

اشاره:

به کیفیت تولیدات مجموعه تحت مدیریت خود اطمینان کامل دارد و نقش خود را در رشد و توسعه این مجموعه، با فروتنی خاصی که از وی سراغ داریم؛ چندان موثر ندانست!

هدف اصلی از انجام مصاحبه با مدیرعامل شرکت نساجی حجاب شهرکرد، کسب اطلاع در مورد تولید چادر مشکی توسط این مجموعه تولیدی است.

به گفته مهندس دانایی «در بررسی‌های اقتصادی پروژه تولید چادر مشکی، از دو تا ۱۵ میلیون متر مربع را مورد بررسی قرار دادیم و به مقایسه یکدیگر پرداختیم. سطح قابل قبول و دارای صرفه اقتصادی ۱۰ میلیون متر مربع است، یعنی در ۲ میلیون متر مربع هیچ‌گونه توجیه اقتصادی وجود ندارد و یکی از دلایلی که باعث عدم موفقیت برخی شرکت‌های کوچک تولیدکننده چادر مشکی می‌شود، حجم اندک تولیداتشان است و به همین نسبت قطعاً قابلیت عرضه و رقابت در بازار را نخواهند داشت.»

زمانی که از وی در مورد بودن یا نبودن مافیای چادر مشکی سوال می‌کنیم؛ معتقد است «واردات چادر مشکی، قدمت بسیاری دارد و این کالا جزو مواردی است که هیچ‌گاه در ایران تولید نشده است. نمی‌توان با قطعیت اعلام کنیم که مافیایی وجود دارد یا خیر و دلیلی هم برای ایجاد تنش و درگیری در این زمینه نمی‌بینم. به‌عنوان یک تولیدکننده سیاست‌گذاری‌های مربوط به یک مجموعه تولیدی را دنبال می‌کنم و قضاوتی در مورد مافیای چادر مشکی انجام نمی‌دهم.»

دیدگاه



هنرور در ابتدای راه پروژه‌های مهم در نساجی

گفت‌وگو با مهندس میرمحمد تقی دانایی هوشیار - مدیرعامل شرکت نساجی حجاب شهرکرد

کردم و افتخار شاگردی «آقای مهندس رودباری» را داشتم. سپس به «شرکت فخر ایران» رفتم و مسئولیت سالن تکمیل به بنده واگذار شد؛ طی هفت سال حضور در این مجموعه به سمت‌هایی مانند رئیس سالن تکمیل، رئیس کنترل کیفیت، مدیر مهندسی صنعتی، مدیر تولید و معاون کارخانه منصوب شدم. در «شرکت ترومل و بافت ایران‌شهر» مسئولیت‌های متعددی مانند مدیریت کارخانه، قائم مقام مدیرعامل و در نهایت مدیریت عاملی را پذیرفتم. دو سال در «شرکت نساجی حجاب شهرکرد» و دو سال در «شرکت الوان ثابت» به فعالیت ادامه دادم و سپس به «شرکت روین شیمی - نماینده دای‌استار در ایران» رفتم. مدت بسیار کوتاهی صرفاً به‌دلیل تعهدات اخلاقی به دوست بسیار عزیزم آقای مهندس احمد امامی به «شرکت ایران مرینوس» رفتم و پس از آن بار دیگر به شرکت نساجی حجاب شهرکرد بازگشتم. علاوه بر این نایب رئیس هیئت مدیره جامعه متخصصین

بیوگرافی و سوابق فعالیت در صنایع نساجی متولد سال ۱۳۴۶ و اصالتاً لاهیجانی هستم. تحصیلات ابتدایی و دبیرستان را در زادگاهم سپری کردم. در ابتدا تمایل بسیاری به تحصیل در رشته مهندسی برق داشتم اما به‌دلیل بروز یک اشتباه در هنگام انتخاب رشته، مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی اصفهان به‌عنوان رشته و محل دانشگاهم تعیین شد. هیچ‌گاه از تحصیل در این رشته ناراضی نبوده و نیستم. افتخار می‌کنم که هم دانش‌آموخته رشته مهندسی نساجی هستم و هم تحصیلات دانشگاهی‌ام را در دانشگاه صنعتی اصفهان انجام داده‌ام. فعالیت حرفه‌ای در صنایع نساجی را سال ۱۳۶۸

در «شرکت بافته‌های فومنا» رشت و هم‌زمان با مدیریت «آقای جاوید شریفی» به‌عنوان معاون بخش تکمیل آغاز



تعداد ماشین‌آلات آهار فیلامنتی در ایران بسیار محدود است. فرایند آهار فیلامنت با آهار استیپل بسیار متفاوت است و ماشین‌آلات مربوطه قابلیت‌های خاصی دارد. به این دلیل توانمندی ویژه‌ای در اختیار داریم که اکثر قریب به اتفاق کارخانه‌ها ندارند. با توجه به این مسائل وارد بازاری می‌شویم که نهایت استفاده را از این توانمندی منحصر به فرد و کم‌رقیب ببریم.

نساجی ایران نیز هستیم. همان‌طور که ملاحظه می‌کنید بخش عمده‌ای از فعالیت حرفه‌ای من در بخش تولید نساجی سپری شد؛ البته شرکت روین شیمی صرف‌نظر از فعالیت در بخش بازرگانی و واردات رنگ و مواد شیمیایی، یک کارخانه تولیدی در قم نیز داشت که به تولید مواد شیمیایی می‌پرداخت.

«زمانی که نام شرکت نساجی حجاب شهرکرد، شنیده می‌شود، عموماً تولید چادر مشکی در ذهن مخاطبان تداعی می‌شود. در مورد سایر تولیدات و وضعیت فعلی این مجموعه تولیدی توضیحاتی ارائه نمایم.»

شرکت نساجی حجاب شهرکرد (سهامی خاص) سال ۱۳۶۹ با هدف تولید چادر مشکی توسط بنیاد مستضعفان و جانبازان (بخش عمومی) راه‌اندازی شد. در آن مقطع زمانی، دستور راه‌اندازی دو شرکت (حجاب شهرکرد و حجاب یزد) برای تولید چادر مشکی صادر شد که فعالیت شرکت حجاب یزد هیچ‌گاه شروع نشد. شرکت حجاب شهرکرد سال ۱۳۶۹ به ثبت رسید و حدود ۱۶ سال از فعالیت عملیاتی آن سپری می‌شود.

همان‌طور که اشاره شد انگیزه اصلی تأسیس این مجموعه، تولید چادر مشکی بود اما به دلایل مختلف، فعالیت کارخانه به دو دستگاه چله‌پیچی و ۸۴ ماشین بافندگی خلاصه شد. با گذشت زمان ۲۴ ماشین ماکویی، یک دستگاه آهار زنی مخصوص فیلامنت و یک خط مقدمات بافندگی به مجموعه افزوده گردید. علاوه بر آن برای تکمیل خط تولید کارخانه، «شرکت رنگرزی، چاپ و تکمیل لاله مهرگان» توسط مدیران مجموعه خریداری شد و به نام «شرکت لاله نقش»

به ثبت رسید. به این ترتیب عملیات تکمیل پارچه‌های تولیدی حجاب شهرکرد در این شرکت انجام می‌شود. پس از نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات ماکویی، پارچه‌های مشابه بافت چادر مشکی تولید و در کارخانه لاله نقش مراحل رنگرزی و تکمیل آن انجام می‌شد و ظرفیت سالیانه بافت ماشین‌آلات مذکور ۸۰۰ هزار متر مربع بود.

سال ۱۳۸۲ که در این مجموعه فعالیت خود را آغاز کردم، پارچه‌های تولیدی مجموعه به دلایل مسائل فنی و تکنیکی مانند عدم تناسب ماشین‌آلات رنگرزی و تکمیل، محدودیت‌هایی در بافت و واردات مواد اولیه شیمیایی، کیفیت مناسبی برای عرضه به بازار نداشت؛ علاوه بر این تولیدات بر اساس آزمون و خطا انجام می‌شد و دانش فردی افراد در تولید چادر مشکی اعمال می‌شد که امکان رقابت کیفی و قیمتی با محصولات وارداتی را از مجموعه سلب می‌کرد به همین دلیل ترجیح دادیم وارد بازاری نشویم که در آن محکوم به توقف هستیم. در ادامه نوع بافت‌های ماشین‌آلات ماکویی را تغییر دادیم و علاوه بر تولید مقنعه و روسری به تولید شال، پارچه‌های کرپ ماتویی، پارچه‌های



پیراهنی مردانه، پارچه‌های پلی‌استر ویسکوز، انواع محصولات ساتن برای لباس عروس، پرده و رومی‌زی و امثالهم پرداختیم که در این بخش توان رقابت و تولید محصولات متنوع وجود داشت.

شرکت نساجی حجاب شهرکرد به دلیل توانمندی‌های ویژه پرسنل خود، متخصص تولید محصولات ظریف است و توان تولید و ارائه محصولاتی را دارد که از عهده بسیاری از شرکت‌ها خارج است.

«ممکن است مشخصاً بفرمایید توان تولید چه محصولاتی را دارد؟»

مهم‌ترین نکته این که تعداد ماشین‌آلات آهار فیلامنتی در ایران بسیار محدود است. فرایند آهار فیلامنت با آهار استیپل بسیار متفاوت است و ماشین‌آلات مربوطه قابلیت‌های خاصی دارد. به این دلیل توانمندی ویژه‌ای در اختیار داریم که اکثر قریب به اتفاق کارخانه‌ها ندارند. با توجه به این مسائل وارد بازاری می‌شویم که نهایت استفاده را از این توانمندی منحصر به فرد و کم‌رقیب ببریم.

واقعیت این است که مجموعه ما توان رقابت با تولیدکنندگان اصفهان و یزد که محصولات عمده با قیمت تمام شده پایین را عرضه می‌کنند؛ ندارد و دلیلی هم برای رقابت با آنها نمی‌بینیم؛ اما در زمینه تولید پارچه‌های روسری و شال، تولیدکنندگانی بسیار قدرتمند، دارای امکانات ویژه و هوش بالا و تعداد محدود وجود دارند که بدون تفاهم‌نامه نوشته‌شده‌ای وارد بازار همدیگر نمی‌شویم، مشتریان هر کدام ما با دیگری متفاوت است و بسیار دوستانه از کنار هم می‌گذریم. بازار تولید پارچه‌های روسری و شال در کشور بسیار گسترده است و امکان تأمین نیاز تمام بازار را نداریم. به‌عنوان تولیدکننده به رقابت با واردات می‌پردازیم زیرا امکان مانور برای مشتریان را داریم و منتظر نمی‌مانند تا مثلاً صد هزار متر پارچه‌شان تأمین شود و با ۱۰ هزار متر اولیه هم می‌توانند مانورهای اولیه را انجام دهند.

محصولات تولیدی ما، کالای نیمه ساخته است و پارچه روسری و شال را آماده چاپ تولید می‌کنیم و در اختیار مشتریان قرار می‌دهیم، آنان نیز براساس سلیقه و ایده‌آل‌های ذهنی و تحت برند خود، محصولات را چاپ و روانه بازار مصرف می‌کنند.

تصمیم نداشتید چاپ روسری و شال را نیز به مجموعه حجاب شهر کرد اضافه کنید؟

نمی‌خواهیم رقیبان مشتریانمان شویم. زمانی که یکی از مشتریان دارای سه دستگاه چاپ اسکرین است به آسانی می‌تواند تنوع‌های بسیاری در محصولات خود لحاظ کند اما اگر قرار باشد با یک دستگاه به رقابت با این قبیل شرکت‌ها بپردازیم، هم امنیت شغلی آنان را از بین خواهیم برد و هم بازار فروش ما محدود می‌شود. اما در روند فعالیت فعلی، هم مجموعه ما توسعه پیدا می‌کند و هم مشتریان امکان ارائه محصولات متنوع‌تر و بیشتری را پیدا می‌کنند؛ به این ترتیب هر دو طرف از همدیگر منتفع می‌شوند.

معتقدیم و بر این باوریم که مشتری، شریک ماست و از ابتدا تا انتهای در کنار مشتری می‌مانیم. مشکلات فنی و تخصصی مشتریان، مشکل مجموعه ما نیز محسوب می‌شود به همین دلیل اغلب آنان در تعامل با شرکت نساجی حجاب شهر کرد، احساس امنیت می‌کنند و بدون این که نامی از آنان برده شود، کالایشان متعلق به خودشان است. کما این که یکی از بهترین شال‌های پلی‌استر و بسکوز ایران محصول مجموعه ماست اما هیچ نامی از حجاب شهر کرد در میان نیست. در بیشتر موارد با مشتریانی کار می‌کنیم که اعتبار تولیدی و بازرگانی خوبی داشته باشند. رقیبان ما در تولید پارچه‌های روسری و شال، تولیدکنندگان ترکیه بودند که با راست قامتی و تلاش مستمر صنعتگران ایرانی، تا حدود زیادی از بازار کشور خارج شده‌اند.

به این نکته هم باید اشاره کنم که اسفند ۱۳۸۲ براساس دستور سهامداران دو شرکت «لاله نقش» و «صنایع زیپ شهر کرد» به مجموعه نساجی حجاب شهر کرد اضافه شدند اما بعدها به دلیل واردات بی‌رویه زیپ و کوله پستی (به‌عنوان کالای نهایی مورد استفاده) تولید این مجموعه متوقف ماند و ماشین‌آلات آن را به فروش رساندیم.

داستان تولید چادر مشکی در شرکت نساجی حجاب شهر کرد چه زمانی به صورت جدی آغاز شد؟ آیا آماری از میزان مصرف و واردات این محصول در کشور دارید؟

از سال ۱۳۸۶ بار دیگر پروژه تولید چادر مشکی مرغوب مدنظر قرار گرفت و براین اساس بررسی‌های مطالعاتی

و مشاوره‌های فنی انجام گرفت. در مورد آمار واردات و میزان مصرف چادر مشکی در ایران باید عنوان کنم که به ۳ دلیل آمارهای موجود غیر قابل اتکاست. نخست این که بخش عمده‌ای از واردات چادر مشکی از مبادی رسمی صورت نمی‌گیرد و از طریق قاچاق یا واردات تحت عناوینی مانند سوغات از شهرهای زیارتی و... شاهد وفور چادر مشکی در کشور هستیم.

دلیل بعدی این که در مقاطعی از زمان تعرفه‌های پارچه چادر مشکی به شدت کاهش داده شد. به این ترتیب بسیاری از منسوجات به اسم چادر مشکی وارد کشور شدند. به عبارت بهتر در تعرفه‌های گمرکی با اعداد چند صد میلیون متری واردات چادر مشکی روبرو می‌شدیم در صورتی که واقعیت از بداهلاری حکایت می‌کرد.

دلیل سوم این که بسیاری از پارچه‌ها امکان این که مصرف غیرچادری داشته باشند ولی به جای چادر استفاده شوند یا چادری باشند برای مصرف غیرچادری استفاده شوند، را دارند. برای مثال برای پارچه پشت پرده‌ای تعریف مشخصی دارد و باید کالایی باشد که در مقابل تابش مستقیم نور خورشید، استقامت کافی را داشته باشد وقتی این اتفاق نمی‌افتد در بسیاری از موارد، پارچه پشت پرده‌ای پس از گذشت چند ماه حالت اولیه خود را از دست می‌دهد و پاره می‌شود اما الزاماً این‌طور نیست که از بازار پارچه پشت پرده‌ای تهیه کنید ممکن است از ملحفه اضافی در دوخت پشت پرده‌ای استفاده شود بنابراین در بسیاری از موارد به دلایل غیر فنی، منسوجات جای همدیگر استفاده می‌شوند، در مورد چادر مشکی نیز همین شرایط وجود دارد، چه بسا یک واردکننده، پارچه آستری را به جای چادر مشکی وارد می‌کند و مردم با توجه به قدرت خرید اندکشان، همین پارچه ارزان قیمت را خریداری می‌کنند. در مجموع با توجه به این سه دلیل چندان نمی‌توان بر روی آمارهای رسمی موجود اتکا کرد.

آمار کشورهای مبدأ چطور؟

براین اساس می‌توان استناد کرد. طبق آمارهای رسمی کره جنوبی مربوط به سال ۱۳۸۹، تولید سالیانه پارچه چادر مشکی (و نه پارچه چادری) در این کشور صد میلیون یارد بود. لازم به توضیح است که پارچه چادری به دو نوع «پارچه‌های عبایی» و «پارچه‌های چادری» تقسیم بندی می‌شوند. پارچه‌های عبایی،

پارچه‌های چادری هستند که لب‌ریش و فاقد ترکه هستند و عرض آنها نیز الزاماً ۱۱۰ تا ۱۲۰ سانتی‌متر نیست. این قبیل پارچه‌ها بیشتر در کشورهای مسلمان (غیر ایران) مورد مصرف قرار می‌گیرند. میزان تولید این قبیل پارچه به مراتب بیشتر از صد میلیون یارد پارچه چادر مشکی است.

پارچه چادر مشکی که حاشیه دار و دارای عرض بین ۱۲۰ تا ۱۱۰ سانتی‌متر است یا برای بازار ایران تولید و یا برای کشورهای زیارتی ایرانیان مانند سوریه، عربستان، عراق و... تولید می‌شود. در آمارهای رسمی کشور از ۳۰ میلیون متر مربع تا ۷۰ متر مبع ثبت و اعلام شده است.

آیا اصولاً تولید چادر مشکی از نظر تیراژ تولید در کشور مقرون به صرفه است؟

در بررسی‌های اقتصادی پروژه تولید چادر مشکی، از دو تا ۱۵ میلیون متر مربع را مورد بررسی قرار دادیم و به مقایسه یکدیگر پرداختیم. سطح قابل قبول و دارای صرفه اقتصادی ۱۰ میلیون متر مربع است، یعنی در ۲ میلیون متر مربع هیچ‌گونه توجیه اقتصادی وجود ندارد و یکی از دلایلی که باعث عدم موفقیت برخی شرکت‌های کوچک تولیدکننده چادر مشکی می‌شود، حجم اندک تولیداتشان است و به همین نسبت قطعاً قابلیت عرضه و رقابت در بازار را نخواهند داشت. در این پروژه تولید ۲/۵، ۵، ۷/۵، ۱۰، ۱۲/۵ و ۱۵ میلیون متر مربع چادر مشکی را از نظر توجیه‌پذیری اقتصادی به دقت مورد بررسی قرار دادیم و متوجه شدیم از ۱۰ میلیون متر مربع به بالا، مقادیر سرمایه‌گذاری جهش بسیار عمده‌ای پیدا می‌کند و کمتر از این میزان نیز توجیه اقتصادی ندارد.

لازم به یادآوری است که نخستین تولید چادر مشکی در جهان، در سوئیس انجام شد که بیش از ۳۰ سال از آخرین عرضه این محصول در دنیا سپری می‌شود و حتی پیش از انقلاب نیز نمونه‌های این کالا، به سختی پیدا می‌شد. پس از سوئیس، ژاپنی‌ها بسیار قدرتمندانه وارد تولید چادر مشکی شدند و محصولات مختلفی روانه بازار کردند. پس از مدتی کره جنوبی، دانش فنی تولید چادر مشکی را از ژاپنی‌ها به اشکال مستقیم و غیرمستقیم گرفتند.

در حال حاضر تولیدکننده اصلی چادر مشکی در دنیا،

هدف اصلی شرکت نساجی حجاب شهرکرد این بود که حتماً دانش فنی در کنار انجام پروژه مدنظر قرار گیرد تا تمام سعی و خطاها برای تولید چادر مشکی و عدم اقبال مردم نسبت به تولیدات داخلی این محصول تغییر کند و روال منظم، مشخص و منطقی به خود گیرد.

کره جنوبی است که به دلیل هزینه‌های گزاف نیروی انسانی، تولید را به کشورهایمانند ویتنام انتقال داده‌اند. همانند بسیاری از شرکت‌های اروپایی که با توجه به هزینه‌های پایین دستمزد در چین، تولیدات خود را انجام می‌دهند. مبنای تولید چادر مشکی را براساس قیمت و کیفیت تولیدات کره جنوبی قرار دادیم که متوسط رو به بالاست.

روش کار هم به این صورت بود که مدیران قبلی شرکت نساجی حجاب شهرکرد، مرغوب‌ترین، گران‌قیمت‌ترین و پرمصرف‌ترین پارچه چادر مشکی موجود در بازار را از شهرهای مختلف کشور و در چندین نوبت خریداری کردند. بیش از ۳۰۰ نمونه تهیه و مورد آنالیز قرار گرفت، سپس به چند شرکت معتبر کره‌ای و ژاپنی ارسال شد؛ در نهایت یک نتیجه‌گیری کلی انجام گرفت و چندین کالیت به‌عنوان بهترین نمونه‌های موجود انتخاب شد. در ادامه این نمونه‌ها به تولیدکنندگان پارچه چادر مشکی عرضه گردید.

در واقع مهندسی معکوس برای اجرای پروژه تولید چادر مشکی مدنظر قرار گرفت. از تولیدکنندگان پارچه چادر مشکی پرسیده شد که (فارغ از برند و اسم تجاری موجود کالا در ایران) توان تولید کدام نوع از پارچه را دارند. بسیاری از تولیدکنندگان، آمادگی خود را اعلام کردند.

در مرحله بعدی، ماشین‌آلات و دستگاه‌های تولیدی مورد بررسی دقیق قرار گرفت، برای انجام این کار از دیپارتمان نساجی کره جنوبی کمک گرفته شد که مجموعه‌ای از بازنشستگان صنعت و دانشگاه این کشور بودند. پس از مطالعات و بررسی‌های فراوان، تعدادی تولیدکننده ماشین‌آلات خط تولید پارچه چادر مشکی شناسایی و از تمام این سازندگان، پروپوزال گرفته شد، تمام پروپوزال‌ها بدون نام ارائه‌کننده در کنار

همدیگر قرار گرفتند و برای تعدادی از کارخانه‌های کره جنوبی ارسال شدند. به این ترتیب یکسری فعالیت‌های تحقیقاتی و آماری با فعالان اصلی تولید پارچه چادر مشکی کره جنوبی و ژاپن) انجام گرفت و در نهایت به ۳ شرکت رسیدیم که پس از مذاکره با آنان، اعلام آمادگی کردند که خط تولید چادر مشکی را در ایران طراحی و ماشین‌آلات مورد نیاز را خریداری، نصب و راه‌اندازی نمایند؛ ضمن این‌که به انتقال دانش فنی نیز بپردازند.

هدف اصلی شرکت نساجی حجاب شهرکرد این بود که حتماً دانش فنی در کنار انجام پروژه مدنظر قرار گیرد تا تمام سعی و خطاها برای تولید چادر مشکی و عدم اقبال مردم نسبت به تولیدات داخلی این محصول تغییر کند و روال منظم، مشخص و منطقی به خود گیرد

تمام ماشین‌آلات (به جز ماشین‌های بافندگی) از برندهای مختلف کره جنوبی انتخاب شدند و به اصطلاح دست چین شده‌اند، ماشین‌های بافندگی نیز از ۳ شرکت معتبر اروپایی تهیه گردید و مورد تأیید شرکت‌های کره‌ای قرار گرفت.

در نهایت این طرح از سوی سهامداران تأیید شد و از صندوق ذخیره ارزی با ارز ۲۰ میلیون و ۶۴ هزار یورو به بانک ملت سپرده شد اما حدود دو سال در این بانک به دلایل مختلف، متوقف ماند. اسفند ۱۳۸۷ طی برگزاری جلسه‌ای با مدیرعامل وقت بانک ملت، ایشان در مورد توجیه یا عدم توجیه اقتصادی این طرح سوالاتی مطرح نمود و کاملاً مشخص بود که رغبتی برای انجام این طرح ندارد!

با مساعدت خانم نصراللهی - مدیرکل سابق دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت - وزیر صنایع وقت، موضوع را به بانک صنعت و معدن ارجاع داد و در سال ۱۳۸۸ عملیات بانکی آغاز شد. از سال ۱۳۸۹، عملیات عمرانی، خاکبرداری، ساخت سوله‌ها و ... آغاز شد و گشایش اعتبارات به جریان افتاد. در ادامه شماره ال‌سی به ما اعلام گردید در حالی که طرف کره جنوبی شماره‌ای دریافت نکرده بود، پس از پیگیری‌های متعدد، مشخص شد که صندوق ذخیره ارزی تعطیل شده و در حال تبدیل به صندوق توسعه ملی است. فرایند تبدیل صندوق ذخیره ارزی به صندوق توسعه ملی حدود یک‌سال و نیم به طول انجامید و مسائل

مختلفی مانند ابلاغ دستورالعمل‌ها، آئین‌نامه‌ها، روش‌های اجرای کار و ... باعث توقف پروژه تولید چادر مشکی در شرکت نساجی حجاب شهرکرد شد؛ در ادامه نیز تحریم‌های بین‌المللی قد علم کردند! سال ۱۳۹۳ با استناد به متمم قراردادهای منعقد شده و طبق قوانین جدید صندوق توسعه ملی، این پروژه بار دیگر روال اجرایی به خود گرفت که بسیار طولانی مدت بود. در این مدت هزینه‌های ریالی نیز افزایش بسیاری یافته بود.

طبق برنامه، بخش ارزی پروژه برعهده بانک و قسمت ریالی برعهده سهامداران و شرکت بود. در حال حاضر طبق برنامه کارها انجام می‌شود و بانک به تمام تعهدات خود عمل نموده است. با توجه به تحریم‌های بانکی، هزینه‌های نقل و انتقال پول اضافه شد و به دلیل تحریم بانک صنعت و معدن، برای شرکت‌های اروپایی یک بانک واسطه و برای شرکت‌های کره‌ای یک بانک واسطه دیگر انتخاب شد. به این ترتیب، بانک صنعت و معدن، ارزها را در اختیار بانک واسطه قرار می‌داد، ارزها توسط این بانک به یک بانک اروپایی و سپس شرکت‌های اروپایی ارسال می‌شد. در مورد کره جنوبی نیز این کار انجام شد.

سال ۱۳۹۳ همزمان با تکمیل فعالیت‌های عمرانی و آماده‌سازی‌های داخلی، ورود ماشین‌آلات شروع شد و تا سال ۱۳۹۴ تقریباً تمام ماشین‌آلات رسیدند. نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات خطوط تولید نیز از سال ۱۳۹۴ صورت گرفت که به جز چند ماشین بافندگی که هنوز مراحل تحویل آنها انجام نشده، سایر ماشین‌آلات تحویل، نصب و راه‌اندازی شده و در حال تولید هستند. اواسط سال ۱۳۹۴ «شرکت میهن باف (و علاوه بر آن ماشین‌آلات شرکت بافته‌های کرمان سابق)» نیز به شرکت نساجی حجاب شهرکرد واگذار شد. این شرکت دارای دو خط تولید شامل فاستونی و ریسندگی الیاف کوتاه است. در حال حاضر شرکت حجاب شهرکرد در ۵ بخش متفاوت ریسندگی الیاف کوتاه (در دست راه‌اندازی)، فاستونی بافی (با نام تجاری میهن باف برای پارچه و نام برتیانچی برای کت و شلوار)، بافندگی (خط سابق حجاب)، رنگرزی و چاپ و تکمیل (خط سابق لاله نقش) و چادر مشکی در حال فعالیت است.

۴ آیا آماری از میزان مصرف چادر مشکی در

کشور دارید؟

هر اندازه چادر مشکی وارد کشور شود، همان میزان مورد مصرف بازار قرار می‌گیرد. طبعاً هیچ تاجری، کالایی را برای ذخیره در انبار وارد نمی‌کند. برای این اساس «حداقل» میزان مصرف ۳۰ میلیون متر مربع و «حداکثر» میزان مصرف طبق آمارهای رسمی ۷۰ میلیون متر مربع است. به این بخش توجه چندانی قائل نیستیم زیرا بر این باوریم که میزان مصرف از ۳۰ میلیون متر مربع بسیار بیشتر است. شایان ذکر است که مباحث فرهنگی و اقبال به موضوع حجاب و تکالیف آن نیز بسیار مهم و تعیین‌کننده می‌باشند و تاکید سهامداران شرکت در این طرح توسعه، پاسخگویی به این نیاز عمومی جامعه نیز بوده است. پارچه چادر مشکی در شرکت نساجی حجاب شهرکرد از بهمن سال گذشته، تولید آزمایشی خود را در طرح‌های متنوع و متفاوت آغاز کرد. در قراردادهای همکاری با کره جنوبی علاوه بر خرید ماشین‌آلات، ۳ موضوع دیگر نیز مدنظر قرار دادیم که عبارتند از: ۱- انتقال دانش فنی که طرف کره‌ای موظف است به کیفیت ۹۰ درصدی تولیدات کره‌ای برساند. ۲- حضور متخصصین کره‌ای برای انتقال دانش فنی به متخصصین ایرانی، مسئولیت انجام عملیات، تولید و ارائه دستورالعمل‌های کاری و نظارت بر تولید و کیفیت برعهده کره‌ای‌هاست. ۳- برای تضمین انتقال دانش فنی و حضور متخصصین خارجی، طرف کره‌ای موظف به خرید ۳۰ درصد از تولیدات ما خواهد بود. این اقدام باعث می‌شود که هم کنترل قیمت‌ها و نحوه عملکرد در اختیار ما باشد و همچنین اگر قرار باشد محصولی به طرف مقابل فروخته شود، طبعاً اجازه کاهش کیفیت را نخواهد داد و این موضوع به نفع ما خواهد بود. ضمن این‌که فرصت مغتنمی به دست خواهیم آورد تا مواد اولیه مورد نیاز را از طریق ارز دریافتی از کره‌ای‌ها تأمین نماییم. در واقع بدون انتقال ارز، ماده اولیه (نخ ITY و رنگ و مواد شیمیایی مخصوص) وارد کشور می‌شود.

سوال بعدی ما در مورد دستیابی به دانش فنی تولید چادر مشکی بود که با توجه به توضیحات شما می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که در

حال دستیابی به دانش فنی تولید چادر مشکی

هستیم... درست است؟!

بله. طبق قرارداد همکاری، دانش فنی طرف کره‌ای در طول یک‌سال به ما منتقل خواهد شد. طبعاً اگر بخواهند طی دو ماه این انتقال را انجام دهند، بقیه سال را بیکار خواهند ماند!

در این صورت شرکت نساجی حجاب شهرکرد تنها تولیدکننده چادر مشکی در سطح بالا خواهد بود؟

کلمه «تنها» یکی از واژه‌هایی است که در ایران کاربرد چندان مناسبی ندارد. اغلب شرکت‌ها از این کلمه در تبلیغات خود استفاده می‌کنند «تنها تولیدکننده فلان»، تنها تولیدکننده فلان کالا در ایران و... «در حالی که این‌طور نیست. در مورد تولید چادر مشکی هم همین وضعیت وجود دارد؛ بسیاری از شرکت‌ها به تولید چادر مشکی پرداخته‌اند اما کیفیت خوب یا بد این محصول داستان جداگانه‌ای دارد. برخی هم تمام تلاش خود را به عمل آوردند اما امکان تولید پارچه چادری را به دلایلی مانند عدم تناسب ماشین‌آلات موجود با محصول موردنظر نداشتند اگرچه یکی از همین واحدهای تولیدی فعالیت‌های بسیار خوبی در مورد رنگ مشکی چادر مشکی انجام داد و یک کالای پلی‌استری عالی تولید کردند. تعدادی از شرکت‌ها ادعای تولید چادر مشکی را مطرح می‌کنند اما قضاوت در مورد واقعیت این ادعا و کیفیت خوب یا بد محصولات، برعهده مصرف‌کنندگان است و به اعتقاد من اعلام چنین مطالبی، خاصیت، لزوم و فایده‌ای ندارند. چه اشکالی دارد تولیدکنندگان بخشی از تولیدات خود را به چادر مشکی اختصاص دهند؟ به هر حال هر کالایی مشتری

مخصوص خود را دارد و هر فردی براساس سلیقه، نیازها و خواسته‌های خود، کالایی را خریداری می‌کند و نباید انتظار داشته باشیم سلیقه تمام افراد جامعه در مورد نوع پوشش یکسان باشد. با توجه به توضیحات فوق، شرکت نساجی حجاب شهرکرد بزرگ‌ترین تولیدکننده چادر مشکی در ایران است.

در زمینه توزیع و فروش چادر مشکی این مجموعه چه تدابیری اتخاذ می‌شود؟ آیا این محصولات به نام تولید ایران عرضه می‌شوند یا با توجه به استقبال همیشگی مردم از کالای خارجی، به عنوان تولید کره به فروش می‌رود؟

سیاست شرکت نساجی حجاب شهرکرد، تولید براساس سفارش است و هیچ موجودی کالایی در انبارهایمان نداشته و نخواهیم داشت. در صورتی که تولید طبق سفارش صورت نگیرد، سرمایه در گردش مجموعه را حبس کرده‌ایم. پس تمام تولیدات شرکت اعم از چادر مشکی، پارچه‌های روسری و... صرفاً براساس سفارش انجام می‌گیرد و مشتری تعیین می‌کند با چه برند و عنوانی این محصول از درب کارخانه خارج شود زیرا اسامی و عناوین متعلق به مشتریان است. البته بخش عمده‌ای از محصولاتی که بدون برند تحویل مشتریان می‌دهیم، توسط آنان به نام کالای خارجی عرضه می‌شود.

آیا برای عرضه مستقیم چادر مشکی توسط نساجی حجاب شهرکرد برنامه‌ای دارید؟



اگر واردات چادر مشکی هیچ سودی عاید واردکنندگان نمی‌کرد، قطعاً این کار را ادامه نمی‌دادند و طبیعی است که در برابر تولید این محصول در کشور و به عبارت بهتر حذف سودهای کلان واردات چادر مشکی، مقاومت کنند.

بله. تصمیم داریم محلی را در گام نخست در تهران برای عرضه مستقیم محصولات چادری راه‌اندازی نماییم و در حال بررسی مناسب‌ترین مکان برای انجام این کار هستیم. قطعاً در صورت یافتن محل مناسب، اطلاع‌رسانی‌های گسترده در سایت و کانال تلگرام شرکت نساجی حجاب شهر کرد صورت خواهد گرفت.

این مصاحبه در سایت‌های خبری منتشر خواهد شد و ممکن است تمام خوانندگان آن، فعالان صنایع نساجی نباشند و مصرف‌کنندگانی باشند که می‌خواهند دقیقاً بدانند دلیل اصلی عدم تولید چادر مشکی در ایران چیست. طبعاً به دلیل عدم اطلاعات کافی، گمانه‌زنی‌هایی مانند وجود مافیای واردات چادر مشکی و ممانعت از تولید چادر مشکی در ایران و ... صورت می‌گیرد. آیا به راستی مافیایی در تولید چادر مشکی وجود دارد؟

از همان روز نخست استفاده مردم ایران از چادر مشکی، واردات وجود داشت؛ این واردات، قدمت بسیاری دارد و این کالا جزو مواردی است که هیچ‌گاه در ایران تولید نشده است. نمی‌توان با قطعیت اعلام کنم که مافیایی وجود دارد یا خیر و دلیلی هم برای ایجاد تنش و درگیری در این زمینه نمی‌بینم. به‌عنوان یک تولیدکننده سیاست‌گذاری‌های مربوط به یک مجموعه تولیدی را دنبال می‌کنم و قضاوتی در مورد مافیای چادر مشکی انجام نمی‌دهم.

ببینید! اگر واردات چادر مشکی هیچ سودی عاید واردکنندگان نمی‌کرد، قطعاً این کار را ادامه نمی‌دادند و طبیعی است که در برابر تولید این محصول در کشور و به عبارت بهتر حذف سودهای کلان واردات چادر مشکی، مقاومت کنند. تولید آزمایشی چادر مشکی را از بهمن سال گذشته آغاز کردیم اما اسفندماه، یک طاقه پارچه چادر مشکی به من نشان دادند که در حاشیه آن

به زبان فارسی «نساجی حجاب» درج شده بود؛ پس از آنالیز پارچه مشخص شد نخ تار آن ۷۵ اینترمینگل و نخ پود ۵۰ اسپان است! تمام صنعتگران نساجی به خوبی می‌دانند این پارچه آستری کت است نه پارچه چادری! اما به اسم پارچه چادری و برند حجاب وارد بازار ایران شده است. پس «خیلی‌ها» نمی‌خواهند سود کلان واردات را از دست بدهند و به اشکال مختلف در مقابل تولید آن در کشور ایستادگی می‌کنند.

به‌اعتقاد مدیران شرکت نساجی حجاب شهر کرد، هیچ کالای کیفی مناسبی وجود ندارد که بتواند با واردات مقابله نماید و هیچ دلیلی هم برای آن وجود ندارد. مصرف‌کننده هنگام خرید کالای نساجی، توجه‌شان ابتدا معطوف ظاهر و شکل محصول می‌شود، سپس آن را لمس می‌کنند و در مرحله بعدی به‌دنبال برند و تولیدکننده آن می‌گردند. این باور در مشتریان شکل نگرفته که بخش عمده‌ای از تولیدات ایرانی دارای کیفیت مناسبی هستند. کالای ایرانی در مقایسه با کالای خارجی اگر قیمت ارزان‌تری داشته باشد، گفته می‌شود هیچ ارزانی بی‌علت نیست و حتماً این کالا کیفیت خوبی ندارد که چنین قیمت ارزانی دارد! اگر هم کالای تولید داخل گران‌تر از مشابه خارجی باشد، به‌دنبال خرید کالای خارجی می‌روند و اعتقاد دارند هیچ اجباری برای خرید کالای گران نداریم!

در گذشته اخبارهای بسیاری مبنی بر وضعیت نه‌چندان مساعد این شرکت شنیده و گفته می‌شد. اما به‌نظر می‌رسد پس از تعیین شما به‌عنوان مدیریت عامل، بخش قابل توجهی از این اخبارها از بین رفته است. به‌عنوان یک مدیر چه تغییر و تحولاتی در این مجموعه به وجود آورده‌اید که اخبارهای منفی به اخبارهای مثبت و قابل توجه تبدیل شده است؟

به اعتقاد من هیچ‌کس نمی‌تواند به تنهایی هیچ کار موثری در یک مجموعه تولیدی انجام دهد و اداره یک شرکت کاری گروهی است.

اما نحوه مدیریت نکته بسیار مهمی است. از نحوه تعامل و رفتار با پرسنل گرفته تا تسلط بر بخش فنی و تخصصی خطوط تولید، قطعاً میان یک مدیر توانمند دارای برنامه با یک مدیر سطح

متوسط بدون برنامه، تفاوت‌هایی وجود دارد.

هیچ‌کس نمی‌خواهد بد مدیریت کند. همه چیز صرفاً به عملکرد یک مدیر بازمی‌گردد و باید شرایط و مقطع زمانی مدیران را مدنظر قرار داد. به‌گفته یکی از بزرگان، باید کیک را به‌صورت عمودی برید زیرا اگر افقی بریده شود، فقط قسمتی از کیک مانند خامه، میوه و ... خواهید داشت اما هنگامی که کیک را عمودی برید بخش کاملی از کیک در اختیار شماست با توجه به این مثال باید دوره مدیریت افراد را به‌صورت عمودی مشاهده کرد تا بتوان به بررسی نحوه عملکرد آنان پرداخت. ضمن این که مدیریت یک مجموعه تولیدی را نمی‌توان مستقل از شرایط بیرونی کشور مانند سه برابر شدن نرخ ارز، تشدید تحریم‌های بین‌المللی و ... در نظر گرفت.

به‌اعتقاد من شرکت نساجی حجاب شهر کرد از سال ۱۳۸۷ به بعد، با تکیه بر کار گروهی (و نه کار فردی) توانست به موفقیت برسد و رویکرد این تیم، اصلاح و بهبود بود، تمام همکاران و پرسنل شرکت به بازنگری فعالیت‌ها و عملکردهای خود می‌پردازند، در جلسات ماهانه مدیران مجموعه، تمام افراد حق اظهار نظر دارند و در مورد موضوعات مختلف با همدیگر همفکری می‌کنیم. این شرکت علی‌رغم فعالیت در پنج حوزه متفاوت و دست و پنجه نرم کردن با مشکلات مالی، به‌طور مستمر به بهبود فکر می‌کند و بسیاری از مسائل در جریان انجام پروژه‌ها، بازسازی و بهسازی می‌شوند. در این مجموعه، همه با هم هستیم و بسیاری از پرسنل در نوع خود منحصر به‌فرد هستند. اغلب پرسنل و کارگران، شرکت را متعلق به خود می‌دانند و روند صعودی شرکت نساجی حجاب شهر کرد به دلیل احساس مالکانه‌ای است که تمام افراد مجموعه (۳۷۰ نفر) نسبت به آن دارند.

برنامه‌های آینده؟

شرکت نساجی حجاب شهر کرد، امسال تولید ۳ میلیون متر مربع چادر مشکی را در دستور کار خود قرار داده است و در سال آینده این رقم به ۷ میلیون متر مربع و سال بعد به ۱۰ میلیون متر مربع افزایش خواهد یافت. طبعاً با افزایش سرمایه و سفارش تولید، این ارقام روند صعودی به خود خواهند گرفت. در سایر بخش‌های مجموعه نیز شاهد افزایش حجم تولید خواهیم بود. تا

طی کرد. دانش و تجربه‌ای که سوئیس، ژاپن و پس از آنها کره جنوبی طی سנותی طولانی به دست آورده‌اند به آسانی و بدون صرف وقت و هزینه و حوصله منتقل شدنی نیست و همه اینها عزم و همتی را می‌طلبد که ناگریز است.

۲- حمایت از تولید داخلی به معنی تقبل هر سطح از کیفیت نیست و طبعاً انتقاد سازنده جهت ارتقای کیفیت لازمه رشد است ولی هجمه و حمله تخریبی موجب ایجاد تاخیر در حصول نتیجه و چه بسا دلسردی در سرمایه‌گذاران و مدیران می‌شود. حمایت از تولید داخلی همواره می‌بایست با عزم در سازندگی و همت در بهینه‌سازی همراه باشد تا هم اعتلای تولید داخلی را در پی داشته باشد و هم موجب دلگرمی و تشویق شود، هم باید به ایرادات احتمالی پرداخت و هم توقعی متناسب با ظرف زمانی داشت و در نهایت باید با انصاف کافی تولید داخلی را به سمت و سوی تعالی سوق داد.

۳- باید به یاد داشته باشیم که مشق نوشته بی‌غلط است و اگر غلطی در نوشته‌ای دیدیم، علاوه بر این که با قلم قرمز زیر آن خط می‌کشیم، صحیح آن را برای جلوگیری از تکرار غلط بنویسیم تا با اصلاح آنچه بود، به دریافت آنچه باید باشد نزدیک شویم.

۴- ما هنوز در ابتدای این راه پریچ و خم هستیم و دست یاری طلبانه خود را به سمت همه آگاهان، متخصصین و بزرگان این عرصه دراز خواهیم نگه داشت؛ پس دست یکدیگر را بگیریم و برای ساختن و بالا بردن توان‌های علمی عملی اقتصادی یکدیگر هم‌سو شویم.

نیست و بسیاری از کشورها در مقاطعی از زمان آن را تجربه کرده‌اند. بازار نساجی ایران سال‌هاست که دستخوش بی‌مهری‌های فراوان قرار گرفته و هجمه عظیم واردات بی‌کیفیت و طبعاً ارزان قیمت و نیز قاچاق پوشاک (به عنوان محصول نهایی مورد نیاز مصرف‌کننده) حیات این صنعت عظیم را نشانه گرفته است و امروزه که به علت رکود فراوان حاکم بر اقتصاد کشور نیز بنیه مالی پایین عامه مردم وضعیت عمومی تجارت و در پی آن صنعت نابسامان و ناخوشایند است، وضعیت بازار نساجی نیز تحت الشعاع قرار گرفته و بسیار ضربه‌پذیر و قریب به خطر است.

شایان ذکر است که واردات کالای مرغوب از مبادی قانونی که از یک سو موجب رشد کیفیت محصولات تولیدی در میدان رقابت و از سوی دیگر موجب نزدیک شدن شرایط تبیین قیمت تمام شده رقابتی است؛ موجب می‌گردد که صنایع به پویایی ناچار شده و درصدد بهبود وضعیت کیفی خود و در همین راستا نوسازی و بهسازی و بالابردن بهره‌وری در خود گردند ولی واردات محصولات بی‌کیفیت موجبات مرگ تدریجی و با شیب تند همه صنایع و از جمله صنایع نساجی را فراهم می‌آورد.

*مطلب‌نهایی

در خاتمه لازم است مسئولین ذیربط، تجار دست اندرکار و همچنین مصرف‌کنندگان به برخی نکات توجه فرمایند که:

۱- هر تولید جدیدی، فرایندهای رشد و بلوغ خاص خود را می‌طلبد و طبعاً نمی‌توان ره صد ساله را یک‌شبه

سال گذشته (و پیش از ورود به عرصه فاستونی بافی) ۱۱۰۰ نوع محصول تولید می‌کردیم. تنوع محصول در این مجموعه بسیار بالاست، طبق آمار، در پنج‌ماه نخست امسال بیش از ۴۰۰ کالیته تولید شده است و ۱۲ نوع پارچه چادری در حال تولید داریم. محصولات آزمایشی نیز براساس نظرات مشتریان تولید می‌شوند اما پس از جلب نظر مشتریان، طبق سفارش و قرارداد، وارد خطوط تولید می‌شوند.

توسعه بازار و ایجاد تنوع بیشتر در محصولات، مهم‌ترین برنامه شرکت نساجی حجاب شهر کرد را در بر می‌گیرد. بر این باوریم که با افزایش تنوع محصولات، تعداد مشتریان نیز افزوده خواهد شد. دو پروژه توسعه‌ای دیگر (تولید ۱۰ میلیون متر مربع چادر مشکی و تولید ۵ هزار تن نخ ITY در سال) از طریق سهامداران به ما ابلاغ شده که در حال بررسی‌های اولیه هستیم؛ ضمن این‌که به صادرات هم فکر می‌کنیم و به توافقاتی با کشورهای همسایه رسیده‌ایم اما به دلیل بروز تشنج‌ها و عدم ثبات مسائل سیاسی و اقتصادی، فعلاً دست نگه داشته‌ایم و منتظر بهبود شرایط بازار کشورهای مذکور هستیم.

فرصت خوبی است تا به پیگیری‌های مستمر و موثر خانم نصراللهی - مدیر کل سابق دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت - در پیشبرد فعالیت‌های مجموعه اشاره نمایم و از همکاری‌های دلسوزانه و مستمر ایشان کمال تشکر و قدردانی را به عمل آورم.

وضعیت صنایع نساجی را در دوره پساتحریم

چگونه ارزیابی می‌کنید؟ آیا شاهد تغییر و تحول

خاصی با توجه به توافقات هسته‌ای و برجام در

بازار هستید یا خیر؟

خبر هنوز اثر ویژه‌ای در روند تولید و بازار به وجود نیامده است و بعید می‌دانم اتفاق خاصی رخ دهد زیرا عملاً هیچ تغییر مثبتی احساس نمی‌شود. دلایل رکود حاکم بر بازار داخلی، بسیار پیچیده هستند و شاید آسان‌ترین و پیش پا افتاده‌ترین دلیل رکود فعلی، توان پایین مالی مردم باشد. قدرت خرید مردم به شدت کاهش یافته و صرفاً به رفع نیازهای اولیه خود می‌پردازند و امکان ایجاد تغییر در سبد خرید خود را ندارند. برای ایجاد رونق در بازار باید روش‌های حمایت از تولید را مورد پیگیری قرار داد که الگوهای آن غیرقابل دسترس

