



آموزش نوعی سرمایه‌گذاری است

حسن اصلاحی
مدیر کارخانه
چرم مشهد:

مرحله دوخت می‌شود. فیروزه ایی، ارغوانی، بنفش یاسی، آبی آسمانی، سبز، قهوه‌ای و... رنگ در رنگ محصولات را تنوع بخشیده است، می‌اندیشم شاید این تنوع یکی از عوامل موفقیت باشد.

وقتی به سمت دیگر سالن هدایت می‌شویم اصلاحی می‌گوید: هدف اصلی شرکت چرم مشهد این است که به جای صادرات پوست و سالامبور، کالا را با حداکثر ظرفیت و امکان تولید کند تا بتواند ارزش افزوده ایجاد کند و نیروهای بیشتری به کار مشغول شوند

وی می‌افزاید: گرچه هدف اصلی یک بنگاه اقتصادی سوددهی است، اما کیفیت و سلامت کار دارای اهمیت بالاتری است تا بتوان با ارائه کیفیت بالا و کسب تجربه به جلب مشتری پرداخت.

چرم مشهد یک شرکت خصوصی است، در سال ۱۳۷۷ توسط مهندس حمیدی تاسیس شد. این شرکت از معدود شرکت‌هایی است که فرایند تولید چرم را از گام ابتدایی تا مرحله تولید مصنوعات چرمی انجام داده و در فروشگاه‌های عرضه مستقیم کالا در دست مشتری قرار می‌دهد. چرم مشهد از سال ۱۳۸۲ مسیر رو به رشد خود را در فروش و تنوع محصولات توسعه داد.

به طوری که در کشور ۲۴ فروشگاه چرم مشهد وجود دارد که ۶ فروشگاه در تهران ۶ فروشگاه دیگر در مشهد هستند، دیگر مراکز فروش در شهرهای بزرگ از جمله بابل، ارومیه، تبریز، اصفهان و کرج قرار دارند.

حسن اصلاحی مدیر کارخانه چرم مشهد به گرمی پذیرایمان می‌شود و بعد از گپ و گفتی درباره تاریخچه تاسیس و فرایند تولید وارد سالن برش و دوخت می‌شویم، مکانیزه بودن تجهیزات به چشم می‌آید، زنان و مردان مشغول به کارند و تمرکز و نظم تنها صدای تولید و تولید را می‌رساند.

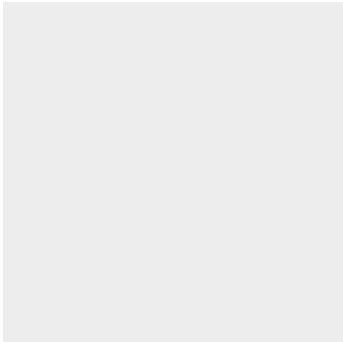
در حال حاضر ۳۸۰ نفر پرسنل در دو شیفت داخل کارخانه به کار تولید چرم و دوزندگی مشغولند، همچنین ۱۷ نفر متخصص کارشناس و کارشناس ارشد، حدود ۱۵۰ نفر پرسنل خارج از مجموعه در کارهای پیمانکاری و پشتیبانی مشغول به کارند.

اصلاحی می‌گوید: این کارخانه تولید سالانه حدود ۲۵۰ هزار قطعه کیف به شرکت هوایمایی ایران - ایر تعهد دارد، بین ۱۰ الی ۱۲ هزار قطعه لباس چرمی زنانه و مردانه تولید می‌کنند محصولات از طریق فروشگاه‌های داخلی عرضه می‌شوند.

اغلب این فروشگاه‌ها مربوط به خود این شرکت است و تنها چند نماینده هم دارد. برش که توسط دستگاه مکانیزه انجام گردید در استان پرتوان زنان و مردان وارد

بشر، تنها در مواجه با محیط
چالش انگیز است
که به صورت غریبی پیشرفت می‌کند.





وقتی به دستان پرتوانی که بی وقفه می‌دوزند، می‌کوبند، دسته بندی می‌کنند نگاه می‌کنم، اصلاحی می‌گوید: نکته مهم دیگر این است که ما نباید کارگر را نادیده بگیریم، کارگر در تمام موفقیت‌ها و یا عدم موفقیت‌ها سهیم است، وقتی کارگران یک مجموعه کار را از خودشان بدانند و همدل باشند ۹۹ درصد رمز موفقیت حاصل خواهد شد



اصلاحی می‌گوید: نکته مهم دیگر این است که ما نباید کارگر را نادیده بگیریم، کارگر در تمام موفقیت‌ها و یا عدم موفقیت‌ها سهیم است، وقتی کارگران یک مجموعه کار را از خودشان بدانند و همدل باشند ۹۹ درصد رمز موفقیت حاصل خواهد شد.

به سالن کنترل کیفیت راهنمایی می‌شویم، مرحله پایانی کار است که نتیجه مورد ارزیابی قرار می‌گیرد تا کار صحیح انجام شده باشد.

می‌پرسم برای سال ۸۹ چه برنامه‌ای دارید؟

می‌گوید: برای سال ۸۹ همچنان به دنبال کیفیت بالاتر، گسترش تولید و گسترش فروش هستیم و برای گذر از شرایط سخت باید به دنبال انسجام و تدوین بهتر برنامه‌ها برویم.

در سال ۸۹، ارتقاء کیفی بالاتر از سال گذشته مدنظر ماست، قصد داریم شبکه‌های فروش خود را به صورت فروشگاه‌های مستقیم گسترش دهیم. همچنین تنوع بخشی به چرم‌های خاصی که در اروپا مد هست که در حال طراحی آن‌ها هستیم، طراحان خود را به نمایشگاه‌های مختلف اعزام خواهیم کرد.

وقتی سالن راترک می‌کنیم گروهی برای بازدید آمده‌اند، اصلاحی می‌گوید: ارتباط و همکاری با مراکز آموزش عالی مثل دانشکده‌های کشاورزی، جهاد دانشگاهی، هنرستان‌ها، دانشگاه‌های طراحی از دیگر فعالیت‌هاست از آن‌ها دعوت می‌کنیم تا از امکانات ما استفاده کنند و ما هم از علم و اطلاعات علمی آن‌ها بهره‌مند شویم.

وی می‌افزاید: آموزش نوعی سرمایه‌گذاری است به همین دلیل آموزش را در ابعاد و زمینه‌های مختلف ارائه می‌دهیم.

از جمله امروز که آموزش در خصوص اچ‌آی‌وی در کلاس‌های ۳۰ نفره برگزار شد.

در قسمتی دیگر با دستگاهی روبرو می‌شویم که نقش آفرین چرم است و چنان نقش می‌زند که گویی دوخت ایجاد شده است.

اصلاحی می‌گوید: سال‌های ابتدایی تشکیل چرم مشهد دست اندرکاران در تمام نمایشگاه‌های خارج از کشور شرکت می‌کردند و سرمایه‌گذاری زیادی در خرید لوازم، ماشین‌آلات و اتوماسیون انجام گرفته است.

مدیر کارخانه چرم مشهد در پاسخ به این سؤال که سال ۸۸ چگونه بود می‌گوید: هر سالی برای خود فراز و نشیب‌هایی دارد ولی با برنامه‌ریزی مدون و بودجه‌بندی درست می‌توان به استقبال سال جدید رفت و سرفراز سال را به اتمام رساند. ما ۲ ماه بعد از پایان هر سال برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی داریم و تولیدات و بازارمان را ارزیابی می‌کنیم و فروش را توسعه می‌دهیم و سعی می‌کنیم بحران‌ها را با تلاش و جدیت بیشتر و برنامه‌ریزی بهتر پشت سر بگذاریم.

وقتی به دستان پرتوانی که بی وقفه می‌دوزند، می‌کوبند، دسته بندی می‌کنند نگاه می‌کنم،