



نگهداشت اعتبار، دشوار است

دیگر می‌تواند این هدف بزرگ را محقق کند.

«چند سال است در حوزه صنعت فعالیت دارید؟»

حدود ۶ دهه است؛ یعنی از سال ۱۳۴۰ در صنایع گوناگون همچون نساجی، لوازم‌خانگی، شیشه، پمپ و... فعالیت کرده‌ام. امروز ۹۰ درصد فعالان بازار و صنعت، ضرابیه را می‌شناسند.

«چند ماه پیش در راستای فسادزایی مالی، نام برخی از ابربدهکارانی که منابع بانکی را در قالب تسهیلات گرفته، اما بازنگردانده بودند، منتشر شد. نام محمد ضرابیه نیز در این فهرست آمده بود که در ادامه بانک مربوطه آن را اصلاح و عنوان کرد نام شما به اشتباه در این فهرست قرار گرفته است. با توجه به اینکه معتقدید ضرابیه، نامی آشنا در صنعت و بازار کشور است، این اقدامات چقدر منجر به فرار سرمایه از کشور می‌شود و انگیزه ریسک‌پذیری را از سرمایه‌گذاران جدید می‌گیرد؟»

برایند فعالیت صنعتی، خروجی کارخانه است که در جامعه و اقتصاد کشور قابل مشاهده است. به عنوان مثال، درباره فعالیت یزدباف باید از مردم یزد و نیروی انسانی در حال کار برای این برند، نظرخواهی کرد، چند برند قدیمی تعطیل شدند و چرا؟ چند برند باقیمانده‌اند و چگونه؟

نتایج این مطالعات و بررسی‌ها نشان می‌دهد، کارآفرین، موفق عمل کرده یا خیر. چنین برخوردهایی



چنین فضایی شد.

نیمه نخست سال که فهرست ابربدهکاران بانکی منتشر شد، نام رئیس هیئت‌مدیره این برند حدود ۷۰ ساله نیز جزو این فهرست بود.

محمد ضرابیه، یکی از کارآفرینان موفق صنعت کشور است که برخی شرکت‌های نیمه‌فعال با مدیریت او پویا شده‌اند.

او کار در صنعت را از صفر آغاز کرده و با مرور زمان، تجربه‌ها اندوخته است.

مدیریت او یک‌شبه اتفاق نیفتاده و این رمز موفقیت این کارآفرین پیشکسوت کشورمان به‌شمار می‌رود. چند سالی است، یزدباف به سوی تولید پوشاک رفته و هدف آن تولید پوشاک از کفش تا کلاه است.

البته قرار نیست تمام محصولات در این شرکت تولید شود، بلکه ایجاد اشتغال برای شرکت‌های

اشاره:

رانت و فساد مالی، بنیاد اقتصادی هر کشوری را ضعیف می‌کند؛ امری که متأسفانه، اقتصاد ایران را هم دچار بیماری مزمن کرده است. اصلاح وضعیت موجود به‌طور قطع از ضروریات بوده و چاره‌ای جز آن نیست.

حال اگر این اصلاح روند، با مطالعه درست و به‌شکل مناسب انجام نشود، شرایط به‌گونه‌ای پیش خواهد رفت که برخی از کارآفرینان هم قربانی می‌شوند. اگر چنین شود، بخش‌های سالم که در حال فعالیت درست هستند نیز آسیب‌دیده و چه‌بسا اقتصاد و صنعت کشور دچار چالش‌های جدی‌تری شود.

یزدباف واحدی فعال در حوزه تولید پارچه و یکی از ۶ شرکتی است که با عنوان شرکت کاغذی، قربانی



کارآفرینان جوان و سرمایه‌گذاران جدید را بی‌انگیزه می‌کند، زیرا عنوان می‌شود با فعالان پیشکسوت این‌گونه رفتار می‌شود، حال چه تضمینی وجود دارد با تازه‌واردان برخورد قهرآمیزتری نشود؟!

به‌عنوان یک کارآفرین، تمام تلاشم را کرده‌ام که در حوزه فعالیت حرفه‌ای که دارم، بهترین باشم و بالاترین دانش‌ها را برای تداوم حیات فعالیت صنعتی خود کسب کنم.

کارآفرینان خوش‌فکر زیادی هستند که با بالاترین دانش، بهترین موقعیت را در کشورهای بیگانه دارند، اما به دلیل تعصب به وطن با تمام نامالایمات کنار آمده و فعالیت موثر و موفق در کشور دارند. این ارزشمند است.

باید از این جوانان خلاق که با وجود شرایط نامساعد مانده‌اند و فعالیت می‌کنند، تقدیر کرد.

به‌عنوان کارآفرین قدیمی، تمام توان خود را به کار بسته‌ام که ریشه نیروی کار خلاق را در کشور بکارم. این را وظیفه خود می‌دانم و همین امر سبب شده در طول فعالیت حرفه‌ایم، مورد اعتماد مدیران گوناگون باشم. زمانی هم که مدیریت مجموعه‌ای، از سوی سهامداران بر عهده من گذاشته می‌شود، تام‌الاختیار نبوده و به‌عنوان یک مدیر در شرکتی با سهامی عام فعالیت دارم.

چگونه می‌توان به‌طور ریشه‌ای یک فعالیت صنعتی راه‌اندازی کرد و قدمت فعالیت‌ها را ۱۰۰ ساله و بلکه بیشتر کرد؟

تداوم فعالیت صنعتی، یک ضرورت برای موفقیت در بازار جهانی است.

صنعت درختی است که هر قدر به آن پرداخته شود، بزرگ‌تر شده و شاخ و برگ‌های بیشتری می‌دهد. مراقبت از صنایع فعال، مهم‌تر از احداث واحد تولیدی جدید است، زیرا اینکه فعالیتی به نتیجه و سوددهی برسد، زمانبر است.

پس منطق اقتصادی حکم می‌کند، بیش از آنکه واحدهای صنعتی جدید راه‌اندازی شوند، از واحدهای فعالی که داریم، مراقبت و نگهداری کنیم، چون با هزینه زمانی و مالی زیاد معروف و برند شده‌اند. به‌عنوان مثال، یزدباف پارچه تولید و آن را به پیراهن تبدیل می‌کند و با قیمت ۳۵۰ هزار تومان می‌فروشد،

سهامدار خرد با آن در مجمع پایان سال، شرکت می‌کند و توقع حداقل سودی بیش از سود بانکی دارد. این مسئله نیاز به تجزیه و تحلیل دارد و باید مسائل برای خریداران سهام خرد روشن و شفاف شود تا با آگاهی مبادرت به خرید سهام کنند.

در چند سال گذشته با بورس برخوردی شد که نتیجه آن ضرر چند میلیون نفر بود که با فروش طلای اعضای خانواده مبادرت به خرید سهام کرده بودند و چند صد نفر هم میلیاردها تومان سود به‌دست آوردند، چون این بازار درست پی‌ریزی نشده بود.

در حال حاضر مثلاً می‌گویند زمین کارخانه یزدباف ۵ هزار میلیارد تومان می‌ارزد، پس سهام آن ۱۰ هزار تومان در بورس قیمت‌گذاری می‌شود و افراد ناآشنا مغلوب چنین فضایی شده و با خرید سهام با قیمت بالا در ادامه متضرر می‌شوند، اما در مقابل افرادی که چنین بازی را در بورس راه انداخته‌اند، با مدیریتی که دارند منجر به ریزش سهام شده و میلیاردری سود می‌کنند

به این ترتیب، آرام‌آرام این افراد سودجو، مجامع را آلوده کرده و متأسفانه در چنین فضای آلوده‌ای حرف صنعتگر پذیرفته نمی‌شود و افراد ناآگاه مغلوب چنین موقعیتی می‌شوند.

در ادامه این مشکلات منجر به مشاجره‌هایی در مجامع خواهد شد. حال اگر سرمایه‌گذار موفق به

اما با همین پارچه یک برند معروف خارجی، پیراهن دوخته که آن را یک میلیون تومان به فروش می‌رساند و حتی در بازار داخل ایران هم با همین قیمت به فروش می‌رسد.

اعتبار جهانی و تبدیل به برند شدن، با خوب کار کردن و تبلیغات مناسب در طول زمان به‌وجود می‌آید. برخی نامالایمات زمان را برای برندسازی طولانی‌تر می‌کند. نام بردن از ۶ شرکتی که فعالیت داشته و در بورس حضور دارند، به‌عنوان شرکت‌های کاغذی یکی از این نامالایمات بود.

لازم است در حوزه بورس چند نکته را یادآور شوم. برای صناعی که در بورس فعالیت دارند، مبنای ارزش‌گذاری سهام و درآمدها باید بازدهی و افزایش سرمایه سالانه آنها باشد.

از این‌رو معتقدم قیمت ۹۰ درصد سهام، نمی‌تواند بیش از هزار تومان باشد؛ یعنی اگر سرمایه شرکتی ۱۰۰ میلیون تومان است باید ۲۰۰ میلیون تومان سودده باشد که با محاسبه سودش ۲۰ درصد شود، چون سهامدار خرد ۱۰۰ تومان را هزار تومان خریداری کرده است (نرخ یک سهم)؛ بنابراین اینکه این سهام ۵ یا ۱۰ هزار تومان خرید و فروش شود نمی‌تواند رویه درستی باشد.

نظر شخصی من این است که مبنای بورس سهام، عرضه و تقاضا نیست، بلکه سود واقعی است که

صادرات پارچه و پوشاک به ارمنستان آغاز شده و قرار است از طریق ارمنستان به بازار روسیه وارد شویم. بازار روسیه، بازار بزرگی است و برای موفقیت باید بتوانیم بین ۲۵ تا ۳۰ درصد محصولات تولیدی مان را صادر کنیم.

در اواخر دولت ششم و اوایل دولت هفتم، این برند روزانه یک کانتینر پارچه خام به اروپا صادر می‌کرد. این ظرفیت از بین رفت، چون پول نفت واردات را تسریع کرد. در این میان، هنگامی که قیمت نفت ۸ دلار بود، صنعتگر مشکلی نداشت، اما قیمت نفت که ۱۰۰ دلار شد تولید هم نابود شد.

پیشنهاد شما برای برون‌رفت تولید از وضعیت موجود چیست؟

معتقدم اقتصاد سیاست‌بردار نیست؛ این دو حوزه متفاوت از یکدیگر هستند و دولت باید پیگیر مشکلات تولیدکنندگان باشد.

امروز بسیاری از صنعتگران کمتر از ظرفیت خود فعالیت دارند. اگر کارخانه‌ای امکان تولید ۱۰۰ هزار تن از کالایی دارد، چرا باید فعالیت صنعتی زیر ۷۰ درصد ظرفیت اسمی باشد. اگر چنین باشد، سودآور نبوده و این نشان می‌دهد مشکلاتی وجود دارد.

در حال حاضر، کمبود تولید به دلیل پایین بودن تیراژ است، نه ظرفیت تولید. تیراژ پایین قیمت‌ها را در بازار افزایش می‌دهد؛ در نتیجه بهای تمام‌شده رقابتی نبوده و در بازار جهانی سهمی نخواهیم داشت.

اگر خط تولیدی راه‌اندازی می‌شود باید با دست‌کم ۷۰ درصد فعالیت داشته باشد تا سودآور شود. من تولیدکننده هم از بازار داخل خرید می‌کنم و متوجه گرانی محصولات هستم.

همیشه هنگام خرید برآورد می‌کنم کارگرم چقدر قدرت خرید محصولات را دارد.

برای ورود به کار تولید، مدیریت باید صنعت را به‌طور کامل بشناسد. امروز عدم تعادل بین عرضه و تقاضا منجر به افزایش تورم و کاهش قدرت خرید مردم شده است؛ بنابراین اگر خط تولیدی فعالیت دارد باید حداقل

با ۷۰ درصد ظرفیت اسمی تولید کند تا بهره‌ور بوده و برای اقتصاد کشور سودآور باشد.

منبع: گسترش صمت

را نداشتند. یا با به‌دست آوردن سود و ثروت‌اندوزی سرمایه خود را از فعالیت تولیدی خارج و مسئولیت خود را فراموش کرده‌اند.

برخی افراد معتقدند نام یزدباف برای برند شدن نمی‌تواند نامی مناسب باشد این در حالی است که مهم، ارائه محصولات و خدمات مطلوب به مصرف‌کننده بوده و اینکه مردم از کالای شما رضایت داشته باشند.

هر محصول یا خدماتی که بازدهی داشته باشد، برند شده و سهمش در بازار افزایش می‌یابد و نه فقط در بازار داخل که در بازارهای جهانی هم دارای جایگاه ویژه‌ای می‌شود.

یزدباف به‌طور جدی در حال کار روی این موضوع بوده و چند سالی است با ورود به صنعت پوشاک، فروشگاه‌های زیادی در برخی شهرهای کشور راه‌اندازی کرده است.

در نمایشگاه‌های فصلی حضور فعال دارد تا به این ترتیب در سطح وسیع‌تر خود را به مردم معرفی کند. در ابتدای راه قرار داریم و هنوز تا رسیدن به هدف باید کارهای زیادی انجام شود.

مقبول جامعه بودن به این سادگی به‌دست نمی‌آید، ضمن اینکه نگهداشت اعتبار نیز دشوار است؛ بنابراین باید خیلی کار کرد و مطالعه داشت.

افزایش کمی در کنار ارتقای کیفی برای تبدیل شدن به برندی فراملی، ضروری است. در حوزه افزایش تیراژ چه برنامه‌ای را دنبال می‌کنید؟

اگر ۵۰ درصد پارچه‌هایی که در یزدباف بافته می‌شود، تبدیل به پوشاک شود، بزرگ‌ترین تولیدکننده پوشاک در منطقه خواهیم شد.

در حال حاضر، مردم یزدباف را با پارچه‌هایش می‌شناسند که هدف این است با توسعه فعالیت به برندی ملی در حوزه پوشاک تبدیل شود.

در این راستا، حتی روی تولید سایر اقلام مصرفی مختص این برند هم فکر کرده‌ایم.

در امر صادرات برنامه‌ای هم برای بازار روسیه دارید؟



تاسیس شرکتی شود، دیگر تمایلی به ورود به بازار سرمایه نخواهد داشت این در حالی است که ورود شرکت به بورس زمینه توسعه آن را فراهم می‌آورد. این بازی‌ها فقط در بورس کشور ما وجود دارد.

شما از برندی خارجی گفتید که به دلیل برندسازی موفق شده محصولاتش را با سود بیشتر به فروش برساند. چگونه تولیدکنندگان فعال داخلی می‌توانند در صنعت نساجی موفق به برندسازی شوند؟

ایران در صنعت نساجی از پیش از انقلاب فعال بوده و فعالان آن به دنبال برندسازی در حوزه پوشاک بوده‌اند. فرازونشیب‌های اقتصادی و سیاسی سبب شده این رویا برای صنعت پوشاک کشور محقق نشود، اما یزدباف برنامه‌ریزی کرده تا این آرزو را طی چند سال آینده محقق کند.

یزدباف سال به سال رشد کرده و این ظرفیت را دارد که در کنار برند شدن در صنعت نساجی، در صنعت پوشاک هم تبدیل به برند ملی شود. زمان نیاز دارد و باید در کیفیت و مد، رضایت مصرف‌کننده را تامین کنیم؛ البته خدمات‌دهی مناسب هم بسیار کمک‌کننده است.

شاید یکی از اشتباهات گذشته برخی تولیدکنندگان این بوده که هنگامی که در بازار معروف شدند، از کیفیت کالا کم کرده و محصولاتشان دیگر مرغوبیت گذشته