

۴ بیوگرافی و سوابق حرفه‌ای

متولد سال ۱۳۳۹ در تهران هستم. در سن ۱۶ سالگی، دیپلم ریاضی گرفتم و در مقطع کارشناسی رشته فیزیک محض (دانشگاه خوارزمی) به تحصیل پرداختم. به دلیل انقلاب فرهنگی و تعطیلی دانشگاه‌ها، تحصیلاتم به طول انجامید و در نهایت سال ۱۳۶۵ فارغ‌التحصیل شدم.

پدرم از کارآفرینان و چهره‌های شناخته شده صنعت چوب به شمار می‌آیند و در دوران کودکی و تعطیلی تابستانی مدارس ما را همراه خود به کارگاه می‌برد به این ترتیب همت کاری را از پدرم آموختم. از همان ابتدا علاقه خاصی به خلق و آفرینش داشتم که این شیفتگی با مشاهده طراحی‌های کم‌نظیر و خلاقانه پدرم در وجودم رشد پیدا کرد.

پیش از ورود به دانشگاه، در دوره‌های مالی و حسابداری شرکت کردم و در یک شرکت بزرگ ساختمانی به‌عنوان حسابدار مشغول کار شدم. یک دوره آموزشی فنی و حرفه‌ای نیز در زمینه تعمیر لوازم خانگی گذراندم.

با وقوع انقلاب فرهنگی و تعطیلی موقت دانشگاه‌ها، به توصیه دوستی، در یکی از حجره‌های بازار عباس‌آباد تهران به‌عنوان حسابدار به فعالیت خود ادامه دادم. پس از یک سال به‌صورت مستقل خرید و فروش پوشاک را انجام دادم و پوشاک را از بازار تهران خریداری می‌کردم و به شهرهای یزد، کرمان و زاهدان می‌فروختم.

اول اردیبهشت سال ۱۳۶۱ به همراه برادرم-جناب آقای مهدی فخار- با سرمایه بسیار اندک، حدود ۶ نفر کارگر و در فضایی به مساحت ۱۲ متر مربع کارگاه تولیدی پوشاک را راه‌اندازی کردیم. در آن زمان به تولید مقنعه‌های موسوم به «مقنعه اسلامی» می‌پرداختیم که میان خانم‌ها بسیار متداول شده بود و کمتر از دو ماه، بهترین و باکیفیت‌ترین مقنعه‌های اسلامی توسط کارگاه ما (با برند سمیه) تولید و روانه بازار مصرف می‌شد. مدتی مشغول تولید شورت‌های اسلیپ مردانه شدیم و به تدریج تولید پوشاک اسپرت (با برند تریکو مجید) را در برنامه کاری خود قرار دادیم و این روند تا یک سال ادامه

اشاره:

«طی ۳۵ سال حضور در عرصه تولید، مورد حمایت مسئولین ذی‌ربط قرار نگرفته‌ایم که این عدم حمایت در تمام صنایع و بخش‌های تولیدی و صنعتی وجود دارد. به همین دلیل رشد مناسب صنعتی به هیچ‌وجه در کشور ایجاد نشده است و بسیار نادرند تولیدکنندگانی که بدون حمایت‌های مختلف دولت به سطح قابل قبولی رسیده‌اند.» مدیرعامل شرکت جامه پوش آرا ضمن بیان این مطلب ادامه می‌دهد: اغلب فعالان تولید و صنعت کشور نیازمند حمایت‌های منطقی دولت هستند و اگر مشمول چنین حمایت‌هایی می‌شدیم، کشورمان در نقطه‌ای ایمن قرار می‌گرفت. امیدوارم در آینده طرز نگرش دولتمردان به تولید و صنعت تغییر کند.

به اعتقاد این تولیدکننده با سابقه، مهم‌ترین مانع گسترش و توسعه بازارهای داخلی و خارجی را باید در پایین بودن حاشیه سود تولید پوشاک جست‌وجو کرد که باعث می‌شود تولیدکننده نتواند منابع کافی برای تغذیه طرح‌های توسعه‌ای خود داشته باشد.

فخار اذعان می‌دارد: اگر قرار باشد به‌عنوان نمایندگان

قشر عظیم نیروی کار احقاق حق نکنیم چه

کسی قرار است این کار را انجام دهد؟

به اعتقاد من نهضتی شروع شده و

تمام پیروان و همراهان آن عاشقان

کشور و ملت هستند، انسان‌هایی

که با کار و تلاش زندگی می‌کنند،

راهشان راه حق است و حق

همیشه پیروز است. امیدوارم

این راه را با همکاری همدیگر

پیش ببریم. از رسانه‌های

تخصصی و عمومی نیز

درخواست می‌کنم ما را در

طی این مسیر همراهی

نمایند

گفت‌وگو با مجید فخار - مدیرعامل شرکت تولیدی پوشاک جامه پوش آرا

حق همیشه پیروز است





واقع در خیابان سپهسالار تهران را خریداری کردیم و سپس موفق به دریافت کارت شناسایی از سازمان صنایع و معادن استان تهران شدیم.

در سال ۱۳۷۵، توسعه فعالیت‌های مجموعه مدنظر قرار گرفت و به همین دلیل از طریق سازمان صنایع و معادن استان تهران، از چندین محل در شهرک‌های صنعتی بازدید به عمل آوردیم که در نهایت «شهرک صنعتی سپهر» واقع در «شهر نظرآباد» را انتخاب کردیم. حدود سه سال به طول انجامید تا مراحل ساخت و ساز کارخانه در زمینی به مساحت ۶ هزار متر مربع و ۲ هزار متر مربع زیربنا انجام شد. به این ترتیب فعالیت‌های تولیدی خود را از سال ۱۳۷۹ در این محل آغاز کردیم. از آن سال تاکنون، تنوع بخشی به تولیدات در اولویت نخست فعالیت‌های ما قرار دارد. تا سال گذشته حدود ۱۵۰ نفر پرسنل به صورت مستقیم مشغول کار بودند که تعدادی از آنها به دلیل شرایط نامناسب بازار، تعدیل شدند و امروز قریب به ۱۲۰ نفر در جامه پوشی آرا فعالیت دارند. کارگاه‌هایی نیز به صورت پیمانی در بخش دوخت و دوز برایمان کار می‌کنند. در حال حاضر به تولید حدود ۳۰ نوع پوشاک اسپرت زنانه، مردانه و بچه‌گانه می‌پردازیم.

از اواخر سال ۱۳۶۲ تولید پوشاک ورزشی را آغاز کردیم اما از سال ۱۳۸۰ تولید این بخش را به صورت محدود ادامه دادیم و بر تولید پوشاک راحتی متمرکز شدیم. سالیانه حدود ۵۲۸ هزار واحد پوشاک تولید می‌کنیم البته سال گذشته با توجه به

راحتی (Casual) را نیز به سبد محصولات خود اضافه کردیم و تنوع محصولات را افزایش دادیم. سال ۱۳۶۶ با توسعه فعالیت‌های تولیدی، فضای کارگاه برای ادامه کار بسیار کوچک و محدود به نظر می‌رسید به همین دلیل به کارگاه بزرگ‌تری (حدود صد متر مربع) نقل مکان کردیم و پس از یک سال آن را به کارگاهی به مساحت حدود ۲۰۰ متر مربع در دو طبقه تبدیل کردیم. در این سال‌ها بیشترین زمان و انرژی من صرف انجام فعالیت‌های تولیدی می‌شد و درس و دانشگاه را تحت‌الشعاع خود قرار می‌داد. البته رشته فیزیک همیشه مورد علاقه‌ام بوده و هست زیرا یک علم پایه به شمار می‌آید و در بخش‌های مختلف از جمله مکانیک، برق، الکترونیک، اپتیک و امثالهم، کاربرد بسیاری دارد، فکر انسان را باز می‌کند و این توانایی را به فرد می‌دهد تا بتواند راهبری خوبی در مسائل داشته باشد و از هر تخصص فنی، مطالب اولیه و پایه‌ای را بداند.

حدود پنج سال در کارگاه جدید به فعالیت ادامه دادیم و در سال ۱۳۶۹ با هدف آشنایی با نیازها و خواسته‌های مشتریان پوشاک ورزشی فروشگاه‌های ما در خیابان ولیعصر، چهار راه امام خمینی (ره) (سپه سابق) خریداری کردیم که در حال حاضر این فروشگاه به صورت بنکداری فعالیت خود را ادامه می‌دهد. سال ۱۳۶۹ در کارگاهی به مساحت ۳۰۰ متر مربع در خیابان لاله‌زار نو تهران (به صورت استیجاری) مستقر شدیم. سال ۱۳۷۱ نیز کارگاهی

پیدا کرد. سال ۱۳۶۲ نام مجموعه را به «تولیدی پوشاک ورزشی فخار» تغییر دادیم. در این زمان بخش دیگری از کارگاه پدر را به مجموعه خود اضافه کردیم و عملاً به صورت شبانه‌روزی تولید را ادامه می‌دادیم و شاید فقط ۴-۵ ساعت به استراحت می‌پرداختیم!

در ابتدای کار هیچ‌گونه شناختی نسبت به مسائل تولید پوشاک نداشتیم و حتی تشخیص چرخ زیگزال با چرخ راسته‌دوز برای ما دشوار بود اما با راهنمایی‌های یکی از دوستان (آقای جلالی اصل) در جریان جزئیات و به‌اصلاح خرده‌کاری‌های تولید پوشاک قرار گرفتیم. در کمتر از چندماه، سطح توانمندی‌های ما به‌اندازه‌ای افزایش پیدا کرد که تولیداتمان در بازار به‌عنوان محصولات باکیفیت شناخته شد و توانستیم مشتریان فراوانی را به خود جلب کنیم به نحوی که گاهی پاسخگویی به حجم تقاضاهای آنان دشوار به نظر می‌رسید.

۴ چگونه به سمت تولید پوشاک ورزشی حرکت کردید؟

ورزش یکی از مقولاتی است که در سالم سازی جامعه نقش موثری ایفا می‌کند؛ ضمن این‌که کسب و کاری همیشگی است و معتقد بودیم ورود به عرصه تولید پوشاک ورزشی آینده خوبی را برایمان رقم خواهد زد. به این ترتیب تولید انواع و اقسام پوشاک ورزشی در برنامه‌های کاری مجموعه قرار گرفت. پس از گذشت چند سال، تولید پوشاک

امیدوارم طی امسال و سال آینده با بهبود شرایط نه تنها ظرفیت تولید را تکمیل کنیم بلکه شاهد توسعه تولید نیز باشیم. پتانسیل و امکانات افزایش ظرفیت تولید برایمان مهیاست و قادریم تا دو برابر میزان پروانه بهره برداری کارخانه، حجم تولید را افزایش دهیم.

پوش آرا نمایند. بدیهی است با بهبود شرایط و اجرای طرح‌های توسعه‌ای، تقویت بیشتر تمام واحدهای کارخانه از جمله واحد طراحی امکان‌پذیر خواهد بود.

جامه‌پوش آرا جزو محدود واحدهای تولیدی پوشاک محسوب می‌شود که پس از انقلاب به تولید صنعتی پوشاک روی آورده است. چه تفکری باعث شد این شیوه تولید را پیش بگیرد؟ بسیاری از واحدهای تولیدی به سبک و سیاق صنفی و کارگاهی به فعالیت خود ادامه می‌دهند. چرا هیچ‌گاه تفکر مهندسی در زمینه تولید پوشاک به صورت نهادینه و ساختارمند عملی نشده است تا تعداد واحدهای تولیدی مشابه جامه پوش آرا، افزایش پیدا کند؟

دلایل مختلفی برای عدم حرکت به سوی تولید صنعتی پوشاک وجود دارد. یکی از دلایل آن به مدیریت واحد تولیدی بازمی‌گردد. متأسفانه مدیران بسیاری از واحدهای تولید پوشاک، نه توانایی تخصصی و علمی دارند و نه حاضر به پذیرش نیروهای متخصص و توانمند هستند. این قبیل مدیران هیچ‌گونه ریسکی در روند فعالیت خود نمی‌پذیرند، افق‌های روشن نسبت به آینده فعالیت خود ندارند و اهداف بلندمدت آنان به سمت تولید صنعتی پیش نمی‌رود.

نکته مهم دیگر در تولید صنعتی، تأمین منابع مالی و سرمایه است. مدیران برخی از واحدهای تولید پوشاک، امکان جذب منابع مالی از روش‌های مختلف را ندارند. بنابراین محدود افرادی هستند

اولین تولیدکننده پوشاک در کشور محسوب می‌شویم که موفق به دریافت سه نشان استاندارد ملی در سال‌های ۱۳۸۰ و ۱۳۸۲ شده است، طی سال‌های مختلف به‌عنوان واحد نمونه صنعتی و همچنین کارآفرین برتر کشور شناخته شده‌ایم. در سال ۱۹۹۶ به‌عنوان اولین تولیدکننده پوشاک ورزشی از طریق سازمان توسعه تجارت برای حضور در نمایشگاه مونیخ آلمان انتخاب شدیم. به لطف خداوند به موفقیت‌های خوبی دست یافته‌ایم اما توانایی بسیاری از فعالان حوزه تولید و صنعت کشور به مراتب بیشتر از سطح امروز می‌باشد.

واقعیت این است که طی ۳۵ سال حضور در عرصه تولید، مورد حمایت مسئولین ذی‌ربط قرار نگرفته‌ایم که این عدم حمایت در تمام صنایع و بخش‌های تولیدی و صنعتی وجود دارد. به‌همین دلیل رشد مناسب صنعتی به هیچ‌وجه در کشور ایجاد نشده است و بسیار نادرند تولیدکنندگانی که بدون حمایت‌های مختلف دولت به سطح قابل قبولی رسیده‌اند.

اغلب فعالان تولید و صنعت کشور نیازمند حمایت‌های منطقی دولت هستند و اگر مشمول چنین حمایت‌هایی می‌شدیم، کشورمان در نقطه‌ای ایمن قرار می‌گرفت. امیدوارم در آینده طرز نگرش دولتمردان به تولید و صنعت تغییر کند.

در جامه پوش آرا بخش بافت پارچه نیز وجود دارد یا صرف تولید پوشاک است؟

فقط تولیدکننده پوشاک هستیم و پارچه‌های موردنیاز را سفارش می‌دهیم و پس از طراحی و الگوسازی، مراحل دوخت و دوز، بسته‌بندی و ... انجام می‌شود.

در مورد بخش طراحی نیز توضیحاتی ارائه نمایید.

۶ نفر از متخصصین و طراحان مجرب و حرفه‌ای در جامه پوش آرا مشغول کار هستند که طرح‌های قابل قبولی به بازار عرضه می‌نمایند و خوشبختانه موفق شده‌اند مشتریان فراوانی را جذب محصولات جامه



نامساعد بودن بازار، درصد قابل توجهی از حجم تولید را کاهش دادیم که امیدوارم طی امسال و سال آینده با بهبود شرایط نه تنها ظرفیت تولید را تکمیل کنیم بلکه شاهد توسعه تولید نیز باشیم. پتانسیل و امکانات افزایش ظرفیت تولید برایمان مهیاست و قادریم تا دو برابر میزان پروانه بهره برداری کارخانه، حجم تولید را افزایش دهیم.

در حال حاضر جامه پوش آرا دارای چه بخش‌های تولیدی است؟

در ساختار سازمانی جامه پوش آرا علاوه بر هیئت مدیره و مدیرعامل، دو مدیر ارشد در بخش «مدیریت بازاریابی» و «مدیریت کارخانه» فعال هستند. در زیرمجموعه بخش مدیریت بازاریابی، واحدهای بازرگانی داخلی و خارجی و در قسمت مدیریت کارخانه زیرمجموعه‌هایی شامل واحد کنترل کیفیت، فنی و تولید، برنامه‌ریزی و منابع انسانی مشغول کار می‌باشند، واحدهای تضمین کیفیت، طراحی، تحقیق و توسعه (R&D) و مالی مجموعه تحت نظارت مستقیم مدیرعامل قرار دارد. مدیران تمام زیرمجموعه‌ها از تخصص‌های مرتبط با فعالیت خود بهره‌مندند و از ۱۲۰ نفر نیروی شاغل، بیش از ۳۰ نفر دارای تحصیلات عالی تا سطح دکترا هستند. خوشبختانه از نظر سازمانی و سیستم در شرایط نسبتاً مطلوبی نسبت به سایر همکاران خود در ایران به سر می‌بریم اما باید اذعان کرد که نسبت به همکاران بین‌المللی فاصله بسیار زیادی داریم.



کشور، وام‌هایی در اختیار تولیدکننده قرار می‌گیرد به این ترتیب از محل دریافت وام و توسعه فعالیت، سود قابل توجهی عاید تولیدکننده می‌شود.

دو عامل «زمان استفاده از منابع بانکی» و «نرخ بهره» در اخذ تسهیلات بانکی بسیار مهم است که متأسفانه در کشور ما شرایط بسیار نامناسبی در این بخش حکمفرماست. برای مثال طی دو سال اخیر (به‌طور میانگین) ۳۰ درصد نرخ بهره سالیانه بانک‌هاست و حداکثر زمان بازپرداخت وام‌ها یک‌ساله است که در چندین نوبت قسط از تولیدکننده دریافت می‌شود. به این ترتیب امکان سرمایه‌گذاری طولانی‌مدت برای مدیران واحدهای تولیدی میسر نمی‌شود؛ هم‌چنین بالا بودن نرخ بهره نسبت به حاشیه سود حداکثر ۱۲ درصدی سالانه که سازمان امور مالیاتی برای تولیدکنندگان پوشاک در نظر گرفته‌اند، قابل مقایسه نیست.

دوره بازگشت سرمایه در تولید پوشاک قریب یک‌سال است و اگر در بهترین شرایط، تولیدی قابل فروش داشته باشید و هیچ مشکلی در روند تولید به وجود نیاید ۱۲ درصد سود سالیانه خواهید داشت در حالی که باید ۳۰ درصد بهره بانکی بپردازید! پس صنعت پوشاک و سایر صنایع از مهم‌ترین فاکتور توسعه محروم هستند.

سایر کشورها، معافیت‌های مختلف از جمله معافیت‌های مالیاتی، معافیت‌های بیمه‌ای و ... برای تولیدکنندگان و صنعتگران خود قائل می‌شوند تا منجر به رشد و توسعه صنعتی کشورشان شوند اما

شوند و تولید علمی توأم با بهره‌گیری از دانش روز، مدیریت صحیح و به‌کارگیری متخصصین توانمند و زبده را به سرانجام برسانند؛ چرا در گام بعدی با کاهش تیراژ تولید و عدم توان تولید در مقیاس بین‌المللی مواجه می‌شوند؟ مشکل در عدم شناخت بازارهای صادراتی است یا عدم حمایت‌های دولت؟ چه ابزارهایی لازم است تا این گام را نیز با موفقیت پشت سر بگذاریم؟

پاسخ به این سوال را می‌توان با اشاره به فعالیت‌های جامه پوش آرا پاسخ داد. همان‌طور که اشاره کردم این مجموعه به تولید ۳۰ نوع پوشاک می‌پردازد. در طول سال حدود ۳۰۰ طرح تولید می‌شود که انجام آن کار بسیار دشواری است. به‌عبارت بهتر اگر روزهای کاری سال را ۲۸۰ روز در نظر بگیرید بیش از یک طرح در یک روز طراحی و تولید می‌شود. بدون داشتن سیستم و تخصص‌های مختلف انجام چنین اقدامی، امکان‌پذیر نیست.

مهم‌ترین مانع گسترش و توسعه بازارهای داخلی و خارجی را باید در پایین بودن حاشیه سود تولید پوشاک جست‌وجو کرد که باعث می‌شود تولیدکننده نتواند منابع کافی برای تغذیه طرح‌های توسعه‌ای خود داشته باشد. در تمام کشورها، روال تولید این‌گونه است که تولیدکننده تحت حمایت‌های مالی مختلفی همچون سهولت بهره‌مندی از منابع و تسهیلات بانکی قرار می‌گیرد و متناسب با شرایط

که فعالیت تولیدی خود را در مقیاس کوچک آغاز می‌کنند و از صنف وارد صنعت می‌شوند. معمولاً کسانی که چنین حرکتی انجام می‌دهند اهداف بلندمدتی مانند توسعه بازار و تنوع تولید را در ذهن خود می‌پروراند، به بازارهای داخلی بسنده نمی‌کنند و در اندیشه کسب سهم از بازارهای بین‌المللی هستند. واقعیت این است که اگر تمام صنایع از سیستم‌های مدیریتی و مهندسی روز بهره‌مند نشوند، به حجم تولید بالا و تنوع فراوان دست نخواهند یافت.

جامه پوش آرا از بدو تأسیس برای خود اهداف کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت ترسیم کرد و به خوبی می‌دانست که در چه مسیری حرکت خواهد کرد و با بهره‌گیری از چه ابزارهایی، چگونه به مقصد خواهد رسید. به‌همین دلیل بسترها و ساختارهای لازم را فراهم کرد و این کار در مجموعه مذکور به خوبی پایه‌گذاری و نهادینه شد و استمرار پیدا کرد. نکته تأسف‌آور این‌که سرمایه‌گذارهای کلان انجام شده و تربیت و پرورش نیروهای توانمند برای تولید بیش از یک میلیون قطعه پوشاک در سال صورت گرفته اما شرایط نامناسب بازار و فقدان حمایت‌های لازم باعث شد که فعالیت‌های ما در سطح متوسط باقی بماند. امیدوارم شرایط تغییر کند و به سمت دستیابی به اهداف بلندمدت حرکت نماییم.

۴ واحدهای صنفی که با تلاش و برنامه‌ریزی توانستند به واحد صنعتی پوشاک تبدیل

در تمام کشورها، صنعت پوشاک تحت حمایت‌های مختلفی در بخش تبلیغات، بازاریابی و فروش قرار می‌گیرد اما در ایران، مدیران واحدهای تولید پوشاک باید با اتکا به سرمایه‌های شخصی خود هزینه‌های مربوط به بازاریابی و تبلیغات را تقبل کنند و هیچ‌گونه کمکی از مراجع ذی‌ربط به عمل نمی‌آید.

گزافی متحمل می‌شود و متأسفانه در این بخش هیچ کمکی به واحدهای تولیدی صورت نمی‌گیرد. تمام این مسائل دست در دست هم داده‌اند تا شاهد رونق حوزه بازرگانی و تجارت پوشاک و در مقابل ضعف تدریجی واحدهای تولیدی پوشاک باشیم. فکر نمی‌کنم واحدهای بزرگ و برندهای مطرح و شناخته‌شده پوشاک در بخش مدیریت درون‌سازمانی با ناکارآمدی مواجه باشند.

تبدیل کارگاه ما به کارخانه تولید پوشاک ۳۷ ماه به طول انجامید آیا یک صنعتگر برای احداث کارخانه باید از مرحله دریافت مجوزهای اولیه تا ساخت و راه‌اندازی خط تولید و فروش محصولات را بدون حمایت سازمان‌های مرتبط دولتی و صرفاً با تکیه بر سرمایه شخصی انجام دهد؟ برخی از فعالیت‌های مربوط به ساخت کارخانجات اگر توسط دولت انجام شود نه تنها انرژی و سرمایه زیادی از تولیدکننده نمی‌گیرد بلکه باعث می‌شود انرژی و سرمایه خود را در بخش‌هایی که تخصص کافی دارد، معطوف نماید و در مدت زمان کوتاهی به توسعه و پیشرفت دست پیدا کند. متأسفانه چنین اتفاقی در واحدهای تولیدی ایران رخ نمی‌دهد و تشکل‌های خصوصی پوشاک پس از ۳۷ به این نتیجه رسیده‌اند که باید شهرک‌های پوشاک در کشور توسط دولت ایجاد شود تا تولیدکنندگان براساس استانداردهای بین‌المللی برای هر رشته از صنعت پوشاک به فعالیت بپردازند. این اتفاق ۴۰ سال پیش در سایر کشورها به وقوع پیوسته و زمان و انرژی مدیران تولیدی حفظ شده است. اگر کشورهایمانی مانند ترکیه و چین به رشد قابل توجهی در صنعت پوشاک رسیده‌اند به دلیل زیرساخت‌های

طبعاً فشار هزینه‌های مربوط به بیمه در واحدهای تولید پوشاک نسبت به سایر صنایع قابل مقایسه نیست و بدون هیچ اغمازی حتی یک روز امکان ندارد حق بیمه دیر پرداخت شود زیرا در این صورت جریمه‌های سنگین بدون این‌که مهلت مناسبی به کارفرما داده شود، لحاظ می‌گردد!

در تمام کشورها، صنعت پوشاک تحت حمایت‌های مختلفی در بخش تبلیغات، بازاریابی و فروش قرار می‌گیرد اما در ایران، مدیران واحدهای تولید پوشاک باید با اتکا به سرمایه‌های شخصی خود هزینه‌های مربوط به بازاریابی و تبلیغات را تقبل کنند و هیچ‌گونه کمکی از مراجع ذی‌ربط به عمل نمی‌آید.

مسائل و مشکلات فراوانی از این قبیل وجود دارند که مانع تولید صنعتی پوشاک در کشور می‌شوند. بارها و بارها چنین مطالبی به مسئولان یادآوری شده و نسبت به آن واقف هستند اما چرا تغییری برای بهبود وضعیت تولید به وجود نمی‌آورند، جای پرسش است!

۴ به مسائل و مشکلات برون‌سازمانی واحدهای تولیدی پوشاک اشاره کردید. در زمینه مشکلات و موانع درون‌سازمانی چه نکاتی وجود دارد که مانع تولید صنعتی پوشاک می‌شوند؟ آیا از نظر دسترسی به دانش‌ها و تکنولوژی‌های جدید با مشکل مواجهیم؟

تعداد بسیار زیادی از واحدهای تولیدی (به‌خصوص کارگاه‌های کوچک و متوسط) با مشکلات درون‌سازمانی دست و پنجه نرم می‌کنند و مباحثی مانند بهره‌وری عوامل تولید، دانش فنی و طراحی یکی از معضلات آنان است اما واحدهای بزرگ صنعتی که قدمت بالایی دارند، تمام اقدامات لازم را برای رفع مشکلات درون‌سازمانی به خوبی انجام داده‌اند و اگر امکان توسعه و پیشرفت برای آنان مهیا نشده به دلیل عدم حمایت دولت و مسائل خارج از حیطه اختیاراتشان (مشکلات برون‌سازمانی) است. برای مثال در زمینه توزیع و فروش مشکلات بسیاری وجود دارد. یک واحد تولیدی برای راه‌اندازی شعب و نمایندگی‌های فروش محصولات، هزینه‌های بسیار



در کشور ما چنین معافیت‌هایی یا وجود ندارد و یا به شیوه غیرمنطقی و نادرست اجرا می‌شود. در صنعتی مشغول فعالیت هستیم که به بهانه‌های مختلف مالیات می‌پردازد از مالیات عملکرد گرفته تا مالیات ارزش افزوده، مالیات تکلیفی و ... که هزینه‌های سربار فراوانی برای تولید به وجود می‌آورند و در نهایت افزایش قیمت تمام شده محصولات داخلی و عدم توان رقابت با محصولات مشابه خارجی را به همراه دارد.

صنعت پوشاک، صنعتی است که امکان دریافت مالیات بر ارزش افزوده را ندارد در حالی که قانون دریافت مالیات بر ارزش افزوده از سال ۱۳۸۷ آغاز و متأسفانه در اجرا با مشکلات بسیاری مواجه شد زیرا نابرابری بسیار غیرمنصفانه‌ای برای تولیدکنندگان در مقابل فروشندگان و بازار به وجود می‌آورد.

ارقام مربوط به مالیات بر ارزش افزوده از ۳ درصد به ۹ درصد افزایش یافته و تصور نمی‌کنم تولیدکننده پوشاکی وجود داشته باشد که بتواند مالیات بر ارزش افزوده را از مصرف‌کننده دریافت کند و به دولت بپردازد.

مسئله بعدی، هزینه‌های مربوط به بیمه‌های تأمین اجتماعی است. در کشور ما مدیران واحدهای تولیدی موظف به پرداخت ۳۰ درصد حق بیمه هستند که ۲۳ درصد آن مربوط به کارفرما و ۷ درصد سهم کارگر است. ۲۳ درصد رقم بسیار سنگینی برای صنایع کارگربر محسوب می‌شود و همان‌طور که می‌دانید صنعت پوشاک یکی از نیروبرترین صنایع دنیاست.



به اعتقاد شما چه اقداماتی باید انجام داد تا میان صادرات و واردات پوشاک تعادل و موازنه ایجاد شود؟

باید پرسید چه کارهایی نباید انجام می‌دادیم تا دچار چنین وضعیتی شویم! تا جایی که امکان داشت، از تولیدکننده حمایتی به عمل نیامد اما واردات مورد حمایت‌های مختلف قرار گرفت! درست برعکس قاعده صحیحی که سایر کشورها در زمینه تولید و صنعت اعمال می‌کنند. به اعتقاد من مشکلات صنعت پوشاک را می‌توان به چهار بخش اصلی تقسیم کرد:

۱- فضای نامناسب کسب و کار

۲- صنعتی نبودن سیستم طراحی و مد

۳- پایین بودن میزان بهره‌وری و بالا بودن قیمت تمام شده

۴- نامناسب بودن شرایط توزیع و فروش

در سال‌های گذشته، تولید و عرضه پوشاک در کوچه پس کوچه‌های خیابان جمهوری تهران و به اصطلاح زیرزمینی و در پستو انجام می‌شد و تولیدکنندگان تمایلی نداشتند رقیبان در جریان فعالیت‌های آنان قرار گیرند اما امروز پوشاک داخلی با طرح و مدل‌های متنوع و رنگارنگ در فروشگاه‌های کوچک و بزرگ عرضه می‌شوند. این تغییر روند، بیانگر فرهنگ جدیدی است که در فعالان

زمانی که از عهده انجام تمام وظایف غیر تخصصی برنایند، برچسب سوءمدیریت بر آنان زده می‌شود! در مجموع باید عنوان کنم که به عقیده من مانع اصلی رشد و توسعه واحدهای صنعتی پوشاک، مسائل برون‌سازمانی است.

صرف‌نظر از این موضوع که وظیفه شما، تهیه آمار نیست اما به عنوان یک تولیدکننده و ناظر بازار، چند درصد از میزان مصرف پوشاک کشور را متعلق به تولید واحدهای داخلی می‌دانید؟ چند درصد از پوشاک مصرفی مردم وارداتی است؟

تولیدکننده به منابع اطلاعاتی و آماری دسترسی ندارد و از طریق وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مختلف و تشکل‌های تخصصی در جریان آمارهای صادرات و واردات قرار می‌گیرد. برخی معتقدند حدود یک پنجم از میزان مصرف پوشاک کشور متعلق به تولید تولیدکنندگان داخلی است و این رقم تا ۴۰ درصد نیز اعلام شده است.

در مورد صادرات می‌توان گفت نسبت به آمار صادرات جهانی پوشاک نزدیک به صفر هستیم. زمانی که دو سوم از مصرف داخلی پوشاک به صورت قانونی و غیرقانونی از طریق واردات تامین می‌شود؛ به معنای عدم رقابت‌پذیری صنعت پوشاک ایران است و امکان صادرات نیز عملاً به صفر می‌رسد.

مناسبی است که برای تولیدکنندگان آن فراهم شده است در حالی که متأسفانه یکی از بزرگ‌ترین مشکلات ما، اتلاف زمان و انرژی است که توانی برای توسعه باقی نگذاشته است.

به اعتقاد من از لحاظ ساختاری با مشکلات کلان مواجهیم. برای مثال وزارت صنعت در تمام کشورها متولی ارائه آمار دقیق از تعداد واحدهای تولیدی و صنعتی است آیا وزارت صنعت ما چنین اطلاعات و آماری در اختیار دارد؟ خیر! به همین دلیل در مقاطعی از سال با هجوم گسترده متقاضیان برای تولید یک محصول خاص (مثلاً ماکارونی) روبرو می‌شویم و آن قدر مجوزهای متعدد و بدون حساب و کتاب در اختیار متقاضیان قرار می‌گیرد که عملاً بازار داخلی آن کالا به اشباع می‌رسد و به دلیل عدم توانایی برای صادرات، واحدها با مشکل عدم فروش و در نهایت توقف تولید و تعطیلی روبرو می‌شوند. این عدم تناسب در عرضه و تقاضا محدود به صنعت نیست و در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی نیز مصداق دارد، آیا تحصیلات حجم وسیعی از دانشجویان رشته‌های مختلف مورد نیاز کشور هستند؟! هر صنعتگری باید فقط به صنعت خود فکر کند.

مدیر یک کارخانه تولیدی باید به شناسایی بازار و استخراج نیاز مشتری و تولید براین اساس بپردازد، وظیفه امثال من، بسترسازی برای تولید، تهیه آمار و ارقام، حمایت‌های مختلف برای رشد صنعت و آموزش نیرو نیست اما متأسفانه صنعتگران باید تمام این کارها را به تنهایی انجام دهند و طبعاً

تولیدکنندگان با هدف تأمین منافع مالی وارد تولید نشده‌اند و اگر هم منفعی باشد منافع یک شبهه، رانتی و غیر شرعی نبوده است بلکه ماحصل زحمات، تلاش‌ها، هنر و سرمایه مدیران واحدهای تولیدی است که به سودآوری رسیده‌اند ضمن این‌که برای افراد بسیاری شغل ایجاد کرده‌اند که در نهایت به افزایش تولید ناخالص ملی منجر می‌شود.

پیش ببریم. از رسانه‌های تخصصی و عمومی نیز درخواست می‌کنم ما را در طی این مسیر همراهی نمایند.

یکی از مشکلات بزرگ ما طی دو سال گذشته، هجوم ناجوانمردانه پوشاک قاچاق از ترکیه و چین است که به صورت غیرعلنی از آن حمایت می‌شود. بسیاری از تولیدکنندگان پوشاک با معضل عدم فروش محصول روبرو شدند و این‌که تا چه زمانی دست و پنجه نرم کردن با این مشکل به طول انجامد، مشخص نیست. تلاش‌هایی توسط تشکل‌های خصوصی نساجی و پوشاک و همچنین دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت در جریان است که امیدوارم این تلاش‌ها به نتیجه برسد.

مطلب پایانی این‌که با توجه شرایط نامناسب اقتصادی، برخی از همکاران تغییراتی در سیستم فروش محصولات خود اعمال کرده‌اند و با تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای سعی می‌کنند مشکل کاهش فروش را رفع نمایند در این راستا جامعه پوش آرا تصمیم دارد از پتانسیل محل کارخانه (شهر نظرآباد) در جهت راه‌اندازی فروشگاه عرضه مستقیم بهره‌برداری نماید و به همین دلیل سه هزار متر مربع از فضای کارخانه را به فضای فروشگاه، کافه رستوران و محیط ورزشی تفریحی تبدیل کرده که تا شش ماه آینده به بهره‌برداری می‌رسد. تلاش می‌کنیم به سهم خود خرید کالای ایرانی ساخت کارگران و هموطنان ایرانی را ترویج دهیم. امیدوارم سایر همکاران ما نیز به این فرهنگ‌سازی روی آورند.

در صنعت نساجی و پوشاک ایجاد شده‌اند و در این راستا «انجمن صنایع پوشاک ایران» به‌عنوان یک تشکل نوپا فعالیت خود را آغاز کرده و خوشبختانه در مدت کوتاهی که از تأسیس این تشکل سپری می‌شود، مورد استقبال فعالان این صنعت قرار گرفته است.

«مطلب نهایی»

از تمام همکاران (فعالان صنایع نساجی و پوشاک) می‌خواهم برای احیای صنعت خود باید بیش از گذشته تلاش و احقاق حق کنیم و برای رسیدن به هدف متعالی خود یعنی رشد و توسعه صنایع نساجی و پوشاک و افزایش تولید ناخالص ملی کشور، نگران هیچ چیز نباشیم.

دلسوزترین افراد هر کشور کارآفرینان آن هستند زیرا تعصب و علاقه خاصی به تولید و اشتغالزایی دارند به‌خصوص تولیدکنندگانی که گستره فعالیت خود را گسترش می‌دهند. کسی که در کار خود آلودگی ندارد دلیلی برای ترس و نگرانی ندارد. یک صنعتگر و تولیدکننده چه آلودگی می‌تواند داشته باشد؟ یک فرد کاملاً خالص و از خود گذشته و علاقه‌مند به ملت و کشور آن هم علی‌رغم تمام سختی‌ها و دشواری‌های فعلی.

تولیدکنندگان با هدف تأمین منافع مالی وارد تولید نشده‌اند و اگر هم منفعی باشد منافع یک شبهه، رانتی و غیر شرعی نبوده است بلکه ماحصل زحمات، تلاش‌ها، هنر و سرمایه مدیران واحدهای تولیدی است که به سودآوری رسیده‌اند ضمن این‌که برای افراد بسیاری شغل ایجاد کرده‌اند که در نهایت به افزایش تولید ناخالص ملی منجر می‌شود.

اگر قرار باشد به‌عنوان نمایندگان قشر عظیم نیروی کار احقاق حق نکنیم چه کسی قرار است این کار را انجام دهد؟ به اعتقاد من نهضتی شروع شده و تمام پیروان و همراهان آن عاشقان کشور و ملت هستند، انسان‌هایی که با کار و تلاش زندگی می‌کنند، راهشان راه حق است و حق همیشه پیروز است. امیدوارم این راه را با همکاری همدیگر



صنعت پوشاک به وجود آمده است. شاید به این دلیل که در سال‌های گذشته، تولیدکنندگان پوشاک از همدیگر دور بودند؛ کما این‌که در میزگردهای تخصصی نساجی امروز متوجه شدیم بسیاری از همکاران یک صنف و یک شاخه همدیگر را نمی‌شناسند! و به تدریج متوجه شدند در کنار هم بودن مزایای بسیاری دارد که تاکنون از آن غافل بوده‌اند. دیدگاه شما در این مورد چیست؟

تولیدکنندگان پوشاک را می‌توان به دو بخش تقسیم کرد. گروه نخست، واحدهایی که از نظر علمی و حجم تولید در سطح پایینی قرار دارند. گروه دوم نیز واحدهای صنعتی بزرگ هستند که هدفشان از تولید ارتزاق محدود و امرار معاش در سطح پایین نیست بلکه به رشد و شکوفایی کشورشان می‌اندیشند و تفکر صادراتی دارند. این گروه متوجه مسائل و مشکلات مشترک با سایر همکاران خود شده‌اند و می‌دانند با تبادل نظر با سایرین بسیار سریع‌تر به نتیجه خواهند رسید و بخشی از مشکلاتشان برطرف خواهد شد. مطلب دیگر این‌که صنعتگران این رشته طی سفر به سایر کشورها، در جریان اثرگذاری و قدرت مانور تشکل‌های نساجی و پوشاک جهت رفع مشکلات اعضای خود قرار گرفته‌اند به همین دلیل پذیرفته‌اند که در مسیر تشکل‌گرایی و همکاری با دیگران قرار بگیرند. خوشبختانه تشکل‌های خوبی