

اشاره:

تولید را به عنوان حرفه پدری دنبال می‌کند و سودهای سرشار ساختمان‌سازی و سپرده‌گذاری در بانک‌ها را دلیل موجهی برای تمرکز به فعالیت‌های غیر تولیدی نمی‌داند. شنیدن صدای چرخ خیاطی برایش مانند یک آهنگ دلنشین است و حفظ اشتغال حدود ۱۲۰ نیروی انسانی، مهم‌ترین انگیزه وی برای تداوم تولید است.

مدیر عامل درفشیران که فعالیت تولیدی را از سال ۱۳۶۶ آغاز کرده است، از دوران صادرات موفق به قزاقستان تحت عنوان دوران طلایی یاد می‌کند و اعتقاد دارد تنها راه نجات واحدهای تولیدی پوشاک در شرایط نامساعد اقتصادی، صادرات است.

محمودی ادامه می‌دهد: در صادرات حجم عظیمی از محصولات به فروش می‌رود و نقدبengi ایجاد شده گردش چرخ تولید را به همراه دارد. اگرچه در بازار داخلی پتانسیل‌های بسیاری برای عرضه پوشاک وجود دارد اما فکر می‌کنم با توجه به هجوم برندهای خارجی به کشور، تولیدکنندگان هم از نظر مسائل تولیدی و هم فروش با زحمات و دردهای مضاعفی روبرو شوند.

۴ بیوگرافی و ورود به میدان تولید

متولد سال ۱۳۴۷ در شهر تبریز هستم و از سال ۱۳۶۶ به صورت مستقیم فعالیت در صنعت پوشاک که حرفه پدری‌ام است را شروع کرده‌ام. پدرم در زمینه تولید لباس زیر مردانه و بچه‌گانه سابقه‌ای حدود ۶۰ ساله دارند و من نیز از دوران کودکی همراه برادرانم با روند تولید پوشاک و مراحل مختلف آن آشنا شدم، در واقع ریشه علاقه‌ام به این صنعت به دوران کودکی باز می‌گردد. کار در کارگاه پدر را از مراحل پایین و پادویی شروع کردم و به تدریج با چرخ‌های مختلف خیاطی آشنا شدم تا این که به اصطلاح توانستم فوت و فن تولید پوشاک را فرا گیرم.

سال ۱۳۶۶ و پس از ورود به تهران با توجه به نیاز جامعه تصمیم گرفتیم تولید پوشاک ورزشی را آغاز نماییم و با برند درفش (به معنای پرچم و برگرفته از نام درفش کاویانی) که یادگار فعالیت‌های پدر در تبریز بود، کارمان را شروع کردیم.

۴ به حجم تولید و منابع تهیه مواد اولیه مصرفی

درفشیران اشاره نماید.

میزان تولید ماهیانه ما حدود ۱۸-۱۷ هزار قطعه کاپشن، شلوار، تی‌شرت و تاپ ورزشی است. بخش عمده‌ای از مواد اولیه مصرفی ما از تولیدات باکیفیت داخلی است که خوشبختانه از این نظر با مشکلات کیفی مواجه نیستیم. به تازگی نیز واحد بافت و رنگرزی را در

کارخانه راهاندازی کرده‌ایم و مانند

یک هلدینگ خانوادگی در

بخش‌های مختلف صنعت

نساجی و پوشاک فعال

هستیم. لازم به توضیح

است که فعالیت‌های

درفشیران به سه بخش

نساجی درفش

دیدگاه



اگر تولیدکننده‌ای بخواهد در صنعت پوشاک دوام بیاورد و رشد کند راهی جز صادرات ندارد. در صادرات حجم عظیمی از محصولات به فروش می‌رود و نقدینگی ایجاد شده گردش چرخ تولید را به همراه دارد.

تولید پوشاک ورزشی، تولید کش‌های نساجی (قابل استفاده در البسه زیر زنانه و مردانه) و نخ‌های اسپاندکس تقسیم‌بندی می‌شود.

بخش تولید کش در سال ۱۳۷۸ با نصب و راه‌اندازی یکی از تولیدکنندگان معتبر ماشین‌آلات کشبافی فعالیت خود را آغاز کرد. این واحد در تولید انواع کش فقط از مواد اولیه نایلون استفاده می‌نماید زیرا نایلون تنها الیاف مصنوعی است که بیشترین سازگاری را با پوست انسان دارد. همچنین به دلیل استفاده از این محصولات در لباس زیر زنانه و مردانه بهداشت و غیر حساسیت‌زا بودن این محصولات بسیار حائز اهمیت است. از سال ۱۳۹۲ در راستای طرح توسعه ماشین‌آلات، کاورینگ نیز به این مجموعه اضافه شد که قادر به تولید انواع نخ‌های اسپاندکس و کش‌های کاور شده است. در این سه مجموعه حدود ۱۳۰ نفر به‌طور مستقیم مشغول کار هستند. چند کارخانه تولیدکننده نخ پنبه‌ای در ایران وجود دارند که کیفیت تولیدات آن بسیار بالا و قابل رقابت با نخ‌های خارجی هستند و مواد اولیه مورد نیاز را از این کارخانه‌ها تهیه می‌کنیم زیرا معمولاً نخ‌های پنبه‌ای وارداتی از هند کیفیت چندان ندارند و موجب افت کیفیت محصول نهایی می‌شوند.

سطح کار کارخانه‌های رنگرزی نیز در سطح قابل توجهی قرار دارد و در بسیاری از زمینه‌های تأمین مواد اولیه به خصوص پوشاک ورزشی نیازی به پارچه‌های وارداتی نیست.

۴ دهه ۶۰ وضعیت تولید پوشاک کشور چگونه بود؟

زمانی که به‌طور رسمی وارد این صنعت شدیم در بخش تولید پوشاک ورزشی بیش از ۲۰ برند توانمند و معتبر

ایرانی وجود داشت که به تهیه و تأمین پوشاک مورد نیاز تیم‌های ملی و باشگاهی می‌پرداختند اما متأسفانه امروز هیچ اثری از این برندهای مطرح و معتبر وجود ندارد و به خاطره تبدیل شده‌اند.

۴ به دلیل واردات غیرقانونی و قاچاق پوشاک ورزشی؟

بله بخش عمده‌ای از توقف واحدهای مذکور قاچاق پوشاک ورزشی به کشور بود اگرچه فکر می‌کنم تولیدکنندگان نیز در این زمینه کم کاری‌هایی کرده‌اند به عبارت بهتر در دوران رونق ساختمان‌سازی، برخی تولیدکنندگان سرمایه خود را به سمت ساخت و ساز سوق دادند و با خروج نقدینگی از تولید، توان واحدهای تولیدی تحلیل رفت و بسیار شکننده شدند تا جایی که راهی جز توقف و تعطیلی برایشان باقی نماند اما بسیاری از مجموعه‌ها مانند درفشیران نیز به دلیل تعصب و علاقه به تولید و حفظ اشتغال، هرگز سرمایه‌های خود را از تولید به ساخت و ساز منتقل نکردند و سوده‌های کسب شده را به رشد و توسعه صنعت پوشاک اختصاص دادند. به اعتقاد من اگر تولیدکننده‌ای بخواهد در صنعت پوشاک دوام بیاورد و رشد کند راهی جز صادرات ندارد. در صادرات حجم عظیمی از محصولات به فروش می‌رود و نقدینگی ایجاد شده گردش چرخ تولید را به همراه دارد. اگرچه در بازار داخلی پتانسیل‌های بسیاری برای عرضه پوشاک وجود دارد اما فکر می‌کنم با توجه به هجوم برندهای خارجی به کشور، تولیدکنندگان هم از نظر مسائل تولیدی و هم فروش با زحمات و دردهای مضاعفی روبرو شوند.

۴ سال ۶۶ وارد عرصه‌ای شدید که به گفته خودتان برندهای قدرتمند و معتبر در آن به فعالیت می‌پرداختند. به عنوان یک برند نوپا این موضوع باعث نگرانی شما نمی‌شد که در مقابل رقبای قدیمی و کهنه‌کار نتوانید عرض اندام کنید و اعتماد بازار را نسبت به خود جلب نمایید؟



بدون این که محصولاتشان به فروش برود. در واقع توازنی میان تولید و توزیع وجود نداشت، بیشتر بنکداران منافع خود را در نظر می گرفتند و اهمیت چندانی به تولیدکنندگان نمی دادند. در حال حاضر سیستم توزیع کشور به سمت عرضه مستقیم حرکت می کند و درفشیران نیز از این قاعده مستثنی نیست و در هر استانی ۴-۵ عاملیت فروش به ارائه پوشاک درفشیران می پردازند. بخشی از فعالیت های مانیز به تولید پوشاک تبلیغاتی برای سازمان ها و نهادهای دولتی و خصوصی اختصاص دارد.

درفشیران دو فروشگاه تکفروشی مستقیم در خیابان منیریه و ستارخان تهران دارد اما ورود به بخش تکفروشی به دلیل اجاره های بسیار سنگین، کاری دشوار است. در سایر کشورها تولیدکننده به فعالیت مشخص خود یعنی تولید می پردازد، فروشنده در زمینه فروش محصولات فعال است، توزیع کننده نیز اطلاعات دقیقی از وظایف خود دارد و به طور کلی هر کسی سرگرم کار خود است اما در کشور ما تولیدکننده برای ادامه حیات، باید هر سه مسئولیت تولید توزیع و خردهفروشی را بر عهده بگیرد.

در تکمیل سوال شما پیرامون رقابت با برندهای قدیمی باید اضافه کنم که به تدریج با نیاز و خواسته بازار و مصرف کنندگان آشنا شدیم. روزهایی را پشت سر گذاشتیم که انبار کارخانه به دلیل عدم شناخت از بازار مملو از اجناس به فروش نرفته می شد اما با کسب اطلاع و شناخت از ذائقه مصرف کنندگان، محصولات خود را منطبق با سلیقه آنان تولید کردیم و حدود سه سال به تولید و فروش در بازار داخلی پرداختیم که فرصت بسیار ارزشمند صادرات به قزاقستان پیش آمد و باعث شد اولویت نخست فعالیت های خود را به بازار صادراتی قرار دهیم.

۴ در زمینه تولید و صادرات با موانع و مشکلاتی روبرو بودید؟

شرایط تفاوت چندانی پیدا نکرده است به غیر از این که امروزه واردات انبوه محصولات مختلف به ویژه منسوجات و پوشاک ورزشی مواجهیم تا جایی که اغلب تیم های ملی و باشگاهی لباس های مورد نیاز خود را از تولیدات خارجی (با کیفیت های مختلف) تهیه می کنند

تولیدات را به سه چرخ خیاطی شروع کردیم و در آن زمان حتی پشت چرخ نیز می نشستیم و مشغول تولید می شدیم. وجود برندهای قدرتمند هیچ گاه باعث ترس و نگرانی ما نمی شد زیرا به کیفیت و توان تولیدی خود اعتماد و ایمان کامل داشتیم. به تدریج کار را ادامه دادیم و به جایی رسیدیم که جمهوری های تازه استقلال یافته شوروی، برای خرید پوشاک راهی بازارهای ایران شدند. البته پیش از آن در نمایشگاه پوشاک قزاقستان شرکت کرده بودیم اما متأسفانه این نمایشگاه در جذب بازدیدکننده چندان موفق نبود و به همین دلیل یکی از برادرانم مجبور شد تا فروش تمام محصولاتی که جهت عرضه در نمایشگاه به قزاقستان برده بودیم در این کشور بماند! همین موضوع باعث ماندگاری وی در قزاقستان شد و طبق بررسی های بازار به این نتیجه رسیدیم که بازار قزاقستان برای صادرات پوشاک ورزشی بسیار مساعد و قابل توجه است بنابراین از سال ۱۳۷۳ تا ۱۳۸۰ تمام تولیدات خود را به بازار این کشور اختصاص دادیم.

در آن سال ها تولیدکنندگان پوشاک ورزشی به صادرات محصول به روسیه می پرداختند اما پس از تحقیقات گسترده بازار متوجه شدیم سباز تولیدات این مجموعه ها با آناتومی و اندام مصرف کنندگان روسیه همخوانی ندارد زیرا اغلب مردم روسیه درشت هیکل تر از مردم ایران هستند و این موضوع در تولیدات شرکت ها مورد توجه قرار نمی گرفت با تغییر جزئی در الگوها و ایجاد تناسب محصولات با سباز مردم قزاقستان، توانستیم به عنوان یک برند موفق و تولیدکننده پوشاک باکیفیت و با دوام ایرانی در این کشور شناخته شویم.

خوشبختانه صادرات ما در شرایط بسیار مطلوبی به سر می برد و درفشیران توانست به توسعه چشمگیری دست یابد، این روند ادامه داشت تا این که نرخ دلار تثبیت شد و این موضوع، تحلیل قدرت رقابتی ما را در پی داشت. زیرا در ایران با تورم سالیانه ۲۵-۲۰ درصدی روبرو بودیم و با ثابت ماندن دلار، قیمت تمام شده محصولات ما به تدریج افزایش یافت، به سطحی رسیدیم که دیگر صادرات توجیه اقتصادی نداشت و متأسفانه بازار قزاقستان را از دست دادیم. از سال ۱۳۸۰ به بعد با توجه به شرایط نامطلوب اقتصادی، صادرات را متوقف کردیم و به بازار داخلی متمرکز شدیم.



۴ به سیستم توزیع پوشاک ورزشی درفشیران اشاره نمایید. آیا محصولات از طریق سیستم بنکداری توزیع می شود یا به عرضه مستقیم کالا اعتقاد دارید؟

در سال های گذشته بخش عمده ای از پوشاک واحدهای تولیدی توسط بنکداران توزیع می شد که مشکلات خاص خود را داشت و در بسیاری از موارد زبان های مالی بسیاری برای تولیدکنندگان به همراه داشت

تنها راه مبارزه با قاچاق را اصلاح نرخ ارز می‌دانم تا سودآوری قاچاق به حداقل برسد و فرصت مساوی میان تولیدکننده خارجی و داخلی به وجود آید. در این میان اگر کیفیت و قیمت محصولات داخلی بهتر و مناسب‌تر از مشابه وارداتی باشد، تولیدکننده ایرانی سود خواهد برد و در میدان باقی خواهد ماند در غیر این صورت چاره‌ای جز حذف شدن نیست.

۴ تحریم‌ها تا چه میزان بر فعالیت‌های تولیدی درفشیران اثرگذار بود؟

خوشبختانه تحریم‌ها، تأثیر چندانی بر فعالیت‌های ما نداشت زیرا تأمین‌کننده ماشین‌آلات ما یک شرکت معتبر سوئیسی است که در دوران تحریم نیز به همکاری با ما ادامه داد. بخش عمده‌ای از مواد اولیه مصرفی هم از کارخانه‌های داخلی تهیه می‌شود و به تبع ارتباط مستقیمی به تحریم‌ها ندارد.

۴ فکر می‌کنید با لغو تحریم‌ها، بار دیگر امکان صادرات را پیدا خواهید کرد؟

به صادرات فکر می‌کنیم اما تا زمانی که نرخ ارز واقعی نشود هیچ تصمیم مشخصی نمی‌توان در مورد صادرات اتخاذ کرد. متأسفانه در حال حاضر قیمت ارز فعلی، واقعی نیست و در واقع مشغول خرج کردن دلارهای نفتی بدون هیچ دردسری هستیم! اگر دلارهای نفتی را کنار بگذاریم فکر می‌کنم قیمت واقعی دلار به بیش از ۶ هزار تومان برسد که با این رقم، موتور صادرات غیرنفتی روشن خواهد شد و تولیدکنندگان با توان و انگیزه بیشتری به تولید و صادرات خواهند پرداخت. به‌عنوان یک تولیدکننده برای رونق صادرات با واقعی شدن نرخ دلار موافق هستم زیرا در دهکده و بدون ارتباط با دیگران زندگی نمی‌کنیم که ثابت ماندن ارز در آن تفاوتی نداشته باشد بلکه در جهانی به فعالیت می‌پردازیم که تولیدکنندگان بسیاری در آن مشغول تولید و صادرات هستند و به رصد بازارهای همدیگر می‌پردازند. کشوری مانند چین که در تولید انبوه بسیار قدرتمندتر از ایران است، به سختی قیمت پول خود را پایین نگه داشته‌اند تا بتوانند به صادرات ادامه دهند اما متأسفانه در ایران گویی ریال را قوی نگه می‌داریم که

به یک واردکننده موفق تبدیل شویم! و دلیل وجود واردات غیرقانونی بی‌رویه همین موضوع است وگرنه با دلار ۶ هزار تومانی واردات غیرمنطقی است کما این که حدود سه سال پیش با افزایش نرخ دلار، قاچاق کاهش چشمگیری یافت و تولیدکنندگان اندکی مجال فعالیت پیدا کردند وگرنه با تداوم این شرایط، روز به روز به تعداد واحدهای متوقف افزوده خواهد شد.

مطلب دیگر این که برخی معتقدند با اقدامات اخیر ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، شاهد کاهش قاچاق پوشاک هستیم اما معتقدم که چنین اقدامات انضباطی سابقه‌ای ۳۸-۳۷ ساله دارند و به نتیجه خاصی منتهی نشده است! همان‌طور که در سال‌های دور با دستگاه‌های ویدئو و در سال‌های اخیر با ماهواره برخورد‌های شدید و انضباطی صورت می‌گرفت اما هیچ‌یک از این اقدامات و برخورد‌های آمرانه به عدم مصرف مردم منجر نشد و حتی استفاده از چنین وسایلی افزایش بیشتری پیدا کرد! امروزه قاچاق فعالیت‌های بسیار سودآور محسوب می‌شود و به هیچ کسی نمی‌توان گفت از این سود سرشار صرف‌نظر کند. زمانی می‌توان جلوی قاچاق را گرفت که این سودآوری متوقف شود و دیگر برای قاچاقچی واردات محصولات بی‌کیفیت مقرون به صرفه نباشد. قطع سودآوری هم با بگیر و ببند تحقق نخواهد یافت. قاچاقچی صدها کانتینر پوشاک وارد می‌کند و ممکن است ۱۰ کانتینر آن توسط نهادهای ذی‌ربط توقیف و محموله‌های آن امحا شود اما سایر کانتینرها به حرکت خود ادامه خواهند داد و سود سرشاری نصیب قاچاقچی می‌کنند.

به این واقعیت باید اشاره کنم که طی ۳۰ سال سابقه تولیدی، ۸ سال صادرات باعث رشد، بالندگی و بقای درفشیران شده است و بقیه سال‌ها را فقط گذرانده‌ایم و زمینه‌ای برای رشد پیدا نکرده‌ایم. طی فعالیت‌های صادراتی موفق به احداث کارخانه و نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات مدرن شدیم. از این ۸ سال به‌عنوان سال‌های طلایی یاد می‌کنم و اگر تولیدکننده‌ای بتواند بازار صادراتی برای محصولات خود پیدا کند، موفق خواهد بود.

مدتی پیش به مطالعه و تحقیق در مورد بازار روسیه پرداختیم و نتایج، بیانگر وجود بازار گسترده این کشور می‌دهد و حتی تقاضاهایی نیز از روسیه دریافت کرده‌ایم

اما در کشور ما زیرساخت‌های ارسال کالاهای کمتر از کانتینر به روسیه فراهم نیست در حالی که ترکیه چنین امکانی دارد. به‌هر حال به بررسی‌های خود ادامه می‌دهیم تا شرایط ارسال محصول به‌صورت خرده بار را فراهم کنیم.

۴ به اعتقاد شما بهترین راه مبارزه با قاچاق چیست؟

تنها راه مبارزه با قاچاق را اصلاح نرخ ارز می‌دانم تا سودآوری قاچاق به حداقل برسد و فرصت مساوی میان تولیدکننده خارجی و داخلی به وجود آید. در این میان اگر کیفیت و قیمت محصولات داخلی بهتر و مناسب‌تر از مشابه وارداتی باشد، تولیدکننده ایرانی سود خواهد برد و در میدان باقی خواهد ماند در غیر این صورت چاره‌ای جز حذف شدن نیست. برای تقویت صادرات راهی جز واقعی شدن نرخ ارز وجود ندارد اما دولت در این زمینه با مشکلات متعددی دست و پنجه نرم می‌کند، از یک سو نرخ ارز جهت توسعه صادرات باید افزایش یابد اما از نظر واردات برخی اقلام موردنیاز و حیاتی، بالا بودن نرخ مشکل‌آفرین است و دولت نمی‌تواند زندگی روزمره و امرار معاش مردم را قربانی صادرات کند پس با مقوله‌ای بسیار پیچیده مواجهیم که حل آن دشوار به نظر می‌رسد. البته توجه داشته باشید که تولیدکنندگان داخلی مخالف واردات نیستند اما خواهان ایجاد شرایط مساوی با تولیدات خارجی هستیم زیرا از تکنولوژی مدرن، نیروهای انسانی توانمند و متعدد بهره‌مند هستیم و در برخی بخش‌ها مانند انرژی ارزان و ... دارای مزیت‌هایی هستیم که تولیدکنندگان خارجی از آن بی‌بهره می‌باشند.

۴ بسیاری از واحدهای تولیدی به این نتیجه رسیده‌اند که با تشریک مساعی و همکاری با یکدیگر می‌توانند بسیاری از مشکلات تولید و فروش را حل نمایند برای مثال همان‌طور که می‌دانید بحث راه‌اندازی شرکت سهامی توسعه فروش و صادرات مطرح شده است. دیدگاه شما در مورد این حرکت جمعی چیست و فکر می‌کنید تا چه میزان در فرهنگ‌سازی خرید کالای ایرانی و رونق واحدهای تولیدی پوشاک موثر باشد؟

زمینه تیشرت، تنوع رنگی بالایی وجود دارد و حتی رنگ‌بندی برخی از تیشرت‌های درفشیران به عدد ۶۰ هم می‌رسند. گاهی اوقات رنگ‌های قرمز، آبی و زرد نیز در تولید برخی از مدل‌های شلوار به کار برده می‌شود.

۴ از تکنولوژی‌های مدرن مانند نانو در تولیدات خود بهره‌برداری می‌کنید؟
استفاده از فناوری نانو را در دستور کار درفشیران قرار

بله اما واقعیت این است که در بخش تولید پوشاک ورزشی متداول، تفاوت‌های زیادی با برندهای جهانی نداریم و تنها تفاوت آنها در به کارگیری مباحث مربوط به فناوری‌های پیشرفته و مدرن است که در ایران به چنین تکنولوژی‌های گران‌قیمت و بعضاً انحصاری دسترسی نداریم، البته چنین فناوری‌هایی را به روی تمام کالاهای خود اعمال نمی‌کنند و بیشتر در زمان مسابقات بین‌المللی و حوزه کفش و لوازم و تجهیزات ورزشی مدنظر قرار می‌گیرد.

۴ در پوشاک ورزشی، طرح و مد و رنگ‌بندی جایگاهی دارد؟

مد در لباس ورزشی مانند سایر بخش‌های پوشاک جایگاه چندانی ندارد و در تولید پوشاک ورزشی مهم‌ترین عامل کارایی بالا و راحتی ورزشکار هنگام پوشیدن آن لباس می‌باشد. ضمن این که رشته‌های مختلف ورزشی تعیین می‌کنند چه نوع و طرحی برای لباس مدنظر تولیدکنندگان قرار گیرد. البته الهامی نیز از مدهای روز دنیا گرفته می‌شود اما همان‌طور که اشاره شد کارایی و انعطاف‌پذیری لباس ورزشی در اولویت نخست قرار دارد.

در مورد رنگ‌بندی پوشاک ورزشی هم باید عنوان کنم معمولاً کاپشن و شلوارهای ورزشی مردانه مشکی، سرمه‌ای و رنگ‌های تیره است اما در

راه‌اندازی این شرکت فی‌نفسه اقدامی ارزشمند و مفید است منتها مدل مدیریت این شرکت و فروشگاه‌های زنجیره‌ای آن، موضوعی بسیار مهم می‌باشد که باید به صورت کاملاً شفاف در اساسنامه شرکت قید شود. گویا قرار است مدل اداره مدیریت شرکت‌ها به هیئت مدیره واگذار شود و به نوعی قائم به هیئت مدیره شود که به شخصه با این شیوه موافق نیستیم زیرا وقتی هیئت مدیره تغییر کند، سیاست‌ها و مدل‌های مدیریت نیز عوض خواهند شد. از سوی دیگر به هر حال هیئت مدیره از اعضای انجمن صنایع پوشاک ایران هستند و همگی تولیدکننده می‌باشند و امکان دارد منافع شخصی آنان در این میان لحاظ شود لذا باید در اساسنامه به صراحت نحوه اداره شرکت، استانداردها و سطح کیفی کالاهای عرضه شده در فروشگاه‌های زنجیره‌ای زیرمجموعه مشخص شود تا خدای ناکرده هیچ حقی از اعضا تضییع نشود، قطعاً در چنین مسائلی باید منافع گروهی مدنظر قرار گیرد نه سود و منفعت شخصی.

۴ آیا درفشیران صرفاً به تولید پوشاک ورزشی مردانه متمرکز شده یا پوشاک ورزشی زنانه نیز در دستور کار قرار دارد؟

از بدو راه‌اندازی درفشیران، شعار «کیفیت، رمز جاودانگی است» را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار داده‌ایم و بر آن پایند هستیم. تمام تلاش خود را کرده‌ایم از نظر تهیه پارچه و دوخت به سطح بالایی از کیفیت دست یابیم که به لطف خداوند و تلاش تمام همکاران توانسته‌ایم در برابر هجمه قاجاق دوام بیاوریم. تولیدات درفشیران به کاپشن، شلوارهای ورزشی، تاپ، سوئیشرت مردانه اختصاص دارد و در کلکسیون بهار حدود ۴۰ درصد اقلام به پوشاک زنانه نیز اختصاص پیدا خواهد کرد و تقریباً برای هر نمونه پوشاک مردانه، یک نمونه زنانه نیز در حال تولید است. در واقع نیاز به تولید پوشاک ورزشی زنانه را حس کرده‌ایم و این احتمال وجود دارد با توجه به افزایش نیاز این قشر به پوشاک ورزشی، درصد تولید پوشاک زنانه را ارتقا دهیم.

۴ در تولیدات خود تا چه میزان فعالیت‌های برندهای معتبر جهانی مانند آدیداس، پوما و... را رصد می‌کنید؟



داده‌ایم و در این زمینه مطالعات و آزمایشاتی برای تولید پوشاک با جذب رطوبت بالا و خنک کننده بدن انجام می‌دهیم که فکر می‌کنیم تا چند ماه آینده محصول نهایی آن وارد بازار کشور شود. طبعاً قیمت تمام شده این قبیل محصولات بالا خواهد بود اما این اختلاف قیمت، فاحش و غیرمنطقی نیست.

«محصولات درفشیران از نظر قیمت در چه سطحی قرار دارد؟ آیا اقشار متوسط قادر به خرید آن هستند یا به اقشار متمول متمرکز شده‌اید؟ بازار هدف ما قشر متوسط جامعه است زیرا قشر مرفه معمولاً سراغ برندهای خارجی و گران قیمت می‌روند و محصولات ما برای قشر پایین هم اندکی گران است،

بنابراین قشر متوسط جامعه مشکلی از نظر خرید پوشاک درفشیران ندارد و می‌توان گفت خریدار، محصولی با کیفیت آدیداس و نایک و یک سوم و یک چهارم قیمت آن تهیه می‌کند. در زمینه مقایسه کیفی محصولات درفشیران با نمونه‌های خارجی خاطره جالبی به ذهنم می‌رسد. چندین سال پیش در نمایشگاهی، نماینده یکی از تولیدکنندگان پوشاک ورزشی ترکیه در کنار غرفه ما غرفه‌ای تهیه کرده بود. مدیران و صاحبان آن برند زمانی که از مقابل غرفه ما عبور کردند از نماینده ایرانی خود پرسیدند چرا این شرکت محصولات ما را در غرفه خود قرار داده است؟! پس از مشاهده دقیق کالا متوجه شدند این کالاها تولید ایران است و برایشان بسیار جالب توجه بود که ایرانیان توان تولید پوشاک ورزشی بسیار باکیفیت و قابل رقابت با مشابه خارجی را دارند.

«آیا تاکنون حجم مشکلات باعث شده از ادامه تولید پشیمان شوید؟

هرگز از فعالیت در عرصه تولید پشیمان نشده‌ام اما در بعضی موارد خستگی غلبه پیدا می‌کند که شیفتگی و عشق به کار، جای خود را به خستگی

می‌دهد و با انرژی بیشتری به فعالیت ادامه می‌دهم. پدر توصیه‌ها و نصایح بسیاری در زمینه کسب و کار به ما منتقل کرده‌اند اما شرایط و محیط کسب و کار بسیار متفاوت با نسل گذشته شده است. پیش از انقلاب صنعت نساجی و پوشاک ایران، حرف‌های بسیاری برای گفتن داشت به این صورت که منسوجات ایران به کشورهای اروپایی صادر می‌شد، مصرف‌کنندگان بسیاری جذب محصولات ایرانی شده بودند و حتی بسیاری از کارخانه‌های نساجی فقط برای کشورهای اروپایی تولید می‌کردند اما متأسفانه امروز این شرایط معکوس شده و شاهد واردات قانونی و غیرقانونی انواع پوشاک و منسوجات به کشور هستیم.

«پیش‌بینی شما از آینده تولید پوشاک در ایران چیست؟ فکر می‌کنید دوران طلایی این صنعت تکرار خواهد شد؟

یکی از دوستان معتقد است تمام زندگی ما به‌صورت غارنشینی شده است؛ یعنی فقط شرایط و امکانات برای زندگی روزمره را در نظر می‌گیریم. شرایط به نحوی است که اگر تولیدکننده‌ای بتواند از عهده مخارج امروز خود برآید، هنر بزرگی کرده است! متأسفانه چشم‌انداز مشخصی وجود ندارد که برنامه‌های خود را بر این اساس تدوین نماییم. علی‌رغم تمام شرایط دشوار و نامساعد اقتصادی، برنامه‌های کوتاه مدت یک‌ساله، دوساله و پنج‌ساله تهیه می‌کنیم اما تا چه میزان بتوانیم به این اهداف برسیم، تنها خدا می‌داند!

«مطلب‌نهایی

صدای چرخ خیاطی برایم مانند یک موسیقی دلنشین و لذت‌بخش است و بهترین خاطرات زندگی‌ام، فعالیت در عرصه تولید و صدای ماشین‌آلات است. خداوند نیز به‌دلیل امرار معاش ۱۲۰ نفر در این مجموعه، به زندگی ما برکت می‌دهد و تمام زندگی خود را وقف تولید و صنعت کرده‌ایم. شاید بتوان سرمایه خود را سپرده بانک‌ها کنیم اما به تولید انس گرفته‌ام، حتی یک روز تعطیل هم نمی‌توانم بیکار بمانم و همیشه به دنبال فعالیت و تولید هستم. می‌خواهیم در رشته تخصصی خود بهترین باشیم و برای رسیدن به این هدف از هیچ تلاشی فروگذار نخواهیم بود.

