



## تولید کنندہ ایم و صادرات محور

اشاره:

آن قدر شیفته تولید است که ترجیح می‌دهد سرمایه خود را به تداوم تولید، افزایش اشتغال و صادرات اختصاص دهد حتی در شرایطی که به زعم وی، مشکلات و چالش‌های متعدد داخلی و خارجی مربوط به تحریم و ... شرایط را برای تولیدکننده بیش از هر زمان دیگری، دشوار می‌سازد. ایرج طائفی، مدیر صادرات محوری است که گویا تاب ماندن در بازارهای داخلی را ندارد و مترصد ایجاد کوچک‌ترین فضای مناسب برای صادرات می‌باشد. صادرات موفق که روزگاری موجب تحسین شرکت‌هایی از آلمان و ترکیه شده بود. به اعتقاد این تولیدکننده، در شرایط فعلی اداره یک مجموعه تولیدی، کار بسیار دشواری است و فکر می‌کنم دست خداوند همراه و حامی همیشگی تولیدکنندگان است تا بتوانند به حیات خود ادامه دهند و مانع تعطیلی کارخانه و بیکاری صدها نیروی شاغل کشور شوند. طائفی ابزار امیدواری نمود که با استقرار دولت جدید هم شاهد ثبات نرخ ارز در بازار باشیم و هم شرایط برای رونق صادرات فراهم شود.

کردیم که به دلیل کیفیت بسیار بالا، رعایت استانداردهای بین‌المللی و قیمت مناسب محصولات پارمین جامه، این همکاری تا چندسال ادامه پیدا کرد. تمام محصولات تحت نظارت و کنترل دقیق مدیران شرکت ترکیه قرار می‌گرفت و حتی به اذعان یکی از مدیران آن، هیچ‌یک از محصولات ما دچار نقص و ایراد نبود. اما پس از مدتی، دیگر صادرات برایمان مقرون به صرفه نبود و علی‌رغم اصرار طرف ترک، صادرات را متوقف کردیم. از این تعامل تجاری، تجارب بسیار خوبی کسب کردیم.

اما امروز... ۴ سال است که وارد بازار داخلی شده‌ایم. در گذشته ۹۰ درصد تولیدات را با اسامی دیگران به بازار ارائه می‌کردیم اما در حال حاضر موفق به ثبت چندین نام تجاری و ارائه محصولات بانام ریچموند، اکسیژن، پوتنزا برای پارمین جامه شده‌ایم و هدف اولیه ما تمرکز بر رشد و توسعه برندهای مذکور در بازار و شناساندن آن به مصرف‌کنندگان و هدف نهایی هم تبدیل شدن به یک برند ایرانی در قالب فروشگاه‌های زنجیره‌ای سراسر کشور است اما با اجاره‌های سرسام‌آور فعلی فروشگاه در ایران این کار تقریباً غیرممکن به

همان مقطع برند «پاتن جامه» شکل گرفت در واقع موفقیت در فروش محصولات، ما را به تأسیس پاتن جامه ترغیب نمود به گونه ای که محصولات تولیدی این کارخانه اکثر اقشار جامعه را در برمی گرفت. ظرف مدت کوتاهی، پاتن جامه به ثمر نشست و ۵۲ نمایندگی فعال در سراسر کشور به توزیع محصولات آن می‌پرداختند و این فعالیت جمعی ما را بر آن داشت که بعد از جداشدن از پاتن جامه کارخانه دیگری را راه‌اندازی نماییم البته دوستان و اطرافیان معتقد بودند بهتر است سرمایه‌ام را در بانک بگذارم و یا به خرید و فروش مسکن و ... بپردازم اما من شیفته تولید بودم نه تجارت! به همین دلیل با همکاری و مشارکت یکی از دوستان دوران نوجوانی ام واز تجار موفق و سرشناس در صنعت نساجی و پوشاک حاج آقا کریم‌زاده، کارخانه پارمین جامه را در شهرک صنعتی سپهر نظرآباد راه‌اندازی کردیم. در ابتدا به ارائه انواع خدمات تکمیل و سنگ شور محصولات تولید شده سایر شرکت‌ها می‌پرداختیم اما به دلیل علاقه به تولید، خط تولید پارمین جامه فعالیت خود را شروع کرد. به صورت اتفاقی اولین سفارش تولید شلوار جین را از یک شرکت از ترکیه دریافت

\*شروعی برای الگوسازی و تولید پوشاک

متولد ۱۱ اردیبهشت سال ۱۳۴۲ و دیلمه فنی هستم. به دلیل فعالیت پدرم در صنف پوشاک، از نوجوانی با این صنعت آشنا شدم. سال ۱۳۶۳ به صورت اتفاقی با تولید کیف اسپورت زنانه آشنا شدم و به تولید آن پرداختم. از محل درآمد تولید و فروش کیف، نزد زنده‌یاد آقای آرمان فر- استاد الگوسازی پوشاک- رفتم و یک دوره الگوسازی نزد وی گذراندم. به مرور زمان با اصول الگوسازی و تولید آشنا و علاقه‌مند شدم. سال ۱۳۶۴ با دریافت ۹۰ هزار تومان از پدرم، کارگاه کوچکی را در خیابان مخصوص تهران اجاره و با یک چرخ خیاطی و کارگر، تولید را آغاز کردم. به تدریج تعداد کارگران و کارگاه‌ها افزایش پیدا کرد و پس از آشنایی با برادران خاکی و با مشاهده علاقه من به تولید، پیشنهاد تأسیس یک واحد تولیدی را مطرح کردند و به این ترتیب اولین کارخانه مشترک خود را در جاده مخصوص کرج خیابان نخ‌زرین تهران سال ۱۳۷۵ راه‌اندازی کردیم و به تولید پوشاک برای بنکداران پرداختیم در ادامه نیز به دلیل بروز مسائلی، به تک فروشی پوشاک هم پرداختیم که خوشبختانه با استقبال چشمگیر مردم همراه بود و از

کننده باشد به گونه ای که به کیفیت و قیمتی مناسب برسد عرضه مستقیم کالا با قطع دست واسطه گران سودجو و یا عرضه توسط هایپر استارها با کنترل قیمت هردو میتواند رضایت تولید کننده را در جهت رسیدن به سیستم مناسبی برای عرضه و توزیع در بازار جلب نمایند و یا نگرانی تولیدکنندگان را در بازار آشفته فعلی که کمتر کنترلی روی آن وجود دارد برطرف نماید ضمناً مصرف کننده نیز کمترین فشار را تحمل و به حق خود می رسد .

به اعتقاد من رقابت تولیدکنندگان با یکدیگر موجب رونق و شکوفایی صنعت میگردد ولی این به آن معنی نیست که تولیدکنندگان هم صنف در ارتباط و تعامل با یکدیگر نباشند .

به اعتقاد شما شرایط برای این که پوشاک از حالت صنف خارج و به صنعت تبدیل شود، مهیاست؟  
در حال حاضر صنعت پوشاک و نساجی علاوه بر نظارت نهادهایی چون وزارت صنعت ، کار و تجارت ، سازمان حمایت و تعزیرات اتحادیه هایی نظیر اتحادیه پوشاک نیز همکاری دارند ولی اشکال واقعی آن است که ارتباط نزدیکی بین وزارتخانه ها و اتحادیه ها کمتر وجود دارد مانند ارتباط بین تولیدکنندگان و بنکداران در بازار.

برای رونق صادرات چه شرایطی باید مهیا شود؟  
لغو تحریم های موجود بر بانک های ایرانی و تحریم شرکت های بیمه ای ، معافیت مقرر در قانون ، همکاری گمرات کشور و حذف تشریفات غیر ضروری و صدور مجوز ورود موقت کالا در قبال صادرات ، افزایش جوایز صادراتی ، و حمایت کلیه دستگاه های متولی امر صادرات میتواند قسمتی از امتیازاتی باشد که موجب رونق صادرات در کشور شود .

بسیاری از صنعتگران نساجی و پوشاک اعتقاد دارند که با تثبیت نرخ ارز و کاهش واردات شرایط خوبی در بازار این صنعت حکمفرما شده است. دیدگاه شما در این زمینه چیست؟  
قطعاً جلوگیری از ورود غیر مجاز و یا قاچاق کالا در کشور ویا واردات بی رویه به خصوص پوشاک کم دوام و بی کیفیت که حتی در مواردی بهداشت جامعه را نیز به خطر می اندازد شرایط مناسبی را جهت تولید در بازارهای داخلی فراهم مینماید لذا علاوه بر آن فضای

نظر می رسد در حالی که در سایر کشورها، فروشگاهها با قیمت مناسب در اختیار متقاضیان قرار می گیرد تا به رونق و آبادانی شهرهای مختلف منجر شود اما در ایران این موضوع کاملاً برعکس است!

به اعتقاد شما، تولید در ایران با تولید در سایر کشورها از لحاظ آموزش نیروهای انسانی چه تفاوت هایی دارد؟  
تولیدکنندگان سایر کشورها، ارتباطات مستمری با برندهای معتبر و بین المللی دارند و حتی نماینده شرکتی مانند دیزل (Diesel) به صورت تمام وقت در کارخانه آنان حضور دارد و آموزش های لازم را به پرسنل ارائه داده است. ما اعتقاد داریم که مشتریان خوب می توانند موجب ارتقای کیفیت محصولات تولیدکننده شوند اما متأسفانه اغلب مشتریان داخلی، اطلاعات چندانی در مورد استانداردهای تولید محصول ندارند، تفاوتی میان جین پلی استر با جین پنبه قائل نمی شوند و صرفاً به دلیل ظاهر زیبا یا قیمت ارزان، کالایی را خریداری می کنند در حالی که مشتریان سایر کشورها آن قدر به صورت تخصصی و دقیق با محصولات برخورد می کنند که واحد تأمین کننده با تمهیدات متعدد مجبور می شود تولیدات خود را ارتقا دهد.

در کشوری مانند ترکیه، شرایط قوانین کار بسیار باثبات تر و محکم تر از قوانین کار در ایران می باشد به این معنا که اولین فکر یک کارمند، پیشبرد اهداف سازمان و کارفرما نیز در تعامل کامل با کارگران و کارمندان خود میباشد. آنچه را که مادر این کارخانه تهیه و تدارک دیدیم ارائه امکاناتی مانند امور رفاهی و پذیرایی ، انواع خدمات درمانی و پزشکی ، امکانات ورزشی و توجه ویژه به مسائل ایمنی و بهداشت و محیط زیست بوده است با این هدف که برای رسیدن به موفقیت باید از اصلاح خود و شرایط محیط کار خود شروع کرد .

به نظر می رسد سیستم فروش در ایران به سمتی حرکت می کند که اکثر تولیدکنندگان سعی می کنند فروشنده محصولات خود (به صورت مستقیم) به مردم باشند، دیدگاه شما در این مورد چیست؟ آیا بهتر است تولیدکنندگان در کنار یکدیگر جمع شوند و هایپر مارکت هایی راه اندازی نمایند و یا هر تولیدکننده ای، فروشگاه عرضه مستقیم برای خود داشته باشد؟  
البته باید گفت چنانچه دیدگاه ، حمایت از مصرف



فرهنگی موجود در بازار و مصرف کننده نیز دستخوش تغییر میگردد به گونه ای که مارک های ایرانی با کیفیت بالا و قیمت مناسبی که از تثبیت نرخ ارز و مدیریت کنترل و کاهش بهای تمام شده محصول به وجود آمده رونق بازارهای داخلی را بیشتر نموده و مردم با خرید محصولات داخلی با تولیدکنندگان کشور آشتی مجدد می نمایند. تغییر رویکرد مدیریت سنتی کشور به مدیریت روز و مدرن با تولید دانش فنی و ارزش قائل شدن به نیروی انسانی به عنوان یکی از عوامل سرمایه در هر مجموعه، حفظ سرمایه های ملی و نهادینه شدن فرهنگ اصیل ایرانی بر روی تولیدات داخلی از مزیت های آن میباشد.

اما از مشکلاتی که عمدتاً گریبان گیر تولیدکنندگان کشور می باشد و روند تولید و یا آهنگ آن را کند می نماید عدم توجه و حمایت ضعیف از سوی دستگاه های مالیاتی و اداره تامین اجتماعی کشور بوده است مانند مثال حذف معافیت کارفرمایان از پرداخت حق بیمه سهم کارفرما و عدم اجرای صحیح ماده ۱۰۳ و ماده ۸۰ طبق برنامه بودجه و برنامه پنجم توسعه که هزینه های سنگینی را به دوش تولید کنندگان گذاشته به گونه ای که پرداخت حق بیمه و مالیات هایی نظیر ارزش افزوده و تکلیفی را حتی نمی توان به عنوان سربار بهای تمام شده کالای ساخته شده نیز محسوب کرد.

بحث این است که یک تولیدکننده بزرگ در این شرایط دشوار، دیگر انگیزه و اشتیاقی برای ادامه فعالیت و توسعه مجموعه تولیدی خود ندارد که این که سال ۱۳۷۵ در مجموعه پاتن جامه، انگیزه بسیاری برای فعالیت صنعتی و رونق تولید در کشور داشتیم و حتی موفق به دریافت سفارش تولید پوشاک از یک شرکت آلمان شدیم. خوشبختانه همکاری با این شرکت آلمانی، علاوه بر سودآوری تجاری دانش فنی و تجربه خوبی برای ما به همراه داشت و مدیران شرکت ضمن بازدید از کارخانه پاتن جامه عنوان کردند «با امکانات محدود، قادر به تولید محصولات فوق العاده با کیفیت به همراه قیمت مناسب هستیم.» این موفقیت ریشه در عشق به تولید، هنر و صنعت داشت که موجب ارتقای کیفیت محصولات ما می شد و حتی شرکت پارمین جامه را با همین انگیزه، علاقه و تجربه راه اندازی کردیم و تصمیم گرفتیم به صورت تخصصی در زمینه صادرات به فعالیت بپردازیم اما پس از راه اندازی پارمین جامه، با مشکلات

متعددی از قبیل واردات مواد اولیه و صادرات محصول مواجه گردیدیم که با تلاش و دوندگی های فراوان برخی از مشکلات پیش آمده را پشت سر گذاشتیم.

پس در مجموع، با حل مشکلات گذشته بازار فعلی چندان بد نیست و به تولید و فروش ادامه می دهیم اما نباید خود را با کارگاه های کوچکی که با حداقل امکانات و سرمایه گذاری فعال هستند، مقایسه کنیم. البته این واحدها در نوع خود بسیار قابل احترام و ارزشمند هستند اما باید جایگاه یک مجموعه صادرات محور در کشور مشخص شود منتها نوع رفتارها و حمایت های دولتی می بایست تغییر نماید.

مدتی پیش تصمیم گرفتیم جهت بازدیدکننده به نمایشگاهی در آلمان قزاقستان برویم اما یکی از دوستان پیشنهاد داد که در قالب غرفه گذار در این نمایشگاه حاضر شویم به همین دلیل با آقایان اسماعیل پور (مدیرعامل کانون تولیدایران) و شایختی (مدیرعامل شرکت جامه بافت) در این نمایشگاه حاضر شدیم و در فرصت کوتاهی، توانستیم غرفه آرای زیبا و چشمگیری انجام دهیم و علی رغم حضور شرکت های قدرتمندی از فرانسه، ایتالیا و ترکیه، بازدیدکنندگان استقبال خوبی از غرفه ما به عمل آوردند اما زمانی که متوجه می شدند دفتر مرکزی و کارخانه در ایران قرار دارد، عقب نشینی می کردند زیرا به دلیل تحریم بانک های ایران با مشکلات بسیاری در زمینه نقل و انتقال پول و کالا مواجه می شوند و تعاملات تجاری با تولیدکنندگان ایرانی برایشان مقرون به صرفه نیست. متأسفانه علی رغم کیفیت بسیار بالا و قابل رقابت کالاهای داخلی، به دلیل مشکلات اقتصادی و سیاسی قادر به صادرات نیستیم لذا برای حفظ حیات و تداوم تولید در پارمین جامه به روی بازار داخل متمرکز شده ایم که بازار داخل هم چالش ها و مشکلات خاص خود را دارد که مورد اشاره قرار گرفت. پیشکسوتانی مانند آقایان شایختی و اسماعیل پور نیز چنین وضعیتی دارند و علی رغم سال های طولانی حضور در صنعت و تولید، گمنام هستند و مصرف کننده نهایی، شناختی از تولیدکننده ندارند. حتی آقای رهبری (مدیرعامل شرکت آراین جین و یکی از بهترین تولیدکنندگان پوشاک کشور)، ترجیح داد تولید را به دلیل مشکلات پیش از اندازه، محدود نماید.

مشکل برای تمام واحدهای تولیدی اعم از کوچک و

بزرگ وجود دارد. آیا هیچ نهاد و مرجعی هست که از خود بپرسد در یک منطقه محروم که کارخانه های راه اندازی شده و ۳۵۰ نفر مشغول کار هستند، چرا کوچک ترین حمایتی از مدیران آن به عمل نمی آید و اصولاً باید چه حمایت هایی از تولید و صنعت به عمل آید؟ برخی قوانین و مسائل حاشیه ای تولید باید مورد بازنگری قرار گیرند تا تولیدکننده مجالی برای تنفس پیدا کند.

واقعیت این است که در شرایط فعلی اداره یک مجموعه تولیدی، کار بسیار دشواری است و فکر می کنم دست خداوند همراه و حامی همیشگی تولیدکنندگان است تا بتوانند به حیات خود ادامه دهند و مانع تعطیلی کارخانه و بیکاری صدها نیروی شاغل کشور شوند. امیدوارم با استقرار دولت جدید هم شاهد ثبات نرخ ارز در بازار باشیم و هم شرایط برای رونق صادرات فراهم شود.

