

صناعة الملابس المصرية

أكد أكاد وأكد لكم أن لدينا امكانيات هائلة نستطيع أن ننافس بها عالميا فى مجال صناعة الملابس التى تطورت كثيرا فى المرحلة الأخيرة ، وأننا فى هذا المجال لا تنقصنا الخامات اللازمة ، ولما الأيدى العاملة المدربة والمتواضعة الأجر ، ولما هندسة التصميم التى يمكن تشجيعها لمزيد من التطوير والابتكار . تبقى فقط نقطتان تتعلق إحداهما بالإدارة ، والثانية بالتسويق .

أما الإدارة فإنها مازالت بطيئة الإيقاع ، غير متواصلة مع كوادرها المتدرجة التى تصل إلى عامل المصنع نفسه ، وغير حريصة على التحسين المستمر والإجادة المتواصلة من أجل تحقيق أعلى مستوى من الإنتاج . وكلما جاء مدير جديد أو مدير عام أو رئيس مجلس إدارة كان كل همه هو الانتقال من منافسيه ، والقضاء على أصوات المعارضة داخل المؤسسة ، الأمر الذى يمهد الطريق إلى ظهور شلة جديدة من المنتفعين والرافقين ، حتى ينتهى الأمر بخروجه من المكان أو إخراجه منه ، ثم يأتى شخص آخر تتكرر معه نفس المسألة . والذى أريد أن أنبه إليه هنا هو أن مدير المكان إذا لم يكن (عاشقا) لنوعية العمل فإن كل مؤهلاته الأخرى لن تؤدى إلى أى نتيجة إيجابية . ولو أن المسألة سارت على ما أدعو إليه ، فمن اللازم أن يكلف أى مسئول عن مؤسسة لصناعة الملابس المصرية بتحقيق هدف محدد ، حتى ولو كان بسيطا ، وأن يحاسب بعد مدة معينة عن تطبيقه . ومن اللازم أن تسلط الأضواء الإعلامية عليه عند استلامه العمل ، وأثناء تنفيذه ، وحين الوصول إلى مرحلة النتائج ، حتى يقف المجتمع على أسلوب أدائه ، ومدى إنجازه ..

أما فيما يتعلق بالتسويق ، فإن الحال واضح للعيان . البديل والفساتين والبنتلونات مكدسة فى أكياس ذيلون مليئة بالغبار ، ولكى يتعرف البائع نفسه على رقم المقاس المناسب للزبون يظل يقلب ويقلب كأنه وافد جديد على المكان ، وليس مسئولا عن تنظيمه وترتيبه . وحين تخرج الملابس نجدها قد أصابها الزمن ، وعلمت فيها (العتة) ، وتحول لونها إلى لون باهت ، ومع ذلك فإن السعر يظل كما هو دون مراعاة لحالة المنتج ، إلى أن تحين فترة الأوكازيون . أما معاملة الزبون فهي أقرب إلى الإهمال واللامبالاة ، وأحيانا تصل إلى المعازلة والتحدى .. هذا فى التسويق الداخلى ، أما التسويق الخارجى ، فتكون له لجان محترفة ، قابلت العديد منها فى صالة كبار الزوار بالمطار ، وهم يربطون (بتشديد الباء) مع بعضهم البعض ، ولما يسمحون لى دخيل عليهم من الإدارة أن يصبح عضوا معهم ، حتى لا يتمتع بمزايا السفر وبدلاته .. هؤلاء يسافرون بهدف تسويق منتجاتنا للخارج ، ثم يعودون محققين بعض مصالحهم الشخصية الصغيرة ، وتظل بضاعتنا فى أماكنها دون أن ترى الأسواق العالمية ، التى كان من الممكن أن ننافس فيها بفضل جودتها ، ورخص سعرها ..

عندما زرت فرنسا مؤخرا ، وقفت أتفرج على روعة عرض الملابس هناك فى الفاترينات ، وهالنى أسعارها المرتفعة للغاية ، وعندما عدت إلى مصر أسرعرت بشراء بدلة كاملة ، أفضل مما رأيت ، ولما يكاد يبلغ سعرها واحدا على عشرة من مثيلاتها هناك .