گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۵۳۳۴
دوشنبه ۱۹ مرداد ۱۴۰۵ ۸:۰۸

سلیمان مددی، رئیس اتحادیه پیراهن‌دوزان و تریکوجات شهر کرج:

آینده پوشاک ایران به مدیران نابغه‌ای نیاز دارد که نه از خلاقیت بترسند و نه بروکراسی

مدیریت در بخش خصوصی و تشکل‌های صنفی، بیش از هر زمان دیگری نیازمند شناخت جامعه، به‌روزرسانی دانش، ارتباط مؤثر و توانایی ایجاد تغییر است. سلیمان مددی، رئیس اتحادیه پیراهن‌دوزان و تریکوجات شهر کرج، در گفت‌وگو با شبکه خبری مدیران نابغه، با اشاره به اهمیت خلاقیت در مدیریت واحدهای صنفی، نقش ارتباطات در رشد مدیران، ضرورت کاهش موانع اداری و جایگاه رسانه‌ها در توسعه صنعت پوشاک، دیدگاه‌های خود را مطرح کرد.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، مدیریت در بخش خصوصی و تشکل‌های صنفی، بیش از هر زمان دیگری نیازمند شناخت جامعه، به‌روزرسانی دانش، ارتباط مؤثر و توانایی ایجاد تغییر است. سلیمان مددی، رئیس اتحادیه پیراهن‌دوزان و تریکوجات شهر کرج، در گفت‌وگو با شبکه خبری مدیران نابغه، با اشاره به اهمیت خلاقیت در مدیریت واحدهای صنفی، نقش ارتباطات در رشد مدیران، ضرورت کاهش موانع اداری و جایگاه رسانه‌ها در توسعه صنعت پوشاک، دیدگاه‌های خود را مطرح کرد.

مددی در ابتدای این گفت‌وگو با معرفی خود اظهار کرد: سلیمان مددی هستم، رئیس اتحادیه پیراهن‌دوزان وتریکوجات شهر عزیز کرج و در حوزه صنعت پوشاک و فعالیت‌های صنفی مشغول به کار هستم.

مدیریت موفق بدون خلاقیت و شناخت جامعه امکان‌پذیر نیست

رئیس اتحادیه پیراهن‌دوزان و تریکوژت کرج با اشاره به نقش خلاقیت در مدیریت اظهار کرد: اصل مدیریت باید همراه با خلاقیت باشد. مدیری موفق است که به‌روز باشد، مسائل روز جامعه را بشناسد و بتواند متناسب با شرایط، تصمیم‌های درست اتخاذ کند.

وی ادامه داد: «در حوزه پوشاک، این موضوع اهمیت بیشتری دارد؛ زیرا این صنعت ارتباط مستقیمی با سلیقه، فرهنگ و تغییرات جامعه دارد. مدیر این حوزه باید علاوه بر دانش مدیریتی، شناخت کافی از جامعه، ذوق هنری و توانایی پیش‌بینی تغییرات بازار را داشته باشد.

مددی افزود: موفقیت در مدیریت یک واحد صنفی یا یک تشکل صنفی، نتیجه کنار هم قرار گرفتن مجموعه‌ای از عوامل مانند تجربه، خلاقیت، شناخت بازار و به‌روز بودن است.

ارتباطات و حضور در جامعه بزرگ‌تر؛ مسیر رشد مدیران

این مدیر صنفی درباره مهم‌ترین تجربه مدیریتی خود گفت: یکی از تجربه‌های ارزشمندی که در دوران فعالیت در اتحادیه به دست آوردم، اهمیت ایجاد ارتباطات گسترده است.

وی افزود: زمانی که یک فرد تنها در چارچوب یک واحد صنفی فعالیت می‌کند، ممکن است تصور کند بهترین روش‌ها را می‌شناسد، اما زمانی که وارد یک جامعه بزرگ‌تر مانند اتحادیه، نمایشگاه‌ها، جلسات تخصصی و برنامه‌های صنفی می‌شود، با دیدگاه‌ها و تجربه‌های متفاوتی روبه‌رو خواهد شد.

مددی تصریح کرد: شرکت در نمایشگاه‌ها، سمینارها و نشست‌های تخصصی می‌تواند نگاه مدیران را توسعه دهد و باعث شود تصمیم‌گیری‌های آن‌ها پخته‌تر و آگاهانه‌تر شود.

خرد جمعی؛ سرمایه پنهان تشکل‌های صنفی

رئیس اتحادیه پیراهن‌دوزان و تریکوجات کرج با تأکید بر اهمیت تعامل میان مدیران اظهار کرد: یکی از مزیت‌های حضور در تشکل‌های صنفی، استفاده از تجربه و دانش افراد مختلف است. زمانی که دیدگاه‌های متفاوت کنار هم قرار می‌گیرند، امکان پیدا کردن راهکارهای بهتر افزایش پیدا می‌کند.

وی ادامه داد: مدیران نباید خود را محدود به تجربه شخصی کنند؛ زیرا بسیاری از راه‌حل‌های جدید از ارتباط با افراد، گروه‌ها و مجموعه‌های دیگر به دست می‌آید.

کاهش بروکراسی؛ شرط نفس کشیدن تولید و صنعت

مددی درباره مهم‌ترین اقداماتی که در صورت داشتن مسئولیت در وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام می‌داد، اظهار کرد: یکی از اولین اقدام‌ها، کاهش بروکراسی‌های اداری و قوانین دست‌وپاگیر بود؛ زیرا بخش زیادی از مشکلات صنعت، ناشی از همین موانع است.

وی افزود: «بخش خصوصی و فعالان صنعتی زمانی می‌توانند بهتر عمل کنند که فضای مناسب برای فعالیت داشته باشند. مدیران و تولیدکنندگان امروز

در بسیاری از مواقع به جای تمرکز بر توسعه کسب‌وکار، درگیر فرآیندهای اداری هستند.

رئیس اتحادیه پیراهن‌دوزان وتریکوجات کرج خاطرنشان کرد: قانون باید وجود داشته باشد و رعایت شود اما زمانی که برخی قوانین مانع رشد تولید و صنعت می‌شوند، باید مورد بازنگری قرار بگیرند.

وی ادامه داد: «اصلاح قوانین صنفی باید به شکلی باشد که به رشد صنعت، حمایت از تولیدکنندگان و بهبود شرایط فعالان اقتصادی کمک کند، نه اینکه صرفاً تغییرات ظاهری ایجاد شود.

رسانه؛ پیشران معرفی و توسعه صنعت پوشاک

این مدیر صنفی درباره نقش رسانه‌ها در توسعه فعالیت‌های صنفی و صنعتی گفت: رسانه یکی از مهم‌ترین ابزارهای رشد بخش صنعت است و می‌تواند تأثیر بسیار زیادی بر معرفی توانمندی‌ها و ایجاد ارتباط میان فعالان اقتصادی و جامعه داشته باشد.

وی ادامه داد: در صنعت پوشاک، طی سال‌های اخیر با گسترش فضای مجازی و فعالیت بیشتر رسانه‌ها، ارتباطات افزایش پیدا کرده و همین موضوع باعث شده این صنعت مسیر رشد و توسعه بیشتری را طی کند.

مددی تأکید کرد: رسانه می‌تواند در رده‌های نخست عوامل اثرگذار بر توسعه صنایع قرار بگیرد؛ زیرا باعث دیده شدن ظرفیت‌ها، معرفی تولیدکنندگان و ایجاد ارتباط گسترده‌تر میان بازار و فعالان این حوزه می‌شود.

آینده صنعت پوشاک با مدیریت پویا و نگاه نو ساخته می‌شود

رئیس اتحادیه پیراهن‌دوزان وتریکوجات شهر کرج در پایان گفت: مدیران بخش خصوصی و صنفی برای موفقیت باید همیشه در حال یادگیری باشند، ارتباطات خود را توسعه دهند و از تغییرات روز جامعه عقب نمانند. خلاقیت، شناخت بازار و استفاده از ظرفیت رسانه‌ها، مسیر رشد پایدار صنعت را هموار خواهد کرد.