

بوی چرم همدان در چرم دوزخانه



صنعت چرم همدان در چند سال اخیر به سبب کم توجهی رو به فراموشی گذاشته و این در حالی است که تاریخ واقعی صنعت چرم سازی ایران را باید از تاریخ فعالیت چرم سازی در همدان محاسبه کرد.

با توجه به این پیشینه تاریخی صنعت چرم در همدان و وجود راسته بازاری به نام چرم دوزخانه در بازار قدیمی شهر همدان، امروز شاهد از رونق افتادن این صنعت در همدان هستیم تا جایی که در راسته بازاری که در گذشته های نه چندان دور مغازه های بسیاری در حوزه چرم و صنایع چرمی در این راسته بازار فعالیت می کردند، اکنون تعداد مغازه های چرم فروشی و نه چرم دوزی این بازار به کمتر از انگشتان دست رسیده است.

برای اینکه سری به بازار چرم دوزان برنیم، از میدان امام خمینی (ره) وارد بازار قدیمی همدان می شویم ابتدا راسته بازار زغالی ها را پشت سر می گذاریم و به دومین راسته بازار یعنی سبزه میدان می رسیم و بعد از سبزه میدان، راسته بازارهای پیوسته همدان به نام های نخودبریزخانه، حلبی سازخانه، صابونی ها، کفش دوزخانه را طی می کنیم تا به چرم دوزخانه می رسیم.

نزدیک راسته بازار چرم دوزخانه که می شویم بوی چرم تازه به مشام می رسد. تعدادی مغازه چرم فروشی در این راسته بازار قدیمی مشغول فروش و یا کارهای مرتبط با چرم دوزی هستند، فروشنده های همه مغازه ها جوان هستند و کسی از گذشته بازار اطلاع چندانی ندارد. سریع یکی از قدیمی های بازار را می گیریم که کربلایی علی را معرفی می کنند و از وی در خصوص راسته بازار چرم دوزخانه و حال و هوای قدیم این بازار می پرسیم. کربلایی علی که ۷۵ سال سن دارد، می گوید: زمان قدیم هر راسته بازار همدان مخصوص فعالیت یک حرفه خاص بود اما اکنون این گونه نیست و برای نمونه راسته بازار چرم دوزخانه را نشان می دهد که کمتر از انگشتان یکدست مغازه چرم دوزی در آن فعالیت می کند و باقی مغازه های این راسته بازار را لباس فروشی، پتو فروشی و... تشکیل می دهند.

کربلایی می گوید: قدیم در چرم دوزخانه رفت و آمد زیاد بود، چراکه اکثر کارهای چرم دوزی در این بازار و

یادش به خیر

این صنعت قدیمی و مهم رو به فراموشی است.
کفاشی در همدان از شغل های اول و مورد علاقه مردم بود

وقتی به ۲۰ سال قبل برمی گردم پدر بزرگ خود را با سن و سال بالایی در کفاشی می بینم که در حال تولید کفش چرم با کیفیت مرغوب بود. آن سال ها وقتی در بازارها قدم می زدیم کفاشی های بسیاری دیده می شد که کفش های مرغوب و چرم را با دستان خود تولید کرده و وارد بازار می کردند.

در زمان های قدیم کار کفاشی در همدان از شغل های اول و مورد علاقه مردم بود و مردم فرزندان خود را با علاقه به این کار تشویق می کردند. کفش های چرمی که از چرم طبیعی تولید می شد، کفش های چرم دست دوز که در پای هر شهروند همدانی شهر دیده می شد ولی امروزه وقتی پا در بازار کفش همدان می گذاریم تنها مغازه های فروش کفش دیده می شود و هیچ خبری از تولیدی کفش چرم نیست. با دقت در بازار دیده می شود که کفش های مرغوب چرمی جای خود را به کفش های چرم مصنوعی و یا کفش های چینی و قاچاق داده اند.

با کمی دقت بیشتر مشاهده می شود که صنعت کفش چرم همدان که از دیرباز پرچم دار صنعت در همدان بوده



بوی چرم همدان یادش به خیر

امروزه رو به انقراض است و با وجود فریاد مسئولان برای احیای صنایع در همدان، این صنعت مهم و با قدمت دیده نمی شود.

با وجود پیشرفت این صنعت در جهان اما فعالان این حوزه در استان با چالش های بسیاری روبه رو بودند که از این چالش ها می توان به عدم حمایت مسئولان از تولیدکنندگان، مالیات ها، کشتار کم به دلیل گرانی گوشت، سرمایه در گردش و... اشاره کرد.

حاج محمود بابالحوایج از پیشکسوتان صنعت کفش همدان است که در مجله «صنعت کفش» اظهار کرد: واقعا نمی دانم همدان با آن سابقه در دوخت کفش های چرمی چرا به این وضعیت افتاده و اکثر فروشگاه های کفش، پر از کفش قاچاق شده است.

وی با اشاره به توانمند بودن کفاشان همدانی عنوان کرد: کفاشان همدانی توانمندی لازم را دارند و اگر دولتمردان حمایت لازم را از تولیدکنندگان داشته باشند می توان این صنعت را توسعه داد و منجر به صادرات کفش چرم شد. جای تأسف بسیاری دارد که همدان با سابقه و تجربه بسیار در صنعت کفش چرم، شاهد ورود کفش های چینی و یا ورود کفش های چرمی دیگر شهرهاست که بخشی بسیاری از آن به بی توجهی مسئولان و متولیان این امر برمی گردد.

پس از سال ها که ظرفیت چرم همدان مغفول مانده است سازمان یونیدو اعلام آمادگی کرده است که با استان همدان برای ترویج صنعت چرم همکاری کند. سازمان یونیدو برای حمایت آموزشی چند صنعت در ایران معرفی کرده است که یکی از این صنایع صنعت چرم همدان است. مهلت زمان اجرای این طرح ۳ تا ۵ سال بوده و همدان جزو ۱۷ استان اصلی مورد حمایت این سازمان در کشور است که مزیت رقابتی دارد.

هدف اولیه یونیدو ارتقا 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. شهر همدان از جمله شهرهای مهم تولید و صادر کننده چرم در ایران است. سابقه این صنعت در همدان چندان طولانی است که این شهر را شهر دباغخانه ها نیز نامیده اند.

مید آن می رود با اجرای طرح یونیدو در همدان، تشکیل انجمن های پویا با حضور فعالان صنایع دستی چرم و ایجاد برند چرم استان در آینده ای نه چندان دور شاهد تکاپو، درآمدزایی، اشتغال و سامان بخشیده شدن به نحوه تولید و عرضه مصنوعات چرم همدان در آینده ای نه چندان دور باشیم. به این بهانه در هفته نامه پیام آدینه آیینار فرضی ایجاد کردیم برای انعکاس واقعیتی از صنعت چرم همدان.

نگاهی به سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو)

یونیدو یا سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (The United Nations Industrial Development Organization) (Organization-UNIDO) یک سازمان تخصصی سازمان ملل متحد است که مقر آن در وین می‌باشد. هدف اصلی این سازمان ارتقا و تسریع توسعه صنعتی در کشورهای در حال توسعه و یا اقتصادهای در حال گذار و توسعه روابط صنعتی بین‌المللی می‌باشد. سازمان ملل متحد که پس از جنگ جهانی دوم شکل گرفت دارای چندین سازمان واتحادیه تخصصی و مستقل است که هریک وظایفی را بر عهده دارند. زمانی که سازمان ملل متحد به وجود آمد، خبری و اثری از مؤسسات و سازمان‌های تخصصی وابسته به این سازمان دیده نمی‌شد، و به مرور زمان وقتی که سازمان ملل با شرایط جدیدی مواجه گردید، ضرورت شکل‌گیری مؤسسات تخصصی هم بیش از پیش احساس شد. به همین دلیل، سازمان‌ها و مؤسسات جدیدی با به عرصه وجود نهاده و فعالیت خود را آغاز کردند. از جمله مؤسسات تخصصی سازمان ملل متحد، سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) است. یونیدو از سازمان‌های تخصصی سازمان ملل متحد می‌باشد.

تأسیس

به عنوان اولین فعالیت‌ها در جهت ارائه کمک‌های صنعتی، می‌توان برنامه سازمان ملل متحد در مورد کمک‌های صنعتی (برنامه سازمان ملل متحد برای کمک‌های توسعه سال ۱۹۴۸، در سال ۱۹۵۰ گسترش پیدا کرد)، صندوق مخصوص سازمان ملل متحد (۱۹۵۸)، کمیته برای توسعه صنعتی که در سال ۱۹۶۰ توسط شورای اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد تأسیس شد، بالاخره "مرکز توسعه صنعتی" را نام برد. هدف مرکز توسعه صنعتی هماهنگی فعالیت‌های مربوط به صنعتی- سیاسی در داخل سازمان ملل متحد بود. بعد از اینکه خواست کشورهای در حال توسعه در شورای اقتصادی و اجتماعی مطرح شد، بر اساس قطعنامه سال ۱۹۶۶ مجمع عمومی سازمان ملل متحد، سازمان تخصصی یونیدو (سازمان توسعه صنعتی) تأسیس گردید. از این جهت "یونیدو" به مفهوم حقوق بین‌المل یک سازمان تخصصی مستقل نیست ولی روی هم رفته خصوصیات چنین سازمانی را دارا می‌باشد. این سازمان در ژانویه ۱۹۶۷ به صورت یک مؤسسه خودمختار در داخل تشکیلات سازمان ملل موجود آمد تا به صنعتی‌شدن کشورهای در حال توسعه کمک کرده، آهنگ رشد آنها را تسریع کند. ایجاد هماهنگی میان کارگزاری‌های سازمان ملل در زمینه توسعه به "یونیدو" واگذار گردید. در ۱۹۸۲ حدود ۱۵۱ کشور عضویت این سازمان را دارا بودند. مقر یونیدو در شهر وین پایتخت اتریش می‌باشد.

تشکیلات و اهداف

هدف یونیدو بر اساس قطعنامه تأسیس آن، گسترش توسعه صنعتی در کشورهای عضو می‌باشد. فعالیت‌های یونیدو به دو صورت مستقل و هماهنگ‌کننده تحقق پیدا می‌کند. فعالیت‌های مستقل سازمان مذکور در جمع‌آوری و ارسال اطلاعات مربوط به تکنولوژی، تشکیلات دادن به امور اداری، ارائه کمک‌های فنی در موارد استفاده از تکنولوژی و بالاخره پرسنل تخصصی می‌شود. یونیدو به عنوان مر کزی هماهنگ‌کننده در وین فعالیت‌های صنعتی سیستم سازمان ملل متحد را انجام داده، با سایر ارگان‌های سازمان ملل متحد از قبیل آنکاد و کمیسیون‌های اقتصادی منطقه‌ای همکاری نزدیک دارد. هم‌اکنون مرکز ثقل فعالیت‌های یونیدو عبارت از هماهنگی برنامه‌های صنعتی، مرکزی برای انجام تحقیقات صنعتی و بالاخره فعالیت‌های مربوط به اجرای برنامه‌های صنعتی است.

ر نقش یونیدو در تشکیلات نوین نظام اقتصادی

روند صنعتی کردن کشورهای در حال توسعه در سازمان ملل متحد به عنوان یکی از اهداف اصلی شناخته شده است. لزوم این امر وقتی مشهود است که در پایانم جمعیت کشورهای در حال توسعه با بیش از ۷۰ درصد از کل جمعیت جهان فقط ۷ درصد از کل تولیدات صنعتی دنیا را تولید می‌کنند. سهم بخش‌های صنعتی در تولید ناخالص داخلی در کشورهای صنعتی بین ۳۰ تا ۴۰ درصد قرار دارد در حالی که این رقم در اغلب کشورهای در حال توسعه زیر ۱۰ درصد می‌باشد؛ لذا کشورهای در حال توسعه در نظر دارند که از کنفرانس‌های عمومی یونیدو به عنوان سکویی برای تسریع در روند صنعتی کردن در چارچوب نظام نوین اقتصاد بین‌المللی استفاده نمایند. براساس نظرات کشورهای صنعتی جهت تسریع بخشیدن در روند صنعتی کردن کشورهای در حال توسعه بایستی سیستم گمرکی ترجیحی را بهبود بخشید و علاوه بایستی سازمان یونیدو را به عنوان مرکز هماهنگی‌های صنعتی، تجهیز کرد. در طول سال‌های گذشته ۱۸۰ کشور از طرح‌های همکاری فنی یونیدو استفاده کرده‌اند.

نماینده یونیدو در همدان:

بابه‌روزرسانه همدان راجهانه بینیم

■ اعلام آمادگی سازمان یونیدو برای ترویج صنعت چرم در همدان

کار می‌کند.

۲۱< استان پایلوت یونیدو برای چرم

نماینده یونیدو در همدان در این زمینه می‌گوید: در کشور ما در حال حاضر ۷ استان به عنوان پایلوت انتخاب و معرفی شده است که استان همدان نیز از جمله آنهاست، نماینده یونیدو در استان همدان می‌گوید: یونیدو با هدف افزایش اشتغال مقابله با فقر در کشورها سرمایه‌گذاری می‌کند در ایران نیز با اسم کسب و اشتغال پایدار مطرح و فعالیت می‌کند که مخفف آن تکاپو است.

به گفته محمد بابایی، این صنعت تاکنون اشتغالی بالای ۴ هزار نفر را در استان داشته و هدف این استب با قرار دادن این صنعت در برنامه هدف یونیدو برای توسعه اشتغال و پویایی در استان بعد از برنامه ۳ ساله این رقم را به ۸ هزار نفر افزایش دهیم.

۲۱< آموزش مغفول مانده، در چرم همدان

وی در زمینه آموزش در حوزه چرم عنوان کرد : البته در حوزه صنعت چرم همدان مباحثی نیز مطرح است اینکه چرم با آموزش پیش نرفته است و به صورت سینه به سینه نقل شده و از این رو تجربی بودن این صنعت سبب شده تا آموزش‌های لازم برای ارائه مدل‌های جدید و عام‌پسند و به نوعی مشتری‌پسند مطرح نباشد و یک رویه ثابت و تکراری را طی کند در حالی که مشتری چرم سلیقه‌ای متفاوت و به‌روز دارد.

لذا نکته اول این است که صنعت چرم در استان از تولید عقب است وبحث اول آموزش است.

۲۱< ابتکار و نوآوری تقویت می‌شود

بابایی در حالی که به نقش متمایز ابتکار و نوآوری اشاره کرد در پاسخ به این پرسش مبنی بر اینکه چرا برند معتبر و آموزشگاه چرم نداریم، و چرا کار در سطح بین‌المللی پیش نمی‌رود و به سلیقه صنعت گر محدود شده است گفت : هنرمندان و صنعت گران در برخی مقاطع از طرح‌های نوین در تولید عقب مانده است. ۸۹ درصد کیف‌ها و کفش‌های وارداتی ما چرم نیست و هیچ برندی از چرم ایرانی وجود ندارد که همدانی‌ها در آن دخیل نباشند.

البته این آموزش برای افرادی است که می‌خواهند و می‌توانند طرح‌های خاص و ایده‌های جدید را ارائه دهند هدف این است افراد طالب کار را وارد چرخه کسب کار کنند.

وی گفت: اما ایرادی که در حوزه کسب‌وکار همدان مطرح است این که عرضه نیروی کار ما به نسبت نوع تقاضای بازار در تضاد است و به سیستم کسب‌وکار در استان توجهی نشده است برخی در الکترونیک به عنوان مثال فارغ‌التحصیل شده اما در حوزه کاری دیگری مشغول است و تخصص با کار همخوانی ندارد. بنابراین برای تقویت آموزش و ایجاد فرصت‌های جدید برنامه‌هایی مدنظر این نمایندگی در استان است.

۲۱< صنعتگر استان به ترکیه می‌روند

نماینده یونیدو در همدان همچنین عنوان کرد: برای نمایشگاه‌های سفر ترکیه (صنعت چرم و کفش) به عنوان پنجمین نمایشگاه بزرگ و بین‌المللی دنیا، که قرار است ۴ خرداد برگزار شود. ۲۰ صنعتگر استان در این حوزه خواهند رفت و پس از آن نیز دوره‌های آموزشی و کلاس‌های مدل‌گیری با اساتید بین‌المللی با حضور مادر کفش ایران برگزار می‌شود همچنین حضور مدرسان بین‌المللی که با روبرتو از ایتالیا برای آموزش مدل از مهرماه به ایران خواهند آمد.

۲۱< هدف اشتغال پایدار است

در ادامه بابایی عنوان کرد: ایجاد اشتغال یک هدف مقدماتی و مهم‌تر از آن پایداری و تقویت آن است. با وجود اینکه آمار رسمی از اشتغال استان نداریم اما ۱۲۰ واحد غیررسمی از ابتدای شروع به کار این طرح در استان رسمی شده است.

۲۱< به سوی جهانی شدن

محمد بابایی در پایان می‌گوید: اگر زنجیره این واحدها را به تحرک درآورده و کفش و چرم همدان را بازاریابی بین‌المللی انجام بدهیم می‌توانیم در این زمینه حرف‌های بسیاری برای گفتن داشته باشیم.
در حال حاضر صادرات چرم خام همدان به ترکیه و ایتالیا در حال انجام است اما این مهم در حالی رقم می‌خورد که توسعه این صنعت موجب سود بالایی برای استان خواهد بود.

نبود سرمایه در گردش و عدم حمایت

دومشکل اصله صنعتگران

■ مردم بزرگترین حمایت‌کننده ما هستند



کفشمنانه رضایی

۱۶< علی تراب‌پور، کارآفرین ملابری است که به همراه همسرش لعیا زندی (کارآفرین برتر و زن برگزیده سال استان) حدود ۲۰ سال است در صنعت چرم فعالیت می‌کند. تراب‌پور بعد از ۲ دهه فعالیت از مشکلات این صنعت و حمایت مسئولان سخن می‌گوید. وی که خواستار حمایت مسئولان است تا بتواند برند چرم خود را به ثبت برساند معتقد است بازاریابی ازجمله مشکل مهمی است که می‌تواند به رونق این صنعت به او کمک کند. با وی گفت‌وگویی را انجام داده‌ایم:

۲۱< چگونه وارد حرفه چرم‌سازی شدید؟

به دلیل علاقه‌ای که داشتم به سمت تولیدات چرم می‌رفتم و تصمیم گرفتم در این رشته وارد شوم و با توجه به استعدادی که داشتم بصورت تجربی از سال ۷۵ حدود ۸ سال به صورت سنتی کار چرم را تولید می‌کردم و بعد از ۲ سال وقفه به سمت چرم صنعتی رفتم.

۲۱< در چرم سنتی چه تولیداتی داشتید؟

بیشتر کمربند، کیف‌های سبکی و وسایل احشام مانند زین عرضه می‌کردیم.

۲۱< در حال حاضر چند نفر در کارگاه شما مشغول فعالیت هستند؟

۱۲ نفرمشغول فعالیت هستند که البته اگر بتوانم کارگاه دیگری را ایجاد کنم به تبع این تعداد بیشتر خواهد شد و در اشتغالزایی موثر خواهد بود.

۲۱< تولیدات چرم صنعتی شما چه محصولاتی است؟

انواع کیف‌ها شامل زنانه، مردانه، کتی، جیبی، اداری، اسپورت، مجلسی زنانه و کمربند را تولید می‌کنیم.

۲۱< مواد اولیه را چطور تهیه می‌کنید؟

اگر سرمایه در گردش باشد در تهیه مواد اولیه مشکلی نداریم بیشتر از تهران تهیه می‌کنیم براق‌ها را از تهران و از تبریز نیز چرم خنیداری می‌کنیم.

متأسفانه به دلیل نبود سرمایه در گردش مجبور هستیم به صورت چکی و با ۳۰ تا ۴۰ درصد گرانی مواد اولیه را تهیه کنیم و این موجب ضرر است.

۲۱< در حال حاضر بازار فروش چگونه است؟

متأسفانه درچند سال اخیر بازار خوب نیست

است؟

ببینید استادکاران بزرگ برندهای معتبر ایران مانند مارال، نوین چرم و چرم مشهد و کفاشان معروف چرم ... اصالتا همدانی هستند اما در استان نامده‌اند و به شهرهای دیگر رفته‌اند چون حمایت کمتری در استان داشته‌اند و فروش خوبی انجام نشده است. مردم سهم مهمی در حمایت از صنایع دستی بومی دارند شما اگر صنایع دستی اصفهان را نگاه کنید

۸۰ درصد تولیدات آنها توسط مردم اصفهان خریداری می‌شود این آمار واقعی است اگر همشهریان و هم‌استانی‌های ما نیز این حمایت را از صنایع دستی شهر مانند چرم داشته باشند قطعاً شرایط بهتری را خواهیم داشت.

۲۱< مشکل اصلی این صنعت چیست؟

مشکل اصلی سرمایه در گردش است که اگر داشته باشیم می‌تواند درآمد ما را بهتر کند سابق بر این ۴ نفر در کارگاه مشغول بودند اما حالا ۱۲ نفر هستیم به‌جز افرادی که در خانه کار می‌کنند قطعاً شرایط که بهتر شود کارگاه‌ها افزایش می‌یابد.

و مشکل بزرگ ما متولیان این امر هستند که ما را حمایت کنند به کارگاه‌ها سر بزنند و از نزدیک شاهد کار ما باشند و حمایت کنند. مشکل دیگری که برخی کارآفرین‌ها با ان مواجه هستند گرفتن وام از صندوق کارآفرین امید است که گاهی برخی نمی‌توانند از ان استفاده کنند و نیاز است با دید بازتری به کارآفرین نگاه کنند نه فقط تصور کنند وام‌ها به مصارف غیرکارآفرینی هزینه می‌شود از ارائه ان خودداری کنند. البته به شخصه با مشکلی مواجه نبودم اما برخی کارآفرین‌ها مشکل دارند.

۲۱< حضور در نمایشگاه‌ها چه میزان به

بازاریابی شما کمک می‌کند؟

قطعاً با توجه به حضور بازدیدکنندگان، حضور تولیدات بیشتری را ارائه دهیم و کارگاه‌ها را توسعه دهیم.
۲۱< خانم‌ها بیشتر در این صنعت فعال هستند یا آقایان؟

به دلیل ظرافت و دقتی که خانم‌ها دارند و البته حقوق کمتری که می‌گیرند بیشتر خانم‌ها فعالیت میکنند، آقایان تمایل دارند سریع‌تر به درآمدزایی برسند و این کمی زمان‌بر است.

۲۱< به دنبال چه هدفی هستید؟

می‌کنم.

گذری بر تاریخچه تولید چرم در همدان

شهر همدان از جمله شهرهای مهم تولید و صادرکننده چرم در ایران است. سابقه این صنعت در همدان چندان طولانی است که این شهر را شهر دباغخانه‌ها نیز نامیده‌اند. ویلیامز جکسن مستشرق و زبانشناس آمریکایی که در سال ۱۲۸۱ شمسی از همدان دیدار کرده است، در کتاب سفرنامه جکسن می‌نویسد، بازرگانان از این شهر به عنوان انبار ایران یاد می‌کنند. از جمله کالاهای بازرگانی اجناس چرم را باید نام برد؛ زیرا همدان شهر دباغخانه‌هاست و همدانیان در ساختن و پرداختن و عمل آوردن پوست گاو و گوسفند و ساختن اشیای مفید و اجناس تجملی از آنها شهره‌اند.

تا اوایل حکومت پهلوی تولید چرم در شهر همدان از رونق بسیاری برخوردار بود، به طوری که چرم همدان و کالاهای چرمی ساخته شده از آن، شهرت جهانی داشت. از سال ۱۳۰۹ شمسی با ایجاد تغییراتی در نحوه شهرسازی و به بهانه کنترل بیماری‌ها و رعایت نکات بهداشتی، از ادامه کار کارگاه‌های دباغی در داخل شهر جلوگیری به عمل آمد و این کارگاه‌ها در دو محل خارج از شهر استقرار داده‌شد. از سوی دیگر با ورود ماشین و کالاهای وارداتی از جمله کفش و کیف و... از میزان تقاضای چرم کاسته شد و از آن پس تولیدات بیشتر به منظور صادرات فراهم آمد.

۲۱< تعریف چرم‌سازی

چرم‌سازی عبارتست از تهیه چرم از پوست حیوانات و جانوران به وسیله پاراهی مواد شیمیایی و اعمال فیزیکی و شیمیایی، که پوست از حالت ابتدایی خارج شده و به صورت ثابت و فاسدشدنی در بیاید. به عبارت دیگر چرم‌سازی تغییر شکل دادن به پوست به کمک مواد دباغی و عملیات فیزیکی و شیمیایی و تهیه چرم است.

۲۱< پوست

از آنجا که تعداد دام‌ها در سطح استان همدان به حدی نیست که در تمام طول سال نیاز کارخانه‌ها و کارگاه‌ها را تأمین کند، پوست خام از سایر استان‌های کشور به این استان وارد می‌شود.

۲۱< روش سنتی تولید چرم

در گذشته زنان، مردان و کودکان بسیاری در همدان به این کار اشتغال داشتند، و از آنجایی که کاری سنگین بود، مردان تمام مراحل ساخت چرم را انجام می‌دادند و زنان به‌جا کردن پشم از پوست‌ها، شستن پشم‌ها و ریسندگی پشم‌ها برای تبدیل پخ و... اشتغال داشتند، با تداول روش ماشینی، ساخت چرم به شیوه سنتی کنار گذاشته شد ولی به طور کلی از بین نرفت و عددهای از علاقمندان تولید چرم سنتی در کنار شغلی دیگر به کار خود ادامه دادند. در چند سال اخیر به دلیل گسترش بازار فروش چرم سنتی این شیوه تولید رونق بیشتر یافته و به دلیل نداشتن ضایعات و پس آب‌های سمی مورد توجه قرار گرفته است.

۲۱< انواع چرم سنتی

از انواع چرم های سنتی که در گذشته در شهر همدان تهیه می‌شد، می‌توان از موارد زیر نام برد:

چرم همدان: این نوع چرم از پوست گاو تهیه می‌شده است و برای رنگ آن از گل رُز که رنگ نارنجی به دست می‌داده، استفاده می‌کردند. این چرم چنان که از نام آن پیداست مخصوص شهر همدان بوده و در هیچ جای ایران به خوبی همدان ساخته نمی‌شده است.

چرم ساغری: از پوست اسب و الاغ ساخته می‌شده است.

تیماج: چرم تهیه شده از پوست بز بوده است.

می‌شن: از پوست گوسفند تهیه می‌شده و از آن برای آستر کفش، همان (کمربندی که در آن پول می‌گذاشتند و بیشتر در سفر به کمر می‌بستند)، جلد کتاب، پوستین و... استفاده می‌شده است.

پادوش: از پوست گاو تهیه می‌شده و از آنجا که چرم ضخیمی بوده از آن به عنوان زیره کفش استفاده می‌شده است.

چرم گاو میش: از پوست گاو میش تهیه می‌شده و به دلیل ضخامت از آن به عنوان زیره کفش استفاده می‌شده است.

چرم دوبور: از پوست بز ۲ ساله تهیه می‌شود. تودلی، زیرشکمی، کله پوست، گردن: از آنها برای پر کردن داخل کفش، کفه کفش و... استفاده می‌شد.



به توجه مسئولان چراغ صنعت چرم را در همدان خاموش می‌کند

سود بیشتر نصیب واسطه‌ها شود نه تولیدکننده‌ها. **** به بحث واسطه‌ها اشاره کردید، چرا خود شما به فروش محصولاتان اقدان نمی‌کنید و واسطه‌ها چطور وارد می‌شوند؟

علت ورود واسطه‌ها، نداشتن پشتوانه تولیدکننده است، ما به عنوان تولیدکننده اگر وضعیت اقتصادی مناسبی داشته باشیم از نیروی کاری کارگاه برای به فروش رساندن محصول استفاده می‌کنیم تا همه سود عاید خودمان شود اما متأسفانه حمایت مالی در بحث وام و تسهیلات نداریم و همین دست خالی سبب می‌شود صرفاً به تولید بپردازیم که اگر مسئولان از فعالان این عرصه با پرداخت تسهیلات حمایت کنند قطعاً دست واسطه‌ها حذف یا حداقل کمتر می‌شود و حسن دیگر این قضیه این است که محصول با قیمت پایین‌تری به مصرف‌کننده می‌رسد و بازار فروش رونق بهتری می‌گیرد.

۴۲ **بازارهای هدف خارجی چقدر توانسته نظر شما را جلب کند؟**

تقریباً همه کشورهای همسایه ما جز ترکیه از مصرف‌کنندگان تولیدات چرمی هستند و این امتیاز خوبی برای تولیدکننده‌های چرم داخلی است اما چیزی که مانع صادرات می‌شود هزینه‌های بالای ترانزیت و گمرک است که اگر مسئولان برای این مسأله تدبیری بیندیشند قطعاً صادرات باعث رونق گرفتن این صنعت می‌شود.

۴۳ **بیشترین چالش‌های صنعت چرم که باعث رکود این صنعت طی چند سال اخیر شده چیست؟** کمبود مواد اولیه، بالا بودن هزینه مواد اولیه، قدیمی بودن دستگاه‌ها و تجهیزات و اگرچه چند سالی است همدان به عنوان پایلوت صنعت چرم معرفی شده است اما مسئولان هیچکدام از این مشکلات و چالش‌ها را حل نکرده‌اند. واقعاً کار کردن با دستگاه‌های قدیمی سختی کار را چند برابر می‌کند و مسئولان باید ترتیبی دهند که این دستگاه‌ها با قیمت تعاونی و بدون هزینه‌های کمرگی به دست تولید کنند برسند.

۴۴ **مسئولان در حمایت از این صنعت در همدان تا چه حد موفق بوده‌اند؟**

همدان را تقریباً باید خاستگاه صنعت چرم نامید و قدمتی به مراتب بالاتر از تبریز و اصفهان دارد اما در حال حاضر تبریز بزرگترین قطب تولید چرم است و همدان در حال درجا زدن است علت اصلی آن نیز این است که مسئولان برای این صنعت هیچ ارزشی قابل نیستند خصوصاً در بحث تجهیزات هیچ کمکی به تولیدکننده نمی‌کنند و همین باعث شده است تولیدی‌های چرم همدان از ۱۰۰ کارگاه به ۲۵، ۲۰ کارگاه کاهش پیدا کند که اگر همین روال ادامه پیدا کند در چند سال آینده همه کارگاه‌ها تعطیل شود و چراغ صنعت چرم در همدان خاموش شود.

کامیترای عیاسی

۴۵ **صنعت چرم از صنایع به جا مانده از دوران قاجار است که اگر چه طی سال‌های اخیر با رکود مواجه شده است اما کماکان در همدان همه این صنعت را به عنوان یکی از صنایع مهم و اشتغال زا میشناسند که در حال حاضر بنا بر اظهار مسئولان این صنف، این صنعت توانسته برای ۶ هزار نفر بطور مستقیم و ۶ هزار نفر غیر مستقیم**

۴۶ **ابتدا خودتان را معرفی کنید و بفرمایید چند سال است که در این صنعت مشغول فعالیت هستید؟** متولد ۱۳۴۳ هستم و از ۱۶ سال پیش وارد بحث تولید منسوجات چرم شدم، پیشه پدرم خیاطی بود و علاقمندی من به تولید و خیاطی به تدریج مرا به تولید منسوجات چرمی سوق داد.

۴۷ **در حال حاضر با فعالیت در این زمینه برای چند نفر ایجاد اشتغال داشته‌اید؟**

ما در حال حاضر با ۱۲ نیروی کار حتی در روزهای تعطیل در کارگاه مشغول فعالیت هستیم و ماهانه حدود ۳ تا ۴ هزار قطعه تولید انواع کیف، کمر بند، لوازم شکار و... داریم که البته در همدان جز در دو فصل بازگشایی مدارس و بازار عید چندان مورد استقبال قرار نمی‌گیرد.

۴۸ **علت این‌که در همدان چندان بهایی به صنعت چرم نمی‌دهند را در چه می‌بینید و با این اوصاف محصولات تولیدی خود را به کجا عرصه می‌کنید؟**

متأسفانه قیمت تمام شده تولیدات چرم بسیار بالاست و مردم چندان قدرت خرید محصولات چرم را با این قیمت‌ها ندارند که البته علت افزایش قیمت‌ها نیز هزینه بالای مواد اولیه است که با هزینه‌های کمرگی وارد می‌شود و اگر مایحتاج تولیدات این صنعت به صورت تعاونی و با هزینه مناسب‌تری وارد شود قطعاً قیمت تمام شده کمتر می‌شود و وضعیت این صنعت رونق می‌گیرد. همین اوضاع باعث شده که ۹۰ درصد محصولات تولیدی را بیشتر به شهرهای تهران، شیراز و اصفهان صادر کنیم که البته در این راستا هم حضور دست واسطه‌ها باعث می‌شود



تاریخچه چرم در ایران

ایرانیان با پیشینه ۳ هزار ساله، اولین و قدیمی‌ترین تولیدکنندگان چرم در جهان هستند. آثار باستانی به جا مانده از دوران قبل از میلاد نشان‌دهنده این است که ایرانیان از حدود ۱۵۰۰ سال قبل از میلاد از پوست تهیه لباس، کفش و جنگ‌افزار استفاده می‌کردند ولی از ۵۵۰ سال قبل از میلاد بود که از چرم برای لباس و زره نیز استفاده کردند.

وجود واژه‌هایی مانند ادیم، کیمخت، ساغری، تیماج، سختیان در زبان پارسی قبل از اسلام و همچنین وجود واژه‌های مرتبط با وسایل و ابزارهای چرمی مانند سختک، کمر بند، انگشتیان، مشک و... در متون پهلوی نشان‌دهنده استفاده گسترده از چرم در ایران پیش از اسلام است. به نوشته ابن یمن ایرانیان باستان از پوست حیواناتی مانند گومیش و گاو و گوسفند برای نوشتن بر روی آن استفاده می‌کردند و ابن یمن در نوشته‌هایش بر نوشتن فرمان‌های داریوش بر روی چرم اشاره کرده است. بنا بر برخی روایات اوستا را بر ۱۲ هزار قطعه پوست گاو نوشته بودند. همچنین پوست نوشته‌هایی که در اورامان کردستان یافت شده و در موزه بریتانیا نگهداری می‌شود نشان‌دهنده استفاده از پوست برای نگارش در دوره اشکانیان است.

تولید انواع پوست و چرم و نیز تجارت مرتبط با آن در دوره عباسی در سراسر قلمرو اسلامی پررونق بود. استفاده از پوست حیوانات مختلف برای ساخت پوستین و قبضه شمشیر و آستر کفش و لباس‌های زمستانی همچنین برای افسار و رکاب و مشک و همچنین جلدهای چرمی برای کتاب‌ها که به صورت سادای طلاکوب می‌شد بعضی از مهمترین کاربردهای چرم در این دوره است و گزارش‌های فراوانی درباره تجارت پوست و چرم در این دوره در دست است که نشان‌دهنده رونق استفاده از چرم در این دوره می‌باشد.

تجارت چرم و پوست پس از حمله مغول نیز پررونق بود، کتابت‌ها خواجه رشیدالدین گواه شهرت برخی شهرها مانند تبریز و شیراز در این دوره است. در دوره تیموری از چرم برای تجلید کتاب‌ها و ساخت جلدهای ضربی و سوخت استفاده بسیاری می‌شد به طوری که هنر سوخت علاوه بر جلد سازی به عنوان هنری تزیینی نیز در این دوره اهمیت پیدا کرد.

گزارش‌های جهانگردان از دوره صفوی نشان‌دهنده رونق فراوان بازار چرم و فعالیت‌های مرتبط با آن در این دوره است. کمپفر از کارگاه‌های سلطنتی و از کفش‌دوزخانه و پوستین‌دوزخانه سخن گفته است. معروفیت ساغری ایرانی در این دوره به حدی بود که شاردن معتقد است واژه شاگرد فرانسوی به معنی پوست خالدار متقرب از کلمه ساغری می‌باشد. ساغری در دوره صفوی در تبریز تولید می‌شد و بیشتر در ساخت چکمه و کفش کاربرد داشت و همه درباریان از این نوع کفش‌های ساغری می‌پوشیدند.

در دوره قاجار انواع چرم به مقدار زیاد در شهرهای ایران تولید می‌شد. همدان در این دوره مرکز مهم تولید نوعی چرم معروف به چرم همدانی بود که از پوست گوسفند تهیه می‌شد و در این دوره از جمله کارهایی که امیر کبیر در سال ۱۲۶۷ به نمایشگاه لندن فرستاد پوست بود. به علاوه در این دوره صادرات پوست و چرم از اغلب شهرهای ایران به روسیه و عثمانی و هند رونق بسیار داشت. علاوه بر همدان شهرهای تبریز و اصفهان نیز در تولید و صادرات چرم سهم بسزایی داشتند. در عین حال به علت مسائل شرعی تجارت چرم‌هایی که توسط غیرمسلمانان تولید می‌شد در دست ارمنیان بود.

اولین کارخانه چرم‌سازی ایران در سال ۱۳۰۸ ش در شهر تبریز بنا شد و پس از آن در همدان، تهران، اصفهان و برخی شهرهای دیگر نیز کارخانه‌هایی تأسیس شد به طوری که در سال ۱۳۳۷ تعداد ۲۲ کارخانه در ایران مشغول به کار بودند.

از سال ۱۳۶۲ در اطراف شهرهایی که از قدیم در تولید چرم فعال بودند مانند تهران و تبریز و مشهد، شهرک‌های صنعتی تولید این کالا راه‌اندازی شد که نام چرم شهر را بر این شهرک‌ها نهادند که وجود این شهرهای صنعتی به افزایش تولید چرم و کیفیت آن کمک شایانی نموده است به طوری که امروزه فقط در شهر تبریز سالانه ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار جلد چرم تولید می‌شود.

تولیدکنندگان چرم همدان نیازمند یک برند واحد هستند

یک انجمن مردم‌نهاد برای چرم شکل می‌گیرد

۴۱ **آموزش حرف اول را می‌زند**

این هنرمند صنعتگر می‌گوید: تولیدکنندگان مصنوعات چرم باید دستگاه‌های روز دنیا و نحوه طراحی به روز و تولید مصنوعات جدید را بشناسند؛ چراکه این مهم موجب می‌شود تولیدات ما به گونه‌ای شایسته‌تر درآمذزاتر به بازارهای جهانی راه پیدا کند.

وی با نگاهی متمایز و موشکافانه به بازار چرم می‌گوید: از هر نکته‌ای مهمتر در این صنعت، آموزش است که حرف اول را می‌زند.

آموزش در زمینه نحوه بسته‌بندی، تولید، طراحی و چگونگی پیدا کردن بازار فروش؛ چراکه تا این موارد برای صنعتگر ملموس نباشد نمی‌تواند انتظار داشت که چرم بتواند برای

تولیدکننده سودآوری قابل قبولی را در پیش داشته باشد. گودرزی از راهی که یک تولید چرم می‌رود تا به بازار فروش برسد چنین می‌گوید که این چرم از دو راه سنتی یا صنعتی باید برای تولید آماده شود. در زمینه چرم سنتی پس از جدا شدن پوست از حیوان با آهک موریزی و سپس ش‌ن‌زنی می‌شود که این همان کار تمیز کردن پوست است.

پس از آن سالامبور انجام می‌شود که همان مرحله اولیه تمیز کردن چرم است (این مرحله در حال حاضر توسط کارخانجات انجام می‌شود پس از آن چرم در چاله‌های دباغی خوابانده می‌شود و گیاه این چرم توسط گیاه مازو راه فعل و انفعالاتی را در پیش می‌گیرد که لازمه عمل آمدن آن است پس از طی شدن مراحل متعدد چرم با چربی طبیعی نرم می‌شود و با رنگ‌های طبیعی به رنگ دلخواه در می‌آید و به شکل آماده برای تولید درمی‌آید.

وقتی تولید چرم تمام شد و یک کالای چرمی مناسب بازار شکل گرفت تولیدکننده اگر نتواند بازار اصلی را برای فروش پیدا کند با فروختن این کالا به قیمت پایین به واسطه‌ها سود کمتری نسبت به آنها عایدش می‌شود و این همان موردی است که موجب می‌شود چرم همدان با برندی به نام استان در بازار واقعی

کامیترای عیاسی





‌فاطمه امیری

اهمیت برندنِگ در تمامی سطوح تجارت روزبه‌روز در حال افزایش است و بازرگانان با بهره‌گیری از هنر برندسازی به دنبال ثبات در بازار و حفظ جایگاه خود هستند. برند در اغلب صنایع دارای اهمیت است اما در برخی از شاخه‌های تجاری از جمله مد اهمیت آن چندین برابر می‌شود.

یکی از بسترهای مهم فعالیت اقتصادی در استان همدان که دارای پیشینه تاریخی نیز هست، صنعت چرم است. هر چند این صنعت در کشور با تغییر سلايق مشتریان و واردات فرازونشيب‌هایی داشته است اما سرمايه‌گذاری در این صنعت می‌تواند يک مزيت رقابتي مطلوب در استان باشد.

استان همدان در زمینه توليد چرم دارای رتبه خاص بوده است و بر اساس پتانسل‌های موجود در همدان از جمله توسعه صنعت دامپروری این صنعت نیز امکان گسترش دارد.

‌عظیم اسلامی‌خاوه

می‌خواهم کفش یخرم، به دنبال تولیدات داخلی استان هستم، از آرمگاه بوعلی تا میدان امام به همه کفش‌فروشی‌ها سر می‌زنم. اغلب کفش‌ها تولیدات تهران هستند یا این حال مدل‌هایی را انتخاب می‌کنم و پا می‌زنم. بین آنها مدل‌های دلخواه و نسبتاً راحتی پیدا می‌کنم، اما به کفش دوزخانه هم می‌روم. همدانی‌ها می‌دانند که آنجا کفش‌های تولید همدان به وفور یافت می‌شود و اغلب فروشندگان دوخت کارگاه‌های خود و یا همدانی‌های دیگر را می‌فروشند.

از بچگی خاطرم هست که مادرم می‌گفت: کفش‌های چرم کفش دوزخانه راحت نیستند ولی ارزانند و دیر پاره می‌شوند.

به هر مغازه که سر می‌زنم و کفش‌ها را قیمت می‌کنم فروشنده آن می‌گوید: کفش تبریز است! بوت زمستانی ۵۰ هزار تومان، پایم می‌کنم، نمی‌توانم راه بروم، آن را در می‌آورم و می‌پرسم کفش همدان می‌خواهم، نمونه دیگری می‌دهد، ۳ هزار تومان ارزان‌تر است، پایم می‌کنم، نمی‌توانم راه بروم. آن را در می‌آورم و می‌پرسم فرق کفش همدان و تبریز در چیست؟ او می‌گوید: «هیچی»

می‌روم مغازه دیگری. خسرو کمالی مرد میانسالی است که صاحب مغازه است و طبق گفته‌هایش ۴۲سال در این مغازه است و راه پدرش را ادامه می‌دهد، خودم را به او معرفی می‌کنم و سؤالاتی می‌پرسم.

او می‌گوید: ۹۰ درصد کفش‌های مغازام دوخت تبریز هستند!

وقتی می‌گویم کدام‌ها دوخت تبریز و کدام‌ها کار همدان هستند، از بین کفش‌ها تعدادی را تبریزی و

شده و تولیدکنندگان مطرح و صاحبان برند از استان همدان به سایر استان‌ها مهاجرت کرده‌اند.

حمیدرضا فرسایي وحید اضافه می‌کند: صنعت چرم دارای پتانسیل‌های بسیاری است و می‌تواند نقشی پررنگ در رونق اقتصادی کشور و اشتغالزایی در استان همدان ایفا کند.

وی ادامه می‌دهد: اتحادیه کیف و کفش همدان در طی ۲ سال اخیر با برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در سطح کشور در راستای معرفی دوباره صنعت چرم همدان گام‌هایی برداشته اما جان تازه بخشیدن به صنعت چـرم در همدان نیازمند حمایت‌های مسئولان دولتی است.

فراسایی اضافه کرد: باید آسیب‌شناسی کرد و به دنبال پاسخ این سؤال بود که چرا تولیدکنندگان همدانی پس از کوچ به سایر استان‌ها توانستند موفقیت‌های قابل توجهی در بازار به دست آورند اما نمی‌توانند در همدان کار کنند. یکی از مواردی که تولیدکنندگان چرم که از استان مهاجرت کرده‌اند، سختگیری‌های دولتی مانند قوانین تأمین اجتماعی و هزینه‌های بالای تولید در این استان است.

رئیس اتاق اصناف همدان در ادامه می‌گوید: هم‌اکنون در همدان تنها کیف و کفش زنانه تولید می‌شود که خود یک مشکل برای گسترش این صنعت و برندسازی است بنابراین برگزاری دوره‌های آموزشی یکی از نیازهای صنعت چرم در همدان محسوب می‌شود، در حالی که استان‌هایی مانند تبریز در زمینه طراحی‌های مدل مراکز آموزشی با تسهیلات میلیاردی تأسیس کرده‌اند همدان

کفش‌های همدان با کیفیت آشتی می‌کنند؟

رقابت پاپوش‌های همدان در بازار کیفیت

تعدادی را تولید همدان معرفی می‌کند. می‌گوید: این کفش‌ها که شبیه همین کفش‌های همدان هستند و هیچ شباهتی به کفش‌های تبریز ندارند. او هم پاسخ می‌دهد که اینها کفش‌های بی‌کیفیت تبریز هستند، چون در کفش‌دوزخانه مردم کمتر به دنبال کیفیت هستند. آنها به دنبال کفش‌های ارزان‌قیمت می‌گردند.

بنابراین ما هم کفش‌های ارزان‌قیمت می‌آوریم. کمالی در ادامه صحبت‌هایش می‌گوید: فرق کفش تبریز با همدان در تنوع و کیفیت است. چون آنها سرمایه دارند دستگاه‌های به‌روز می‌خرند و تلاش می‌کنند که کفش‌های با کیفیت‌تری تولید کنند، ولی همدانی‌ها بیش از هر چیز فکر درآمد هستند و نمی‌خواهند کیفیت کارشان را بالا ببرند. چند سال پیش بود که برای تجهیز کارگاه‌ها و خرید دستگاه‌های جدید به صاحبان کارگاه‌های کفش وام کم‌بهره هم دادند ولی چون کسی نبود نظارت کند اغلب آنها با پول وام‌هایشان ماشین خریدند و خانه‌هایشان را عوض کردند.

به خیابان بوعلی برگشتم. رفتم فروشگاه ورشوچی که یکی از کفش‌فروشی‌های قدیمی همدان است و مشتریان ثابتی دارد. وقتی از حسین سماواتی فروشنده مسن و قدیمی فروشگاه سؤالاتی می‌پرسم، می‌گوید: از گذشته همه کیف و کفش‌های مغازه را از تهران می‌آوردم، چون مشتری‌ها به دنبال کفش به روز و با کیفیت هستند. آنها کفش‌هایی می‌خواهند که راحت باشد نه اینکه وقتی می‌پوشند زجر ببخشند.

سماواتی از دلایل بی‌کیفیت بودن کفش‌های تولید همدان می‌گوید: در کارگاه‌های تولیدی همدان نمی‌توانند کفش با کیفیت تولید کنند چون به این

صنعت چرم راهی برای تولید ثروت

داشته‌های بر باد رفته

در راهاندازی کارگاه‌های آموزشی ناتوان است. فرسایي یادآور می‌شود، یکی دیگر از مشکلات صنعت

چرم همدان علی‌رغم ظرفیت‌های قابل توجه و کیفیت بالای آن ناهماهنگی آن با مدهای روز دنیا است، در دنیای پر رقابت کنونی برای تولید باید بازار تقاضا مدنظر قرار گیرد.

وی می‌گوید: صنعت چرم به عنوان یک صنعت پرسود هم‌اکنون در دنیا طرفداران بی‌شماری دارد اما اقدامی که در استان همدان صورت می‌گیرد خام‌فروشی و صادرات چرم خام به سایر استان‌ها و کشورهای همسایه است. باید برنامه‌ریزی و سیاستگذاری انجام شود تا چرم خام تولیدی استان که از منابع بسیاری برای تولید آن بهره گرفته شده در همین استان فراوری شده و اشتغال و ارزش افزوده ایجاد کند. بنابر گفته‌های کارشناسان بازار، صنعت چرم در همدان می‌تواند یک مزیت رقابتی برای سرمایه‌گذاری باشد که البته سرمایه‌نگفتی را نیز طلب نمی‌کند بلکه با استفاده از راهاندازی مشاغل کوچک و در نهایت مدیریت آنها به صورت خوشه‌ای می‌توان از این ظرفیت برای اشتغالزایی، بهره‌گیری از منابع استان و همچنین افزایش ارزش افزوده، تولید ثروت و افزایش سرانه درآمد خانوار بهره گرفت.

این صنعت ظرفیت خالی بسیاری دارد زیرا با نگاهی به بازار مصرف خارج از کشور و تولید بر اساس آن می‌توان بسیاری را یادار برای صنعت چرم در استان ایجاد کرد، لازمه این امر آموزش‌های تخصصی و بویژه الگو برداری از استان‌های موفق و کشورهای پیشرو در صنعت چرم است.

در ۸۱۴ کارگاه سراجی، چرم و دباغی استان همدان

۱۴۲۹صنعتگرچرم فعال هستند



امروزه اهمیت صنعت چرم در حوزه

اشتغالزایی و اقتصاد بر کسی پوشیده نیست این صنعت از معدود صنعت‌های قدیمی است که دارای پیشینه و سبقه طولانی در کشور است با توجه به اینکه همدان یکی از خاستگاه‌های اصلی این صنعت به شمار می‌رود چند سالی بود که این مهم به بوته فراموشی سپرده شده بود اما این روزها بار دیگر نگاه به توسعه این صنعت در حال تغییر است. معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان همدان در زمینه آمار فعال در حوزه چرم استان عنوان کرد: با تلاش‌های انجام شده از سال ۱۳۷۵ تاکنون بااستفاده از هنرمندان پیشکسوت این رشته به هنرآموزان آموزش‌های لازم داده شده و تعداد کارگاه‌های تولید چرم افزایش یافته است.

علیرضا قاسمی گفت: در سال ۱۳۷۰، ۴۸۰ چرم کار در ۳۰ کارگاه در استان همدان فعالیت می‌کردند. اما امسال ۸۱۴ کارگاه سراجی، چرم و دباغی در استان فعال است.

قاسمی گفت: در حال حاضر هزار و ۴۲۹ نفر صنعتگر چرم در کارگاه‌های همدان فعال هستند.

معاون صنایع دستی همدان با عنوان این مطلب گفت: صنعت چرم همدان به علت وفور دام، مواد گیاهی و آب فراوان که در تولید آن سهم بسزایی دارند یکی از مهمترین اقلام بازرگانی محسوب می‌شده است. در سال ۱۳۱۱ نخستین کارخانه چرم‌سازی ماشینی همدان را ارباب اردشیر یگانه‌گی (زرتشتی) در محله منوچهری به مساحت ۹ هزار و ۴۰۰ متر تأسیس کرد. این کارخانه که با نقشه مهندسان آلمانی ساخته شد نخستین کارخانه چرم‌سازی مدرن ایران بود.

وی در ادامه به مطلب دکتر ربیعی در کتاب جغرافیای مفصل ایران اشاره کرد و گفت: «تاریخ واقعی صنعت چرم‌سازی ایران را باید از تاریخ فعالیت چرم‌سازی در همدان محاسبه کرد و از آن پس این صنعت بتدریج در کشور توسعه یافت تا آنجایی که از یک کارخانه در سال ۱۳۱۱ به ۲۲ کارخانه در سال ۱۳۳۷ افزایش یافت.»

علیرضا قاسمی افزود: طبق آمار کتاب جغرافیا و اسامی دهاات کشور، در سال ۱۳۲۹ کارخانه چرم‌سازی همدان با ۹۰ کارگر، ۱۵ تن پادوش گاوی، ۴۵ تن روبه و ۳۸ تن چرم سراجی تولید می‌کرده است که بعد از ورشکستگی، زمین و ساختمان‌ها به تملک دانشگاه بوعلی‌سینا در آمد.

شهر دباغخانه‌های فراموشی شده



در گذشت‌های نه‌چندان دور به واسطه چرم تولیدی در همدان ۳ دباغخانه بزرگ در این شهر وجود داشت که متأسفانه با گذر زمان ۲ دباغخانه "سنگ شیر" و "قاتور" به مرور تعطیل شده و از بین رفته‌اند.

چرم همدان به علت کیفیت و کمیت خاص آن مشهورترین و مرغوب‌ترین چرم در سراسر کشور شمرده می‌شد و آوازه کیفیت آن به کشورهای دیگر نیز رسیده بود. در گذشته در شهر همدان ۳ دباغخانه شامل دباغخانه سنگ شیر، دباغ قاتور واقع در بلوار سفید آبی و دباغخانه آقایی واقع در بلوار سفید آبی فعال بود که متأسفانه پس از گذشت زمان دباغخانه سنگ شیر و قاتور به مرور تعطیل و از بین رفته‌اند.

بی‌تردید استفاده از چرم از زمان انسان‌های نخستین رواج داشته و انسان اولیه برای محافظت از پاهای خود در مقابل سنگ و خار و خاشاک تکه پوستی سخت به دور آن می‌پیچید یا آب را در مشک نگهداری کرد و سپس به مرور زمان، دانش استفاده از چرم فزونی یافت و قبایل اولیه از چرم، چادر، بستر، زیرانداز، زره، افسار و کفش ساختند.

روایات تاریخی نشان می‌دهد که در زمان حضرت موسی مصری‌ها چرم را برای ساختن دمپایی به کار می‌بردند ولی به علت کمیابی و ارزشمند بودن تنها فرعون‌ها از آن استفاده می‌کرد. در همین خصوص همدان نیز از سال‌های دور در این زمینه فعال بوده و صنعت چرم در استان همدان وجود داشته و رونق آن از سال‌های ۱۳۴۰ به بعد بیشتر شده است.

در شهرهای ملایر و نهاوند نیز دباغخانه وجود داشته است که در گذشته، در شهرهای ملایر و نهاوند نیز دباغخانه وجود داشته و در همدان نیز دباغخانه سنگ شیر، قانتور و آقایی هر دو در چهارباغ سفیدآبی فعال

می‌شود و برای دباغی کردن هم به جای مازوج از ماده‌ای به نام "استراک" استفاده می‌کنند.

❖ چرم ماشینی در مقابل آب و آفتاب مقاومت چندانی ندارد

کارگاه‌های شهر همدان می‌رسد و بقیه توسط تاجراهایی از تهران و تبریز به بازارهای بزرگ راه می‌یابد. یک مقایسه کلی بین چرم دستی اصیل و مرغوب و چرم ماشینی، نشان می‌دهد که چرم دستی به علت طولانی شدن مدت عمل‌آوری و استفاده از مازوج و آرد جو در دباغی، نسبت به چرم ماشینی دارای کیفیت بسیار بالاتری است؛ زیرا در تولید چرم ماشینی مدت عمل‌آوری، ظرف چند روز انجام

زرع و قاب خشاب استفاده می‌شود و بر حسب واحد کیلوگرم به فروش می‌رسد. با این تفاسیر پروضاح است که هرچند تولید چرم سنتی زحمت بسیار دارد اما آنچه مسلم است اینکه دوام و استقامت کالای می‌ارزد. بر همین اساس ناگفته پیداست که توجه به دباغخانه‌ها که خود علاوه بر حفظ اصالت تولید چرم یادگاری از دوران گذشته محسوب می‌شود، نه‌تنها مانع از فراموشی این صنعت می‌شود بلکه روند تهیه چرم در این مراکز به قدری تعجب‌برانگیز است که گردشگران را حتی برای دیدن آنچه در گذشت کسب و حرفه مردم نامیده می‌شده است، به همدان فرا می‌خواند.