

بازار فروش کفش ایران متحول می شود:

## بازگشت کفش وین با فن آوری اطلاعات

(قسمت اول)

← مرضیه نوروزی



اولین گردهمایی کارکنان شرکت گروه صنعتی کفش وین در سال جدید با حضور مهندس جوکار سهامدار جدید این شرکت و هیئت همراه، هیئت مدیره گروه صنعتی کفش وین، جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران و مجله صنعت کفش در تهران برگزار شد.

مهندس ابوالفضل جوکار سهامدار جدید شرکت گروه صنعتی کفش وین که وی را تحت نام شرکت انتشارات بین المللی گاج بهتر می شناسیم، از این پس زمامداری گروه صنعتی کفش وین را برعهده خواهند داشت. این گردهمایی که در واقع مراسم معارفه سهامدار جدید وین با کارکنان این شرکت و جامعه صنعت کفش ایران به شمار می رود، برای جامعه صنعت کفش ایران خبر مسرت بخشی است که نوید اطمینان، رونق، توسعه و پیشرفت بیش از پیش صنعت کفش کشورمان را با خود به همراه دارد.

- محمود بوذری مدیرعامل شرکت کفش وین در سخنان خود یکی از آیتم های یک بنگاه اقتصادی موفق را توجه به ذی نفعان در شرکت ها و موسسات عنوان کرد.

- علی لشکری نایب رئیس هیئت مدیره جامعه صنعت کفش و مدیرمسئول مجله صنعت کفش به بررسی تحولات وین از منظر صنعت کفش و تبیین دیدگاه های خود در این گردهمایی پرداخت و مهندس جوکار با حضور در این گردهمایی سیاست گذاری های آینده شرکت

مدیران و مسوولین گروه صنعتی وین به تبیین اهداف، برنامه ها و سیاست های آتی این شرکت و کارشناسان صنعت کفش نیز به بیان نقطه نظرات و دیدگاه های خود از وضعیت موجود صنعت کفش کشورمان پرداختند.

- حمزه زعفرانلو مدیربازرگانی گروه صنعتی وین در این گردهمایی، طی سخنانی به خلاصه ای از تحولات و رخداد های کفش وین از ابتدای تأسیس این شرکت تاکنون اشاره کرد.

بر کسی پوشیده نیست که فقدان شبکه توزیع و فروش مستحکم و منسجم همواره از چالش های پیش روی صنعت کفش کشورمان بوده و هست و مسلماً، با قرار گرفتن بخشی از شبکه توزیع و فروش کفش کشورمان در دست نیرویی جوان، تحصیل کرده و صاحب اندیشه و انگیزه، می تواند نام صنعت کفش کشورمان را همچون گذشته های دور بار دیگر در زمره اولین صنایع مطرح و پرآوازه در دنیا مطرح نماید. در این گردهمایی صمیمانه، سهامدار و

## علی لشکری

نایب رئیس هیئت مدیره «جامعه»:

پیوند فناوری اطلاعات با شرکت شما، سبب می‌شود که رسوب کالا یعنی همان خواب سرمایه که یکی دیگر از معضلات امروز صنعت کفش ماست، به حداقل ممکن برسد و ذی‌نفعان از گردش کاری بالاتری بهره‌مند شوند

وین را تبیین کرد.

بنا به هدف بیان تفصیلی این همایش این گزارش در دو قسمت به چاپ خواهد رسید، در قسمت اول توجه شما را به سخنرانی مهندس ابوالفضل جوکار سهامدار جدید شرکت کفش وین و علی لشکری نایب رئیس هیئت مدیره جامعه صنعت کفش جلب نموده و در شماره آتی به سخنرانی دیگر بزرگواران در این همایش می‌پردازیم:

علی لشکری عضو هیئت مدیره جامعه صنعت کفش و مدیرمسئول مجله صنعت کفش که به عنوان یکی از کارشناسان این صنعت در این گردهمایی حضور داشت در سخنانی، به بررسی تحولات وین از منظر صنعت کفش و تبیین دیدگاه‌های خود پرداخت و گفت: قبل از آن که به ارزیابی تحولات وین بپردازم، اقدام سازمان صنایع ملی و مجموعه سرمایه‌گذاری توسعه گسترش را در واگذاری کفش وین ارج می‌نهمیم و امیدواریم که بانک ملی ایران و سازمان بازنشستگی هم به این بصیرت برسند و سرنوشت شرکت‌های بلا و ملی را در همین مسیر رقم بزنند.

وی یکی از معضلات صنعت کفش کشورمان را معضل فروش ارزیابی و تصریح کرد: اگر بپذیریم که ضعف فروش سرفصل چالش‌های صنعت کفش از منظر درونی است هر تحولی که در بخش فروش روی دهد در واقع به صنعت کفش کمک شده است چراکه متأسفانه رویکردی که در صنعت ما حاکم است رویکرد تولید - فروش است در حالی که آن چه در دنیا مرسوم است برخلاف آن، رویکرد فروش - تولید است و متأسفانه ما بیشتر تولید می‌کنیم بدون آن که از قبل به فروش آن اندیشیده و برای آن برنامه‌ای طرح کرده باشیم.

لشکری یکی از دست‌آوردهای اولیه خصوصی شدن شرکت وین را پیوند فن آوری اطلاعات با صنعت کفش عنوان کرد و گفت: فکر

نکنید که پیوند فناوری اطلاعات و صنعت کفش اتفاق کوچکی است. ما در مجله صنعت کفش طی دو سال گذشته بحث‌های زیادی در ارتباط با این موضوعات که چگونه فروش را متحول سازیم و این که در دنیای امروز ثروت، ناشی از تولید کالا نیست بلکه ناشی از گرایش‌های اقتصاد دانش است، مطرح کردیم و ما خصوصی شدن شرکت وین را تحول بزرگی در بخش فروش صنعت کفش ارزیابی می‌کنیم که خیر و برکت و پیامدهای بسیار خوبی برای این صنعت به همراه خواهد داشت.

وی افزود: پیوند فناوری اطلاعات با شرکت شما، سبب می‌شود که رسوب کالا یعنی همان خواب سرمایه که یکی دیگر از معضلات امروز صنعت کفش ماست، به حداقل ممکن برسد و ذی‌نفعان از گردش کاری بالاتری بهره‌مند شوند.

وی حفظ موجودیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای تخصصی کفش در کشور را ضروری دانست و تصریح کرد: داستان خصوصی سازی و اصل ۴۴ قانون اساسی بحثی است که از مدت‌ها پیش مطرح شده و دارد بر روی آن کار می‌شود. بنابراین بانک ملی و سازمان بازنشستگی نیز باید به فکر تدابیری باشند و اگر فشارهای جامعه صنعت کفش و مسوولین ارشد و بلندپایه همین شرکت‌ها نبود، امروز فروشگاه‌های کفش ملی وجود نداشت و از بین رفته بود. تحولی که امروز در کفش وین رخ داد، اقدام بزرگی برای حفظ فروشگاه‌های زنجیره‌ای تخصصی کفش در کشور است و اگر وین جدید در طرح تجاری و اهداف و برنامه‌های جدید خود موفق شود، مطمئناً قوت قلبی برای برندهای ملی و بلا و رده‌های ارشد سازمان بازنشستگی و بانک ملی خواهد بود.

وی شناسایی بازار هدف را یکی دیگر از عوامل مهم در بحث فروش عنوان کرد و گفت: سرانه مصرف کفش ما دو جفت در سال



شرکت سانیان پلیمر

گرانول  
PVC

تولیدکننده

گرانول پی وی سی  
در گریدهای مختلف  
کفشی، زبره، تخصصی  
و...

دانش روز + مواد اولیه مرغوب  
=  
«کیفیت برتر»

دفتر مرکزی: ۰۲۵۱-۲۹۰۶۸۹۸  
کارخانه: ۰۲۵۱-۳۳۴۲۸۳۷  
همراه: ۰۹۱۲-۱۵۱۸۶۶۶

مدیرعامل‌ها می‌توانند هم هوشمندانه‌ترین راهبردهای ممکن را تدوین کنند؛ اما اگر افرادی که محصولات را طراحی می‌کنند، با مشتری سخن می‌گویند و بر عملیات نظارت می‌کنند، مشوق نوآوری در محدوده کار خود نباشند؛ هیچ کدام از این هوشمندی‌ها موجب ذره‌ای تغییر نخواهد شد.





مهندس ابوالفضل جوکار بنیانگذار شرکت انتشارات بین‌المللی گاج خریداری شده است. همانطور که می‌دانید شرکت انتشارات بین‌المللی گاج سال‌هاست با فعالیت در حوزه تهیه و توزیع انواع کتب آموزشی و کمک درسی و... در سطح مدارس و دانشگاه‌ها، تحولی شگرفی در بخش آموزش کشور پدیدار ساخته است.

مهندس جوکار با حضور در گردهمایی کارکنان وین، در سخنانی اهداف و سیاست‌گذاری‌های آینده شرکت وین را تبیین کرد اما قبل از آن، برای شناخت بیشتر کارکنان وین و جامعه صنعت کفش، بیوگرافی مختصری از سرآغاز فعالیت‌های اقتصادی خود ارائه داد که در ادامه به تفصیل از زبان خود ایشان می‌خوانید:

ما در حال حاضر ۱۰ شرکت چه در داخل و چه در خارج از کشور داریم که در کنار یکدیگر در حال فعالیت‌اند. بنیانگذار همه این شرکت‌ها خودم بودم که با کمک همکاران خوبم توانستیم فعالیت‌های خود را پیش ببریم. منتهای یکی از این شرکت‌ها، شرکت انتشارات بین‌المللی گاج به دلیل نامش و توسعه‌ای که جامعه دانش آموزی و دانشجویی در سطح یک جمعیت ۲۰ میلیون نفری در کشور دارد نام آن برای

دهه ۶۰ به بعد نسل آینده محسوب می‌شوند، تصریح کرد: متأسفانه صنعت کفش ما بدون توجه به ادبیاتی که نسل جدید به لحاظ شیوه ارائه کالا و نحوه بیان و گفت‌گویی خود دارد، فقط تولید کرد اما نتوانست تولیدات خود را به خوبی به مصرف‌کننده ارائه دهد. در حالی که چگونگی ارائه درست کالا به مشتری از تولید کردن سخت‌تر و مهم‌تر است و مسلماً به دست آوردن ۵۰ درصد از مصرف کفش در کشور و جذب حلقه مفقوده بازار صنعت کفش کشورمان نیاز به آموزه‌های جدید، تبلیغات، تغییر دکوراسیون و برنامه‌ای مدون دارد که با سابقه که از آقای جوکار بررسی کردیم، امیدواریم که ایشان در این مسیر موفق خواهند بود.»

### شرکت وین خصوصی شد

در پی اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی و در راستای تبصره ۳۵ قانون بودجه سال ۷۶ که تصدی گری دولت را کوچک شمرده و مقرون به صرفه نمی‌داند، سهام شرکت گروه صنعتی وین به بخش خصوصی واگذار و مجدداً فعالیت خود را در بخش فروش کفش از سر گرفت. سهام شرکت گروه صنعتی وین توسط

است که این سرانه میانگین کشوری است و در اشل‌های سنی متفاوت متغیر است. در گروه سنی ۱۵ تا ۲۹ سال که حدود ۳۵ درصد جمعیت کشور (حدود ۲۵ میلیون نفر) را تشکیل می‌دهد، ضریب مصرف ۵ جفت است که ۵۰ درصد (۲۰۰ میلیون) مصرف کفش کشور را تشکیل می‌دهند. این گروه سنی که ثمره رشد ۳/۹ درصدی جمعیت بین دهه ۵۵ تا ۶۵ است و با رشد حدود ۲ درصدی جمعیت بین سال‌های ۶۵ تا ۷۰ سال را شامل می‌شود، همان بازار هدف گمشده صنعت کفش کشورمان طی ۲۵ سال گذشته است که سبب هجوم محصولات خارجی به داخل کشور و به دنبال آن تغییر جغرافیا و ذائقه مصرف در کشور می‌شود. خارجی‌ها با شناسایی و برنامه‌ریزی بر روی این نسل، آن را طعمه‌ای برای تولیدات خود قرار داده و عمده‌ترین بازار هدف مصرف کفش کشورمان را از آن خود کردند. بنابراین اگر وین بتواند این بازار را به صنعت کفش خودمان بازگرداند تحول بزرگی در بخش فروش کفش ایجاد خواهد کرد.

وی در ادامه با اشاره بر این که در تقسیم بندی بازار مصرف، دهه ۴۰ تا ۶۰ نسل امروز و

**انواع منگنه کفش و میخ پرچ  
در رنگ‌ها و متریال‌های متنوع  
با کیفیت برتر کشور تایوان**



**با شرایط ویژه برای  
تولید کنندگان محترم**

**تلفن: ۰۲۱ - ۵۵ ۶۱ ۵۱ ۴۳**  
**همراه: ۰۹۱۲ - ۲۷ ۸۸۱ ۲۷**

مبنای موفقیت خیلی از شرکت‌های بزرگ، نوآوری در تولیدات و پیشرفت در فنون مدیریت و سپس نقش محوری مدیران میانی در ایجاد نوآوری و تغییر در سازمان است.



سال ۸۰ تصمیم گرفتیم همه آن‌چه را که می‌دانستیم و طی سال‌ها تدریس کسب کرده بودم در یک کتاب تألیف و منتشر کنم و پس از آن برای ادامه تحصیل به خارج از کشور بروم. اما پس از تألیف کتاب، آن را پیش هر ناشری می‌بردم، حاضر به چاپ آن نمی‌شد. از ۵ هزار جلدی که چاپ کرده بودم، ۸۰ درصد آن را به دبیران شیمی هدیه کردم و از آن‌ها خواستم که مطالعه آن را به دانش آموزان خود نیز توصیه کنند. در عرض چند هفته این کتاب چندین مرتبه تجدید چاپ شد و به چاپ هفدهم رسید

می‌دهیم بیا پول آن را بگیر. کتاب‌ها را پیش کتاب فروشی‌ها گذاشتیم اما فروش نمی‌رفت و از سوی دیگر با سپری شدن زمان و آمدن سال تحصیلی جدید کتاب‌ها قدیمی می‌شد و سرفصل‌ها تغییر می‌کرد. در نتیجه تصمیم گرفتیم تمام کتاب‌ها را از بازار جمع‌آوری کنیم و تمام مدت به این فکر می‌کردم که چطور می‌شود در صنعت نشر تحولی ایجاد کرد که نه مؤلف و ناشر دچار مشکل شوند و نه دیگران. از ۵ هزار جلدی که چاپ کرده بودم، ۸۰ درصد آن را به دبیران شیمی هدیه کردم و از آن‌ها خواستم که مطالعه آن را به دانش آموزان خود نیز توصیه کنند. در عرض چند هفته این کتاب چندین مرتبه تجدید چاپ شد و به چاپ هفدهم رسید تا جایی که کتابفروشی‌ها خودشان به ما تلفن می‌زدند و کتاب را از ما می‌خواستند. سال ۸۱ بود که این کار آغاز شد و امروز ما به عنوان پرتیراژترین ناشر در خاورمیانه حدود ۸ میلیون جلد کتاب در سال می‌فروشیم و تعداد نمایندگی‌های ما به ۵۱۰ نمایندگی در سراسر کشور می‌رسد. در خصوص چاپ و نشر، من همیشه معتقد بودم که ما باید یک سوپرمارکت دانش آموزی-دانشجویی ایجاد کنیم و تمام نیازهای این جامعه بزرگ ۲۰ میلیون نفری را پوشش دهیم. در زمینه کیف و کفش هم معتقدم که خیلی کارها می‌شود انجام داد و همه باید در این زمینه کمک کنند.

مهندس جوکار در ادامه سخنان خود، با ابراز امیدواری از این که کفش وین ظرف مدت کوتاهی تبدیل به نفر اول صنف کیف و کفش خواهد شد، تصریح کرد: زحماتی که در کفش وین کشیده شده خیلی خوب بوده اما امکانات ما امروز بیش از آن چیزی است که در گذشته وجود داشته است. امروز بحث ما این است که وین را به شدت توسعه دهیم و ظرف مدت ۲

همگان آشناست. من فعالیت اقتصادی‌ام را از سال ۸۱ شروع کردم و قبل از آن از سال ۷۳ معلم بودم و شیمی تدریس می‌کردم. از آنجا که معلمی را کاری اقتصادی نمی‌دانم آن را در زمره فعالیت‌های اقتصادی‌ام به شمار نمی‌آورم. من در تدریس همیشه اعتقاد داشتم که قبل از حضور در کلاس باید با آمادگی و مطالعه کامل و طرح سوالات و سوژه جدید وارد کلاس شوم و هرگز یاد ندارم که به مدرسه‌ای دعوت شده باشم و برای حق التدریس ام میزانی را تعیین کرده باشم، هیچگاه برای کارم قیمت نمی‌گذاشتم همیشه می‌گفتم بگذارید من درس را بدهم آنگاه با معیارهای خودتان بسنجید و میزان آن را تعیین کنید و همیشه هم بیشترین میزان حق التدریس را می‌گرفتم. من سال ۸۰ تصمیم گرفتیم همه آن‌چه را که می‌دانستیم و طی سال‌ها تدریس کسب کرده بودم در یک کتاب تألیف و منتشر کنم و پس از آن برای ادامه تحصیل به خارج از کشور بروم. اما پس از تألیف کتاب، آن را پیش هر ناشری می‌بردم، حاضر به چاپ آن نمی‌شد حتی با وجود این که می‌گفتم اصلاً پول نمی‌خواهم و حاضرم امضاء هم بدهم که کلیه حقوق مادی و معنوی آن را به آن‌ها اعطا کنم باز هم زیربار نمی‌رفتند. سرانجام تصمیم گرفتیم که خود آن را چاپ کنیم و تمام سرمایه‌ام را که یک خودروی پاترول بود به قیمت ۸ میلیون تومان فروختم و کتاب را به چاپ رساندم، اما هرچا که برای فروش آن رفتم، هیچکس آن را نخرید و تازه فهمیدم که ناشران چه دانشی داشتند که می‌گفتند هیچکس این کتاب را نمی‌خرد. کار به جایی رسید که به تک تک کتاب فروشی‌های خیابان انقلاب برای فروش کتاب سرزدم اما آن‌ها نیز می‌گفتند که کتاب را اینجا بگذار و ۴۰ درصد هم به ما تخفیف بده تا هروقت که کتاب را فروختیم خبر



فروشگاهی را به عرضه کفش‌های طبی و... اختصاص دهیم.

وی همچنین از اجرای برنامه‌های خود و تبلیغات از تیرماه سال جاری خبر داد و گفت: قصد داریم از خردادماه تغییراتی در ظاهر فروشگاه‌ها ایجاد کرده و از تیرماه شروع به تبلیغات کنیم و موجودی و تنوع کالاها را از تیرماه متناسب با آن چه که تبلیغ می‌کنیم، تغییر دهیم. به درددل‌ها و وضعیت معیشتی پرسنل توجه خاص خواهیم کرد و تعداد فروشگاه‌ها را در سال ۸۹ تا ۵۰ درصد افزایش داده و تا سال ۹۰ تعداد آن‌ها را به دو برابر افزایش خواهیم داد و قصد داریم خود را به عنوان یک برند محبوب و تخصصی در جامعه جایاندازیم.

وی در خصوص شرکت در نمایشگاه‌ها تصریح کرد: در نمایشگاه‌ها حتماً شرکت خواهیم کرد و قصد داریم برخی از نمایشگاه‌ها را خودمان بنیانگذاری کنیم. ما هنوز در بخش کیف و کفش در خصوص برگزاری نمایشگاه‌ها تحقیقات مان را شروع نکرده ایم اما تیم بزرگی را برای برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی به عنوان میزبان در اختیار داشته و در این خصوص آمادگی کامل داریم.

مشتریان وفادار، از جذب سایر مشتریان که به تعبیر ما مشتریان خاموش نامیده می‌شوند غافل نشویم.

وی بر پیشرفت و توسعه سریع و ماندگار تأکید و تصریح کرد: ما دوست داریم به سرعت اما ماندگار پیشرفت کنیم و حوصله ما در بحث توسعه بسیار زیاد است. البته راه درازی در پیش داریم منظورم از راه دراز حداکثر ۶ ماه است و در کنار این توسعه و پیشرفت، تبلیغات نیز لازم و ضروری است و معتقدم حتی اگر کالای خوبی هم وجود داشته باشد در صورتی که بر روی آن تبلیغ نشود مصرف‌کننده اصلاً متوجه آن نخواهد شد. بنابراین من از کلیه همکاران می‌خواهم که بیاییم از امروز نگاه مان را در بحث کسب و کار عوض کنیم چون هم برای ما و هم برای شما بهترین کار این است که بیاییم با سیاست‌های روز پیش برویم. مهندس جوکار از تخصصی کردن فروشگاه‌ها خبر داد و گفت: من بحث تخصصی کردن فروشگاه‌ها را در برنامه خود دارم چون فروشگاه‌های ما کوچک اند و پتانسیل پذیرش انواع کفش را ندارند. بنابراین بهتر است فروشگاهی را به عرضه کفش بچه گانه،

سال آن را تبدیل به نفر اول صنف کیف و کفش نماییم و ما علاوه بر بازارهای داخلی به بازارهای خارج از کشور نیز فکر می‌کنیم.

وی در خصوص برنامه‌های خود در کفش وین خاطر نشان ساخت: این که ما در وین تولید هم داشته باشیم در دست بررسی است و معتقدم وضع موجود باید حفظ شود البته از نظر کمی نه کیفی. تمام تابلوها باید عوض شود، دکوراسیون داخلی فروشگاه‌ها باید تغییر کند و معتقدم تنوع کالاها و سیستم فروش باید تغییر کند. من به فروشگاه‌ها سرزدم و احساس کردم برخورد برخی فروشندگان با مشتریان نامطلوب و در مسیر جذب مشتری نیست که باید اصلاح شود.

وی ایجاد بانک اطلاعاتی مشتری را ضروری ارزیابی کرد و گفت: معتقدم فرم‌های نظرسنجی از مشتریان حاوی مطالبی چون اطلاعات شخصی و انتقادات و پیشنهادات تهیه شود و در اختیار مشتریان قرار گیرد تا بتوانیم بانک اطلاعاتی خوبی از مشتریان خود داشته باشیم و معتقدم همیشه هزینه جذب یک مشتری جدید ۸ برابر یک مشتری همیشگی است. بنابراین باید سعی کنیم ضمن حفظ



## صنایع چرم خورشید

KHORSHID Leather Industries

طراح و تولید کننده

انواع محصولات چرمی

Leather Goods Designer

✓ ارائه نفیس ترین

هدایای تبلیغاتی چرم  
جهت ارگانها، نهادها، سازمانها  
شرکتها و همایشها

✓ تولید متنوع ترین کیفهای  
اداری و جیبی، انواع ستهای چرمی  
۲ تکه، ۳ تکه، ۴ تکه

با بسته بندی نفیس

✓ طراحی و تولید شیک ترین  
کیفهای زنانه چرمی

✓ ۱۲ ماه گارانتی تمامی

محصولات تولیدی چرمی

✓ صادرات محصولات چرمی  
به اقصی نقاط جهان

✓ تولید محصولات چرمی  
با نشان مورد در خواست مشتری

آماده اعطای نمایندگی

در تهران و شهرستانها

دفتر مرکزی:

خیابان انقلاب، روبروی درب اصلی  
دانشگاه تهران، خیابان فخر رازی،  
خیابان وحید نظری، کوی فرزانه،  
شماره ۱، طبقه سوم، واحد ۹

تلفن: ۶۶۴۹۳۸۹۴

۶۶۹۷۳۸۳۲

دورنگار: ۶۶۹۷۳۸۳۲

مدیریت: ۰۹۱۲۳۸۸۶۱۶۵

www.charmekhorshid.com

Email: info@charmekhorshid.com

در صورت تمایل به دریافت کاتالوگ محصولات  
با ما تماس بگیرید

مهندس جوکار از تخصصی کردن فروشگاهها خبر داد و گفت: من بحث تخصصی کردن فروشگاهها را در برنامه خود دارم چون فروشگاههای ما کوچک اند و پتانسیل پذیرش انواع کفش را ندارند. بنابراین بهتر است فروشگاههای را به عرضه کفش بچه گانه، فروشگاههای را به عرضه کفشهای طبی و... اختصاص دهیم

در بخش کیف و کفش هم نظرم همین است که تولید در دست تولید کننده باشد و ما تنها دستگاه و ماشین آلات لازم را خریداری کرده و در اختیار آنها قرار دهیم

برای ما دارند کار می کنند، ولی هیچگاه معتقد نبودم که تولید باید در دست خودم باشد. بنابراین نه چاپخانه ای دارم و نه حتی یک دستگاه چاپ. اما برای چاپخانه ها دستگاه چاپ خریدم به این شرط که شرکت ما را در اولویت قرار دهند و برای ما تخفیف قائل شوند. در بخش کیف و کفش هم نظرم همین است که تولید در دست تولید کننده باشد و ما تنها دستگاه و ماشین آلات لازم را خریداری کرده و در اختیار آنها قرار دهیم.

مهندس جوکار همچنین به بحث آموزش پرسنل اشاره و تأکید کرد: سطح علمی پرسنل باید ارتقاء پیدا کند و ما به جد، بحث آموزش را دنبال کرده و همه راهها را هموار خواهیم کرد. به ویژه این که در این آموزشها برخورد فروشندگان با مشتری خیلی مهم است و من تأکیدم بر این است که نحوه برخوردها را در آموزشها حتماً مطرح و لحاظ کنیم و این اطمینان را به دوستان می دهم که من وقت ام را در کاری تلف نمی کنم و اگر قرار باشد یکسال در کاری بمانم، صد سال در آن کار باقی مانده و آن را ادامه خواهیم داد و ما باید به سرعت مسیر توسعه را بپیماییم. در ادامه این گردهمایی، مهندس جوکار

و حمزه زعفرانلو مدیر بازرگانی شرکت گروه صنعتی وین در نشست به سوالات کارکنان این شرکت پاسخ گفتند. قبل از برگزاری این نشست، کارکنان شرکت وین طی نامه ای ضمن خیرمقدم و آرزوی موفقیت برای آقای مهندس جوکار سهامدار جدید این شرکت و گروه ایشان، اعلام کردند: در جهت ارتقاء پیشرفت و افزایش سطح فروش دست حضرت تعالی را می فشاریم و امیدواریم با راهکارها و حسن نیت و درایتی که از حضرت تعالی سراغ داریم این مجموعه به سطح کیفی مطلوب برسد.

وی با بیان این مطلب که بزرگان صنف کفش همه عاشق کار خود بودند، خاطرنشان کرد: من روزی ۱۶ ساعت کار می کنم حتی زمانی که در مسافرت هستم و اصلاً اینطور نبوده که وقت خودم را تلف کنم چون اعتقاد دارم که در کشور خودم کار آفرینی می کنم و دوست دارم هر چیز خوبی را که در دنیا می بینم بومی اش کنم و به کشورم بیاورم. به نظر من ۱۶ ساعت کار کردن زیاد نیست و پس از مدتی تبدیل به عادت می شود، اما این را بدانید که رویه من این است که از ۶ صبح تا ۱۲ شب کار می کنم و از شما می خواهم که من را از طریق آقای زعفرانلو در جریان جزئیات کارها قرار دهید و از کلی گویی بپرهیزید. من از کلی گویی بیزارم و دوست دارم فقط ایرادها را بشنوم برای موارد خوب و مثبت هم گزارش کتبی بنویسید آن ها را سر فرصت خواهیم خواند. ولی بدانید که پتانسیل شنیدن ایرادها را دارم بنابراین مصلحت اندیشیها را کنار بگذارید و به جد از شما می خواهم که در همه اتفاقات، بعد از آقای زعفرانلو اولین نفری باشم که در جریان امور قرار می گیرم و هر اتفاقی را به سرعت به من انعکاس دهید.

وی اضافه کرد: هر کس که در کارش توسعه فروش دارد و بیشتر تلاش می کند از نظر ما دور نخواهد ماند و من اصلاً اعتقاد به پرداخت حقوق ثابت ندارم البته در شرایط فعلی حقوق ثابت پرداخت خواهیم کرد، اما معتقدم که بر اساس فروش بیشتر محاسبه گردد که به نفع پرسنل و شرکت و در نهایت به نفع خود ماست. وی در ادامه با بیان این مطلب که ما هدف مان وضع سیاستگذاریهای کلان در شرکت است، تصریح کرد: ما بزرگترین انتشاراتی در کشور هستیم و امروز ۹۲ چاپخانه

