استقرار ۱۰۰ واحد بُنکداری در یک منطقه داشته باشیم شبکه ی توسعه ی بازارمان در حال انجام این کار است تا بازار سازی کند .

لازم به ذکر است واحدهای تولیدی مان هم که از لحاظ تجاری مشکل دارند ، در طبقه سوم همان مکان می توانند مستقر بشوند که فاصله تولید با فروش خیلی کم با

دسترسی آسان صورت گیرد ، سلیقه ها از طبقه ی پایین به بالا خیلی سریع تر انتقال پیدا کند و افراد خودشان در کارگاه تولیدی می توانند در بحث بازار هم وارد شوند و این هم یکی از اتفاقاتی است که جدیداً در حال رخ دادن است و هماهنگی های آن شده و تفاهم نامه اش به امضا رسیده است ، که این هم یک برگه دیگر از بحث توسعه بازار داخلی خوشه کفش است که امسال اتفاق خواهد افتاد .

لازم به توضیح است که برای فروش سرقفلی ها تعاملی صورت گرفته است تا آنها بتوانند اقساط بخرند ، برای اجازه هم که شما



فکر کنید که روزی هفت هزار تومان اجازه برای یک مکان تجاری مبلغی نیست .

تازیکی از دیگر برنامه های خوشه کفش در آینده می گوید :

استقرار در زون های (منطقه های) کارگاهی اقدام دیگر خوشه است تا بتوانیم فضایی برای تولید کفش با هزینه های پایین تر حتی در حاشیه ی شهر ایجاد کنیم ، استارت کار زده شده اما اتمام آن امسال در برنامه ما نیست که به اتمام برسد چون دغدغه های ما بیشتر در بحث توسعه بازار و آموزش و جذب است ، اما این از دید ما پنهان نیست .

EDUCATION

گفتگوی تلفنی با آقای محسن پورسهی،
آموزشگاه کفش اول

آموزش، تحقیق و پژوهش کلید موفقیت در صنعت کفش

زهرا رستگار



«گروه کفش اول از سال ۱۳۶۲ وارد کار کفش شدند و از سال ۱۳۶۷ شروع به تولید کفش کردند. همچنین از سال ۱۳۷۲ با اندازه سازی کفش (الگو) با متد آلمانی آشنا شدند. در سال ۱۳۸۷ آموزشگاه کفش اول تاسیس شد. اولین همایش مستقل در سال ۱۳۸۹ به عنوان دومین سالگرد در دانشگاه شریعتی برگزار شد. در سال ۱۳۹۰ سومین سالگرد تأسیس آموزشگاه کفش اول در همایشی در سالن کنفرانس نمایشگاه بین المللی تهران برگزار شد.»

مسئله دیگر، در کفشی سنتی، باورهای نادرست زیادی وجود دارد. در نتیجه، این باورهای نادرست، به نسل های بعدی نیز انتقال پیدا می کند. باورهای غلط اگر درست نشود، کفشی غلط همانگونه، بر سر جای خود می ماند. مرحوم ایروانی می گفتند: اول نان دوم کفش، در حقیقت اول کفش دوم نان. چون برای رفتن به بیرون و حرکت برای کار باید اول

آموزشگاه فنی و حرفه ای آزاد کفش اول، اولین آموزشگاه کفش ایران است که در تدوین استانداردهای جدید در رشته کفش با سازمان فنی و حرفه ای همکاری می کند. همچنین این آموزشگاه وابسته به وزارت کار و امور اجتماعی بوده و طراحی و برش الگوهای مدرن را آموزش می دهد. به همین علت با محسن پورسهی مدرس کفش اول به گفتگو نشستیم. پورسهی در رابطه با ارزیابی خود از موانع و مشکلات صنعت کفش گفت: بنده با توجه به دیدگاه آموزشی موجود، مشکلات را در نظر می گیرم. به همین علت مشکل اصلی در این بحث، طبق بررسی هایی که صورت گرفته است؛ مسئله آموزش می باشد. در همایش اخیری که برگزار شد؛ عنوانی با مضمون ۶۰ سال تأخیر در آموزش و چگونگی جبران آن، وجود داشت.

در زمان گذشته کفش ملی در ایران بود، اما مسئله مهمی چون آموزش، وجود جدی نداشته است. این مسئله در حالی است که آموزش یکی از مسائل روز دنیا بوده است. در حالیکه در کشور همه دستگاه های مربوطه را داشته ایم، اما علم آن را نداشته ایم. در حال حاضر ما در کفش اول، آموزش را وظیفه اصلی خودمان می دانیم. در این مسیر مشکلاتی را نیز متحمل شده ایم. به طور مثال وظایف دقیقاً تعریف نشده است به طوری که سر برخی از اشکالات سیستمی و پرتال و .. توانستیم؛ کارآموز ها را به فنی و حرفه ای معرفی کنیم. با توجه به اینکه با تولید نیز در ارتباط هستیم، دو سه ماه آخر سال همه چیز خوب است و چشم انداز خوبی برای کفاشان دارد. ولی درست هنگامی که شب عید می شود و به سال آینده می روند، در ابتدای سال باید از ابتدا شروع کنند. مدل ها و قالب ها به روز نیستند، باید مدل جدید آن را بگذاریم، کارگران جابه جا می شوند و ما باید از ابتدا، همه موارد را فراهم کنیم. برای انجام این امر و رسیدن به حالت قبل، یک یا دو ماه اول سال را که برای فصل جدید بهترین زمان تولید است؛ و باید کار بهاره و تابستانه تدارک دیده بشود، از دست می دهیم. در بحث قیمت ها که ثباتی وجود ندارد، همچنین



در دنیای کسب و کار؛ آنان که آرامش خیال را در
بستن چشم ها بر تحولات دنیای اطراف خود می
جویند؛ مرگ زودرس را استقبال می کنند.



کفش داشته باشیم.

چشم انداز کفش اول نگاهی به

برنامه ریزی منسجم

پورسهی در پاسخ به پیش بینی صنعت کفش و چشم انداز رو به آینده این گونه پاسخ داد: اگر برنامه ریزی درستی انجام شود، می توانیم امیدوار باشیم که موفق خواهیم بود. چرا که هر کسی برنامه ریزی مختص به خود را دارد. در این راستا ممکن است، برخی اتحادیه ها کارهای ما را قبول نداشته باشند. چون برنامه ها هم به شکل انفرادی انجام می شود و هم به شکل گروهی، باز هم نتیجه ای نمی گیریم. بنابراین باید برنامه ریزی کلی و منسجم به وجود بیاید. به هرحال من امیدوارم و می گویم تلاش ما آینده را می سازد. واقعا نباید بایستیم، ببینیم چه کاری می خواهند برایمان انجام دهند؛ بلکه باید ببینیم چه کاری می توانیم برای صنف خودمان انجام دهیم. در این کاتالوگ جدید هم شعاری داریم، با این مضمون، کاری را برگزین که درون را بیارد و برون را به کار آید. (حضرت محمد(ص))

مهندسی کفش در ایران باستان

پورسهی معتقد است: بخش عمده ای از فعالیت خود را بروی تحقیق و پژوهش متمرکز کرده ام؛ متوجه شدم، ما دارایی های ارزشمندی را در ایران باستان داشتیم که واقعا منحصر به فرد بوده اند. برخی از طراحی ها در ۲ یا ۳ هزار سال پیش چگونه و از کجا تهیه و ساخته شده اند؟ در آموزشگاه کفش اول، درس های آلمانی و آمریکایی را ارائه می دهیم؛ در آن دروس به این نکته اشاره شده است که استخوان هایپا به سه قسمت تقسیم می گردد. مهندس های آلمانی و انگلیسی ها پا را به سه قسمت تقسیم می کنند، ولی خطوطش صاف است. من متوجه شدم ایرانیان باستان در طراحی ها کفش را به همان سه قسمت تقسیم کرده اند اما طراحی های آن ها کاو است (یعنی در حالت قسمت سوم). به این معنا که ما در ایران باستان مهندسی کفش داشتیم و این فقط با تحقیق و پژوهش بدست می آید. من نیز نقشه آن را بدست آوردم و می توانم آن را ارائه کنم.

افزایش تحقیق و پژوهش توصیه تولید کننده های صاحب برند

پورسهی در رابطه با توصیه تولید کننده های صاحب برند به تولید کننده ها پاسخ داد: البته آنها خود پیش کسوت و صاحب نظر هستند که توانستند به چنین درجاتی برسند. پیشنهاد اصلی من این است که قسمت تحقیق و پژوهش را افزایش بدهند. به طور مثال هنگامی که قصد دارند، ایرانی بودن خود را به نمایش بگذارند؛ باید بدانند، در ایران باستان نکاتی وجود دارد که می توانند از آن برای ساخت کفش ایرانی استفاده کنند. به گونه ای که آن ها را به عنوان محصولات ذاتا ایرانی در کار خود ارائه دهند، تا بتوانیم بهترین مارک ها و مدل های خودمان را داشته باشیم. همچنین به بحث آموزشی نیز بیشتر بپردازند.

در پایان از مجله صنعت کفش تشکر می کنم. بنده خود را شاگرد جامعه صنعت کفش و استادان کفش ملی می دانم و از تمامی کسانی که به من کلمه ای آموختند و حق شاگردی آنها را داشته ام، قدرانی کرده و از خدای متعال مدد می جویم.



فرآیند آموزش، لازمه ی بقای سازمانی

مهندس محمد نقی سلیمی

mohamadnaghisalimi@yahoo.com



پای پوش، آشنایی با مراحل تولید و مراحل کنترل محصول نهایی، شاخصهای کنترل کیفیت انواع پای پوش، عدم انطباقهای ناشی از عیوب چرم، عدم انطباقهای فرآیند کارکشی، عدم انطباقهای فرآیند دوخت، عدم انطباقهای عمومی و معیارهای پذیرش پای پوش.

مهندس دهقانی با اعتقاد به اثر بخشی آموزش در سمینار آموزشی ویژه ی فروشندگان تهران در ابتدای جلسه به تشریح اهمیت دوره های آموزشی پرداخت و با اشاره به اینکه آموزش یکی از عوامل وارکان موفقیت سازمانهاست، شرکت کنندگان را به استفاده ی مؤثر از مفاهیم دوره ترغیب نمود، و به آنها نوید داد که با هماهنگی های بعمل آمده و موافقت مهندس نصیریان، در آینده نزدیک دوره های پیوسته مانند مدیریت و روانشناسی فروش، مشتری مداری و ... که در برنامه های آموزشی شرکت پیش بینی شده، برگزار خواهد شد و یقیناً منجر به افزایش دانش و آگاهی پرسنل فروش و رضایت مشتری و تضمین کیفیت می گردد. خبرهای آموزشی در صنایع چرم و کفش، نوید کسب مزیت های رقابتی است، ان شاء الله با حمایت صاحبان این صنایع، شاهد ایجاد روشهای نظام مند آموزشی به ویژه رشته های دانشگاهی و تربیت نیروی انسانی کارآمد باشیم.

بسیاری از سازمانها برای ارتقاء سطح کیفی عملکرد و محصول و خدمت برنامه های آموزشی مستمر را براساس نیاز کارکنان در رده های مختلف شغلی، تدوین و به طور مداوم اجرا می نمایند. آموزش یکی از مؤثرترین عوامل برای شکوفایی توانایی های نهفته و ایجاد تغییرات اثر بخش برای توسعه می باشد که موجب تغییر نگرش و گسترش آگاهی گشته و علاوه بر افزایش مهارت و تخصص، سبب ایجاد تعامل میان کارکنان هر سطح و سطوح مختلف با یکدیگر می گردد. فقدان و کمبود دانش در هر سازمان، مجموعه ای از کاستی هاست، عموماً "ظرف خالی کاستی ها با روش های ناهمگون، تصمیمات غیر کارآ و تمامی آنچه موجب افزایش ضایعات می گردد، پر می شود. ریشه ی بسیاری از عدم انطباق های خدمات و محصولات سازمان ها در نگرش آنها به موضوع مهارت است. مهارت مجموعه ای از توانمندی های تجربی، علمی، تخصصی و به روز رسانی همه ی آنهاست و بدیهی است به روز رسانی نیاز به آموزش متناسب با نیازهای زمان و نیازهای استراتژی دارد. این یک نگرش برای اثبات و الزام وجود آموزش و برنامه ی آموزشی است اما فراتر از این نگرش، رویکرد پیشگیری است. رویکرد پیشگیری عبارتست از ایجاد روشهایی نظام مند برای شناسایی عدم انطباقهای بالقوه، آن دسته از مشکلاتی که در دستیابی به اهداف شرکت، ناهماهنگی ایجاد می نمایند. طراحی و تعبیه این مکانیزم، ساده نیست اما یکی از راه های کاهش ضایعات غیر قابل پیش بینی افزایش و گسترش آگاهی در قالب آموزش های مستقیم و غیر مستقیم است. امروزه بسیاری از سازمانهای در حال توسعه برنامه ریزی های آموزشی مدون و جامع را جز ارکان اصلی فرآیندها بشمار آورده و اگر نتوانند آن را سربار بخشی از قیمت تمام شده ی محصول لحاظ نمایند، عدم زیان ناشی از خرابی های پیش بینی نشده و گاهی به مراتب بیشتر منجر به سوددهی و بهره وری می گردد. بنابراین بهره مندی از آموزش یکی از شیوه های نوین برای بهره وری می باشد. و در واقع دانش و هنر استفاده ی بهینه از منابع در زمان مؤثر سرنوشت سازمانها را رقم می زند و هنر و دانش توانمندان همواره نیازمند به روز رسانی می باشند.

فرایند آموزش سازمانها را به هدفمندی، شناسایی مهارت های مورد نیاز، درک مسئولیت ها، افزایش میانگین توانمندی ها و توزیع متقارن و متوازن آگاهی رهنمون می سازد.

گزارش برگزاری دوره های آموزشی شرکت چرم مشهد

شرکت چرم مشهد اقدام به برگزاری دو دوره ی آموزشی برای کلیه پرسنل فروش و فروشندگان خود بصورت جداگانه در تهران و مشهد نموده. عناوین سرفصل این دوره های آموزشی عبارتند از، تشریح مختصری از الزامات و نیازمندی های مشتریان، آشنایی با انواع روشهای تولید پای پوش، شناخت مجموعه اجزای

اگر کسی راه نرود: سکندری هم نمی خورد



به بهانه فراخوان جذب دانشجو در رشته کفش برای مهر ماه

علی لشکری

lashgari_ali@yahoo.com

خبر کوتاه است !:

در سایت مرکزی دانشگاه علمی کاربردی در شهریور ماه جهت ثبت نام مهر ماه رشته تولید کفش خبری مشاهده نشد!!
این بدان معناست که تجربه فرمانیه در دوره دوم؛ قرار است در زرتشت هم تکرار شود!!

و معنی و مفهوم دیگر آن این است که دانشگاه علمی کاربردی بدلیل عدم استقبال صنعت از معرفی دانشجو به این مراکز؛ بدون هماهنگی با صنعت؛ یکطرفه جذب دانشجو رشته تولید کفش را ممنوع اعلام کرد!

این یادداشت که به بهانه فراخوان جذب دانشجو برای رشته کفش در مهر ماه توسط جامعه صنعت کفش تنظیم گردیده است؛ مقدمه ایست بر آسیب شناسی چرایی عدم استقبال اصحاب صنعت از برگزاری رشته کفش در آموزش عالی.

نگارنده در مقاله "ایجاد رشته دانشگاهی کفش؛ از آرزو تا واقعیت" در سخن دوم نشریه شماره ۱۲۰ خرداد ۱۳۸۶ بعد از تحلیلی از شرایط آموزش عالی کشور و بررسی نسبت نیروهای متخصص در ساختار اشتغال کشور و مقایسه آن با کشورهای توسعه یافته با استناد به آمار نیروهای تحصیل کرده در صنعت کفش توسط کارشناسان وزارت صنایع و گزارش کارشناسان "یونیدو"؛ ضعف طراحی محصولات؛ کمبود نیروی انسانی متخصص و نازل بودن سطح تحصیلات و توجه نکردن به تربیت نیروی انسانی

متخصص و آموزش دیده را از مهمترین چالش های صنعت در آن شرایط یاد نمود. و در آن مقاله اشاره گردید که باید بدنبال راه حلی باشیم که بین صنعت و نظام آموزش عالی کشور آشتی ایجاد کرد! و در پایان به عنوان یک راه کار راهبردی نتیجه گیری گردید که "اگر به هر دلیلی جوانان دانشگاهی نسل سومی جذب این صنعت بومی و سنتی نمی شوند و یا صنعت آنها را جذب نمی کند؛ لااقل جوانان شاغل در صنعت را دانشگاهی کنیم".

و نکته قابل تامل در پایان آن یادداشت این بود که دکتر بلندی ریاست محترم وقت دانشگاه جامع علمی کاربردی در جلسه مشترک بیست و هفتم آبان ۸۶ با تصویب پیشنهاد دوره کاردانی نا پیوسته علمی - کاربردی تکنسین رشته تولید و طراحی کفش که توسط معاونت آموزشی جهاد دانشگاهی شریف تهیه شده بود **مشروط به ارائه برنامه اجرایی و "چشم انداز آموزشی"** توسط صنعت کفش موافقت کردند.

درخواست "برنامه اجرایی و چشم انداز آموزشی" توسط آقای دکتر بلندی از صنعت؛ در حقیقت چک ضمانتی بود که صنعت می بایست برای تداوم برگزاری این رشته و تکمیل آن از یک سو و تربیت نیروی انسانی متخصص با تمرکز بر "معرفی دانشجو از دل صنعت" و یافتن اساتید صاحب صلاحیت و در آینده تربیت اساتید مورد نیاز از سوی دیگر؛ هزینه می کرد.

به نظر نگارنده این درخواست مدیر ارشد دانشگاه از صنعتی که کارشناسان خبره در آسیب شناسی عقب ماندگی آن از دیگران به حق به این نتیجه رسیده اند که "توجه نکردن به تربیت نیروی انسانی متخصص و آموزش دیده یکی از مهمترین چالش های صنعت در دهه گذشته و آینده است"؛ یک مطالبه حداقلی است. و فقط ایشان خواسته اند به موضوع رشته کفش در دانشگاه؛ با همان رویکردی نگاه شود که بر اساس آن اصحاب صنعت در کسب و کار عادی و روزانه خود برای تداوم فعالیت به آن نیاز دارند؛ و آن رعایت قاعده هزینه - فایده است. طبیعی است اگر تعداد دانشجویان معرفی شده برای برگزاری این کلاس ها از استاندارد تشکیل کلاس کمتر باشد؛ از دید دانشگاه و بر اساس قاعده هزینه - فایده ادامه فعالیت کلاس ها اقتصادی نیست. و عکس آن نیز صادق است؛ و آن اینکه اگر اصحاب صنعت هیچ نتیجه ای از فارغ التحصیلان این رشته در بهبود روند تولید خود نگیرند؛ انگیزه لازم برای معرفی نیروهای جدید تر را برای ادامه تحصیل از دست می دهند و آموزش را به جای اینکه سرمایه گذاری ببندند،

**"اگر به هر دلیلی جوانان
دانشگاهی نسل سومی جذب این
صنعت بومی و سنتی نمی شوند
و یا صنعت آنها را جذب نمی کند
لااقل جوانان شاغل در صنعت را
دانشگاهی کنیم"**



این رشته را از آنها بگیرد. و جالب است که اگر از نگاه دانشجویان و علاقمندان به تحصیل در این رشته نیز موضوع مورد آسیب شناسی قرار گیرد، خواهیم شنید که برخی صاحب کاران و میران واحد های تولیدی؛ حمایت لازم را از شرکت آنها در این دوره ها انجام نمی دهند. و به عنوان نمونه: نگارنده در دوره اول در مرکز فرمانیه که نقش جامعه صنعت کفش در هماهنگی بین دانشجو و صنعت و دانشگاه پر رنگ تر بود؛ چندین بار می بایست با صاحبان صنعت تماس بگیرد تا سفارش نماید مدیر کارخانه و یا مدیر تولید شرکت اجازه حضور این دانشجو در سر کلاس درس را صادر نماید!! و یا اینکه وقتی اطلاعیه دعوت از متقاضیان برای دوره های دوم به بعد در برخی مراکز تولیدی کوچک پخش گردید و در دیوار کنار برخی از واحد ها چسبانده شد؛ با عکس العمل سرد برخی صاحب کاران روبرو گردید.

واقعیت این است که همه تشکل های صنعتی و صنفی موجود در کفش و چرم و صنایع وابسته از جمله جامعه صنعت کفش ایران و حتی دانشگاه نیز در طول این سالها؛ ضمن اینکه آسیب شناسی جدی از علل عدم استقبال صاحبان صنعت از معرفی دانشجو برای ادامه تحصیل در این رشته انجام ندادند، برای پیدا کردن جواب سوال آقای دکتر بلندی (چشم انداز آموزشی صنعت) نیز کار جدی و مستمر و گروهی و سیستماتیک انجام ندادند. و اقداماتی هم که در این زمینه صورت گرفت بصورت پراکنده و غیر سیستماتیک و غیر مکتوب بود. و نمونه آن اینکه بعد از تشکیل نشدن کلاس ها در دوره دوم در فرمانیه هیچ صدای اعتراضی از صاحبان صنعت نیامد! و اگر هم صدایی بود به گوش ما نرسید!! و البته از حق نباید گذشت کرد که بهترین تجربیات تربیت دانشجو و استاد و کار گروهی و تدوین جزوات درسی و کار آزمایشگاهی و بازدید های فراوان و متنوع از واحد های تولیدی در طول برگزاری تشکیل دوره اول انجام گرفت و دلیل این مدعا

هزینه تلقی خواهند کرد. و با این نگرش در قالب قاعده هزینه - فایده جایی را برای حمایت از معرفی دانشجو به این رشته نخواهند داشت. و یا اینکه به ترکیب دروس در سیلابس رشته مورد نظر اعتراض دارند و مثلاً اعتقاد دارند که فلان درس باید حذف شود و یا فلان درس باید اضافه شود. و یا اینکه در مورد اساتید آن اعتراض دارند که آنها چیز جدیدی ندارند که بخواهند به دانشجویان اضافه نمایند و باید سراغ اساتید خارجی رفت و یا اینکه چرا باید این دانشجویان باید فیزیک و ریاضی بخوانند و دروس عمومی داشته باشند و این درس ها بدردت صنعت نمی خورد!!، یا این روش تربیت نیروی انسانی از طریق درس خواندن و آموزش کلاسیک در مراکز آموزش عالی برای تربیت نیروی انسانی ماهر و کار آمد در صنعت کفش ایران را مناسب نمی بینند و تداعی نوعی بیماری مدرک گرایی تلقی می کنند!! و به همین دلیل اعتقاد دارند که باید سراغ طراحی دوره های کوتاه مدت کاربردی رفت که سریع بتواند بدون اینکه نیروی انسانی آموزش دیده را صاحب حق مدرک کاردانی و یا کارشناسی نماید و آنها را اصطلاحاً پشت میزی تربیت نماید؛ تبدیل به آچار بدستانی نماید که مشکل مهارت و کمبود تخصص را در دل تولید حل نمایند! و دهها ابهام دیگر که باعث می شود انگیزه لازم برای معرفی دانشجو و حمایت از

**علف های هرز چهره باغ را زشت می کنند؛
افکار منفی هم زندگی را زشت می سازند.**



خروجی دانشجویان این دوره است که هر کدام در موقعیتی که هستند؛ اثر گذارند. و لازم است در این جا از تلاش های صمیمانه و اثر بخش آقای مهندس سلیمی عزیز به عنوان اولین مدیر گروه رشته تولید کفش در مرکز فرمانیه که برای سازماندهی هر چه بهتر برگزاری اولین دوره از هیچ کوششی دریغ نکردند؛ تشکر و سپاسگزاری گردد. انتظار می رود با درخواستی که از مدیریت محترم پژوهش مرکز زرتشت در کار گروه تخصصی و شورای راهبردی تعیین رشته های مورد نیاز کفش و چرم در دو هفته قبل انجام گرفت؛ سوت آغاز آسیب شناسی علت عدم جذب دانشجو در رشته کفش و چرم به صدا درآید! و برای یک بار و همیشه این تجربه در حافظه تاریخی صنعت ماندگار شود. انشا...

به نظر می رسد دوستان و همکاران و اصحاب صنعت کفش یک بار دیگر لازم است مشخصات کلی برنامه و سرفصل دروس کاردانی نا پیوسته علمی کاربردی تولید کفش را از بخش مقالات و پایان نامه های سایت صنعت کفش مورد بررسی و مطالعه قرار دهند تا در جریان اهداف طراحان این دوره قرار گیرند. در صفحه چهار در تعریف و هدف از برگزاری دوره اشاره گردیده است: **هدف تربیت تکنسینی است که با تسلط بر اصول اولیه طراحی بتواند بر اساس مدل موجود نسبت به تهیه طرح کفش و تولید آن اقدام نماید. همچنین قادر به سرپرستی خطوط تولید بوده و بتواند بین کارشناس و کارگر ماهر در زمینه تولید کفش تبادل اطلاعات انجام دهد.**

در حقیقت دانشجو در شش پودمان مستقل مانند **شناخت کفش** دروس مربوط به ویژگی های انواع کفش؛ ارگونومی و سایز بندی؛ پلیمر در صنعت کفش؛ شناخت مواد در صنعت کفش و کفش های خاص را می آموزد و در **پودمان طراحی کفش** با مبانی هنر های تجسمی و طراحی پایه و نقشه کشی صنعتی آشنا می شود و در **پودمان ساخت رویه** دروس برش و اشکال و نازک کاری و دوخت را می آموزد و در **پودمان آنالیز** با مبانی طراحی صنعتی؛ نرم افزارهای تخصصی همراه با کارورزی آشنا می شود و در

پودمان کارکشی با دروس **کارکشی** و محصول نهائی همراه با کارورزی ۲ آشنا می شود و در پودمان **سرپرستی** دروس امور بازرگانی؛ هزینه یابی؛ مدیریت تولید؛ ایمنی و بهداشت و زبان تخصصی را خواهد آموخت. بدیهی است در پودمان پایه؛ دانشجو با دروس ریاضی و فیزیک عمومی؛ آزمایشگاه فیزیک کاربردی و شیمی عمومی آشنا خواهد شد. و در نهایت به مجموعه واحد های فوق ۱۵ واحد دروس عمومی طبق مصوبات وزارت علوم اضافه خواهد شد. جهت گیری دروس در این دوره بر پایه حدود چهل درصد نظری و شصت درصد عملی خواهد بود.

سال گذشته بعد از سفر آیمد و بازدید برخی از اصحاب صنعت از امکانات مرکز آموزشی TASEF در استانبول و مذاکرات بعد از سفر با مدیران ارشد سازمان فنی حرفه ای استان تهران و آمادگی آنها با واگذاری مرکز فنی حرفه ای پردیس برای آموزش چرم و کفش و محصولات چرمی و بازدید اصحاب چرم و کفش در یک روز جمعه از مرکز تازه تاسیس پردیس؛ و پیش بینی عدم جذب دانشجو بدلیل دوری راه؛ عزیزان هیئت مدیره اتحادیه کفش دستدوز تهران همت به خرج دادند و با آماده سازی بخشی از ساختمان اداری اتحادیه جهت آموزش کوتاه مدت کاربردی؛ آمادگی خود را برای برگزاری دوره های کوتاه مدت عملی جهت تربیت نیروی انسانی مورد نیاز صنعت و صنف اعلام نمودند و مذاکراتی نیز برای خرید ماشین آلات آموزشی و جذب اساتید طراحی و مدل سازی از کشورهای ترکیه و ایتالیا انجام شد و در حال حاضر در مرحله همت عالی اصحاب صنعت هستند تا



با ساختاری جدید در محل اتحادیه کفش دستدوز تهران نسبت به ایجاد مرکز آموزشی در محل اتحادیه اقدام نمایند.

متعاقب این تحولات؛ در یک ماه گذشته نیز به همت مدیر کل محترم دفتر صنایع نساجی و پوشاک آقای دکتر مردانی و پیگیری های آقای دکتر مظفری رئیس محترم مرکز علمی کاربردی چرم تهران در زرتشت و روسای تشکل های اتحادیه کفش دست دوز تهران و انجمن صنایع نساجی ایران و جامعه صنعت کفش ایران و تعدادی از اعضای محترم هیئت مدیره این تشکل ها؛ اقدامات خوبی برای تشکیل شورای راهبردی تعیین رشته های مورد نیاز کفش و چرم صورت گرفت که حاصل آنرا در خبر های مربوط به اقدامات جامعه صنعت کفش در همین شماره مشاهده خواهید نمود. ماحصل آن این بود که رشته فعلی ادامه یابد و دوره کارشناسی رشته کفش بعد از تدوین سیلابس دروس آن به تصویب برسد. و تک پودمان طراحی و مدلسازی کفش طراحی گردید تا در صورتیکه متقاضیان علاقمندی لازم را برای تحصیل در دوره کاردانی نداشته باشند؛ بتوانند همان سیلابس های درسی را بصورت پودمان مستقل و در قالب دوره های کوتاه مدت بگذرانند. ضمناً بین دانشگاه و صنعت و صنف کار گروه تخصصی برای هماهنگی برنامه های مرتبط به این رشته تشکیل شد. و موافقت گردید منبع کلیه برنامه های اجرایی مرتبط



سخن پایانی را با فرمایشات آقای مهندس نعمت زاده به پایان می‌رسانیم: آقای مهندس نعمت زاده در جلسه مشترک مسئولین تشکل‌های صنعتی و صنعتی کفش و چرم با ایشان در ۱۸ تیر ماه سال جاری که گزارش تفصیلی آن در سخن دوم شماره ۱۸۷ تیر ماه نشریه صنعت کفش قابل مشاهده است فرمودند "آنچه که خیلی مهم است مربوط به خود صنعت است؛ و آن اینکه صنعت به خاطر سنتی بودن باید خیلی تلاش کند تا از این مرحله عبور نماید. باید به مد و برند اهمیت دهید.... توصیه می‌کنم که کارهایی که قبلاً در کار گروه ایران و ایتالیا انجام دادید فعال کنید. از دولت کمک بگیرید و اگر نتوانست از منابع خود صنعت این کار را ادامه دهید. توصیه می‌کنم این کار را دنبال کنید؛ خود صنعت هزینه این کار را بدهد و استاد ایتالیایی بیاورید و کار آموزش را در ایران شروع کنید".

با رشته تولید کفش از دل این کار گروه بیرون آید. به نظر می‌رسد شش سال بعد از درخواست آقای دکتر بلندی؛ زمینه‌های عینی تدوین "چشم‌انداز آموزشی" در صنعت کفش در حال فراهم شدن است و اگر در سالهای گذشته اقداماتی در این زمینه به تنهایی توسط جامعه صنعت کفش صورت می‌گرفت؛ معلوم نبود تا چه اندازه حمایت‌های بدنه صنعت را بدنبال می‌داشت و شاید خیر این تاخیر در این باشد. امروز همه متوجه شدند که برای ساختن ماشین نیاز به کشف دوباره آهن نیست!! و همه یاد گرفتیم که می‌توانیم ضمن متفاوت بودن در مسیر اهداف مشترک قدم‌های بلندی برداریم. ما در حال آموزش این حقیقت هستیم که در برخوردهای جمعی خیلی به "تفاوت‌ها" اهمیت ندهیم و بیشتر به منافع ملی به عنوان الویت اول نگاه کنیم. در حال تمرین این واقعیت هستیم که از فرمول "کوتاه آمدن" و "کنار آمدن" برای حل و فصل اختلافات کمک بگیریم تا "قهر کردن" و "طرف مقابل را" حذف کردن". کم‌کم متوجه شدیم که اختلافات را امری طبیعی بدانیم. در حال آموزش این حقیقت هستیم که زمانی می‌توانیم به هدف و کار مشترک برسیم که اصول و قواعد کار گروهی را رعایت کنیم. یاد گرفتیم که رمز تداوم موفقیت اعتقاد به آموزش و تحقیقات و کار گروهی و تشکل‌گرایی است. فرصت‌هایی که دیگران از ما در سالهای گذشته گرفتند به ما آموخت که با نوسازی و ترفیع فن‌آوری‌های موجود و نیروی انسانی ماهر و آموزش دیده و ارتقا بهره‌وری می‌توانیم برای توسعه صنعت کفش خودمان هدف‌گذاری‌های بلند داشته باشیم. امروز بین اتحادیه‌های صنعتی و تشکل‌های صنعتی کفش و چرم و صنایع وابسته تهران و شهرستان‌ها؛ هم‌افزایی بوجود آمده است. امروز همه متوجه آثار مثبت این هم‌زبانی؛ هم‌فکری و همدلی شدند. امروز صنعت کفش و چرم و صنایع وابسته می‌تواند ادعا نماید که منشور اخلاق حرفه‌ای دارد؛ امروز که نسیم دوران طلایی تولید در کشور شروع شده و مسئولین ارشد کشور متوجه شدند که کاهش آسیب‌های اجتماعی مانند بیکاری و طلاق و اعتیاد و تورم فقط و فقط با تولید و کار و اشتغال پایدار قابل حل است؛ صنعت کفش ما در تلاش برای ارتقاجایگاه پر اهمیت آموزش و مدیریت یادگیری در توسعه صنعت کفش و چرم کشور است؛ امروز می‌توانیم صحبت از تدوین چشم‌انداز آموزشی و برنامه‌های اجرایی آن نمود. امروز متوجه شدیم آجری که توسط رهبر فقید هند گاندی بزرگ در ۶۷ سال قبل برای ایجاد مرکز تحقیقات چرم و صنایع پشتیبان هند به زمین زده شد؛ به عنوان یک ارثیه پاک برای هندوستان امروز چگونه باعث شده که به صنعت کفش به عنوان موتور حرکت دهنده و میان‌بر صنعت چرم نگاه شود؛ امروز در مرکز علمی کاربردی چرم زرتشت؛ مسئولین فعلی دریافتند که به کاربستن تجربیات مرکز فرمانیه در برگزاری رشته کفش، برای آنها و کشور سود فراوانی را بدنبال خواهد داشت. و این دور شدن‌ها در دو سال گذشته هزینه زیادی را به آموزش عالی کشور و صنعت کفش تحمیل نمود. پیش‌بینی می‌شود در شرایط امروز؛ با توجه به تحولات زیادی که در صنعت کفش جهان در حال وقوع است و با توجه به رشد روز افزون مصرف کفش در کشور و ضرورت افزایش سهم تولیدات داخلی در سبد مصرف کفش خانوارهای ایرانی و با عنایت به همدلی‌ها و هم‌زبانی‌های اصحاب صنعت در دو سال گذشته و نزدیکی آنها با مراکز آموزش عالی و ورود به عصر طلایی تولید در ایران؛ ضرورت توجه به تربیت نیروی انسانی ماهر و آموزش دیده دانشگاهی و کوتاه مدت به عنوان سرمایه نامشهود و پل ارتباطی بین دانش و فن‌آوری روز با سرمایه مشهود؛ روز به روز بیشتر خواهد شد.

مخلص کلام این که اگر به هر دلیلی جوانان دانشگاهی نسل سومی جذب این صنعت بومی و سنتی نمی‌شوند و یا صنعت آنها را جذب نمی‌کند؛ لاقلاً جوانان شاغل در صنعت را دانشگاهی کنیم.

علت فروپاشی بیش‌تر کسب و کارهای کوچک این است که صاحبان آن‌ها فکر می‌کنند خودشان باید همه کارها را انجام دهند.



خلاصه گزارش عملکرد کارگروه آموزش و استاندارد (مرداد و شهریور ۱۳۹۲)

مهندس محمد نقی سلیمی

چرم مصنوعی : پارچه های روکش شده
با پلاستیک مورد مصرف در مبلمان روکش
PU و کفپوشهای نساجی - قابلیت احتراق
کفپوشهای نساجی تکمیل شده .

ج : پای پوش :

وسایل حفاظت شخصی پای پوش
ایمنی ویژگی ها (بازنگری استاندارد پوتین
ایمنی در دست اقدام)
۴. تشکیل کارگروه راهبردی تدوین رشته ی
دانشگاهی کفش در مقطع کارشناسی.
۵. ارزیابی سرارزیاب آزمایشگاه جهت
اخذ گواهی صلاحیت شرکت چرم وطن ،
جهان رنگین آزما و نیک تکس .
۶. دعوت از کارشناسان و مخصصین
پژوهشگاه استاندارد در غرفه جامع صنعت
کفش برای پاسخگویی به سوالات و راهنمایی
صنعتگران و مشارکت در ارائه خدمات به
مراجعین در زمان برگزاری نمایشگاه.
۷. تدوین و ارائه برنامه درسی و زمانبندی
کلاسهای دانشجویان رشته ی کفش مرکز
زرتشت در نیمسال تحصیلی جدید.
۸. تشکیل جلسه برای بررسی اخذ
گواهی ایزو برای جامعه صنعت کفش .
۹. حضور در غرفه ی دانشگاه برای جذب
دانشجو و پیش ثبت نام ۸۰ نفر داوطلب برای
ثبت نام بهمن ماه .



۱. حضور در جلسه هم اندیشی کارشناسان و ارزیابان پژوهشکده سیستم های
بازرسی و نظارت سازمان ملی استاندارد.
۲. تدوین منشور اخلاقی ارزیابان استاندارد
۳. حضور در جلسات تدوین استاندارد ها

الف : چرم طبیعی :

شناسایی چرم به روش میکروسکوپی ، آزمونهای ثبات رنگ چرم در برابر عرق
بدن ، آزمونهای فیزیکی و مکانیکی تعیین مقاومت به گسیختگی و درصد ازدیاد
طول چرم ، آزمونهای ثبات رنگ در برابر مالش ، آزمونهای فیزیکی تعیین مقاومت
به اب چرمهای سنگین.

ب : چرم مصنوعی :

پارچه های روکش شده با پلاستیک مورد مصرف در مبلمان روکش PVC

تا جایی که می توانید دانش مالی خود را افزایش دهید و
با حسابداران و بانک تان همکاری نزدیک داشته باشید.
بدانید جریان نقدینگی مهم تر از سودآوری است.

تنوع طراحی و مدل ضعف صنعت کفش ایران

فاطمه امیراحمدی

f.amirahmadi77@yahoo.com

و تصور نمی کرده است صنعت کفش ایرانی در این سطح و پایه قرار داشته باشد.

پیشنهاد بتتی به تولیدکنندگان ایرانی

مارکو بتتی به تولیدکنندگان ایرانی توصیه کرد، برای این که در سطح بین المللی، خود را به دیگر صنعت کاران این حرفه بشناسانند، باید در نمایشگاه هایی که در همین رابطه در کشورهای مختلف در سطح فراملی برگزار می شود، شرکت کرده و نیز حضور فعال داشته باشند.

این امر باعث می شود تا صنعت کیف و کفش ایرانی و برندهای ایرانی در سطح بین الملل مطرح شود. و همچنین در بازارهای جهانی جایگاهی که شایسته آن است را به دست آورد.

مشارکت هنجوین ایرانی در کلاس آموزشی

وقتی بتتی کفش های زینتی زنانه را مدل به مدل به هنجوین خود نشان می داد و در مورد کیفیت کار مثلا بندیک های رویه ی کفش برای شاگردان خود توضیحاتی ارائه می داد این که فاصله از نوک کفش و پاشنه ی کفش باید چه طور تعیین شود و چه چیزهایی باید برای آن در نظر گرفته شود، شاگردان ایرانی نیز اطلاعاتی بر آن می افزودند و بحث را کامل می کردند. همین امر گاهی اوقات مخاطب را متوجه ی چشمان متعجب مدرس ایتالیایی می کرد.

در همین رابطه در پایان کلاس

صنعت کفش: هنجوین ایرانی در کلاس آموزشی امپکس ۹۲ تهران، بیش تر مشتاق بودند تا طرح ها و مدل های کفش های ایتالیایی را ببینند که این نشان می داد نقطه ی ضعف تولیدکننده ی ایرانی، در تنوع مدل و طراحی متنوع از کیف و کفش است.

تولیدکنندگان که خاطره ی خوشی از کلاس آموزشی امپکس ۹۱ تهران داشتند، بسیاری نیز در این کلاس ثبت نام کرده بودند. شنیدم از تولیدکنندگان که کلاس آموزشی سال پیش به قدری استقبال کننده زیاد بوده است که فضای محدود کلاس گنجایش این تعداد زیاد از هنر جوها را نداشته و بسیاری ایستاده از کلاس استفاده می کردند و بسیاری نیز نتوانستند از این حداقل بهره مند شوند. بعضی می گفتند از تک تک دقایق کلاس نت برداری کرده و استفاده کرده اند. و بسیاری نیز صحبت های مدرس را ضبط کرده اند تا چیزی از قلم نیندازند. اما آن چه که از فضای کلی کلاس امسال و صندلی های خالی برآورد می شد حکایت از چیزی را داشت که در ذیل می آید.

مدرسی جوان با کوله باری ۲۰ ساله

مارکو بتتی (Marco Betti)، مدرس جوانی که برای تدریس "کنترل کیفیت" از او دعوت به عمل آمده بود. او تمام تلاش خود را در انتقال آموزه ها و تجربیات خود به تولیدکنندگانی که در کلاس او شرکت داشتند، می کرد. به گفته ی وی، پدرش ۶۰ سال در این صنعت تجربه داشت و خود وی نیز ۲۰ سالی در کار کیف و کفش تجربه اندوخته بود.

تبادل دانش و اطلاعات بین مدرس و هنجوین

اگر چه کلاس، نسبتا خلوت بود، اما اشتیاق و فعالیت همین تعداد کم هنجو، کلاس را پویا ساخته بود. و آن ذات خوش طبعی ایرانی، هرازگاهی در کلاس خود را نشان می داد و هیجان را در کلاس به وجود می آورد. بتتی به هنجوین ایرانی خود کفش هایی، با مدل ها و طرح های متنوع بسیاری نشان می داد و روی هر کدام توضیحات لازم در خصوص کنترل کیفیت ارائه می نمود. و جالب است که توسط تولیدکنندگان خوش ذوق ایرانی به چالش کشیده می شد. و شاید باور نداشت، دانش و اطلاعات تولیدکنندگان ایرانی در این سطح بالا باشد.

نظر مدرس ایتالیایی نسبت به سطح کیفی صنعت کفش در ایران

طی گفت و گویی که با استادکار ایتالیایی صورت گرفت؛ وی اذعان داشت که صنعت کفش و دانش حرفه ای تولیدکنندگان ایرانی در رتبه ی خوبی قرار دارد و قبل از سفر به ایران (این اولین سفر وی به ایران بوده است) هیچ اطلاعاتی در این رابطه نداشته

راز تحقق رویاها در چهار کلمه خلاصه می شود: کنجکاوی، شجاعت، پیگیری و مهم تر از همه اعتماد به نفس.





به پرسش گر می داد.

هنرجویان بیش تر مشتاق بودند تا طرح ها و مدل های کفش ها را ببینند و بعضا از برخی مدل ها عکس نیز می گرفتند. این نشان می داد که تولیدکننده ی ایرانی، از دانش و اطلاعات خوبی برای کیفیت کفش برخوردار است اما ضعفش در طراحی و مدل آن است. به همین خاطر مشتاق بودند مدل های مختلفی چه در زمینه ی کفش زنانه و چه در زمینه ی کفش مردانه ببینند و طرح ها را به خاطر بسپارند. البته نباید این نکته را نیز فراموش کرد که زمانی کفش ایرانی در سطح فراملی جایگاه ویژه ای داشته است.

تفاوت سلايق ملل با يکديگر

هنگامی که بتنی مدل های مختلف را روی صفحه ی دیجیتال کلاس برای هنرجویان خود نمایش می داد، در ابتدا از کفش های زنانه شروع کرد. مدل کفش ها گاهی اوقات مخاطب را به شک می انداخت که آیا این مدل کفش، کفش زنانه است! به طور مثال، وی چکمه ی زنانه ای را نشان داد که اگر خود نمی گفت زنانه است مخاطب تصور می کرد مدلی از یک چکمه ی مردانه در حال تماشا است. زیرا چکمه بیش تر به چکمه ی سربازان گشتاپو در جنگ جهانی شبیه بود تا سلیقه ی ظریف پسند زنانه. با نشان دادن این چکمه ی زنانه! فضایی از یک مناظره ی مفرح در کلاس به وجود آمد که مدرس و هنرجویان به تبادل اطلاعات فرهنگی با یکدیگر پرداختند.

در انتهای کلاس، یعنی جمعه بعد از ظهر که در واقع روز پایانی نمایشگاه امپکس مهر ماه ۹۲ تهران بود، مدیران و مسئولین این نمایشگاه به همراه هنرجویان و مدرس ایتالیایی، با یکدیگر عکس یادگاری گرفتند تا این نمایشگاه نیز با تمام دستاوردها و تجربیاتش به عنوان دومین نمایشگاه کیف و کفش و ابزارآلات، برای آن ها ثبت تصویری شود.

مجله صنعت کفش، امید دارد تا روزی برای تهیه گزارش از دستاوردهای تولیدکنندگان ایرانی، آن ها را در نمایشگاه های بین المللی در کنار کشورهای مطرح در این زمینه ببیند و گزارش تهیه کند؛ چیزی که لایق این صنعت است.

"گفت و گوی اختصاصی با مارکو بتی را از زاویه ای دیگر در شماره بعد می خوانید"

حتی برخی تولیدکنندگان به اعتراض بیان می کردند، چیزی فراتر از اطلاعات خود از کلاس کسب نکردند. و معتقد بودند مدرس ایتالیایی سال گذشته بسیار حرفه ای تر و تخصصی تر به مباحث می پرداخت و دقیقه به دقیقه آن کلاس برایشان مفید بوده است. البته در این میان بودند تولیدکنندگان مشتاقی که صندلی های جلویی را از آن خود کرده بودند و سراپا گوش، به آن چه که مدرس همراه تصاویر کفش، بیان می کرد را نت برداری می کردند.

مشارکت فعال هنرجویان در کلاس نقطه ی مثبتی است که نشان می دهد ظرفیت و پتانسیل فراملی شدن این صنعت بسیار بالاست. به طور مثال یکی از تولیدکنندگان صندل در ارتباط با موضوعی در زمینه ی کفش به گفت و گویی صمیمانه با بتی پرداخت؛ به طوری که وی در جایگاه استاد و استاد نشسته روی سکو در میزگرد فرضی با هم به گفت و گو و تبادل اطلاعات می پرداختند.

طراحی و مدل ضعف تولیدکنندگان داخلی

مارکو بتی از شاگردان خود راضی بود. زیرا فکر نمی کرد با شاگردانی در این سطح از دانش و اطلاعات روبه رو باشد. زمانی که او با پرسشی خاص از سوی هنرجویان ایرانی اش مواجه می شد، پاسخ را نه به تنهایی بلکه با مشارکت و کمک بقیه ی تولیدکنندگان ایرانی

رویکرد علمی - آموزشی نقطه برجسته کارگاه

فاطمه امیراحمدی

f.amirahmadi77@yahoo.com

تعامل تولیدکنندگان و ارتقا آموزش و یادگیری

از دیگر نکات مثبتی که شرکت کنندگان در این کلاس عنوان داشتند، تعامل خود تولیدی‌ها با یکدیگر بود که تجربه‌های کاری خود را در اختیار هم قرار می‌دادند. آن‌ها اظهار داشتند؛ وقتی گروه‌ای در کار می‌افتاد و در قسمتی از کفش به مشکل برمی‌خوردیم، نظرات گوناگون بر اساس تجربه‌های شخصی افراد، بیان می‌شد و این ما را به نتیجه نزدیک‌تر می‌کرد.

آقای محسنیان یکی از شرکت کنندگان این کارگاه که در صنعت کفش، قالب‌ساز است هدف از شرکت در این کارگاه را ارتقا کیفی کار خود عنوان کرد و گفت؛ برای یادگیری تکنیک‌های جدید، در این کلاس شرکت کردم تا کارم را به روز کنم.

از دیگر نکاتی که هنرجویان به آن اشاره کردند این بود که این کلاس‌ها باید ادامه دار باشد تا بحث‌های مرتبط با هم در کنار هم تکرار شوند. این شیوه از آموزش، کیفیت کار را ارتقا خواهد بخشید.

کارگاه آموزشی که کلاس آموزشی بود

اما از نکات ضعفی که شرکت کنندگان عنوان داشتند و کاملاً در کارگاه (کلاس) آموزشی محسوس بود، این بود که هنرجویان صنعت کفش در واقع می‌توان گفت در کلاس آموزشی شرکت کرده بودند تا کارگاه آموزشی. این نقطه ضعفی بود که در بدو ورود



مجله صنعت کفش: کارگاه آموزشی مدل سازی که از ۵ لغایت ۱۷ آبان ماه در اتحادیه کفاشان دست‌دوز برای هنرجویان کفش برگزار شد؛ در جهت ارتقا کیفی دانش صنعت کفش ایران بود که از سوی این اتحادیه برگزار گردید. این کلاس در ادامه‌ی کارگاه آموزشی "کنترل کیفیت" بود که در طول نمایشگاه امپکس ۲ برگزار شده بود. مدرس کارگاه آموزشی مدل سازی، «جوزپ دیکیارو» از کشور ایتالیا بود که در این صنعت تجربه‌ای ۱۸ ساله داشت. گزارش زیر حاصل گفت‌وگو با تولیدکنندگان کفش، اعم از زنانه و مردانه است که شامل؛ «ایتال مد»، «روکو»، «آرتی ویس»، «پای آر»، «نهرین»، «همیشه بهار»، «استاراستپ»، «کیمیاچرم»، «کفش امین»، «پادوآ»، «کفش امیران»، «صندل بارش»، «پاسارگاد»، «پاژنگ»، «کفش عبادی»، «شهر قم»، «گلگسی»، «کفش رادین» و «کفش البرز» بودند. و نیز دانشجویان رشته‌ی کفش که برای بالا بردن دانش خود در این کلاس حضور پیدا کرده بودند.

آموزش و یادگیری به شیوه‌ای علمی

تولیدکنندگان شرکت کننده در این کارگاه ضمن رضایت از کلاس بیان داشتند؛ این کلاس بسیار مفید بود زیرا آن چه که ما تا به امروز به شیوه‌ی آزمون و خطا در صنعت کفش برای تولید کفش به کار می‌بردیم، به شکل علمی و فرموله شده، آموختیم. پیش از این و در واقع اکثر تولیدکنندگان ما با تولید یک جفت کفش از مدلی جدید، در ابتدا آن را در پای مشتریان و یا افراد دیگر، امتحان می‌کنند و ایرادهای کار را می‌گیرند، سپس آن مدل کفش را به تولید انبوه می‌رسانند. اما این کلاس آموزش داد تا با اندازه‌گیری و الگو کشیدن، به شیوه‌ای کاملاً فرموله شده و علمی، کار تولید و سپس وارد بازار فروش شود.

مدیر باید آنچه را می‌گوید؛ خود به کار بندد.
در این دنیای شفاف و پخش گسترده اطلاعات
نمی‌توان چیزی گفت و خلاف آن را عمل کرد.





شرکت کنندگان این دوره آموزشی عنوان کردند : باید این کلاس مفید در یک کارگاه تشکیل می شد تا ابزار کار اعم از چرم ، قالب ، میز مناسب و... وجود داشت تا به جای کشیدن الگو روی کاغذ و روی میز لرزان کار را روی چرم پیاده می کردیم . زیرا الگو کشی روی این دو با هم متفاوت است .

و نیز تولیدکنندگانی شرکت کرده بودند که چندین سال تجربه‌ی این کار را داشتند و تقریباً استادکار بودند. حضور این استادکاران تنها برای بالا بردن اطلاعات خود و به روز کردن دانش بود. این تفاوت سطح حرفه‌ای، هم انرژی مدرس را می‌گرفت و هم باعث خستگی شرکت کنندگان باتجربه‌ی صنعت کفش می‌شد. به‌طور مثال بیان کردن؛ افراد تازه‌کار، پرسش‌هایی داشتند که برای حرفه‌ای‌ها بسیار ساده و ابتدایی بود. همین امر (طبقه‌بندی نشدن شرکت کنندگان) و بیان سوالات با سطح دانش بسیار متفاوت، باعث گیجی و بی‌نظمی کلاس شده بود.

پیاده نشدن کار به صورت عملی به خاطر نبود زمان کافی

از دیگر نقاط آسیبی که تولیدکنندگان حاضر در کارگاه آموزشی مدل‌سازی به آن اشاره کردند، برگزاری کلاس بدون وقفه‌ی زمانی بود؛ چه درباره نشستن در کلاس از صبح تا ظهر (تولیدکنندگان کفش زنانه) بدون زمانی برای استراحت و بعداز ظهر تا ساعت ۱۶ (تولیدکنندگان کفش مردانه)، و چه بدون فاصله برگزار شدن کلاس‌ها. آن‌ها عنوان داشتند؛ اگر بین ساعات یک روز کلاس، زمانی برای استراحت در نظر گرفته می‌شد کارایی کلاس بالاتر می‌رفت و بچه‌ها کمتر خسته می‌شدند. و نیز اگر کلاس‌ها با یک فاصله‌ی زمانی یک‌روزه برگزار می‌شد هنرجویان می‌توانستند حداقل در آن فاصله، هر آن‌چه که در آن روز آموختند به صورت عملی در تولیدی خود کار کنند و کفش را با آن‌چه که آموزش دیده بودند تولید کرده و به مدرس نشان می‌دادند. زیرا عیب‌های کار در عمل، بیش‌تر خود را نشان می‌دهد؛ و به این شیوه اشتباهات گرفته می‌شد و راندمان کار بالاتر می‌رفت. در واقع فشردگی کلاس، به کار لطمه زد.

اطلاع‌رسانی ناقص و خبر نداشتن تولیدها

بسیاری عنوان داشتند؛ اطلاع‌رسانی ناقص بود و افراد کمی از تشکیل این کلاس آگاه شدند. و کسانی که نیز در این کارگاه شرکت کردند از طریق دوستان چند روز قبل از تشکیل کلاس، از آن اطلاع یافته بودند. به‌طور مثال خانم درخشانی مسئول کنترل کیفی کفش پای‌آر از تبریز، گفت: "دو روز مانده به کارگاه آموزشی، از

کاملاً ملموس بود. میزهای نه چندان مقاوم و نامناسب برای الگوکشی، نبود ابزار کار برای این امر، صندلی‌های خشک و ناراحت‌کننده و از چیزهایی بود که شرکت کنندگان نسبت به آن اظهار ناراحتی نمودند.

شرکت کنندگان زنانه‌دوز و مردانه‌دوز این کارگاه آموزشی عنوان کردند؛ باید این کارگاه که بسیار هم مفید بود در یک کارگاه واقعی تشکیل می‌شد که ابزار کار اعم از چرم، قالب، میز مناسب کار و وجود داشت تا به جای کشیدن الگو روی کاغذ و روی میز لرزان کار را روی چرم پیاده می‌کردیم. زیرا الگوکشی روی این دو با هم متفاوت است. آن‌ها نیز بیان داشتند؛ چون هر کس مجبور بود وسایل لازم کار را خود بیاورد؛ قالب‌ها مختلف و متفاوت بودند و این موضوع کار را کند می‌کرد و هم‌چنین انرژی بیش‌تری از کلاس می‌گرفت.

سطح دانش متفاوت افراد شرکت‌کننده کارایی لازم را از ساعات آموزشی گرفتند

هنرجویان صنعت کفش اظهار داشتند؛ خوب است قبل از تشکیل کلاس‌هایی این‌چنینی، از متقاضیان، تعیین سطح شود تا بازدهی کار بالا برود. در این کارگاه هنرجویانی حضور داشتند که در نقطه‌ی صفر قرار داشتند

تشکیل این کلاس به وسیله دوستان تولیدکننده آگاه شدم". تولیدکنندگان از نبود بانک اطلاعاتی کارآمد گلایه داشتند و جای آن را خالی دانستند و اظهار امیدواری کردند که هر چه زودتر مسئولان امر به این موضوع رسیدگی کنند.

عدم برنامه‌ریزی در محتوای ارائه شده

از دیگر نکاتی که هنرجویان به آن اشاره کردند؛ عدم برنامه‌ریزی بود. آن‌ها گفتند: عدم برنامه‌ریزی باعث شده بود که مشخص نباشد باید از کجا شروع کنیم و به کجا برسیم. در واقع اتحادیه برای مدرس تعریف نکرده بود که چه کارهایی باید برای کارگاه ارائه بدهد.

از دیگر ضعف‌هایی که تولیدکنندگان به آن اشاره داشتند؛ نبود سیستم صوتی در کلاس بود که مدرس ایتالیایی و مترجم وی را مجبور می‌کرد با صدای بلند مطالب خود را عنوان کنند تا به گوش همه برسد. این کار انرژی‌ای دو چندان لازم داشت. از دیگر نکات، قرار داشتن سرویس بهداشتی در پشت میز مدرس بود که از منظر فرهنگی وجهه‌ی خوبی نداشت.

پیشنهادهای هنرجویان

اکثر شرکت‌کنندگان معتقد بودند؛ ما باید اول قالب‌های خود را اصلاح کنیم، زیرا هیچ‌کدام از آن‌ها درست نیستند. اگر این کار محقق شود کارگاه‌های آموزشی مفیدتر خواهند بود.

از دیگر نکاتی که به آن اشاره شد، ادامه‌دار بودن این نوع کلاس‌ها بود که بازدهی بیش‌تری به همراه خواهد داشت. همچنین اشاره شد اگر نقاطی در صنف کفش از نظر گرید بر پا شود که به قیمت مناسب در اختیار تولیدکننده قرار گیرد، کمک زیادی به صنعت کفش شده است.

و نیز از پیشنهادهایی که تولیدکنندگان شهرستانی داشتند این بود که، از نظر اسکان باید جایی برای کسانی که از شهرهای دیگر برای شرکت در این کلاس‌ها حاضر می‌شوند، در نظر گرفته شود تا آن‌ها دغدغه‌ی جا نداشته باشند. مضاف بر این که معمولاً هزینه‌ی مکان استراحت برای آن‌ها دو برابر هزینه‌ی کلاس، تمام می‌شود. به همین خاطر تولیدکنندگان شهرستانی کم‌تر از این کلاس‌ها استقبال می‌کنند.

گفت‌وگویی کوتاه از چوپ دیکیارو مدرس کارگاه آموزشی

مدرس ایتالیایی نیز در پاسخ به پرسش صنعت کفش درباره‌ی توانایی‌های تولیدکنندگان کفش کشورمان، گفت: توانایی‌های تولیدکنندگان ایرانی در سطح بالایی است و تنها نیاز دارند تا تجارت کنند و مشکل صنعت کفش ایران تجارت نکردن آن‌ها است. به ویژه با کشورهای اروپایی؛ زیرا من در بازار ایتالیا کفشی از ایران تا به امروز ندیده‌ام.

وی در ادامه گفت: کفایش ایرانی دست‌ان هنرمندی دارد اما در طراحی ضعف دارد. همچنین باید به این نکته اشاره کنم که تولیدکننده‌ی ایرانی بیش‌تر به شکل سنتی کار می‌کند. اگر از این نظر خود را بالا بکشند و تلفیقی از کار سنتی و کار ماشینی داشته باشند و تکنیک‌های جدید را بیاموزند حتما در عرصه‌های بین‌المللی موفق خواهند بود.

دیکیارو بیان داشت: صنعت کفش ایران باید خود را به دنیا بشناساند و این کار نیز از طریق حضور آن‌ها در نمایشگاه‌های بین‌المللی امکان‌پذیر خواهد بود. و از طرف دیگر باید شرکت‌های واسطی باشند که در کشورهای دیگر بازاریابی کنند و در واقع به شکل تعاملی، صنعت کفش ایران خود را به بازارهای جهانی بشناساند.

مدرس کارگاه آموزشی مدل‌سازی عنوان داشت: تولید کفش مردانه پیچیدگی‌های بیش‌تری نسبت به کفش زنانه دارد و تولیدکنندگان کفش مردانه در ایران قوی‌تر از تولیدکنندگان کفش‌های زنانه هستند. وی اضافه کرد؛ حتی در کلاس آموزشی کفش زنانه، کسانی حضور داشتند که اصلاً کفش کار نکرده بودند؛ ولی در این کارگاه چکمه زنانه دوختند و به کلاس آوردند. در حالی که این برای کفش مردانه اتفاق نمی‌افتد که کسی که در نقطه صفر قرار داشته باشد و در عرض چند جلسه، یک جفت کفش مردانه بدوزد و آماده کند.

همچنین این مدرس ایتالیایی در طی بازدیدی که از یکی از کارخانه‌های کفش در تهران داشت، اظهار کرد: تولیدهای شما در قالب کفش مشکلاتی دارد و اندازه‌ها، معمولاً نادرست و اشتباه هستند که این یکی از نقاط آسیب جدی برای صنعت کفش شما به حساب می‌آید و در این باره باید تدابیری اندیشیده شود (البته در مورد مشکل قالب، خود تولیدکنندگان نیز اشاره داشتند و آن را نقطه ضعف صنعت کفش کشور عنوان کردند).

در انتهای این کارگاه آموزشی «کفش اول» به عنوان یادگاری یک جفت گیوه‌ی ایرانی که هنرمندانه، رویه و زیره آن کار شده بود به مدرس ایتالیایی هدیه داد که باعث خوش‌حالی و شغف وی شد. زیرا این نوع کفش برای او تازگی داشت و بیان کرد؛ تا به حال این نوع از پای‌پوش‌ها را ندیده است. کفشی که به طور کامل ایرانی و سنتی بود.

کارآفرینان جوان در رسانه‌ها بسیار نام‌آور هستند؛ ولی در پشت هر سازمان پیروزمند؛ افراد با تجربه‌ای جا گرفته‌اند.



دومین کارگاه آموزشی «طراحی و مدل سازی» برگزار شد؛

آموزش روز آمد نیازمند ابزار تکنولوژی



تکرار مکررات

از اتفاقات دیگری که در واقع همان تکرار اشکالات دوره قبل بود، باید به استفاده از میزهای نامناسب برای کار و ابزار کاری که هر فرد خود باید آن را به همراه می آورد، اشاره داشت. زیرا هنرجویان دوره قبل تاکید داشتند اگر مسئولین برگزاری این کلاس ها، ابزار کار یک دست را برای هنرجویان فراهم سازند آموزش بهتر صورت می گیرد. این که هر کس خود ابزار کار را بیاورد یک دستی لازم به وجود نمی آید، زیرا معمولاً قالب ها یکی نیست و کار با وقفه های زمانی بیش تری جلو می رود.

همچنین برخی اشاره داشتند اگر اتحادیه این ماشین آلات روزآمد را خریداری می کرد و در اختیار هنرجویان در این دوره ها قرار می داد و بابت آن حتی هزینه ای را دریافت می کرد هم هنرجویان بیش تر استفاده می کردند و هم برای خود اتحادیه یک منبع درآمدی بود. در حال حاضر ما تنها روی کاغذ آموزش می بینیم که خیلی تفاوت می کند با درآوردن این الگو روی چرم. آن ها متذکر شدند اتحادیه از الان می تواند پیش نیازهای آینده خود برای دوره های بعدی تامین سازد.

ضرورت دوره های آموزشی طولانی مدت

از دیگر نکاتی که هنرجویان به آن اشاره داشتند کوتاه مدت بودن این دوره ها بود. بسیاری دوره های یک ساله و حتی دو ساله را ضروری می دانستند و می گفتند؛ چون ما هنوز به شیوه سنتی کار می کنیم، زمان زیادی لازم است که بتوانیم از این مرحله گذر کنیم و وارد دوره های روزآمدی که فرضا کشورهای مطرح در این صنعت دارند، شویم. و در دوره های چند روزه ای این چنینی جواب نخواهد داد یا حداقل جواب لازم را نمی دهد. اول باید تفکرها را تغییر داد تا بتوانیم این تغییر را در عمل و رفتارها نیز شاهد باشیم.

بسیاری اشاره داشتند این دوره ۱۲ روزه که آموزش به طور متوالی هر روز بود، زمانی نداشتیم که بتوانیم به صورت عملی آموزش ها را روی یک کار پیاده کنیم و سپس اشکالات کار را تا زمانی که استاد در ایران هستند رفع کنیم. بعد از پایان دوره معمولاً سوالات زیادی پیش می آید که بی پاسخ می ماند و شاید این باعث شود که ما به همان شیوه خودمان کار را پیش ببریم که برای مان راحت تر است. و این در واقع همان برگشت به نقطه اول است. اگر یک وقفه ای زمانی بین همین کلاس ها بود قطعاً ثمره ای بهتر به همراه داشت.

ماهنامه صنعت کفش: در راستای اهداف صنعت کفش در بخش آموزش و روزآمد کردن دانش و تکنولوژی تولید کنندگان، دومین کارگاه آموزشی «طراحی و مدل سازی» به مدت ۱۲ روز از سوم آذر ماه در «اتحادیه کفش دست دوزان تهران» برای هنرجویان کفش برگزار شد. این کلاس در ادامه ی کارگاه آموزشی سال گذشته با مدرسی «جوزپ دیکیارو» بود که در این صنعت تجربه ای ۱۸ ساله داشت، اما این دوره با تدریس و آموزش «ماسیمو پرتا» با بیش از دو دهه تجربه برگزار شد. و از کارهای خوبی که در این دوره آموزشی صورت گرفت و لازم به ذکر است، استفاده از ویدئو پروژکتور برای آموزش بود که یادگیری را برای هنرجویان آسان تر می نمود. به ویژه آموزش نکات ریز و ظریفی که استاد به آن اشاره می کرد و هنرجویان می توانستند دقیق تر به صورت عملی از روی دست استاد ببینند. و نکته ی جالب دیگر این دوره حضور یک خیاط زنانه دوز برای آموزش بود که تبعه ی افغانی داشت. در ادامه ی حاصل گفت و گو با تولید کنندگان کفش، اعم از زنانه و مردانه و برخی دانشجویان رشته کفش می آید که ارزیابی خود را نسبت به کلاس بیان کرده اند. این گزارش حاصل گفت و گو با کفش «شیمما»، «پارا»، «بهشتیان»، «مستر»، «گس»، «بوتی»، «کاری بو»، «آندو»، «نیز»، «هنر»، «چلی پا»، «آرش»، «پارس»، «صندل بارش»، «شهر قم»، «گلگسی»، «اتزی»، «کارون»، «آدلر»، «رزتی»، «پواراک (Pevarak)»، «کسپرت»، «تولیدی بلک»، «تولیدی پاکلاس» و «کیف و کفش یکی یک دونه» است.

دوره تکمیلی؛ حضور مبتدی و کارآزموده

یکی از اشتباهاتی که چون سال گذشته در این دوره آموزشی نیز اتفاق افتاده بود، در کنار هم قرار گرفتن مبتدی و غیرمبتدی در یک کلاس بود؛ یعنی کسانی که در این حرفه در نقطه صفر بودند و کسانی که سال ها در این حرفه کار کرده اند و صاحب تجربه هستند. و این امر نارضایتی بسیاری را برانگیخته بود. و علت این نارضایتی نیز این بود که استاد باید وقت و انرژی خود را صرف نکات خیلی ابتدایی برای نوآموزانی می کرد که تازه برای اولین بار شروع کرده بودند و دیگری که تنها برای رفع اشکال در کلاس حاضر شده بودند نیز مجبور بودند به این نکات گوش کنند. و این باعث شده بود که وقت بسیاری از آن ها گرفته شود. و حتی اشاره شد افرادی که در دوره ی قبل شرکت داشتند از دیگران جلوتر بودند و این نیز کلاس را از یک دستی خارج کرده بود. بسیاری اشاره داشتند؛ کلاس های این چنینی باید در سه سطح ۱، ۲ و ۳ طراحی و برنامه ریزی شود. به این ترتیب هر هنرجویی یک شناسنامه کاری خواهد داشت و کار منسجم تر پیش می رود.

و شرکت کنندگانی که با این ذهنیت، که این دوره در واقع دوره تکمیلی است، حضور داشتند از این بی برنامه گی اظهار نارضایتی کردند گفتند؛ حتی در اطلاع رسانی نیز این طور به ما گفته شده بود که دوره حاضر، دوره تکمیلی است.



استفاده از استادکار ایرانی برای آموزش

از پیشنهادهای که یکی از تولیدهای زنانه‌دوز داشت این بود که؛ این دوره را می‌توان با یک استاد ایرانی برگزار کرد. اگر چه استاد ایرانی شاید تحصیلات دانشگاهی نداشته باشد اما تجربه‌ی کافی دارد و روش کار او به روش کار من تولیدی که دستی کار می‌کنم نزدیک‌تر، قابل فهم‌تر و در نتیجه کارآمدتر خواهد بود.

برگزاری کلاس‌های نرم‌افزاری برای مکانیزه شدن

هنرجویان زیادی اشاره داشتند برگزاری یک دوره نرم‌افزاری برای تولیدکنندگان ایرانی ضروری و لازم است، زیرا ۹۰ درصد مراحل کار کفش در ایتالیا و دیگر کشورهای سرآمد در این صنعت، کامپیوتری انجام می‌شود. ما اگر بخواهیم صنعت کفش مان مکانیزه شود هیچ راهی نداریم مگر این که این کلاس‌های نرم‌افزاری را در ۳۰ تا ۴۰ روز برای یک دوره آموزشی برگزار کنیم. به نظر می‌رسد اتحادیه کم کم باید این دوره‌های آموزشی را به آن سمت هدایت کند.

اظهارات ضد و نقیض

برخی اظهارنظرها به قدری پراکنده و متناقض بودند که حاکی از آن بود که کلاس یک‌دست و در یک ردیف قرار ندارند. به طور مثال برخی اشاره داشتند مدرس، استادکار خوبی است اما مدرس خوبی نیست و نقطه‌ی مقابل این افراد نیز کسانی بودند که معتقد بودند استاد نکات ظریف و مهمی را به آن‌ها که پایه کار را می‌دانند سر این کلاس آموخته است. یا نسبت به مترجم عدم‌ای می‌گفتند؛ بهتر بود اتحادیه از مترجم سال گذشته برای این دوره نیز استفاده می‌کرد زیرا با اصطلاحات این حرفه آشنا شده بود و بیش‌تر می‌توانست انتقال معنا کند؛ و برخی دیگر معتقد بودند مترجم این دوره بهتر از دوره پیشین توانست به انتقال نکات مدنظر استاد بپردازد. هم‌چنین از دیگر نکاتی که هنرجویان پیشنهاد داشتند؛ دعوت از هنرجویان دوره قبل برای شرکت در دوره جدید است زیرا به این ترتیب لازم نیست استاد تکرار مکررات داشته باشد و وقت و انرژی زیادی از کلاس گرفته شود. هم‌چنین لازم است این دوره‌ها تداوم داشته باشد تا نتایج مطلوب حاصل شود. و نیز اشاره شد اطلاع‌رسانی این دوره‌های آموزشی باید قوی‌تر باشد تا علاقه‌مندان بیش‌تری از آن استفاده کنند. گفت و گویی اختصاصی با استاد آقای موسی‌میرا نیز انجام شده است که در شماره بعد به چاپ می‌رسد.

آموزش روزآمد بدون ابزار تکنولوژیکی آن

برخی نیز اشاره داشتند؛ مدرس کارآموده و استاد بود اما به تکنیک‌های خاصی اشاره می‌کرد که زیاد قابل فهم نبود و نیز برای ما کارایی نداشت. زیرا ابزار کار مورد اشاره استاد که صنعتی کار بود، بسیاری یعنی تقریباً باید گفت ۹۰ درصد تولیدکنندگان ایرانی ندارند و به صورت دستی کار می‌کنند؛ تکنیک‌های مورد اشاره استاد نیاز به دستگاه‌های خاصی دارد که آن‌ها خود در اختیار دارند ولی خرید آن برای تولیدکننده‌ی ایرانی هزینه زیادی می‌طلبد.

اعزام چند کارآموده ایرانی به ایتالیا برای آموزش

از دیگر نکاتی که هنرجویان به آن اشاره کردند این بود که اگر همین هزینه را اتحادیه، سرمایه‌گذاری می‌کرد و چند نفر از افراد خبره از تولیدکنندگان داخلی را برای آموزش به ایتالیا می‌فرستاد شاید بهتر بود. زیرا این تکرار یک سری مطالب در صبح و بعدازظهر در ۱۲ روز متوالی معمولاً مدرس را خسته می‌کند و بازده کار را پایین می‌آورد. تعداد زیاد هنرجویان در یک کلاس البته هرچه کلاس به روزهای پایانی نزدیک‌تر می‌شد از این تعداد ۳۰ نفره کاسته می‌شد- از دیگر نکاتی بود که به آن اشاره شد.

کارایی دوره‌های آموزشی فراتر از آموزش‌های دانشگاهی

از نکات مثبتی که بسیاری از هنرجویان باسابقه به آن اشاره می‌کردند، ظرفیت برگزاری این کلاس‌ها، در گردهم آمدن افراد و تعامل بین آن‌ها بود. این که به این ترتیب تجربیات و مهارت‌های خود را در اختیار هم قرار می‌دهند و دوستی‌ها بیش‌تر می‌شود. برخی نیز اشاره داشتند کارایی این دوره‌ها حتی از آموزش‌های دانشگاهی بیش‌تر است زیرا یک استاد فنی به صورت عملی کار را نشان می‌دهد.

کار مطلوب نتیجه خلاقیت و تجربه

اما یکی از هنرجویان به نکته‌ی قابل تاملی اشاره کرد که گفت: شیوه‌ی استاد برای تدریس در کلاس این بود که یک کارگروهی در این دوره کوتاه مدت (workshop) انجام شود و افراد خلاقانه کار را انجام دهند اما بیش‌تر افراد تنها به دنبال این بودند که ایراد کفش خود را برطرف کنند. اگر هنرجویان شیوه‌ی استاد را می‌پذیرفتند مطمئناً بعد از رفتن استاد اگر حتا در کار برای آن‌ها مشکلی پیش می‌آمد می‌توانستند حل کنند. و این یک‌دست نبودن بچه‌ها و ناهماهنگی‌ها، کارایی کلاس و آموزش را پایین آورد. زیرا استاد بارها سر کلاس گوشزد کردند؛ این حرفه تجربه همراه با سلیقه و دید هر فرد به کار است. و به گفته‌ی بسیاری از هنرجویانی که در دوره قبل شرکت داشتند، کار این مدرس کم خطرات از استاد سال قبل بود.

مشخص نبودن سرفصل‌های آموزش

یکی دیگر از هنرجویان طراح کفش که دانشجوی رشته طراحی صنعتی نیز بود بیان کرد؛ قبل از شرکت در این دوره فکر می‌کردم طراح خوبی هستم ولی با این کلاس، فهمیدم دیگر طرح‌های ما جوابگو نیست و ما باید با علم دنیا همراه شویم. اما متأسفانه عدم برنامه‌ریزی درست و تعیین سرفصل‌های آموزش، باعث شد زمان زیادی از این کلاس از بین برود. از دیگر نکاتی که این دانشجو برای یک طراح موفق اشاره کرد؛ آزمودن تمام مراحل کار از برش کار، پسی ساز تا چرخ کار و پیش کار است تا پس از برطرف کردن اشکالات کار و اطمینان از اجرایی شدن طرح توسط طراح، آن را به دست کارگر بسپارد.

گزارشی کوتاه از جلسه انجمن صنایع چرم ایران؛

تاسیس انیستیتو برای آموزش و به روز رسانی چرم سازان در آینده‌ای نزدیک

پرداخت. «مهر و رهبری» دبیر انجمن نیز درباره کارهایی که در طی چند ماهی که وی این سمت را پذیرفته بودند، به از ارائه گزارش پرداخت. و در نهایت برخی از اعضای حاضر در جلسه به بیان آرا و دیدگاه‌های خود پرداختند که در ادامه می‌آید.

۱۲۲ عضو دارد که باید حداقل ۶۲ عضو در جلسه حاضر می‌شدند تا جلسه برای تعیین هیات مدیره جدید رسمیت می‌یافت. از دیگر موارد دستور جلسه «گزارش هیات مدیره و بازرس شرکت برای سال مالی منتهی به ۹۲/۱۲/۲۹» بود که در این جلسه «مهندس حسن نصیریان» عضو هیات مدیره از چرم مشهد به ارائه این گزارش

ماهنامه صنعت کفش: چهارشنبه ۱۷ دی ماه جلسه مجمع عمومی عادی سالانه انجمن صنایع چرم ایران در محل این انجمن برگزار شد. یکی از موارد دستور جلسه «تعیین اعضای اصلی و علی‌البدل هیات مدیره انجمن» بود که به دلیل به حد نصاب نرسیدن تعداد اعضای شرکت کننده در جلسه به ۲۵ روز بعد موکول شد. این انجمن



حسن نصیریان: انجمن امسال را بدون سود و زیان پشت سر گذاشت

حسن نصیریان در ابتدا درباره هزینه‌ها و درآمدهای انجمن به سخن پرداخت و گفت: ورودیه‌ی هر عضوی در ابتدا مبلغ ۵۰ هزار ریال است که سپس در طول سال ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار ریال باید پرداخت کند. ولی متأسفانه از تعداد ۱۲۲ عضو تنها شاید ۱۰ نفر یا کمی بیش‌تر از این تعداد حق عضویت را پرداخت کردند و عملاً انجمن از این طریق درآمدی نداشت.

وی در ادامه گزارش کاملی از دخل و خرج‌های انجمن ارائه داد و گفت: با احتساب این ارقام خوشبختانه اگر سود انجمن مبلغ بسیار ناچیزی است (۷۶۰ هزار ریال) اما نسبت به زیان یک میلیون و هفتصد هزار ریال سال گذشته وضعیت بهتری دارد.





مسعود بنایان: اعضای که همراه نیستند باید تنبیه شوند

مسعود بنایان نماینده چرم تبریز از «آینده چرم» در ادامه به گالیه از اعضای انجمن پرداخت و گفت: صنعتی که ۱۰۰ سال قدمت دارد و هر ۴ سال یکبار می‌خواهد برای تعیین هیات مدیره تشکیل جلسه بدهد، اعضا همکاری نمی‌کنند و دور هم جمع نمی‌شوند. به نظر می‌رسد شیوهی کار تغییر کند و تنبیه‌ای برای این اعضای در نظر گرفته شود شاید موثرتر واقع شود.



علی حسن زاده دلیر: وفاق و اتحاد شعار هیات مدیره صنعت چرم است

رئیس هیات مدیره صنعت چرم در ادامه بحث به وفاق و همدلی اشاره کرد و گفت: برای این عصر باید با همدلی، همراهی افراد بیش‌تر را به دست آورد و زمان برخوردهای سنگین گذشته است. ما باید به دنبال شیوه‌ها و ترفندهایی باشیم که اتحاد را در انجمن تقویت کند و به انجمن استحکام بیش‌تری ببخشد. باید فکر کنیم که شاید بسیاری از افراد کار ستادی و گروهی را نمی‌دانند اگر چه به آن علاقه‌مند هستند. اعضای انجمن باید بدانند اگر آن‌ها پشت هیات مدیره خود باشند هیات مدیره قوی‌تر جلو می‌رود و با اعتماد به نفس بیش‌تری گام برمی‌دارد.

سید جواد حسینی: هر چه برندها بیش‌تر باشد محصولات با کیفیت‌تر خواهند بود

نماینده مارال چرم و عضو اصلی هیات مدیره صنعت چرم در پایان به بیان دیدگاه‌های خود پرداخت و گفت: انجمن برای همراه کردن اعضای خود شاید لازم باشد شیوه و روش خود را تغییر دهد. ضروری است در ابتدا علت‌یابی شود که چرا اعضا در چنین جلساتی حضور ندارند یا حضور کم‌رنگی دارند. و سپس به دنبال راه حل آن باشیم. مطمئناً شیوهی امروز ما کارآمد نیست که انجمن با چنین مشکلاتی (همراهی نکردن اعضا در جلسات) روبه‌رو می‌شود. حسینی در ادامه افزود: از سویی دیگر باید بدانیم منافع و ماندگاری هر یک از ما چه اعضای چرم‌ساز و چه افرادی که در محصولات چرمی فعالیت دارند، در کنار هم بودن است. باید همکاری‌ها بیش‌تر شود تا بتوانیم درهای بازارهای جهانی را بر روی خود بگشاییم. هر چه همکاری بیش‌تر باشد و افراد و برندهای بیش‌تری داشته باشیم، رقابت‌ها بیش‌تر می‌شود و نتیجه‌ی یک رقابت سالم محصولات با کیفیت بهتری خواهد بود. و این حق مشتری است که محصولات مختلف با کیفیت مطلوب داشته باشد.

مهرو رهبری: هم‌افزایی و تعامل لازمه‌ی دستیابی به اهداف است

دبیر انجمن صنایع چرم ایران در ادامه به سخن پرداخت و اظهار داشت: اگر ارتقای صنعت چرم یکی از اهداف اصلی این انجمن باشد لازمه‌ی تحقق آن سینرژی و هم‌افزایی اعضا با یکدیگر است. اگر اعضا همکاری و همیاری لازم را در انجمن داشته باشند بسیاری از مشکلات به راحتی قابل حل خواهد بود.

رهبری هم‌چنین خطاب به اعضای حاضر گفت: از زمانی که این سمت را پذیرفتم سعی کردم با اعضا یک ارتباط دو طرفه برقرار کنم که در تعامل با یکدیگر به اهداف مورد نظر خود دست بیاییم. اما متأسفانه اعضا همدلی و همراهی نکردند و در برابر تقاضای انجمن برای بیان مشکلاتی که دارند و در این صنعت وجود دارد، کار را جدی نگرفتند و حتماً باید گفت شوخی گرفتند.

وی سپس به کارهایی که در طول این مدت در انجمن انجام شده بود به برگزاری برخی کلاس‌های آموزشی اشاره کرد و اظهار داشت: برای بالا بردن تخصص افراد و به روز کردن فرایند، انجمن سعی کرد با دعوت از اساتیدی از خارج تجربه اعضا را با دانش دنیا گره بزند تا راندمان کارها در این صنعت بالا برود و کارهای مطلوب‌تری ارائه شود. و در همین زمینه برای ادامه کار برنامه‌ریزی شده است تا با تأسیس انیستیتو و دعوت از استادان ایتالیایی و آلمانی در راه پیشرفت و توسعه در این صنعت گام‌های بلندتری برداریم؛ و این همکاری اعضا را می‌طلبد.



جلیل دهقانی: همراهی اعضا نباشد محصولات چینی بازار را می‌گیرد

جلیل دهقانی یکی دیگر از اعضای هیات مدیره به سخن پرداخت و گفت: یکی از اهداف من برای عضویت، ایجاد تحول بود. اما اگر اعضا حق عضویت خود را پرداخت نکنند و حمایت‌های معنوی از ما نداشته باشند مطمئناً راه به جایی نخواهیم برد و باید منتظر باشیم که محصولات چینی وارد شود و تمام بازار را پر کند. مشاور چرم مشهد افزود: تا زمانی که اعضا با انجمن و هیات مدیره همکاری نداشته باشند، آن‌ها نمی‌توانند مشکلاتی که اعضا دارند را بفهمند و در راستای حل آن گامی بردارند. متأسفانه کار گروهی در ایران ضعیف است ولی با کمی همکاری و همدلی می‌توانیم در کنار هم به نتایج مطلوبی برسیم.





زندگی جدید ارمغان آموزش مجازی (الکترونیکی) در بخش کفش تانزانیا



در حال حاضر ضمن بهره بری صنعت پاپیوش در تانزانیا، این برنامه توسعه یافته و روزآمد گردیده و قادر است به تقویت نسل جدید صنعت گران پاپیوش در سراسر دنیا کمک کند.

سال گذشته یونیدو به منظور کمک به پیشرفت مهارت های تکنیکی تولید کنندگان پاپیوش، تانزانیا را به عنوان محلی برای سعی و آزمون یک برنامه تعلیم و تعلم مجازی انتخاب کرد.



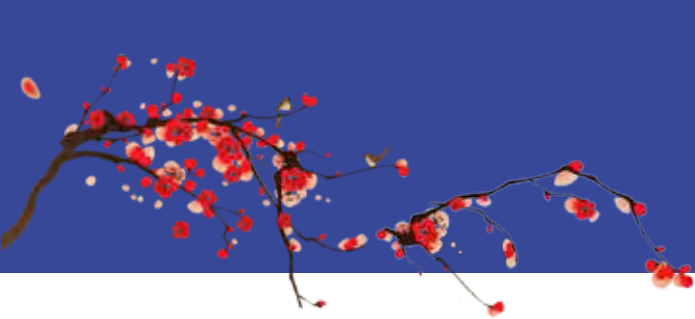
آموزش از راه دور

بنا به گفته ایوان کرال از واحد تکنولوژی صنایع آرگو این روش کمک می کند که فرصت هایی برای دانشجویان مناطق دورافتاده که همیشه امکان آموزش در موسسات رسمی را ندارند، فراهم شود. وی می افزاید با کمک تکنولوژی جدید مانند عکس دیجیتالی، ما قادر خواهیم بود اثربخشی آموزش را بهبود و افزایش بخشیده و به انتقال تکنولوژی اکتسابی که یکی از اولویت های ماست، کمک کنیم.

بنابه گفته دکتر آلبرت ماری، رییس پردیس موسسه تکنولوژی دارالسلام موانزا تانزانیا یک کشور بزرگ است و افرادی که در صنعت چرم و پاپیوش کار می کنند در سراسر کشور پراکنده اند. در عین حال ما فقط یک موسسه مشابه آن داریم. تکنولوژی جدید به آن معناست که هر کسی می تواند به اطلاعات دسترسی داشته باشد و دست اندر کاران پاپیوش بدون در نظر گرفتن محلی که در آن واقع می باشند، می توانند بیشتر درباره ساخت کفش یادگیرند و محصولات خود را بهبود بخشند.

پس از آن که سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) و اتحادیه چرم تانزانیا با کمک یک اجرا کننده تحصیلات محلی، واحد درسی جدیدی در زمینه مهندسی طراحی پاپیوش از طریق آموزش مجازی را پایه ریزی کرد، امید به آینده روشن تر برای صنعت پاپیوش تانزانیا به وجود آمد. در مرحله اول ۱۷ جوان واحد درسی اولیه را در موسسه تکنولوژی دارالسلام (DIT) در شهر موانزا در شمال تانزانیا کامل کردند. همراهی سیستم کامپیوتری و آموزش عملی باعث شد بیشتر اطلاعات از طریق یک پورتال شبکه که یونیدو در آوریل ۲۰۱۴ راه اندازی کرده بود در دسترس شرکت کنندگان قرار گرفت. همچنین دسترسی گسترده به گزارشات، تحقیقات و سایر کارهای انجام شده توسط پانل چرم در ۴۰ سال اخیر از طریق این پورتال امکان پذیر بود. یونیدو نشان داد که اطلاعات پورتال همراه با آموزش عملی بهترین عملکرد را در این زمینه دارد.





ایجاد اطمینان

بنا به گفته دکتر مماری با اطمینان ایجاد شده حاصل از واحد درسی یونیدو، صنعت پایپوش تانزانیا توانست غرفه ای در نمایشگاه بازرگانی بین المللی دارالسلام برای عرضه طرح های پایپوش خود و افزایش سفارشات (بین ۲۰ و ۳۰) داشته باشد. وی تأکید می کند که آموزش مجازی یک تفاوت ایجاد کرده است. خیلی از افراد قبل از این برنامه هم بدون دانش فنی که امروزه واجد آن می باشند، اقدام به تولید کفش می کردند اما این واحد درسی یک اثر آنی و مثبت بر روی کیفیت محصولات آن ها داشته است.

اخبار خوب تر برای بخش پایپوش تانزانیا آن است که وزارت صنعت و تجارت برای تشویق کارفرمایان در جهت توسعه تجارت خود، برنامه وامی برای بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط در نظر گرفته است. دکتر مماری تأکید می کند که این امر اجازه خواهد داد بعضی از شرکت کنندگان برنامه آموزشی موازنه تنها تأمین کننده بازار داخل بلکه تأمین کننده بازار سایر کشورهای نیز باشند.

مثال هایی در این مورد شامل استرکو، از ناحیه آروشا در شمال کشور و صنعت شاه از موشی در ناحیه کلیمانجارو در شمال شرقی می باشد. رئیس پردیس بیان می کند که موارد یاد شده محصولات خود را با کمک قانون فرصت و رشد آفریقا به آمریکا صادر می کنند. این قانون مخصوصا به کشورهای دارای شرایط مورد نظر در جنوب صحرای ساهارای آفریقا کمک می کند تا تجارت خود با آمریکا را توسعه دهند و اقتصاد خود را از طریق صادرات مواد و محصولات با کیفیت به بازار آمریکا، بدون حقوق گمرکی و سهمیه بندی بهبود بخشند.

توسعه واحد درسی

یونیدو در فوریه امسال اعلام کرد که از نتیجه ای که از آموزش مجازی پایپوش در تانزانیا گرفته راضی است. با موفقیت برنامه موازنه، درس ها و آزمون های جدیدی به عنوان بخشی از واحد درسی مهندسی طراحی پایپوش به صورت آنلاین در دسترس قرار گرفته و تمام درس های قبلی نیز روز آمد شده است.

در این برنامه اثربخشی آموزش نسل جدید تولید کنندگان پایپوش مد نظر است و اطلاعات با کیفیت بالا و یاری فنی بدون هیچ محدودیتی در دسترس همه کاربران قرار دارد. موفقیت برنامه موازنه در سال گذشته به معنای آن است که این موضوع سعی و آزمون شده است و بنا به گفته ایوان کارل امروز می تواند به عنوان بخشی از برنامه خودآموزی یا آموزش کلاس محور در هر جای دیگری معرفی گردد.

وی می افزاید این برنامه می تواند برای میلیون ها فرد در مناطق دور افتاده با محدودیت زمان یا منابع، موارد امنیتی یا سایر موارد اضطراری که قادر نیستند در برنامه های رسمی آموزشی شرکت کنند، درهای آموزش را باز کند. آقای کارل همچنین اشاره می کند که این برنامه قادر است الهام بخش نوآوری و ابتکار باشد. وی ادامه می دهد یونیدو با نوآوری همراه است. این همراهی از طریق کاربرد عملی ابتکارات صورت می گیرد. با استفاده از تکنولوژی ارتباطات نوین می توان بهترین آموزش در زمینه طراحی کفش را ارائه کرده و افراد حرفه ای و با مهارت در زمینه پایپوش در سراسر دنیا تربیت نمود. همان گونه که به نظر می رسد در تانزانیا روی داده است این امید وجود دارد که این اقدام بتواند صنعت پایپوش را در سایر اقتصادهای در حال توسعه را احیا کند.

آموزش لازمه ی بقای سازمانی

انجام است. اما این مهم نیز بدون مشارکت اندیشمندان و متولیان میسر نمی شود. بخش عمده ای از فرآیند اشاعه ی فرهنگ آموزشی کارخانجات و صنعت، به نگرش و باور متولیان آن صنعت و همکاری متخصصان بستگی دارد. تجربه ی تدوین رشته ی دانشگاهی کفش و جذب دانشجو و امور آموزشی در این سالها، عملاً نشان می دهد که استقبال متولیان و اندیشمندان و صاحب نظران، برای مشارکت واقعی، بسیار کم بوده است. اما نگاه های منتقدانه، همواره وجود داشته است. بدون مقدمه پردازی و با نگاهی

دلسوزانه نسبت به صنعت و اهمیت موضوع آموزش، باید به جای مشارکت در عملکردهایی با دیدگاه نقد، وارد میدان عمل شد. دیر است برای کشورمان که هنوز نتوانسته ایم ملزومات و امکانات آموزشی را برای جذب دانشجو در صنعتی که با همه مشکلات و چالش های اقتصادی و فراز و نشیب های زیاد و گذران



دوره های سخت متوالی، که همچنان ادامه دار و قابل تکرار است، و فعالان صنعت با بردباری و تلاش بی وقفه ی خود، با همه ی این چالش های اقتصادی، مدیرانه کنار می آیند و هنوز در عرصه ی تولید سخت می کوشند، در زمینه ی آموزش به امید کمک های دولتی باشیم و یا در انتظار بمانیم تا کسی از بیرون این صنعت به مسائل آموزشی بیندیشد و چاره ای سازد، چرا که با این انتظار، تا چند و چندین سال بعد نیز، همچنان در همین جایگاه مانده ایم و همین سخن های تکراری را بازگو می کنیم. موضوع بسیار شفاف و ساده است.

با گذشت هفت سال از تدوین رشته ی دانشگاهی کفش، تعداد دانشجویان جذب شده در هر نیمسال تحصیلی، کمتر شده است. در بررسی های بعمل آمده از طرف "جامعه" و نظرسنجی های موردی از متخصصان، عوامل متعددی باعث کاهش جذب دانشجو شده است. یکی از عوامل مهم آموزش پذیری در هر صنعت، اشاعه ی فرهنگ آموزشی و نمایاندن اثربخشی آموزش به صاحبان صنعت و واحدهای صنعتی است، با توجه به اینکه در نوشتارها و همایش ها در

این خصوص بارها و به تکرار سخن به میان آمده است، لذا به بررسی و تحلیل مجموعه ای از عوامل دیگر پرداخته می شود. از شرایط اولیه ی جذب دانشجو در رشته ی دانشگاهی کفش در مقطع کاردانی، دارا بودن دیپلم است. شاغلین بسیاری از واحدها و کارخانجات تولیدی گواهی دیپلم ندارند و یا آن دسته از شاغلینی که مدرک دیپلم دارند، بعلت اهمیت کارهای کلیدی که به آنها سپرده شده است، یا امکان حضور

در دانشگاه را ندارند و یا نبود آنها در ساعاتی از هفته با توجه به مسئولیت هایی که در کار دارند، موجب زیان واحد تولیدی خواهد شد. در این راستا با توجه به جلسات کارشناسی برگزار شده در کارگروه آموزش جامعه صنعت کفش و نیز برگزاری جلسات مشترک با تشکل ها، اتحادیه ها و انجمن چرم ایران، موضوع برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت و تخصصی مطرح گردیده است، که با توجه به تأکید مدیر کل محترم دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت و معدن و تجارت، نیاز سنجی های لازم در دست



کنون به این نتیجه می‌رسیم که بسیاری از رشته‌های ایجاد شده نیز در ابتدا مورد استقبال صنعت مربوطه نبوده‌اند، اما امروز در همان صنایع، کارشناسان و مهندسين مشغول به کار هستند و بدون وجود نیروی تحصیل کرده بخش اصلی کار، یعنی برنامه‌ریزی و اجرای روند سیستمی دچار اختلال می‌شود. اگر بانگاه ناظر بیرونی، این فرآیند را ببینیم، در کنار موفقیت‌ها و مزیت‌های نسبی کسب شده در صنعت، چه شاخص مهمی برای اثبات توانایی‌های کنونی داریم؟ آیا مواد اولیه، فرآیند تولید و محصول نهایی در این صنعت به درستی ارزیابی می‌شوند؟ آیا سیستم‌ها و ابزارها و شاخص‌های کنترلی و معیارهای پذیرش همسان برای ارزیابی چند محصول مشابه داخلی در این صنعت وجود دارد و یا تعریف شده است؟ ایجاد سیستم‌های مدیریتی و تعریف روش‌های نظام مند و مستند، که افزایش بهره‌وری سازمان‌ها را به همراه خواهد داشت، فقط بخشی از مجموعه ارمانهای آموزش است، با گذشت حدود پنجاه سال از تولید ماشینی و انبوه در صنعت کفش، چطور می‌توانیم یقین داشته باشیم که محصولاتی که در نمایشگاه‌های بین‌المللی و به عنوان محصولی قابل رقابت ارائه می‌شود، ویژگی‌های کیفی و یا قابلیت ورود به بازارهای جهانی را دارد؟ در حالی که شاید مسئولین برخی از غرفه‌ها تسلط کافی برای مذاکره با بازدیدکنندگان ه‌های خارجی را به لحاظ توانایی در زبان، دانش تخصصی، شناخت مواد، مشتری‌مداری، فروش و روش‌های تولید و شناخت محصول و اصول و فنون مذاکره را به اندازه‌ی کافی نداشته باشند.

برای دوام و پایداری در بازار، "کیفیت" لازم است، "دستیابی به کیفیت مطلوب"، علاوه بر تجربه، که بسیار ارزنده و اثربخش است، به "دانش آکادمی"، روش‌های اندازه‌گیری و پایش محصول و خدمت و امور، که همه از جنس و زیر مجموعه‌ی دانش سیستمی هستند، نیاز دارد. برای رقابت در بازار، نیاز به دانش فنی، تخصصی، مدیریتی و ادراکی داریم، این دانش در هیچ سازمانی خود به خود نه به وجود می‌آید و نه از جایی به منابع انسانی انتقال می‌یابد. هیچ سازمانی در دنیا وجود ندارد که استراتژی محور نباشد و پایدار بماند و برای نهادینه کردن تفکر سیستمی و استفاده از مدیریت کیفیت، باید کیفیت‌نگرش مدیران تغییر یابد. متأسفانه در زمینه‌ی آموزش دانشگاهی در صنعت کفش، نقدها هم به صراحت بیان نمی‌گردد. یقیناً هیچ یک از تشکلهای صنعتی و صنفی با افزایش و گسترش آگاهی در چارچوب آموزش‌های کوتاه مدت و یا آکادمی، مخالف نیستند و از ایجاد رشته‌های دانشگاهی چرم و کفش بارها در همایش‌ها و جلسات، ابراز خشنودی نموده‌اند. پس اشکال چیست که عینیات و خروجی‌ها مغایر با انتظارات است؟ و چرا تعداد دانشجویان کاهش می‌یابد؟ نظرات منتقدانه هم تنها از دور به گوش می‌رسد، که آن هم قابل تحلیل نیست. با وجود اعلام فراخوان برای تدوین دوره‌های آموزشی و تدوین دوره‌ی کارشناسی تولید کفش و درخواست مشارکت از فعالان و صاحب‌نظران و متخصصین صنعت، نمایندگانی از طرف تشکلهای معرفی نشدند. و افراد حقوقی و حقیقی قدمی برنداشتند، جای تأمل دارد! صنعت کفش از پتانسیل‌های نسبتاً خوب و با پیشینه‌ی قابل اثبات توانایی برخوردار است، حضور در نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی، برنامه‌ریزی برای برگزاری نمایشگاه و همایش‌های ملی و جلسات مشترک و متوالی در راستای همگرایی متولیان صنایع مرتبط چرم و کفش، حکایت از اشتیاق صنعت برای توسعه دارد و نیز حکایت از انگیزه برای کسب مزیت و گام برداشتن در راستای عملکرد بر مبنای تفکر استراتژی محور دارد، اما موضوع کمبود و فقدان آموزش، آسیب‌شناسی نمی‌شود. با نگاهی به تاریخ کوتاه مدت رشته‌های دانشگاهی صنایع دیگر در ایران از زمان تأسیس دانشگاه در کشور تا



دانشگاهی چیست، که نیاز به برگزاری جلسات و شفاف سازی داریم ، اگر صاحبان صنعت به آموزشهای کوتاه مدت و مهارتی بیشتر اعتقاد دارند، نیاز به شناسایی با مدیریت مشارکتی از طرف خود صنعتگران و تعامل با دانشگاه داریم که قابل تعریف و اجرا است. شایان ذکر است که دوره های مهارتی برای سطوحی از سازمان مفید است، که بخش اجرا را عهده دار می باشند و یقیناً "لازم است اما مشکل صنعت کفش فقط در اجرای فرایندهای تولید از برش تا زیره چسبانی یا تزریق و پرداخت نیست. مشکلات عمدتاً" مربوط به برنامه ریزی ، روشهای کاهش ضایعات ، کیفیت مواد اولیه ، نحوه ی خرید ، پایش فرایندهای متوالی و کنترل محصول نیم ساخته در هر مرحله از تولید و استفاده ی بهینه از منابع در زمان موثر است، که برای هریک از اینها نیز می توان دوره های آموزشی کوتاه مدت تعریف نمود. با این اعتقاد که جذب پرسنل تحصیل کرده و یا معرفی دانشجو به دانشگاه و دوره های آموزشی، هزینه نیست، بلکه سرمایه گذاری است. این باور و نگرش از کجا باید شروع شود؟ آیا جز این است که در کشور ترکیه ، هنرستان و دانشگاه کفش با سرمایه گذاری بخش خصوصی انجام شده است؟ آیا مشارکت در برنامه ریزی و اجرای آموزش و هماهنگی و همگرایی فکری در این مهم که بر سرنوشت و استراتژی صنعت چرم و کفش و صنایع وابسته اثر می گذارد، باز هم جای تأمل و تخصیص زمان دارد؟

با این نگاه، تحصیل در مقطع کاردانی هم بسیار کم است . از طرفی جایگزینی دوره های کوتاه مدت به علت مشکلاتی که معرفی دانشجو برای کارخانه ها ممکن است ایجاد نماید، پاسخگوی نیاز اساسی صنعت نیست و ماهیت این دوره ها در همه ی صنایع با ماهیت آموزش آکادمی متفاوت است. آموزشهای کوتاه مدت یا پودمانی، فقط پاسخگویی بخشی از نیازهای مهارتی یا فنی یا مدیریتی را متناسب با طول دوره و محتوای آن به همراه دارد، اما آموزش دانشگاهی و تحصیل پیوسته و مقید نمودن دانشجو به نظام مندی امور و حضور مستمر و بردباری و قرار گیری در چارچوب مقررات، نگرش فراگیران را در طول دوره ی تحصیلی تغییر می دهد. از آنچه تاکنون به اجمال مورد بررسی قرار گرفت، جای سوال می ماند که با همه ی این بدیهی ها چرا از آموزش استقبال نمی شود. اگر ماهیت سرفصل ها از نظر محتوا و تناسب و مقدار مشکل دارد، که می بایست با صاحب نظران از دل صنعت مشورت نمود و سریعاً" در خصوص بازنگری آنها اقدام نمود ، اگر مشکلاتی مانند عدم حضور دانشجو چند روز در ماه برای سازمانها به وجود می آید و یا پرسنل با تحصیلات دیپلم ندارند، که می توان با جذب یک یا چند نفر با تحصیلات دیپلم با شرط تحصیل به مدت دو سال، و حضور چهار روز در هفته در محل کار و با اخذ تعهد کاری پس از پایان تحصیلات با مدت معین، مسئله را حل نمود. اگر اثربخشی رشته های دانشگاهی برای صنعتگران عزیز و فعالان اقتصادی، شفاف نیست و صنعت نمی داند خروجی آموزش



در این راستا و با توجه به اهمیت موضوع، مدیر کل محترم دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت معدن تجارت، به دستور وزیر محترم، برای حفظ دانشگاه چرم و کفش مرکز علمی کاربردی زرتشت تهران، جلساتی را با حضور مسئولین و روسای شرکت شهرک های صنعتی استان تهران و تشکل های صنعتی و اتحادیه های صنفی برگزار نموده اند. و ادامه ی نگهداری دانشگاه برای بهره مندی صنعت، منوط به معرفی دانشجو توسط صاحبان صنعت و انجمن چرم ایران و جامعه صنعت کفش ایران و اتحادیه های کفش ماشینی و دست دوز و تشکل های مرتبط می باشد. امید است که فرصت ایجاد شده را مغتنم بشمریم و آینده ی خوبی را برای جوانان شاغل در این صنعت بسازیم.



*** فراخوان ***

کارگروه آموزش جامعه ی صنعت کفش ایران، از طریق دبیر خانه ی جامعه ی صنعت کفش، همچنان در انتظار مشارکت و راهنمایی متخصصان و اندیشمندان و صاحبان عزیز صنعت چرم و کفش ایران است و آماده ی دریافت نظرات و پیشنهادات برای بازنگری سرفصل دروس مقطع کاردانی و مشارکت در تدوین سرفصل کارشناسی و تعریف و تدوین دوره های کوتاه مدت و تخصصی و مهارتی مورد نیاز صنعت می باشد.

بسیاری از آموزشها در دنیا از نوع پداگوژی است و این نوع آموزش از آنجا شروع می شود که فرد از دوران کودکی، شخصا نیازهای آموزشی اش را نمی داند، بنابراین از زمان معینی هر فرد را به مدرسه می فرستند تا آموزشهای لازم را یعنی همان "سواد" را بیاموزد و این سواد آموزشی تا مقطعی که بدون تصمیم فرد و توسط اولیاء انجام می شود، از این نوع است و پس از آن که درک و آگاهی و دانش شخصی و اجتماعی افراد افزایش می یابد، خود برای انتخاب آموزش بر اساس نیازمندی ها تصمیم می گیرند که به چه آموزشهایی نیاز مند هستند، و این نوع آموزش با انتخاب شخص بر اساس نیازمندی های طبق بندی شده اش، آموزش "خودانتخابی" است. پرواضح است که صنعت کفش ایران به آموزشی از نوع اول نیاز دارد. تا زمانی که به بلوغ نسبی در آموزش برسد، به عبارتی برای شاغلین این صنعت و یا افرادی که در آینده در این صنعت، مشغول به کار می شوند، آموزش و نوع و برنامه ریزی و زمان بندی اش می باید توسط متولیان، تعریف و تدوین و اجرا شود. زیرا منابع انسانی صنعت کفش با توجه به فقدان امکانات آموزشی و عدم وجود موسسات آموزشی فقط از آموزش های تجربی اولیه ی حین کار برخوردارند و محتوای این آموزش ها در تولیدی ها و کارخانجات یا بنگاه های اقتصادی به روز نمی شود. با وجود این واقعیات، وظیفه و مسئولیت سنگینی بر عهده ی صاحبان صنعت است. چشم انداز و استراتژی صنعت چرم و کفش ایران چه به صورت مکتوب باشد و چه در سمینارها در قالب کلی توسط صاحبان صنایع و انجمن ها و تشکل ها به صورت بیانی به مخاطبین القاء شود، به گوش اهالی صنعت و کشورهای متعامل می رسد. آیا با این سطح دانش منابع انسانی می توان چشم اندازهایی مانند کسب رتبه ی صادراتی و رقابت منطقه ای، و یا توسعه را تعریف و اعلام نمود یقینا و بی تردید با ایجاد دو یا سه رشته ی دانشگاهی چرم و کفش در مقاطع کاردانی و کارشناسی نیز، تغییر بنیادی برای ادعای تدوین چشم انداز در یک صنعت ایجاد نمی شود. اما قاطعانه می توان گفت که بدون تغییرات بنیادی و بدون ارتقاء سطح دانش و بدون نظام مند شدن روشهای تولید و بدون سیستم، نمی توان چشم انداز تعریف نمود. و این تغییرات نیاز به نیروی انسانی متخصص دارد و تخصص و مهارت و ادراک فقط و فقط به وسیله ی آموزش کسب می گردد.

مرتضی حسینی :

آموزش استراتژی

رکن اساسی توسعه بازار

قسمت
اول

مرتضی حسینی کارشناس ارشد مدیریت عامل توسعه خوشه صنعتی کفش مشهد که مدتی است به عنوان نماینده یونیدو با ای مجموعه همکاری می کند ، در لحظات پایانی سفر مغتنم شد ایشان را ببینم و گفت و گوی کوتاهی داشته باشیم.

"یونیدو" سازمان صنعتی ملل متحد (زیرمجموعه سازمان ملل) است این مجموعه ارتباط صنعتی با جهان دارد و به ارائه مدل هایی برای توسعه صنایع کوچک و متوسط می پردازد . هدف اولیه یونیدو ارتقاء و شتاب بخشیدن به توسعه صنعتی کشورهای در حال توسعه و کشورهایی است که اقتصاد آنها در حال گذار محسوب می شود. این سازمان به طور عمده با دولت ها، اتحادیه های کسب و کار و شرکت های انفرادی کشورهای در حال توسعه کار می کند. این سازمان به بسیج دانش، مهارت ها، اطلاعات و فن آوری برای پیشبرد اشتغال مولد، اقتصاد رقابتی و محیط زیست سالم مبادرت می ورزد واحدهای خرد و کوچک ۱۰ - ۴۰ نفری که از توان رقابتی خیلی کمی در بازارهای جهانی و داخلی برخوردارند، مدل توسعه خوشه ای یونیدو قرار می گیرند. قدمت این فعالیت به ۲۵ سال در کشورهای در حال توسعه می رسد . یونیدو در مشهد دو پروژه را بدین طریق دنبال می کند ، یکی پروژه توسعه زنجیره ارزش زعفران و دیگری پروژه توسعه کفش که در حال انجام است.

آقای حسینی یونیدو در صنعت کفش مشهد فعالیت هایش را چگونه انجام داده است ؟

یونیدو در صنعت کفش فعالیت هایش را با مطالعه میدانی و پاسخ به این پرسش که جایگاه کفش مشهد (از نظر تکنولوژی، استاندارد، آموزش و ...) در کجاست ؟ شروع کرد . این کار توسط متخصصین ایتالیایی و

ایرانی انجام شد. طی شش ماه مطالعه جغرافیای شرایط کار کفش ، برنامه ریزی و هدف گذاری بدست آمد، گلوگاه های این صنعت سنجیده شد . در زمینه صادرات ، آموزش نیروی انسانی انجام گرفت . همچنین استراتژی های توسعه بازار و بهبود زنجیره ارزش سازماندهی های مدون صورت پذیرفت و کاستی ها شفاف شد . این سازماندهی نیاز به یک سری استاندارد سازی داشت که باید از آموزش شروع می شد.



مهمترین چالش‌های کفش مشهد در چه مواردی شناسایی شده است ؟

یکی از مشکلات اساسی "گمبودنیروی انسانی ماهر" است. تغییر ذائقه جوانان و سبک زندگی باعث شد که در سال‌های اخیر نیروی تازه، وارد صنعت نشود. این امر موجب گشت تا کارگران در مقابل کارفرمایان قدرت چانه زنی بیشتری داشته باشند. از سویی دیگر نیروها باید تربیت شده و آموزش ببینند. آموزش استانداردها در فرایند تولید گام اول پیشرفت است مشهد می‌تواند با تولید استاندارد، محصول خود را قابل رقابت در بازارهای جهانی کند. هدف اصلی پروژه ما راه اندازی اولین مرکز کفش ایران را در مشهد بود که توسط وزیر کار در مهر ماه سال گذشته افتتاح شد و تاکنون نیز چندین مرحله دوره‌های تخصصی برگزار کردیم. از مهم‌ترین چالش‌ها وجود رشته‌های تحصیلی و دانشگاهی محدود (غیرانتفاعی تهران) است، این باعث ایجاد فاصله‌ای بین ما و رقبای خارجی شده است. در زمینه محصول که به بازار جهانی صادر می‌کنیم الزاماتی را باید رعایت کنیم تا هم ردیف محصولات رقیب، کیفیت خود را حفظ کنیم، کما اینکه معتبرترین برندهایی که در ایران داریم در مالزی و عربستان نمایندگی داشتند ولی بعد از مدتی تعطیل شدند. این موضوع نشان می‌دهد که هنوز محصول ایران قابل رقابت از لحاظ کیفیت در برخی از بازارها نیست. برنامه‌ای که برای امسال و سال آینده داریم این است که از همسایگان ایران کشورهایی را انتخاب کنیم که بتوانیم در آن جا قابلیت رقابت داشته باشیم. مانند بازار ۳۰ میلیونی افغانستان و ترکمنستان.

تحریم‌ها فرصت بودند یا تهدید؟

تحریم‌ها و فشار اقتصادی با حذف رقبای خارجی و تعرفه چند درصدی می‌توانسته فرصت مناسبی را برای تولید کننده ایرانی فراهم کند و صنعتگران مشهد را از رکود خارج کند.

چرا تولید کنندگان قادر نشدند در این شرایط موفق عمل کنند؟

این شرایط مستلزم برنامه‌های بلند مدت و هدفمند است که باید با همراهی دولت، برنامه ۵ ساله‌ای که رسالت تولید کننده باشد نوشته شود که هنوز هم دیر نیست. آنچه که در شرایط کنونی اهمیت می‌یابد این است که ۹۶ درصد واحدهای این صنعت خرد و کوچک اند، واحدهایی که به راحتی با یک تهدید، چالش افزایش و کاهش تعرفه‌ها

، نرخ ارز می‌توانند حذف شوند. باید روی این موارد سرمایه گذاری کنیم، موردی که معیشت مردم با این موارد می‌چرخد. باید هدفمند برای این صنعت برنامه ریزی کنیم تا بتوانیم در عرصه رقابت پذیری حرفی داشته باشیم. زمانی جزء ۱۰ کشور اول بودیم اما متأسفانه جایگاه ما دو رقمی شده است.

بحث مدرسه کفش مطرح شده بود که به همکاری تیم شما و انجمن راه اندازی شد و دیروز پرسیدم که تعطیل شده و از زیر نظر یونیدو جدا شده است؟

با ساختار مدیریتی یونیدو که تلفیقی از بخش خصوصی و دولتی است فرایند فعالیت‌های مدرسه کفش مشهد شکل گرفت و در شورای مشورتی (تلفیقی از تمامی عزیزانی که در این صنعت حرفی برای گفتن دارند؛ سازمان صنعت و معدن و تجارت، فنی حرفه‌ای، انجمن کفش مشهد، یونیدو و ...) برنامه‌ها را با یکدیگر مدون و سپس اجرایی کنیم. اما در بخش مدیریتی، تجربه نشان داده که اگر بخش خصوصی در کار باشد مفید تر خواهد بود.

در حال حاضر فعالیت این مدرسه در چه شرایطی است ؟

ساختار تغییر پیدا کرده است. به نوعی که آن بخش خودگردان شده است و پروژه به سمت پروژه ملی انتقال پیدا کرده است. در حال حاضر دوباره در حال برگزاری دوره‌های خود هستیم و دوستان در حال برنامه ریزی هستند. با توجه به اینکه در دو ماه اخیر هم کار صنف به شدت شلوغ بود، تصمیم گرفتیم پس از یک پروژه ۷-۸ ماهه استراحتی داشته و به امید خدا از ابتدای اردیبهشت کلاس‌ها برگزار می‌شود.

هنر جوانان و دانشجویان خارج از صنعت خواهند بود که بعد جذب شوند؟

همه هدف ما استانداردسازی آموزش است تا بتوانیم به تربیت نیروی انسانی بپردازیم و تلاش کنیم نیروهای جدید به این صنعت بیایند.

چرا جوانان از این رشته استقبال قابل توجهی ندارند ؟

به دلیل اینکه زیر ساختی برای این رشته نبوده است. کشوری که هیچ لیگ باشگاهی ندارد؛ نمی‌تواند تیم باشگاهی بزند. از کجا باید تغذیه شود؟ به نظر من یک پیش زمینه می‌خواهد. در هنرستان در دبیرستان باید این رشته وجود داشته باشد تا از دوره نوجوانی دانش آموز با این رشته آشنا شود، بشناسد و انتخاب کند. (ادامه دارد)



تنها با انجام کار عالیست که رضایت واقعی بدست می‌آورد و تنها وقتی کاری را عالی انجام می‌دهید که عاشق آن باشید.



ایران زارع، مدیرعامل ایران ست:

آموزش، راز موفقیت

اشاره:

معرفی کردند. در همان جلسه شماره تماس خانم دکتر شیروانی و آقای مهندس سلیمی را به من دادند. همان روز به خاطر دارم که ابتدا با خانم دکتر شیروانی تماس گرفتم. ایشان زمان توزیع دفترچه و انتخاب رشته را به بنده یادآور شدند در ادامه نیز همان روز با آقای مهندس سلیمی تماس گرفتم و حاصل این است که هنوز خود را شاگرد آقای مهندس سلیمی می‌دانم.

صنعت کفش: پذیرش مردم نسبت به یک تولیدکننده خانم کفش چگونه بود؟

زارع: همان گونه که اشاره کردم من چون مزون لباس داشتم، تمرکز من روی همان مشتریان مزون بود. وقتی مراجعه می کردند به آنها می گفتم که من همرنگ لباس آنها می توانم کفش بدوزم. وقتی من اوایل سال ۸۰ کارم را آغاز کردم تنوع رنگ و مدل به این میزانی که الان مشاهده می کنیم نبود، بنابراین برای افراد مهم بود که بتوانند کفش متناسب با لباس شان نیز دریافت کنند. من به دلیل این که هیچ تخصصی در حوزه کفش مردانه نداشتم، آن زمان به سمت تولید این بخش رفتم؛ ضمن این که آن ابتدا بابت طراحی کفش هیچ هزینه ای از مشتریان دریافت نمی کردم؛ اما در هر صورت نباید از این نکته نیز غافل شویم که در هر صورت فضای اصفهان بسیار سنتی است، پذیرش یک خانم برای سایر تولیدکنندگان کار آسانی نبود. به خاطر دارم وقتی کار کفش را آغاز کردم چند کارگر مرد گرفته بودم که می گفتند ما چندین سال است در این حوزه تخصص داریم و پذیرش حرف های من برای ایشان سخت بود.

صنعت کفش: از همان ابتدا با نام ایران ست آغاز کردید؟

زارع: بله از همان آغاز شکل گیری با نام ایران ست روشن کردم و الان طیف متنوعی از کیف و کفش و طراحی لباس را پوشش می دهیم.

نمایشگاه مشهد فرصت متفاوتی بود برای شناخت افراد متفاوت؛ تولیدکنندگان گمنام، ایده پردازان بزرگ، طراحان مدرن و چرا که نه تولیدکننده زنی که نزدیک به یک دهه از عمر فعالیتش در عرصه تولید و طراحی کفش می گذرد. ایران زارع، مدیرعامل تولیدی ایران ست از جمله نخستین فارغ التحصیلان رشته تولید کفش است. او همراه با اتحادیه کفاشان و خوشه اصفهان در نمایشگاه مشهد شرکت کرده بود، با ویترونی پر از مدل های مختلف و جدید؛ همه این ها بهانه ای شد برای گفت و گو با وی که در ادامه مشروح این گفت و گو تقدیم خوانندگان محترم می شود.

صنعت کفش: در ابتدا خود را برای خوانندگان ما معرفی کنید.

زارع: ایران زارع هستم و بیش از هر چیز خود را فارغ التحصیل رشته تولید کفش می دانم.

صنعت کفش: کار خود را در عرصه تولید کفش چگونه و از چه زمانی آغاز کردید؟

زارع: من کارم را در حقیقت از مزون لباس آغاز کردم. سال ۸۰، مزون لباس و آموزشگاه طراحی دوخت و صنایع دستی داشتم. وقتی مشتریان برای تهیه لباس مراجعه می کردند به این نتیجه رسیدم که ایده خوبی است برای آنها کفش نیز طراحی کنم. برای این کار خودم می دانستم که باید آموزش ببینم. نخستین راهی که به ذهنم رسید آموزش از مسیر تجربی بود. به سراغ کفاشان سنتی رفتم، ولی کسی در اصفهان نپذیرفت که به من آموزش بدهد، به همین دلیل به تهران آمده و چند ماه نزد یک آقای دوره دیدم، بیشتر پستایی سازی را آموختم، بر اساس همین آموخته ها طبقه بالای آموزشگاهم را تبدیل به کارگاه کفش کردم.

صنعت کفش: آیا آموزش را به همین روال سنتی ادامه دادید؟

زارع: خیر؛ شش سال پیش که به مشهد آمده بودم با آقای قیصری آشنا شدم، آن زمان بیشتر برای کار کیف با ایشان صحبت می کردم، همین آشنایی مسیری شد که ایشان رشته تولید کفش را به بنده



صنعت کفش: و تاثیر آموزش در کارتان چه بوده

است؟

زارع: بی نظیر بوده؛ من ابتدا از آموزش سنتی شروع کردم ولی آن چیزی که می خواستم را پیدا نکردم ولی الان آموزش آکادمیک این توانایی را به من داده است که بتوانم محصول خوب را بشناسم و طراحی کنم و محصول قابل رقابت در بازار تولید کنم. هنوز هم خود را شاگرد آقای سلیمی می دانم، از ایشان بسیار آموخته‌ام. نکته مهم این است که شما باید از مسیر درست حرکت کنید و این مسیر درست آموزش است، در غیر این صورت اهمیتی ندارد که شما یک مسیر اشتباه را برای سالیان متمادی دنبال کنید و آموزش این مسیر پیش رو را درست ترسیم می کند و اجازه می دهد که بفهمی در کجا قرار داری و چگونه باید پیش بروی.

صنعت کفش: همان گونه که خودتان هم اشاره کردید چالش های زیادی را پشت سر گذاشته اید، عبور از فرهنگ سنتی، آموزش، کار، ریسک پذیری و سرمایه گذاری. در نهایت کمی راجع به رویکردهای حل مساله مان برای خوانندگان توضیح دهید.

زارع: مهم ترین رویکرد حل مساله من همان آموزش بود. هیچ دستاوردی با آسانی حاصل نمی شود، من اگر امروز کفش استاندارد را می شناسم و تولید می کنم مرهون سختی هایی است که در مسیر آموزش کشیدم و به دنبال کسب دانش در این مسیر رفتم و به این اصل ایمان دارم که هیچ چیزی آسان به دست نمی آید.

صنعت کفش: مسیر پیش روی تان را چگونه

می بینید؟

زارع: الان که با شما صحبت می کنم، آینده برایم خیلی روشن تر از زمانی است که تازه شروع کرده بودم. امسال به عنوان شرکت کننده در نمایشگاه مشهد شروع کردم، دارم خودم را برای شرکت در فضای بسیار رقابتی امپکس آماده می کنم، در ذهنم ترسیم کرده ام که در حوزه برندینگ چه کارهایی می خواهم انجام بدهم و همه این عوامل دست در دست یکدیگر کمک می کند تا جلو بروم و مسیر پیش رو را روشن می بینم.

صنعت کفش: کارتان چگونه پیش رفت؟

زارع: همزمان با دوره ای که پذیرش کار یک خانم برای سایرین سخت بود، اتفاقی که افتاد این بود که مشتریان خودم به کارم ایمان پیدا کردند و راضی بودند. از این که می دیدند برای لباس مجلسی شان کفش می دوزم احساس رضایت می کردند، همین امر عاملی شد برای این که خود آنها نزدیکان و اقوام شان را معرفی می کردند و کار آرام آرام به پیش رفت و توسعه پیدا کرد.

صنعت کفش: هم اکنون چند نفر نیروی انسانی در

کارگاهتان شاغل اند؟

زارع: در دو بخش کیف و کفش حدود ۲۵ نفر کارگر دارم و یک تفاهم نامه نیز با فنی - حرفه ای برای آموزش امضاء کرده ایم که زمینه فعالیت مان را افزایش خواهد داد.



صنعت کفش: خانم زارعی، به بحث تولید

بازگردیم و مسیری که پشت سر گذاشتید. کمی از

سختی های کار بگویید.

زارع: علاوه بر مسائل فرهنگی که به آن اشاره کردم، تحصیل همراه با کار هم خیلی سخت بود. من اصفهان زندگی می کردم و برای تحصیل در دانشگاه به تهران می آمدم، این رفت و آمد خیلی کار را مشکل می کرد. گاهی اوقات به خاطر دارم شب از اصفهان حرکت می کردم، صبح تهران می رفتم سر کار و سپس دوباره شب به اصفهان برمی گشتم؛ ضمن این که من حدود یک سال و خرده ای به عنوان مدیر کنترل کیفیت کفش بهشتیان کار کردم که همزمانی همه این کارها شرایط پیش رویم را مشکل می کردم. آن یک مدت خیلی سخت کار کردم.



مدیریت زمان هم چون تایپ کردن و دوچرخه سواری یک مهارت است و مانند سایر مهارت ها با تمرین و تکرار می توان آن را یاد گرفت.





رئیس اتحادیه کفش استان اصفهان خبر داد:

کارگاه آموزشی - تولیدی کفش در اصفهان برای تولید استاندارد و علمی راه اندازی خواهد شد

نفر در حدود ۴۰۰ ساعت در زمینه تولید کفش استاندارد و علمی، آموزش خواهند دید. پیش از این نیز ۱۰۰ نفر از تولیدکنندگان آموزش تولید کفش را دیده بودند؛ اما، با این اقدام علمی به تدریج همه تولیدکنندگان کفش با تولید استاندارد آشنا می شوند. بدین منظور برای تکمیل اطلاعات در این زمینه با اکبر زاهدی رئیس اتحادیه کفش استان اصفهان به گفت و گو نشستیم.

پیش از این در تاریخ ۹ شهریورماه سال جاری نخستین کارگاه آموزشی - تولیدی کفش امروز در اصفهان راه اندازی شد. این کارگاه مجهز به چرخ دوزندگی، قالب گیری و دستگاه برش است. نخستین کارگاه آموزشی - تولیدی کفش در اصفهان برای تولید استاندارد و علمی همراه با آموزش های فنی و حرفه ای به تولیدکنندگان کفش راه اندازی شده است. در مرحله نخست تا پایان سال، ۱۵۰

راه اندازی رشته کفش در هنرستان ها

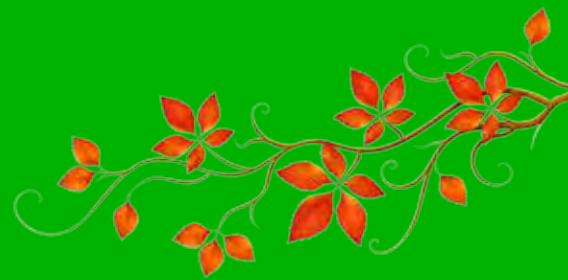
وی در ادامه افزود: علاقه مندیم تمام افرادی که در زمینه کفش تخصص دارند در کارگاه حضور یابند. البته با افراد متخصص رایزنی کردیم. با آموزش و پرورش صحبت کردیم که در هنرستان ها رشته کفش را راه اندازی کنیم و با دانشگاه هنر نیز صحبت کردیم که برای ما هنرجو در خصوص طراحی و خلق مدل بفرستند. زاهدی ادامه داد: قصد داریم هنرجویان در ابتدا دوره طراحی را بگذرانند و سپس خودشان مدل طرح کنند. هنوز این دوره ها تکمیل نشده است و منتظر هستیم که همه بخش ها راه اندازی شود.

کارگاه آموزشی - تولیدی

اکبر زاهدی در ابتدا توضیح داد: این کارگاه، آموزشی ست و نزدیک به دو سال است که راه اندازی شده است. پیشنهاد سازمان فنی و حرفه ای این بود که عنوان تولیدی هم به آن اضافه شود. بنابراین کارگاهی آموزشی - تولیدی است.

رئیس اتحادیه کفش استان اصفهان در خصوص اساتید مدرس در این کارگاه گفت: این آموزش تحت نظر سازمان خاصی نیست، دانش آموخته ای از ایتالیا و چندین استاد برجسته در این زمینه به تدریس در کارگاه خواهند پرداخت.





کارگاهی آموزنده و مفید

رئیس اتحادیه کفش استان اصفهان با اشاره به اینکه دانش آموخته رشته کفش بسیار اندک است، بیان کرد: ما علاقه‌مندیم تا افراد دوره دیده در زمینه کفش وارد کارگاه شوند. به همین دلیل قصد داریم آموزش را وارد کارگاه کنیم تا از سنتی بودن خارج شود. تمایل داریم کارگاهی همایشی و نمایشی نباشد و واقعا کارگاهی آموزنده و مفید باشد. وی در ادامه توضیح داد: این دوره‌ها در حدود ۱۸۰ ساعت است و ترمیم نیست. طراحی از دروسی است که در این کارگاه آموزش داده می‌شود. مدرک آن را فنی‌وحرفه‌ای ارائه می‌کند. قصد نداریم مدرک‌گرایی را در این کارگاه پر رنگ کنیم.

جذب کارآموز پس از پایان کارگاه

اکبر زاهدی در پایان خاطر نشان کرد: شرکت شهرک‌ها، سازمان فنی‌وحرفه‌ای و اتحادیه کفش استان با کمک یکدیگر این کارگاه را راه‌اندازی کردند و فنی‌وحرفه‌ای و اتحادیه خودشان بر این کارگاه نظارت دارند. البته ما هزینه‌ای از افراد دریافت نمی‌کنیم و هزینه‌ها را مشترکاً تأمین می‌کنیم. پس از پایان کارگاه کارآموز می‌تواند جذب کارگاه شود.



رئیس اتحادیه کفش استان اصفهان: تمایل داریم کارگاهی همایشی و نمایشی نباشد و واقعا کارگاهی آموزنده و مفید باشد. وی در ادامه توضیح داد: این دوره‌ها در حدود ۱۸۰ ساعت است و ترمیم نیست. طراحی از دروسی است که در این کارگاه آموزش داده می‌شود. مدرک آن را فنی‌وحرفه‌ای ارائه می‌کند. قصد نداریم مدرک‌گرایی را در این کارگاه پر رنگ کنیم. »»





برگزاری دوره آموزشی کوتاه مدت در مرکز علمی کاربردی چرم تهران



روز شنبه مورخ ۲۷ تیرماه ۹۵ گزارش سومین دوره آموزشی مشتری مداری، ویژه مدیران فروشگاه های کفش ملی درمحل دانشگاه علمی کاربردی مرکز چرم برگزار شد. مهندس سلیمی مدیرعامل کفش ملی هدف از برگزاری دوره های آموزشی را چنین عنوان کرد: با وجود آنکه سالن همایش شرکت کفش ملی در پایان سال ۹۴ افتتاح شد و دوره های آموزشی متعددی برای پرسنل فروش و اداری کفش ملی در آن برگزار گردید اما به علت اهمیت موضوع آموزش و اشاعه و ترویج فرهنگ آموزش پژوهی و تعامل هرچه بیشتر دانشگاه جامعه صنعت کفش و فعالان این صنعت با توجه به تصمیمات مآخوذه از طرف ریاست محترم شرکت شهرک های صنعتی استان تهران و ریاست محترم دانشگاه علمی کاربردی مقرر گردید دوره های آموزشی کوتاه مدت و بلند مدت توسط دانشگاه و با همکاری نهاد ها و سازمان ها و شرکت ها با تعامل بیشتر و همکاری جامعه صنعت کفش ایران برگزار گردد. محمد نقی سلیمی رئیس کمیسیون آموزش استاندارد جامعه صنعت کفش با اشاره به تسهیلاتی که شرکت شهرک های صنعتی و دانشگاه علمی کاربردی درخصوص موضوع آموزش بانگاه اشاعه فرهنگ آموزش به منظور حمایت از تولید داخلی برای تولیدی ها و فعالان اقتصادی

اختصاص داده اند با تشکر از حمایت های دانشگاه آموزش را از مهم ترین عوامل رشد و شکوفایی صنعت دانست. علی لشکری رئیس هیات مدیره جامعه با حضور در این دوره آموزشی و تشویق شرکت کنندگان و دمیدن روح امیدواری در آنها نیز از برگزاری دوره های آموزشی ابراز خشنودی نمود. لشکری از فرازونشیب های بازار فروش در سال های گذشته تاکنون برای شرکت کنندگان سخن گفت و آنها را به حضور در دوره های آموزشی ترغیب نمود و اهمیت دادن به موضوع آموزش در فضای کنونی کسب و کار حاکی از دلسوزی تشکل ها برای فعالان به ویژه جوانان که آینده سازان سرزمین و صنعت و آینده کشورند تلقی نمود. حضور رئیس هیات مدیره جامعه در اولین دوره های آموزشی مصوب شده در دانشگاه علاوه بر تأیید جامعه صنعت کفش و حمایت از مقوله های آموزشی موجب خشنودی شرکت کنندگان و همکاران دانشگاه شده، این دوره ها به توالی و در گرایش های مختلف مورد نیاز صنعت شناسایی گردید و از طریق دانشگاه و جامعه به اطلاع اهالی ارجمند صنعت کفش رسانده خواهد شد. ضمناً شرکت شهرک های صنعتی بیش از پنجاه درصد هزینه های این دوره را برای فعالان اقتصادی شاغل و معرفی شدگان سازمان ها و شرکت ها و تولیدی ها ی متقبل شده است.



نخستین مرکز آموزش خوشه کفش در اصفهان کلید خورد

اصفهان و حمایت های شرکت شهرک های صنعتی استان اصفهان برای تربیت نیروی مورد نیاز صنعت کفش اصفهان در روز ولادت حضرت معصومه س در هنرستان دهخدا آغاز شد. ایین ربان چینی افتتاحیه مرکز آموزشی خوشه کفش اصفهان در روز ولادت حضرت معصومه (س) با حضور جمعی از مسوولان شرکت شهرک ها صنعتی، اتحادیه کفش اصفهان، آموزش و پرورش استان برگزار شد. در پایان شرکت کفش بهشتیان از مدعوین تقدیر و تشکر بعمل آورد و یادبودی به آنها اهدا شد

به گزارش خوشه کفش اصفهان: همکاری خوشه کفش اصفهان با آموزش و پرورش استان اصفهان و اتحادیه کفاشان



جناب آقای مختار بهامن
مدیریت محترم کفش آزادگام
بانهایت تاسف وتالم درگذشت مادر گرامیتان را به
جنابعالی و خانواده محترم تسلیت عرض نموده
از خدولند متعال برای جنابعالی صبر و شکیبایی
و برای آن مرحومه علودرجات مسئلت می نماییم
نشریه و جامعه مدیران و متخصصین
صنعت کفش ایران





نخستین دوره‌های آموزشی تخصصی کفش برگزار شد؛ ضرورت برگزاری دوره‌های آموزشی برای ارتقای صنعت کفش

ماهنامه صنعت کفش: اولین «دوره‌های آموزشی تخصصی کفش» با حمایت شرکت شهرک‌های صنعتی، جامعه صنعت کفش و شرکت مشاوره و مهندسی آرادی ماه امسال پس از پایان پنجمین نمایشگاه امپکس در دانشگاه علمی کاربردی چرم تهران برگزار شد. در این دوره آموزشی تلاش شد با کاری جمعی و گروهی هر یک از این سه ضلع به انجام بخشی از این مهم پردازند تا به این ترتیب بازدهی لازم مورد انتظار به دست آید. در این دوره‌ها که شامل ۱۱ کلاس نظری و کارگاه عملی بود اساتید به ارائه درس‌گفتارها برای هنرجویان و صنعتگران و نیز علاقه‌مندان به صنعت کفش پرداختند و از سر فصل‌های این دوره آموزشی می‌توان به «قوانین و مقررات مالیاتی»، «اصول طراحی کفش»، «مدل‌سازی»، «پستایی»، «برش»، «اشبالت»، «مدیریت تولید»، «برنامه‌ریزی تولید»، «تکنیک‌های بازاریابی و فروش»، «آشنایی با انواع پای‌پوش» و ... اشاره کرد که در ۴ هفته متوالی برگزار شد. ظرفیت این کلاس‌ها ۱۵ نفر اعلام شده بود که برخی کلاس‌ها و کارگاه‌های عملی با استقبال بالایی روبه‌رو شده و در نهایت پذیرای جمعیتی دو برابر معمول بودند.

عزم جدی برای روزآمد شدن دانش فنی

این دوره در کنار دوره‌های آموزشی که در اتحادیه کفش‌های دست‌دوز و کفش‌های ماشینی و لاستیکی برگزار شد حاکی از عزم فعالان این صنعت برای پر کردن خلا آموزشی صنعتگران دارد و برنامه‌ها حاکی است صنعت کفش در حال پوست‌اندازی از شکل سنتی خود به سمت مدرن و روزآمد است. پس از استفاده از اساتید خارجی، این بار داده‌ها و اطلاعات از سوی کارشناسان ایرانی در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت افرادی که آموخته‌های علمی آنان در کنار تجربه، زمینه را برای همراهی در این دوره آموزشی فراهم کرد. جمعیت محدود، تنوع هنرجویان را در کلاس‌ها و کارگاه‌ها زیاد کرد به طور نمونه کلاس «تکنیک‌های بازاریابی و فروش» که با تدریس حمیدرضا قاسمی، دانش آموخته مدیریت با ۳ دهه فعالیت در حوزه کسب و کار انجام شد، از فروشندگان خرد تا مدیران فروش برخی فروشگاه‌های زنجیره‌ای در آن حضور داشتند. از جمله مباحثی که در این کلاس مطرح شد این بود که بازاریابی جدا از اینکه آن را یک رشته علمی در نظر بگیریم، سابقه‌ای به بلندای زندگی بشر دارد حتی پیامبران و اولیا خدا از جمله کسانی بودند که می‌توان گفت بهترین بازاریابان عالم خلقت بوده‌اند. در ادامه به مقدمات کلی اعم از تعیین هدف و سپس مدیریت و برنامه‌ریزی برای فروش پرداخته شد؛ از بازارهای سنتی تا شکل گرفتن بازارهای عصر حاضر در فضای مجازی. و اینکه

چگونه بازار از حالت تقاضای خریدار برای خرید کالای مورد نیاز خود در بازارهای سنتی، به سمت تلاش تولیدکننده برای پیدا کردن مشتری برای تولیدات صنعتی خود تغییر مسیر داده است.

تغییرات و در دست داشتن بازار

در دنیای امروز با تغییر ذائقه‌ها و تنوع سلیق، این تولیدکننده است که باید برای کالای خود بازار تقاضا به وجود آورد. یکی از صنعتگران شرکت‌کننده در این کلاس عنوان کرد، در حال حاضر بازار به گونه‌ای است که هر تولیدکننده باید به طور هفتگی یک مدل جدید به سبد محصولات خود بیفزاید اگر این گونه نباشد از میدان رقابت حذف خواهد شد. امروز می‌شنویم که چین به لحاظ اقتصادی بازارهای بسیاری را از آن خود کرده است بازارهایی که بر اساس سلیقه و درخواست مشتری اداره و هدایت می‌شود. تنوع کاری در محصولات چینی، سلیقه بسیاری از مشتریان را تغییر داده است به طوری که با تغییر مشخصه‌ای در کالا، مصرف‌کننده را متقاعد به خرید ماهانه محصول می‌کند. بازاریابی در دنیای امروز یکی از چالش‌های صنعتگر ایرانی بوده که فعالان صنعت کفش تلاش دارند در این بخش از بازار، تولیدکننده را با مهم شاخص‌های بازاریابی آشنا کنند زیرا تولید بدون مشتری، ادامه حیات را در صنعت با مشکل مواجه کرده و در نهایت موجب حذف آن از بازار خواهد شد.



صحت شد که از برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی اظهار رضایت‌مندی می‌کردند. یکی از شرکت‌کنندگان معتقد بود؛ اگر چه کلاس‌ها برنامه‌ریزی لازم را نداشت اما اطلاعات و داده‌های مهمی در اختیار صنعتگر قرار داد و ذهن سنتی فعالان این صنعت را به سمت دنیای جدید و اندیشیدن به شیوه‌ها و روش‌های نوین سوق داد. او در ادامه به کارگاه‌های عملی اشاره کرد و گفت: عادل اعزازی مدرس این کارگاه‌ها، از آناتومی پا برای کفشان، توضیحات مفصلی ارائه داد و ذهن بسیاری را با آنچه که بیشتر تنها به دلیل سینه به سینه شدن، در کفش اجرا می‌کردند، روشن ساخت. کفشان بدون آگاهی از علت و کارکرد هر یک از بخش‌ها تنها آن‌ها را در کفش لحاظ می‌کردند اما پس از این کلاس با آگاهی از خصوصیات پا و اینکه هر یک از قوس‌ها و برش‌ها دارای چه عملکردی برای پا در کفش هستند با تعهد بیشتری به کار خود ادامه می‌دهند. به این ترتیب صنعتگر در کار خود ماهرتر و متخصص‌تر عمل می‌کند. او از دیگر امتیازات این دوره آموزشی، به برگزاری کلاس‌ها در فضایی علمی و دانشگاهی اشاره کرد و گفت: در بازدهی کلاس‌ها و کارگاه‌ها نقش مهمی دارد. یکی دیگر از شرکت‌کنندگان این دوره آموزشی که از فعالان صنعت چرم بود در پاسخ به چرایی شرکت در این کلاس‌ها توضیح داد: چرم بخشی از کفش و محصول نهایی است و دانستن نکاتی درباره کفش، دید فعالان این صنعت را در تولید چرم روشن‌تر می‌کند و با دانش بیشتر به تولید می‌پردازد. البته به دلیل بازدهی و بازخورد مطلوب این دوره آموزشی، این کلاس‌ها و کارگاه‌های عملی برای سال ۹۶ نیز ادامه خواهد داشت و در بخش‌هایی که تقاضا بالا بوده کلاس‌ها و کارگاه‌ها تکرار خواهند شد. و در صورت لزوم در ادامه آموزش‌ها، اطلاعات و دانش‌های جدیدتری در اختیار شرکت‌کنندگان قرار خواهد گرفت.



بازار عرضه و تقاضا در عصر حاضر به سمت بازارهای الکترونیکی در فضای مجازی رفته است که در این فضای نامحدود و نیز تولید انبوه این سازنده است که باید برای محصولات خود بازار ایجاد کند. و البته تبلیغات نیز مسئله بسیار مهمی است که مشتری نسبت به کیفیت و امتیازات کالا آگاه می‌شود. یکی از چالش‌هایی که در بازار سنتی گریبان‌گیر تولیدکننده ایرانی است تفکر آغاز کار بدون برنامه‌ریزی است که خود از عدم مدیریت نشات می‌گیرد. به گفته مدرس کلاس بازاریابی، بسیاری معتقدند باید کار را شروع کرد و به هنگام مشکلات به هر حال آرام‌آرام خود رفع می‌شوند. چنین تفکری نشان‌دهنده برنامه‌ریزی نداشتن بوده که خود از عدم مدیریت نشات می‌گیرد در حالی که یکی از نکات مهم در امر بازاریابی و فروش، برنامه‌ریزی و مدیریت آن است.

مدیریت و برنامه‌ریزی برای تولید

اما یکی از نکات بسیار مهم در امر تولید، مدیریت زمان است که در بسیاری از صنایع داخلی نادیده گرفته می‌شود. دیرکرد و عقب ماندن از زمان تعیین شده، آسیب‌هایی را به هر دو طرف قرارداد اعم از تولیدکننده و نیز مصرف‌کننده وارد می‌کند. محمدمجواد مظاهری، مدرس کلاس برنامه‌ریزی تولید و نیز مدیریت آن، از اهمیت صنعت پس از کشاورزی در اقتصاد کشور گفت و بیان کرد، حرکت مطلوب هر یک تأثیری مثبت بر دیگری دارد و در ادامه باعث شکوفایی اقتصادی کشور می‌شود. مدیریت و در نظر گرفتن کارکردها در تولید کفش به طور قطع می‌تواند به این مهم بانجامد که هر یک از تولیدکنندگان ضمن تقسیم‌بندی کاری در بخش کفش‌های مردانه، زنانه و بچگانه، به شکل خردتر در کفش‌های حرفه‌ای و مشاغل بپردازند و به طور نمونه در امر تولید کفش‌های مهندسی، ایمنی، کشاورزی هر یک از قشرهای مصرف‌کننده را جداگانه ببینند. همچنین در کفش‌های کشاورزی نوع مردانه با زنانه متفاوت باشد زیرا در شمال این امر، بیشتر بر عهده زنان است یا در کفش‌های مهندسی با توجه به تفاوت سلیقه‌ها کفش‌های مهندسی زنانه با نوع مردانه متفاوت‌تر طراحی و دوخته شوند.

رضایت‌مندی از برگزاری دوره‌های آموزشی

در ادامه با چند هنرجو و صنعتگر شرکت‌کننده در این کلاس‌ها



هدف وپیشینه فعالیت های آموزشی جامعه صنعت کفش ایران

هدف آموزش های لازم در این دوره را می توان به تولید با کیفیت بالا، قیمت تمام شده پایین، کارایی بالا و محصول قابل دانست، رویکرد آموزش کاربردی، گام مهم دیگری بود که آن زمان توجه شد؛ به طوری که ماحصل آموزش تنها مدرکی به عنوان فارغ التحصیلی در این رشته و فقدان داشتن مهارت های لازم نباشد، چون این صنعت پشت میزی نمی خواهد. به آموزش کاربردی نیازمند است و تنها نیروی انسانی متخصص و توانا می تواند منشاء این تحول شود. با اطلاعات به دست آمده جای بسی جای بسی امیدواری بود که تعداد بسیاری از این دانشجویان از شاغلین در این صنعت اند که همراه با کار، درس می خوانند و این فرصت را مغتنم بدانند که پس از فارغ التحصیلی با انگیزه و توشه ای غنی به کار تخصصی خود بپردازند تا بدین نحو فاصله ایجاد شده صنعت با دانشگاه کوتاه شود. اما به دلایل مختلف این مهم از طرف صنعت مورد استقبال مطلوب قرار نگرفت. برگزاری دوره های کوتاه مدت می تواند راه نیامبری برای رسیدن به تربیت نیروی انسانی ماهر باشد و قطره ای نیاز وافر صنعت را به داشتن نیروهایی آگاه باتوانمندی های بالا باشد

به منظور تربیت و ارتقاء نیروی انسانی در حوزه های تولید، طراحی محصول، طراحی و ساخت قالب، بازرگانی و فروش، دست اندرکاران جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران به دنبال راه حلی برای آشتی این صنعت با آموزش عالی بودند؛ تا به هر دلیلی که جوانان دانشگاهی فارغ التحصیل نسل سومی جذب این رشته نمی شوند یا صنعت آنها را جذب نمی کند، لاقبل جوانان شاغل در صنعت کفش را دانشگاهی کنند.



این موضوع انگیزه ای شد که با تلاش های بسیار دست اندرکاران جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران و شورای برنامه ریزی درسی دانشگاه جامع علمی-کاربردی، مدیریت وقت گروه صنعتی ملی و کارشناسان برجسته این صنعت و همکاری جهاد دانشگاهی دانشگاه صنعتی شریف نسبت به تدوین دوره درس این رشته اقداماتی

انجام گردید و در نهایت با امضای توافق نامه بین جامعه صنعت کفش ایران و دانشگاه صنایع و معادن ایجاد رشته کاردانی ناپیوسته طراحی و تولید کفش طراحی، تصویب و به مرحله اجرا درآمد. به طوری که در سال تحصیلی ۸۸ برای اولین بار طی مراحل گوناگون ۲۶ دانشجو توانستند در این رشته در دانشگاه صنایع و معادن شروع به تحصیل کنند.





توجه به جایگاه آموزش

از زوایای مختلف

در ارتباط با موضوع مورد بحث اساتید و نیز مشورت در خصوص مشکلاتی که با آن روبرو هستند، از جمله اتفاقات مثبت و مفید این کلاس ها به شمار می رود. اما متأسفانه در ارتباط با هنرجویان کلاس های مدلسازی، با توجه به نیازی که آنها به انجام تمرینات عملی در کلاس دارند؛ امکانات مناسبی جهت فراگیری و انجام الگوسازی در فضای آموزشی وجود نداشت. از نگاهی دیگر می توان به لزوم توجه به نیازهای فیزیکی و روانشناختی مخاطبان کفش، فراتر از بودن در جایگاه یک محصول مادی صرف، بلکه تبدیل شدن به نوعی از دارایی که کاربر با آن به بیان سلاقی، فرهنگ، موقعیت اجتماعی و ایده آل های خود می پردازد؛ اشاره نمود. موضوعی که پرداختن به آن در بازارهای اشباع شده ی امروزی نتایجی چون ایجاد احساس رضایتمندی در کاربر، برتری بخشیدن به شرکتهای تولید کننده، حفظ سرمایه و پیشرفت در تولید، جلوگیری از عدم رغبت مشتریان به خرید و در نهایت افزایش میزان فروش را به همراه خواهد داشت. امید است در دوره های آموزشی آینده، موضوعاتی نظیر صنعت کفش و طراحی صنعتی، جایگاه طراحی در صنعت کفش جهان، حساسیت قیمتی در مشتری و ارتباط آن با زیبایی شناسی و فروش محصول، نیز از عناوینی باشند که یک روز از فرآیند آموزشی را به خود اختصاص می دهند.

در روزهای آغازین زمستان امسال، جامعه ی مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران با همراهی شرکت مشاوره ی مدیریت و مهندسی آرا، در دانشگاه علمی- کاربردی چرم و کفش تهران، میزبان علاقمندان به مباحث متنوع آموزشی مرتبط با این صنعت شد. این دوره از کلاسها که از ۹ دیماه شروع گردید؛ دو روز آخر هر هفته را در طول یک ماه، به خود اختصاص داده و برای هر فرد فعال در این صنعت و یا علاقمند به فراگیری، امکان حضور در آنها وجود داشت. ارائه ی عناوینی چون: "آشنایی با انواع پایپوش، مدلسازی، پستایی سازی، برنامه ریزی و مدیریت تولید، برنامه ریزی فروش و فروشندگی حرفه ای، هزینه سنجی کفش و آشنایی با قوانین و مقررات مالیاتی" نشانگر دیدگاهی چند جانبه نسبت به نیازهای آموزشی مطرح در این صنعت بوده است که در جایگاه خود بسیار ارزشمند می باشد. از سوی دیگر حضور اساتیدی نظیر: "جناب آقای مهندس اعزاز، جناب آقای مهندس مظاهری، جناب آقای دکتر رزاقی و جناب آقای مهندس قاسمی" که در ارتباطی مستقیم و دیرینه با صنعت کفش ایران بوده اند، از نقاط قوت این دوره از کلاس ها محسوب می گردد. در هر روز از این دوره ها، دو کلاس بصورت همزمان برگزار می گردید که متقاضی می توانست متناسب با نیاز و علاقه ی خود، در یکی از آنها شرکت نماید. قابل ذکر است که حضور افرادی از کارگاه ها و کارخانه های تولیدی متفاوت و بیان نقطه نظرات و تجارب آنها

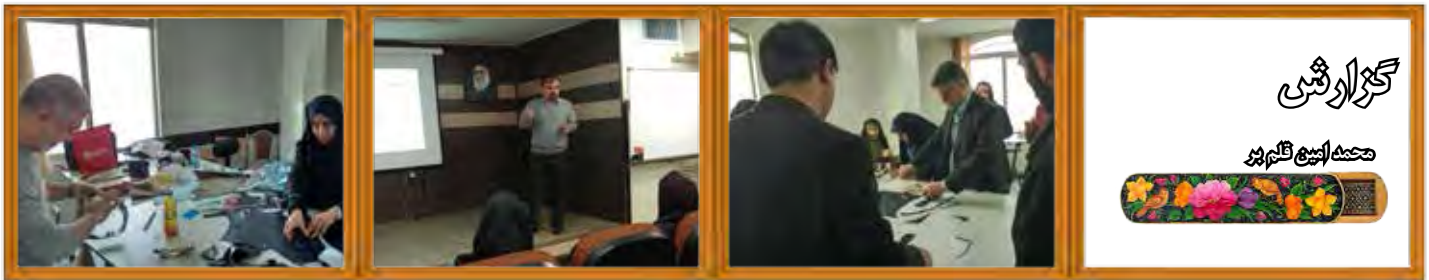
جناب آقای عیسی صفری

مدیرعامل محترم شرکت کفش سفری

بانهایت تأسف و تالهم در گذشت پدربزرگوارتان را تسلیت عرض نموده، از خداوند متعال برای جنابعالی و خانواده محترم صبر و شکیبایی و برای آن مرحوم علودر جات مسئلت می نمایم.

نشریه صنعت کفش

”هنرجویان کلاس های مدلسازی، با توجه به نیازی که آنها به انجام تمرینات عملی در کلاس دارند؛ امکانات مناسبی جهت فراگیری و انجام الگوسازی در فضای آموزشی وجود نداشت“



آموزش: فرصتی برای هوشمندها

جرایم و معافیت‌های مالیاتی، تشریح ماده ۱۶۹ و تبصره‌های مربوط و تشریح بخشنامه رسیدگی به حساب‌های بانکی پرداخته شد.

(۵) برنامه‌ریزی تولید و مواد اولیه

در این دوره به مباحث کلیدی شامل برنامه‌ریزی تولید کوتاه مدت، میان مدت، بلند مدت، تعریف چارت سازمان و جایگاه مدیریت برنامه ریزی تولید، برنامه‌ریزی تولید، برنامه ریزی بودجه، برنامه‌ریزی توسعه، روش‌های تولید، ورودی، پردازش و خروجی تولید، تعریف کارت پلان و شماره‌های پلان، پرداخته شد.

(۶) اصول هزینه‌یابی کفش

مباحث کلیدی مطرح شده در این دوره شامل موارد آنالیز قطعات و مواد اولیه مصرفی در صنعت کفش، مواد اولیه مصرفی در ساخت رویه کفش، مواد اولیه مصرفی برای آستر کفش، مواد اولیه برای خرجکار، مواد اولیه مصرفی نخ و چسب و ...، مواد اولیه شیمیایی، مواد اولیه برای ساخت زیر کفش، مواد اولیه مصرفی، حمل و نقل و پیش بینی نشده بود.

(۷) نازک کاری و دوخت

مباحث اصلی مطرح شده در این دوره شامل برش الگو روی چرم، لیویس (نازک کاری قسمت های لازم)، مشخص کردن نوارهای بافتی در نواحی، لب تا (لبه های نازک شده را چسب زده و به روی نوارها برگرداندن)، چسباندن آستر بود که به صورت عملی آموزش داده شد.

(۸) برنامه‌ریزی فروش

در این دوره مواردی شامل تعاریف برند و اهمیت آن، مشتریان وفادار و نقش برند در وفاداری، تهیه بانک‌های اطلاعاتی از مشتریان، بودجه‌بندی، ایجاد سازمان فروش، فروش مستقیم و شخصی، مهارت‌های مدیریتی در سازمان فروش، انگیزش در سازمان فروش، تیم فروش، بهره‌وری در تیم فروش، تعیین اهداف در سازمان فروش و ارتباط واحد فروش با سایر بخش‌های سازمان مطرح گردید.

اولین دوره از مجموعه آموزش‌های تخصصی در صنعت کفش از تاریخ ۹ دی الی ۱ بهمن ۱۳۹۵ در ۱۲ سرفصل برگزار شد. این دوره‌ها با همکاری مشترک جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران و شرکت مشاوره مدیریت و مهندسی آرا و با حمایت شرکت شهرک‌های صنعتی تهران و مرکز علمی کاربردی چرم تهران برگزار گردید. هدف از برگزاری دوره‌ها ارتقاء دانش و مهارت فعالین و علاقه‌مندان به صنعت کفش بود، لذا دوره‌ها به صورت کارگاهی و با روش مربی‌گری برای انتقال دانش و تجربه عملی به دانشجویان برگزار گردید. در طراحی دوره‌ها سعی بر آن بود تا با همفکری و جمع‌آوری نظرات مدیران و خبرگان صنعت بر اساس چالش‌ها و مشکلات موجود عناوین طراحی گردد که حاصل آن طراحی ۱۲ دوره به شرح ذیل بود:

(۱) اصول طراحی کفش مقدماتی

(۲) اصول طراحی کفش پیشرفته

در این دوره‌ها به مباحث اولیه طراحی کفش، ابزارهای طراحی (چاقو، چکش، قیچی و ...) و نحوه کار با آن‌ها به صورت عملی، اجزاء کفش (کفی، چسب، قالب و ...) و غیره پرداخته شد.

(۳) تکنیک‌های فروش

در این دوره با تعریف ارکان بازاریابی و آمیخته بازاریابی به طبقه‌بندی فروش بر اساس محصول، مشتری، جغرافیا پرداخته شد و با تشریح مدیریت فروش و فروشندگی حرفه‌ای در کفش مهارت‌های کلیدی یک فروشنده و تکنیک‌ها و تاکتیک‌های عملی فروش ادامه یافت.

(۴) قوانین و مقررات مالیاتی

در این دوره به مباحث کلیدی شامل تعریف انواع مالیات و نحوه محاسبه آنها، طبقه‌بندی اشخاص حقوقی و حقیقی در قانون م.م. قدیم و جدید، تشریح تکالیف مودیان، آشنایی با حقوق مودیان، آشنایی با سایت‌ها و سامانه‌های سازمان امور مالیاتی، تقویم تکالیف و مهلت‌های مشخص شده، درآمدهای مشمول مالیات،



۹) اصول مدیریت تولید

مباحث اصلی مطرح شده در این دوره شامل موارد طراحی و محاسبه کارخانجات، بحث Layout، چارت سازمانی، راندمان تولید، طراحی تولید از برش، پستایی، کارکشی، پرداخت و ...، انواع روش های تولید (تزریق مستقیم، کارشیک و ...)، انواع زیره کفش (EVA، PVC، PU و ...)، بود.

۱۰) اصول پستایی سازی

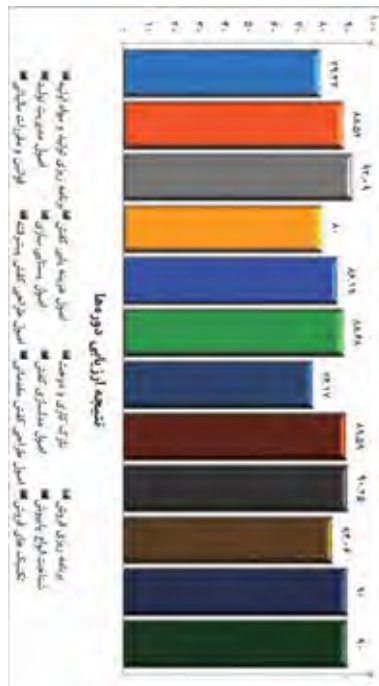
در این دوره مباحث اصلی شامل موارد آشنایی با انواع چرم طبیعی و مصنوعی، آشنایی با لیویس کاری با چاقوی لیویس، آشنایی با چسب کاری قطعات رویه کفش، آشنایی با لب تا کردن قطعات دهنه و پشتی رویه کفش، آشنایی نوارکشی رویه، آشنایی با چرخکاری، انواع چرخ، انواع سوزن، انواع نخ و کاربرد آنها، آشنایی برش آستر، آشنایی با دورگیری دهنه کفش، توانایی نقشه خوانی و پیاده نمودن نقشه بر روی قالب کفش و آشنایی اندازه گیری قالب کفش بود.

۱۱) اصول مدلسازی کفش

موارد اصلی مطرح شده در این دوره شامل مباحث اولیه مدلسازی، آشنایی با اصول مدلسازی، معرفی نقاط اصلی برای طراحی، مدلسازی کفش زنانه لودشکا، مدلسازی کفش دربی (رویه ساده)، مدلسازی کفش دربی (ساعتی دار) و تعداد نقاط فنی در رابطه با زیبایی طراحی بود.

۱۲) شناخت انواع پایپوش

از جمله مهمترین مسائل مطرح شده در این دوره می توان به تشریح انواع دمپایی و سرپایی، انواع صندل، انواع کفش های رسمی و فرمال، انواع کفش های کالج، انواع کفش های راحتی، انواع کفش های طبی، انواع کفش های اسپرت و کتانی، انواع کفش های ورزشی کوه نوردی، پیاده روی، بسکتبال، تیپس و ...، انواع کفش های ایمنی، انواع کفش های خاص (آتش نشانی، آتشکاری، حفاری، سربازی و ...)، انواع چکمه های صنعتی و کشاورزی، انواع کالش و دوپوش و انواع کفش های سنتی (گیوه، تخت کلاسیک و ...) اشاره نمود. نتایج ارزیابی دوره ها نشان از میانگین رضایت بالای ۸۵



درصدی در مجموع دوره ها داشت که بسیار مطلوب بود. دوره ها با ترکیب دو رویکرد نظری و عملی و با نگاهی کاملاً تخصصی به صنعت کفش برگزار گردید بطوریکه در برخی کارگاه ها اساتید چرخ ها و لوازم صنعتی لازم را جهت آموزش عملیاتی همراه خود می آوردند. از جمله نکات مهمی که برگزاری این کلاس ها نشان داد جذابیت این صنعت برای تازه واردین و دانشجویان صنعت کفش بود، تقاضا و فرصتی که به نظر می رسد از نگاه اکثر کارفرمایان و مدیران این صنعت مغفول مانده است. علیرغم محدودیت هایی که در برگزاری دوره ها مواجه بودیم مانند حداکثر تعداد ۱۵ نفر برای هر دوره ولی به دلیل تقاضا و اشتیاق دانشجویان کلاس هایی تا ۲ برابر ظرفیت نیز برگزار شد تا پاسخی باشد به انگیزه کسانی که برای آموزش خود ارزش قائل هستند. در انتها خاطر نشان می سازد شرکت آرا با همکاری جامعه صنعت کفش همراه تمامی نوآموزان و متخصصین دلسوز و مشتاق آموزش صنعت، دوره های تکمیلی و پیشرفته را با همدلی و همراهی اساتید و مدیران ارشد خوش فکر و بلنداندیش به زودی در اسفند ماه برگزار خواهد کرد.



انسان برخوردار از اعتماد به آنچه اراده کند خواهد رسید.



اولین فارغ التحصیلان رشته تولید کفش
دانشگاه صنایع و معادن (مرکز فرمانیه)



عباس آذری قاضیانی



محمدتقی سلیمی
استاد و اولین مدیر گروه رشته
تولید کفش



امیر حقیقت زاده



محمد حسینی



سید مسعود تقوی



سید مهدی حسینی بهشتیان



محسن ادب



سعيد حشمن پور سعي



احمد محمدی



مهرمنی ملهائی



فتاح دادبهش



مجید داهی علی



سید حسین یزدی



آمینز تهری راد



علی اکبر ملایع جوزان



حمید ملایخی



بیژن ماهه داری

جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران

نشانی: تهران، خیابان میرزای شیرازی، قبل از خیابان شهید مطهری،
نبش کوچه بیست و دوم، پلاک ۱۷۴، طبقه اول جنوبی

تلفن: ۰۲۱۸۸۸۹۱۱۹۷

نمابر: ۰۲۱۸۸۹۰۲۳۵۹

کد پستی: ۱۵۹۶۸۱۶۷۳۳

صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۹۵۹۱

وبسایت: www.sanatekafsh.ir و www.assomes.ir

پست الکترونیک: info@assomes.ir

کانال تلگرام: [telegram.me/sanatekafsh](https://t.me/sanatekafsh)

صفحه اینستاگرام: [instagram.com/sanatekafsh_ir](https://www.instagram.com/sanatekafsh_ir)