

گزارش بیست و پنجمین نمایشگاه بین المللی کاشی و سرامیک

۱۹ الی ۲۲ تیر ماه ۱۳۹۷



بیست و پنجمین نمایشگاه بین المللی کاشی، سرامیک و چینی بهداشتی در تاریخ ۱۹ الی ۲۲ تیر ماه از ساعت ۱۰ صبح تا ۱۸ با حضور مقامات وزارت صنعت، معدن و تجارت، تعدادی از نمایندگان مجلس، مقامات اتاق بازرگانی ایران و روسای انجمن های مرتبط در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران توسط دکتر رحمانی قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت افتتاح شد و ده ها شرکت داخلی و خارجی از ایران و دیگر کشورهای جهان، توانمندی و تولیدات خود را به نمایش گذاشتند.

در این نمایشگاه محصولات مختلف در گروه‌های کالایی کاشی و سرامیک ماشین آلات و تجهیزات چینی بهداشتی رنگ و لعاب مواد اولیه شیرآلات سرویس های بهداشتی به نمایش گذاشته شد و تجار، انبوه سازان، مهندسان و طراحان با طرح های جدید و آخرین دستاوردهای صنعت کاشی و سرامیک کشور آشنا شده ، بازارهای جدید صادراتی و ظرفیت های بالقوه این صنعت معرفی گشتند و زمینه برنامه ریزی برای حل مشکلات و ایجاد بسترهای مناسب برای سرمایه گذاری و کارآفرینی در این صنعت فراهم آمد. نمایشگاه امسال با حضور بیش از ۲۰۰ شرکت داخلی و خارجی و با محوریت حمایت از کالای ایرانی برگزار شد..



افتتاح بیست و پنجمین نمایشگاه بین المللی کاشی و سرامیک با حضور آقای دکتر رحمانی قائم مقام وزیر صنعت معدن و تجارت

رضا رحمانی، معاون طرح و برنامه وزیر صنعت، معدن و تجارت در حاشیه بیست و پنجمین نمایشگاه بین المللی کاشی ،سرامیک و چینی بهداشتی در مصاحبه با خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما گفت: صنعت کاشی و سرامیک در کشور از نظر ظرفیت تولید رتبه چهارم در جهان را دارد. وی افزود: این صنعت می تواند تمام نیاز داخل را تامین کند و سال گذشته ۱۵۰ میلیون متر مربع صادرات نیز صورت گرفته است. رحمانی با بیان اینکه امسال قصد داریم این میزان تولید و صادرات را افزایش دهیم گفت: برنامه دولت حمایت جدی از تولید و ایجاد بازار مصرف و صادرات به ویژه در کشورهای همسایه است.

وی افزود: در این مسیر تشکل‌های بخش خصوصی محور کار هستند ضمن اینکه رایزنی‌ها و سفارت‌های کشور و سازمان توسعه تجارت نیز در این زمینه همکاری می‌کنند.

معاون وزیر صنعت گفت: دستور کار وزارت صنعت و دستور ویژه وزیر صنعت، معدن و تجارت حمایت از صادرات به ویژه در صنایعی مثل کاشی سرامیک و سیمان است که در آن‌ها مزیت داریم.

بنا بر این گزارش، محمد روشنفکر رئیس انجمن کاشی و سرامیک نیز در مصاحبه با خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما با بیان اینکه بیش از ۵۰۰ میلیون متر مربع ظرفیت نصب شده در این صنعت داریم بر ضرورت حمایت از تولید ملی در شرایط اقتصادی کشور تاکید کرد. وی افزود افزایش تعرفه برخی مواد اولیه مورد نیاز صنعت کاشی و سرامیک با توجه به بسته ارزی اخیر دولت یکی از مشکلات عمده این صنعت است که ورود و تهیه مواد اولیه را بسیار دشوار کرده است که امیدواریم بتوانیم این موضوع را حل کنیم.

بهنام عزیززاده رئیس ستاد اجرایی بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کاشی، سرامیک گفت: نمایشگاه امسال با محوریت حمایت از کالای ایرانی برگزار می‌شود و بر این اساس تلاش کردیم شرکت‌های داخلی نسبت به سال‌های گذشته حضور مؤثرتری در نمایشگاه داشته باشند. وی اضافه کرد: این نمایشگاه در فضایی به مساحت حدود ۳۰ هزار متر مربع، در ۷ گروه کالایی؛ کاشی و سرامیک، ماشین‌آلات و تجهیزات، چینی بهداشتی، رنگ و لعاب، مواد اولیه، پخت‌سوم و شیرآلات، سرویس‌های بهداشتی، شرکتهای بازرگانی پخش کاشی و نشریات مرتبط و در ۱۲ سالن نمایشگاهی محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران برگزار شد.

رئیس ستاد اجرایی بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کاشی، سرامیک با بیان اینکه این نمایشگاه بزرگترین نمایشگاه کاشی و سرامیک کشور است، گفت: بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کاشی، سرامیک و چینی بهداشتی تهران فرصت مغتنمی است تا تجار، انبوه‌سازان، طراحان، مهندسان، معماران و کاربران و همچنین دانشجویان رشته سرامیک بتوانند با طرح‌های جدید و آخرین دستاوردهای تولید کاشی و سرامیک و آشنا شوند.



اقای دکتر رحمانی قائم مقام وزیر صنعت معدن و تجارت، مهندس روشنفکر رییس هیات مدیره انجمن سرامیک ایران و انجمن تولیدکنندگان کاشی و سرامیک و مهندس عزیززاده دبیر اجرایی انجمن صنفی در بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کاشی و سرامیک شناسایی بازارهای جدید صادراتی، افزایش صادرات، معرفی ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل این بخش صنعتی کشور، برنامه ریزی برای حل مشکلات، موانع و نقاط ضعف موجود این صنعت، ایجاد بسترهای مناسب برای سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، ایجاد زمینه اشتغال و کارآفرینی، آشنایی دست‌اندرکاران با محصولات، نوآوری‌ها و ظرفیت‌های موجود، ایجاد فضای رقابتی سالم میان تولیدکنندگان داخلی برای ارتقاء کیفیت تولید و ایجاد ارتباط مستقیم میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان مهمترین اهداف برگزاری این نمایشگاه بود.

انجمن سرامیک ایران نیز در این نمایشگاه با ارائه فعالیت‌ها و انتشارات و عضوگیری، حضوری فعال در این نمایشگاه داشت. همچنین پوستر دوازدهمین کنگره سرامیک ایران در غرفه‌ی انجمن رونمایی شد و اطلاعات جهت شرکت در کنگره در اختیار بازدیدکنندگان قرار گرفت. اعضای هیئت مدیره انجمن سرامیک ایران و اعضای حقیقی و حقوقی نیز ضمن بازدید از نمایشگاه، با حضور در غرفه انجمن، در مورد فعالیت‌های انجمن نظراتی را ارایه نمودند.



حضور مهندس روشنفکر رییس هیات مدیره انجمن سرامیک ایران و انجمن تولیدکنندگان کاشی و سرامیک و مهندس عزیززاده دبیر

اجرای انجمن صنفی در غرفه انجمن سرامیک ایران



حضور آقای دکتر سرپولکی در غرفه انجمن سرامیک ایران



حضور اعضای هیات مدیره انجمن در غرفه انجمن سرامیک مهندس سالاریه - مهندس طارم‌سری - مهندس منظوری



حضور هیات مدیره شرکت ساکمی در غرفه انجمن سرامیک ایران



حضور آقایان دکتر محبی عضو هیات مدیره انجمن و مهندس اقبالی



حضور مهندس مهینی مدیر عامل شرکت رنگدانه های سرامیکی گهرفام عضو حقوقی انجمن سرامیک ایران در غرفه انجمن

تعدادی از اعضای حقوقی انجمن سرامیک ایران از جمله شرکت آپاداناسرام، درامیک، شرکت رنگدانه های سرامیکی گهرفام ، شرکت شایراد تجارت پارس، شرکت صنایع خاک چینی ایران، صنایع کاشی و سرامیک الوند، کاشی مرجان، شرکت کائولین و خاک های نسوز خراسان، شرکت چینی بهداشتی گلسار فارس، گروه کارخانجات لعاب مشهد، شرکت لعابیران، شرکت صنعتی و معدنی سوراوجین عقیق و شرکت ایران آیمدی شرکت داشتند که مصاحبه ای با تعدادی از مدیران برخی از این شرکت ها انجام گرفت.



حضور عضو حقوقی انجمن سرامیک در نمایشگاه - شرکت معدنی و صنعتی سورا وجین عقیق



حضور عضو حقوقی انجمن سرامیک در نمایشگاه - شرکت رنگدانه های سرامیکی گهر فام



حضور عضو حقوقی انجمن سرامیک در نمایشگاه - شرکت آپادانا سرام



حضور عضو حقوقی انجمن سرامیک در نمایشگاه - شرکت کاشی مرجان



حضور عضو حقوقی انجمن سرامیک در نمایشگاه - شرکت لعاب مشهد



حضور عضو حقوقی انجمن سرمایه‌یک در نمایشگاه - شرکت ایران آیمدی



حضور عضو حقوقی انجمن سرمایه‌یک در نمایشگاه - شرکت لعابیران



حضور عضو حقوقی انجمن سرمایه‌گذاران در نمایشگاه - شرکت شایراد تجارت پارس



• جایگاه فعلی صنعت سرامیک در کشور چگونه است؟

ای کاش به جای مطرح کردن این سوال، به عنوان یک انجمن علمی متولی موارد مربوط به کلیات این صنعت در کشور، شاخص های مشخص تری را تعیین می کردید. جایگاه فعلی یعنی چه؟ از چه جهت؟ به عنوان یک فعال اقتصادی، این سوال مفهومی ندارد. حداقل می توان با اجماع نخبگان صنعت و همکاری بقیه انجمن ها و فیلدهای صنعتی، چند شاخص را تعیین کرده و با استفاده از آن ها یک مقایسه ی جامع انجام دهیم. به طور کلی مسلم است که به عنوان یک صنعت وابسته به صنعت ساختمان و به عنوان یک فیلد اقتصادی، در جنگ اقتصادی فعلی وضعیت کلی بسیار نامطلوب بوده و یک آینده گنگ برای آن وجود دارد. امیدوارم در این جنگ اقتصادی، صنایع قدرتمند و کیفیت طلب باقی بمانند تا جایگاه صنعت ما در کشور و دنیا بهبود یابد.

• نقش انجمن های علمی در ارتقاء این جایگاه چیست؟

با وجود اینکه بنده در این انجمن به مدت ۲ دوره عضو هیئت مدیره و ۱ دوره به عنوان بازرس فعالیت داشته و احترام و علاقه زیادی برای آن قائل هستم اما حداقل در دو دوره اخیر، انجمن را محو می بینم. آیا هنوز انجمن علمی سرامیک وجود دارد و فعالیت می کند؟ و اگر بله چرا هیچ شنیده ای از آن نیست. انتظار ما از انجمن علمی سرامیک بسیار بالاتر است. بنده به عنوان یک عضو حقیقی و مدیر عضو حقوقی انجمن اعلام می کنم که از نظر اینجانب انجمن

در حال حاضر به سمت محو شدن میل میکند . امیدوارم این نظر بررسی شده و در صورتی که درست است اقدامات لازم جهت اصلاحات انجام گیرد.

- **با توجه به اهمیت صنعت کاشی و سرامیک، نقش شرکت شما در این صنعت چگونه است؟**

شرکت ما در بخش لعاب که یک بخش خاص و محدودی از صنعت سرامیک کشور می باشد فعالیت دارد و در بخش لعاب جز بازیگران اصلی است. شرکت ما در سه سال اخیر روند صعودی داشته و شاهد موفقیت های چشمگیری بودیم. لعابیران به عنوان تنها شرکت لعاب سازی بورسی بوده و اطلاعات آن در سایت اطلاع رسانی بورس کشور قابل مشاهده است. لعابیران در بخش لعاب نقش کلیدی دارد و رهبر صنعت لعاب کشور تلقی می شود.

- **شرکت لعابیران در چه سالی و در کجا تاسیس شد؟**

شرکت لعابیران در سال ۱۳۶۰ در تهران تاسیس شد و دفتر مرکزی آن نیز در تهران است. کارخانه ما نیز در ۲۵ کیلومتری شهر شیراز واقع شده است.

- **مزیت رقابتی محصول شما در مقایسه با سایر محصولات موجود در بازار چیست؟**

شرکت لعابیران با تولید انواع فریت و لعاب های ترکیبی، انواع پیگمنت و انگوب و ... در بالاترین سطح کیفیت تولید قرار دارد و بهترین برندهای کاشی در زمره ی مشتری های ما می باشند. ما در سال ۱۳۹۶ بحث صادرات را در دستور کار قرار دادیم و با هدف ۲۰۰۰ تن در سال ۹۶، با ۲۰۰٪ افزایش، ۴۰۰۰ تن به کشور ترکیه که جزء ۵ کشور برتر در این صنعت می باشد صادر کردیم. لعابیران در کشور ترکیه ثبت برند انجام داده و دارای دفتر می باشد. هدف بعدی برای سال ۹۷ ورود به بازارهای شرق اروپاست. هم اکنون نیز شرکت ما به کشورهای حاشیه خلیج فارس رنگ و لعاب صادر می کند که می تواند فرصت جدیدی برای پیشرفت فراهم آورد. کیفیت بالا، ثبات کیفیت، قابل اعتماد و پیشتاز بودن و استراتژی های تهاجمی و توسعه ای که در این شرکت به خوبی تعریف و اجرا شده است از مزیت های رقابتی این شرکت به شمار می آیند.

شرکت لعابیران که در آینده ی نزدیک به یک شرکت بین المللی تبدیل می شود. این شرکت بیش از ۳۰۰٪ افزایش سود و ۶۰٪ افزایش سرمایه داشته است که مجمع آن در سال ۹۶ برگزار شد و تا ۱ ماه آینده ثبت می گردد. شرکت ما برای ۱ سال آینده نیز ۴۰٪ دیگر افزایش سرمایه را در دستور کار دارد.

شرکت ما تکنولوژی جدید کوره را وارد کشور کرد . اولین کوره در لعابیران از بهمن ماه ۹۶ با ۴۰۰٪ افزایش ظرفیت و ۶۶٪ کاهش مصرف سوخت و مزایای دیگر راه اندازی شد. در طی ۲ سال آینده (۹۷ و ۹۸) نیز ۱۶ کوره دیگر شرکت لعابیران نیز به تکنولوژی جدید مجهز خواهند شد. به این ترتیب هدف ما در مقطع زمانی ۳ ساله، افزایش ۴۰۰٪ کل ظرفیت تولیدی شرکت بوده و اولین شرکت ۱۰۰ هزار تنی کشور و منطقه خواهیم بود.

- **وضعیت استقبال از نمایشگاه در مقایسه با سال های گذشته چگونه بوده است؟**

نمایشگاه فرصت خوبی برای انتقال اطلاعات و با خبر شدن از رویدادهای کشور و منطقه می باشد. نمایشگاه بین المللی تهران در سطح جهان مطرح نیست اما در مقایسه با سال قبل از رونق کمتری برخوردار بوده است.

هم اکنون که در پایان روز سوم هستیم، جلسات و مذاکراتی که امسال در غرفه ما انجام گرفته است در مقایسه با سال گذشته بیشتر و رضایت بخش بود اما وضعیت کلی نمایشگاه با توجه به وضعیت محیط کسب و کار صنعت سرامیک به طور محسوس رونق کمتری داشت و خیلی دور از انتظار نبود.

در شرایط فعلی، حضور در نمایشگاه جزء دستور کار شرکت هایی است که استراتژی تهاجمی و توسعه ای دارند و لذا از تمام شرکت های فعال در این زمینه درخواست می شود برای ایجاد رونق، در همایش ها و نمایشگاه ها حضور فعال تری داشته باشند. اگر استراتژی شرکتی تدافعی و انقباضی باشد منطقی است که در این شرایط در نمایشگاه شرکت نکند.

به هر حال امیدواریم از این جنگ اقتصادی سربلند بیرون بیاییم چرا که همیشه شرایط سخت است که تفاوت ها را مشخص می کند. انتقاد از وضعیت فعلی اقتصاد و جامعه منطقی است اما نجات بخش نبوده و برای موفقیت باید از خودمان شروع کنیم.

مصاحبه با مدیرعامل گروه کارخانجات لعاب مشهد: دکتر یوسفی



• جایگاه فعلی صنعت سرامیک در کشور چگونه است ؟

در دوران پس از انقلاب در صنعت کاشی ، شیشه ، نسوز و بطور کلی سرامیک ، تحول قابل توجهی چه در بخش تولیدات متنوع و چه در بخش ماشین آلات به وجود آمد . اگر بخش سرامیک های مدرن و پیشرفته

کنار گذاشته شود ملاحظه میفرمایید که در بخش سرامیکهای سنتی که نیاز بازار است (عمدتا کاشی) در این سالها رشد خوبی را شاهد بودیم.

در دوران جنگ و بسته شدن مرزها صنایع به ویژه صنعت کاشی و سرامیک پیشرفت خوبی داشت زیرا بالاجبار متکی بر داشته های موجود در کشور شدیک که خود یک عامل مهم در پیشرفت صنایع در آن زمان بود. پس از آن نیز با توجه به سیاست گذاری های درست دولت هایی که حضور داشتند رشد خوبی را در صنایع سرامیک و مخصوصا کاشی و سرامیک داشتیم.

در حال حاضر ظرفیتی که برای تولید کاشی در کشور در نظر گرفته شده بیش از ۱ میلیارد متر مربع است. با توجه به رشد جمعیت در ابتدا می گفتیم نیاز مصرف کاشی یا سرانه کاشی در سال حدود ۱ یا ۲ متر مربع بایستی باشد ولی با توجه به تغییر در روند مصرف و سایر دیدگاه ها این عدد افزایش یافته و به مرز ۳ متر مربع نزدیک می شود.

بنابراین در شرایط ایده ال میتوان پیش بینی ۲۰۰ میلیون متر مربع کاشی را برای مصرف در بازار داخلی نماییم. الباقی تولید که با توجه به شرایط اقتصادی و سایر مشکلات صنعتی بسیار متغیر است، میتواند برای صادرات در نظر گرفته شود.

در حال حاضر علی رغم اینکه وضعیت سرمایه گذاری در این صنعت قابل قبول بوده، عمده مصرف مربوط به داخل بوده و حجم اصلی صادرات فقط به دو کشور همسایه عراق و افغانستان می باشد. با توجه به اینکه استراتژی مشخصی برای این امر تعریف نشده؛ سردرگمی در بین صادر کنندگان ما حاکم است و از آن جایی که خریداران به موقعیت و شرایط فرهنگی ما اشراف دارند می توانند بازارهای ما را از رونق بیندازند و رقابت نا سالمی را در بین تولید کنندگان و فروشندگان کاشی بوجود آورند که به طبع آن به کل صنعت لطمه وارد میگردد. همچنین سیاست گذارهای فعلی و مسایل مربوط به تحریم ها باعث جلوگیری از صادرات به سایر کشورها شده است، در واقع با اینکه خطوط تولیدی صنایع کاشی و سرامیک ما مجهز به ماشین آلات پیشرفته بوده و با دانش و مسایل فنی این صنعت کاملا آشنا هستیم، با این وجود قیمت صادراتی کاشی در ایران کمتر از ۳ دلار می باشد که جواب گوی حتی هزینه های تولید نبوده.

علت دیگر را میتوان در سیاست های بازرگانی صادراتی غلط که در این زمینه باب شده است نیز دانست. در این میان لعاب مشهد تلاش کرده تا حد امکان صادرات لعاب را نیز در برنامه بازرگانی خود داشته باشد. لازم به ذکر است که صادرات لعاب با کاشی بسیار متفاوت بوده و پیچیدگی های زیادی به همراه دارد. زیرا باید

به مشتری تعهد داده شود که لعاب یکنواخت بوده و فرمولاسیون مناسبی دارد و هر مشکلی که در خط تولید بوجود بیاید به تولید کننده لعاب مربوط می شود . با این حال ما در یک بازه زمانی به کشورهای همچون انگلستان ، فرانسه ، ایتالیا ، ترکیه ، امارت صادرات داشتیم . این صادرات نه تنها برای لعاب هایی که در کاشی و سرامیک مصرف میشود بلکه برای لعابهای مورد استفاده در کشاورزی نیز انجام شده است . بنابراین بطور کلی ما در این عرصه از صنعت جایگاه خوبی داریم و تولیدات ما هم از نظر کمیت و هم کیفیت می تواند صادراتی باشد . اما متأسفانه متاثر از مسایل سیاسی و اعمال تحریم ها مشکلات متعددی بر سر مرادات بازرگانی خارجی ایجاد شده است .

• نقش انجمن های علمی در ارتقاء این جایگاه چیست ؟

انجمن ها بخصوص انجمن های علمی با اینکه بیشتر بعنوان یک نهاد علمی تلقی میشوند ولی بزرگترین مسئولیت را در قبال رشد تکنولوژیکی ، فناوری ، نوآوری و از همه مهمتر ارتباط صنعت و دانشگاه را دارند . در واقع کلیه سازمانها و ارگان های علمی پژوهشی این مسئولیت خطیر را برعهده داشته و بایستی در جهت توسعه آن نقش آفرینی نمایند. بعبارت دیگر توسعه علم و دانش با دیدگاه کاربردی ؛ فرآیند پیشرفت در توسعه صنعتی را کامل نموده و فرهنگ کارآفرینی و نوآوری را که حاصل آن توسعه صنعت و صادرات است را بوجود میآورد . بنابراین انجمن های علمی میتوانند نقش بسیار اساسی در این زمینه داشته باشند. متأسفانه یکی از عوامل مهم در عدم شکوفایی و نوآوری در صنایع کشور ما عدم توجه به اجرای درست قوانین و وجود سوء مدیریت در حفظ مالکیت فکری و منافع آن برای افراد خلاق است همین امر باعث گردیده تا ارائه ایده های نوبه چالش کشیده شده و یا از مرزها خارج گردند . در این جاست که نقش مسئولیت انجمن علمی نمایان و اهمیت یافته و علاوه بر آن نقش واقعی آنها در مرادات علمی ، توسعه دانش و تکنولوژی و نوآوری دو چندان می شود.

خوشبختانه انجمن سرامیک ایران با تمام مشکلات و معضلاتی که در گذشته با آن روبرو بوده توانسته با مدیریت بسیار توانا و سخت کوش و همچنین حضور افراد علمی و صنعتی متعهد در هیت مدیره وظایف خطیر خود را در تمام زمینه های مطرح شده بخوبی به انجام رسانده و امروزه ما شاهد رشد چشمگیری در اجرائی نمودن اغلب مسئولیت ها و وظایف تعریف شده باشیم با اینکه هنوز در ابتدای راه هستیم. در کشورهای پیشرفته و مخصوصا کشورهای اروپایی نگاه خوبی به انجمن های علمی می شود . در ایتالیا و

بعدها در اسپانیا قبل از اینکه صنایع کاشی و سرامیک فعالیت های گسترده خود را شروع نمایند ، توجه به علم و دانش سرامیک در دانشگاه ها و مراکز علمی پژوهشی در دستور کار آنها قرارداشته و استراتژی توسعه صنعتی آنها توسط انجمن های علمی و صنفی پایه ریزی گردیده . در واقع رشد چشمگیر این کشورها چه در زمینه کیفیت و کمیت و چه در طراحی و نوآوری مدیون تلاش های است که انجمن های علمی و صنفی در آن درگیر بوده و همچنان وظایف خود را با توجه به نقشه راهی که برای آن تصویر نموده اند به فعالیت های خود ادامه میدهند . بنابراین جایگاه انجمن های علمی جایگاه خاصی است که وجود آن میتواند پیشرفت و توسعه علمی و صنعتی را با پشتوانه ای که از دولت و صنعت دریافت مینماید تضمین نماید.

البته لازم میدانم از کلیه فعالیت هایی که در انجمن سرامیک ایران تا کنون انجام پذیرفته است تشکر و قدر دانی نمایم و امیدوار باشیم تا با تلاش بیشتر به اهداف ارزشمندی که میتواند در آینده ما را در ردیف کشورهای پیشرو در تمام زمینه ها شامل سرامیکهای سنتی و سرامیکهای مدرن قراردهد تلاش نمایم.

برای اینکه بتوانیم رشد کنیم باید ارتباط بین صنعت و دانشگاه بوجود بیاید و محکم شود . هیات مدیره دانشگاه های ما افراد صنعتی نیستند و همه علمی بوده و این بزرگترین اشکال است . در سیستم آموزشی ، افراد خبره در صنعت حضور ندارند . مسئله بعدی این است که امنیت و مالکیت فکری وجود ندارد که باید روی این مسائل تمرکز و دقت بیشتری اعمال شود رشد نکرده است . اگر تمام فارغ التحصیلان دانشگاه ها بخشی از درآمد خود را به انجمن ها بدهند تحول بزرگی به وجود خواهد آمد . در این صورت به اندازه کافی بودجه داریم که به دانشجو بگویم نیاز صنعت چیست و بهتر است در چه زمینه ای کار کند .

- **شرکت شما در چه سالی و در کجا تاسیس شد و با توجه به اهمیت صنعت کاشی و سرامیک ، نقش**

شرکت شما در این صنعت چگونه است ؟

موافقت اصولی شرکت ما در سال ۱۳۶۱ در مشهد انجام گرفت . در سال ۱۳۶۲ اولین تولیدات را با ماشین های ساده داشتیم . در شرایطی که واردات تجهیزات خیلی سخت بود بخش عمده ای از سرمایه گذاری این واحد (حدود ۶۰٪) به واحد R&D تحقیق و توسعه (اختصاص داده شد ولی این سرمایه گذاری نقش بسیار اساسی داشت زیرا این دیدگاه وجود داشت که این بخش باید مورد توجه ویژه قرارگیرد . بیش از ۵ تا ۱۰٪ در آمد سالیانه کارخانه ما به سرمایه گذاری در بخش پژوهش اختصاص داده شد بطوری که اولین دستگاه SEM و TEM بعداز انقلاب توسط اینجانب به کشور وارد شد . بنابراین دیدگاه علمی و ارتباط با

مراکز علمی وجود داشت. همچنین حضور در نمایشگاه ها و کنفرانس های بین المللی مختلف به عنوان یکی از اهداف این واحد همیشه مد نظر بوده است. این عوامل باعث شد که تکنولوژی روز را انتقال و موفق به گسترش آن شدیم.

بعنوان مثال کاربرد لعاب در صنایعی مانند نفت، اتومبیل و کشاورزی نیز گسترش یافت. یکی از عوامل موثر در پیشرفت این شرکت؛ اهمیت به فکر، دانش، آموزش و پژوهش در این واحد بوده است و امروز در بین رقبای خارجی، شرکت لعاب مشهد شناخته شده و مورد بازدید سایر رقبای داخلی و بعضا خارجی نیز قرار گرفته است.

علاوه بر واحد لعاب مشهد که در ابتدا به وجود آمد، حدود ۱۵ سال پیش یک هولدینگ شکل گرفت از جمله شرکتهای مختلف صنایع یافته ها سرامیکی (سرامیک پیشرفته)، سهند آساک (تولید انواع پودرهای میکرونیزه و نانو) و شرکت پرتاووس آساک و موسسه تحقیقاتی پرتاووس بعنوان واحد R&D است و سیاست کلی آن علاوه بر نوآوری در زمینه سرامیک، خدمات رسانی به سایر مراکز علمی و دانشگاهی نیز می باشد.

• مزیت رقابتی محصول شما در مقایسه با سایر محصولات موجود در بازار چیست؟

ما در ایران بیش از ۵۷ لعاب ساز داریم اما اغلب لعاب سازها دیدگاه علمی و تخصصی ندارند چون اکثر تولید کنندگان کاشی و سرامیک؛ تجار کاشی می باشند حضور افراد متخصص و تحصیل کرده در پیشرفت و تحولات شرکت ما تاثیر زیادی داشته بطوریکه توانسته جایگاه قابل قبولی را در کنار سایر رقبای بین المللی خود در این صنعت داشته و مزیت رقابتی محصولاتمان در مقایسه با سایر محصولات موجود در بازار حفظ گردیده است.

• وضعیت استقبال از نمایشگاه در مقایسه با سالهای گذشته چگونه بوده است؟

امسال، استقبال از نمایشگاه خیلی خوب بود و فرقی که با سالهای گذشته داشت این است که بیش از ۸۰٪ بازدیدکنندگان افرادی هستند که به نوعی در ارتباط با کاشی و سرامیک بوده و عمدتاً متخصصین رشته سرامیک هستند و یا در مسائل بازرگانی آن نقش دارند. در نهایت میخواستیم این نکته را یادآوری کنم که هم اکنون ما در صنعت کاشی به اندازه کافی پیشرفت کرده ایم و حال زمان آن است که به مسائل ریز و جزئیات توجه بیشتری داشته باشیم.

دولت باید توجه بیشتری به مسئله سرمایه‌های پیشرفته (که فناوری های جدید در آن مطرح است)، نانو
سرامیکها ، نانو مواد و نانو ذرات داشته باشد چرا که در حال حاضر این موضوعات در سراسر دنیا از نظر علمی
پیشرفت چشمگیری داشته و تولید ثروت از این طریق حرف اول را می زنند .

نتیجه گیری :

صنعت سرامیک همچون هر پدیده و تحولی دیگر نیازمند برنامه ریزی و مدیریت است . زیر ساخت ها و
پتانسیل های لازم برای ایجاد و بهره مندی از یک صنعت کار آمد از همان ابتدا در کشور ما وجود داشته
است . سرامیک و شیشه از قدیمیترین مواد و تولیداتی هستند که قدمت آنها در این بخش از دنیا به هزاران
سال میرسد . از این گذشته وجود معادن دست نخورده از مواد معدنی مورد نیاز نظیر سیلیس ، فلدسپار ،
آلومینا ، کائولین ، خاک رس و غیره در ابتدای انقلاب و همچنین متخصصینی که آن زمان از خارج از کشور
با اتمام تحصیلات تکمیلی به ایران باز می گشتند همه و همه دست به دست یکدیگر دادند تا راه را برای
تحولی عظیم در این بخش از تولید کشور هموار نمایند.

در واقع اگر امروز چیزی هم برای گفتن داریم ، بخشی از موفقیت هایمان مرهون همین نعمت هایی است که
در ایران وجود داشته و بدون دست خوردن به نسل ما منتقل شده بود . متأسفانه عدم مدیریت در زمینه
برنامه ریزی باعث وارد آمدن ضربات عظیمی به این صنعت گردیده و منجر به این امر گردیده که علیرغم همه
پیشرفت های که داشتیم ؛ صنعتی را بوجود آوریم که بسیار خدشه پذیر و حساس بوده و به وزش باد سبکی
پایه های آن متزلزل گردد . و حال دیدیم که واقعا همین اتفاق حادث گردید، و در چند سال گذشته شاهد
توقف و از هم پاشیدگی حداقل ۵۰٪ این صنایع بودیم .)

عدم برنامه ریزی و مدیریت بهینه در استفاده از منابع خاکی و آبی زیر زمینی و محدود کشور و دادن صدها
مجاز ؛ موافقت اصولی بدون توجه به کشش بازار و بدون توجه به ارزشمند بودن گوه‌های خفته در معادن بود
که لطامات غیر قابل جبرانی به سرمایه های این مملکت وارد آورده و هزینه های گزافی را بردوش ملت
گذاشت . این مطلب تازه ای نیست در سایر بخش های تولید نیز نمونه های مشابه بسیار یافت می شود . ما
نیازمند تحولی اساسی در بخش مدیریت و برنامه ریزی هستیم.