

سختی‌ها می‌گذرند...

اشاره:

میزبان تولیدکننده‌ای هستیم که فراز و نشیب‌های فراوانی را در زندگی حرفه‌ای خود پشت سر گذشته است. اما ورشکستگی، توقف مقطعی تولید و بدهی‌های سنگین باعث نشدند در مقابل مشکلات سر خم کند و میدان تولید را به دیگران بسپارد.

حسن مرادی - مدیرعامل پوشاک تداعی - معتقد است: در دهه ۷۰، امکان پیشرفت در صنعت پوشاک وجود داشت به همین دلیل توانستیم به رشد قابل ملاحظه‌ای در کار دست یابیم؛ ضمن این که برخلاف امروز با حجم سنگین قاچاق پوشاک از چین و ترکیه و... هم مواجه نبودیم و مردم به صورت چمدانی و با حجم پایین، لباس از تایلند و هند می‌آوردند که تهدیدی برای ما محسوب نمی‌شد. وی در مورد وضعیت صنعت پوشاک در دهه ۹۰ نیز گفت: «دهه ۹۰، صنعت پوشاک ایران با مشکلات فراوانی مواجه شد. قاچاق پوشاک چین و ترکیه در کشور بیداد می‌کرد. در این میان متأسفانه افرادی وارد بازار پوشاک شده بودند که کوچک‌ترین اطلاعی از تولید نداشتند و فقط پول‌های بادآورده داشتند، مرتب در حال رفت و آمد به چین بودند و با واردات پوشاک، به معضل بزرگی برای ما تولیدکنندگان تبدیل شده بودند.» مرادی تصریح کرد: در شرایط بسیار دشوار کار کرده‌ام و معتقدم سختی‌ها می‌گذرند و باید به آینده امیدوار باشیم. به تمام دوستان، همکاران و نسل جوان توصیه می‌کنم برای موفقیت در کسب و کار از نظرات افراد باتجربه، دلسوز و آگاه بهره‌مند شوند.»



گفت‌وگو با حسن رضا مرادی - مدیرعامل شرکت تولیدی پوشاک تداعی

کنیم و پیشنهاد داد نام سن سون (San sevan) به معنای آن چه تو دوست داری) را انتخاب کنیم که برای مشتریان جذاب و گیراست. تا پیش از آن، محصولات را داخل سلفون بسته‌بندی می‌کردیم و بدون نام و عنوان خاصی روانه بازار می‌شد. هنگام پیدا کردن نام، به برادرم گفتم تداعی هم نام زیبا و خوش آهنگی است. اما در نهایت سن سون به عنوان برند محصولات ما انتخاب شد. آن زمان هیچ کالا یا محصولی به نام سن سون عرضه نمی‌شد اما پس از چند سال این نام در اغلب فروشگاه‌های کوچک و بزرگ ایران فراگیر شد و چون برند سن سون را به ثبت قانونی نرسانده بودیم نتوانستیم هیچ ادعایی

پرداختم تا پس از اتمام سربازی برادرانم، تولید پوشاک زنانه در مجموعه پدرم احیا شد و توانستیم در مدت کوتاهی، بخش عمده‌ای از بازار را در اختیار بگیریم. بخشی از تولیدات را به باکوی آذربایجان صادر می‌کردیم که با استقبال چشمگیر مشتریان باکویی همراه بود. در آن مقطع زمانی، با توجه به فروپاشی شوروی و نیاز فراوان جمهوری‌های تازه استقلال یافته به محصولات و کالاهای مختلف، ایران بهترین گزینه برای رفع این نیاز محسوب می‌شد و صادرات به باکو بسیار پررونق به نظر می‌رسید. در همین اثنا یکی از مشتریان باکویی به ما گفت برای افزایش فروش، یک نام مشخص برای محصولاتمان انتخاب

۹ بیوگرافی و آغاز فعالیت در صنعت پوشاک
متولد بیستم دی سال ۱۳۵۹ در شهرستان خدابنده از توابع استان زنجان هستم. پیش از انقلاب در این شهرستان شغل اصلی مردم، تولید پوشاک زنانه بود و اغلب بستگان و نزدیکان ما در این بخش به فعالیت می‌پرداختند. سپس به تهران (زادگاه مادرم) آمدم. پدرم در تهران به تولید و تک‌فروشی پوشاک زنانه ادامه داد و برادران بزرگترم نیز در کنار وی مشغول کار بودند. پس از چند سال، برادرانم به خدمت سربازی اعزام شدند و به همین دلیل پدرم ابتدا تک‌فروشی و سپس تولید را تا بازگشت آنان، متوقف کرد. چندین سال نزد عمویم به تولید و پخش پوشاک



و پشتکار می‌توان روزهای تلخ شکست را پشت سر گذاشت و به موفقیت رسید.

وضعیت تولید پوشاک در دهه ۷۰ چگونه بود؟
میزان سود مانند امروز، بالا نبود. در بازار مسگرها، کلاً ۵۰ مغازه فروش پوشاک وجود داشت اما امروز فقط در یکی از کوچه‌های بازار تهران ۲۰۰ حجره در کنار هم به فعالیت می‌پردازند! در دهه ۷۰ امکان پیشرفت در صنعت پوشاک وجود داشت به همین دلیل توانستیم به رشد قابل ملاحظه‌ای در کار دست یابیم؛ ضمن این‌که برخلاف امروز با حجم سنگین قاچاق پوشاک از چین و ترکیه و... هم مواجه نبودیم و مردم به صورت چمدانی و با حجم پایین، لباس از تایلند و هند می‌آوردند که تهدیدی برای ما محسوب نمی‌شد. شاید یکی از عدم تنوع پوشاک در آن زمان، نبود رقیبان جدی و قدرتمند در بازار پوشاک ایران بود. تولیدکنندگان مجبور نبودند برای ادامه حیات در بازار، تنوع و کیفیت را ارتقا دهند و محصولات را با هر کیفیتی روانه بازار می‌کردند چون از فروش بالای آن اطمینان کامل داشتند.

پس از توقف تولید پوشاک، چه کردید؟

سال ۱۳۸۶ دیگر انگیزه و توانی برای ادامه تولید برایمان باقی نمانده بود. برادرم معتقد بود روزی به تولید پوشاک باز خواهیم گشت اما برای رفع خستگی و تجدید قوا، بهتر است مدتی استراحت کنیم و سپس به فعالیت در مشاغل دیگر بپردازیم. چند سال کارهای مختلف انجام دادم و حتی مدتی در خارج از کشور کار کردم تا روزی دوباره روی پاهای خود بایستم و با تصفیه کامل بدهی‌ها و کسب سرمایه کافی، تولید را از سر بگیریم. سال ۱۳۸۷ پدرم پیشنهاد کرد که مبلغی را به عنوان سرمایه جهت بازگشت به بازار در اختیارمان قرار دهد اما تصمیم داشتیم با اتکا به توان مالی خود، به بازار بازگردیم. ما به نوعی از دوران کودکی در بازار بزرگ شده بودیم پس باید راهمان را در همان بازار پیدا می‌کردیم به همین دلیل در نهایت سال ۱۳۹۰ به بازار برگشتیم و سال ۱۳۹۱ مغازه‌ای اجاره کردیم.

شب و تنوع اندک لباس بچه‌گانه در ایران، بر تولید شلوار متمرکز شدیم. سال ۱۳۷۷ موفق به خرید یک باب مغازه در بازار تهران شدیم. جوان بودیم و بدون خستگی و گاهی اوقات به صورت شبانه‌روزی کار می‌کردیم، آن سال‌ها حدود ۵۰ نفر به طور مستقیم در مجموعه ما به فعالیت می‌پرداختند و افراد بسیاری نیز خارج از مجموعه به صورت مزدی دوزی با ما همکاری داشتند. بخش عمده‌ای از مواد اولیه مصرفی را از کارخانه‌های داخلی تهیه می‌کردیم که کیفیت مطلوب و قیمت مناسبی داشتند اما بعضی از پارچه‌های خاص مانند گاواردین و تیار کج‌راه که در ایران تولید نمی‌شد را وارد می‌کردیم.

داستان یک شکست

سال ۱۳۸۳ به دلیل کلاهبرداری کلان، بیماری و فوت یکی از برادران و فشارهای روحی بسیار سنگین ناشی از این فقدان، بدهی‌های سنگین و کاهش نقدینگی، کار از دستمان رها شد و در عرض یک‌سال ورشکسته شدیم. ما ماندیم و انبوهی از بدهی که با فروش اموال تقریباً اکثر بدهی‌های خود را تسویه کردیم. عرصه رقابت بسیار تنگ‌انگ بود و همکاران که متوجه وضعیت نامساعد ما شده بودند؛ اگر هم می‌خواستند به ما کمک کنند؛ روحیه رقابت‌طلبی مانع کمکشان می‌شد. آن زمان در بازار، حرف‌های زیادی برای گفتن داشتیم و به عنوان یکی از پیشروان بازار، حجم تولیداتمان روزانه حدود ۳-۴ هزار دست بود که رقم بسیار بالایی برای آن مقطع زمانی به شمار می‌آمد؛ طبعاً خروج چنین قدرتمندی از بازار، به نفع رقیبان دیگر بود. البته باید به این نکته اشاره کنم یکی از رقیبان که از بستگان هم بود، به ما کمک مالی کرد و از طریق یکی از دوستان به من پیام داد از بازار خارج نشوم و مدتی در مجموعه وی کار کنم. به دلیل غرور کاذب جوانی و کم تجربه‌گی، این پیشنهاد برایم برخورنده بود و هیچ تمایلی نداشتم برای رقیب خود کار کنم. البته تصمیم اشتباهی گرفتیم و اگر به همان دوران بازگردیم، این پیشنهاد را با روی باز می‌پذیرم زیرا شکست نیز جزئی از کسب و کار است و با تلاش

در این زمینه کنیم. البته آن سال‌ها برند و برندسازی رایج نبود و هیچ موسسه یا شرکت خاصی به ارائه مشاوره برندینگ نمی‌پرداخت، اغلب تولیدکنندگان به دنبال افزایش حجم تولید و فروش بیشتر کالاهای مختلف خود بودند و کسی به دنبال ثبت برند خود نبود و کمتر کسی فکر می‌کرد تا چند سال دیگر برای تداوم فعالیت در بازار باید به برندسازی روی آورند. موقعی به خودمان آمدیم که دیگر نمی‌توانستیم نام سن سون را ثبت کنیم چون باید با خیل عظیمی از فروشگاه‌ها، سوپرمارکت‌ها، تولیدی‌های کوچک و بزرگ و... برای پس گرفتن ناممان به اصطلاح سر و کله می‌زدیم!

حدود ۸ سال با برند سن سون کار کردیم و توانستیم اعتبار بسیار خوبی در بازار و میان بنکداران به دست آوریم. در ابتدا به تولید لباس شب زنانه و لباس بچه‌گانه برای باکو می‌پرداختیم و در ادامه تولید شلوار نیز به فعالیت‌های ما افزوده شد. پس از کاهش صادرات به باکو، با توجه به مصرف بسیار پایین لباس

پوشاک چینی بپردازیم. راهی چین شدم و از چندین کارخانه تولید پوشاک این کشور بازدید کردم، کارخانه‌ها و تولیدات مشابه آنهایی بودند که کل بازار ایران را تحت سیطره خود درآورده بودند.

طی این سفر متوجه شدم صنعت پوشاک چین بسیار بسیار قوی‌تر از صنعت پوشاک ایران است. صنعت پتروشیمی چین بسیار قدرتمند است. نخ با دنیهای مختلف تولید می‌کند که اصلاً در ایران تولید نمی‌شود و دستگاه‌هایی دارند که نوع چیدمان آن در ایران وجود ندارد. چینی‌ها آن قدر در کار خود پیشرفت کرده‌اند که پلاستیک را جای نخ و پنبه در اختیار مصرف‌کنندگان ایرانی قرار می‌دهند! اغلب کارخانه‌ها ماشین‌آلات مدرن و پیشرفته تولید چین در اختیار داشتند در حالی که برای مثال ما دو چرخ دوخت معمولی در اختیار داریم که متعلق به ۳۰ سال پیش است. برای نوسازی خط تولید تصمیم گرفتیم ماشین‌آلات جدید خریداری کنیم. بخشی از این کار انجام شد ولی

نداشتند و فقط پول‌های بادآورده داشتند، مرتب در حال رفت و آمد به چین بودند و با واردات پوشاک، به معضل بزرگی برای ما تولیدکنندگان تبدیل شده بودند. این وضعیت کماکان ادامه دارد و رمق بازار را چنین افرادی گرفته‌اند. تولیدکنندگانی که سرمایه کافی در اختیار داشته و دارند به تولید ادامه می‌دهند اما سایرین در شرایط بسیار سختی به کار ادامه می‌دهند، مجبورند حجم تولید و تعداد پرسنل را کاهش دهند تا بتوانند چند روز بیشتر زنده بمانند.

پیش از بازگشت به بازار و شروع تولید، هر هفته با چند نفر از دوستان (که هر کدام کسب و کار متفاوتی دارند) دور هم جمع می‌شدیم و به بحث و بررسی در مورد مسائل زندگی و کار می‌پرداختیم. همفکری با همین دوستان ذهنم را آزادتر از گذشته کرد. اگرچه از صنعت پوشاک سرشته‌ای نداشتند اما رسم زندگی و کسب و کار را دوباره به من آموختند.

در این شرایط، متوجه شدیم افرادی در بازار حضور دارند که به خرید و فروش پوشاک چینی مشغولند. بدون این که درگیر مشکلات کارگری، پرداخت حقوق، بیمه، مالیات، دارایی، گمرک و ... باشند، سودهای کلان به دست می‌آورند و درآمدشان هر روز بیشتر از روز قبل می‌شود. چند قطعه پوشاک با خود به چین می‌برند و سفارشات ۱۰۰-۵۰ هزار قطعه‌ای از هر کدام به تولیدکنندگان چینی می‌دهند. به این ترتیب بازار ایران را به انبار پوشاک چینی بی کیفیت ارزان قیمت و با کیفیت که بسیار گران‌تر از محصولات داخلی هستند؛ تبدیل کرده‌اند. فروش روزانه این قبیل مغازه‌ها در بازار تا سال گذشته روزانه حداقل ۴۰۰-۲۰۰ جین پوشاک بود؛ یعنی ۵ هزار دست پوشاک فقط توسط یک مغازه تأمین می‌شد؛ بگذریم از صدها مغازه که چنین روشی را ادامه می‌دهند!!!! بدون این که نهاد یا مسئول خاصی، مانع آنها شود یا فعالیت‌هایشان تحت کنترل یا محدودیت قرار گیرند. جالب است بدانید ۳-۴ قطعه پوشاک تولید داخل، در ویتترین مغازه قرار می‌دهند تا نشان دهند مثلاً توزیع کننده محصولات ایرانی هستند اما کسی خبر از انبارهای مملو از پوشاک قاچاق آنها دارد!!!

با مشاهده وضعیت آنان فکر کردیم ما هم به واردات

وضعیت و حال و هوای بازار در دهه ۹۰ چگونه بود؟ آیا با زمانی که در آن فعالیت داشتید، تفاوت بسیاری کرده بود؟

بازار خیلی تغییر کرده بود. احساس می‌کردیم از چرخه حرکت بازار جا مانده‌ایم. بسیاری از مزدی دوزهای سابق، از نظر مالی پیشرفت کرده بودند. برای مثال کسی که دهه ۷۰، ۱۰ میلیون تومان سرمایه در اختیار داشت، سرمایه‌اش در دهه ۹۰ به صد میلیون تبدیل شده بود. بعضی‌ها هم به دلایل مختلف در کسب و کار خود شکست خورده بودند و دیگر در بازار حضور نداشتند.

بدون هیچ‌گونه غرور کاذب، مدتی برای یکی از کارگران قدیمی‌ام کار کردم در واقع ۴ سال از عمرم برای کسب بزرگ‌ترین تجربه زندگی‌ام صرف شد. طی چهار سالی که شغل‌های مختلف را تجربه کردم به تجزیه و تحلیل دقیق عملکردم و دلایل شکست در کار پرداختم باید ریشه اصلی مشکل را پیدا می‌کردم تا دیگر تکرار نشود؛ باید کاری می‌کردم تا ضمن حفظ نام نیک و اعتبار اجدادی‌ام، به عنوان یک فرد معتبر، قابل اعتماد و فروتن در بازار شناخته شوم.

سال ۱۳۹۰ پس از بازگشت به بازار، پدرم بار دیگر به من و برادرم پیشنهاد داد تا مبالغی را برای شروع کار به ما بدهد اما علی‌رغم مشکلات و تنگناهای مالی فراوان نپذیرفتیم و با تلاش فراوان (که شرح آن از حوصله این مصاحبه خارج است) سرانجام موفق به تصفیه کامل بدهی‌های قبلی شدیم. دو سال ابتدایی بیشتر از ۳-۲ ساعت استراحت نمی‌کردیم و حتی روزهای جمعه هم در کنار برادر و یکی از دوستان قدیمی (که مانند برادرم است) به تولید شلوار زنانه ادامه دادیم. مغازه‌ای که اجاره کرده بودیم؛ درست روبروی مغازه قبلی‌مان بود که به دلیل بدهی فروخته بودیم. بسیار سخت بود هر روز از جلوی آن عبور کنیم؛ مغازه‌ای که روزگاری متعلق به ما بود و خاطرات بسیار خوبی از آنجا داشتیم...

دهه ۹۰، صنعت پوشاک ایران با مشکلات فراوانی مواجه شد. قاچاق پوشاک چین و ترکیه در کشور بیداد می‌کرد. در این میان متأسفانه افرادی وارد بازار پوشاک شده بودند که کوچک‌ترین اطلاعی از تولید





بعضی ماشین آلات نیاز فضای گسترده تر هستند به همین دلیل خرید آنها را به امسال موکول کردیم که با افزایش قیمت‌ها، عملاً قادر به نوسازی ماشین آلات خود نیستیم.

دولت چین در بخش بیمه و مالیات، تسهیلات کافی در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌دهد به طوری که صنعتگران ترجیح می‌دهند کارگر مازاد در کارخانه استخدام کنند و حقوق اضافه به آنها بپردازند تا از تسهیلات مالیاتی بیشتر بهره‌مند شوند. تولیدکننده به هیچ عنوان دغدغه تأمین مواد اولیه را ندارد در حالی که ما برای تهیه کوچک‌ترین ماده اولیه مورد نیاز با صدها دردسر و گرفتاری مواجهیم! در این کشور، تعطیلات رسمی تقریباً بی‌معناست و فقط در جشن سال نوی چینی تعطیل هستند. مردم بی‌وقفه کار می‌کنند. کودکان پس از تعطیلی مدارس، با همان یونیفرم مدرسه نزد والدینشان سرکار می‌روند و تکالیفشان را در کارخانه انجام می‌دهند؛ به این نسل آینده، علاقه‌مند به کار و شیفته رشد و توسعه کشورشان، تربیت می‌شوند.

پس از ۱۶ روز اقامت در چین به کشور بازگشتم و تمام جریانات سفر را برای برادرم تعریف کردم. وی فهرست بلندبالایی از تعداد کارگرانی که مستقیم یا غیرمستقیم برای ما کار می‌کردند را تهیه کرده بود و نام حدود هزار نفر در این فهرست به چشم می‌خورد. سپس گفت: «اگر می‌خواهی تعداد نفرات این لیست کم شوند و فقط ۳۰-۴۰ نفر باقی بمانند؛ واردات پوشاک از چین را آغاز کنیم بدون این که دغدغه تهیه مواد اولیه و صدها دردسر دیگر را داشته باشیم.» کاملاً حق با وی بود و واردات از چین باعث بیکاری هزار نفر می‌شد از نخ فروش و رنگرز گرفته تا فروشنده خرج کار، پارچه فروش، باربران، مزدی دوزها و ... پس سختی‌های تولید را به جان خریدیم تا با دست خود کارگرانمان را بیکار نکنیم. به این نتیجه رسیدیم که ما تولیدکننده‌ایم و قرار نیست پس از سال‌های متمادی تولید با کیفیت و کسب اعتبار و نام نیک در بازار، مانند افراد غیر حرفه‌ای، پوشاک از چین وارد کنیم. به لطف خداوند و تلاش بی‌وقفه، پس از دو سال آن هم با دستان خالی و با اتکا به همفکری و همراهی دوستان، وحدت میان برادر، پدر، خواهر و فرزندانم، توانستیم بار دیگر و این بار با کوله‌باری از تجارب ارزشمند و ماندگار به میدان تولید بازگردیم.

با همان برند سن سون به تولید ادامه دادید؟
یکی از همکاران، لوگوی سن سون را بدون کوچک‌ترین تغییر جزئی در نوع و اندازه فونت به روی محصولات خود کپی می‌کرد و در واقع از اعتبار و نام ما جهت فروش محصولات خود استفاده می‌کرد؛ تصمیم گرفتیم از خبر این نام بگذاریم و به اسم دیگری فعالیتیمان را ادامه دهیم. در یکی از جلسات همفکری با دوستان، یکی از آنان در جمله خود از «تداعی» نام برد؛ بلافاصله به یاد آوردم که ۱۵-۱۰ سال پیش، نام «تداعی» را به برادرم پیشنهاد کرده بودم. موضوع را با وی در میان گذاشتم و پس از موافقت وی، «تداعی» را به طور قانونی ثبت کردیم. البته بازگرداندن توجه مشتریان از سن سون به تداعی دشوار بود و می‌گفتند نمی‌توانیم خریداران را قانع کنیم که «تداعی»، همان سن سون است و فقط اسمش، تغییر کرده است. دو

سال برای آشنا سازی مخاطبان با نام «تداعی» تلاش کردیم و البته با ریزش مشتری هم روبرو شدیم اما در نهایت بازار به طور کامل «تداعی» را می‌شناسد و به کیفیت بالای آن اطمینان کامل دارد. سال گذشته، کارگاهی در احمدآباد مستوفی خریداری کردیم، دفتر را به کارخانه انتقال دادیم و به عمده فروشی می‌پردازیم؛ با تعدادی از بنکداران شهرستان‌ها نیز همکاری می‌کنیم اما همان‌طور که اشاره شد به دلیل نوسان نرخ ارز، به اهدافمان در زمینه نوسازی ماشین آلات نرسیدیم همچنین در زمینه تهیه مواد اولیه نیز با مشکلات متعددی مواجهیم. به طور کلی تولید پوشاک در شرایط فعلی، سخت است اما علی‌رغم تمام فشارها و سختی‌ها به فعالیت ادامه می‌دهیم و شاید اگر این فشار اقتصادی وجود نداشت، امسال می‌توانستیم حجم تولیداتمان را به سه برابر افزایش دهیم. هرچند موفق به خرید ماشین‌آلات جدید نشدیم اما به اصطلاح در جا نزدیکیم و تولید کیف، پالتو، ماتو و شلوار چرم را به تولیدات خود اضافه کردیم. پس از مذاکره با کمیته امداد امام خمینی (ره) اسلامشهر، قرار شد بخشی از نیروهای انسانی مورد نیاز را از خانواده‌های تحت پوشش کمیته امداد تأمین نماییم.

برخی از تولیدکنندگان پوشاک فروشگاه عرضه مستقیم راه اندازی کرده‌اند و معتقدند به این ترتیب از نزدیک با نیاز و سلیقه مصرف‌کنندگان آشنا می‌شوند ضمن این که دیگر با دردسرهای کار با بنکداران به خصوص در زمینه دریافت چک و فروش مدت‌دار روبرو نیستند. آیا شما هم برنامه‌ای برای تک فروشی دارید یا به شیوه بنکداری به توزیع محصولات تداعی ادامه می‌دهید؟

شاید در آینده با توجه به اضافه شدن خط تولید محصولات چرمی، برنامه‌ای برای تک فروشی و راه‌اندازی فروشگاه‌های عرضه مستقیم مدنظر قرار دهیم اما در حال حاضر به عمده فروشی و ارتباط با بنکداران تمایل بیشتری داریم. بعضی از بنکداران بازار زمانی که متوجه می‌شوند وارد عرصه تک فروشی شده‌اید، ارتباطشان را با شما قطع می‌کنند در



ترک در عمده فروشی‌ها وجود دارد اما به مراتب کمتر از پوشاک چینی و می‌توان گفت پوشاک ترکیه در تک فروشی‌ها حضور پر رنگ‌تری دارد. متأسفانه نظارت‌های قانونی فقط بر کار تولیدکننده داخلی اعمال می‌شود به جای این که از امثال ما حمایت شود و سنگی از جلوی پاهایمان برداشته شود؛ موانع متعدد سر راهمان قرار می‌گیرد و واردکننده آزادانه و بدون مشکل به کار خود ادامه می‌دهد.

مطلب‌نهایی

در شرایط بسیار دشوار کار کرده‌ام و معتقدم سختی‌ها می‌گذرند و باید به آینده امیدوار باشیم. به تمام دوستان، همکاران و نسل جوان توصیه می‌کنم برای موفقیت در کسب و کار از نظرات افراد باتجربه، دلسوز و آگاه بهره‌مند شوند کما این که رشد مجموعه خود را پس از لطف خداوند در همفکری با دوستان متعهد و توانمند می‌دانم. درس گرفتن از شکست‌ها، پیروزی‌ها و تجربیات گذشته نیز در کسب موفقیت بی‌تأثیر نیست. از توجه به تکنولوژی‌های روز دنیا غافل نشوند، اطلاعات و دانش خود را به روز کنند و در کنار توجه به مسائل فنی تولید؛ وحدت و همدلی میان خانواده و کارمندان خود را حفظ کنند.

و این نفرات خاص، قیمت را هر طور که به دلخواه خود تغییر می‌دهند؛ بخش عمده‌ای از مشکلات ریشه در داخل کشور دارد نه در تحریم‌های خارجی! اصلاً مگر چند نفر از ما تولیدکنندگان با دلار سروکار داریم؟! متأسفانه آن قدر صنعتمان را ضعیف نگه داشته‌اند که در ایران رنگ تولید نمی‌شود و از کشورهای دیگر وارد می‌گردد. در صورتی که رنگ‌رزی ایران، زبانزد دنیا بود. در حال حاضر قیمت رنگ‌رزی پارچه از کیلویی ۶-۸ هزار تومان به ۱۷ الی ۲۵ تومان رسیده است... آشفته بازاری است که هر کسی دنبال کسب سود خود است. اصلاً پرفروش نیست و مرجوع می‌شود.

گفته می‌شود قاچاق پوشاک کاهش یافته

است. به عنوان یک فعال بازار تا چه میزان با

این موضوع موافق هستید؟ آیا تدابیر دولت در

مهار قاچاق باعث این امر شده یا اختلاف نرخ

ارز و ریال، کاهش قاچاق را به همراه دارد؟

قاچاق پوشاک که همچنان در جریان است. در دولت قبلی که قیمت دلار ۳۵۰۰ تومان شد، واردات پوشاک از چین کم شد چون واردات غیرقانونی با دلار ۳۵۰۰ تومانی هیچ صرفه اقتصادی برای واردکنندگان نداشت. آنان خبر نداشتند به زودی گشایشی در کارشان صورت می‌گیرد که بار دیگر کسب و کارشان رونق می‌گیرد! امروز همان شرایط در حال تکرار است و بار دیگر شرایط به نحوی رقم می‌خورد که قاچاق، مقرون به صرفه می‌شود. ضمن این که طی چند هفته اخیر، نرخ دلار چندان افزایش نیافته اما قیمت مواد اولیه مرتب بالا می‌رود.

قاچاق پوشاک فقط از چین انجام می‌شود یا

ترکیه هم بازیگر دیگر این میدان است؟

اکثر عمده فروشان برای کسب سودهای کلان، ترجیح می‌دهند کالا به صورت انبوه از چین وارد کنند و برخی از آنان در دوبی نیز دفتر دارند و محصولات را وارد قشم (درگهان) و از آنجا به سراسر کشور توزیع می‌کنند یا کالاها از سلیمانیه عراق به مقصد پیرانشهر و بانه باگیری و در استان‌های مختلف پخش می‌شود. منطقه آزاد انزلی هم به تازگی تبدیل به قطب قاچاق پوشاک کشور تبدیل شده است. پوشاک

به سیستم طراحی و رنگ‌بندی محصولات

تداعی اشاره نماید.

طراح اصلی محصولات، خواهرم است که با مقوله طراحی و سلیقه اقشار مختلف جامعه به خوبی آشناست. بخشی از طراحی‌ها نیز خارج از مجموعه به صورت برون سپاری انجام می‌شود.

به فروش اینترنتی هم فکر می‌کنید؟

بله؛ در قالب جدید سایت، عرضه محصولات به صورت عمده فروشی مورد توجه قرار گرفته است. فعلاً فروش آنلاین برای بنکداران و خانواده‌ایی است که تیراژ بالا خرید می‌کنند و میان دوستان و بستگان تقسیم می‌کنند.

بزرگ‌ترین مشکل تولیدکنندگان پوشاک،

پس از کمبود مواد اولیه چیست؟

کمبود نقدینگی.. به اعتقاد من نبود نقدینگی یعنی فاجعه ...

تحریم‌ها تا چه میزان در کمبود مواد اولیه یا

سایر مشکلات تولید اثرگذار هستند؟

کدام تحریم؟! مگر مجتمع‌های پتروشیمی داخل ایران نیستند؟ پس چرا قیمت مواد اولیه پتروشیمی چهاربرابر افزایش یافته است؟ چرا پتروشیمی‌ها عرضه مستقیم ندارند با به چند نفر خاص، مواد اولیه می‌دهند