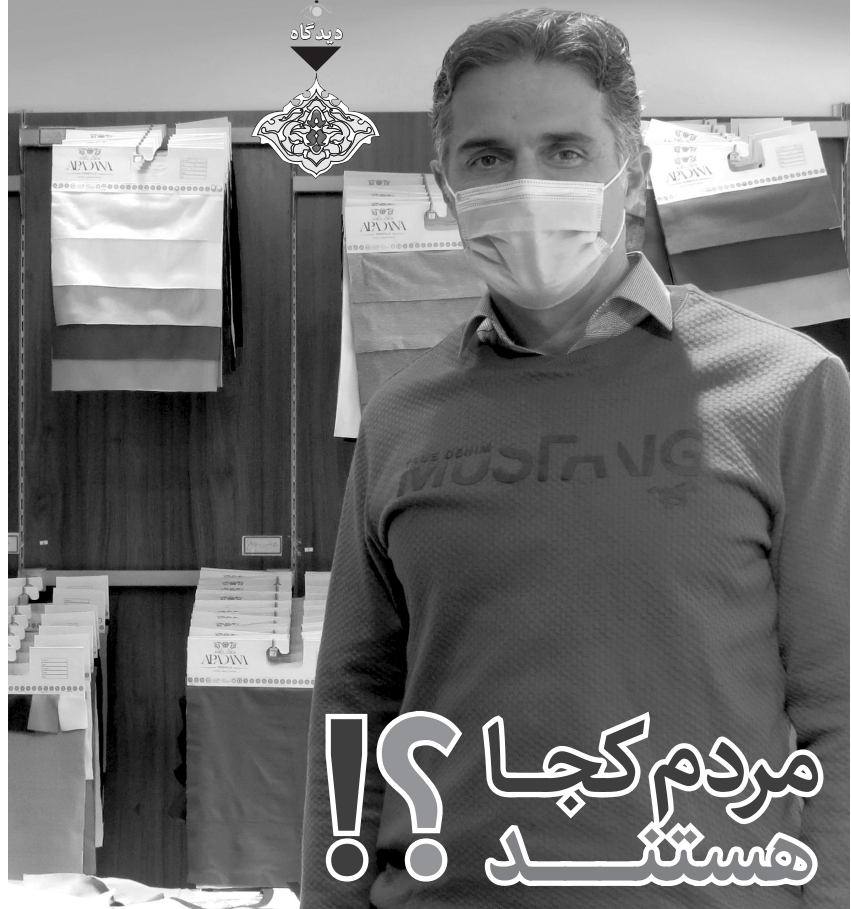


دیدگاه



گفت‌وگو با مهندس سیدعلی سجادیان - مدیر عامل شرکت بافت و تکمیل آپادانا (پرسپولیس)

اشاره:

نمی‌دانیم این دیدگاه تا چه میزان صحیح است که چهره بعضی انسان‌ها به خوبی بیانگر حرفه و شغلشان است. گاهی اوقات صرف‌نظر از نوع پوشش و حتی گفتار، در همان لحظات ابتدایی ملاقات با یک نفر به سادگی می‌توان حدس زد وی معلم است یا تاجر، مدیر است یا محقق... مهندس سجادیان نیز از انسان‌هایی است که چهره آرام، منش و رفتارش به خوبی نشان می‌دهد یک مدیر مسلط، دقیق و دلسوز است که کم‌حرف می‌زند اما گزیده و کامل. کاستی‌های صنف خود را می‌پذیرد و تلاش نمی‌کند شرایط نامطلوب تولید را به گردن کسی یا جریانی بیندازد. وی می‌گوید: «جزو آرزوهایم است که در مورد پیش‌بینی بازار به توانمندی قابل‌قبولی برسیم. چند روز پیش خیابان‌ها بسیار خلوت بود و بین ما اصطلاحی رایج است که مردم کجا هستند؟! وقتی یک روز بازار خوب است یعنی اکثریت مردم به دلیلی که ما نمی‌دانیم، خرید انجام می‌دهند و فردای همان روز خبری از آنان نمی‌شود! باید بتوانیم این دلیل را پیش‌بینی کنیم که امروز یک معمای بزرگ برای ماست. گاهی از خلوتی خیابان متوجه می‌شویم تیم ملی فوتبال یا دربی پایتخت در حال برگزاری است!»

شرکت بافت و تکمیل آپادانا که در بازار و نزد مشتریان خود به عنوان «پرسپولیس» شناخته می‌شود طی سه نسل به کار خود ادامه داده و پیشینه تأسیس آن چندین سال قبل از تشکیل تیم فوتبال پرسپولیس در تهران است. (با این توضیح که مدیران مجموعه اهل فوتبال نیستند و نام‌گذاری این برند ارتباطی به طرفداری از تیم خاصی ندارد!) در این مجموعه که حجم تولید روزانه آن حدود ۳ تن است؛ بالغ بر ۵۰ نفر به صورت مستقیم مشغول کار هستند و مراحل بافت، تکمیل و رنگرزی پارچه انجام می‌شود.

۴ بیوگرافی و شروع فعالیت در صنایع نساجی کشور

متولد سال ۱۳۵۳ در تهران و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی نرم‌افزار از دانشگاه آزاد اسلامی (واحد تهران مرکز) هستم. صنعت نساجی در خانواده ما موروثی است به طوری که پدر بزرگم در زمینه تولید پارچه‌های کشیاف (کشوبافی) به فعالیت می‌پرداختند، پدرم نیز همین مسیر را ادامه دادند و در دهه ۵۰ گربافی و در دهه ۷۰ تکمیل غیر شیمیایی (خشک) را به مجموعه افزودند. در دهه ۷۰ فعالیت حرفه‌ای خود را در صنعت نساجی شروع کردم، در سال‌های بعد، سایر برادران به مجموعه پیوستند و در دهه ۹۰ کارخانه را به خارج از تهران انتقال دادیم؛ طبعاً هر سال به فراخور رشد اقتصادی و نیاز بازار به توسعه مجموعه می‌پردازیم. در حال حاضر زمینه فعالیت ما بافت، تکمیل، رنگرزی و فروش پارچه است.

۴ فعالیت در صنعت نساجی را به دلیل موروثی بودن و

اجبار پدر انتخاب کردید یا به آن علاقه داشتید؟

واقعیت این است که انتخاب رشته نرم‌افزار درست نبود و اگر به دوران گذشته بازگردم، بی‌تردید در رشته مهندسی نساجی تحصیل می‌کردم اما به هر حال در دهه ۷۰ رشته نرم‌افزار طرفداران بسیاری داشت و به اصطلاح مد بود!

۴ بسیاری از مدیرانی که مانند شما، صنعت نساجی را به

صورت خانوادگی ادامه می‌دهند از همان دوران کودکی و تعطیلات تابستانی به کارگاه یا کارخانه پدران خود می‌رفتند و داستان شیفتگی و علاقه به صنعت نساجی همان جا آغاز می‌شد... شما هم چنین تجربه‌ای داشتید؟ شاید فقط دوران نوجوانی سری به کارخانه می‌زدیم اما در مجموع رفت و آمد چندانی به محل کار پدر نداشتیم.

۴ دهه ۷۰ که به طور حرفه‌ای وارد صنعت نساجی شدید،

شرایط و وضعیت این صنعت چگونه بود؟

به مرور زمان نگرش انسان‌ها نسبت به مسائل مختلف بهتر و پخته‌تر می‌شود. این صنعت همواره در مسیر رشد قرار داشته و دارد. طبعاً در دهه ۷۹ دانشجوی کم تجربه‌ای بودم که در ابتدای زندگی حرفه‌ای خود قرار داشت و اطلاعات اقتصادی و صنفی بیشتری نسبت به آن سال‌ها کسب کرده‌ام. روند حرکت صنعت نساجی در این دوران چشمگیر و قابل توجه است. آن زمان داشتن تکمیل خشک یا دستگاهی شبیه دستگاه‌های خار زنی به وفور امروز نبود و یک شغل مستقل محسوب می‌شد اما در حال حاضر این عملیات به‌عنوان یک

داخلی تهیه می‌کنید یا خارجی؟

حجم عمده مواد اولیه مصرفی ما نخ پنبه‌ای است که ۹۰ درصد آن از تولیدات داخلی و مابقی از پنبه‌های وارداتی تأمین می‌شود. البته اگر نخ پنبه باکیفیت ایرانی در موعده مقرر به دستمان برسد، متأسفانه حدود ۲۰-۳۰ درصد آنها کیفیت قابل قبولی دارند.

۴ دلیل کیفیت پایین نخ‌های ایرانی چیست؟

واحد‌های ریسندگی اعلام می‌کنند الیاف پنبه از نوع مرغوب و به اندازه کافی در اختیارمان قرار نمی‌گیرد زیرا مجهز به ماشین‌آلات مدرن هستیم که به دلیل کمبود مواد اولیه متوقف مانده‌اند.

معتقدم بافت و تکمیل ما توانسته مواد اولیه و ماشین‌آلات روز را تأمین نماید ولی واحد‌های ریسندگی به دلیل موانعی که پیش رو دارند؛ موفق به تهیه مواد اولیه مرغوب نشدند و در حال حاضر حدود ۶۰-۷۰ درصد نخ‌های تولید داخل مطلوب نیست و ناگزیر به استفاده از آنها هستیم که این امر به کیفیت پوشاک ایرانی لطمه خواهد زد.

۴ شاید مشکل از اینجاست که عمده پنبه مصرفی

واحد‌های ریسندگی از پنبه ازبکستان تهیه می‌شود که این کشور به دلیل تمرکز بر توسعه واحد‌های ریسندگی خود، حجم صادرات پنبه به سایر کشورها را کاهش داده؛ همچنین شنیده ایم چین در حجم بسیار بالا اقدام به خرید پنبه می‌کند و محصول مرغوبی برای تجار ایرانی باقی نمی‌ماند لذا یکی از درخواست‌های مهم فعالان ریسندگی این است که مسئولان اجازه واردات آزادانه از تمام کشورهای تولیدکننده پنبه را به آنان بدهند.

بله کاملاً در جریان این مسائل هستیم و گویا وزارت جهاد کشاورزی برای جلوگیری از ورود آفت کرم سرخ، واردات پنبه از سایر کشورها را ممنوع اعلام کرده که این امر افت شدید کیفیت نخ‌های پنبه‌ای را به همراه دارد. جای تأسف است که امکان تولید پارچه‌های گردباف داخلی در سطح عالی و کم نظیر وجود دارد اما نخ‌های مرغوبی در اختیار واحد‌های بافندگی قرار نمی‌گیرد.

۴ کیفیت عالی و کم نظیر به این معناست که در

بازارهای خارجی نیز قادر به عرضه اندام باشد. آیا این طور است؟

۴ مردم به دلیل تحریم، افزایش نرخ ارز و ... به زعم شما مجبور به خرید کالای داخلی هستند اما پس از باز شدن درب‌های کشور به روی واردات؛ بار دیگر شاهد هجوم آنان برای خرید محصولات خارجی خواهیم بود یا به دلیل کیفیت خوب محصولات داخلی، ترجیح می‌دهند همچنان خریدار تولیدات ایرانی باشند؟

این موضوع به ابعاد فرهنگی جامعه برمی‌گردد. امروزه کیفیت، طرح و تنوع پوشاک ایرانی حرف‌های زیادی برای گفتن دارد.

۴ تا چه میزان کرونا بر روند فعالیت‌های صنایع نساجی اثرگذار بود؟

شیوع کرونا و همزمانی آن با افزایش نرخ ارز ممکن است تحلیل ما را دچار خطا کند. بالا رفتن نرخ ارز فرصت فوق‌العاده خوبی برای تولیدکنندگان داخلی محسوب می‌شود اگرچه کرونا بازار تمام صنایع و تولیدات کشور را تحت تأثیر خود قرار داد.

۴ با افزایش نرخ ارز تهیه مواد اولیه و قطعات یدکی دشوار تر نمی‌شود؟

بله. بهتر است بگوییم واقعی شدن قیمت ارز! از اقتصاد دانان آموخته‌ام که قیمت ارز قابل دستکاری است که این عمل خیانت به تولید ملی است. مدیران ارشد هر کشوری باید اولویت‌های مملکت خود را مدنظر قرار دهند؛ بر این اساس آیا مسئولان ما می‌خواهند تولید انجام شود یا خیر؟ اگر قرار است تولیدی صورت نگیرد، طبعاً سیاست‌های کلان به سمت تجارت، پایین نگه داشتن نرخ ارز و ... حرکت خواهد کرد ولی در صورتی که تولید را اولویت می‌دانند، پس دستکاری قیمت ارز چه توجیهی دارد و اصولاً چه دستاوردی جز به زمین زدن تولیدکننده داخلی دارد؟ روی هم رفته همچنان منتظر فرا رسیدن دوران پساکرونا، بازگشایی مدارس، دانشگاه‌ها و ... هستیم.

۴ و فکر می‌کنید این انتظار چقدر ادامه خواهد داشت؟

شرایط جهانی مجدداً سخت شده و اروپا در حال قرنطینه مجدد است ولی فکر می‌کنم تا یک سال و نیم آینده درگیر این شرایط متزلزل خواهیم بود.

۴ مواد اولیه موردنیاز را برای تولید پارچه از منابع

شغل، پذیرفته نیست، تکمیل‌ها پیشرفت کرده و وجود دستگاه خازنی در اکثر کارخانه‌های نساجی الزامی است. امروزه رشد اقتصاد، افزایش جمعیت و توسعه دانش فنی صنف قابل مقایسه با آن مقطع زمانی نیست. در کل اوضاع را بهتر و رو به رشد می‌بینم زیرا حکمرانان و متولیان کشور نسبت به مصالح مملکت آگاه‌تر شده‌اند البته بسیاری از همکاران به دلایل مختلف تولید را کنار گذاشته‌اند یا به خارج از کشور مهاجرت کرده‌اند ولی کسانی که ماندند و به تولید ادامه دادند در مسیر رشد و توسعه گام برداشتند. کیفیت محصولات روز به روز بهتر شده در حالی که روزگاری، آبرفت پارچه فاجعه بود و در همین زمان مردم اعتماد خود را نسبت به کیفیت پارچه‌های پنبه‌ای داخلی از دست دادند. معتقدم زمانی که تکنولوژی آبرفت‌گیری پارچه‌های گردباف، دستگاه‌های خشک‌کن و در نهایت کامپکت مورد استفاده قرار گرفت؛ آبرفت پارچه‌ها به شدت کاهش پیدا کرد.

البته پیش از ما در اروپا این تکنولوژی وجود داشت و طبعاً با یک فاصله زمانی به ایران رسید ولی مردم ایران دیگر آن کیفیت از پارچه را به عنوان تولید ایرانی ندیدند و اگر هم دیدند تحت برندهای فیک به آنان عرضه شد؛ آن سال‌ها سهم کمی از بازار داشتیم به جز ۳-۴ سال اخیر که قیمت ارز واقعی شد؛ لذا تفکری که در ذهن مصرف‌کننده ایرانی از پارچه تریکو باقی مانده، متعلق به دهه ۷۰ است و آنان محصولات باکیفیت دهه‌های ۸۰ و ۹۰ اکثر کارخانه‌های نساجی که براساس ماشین‌آلات مدرن و تکنولوژی‌های روز دنیا تولید شده را ندیدند یا به اسم پوشاک خارجی خریدند! بارها به دوستان گفته‌ام دو سال گذشته فرصت طلایی و بسیار ارزشمندی برای برندسازی تولیدات ایرانی بود چون مردم مجبور به خرید محصولات ایرانی هستند و حتی می‌دانند اتیکت‌های خارجی که روی پوشاک نصب می‌شود؛ تقلبی است!

رسانه‌ها و مطبوعات باید به این موضوع بیشتر بها دهند. متأسفانه مردم ما به شدت خارجی پسند هستند. برای مثال می‌دانند لباسی که خریده‌اند دوخت ایران است نه تولید نایک! ولی چون فکر می‌کنند جنس خارجی به آنان شخصیت می‌دهد؛ آن را می‌خرند! البته تعداد برندهای موفق داخلی مانند سله بن، سارک، کانی‌راش، تولیکا و ... کم نیست و موفقیت آنان نشان می‌دهد تولید پوشاک باکیفیت و متنوع در ایران امکان پذیر است فقط نیازمند فرهنگ‌سازی و تلاش بیشتر تولیدکنندگان است.

بازار داخلی آن قدر تشنه است که مجالی برای پرداختن به صادرات وجود ندارد و کمتر تولیدکننده‌ای به صادرات فکر می‌کند.

❖ بیایید فرض کنیم بازار داخلی اشباع است؛ در این صورت چطور؟

خیر.. قیمت تمام شده ما بالاتر از رقبای ترکیه است علی‌رغم قیمت پایین انرژی و دستمزد نیروی انسانی در کشور که باید به قیمت تمام شده کمتر منتهی شود. معتقدیم ریشه اصلی این قضیه از نخ و مواد اولیه آغاز می‌شود که تقریباً یک دلار بالاتر از رقبایان ترکیه تهیه می‌کنیم و این امر منجر به بالا ماندن قیمت تمام شده محصولات ایرانی می‌شود. باید واحدهای ریسندگی تدبیری بیندیشند و این مشکل را برطرف نمایند و گرنه در طولانی‌مدت با چنین قیمت‌هایی بالایی، امکان صادرات نخواهیم داشت.

❖ و دلیل قیمت تمام شده بالای پنبه در ایران؟

انحصار و سیاست‌گذاری‌های نادرست حکومتی باعث شد واحدهای ریسندگی به دلیل کشش بالای بازار و تعرفه‌های ناکارآمد، مجبور به تولید رقابت‌محور نشوند! جالب است بدانید ماده اولیه را حدود ۳۰ درصد نسبت به تولیدکننده ترکیه گرانتر تهیه می‌کنیم.

❖ پس صادرات پارچه ایران از نظر اقتصادی مقرون به صرفه نیست و از نظر کیفی هیچ کمبودی ندارد؟

کیفیت بعضی از پارچه‌های تولید داخل کاملاً رقابت‌پذیر است و قابل صادرات هستند البته امکان تولید تمام اقلام پارچه را نداریم و باید وارد شوند.

❖ و صادرات به کدام کشورها؟

ممکن است برای صادرات به اروپا مسیر طولانی پیش رو داشته باشیم اما در صورت بهای تمام شده مناسب، به راحتی می‌توانیم بسیاری از بازارهای دیگر دنیا را به دست آوریم.

❖ این اطمینان برگرفته از چیست؟ آیا تاکنون نمونه تولیدات را به تولیدکنندگان خارجی نشان داده اید و آنان به کیفیت بالای پارچه‌های ایرانی اذعان داشته اند یا بر اساس استدلال و نتیجه‌گیری خود شماسست؟

مراجعه کننده خارجی نداشتیم و در مقایسه با توانمندی‌ها و امکانات واحدهای بافندگی به این موضوع اطمینان دارم.

البته در جریان بازدید از نمایشگاه های خارجی کیفیت پارچه‌های عرضه شده را مورد تحلیل قرار می‌دهیم؛ از سوی دیگر متأسفانه یا خوشبختانه آن قدر پارچه وارداتی در کشور وجود دارد که یک تحلیل ساده نشان می‌دهد کیفیت تولیدات داخلی بسیار بالاست به طوری که مرتب با پارچه ترکیه مقایسه می‌شود.

❖ واحدهای پوشاک نسبت به عملکرد صنعتگران پارچه رضایت کاملی ندارند و معتقدند «تولیدکنندگان پارچه امکان تولید محصول مدنظر ما را از نظر قیمت، جنس، مدل، طرح، سرعت تولید و حتی تیراژ تولید ندارند، باید تیراژ بسیار بالایی از یک نوع پارچه را سفارش دهیم تا تولید برایشان مقرون به صرفه باشد در حالی که پوشاک به دلیل تغییر سریع مد، نیازی به چندصد متر پارچه ندارد به همین دلیل ترجیح می‌دهیم / مجبوریم از پارچه ترک استفاده کنیم» این موضوع را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در مورد قیمت باید بگویم تولیدکننده پوشاک باید سرمایه کافی (برای خرید مواد اولیه) در اختیار داشته باشد در حالی که اغلب اوقات خواهان خرید اعتباری و امانی هستند در حالی که چنین طرز تفکری متعلق به بیست سال پیش و به شدت قدیمی است. طی سال‌های اخیر آن قدر عملکرد این صنف ضعیف بوده و سودهای آنچنانی کسب کرده‌اند و به رشد مالی رسیده‌اند که باور نمی‌کنند برای مواد اولیه را باید به صورت نقدی بخرند. پس به طور کلی با واحدهای تولید پوشاک به شدت در زمینه نقدینگی مشکل داریم. در زمینه حجم تولید واقعیت این است که مشتریان چندین بزرگی (از نظر تیراژ تولید) نداریم که فرصت کافی برای انجام سفارشات آنها را نداشته باشیم اما شنیده‌ام برخی واحدهای تولیدی گلایه مندند که صنعت نساجی آنقدر قوی نیست تا مواد اولیه را به سرعت در اختیارمان قرار دهد. این موضوع که تولید پارچه در تیراژ پایین مقرون به صرفه نیست را می‌پذیرم، به واسطه نرخ بالای ارز و محدودیت واردات پوشاک با حجم انبوه و بسیار گسترده‌ای از تقاضای مشتریان ناخوانده روبرو شدیم در حالی که آمادگی قبلی نداشتیم؛ ولی اگر برنامه مشخصی در اختیارمان قرار می‌دادند و می‌دانستیم درب‌های کشور به روی واردات بسته می‌شود، قادر به رفع نیازهای آنان نسبت به پارچه باکیفیت بودیم.

❖ خوب تولیدکنندگان پوشاک هم نمی‌دانستند درب‌ها

کشور بسته و واردات محدود خواهد شد.

تولیدکننده پوشاک می‌خواهد تحت هر شرایطی بازار خود را حفظ کند. مردم ایران نیازمند پوشاک باکیفیت هستند و یک‌باره واردات متوقف شده در حالی که مردم به پوشاک خارجی عادت کرده‌اند. موضوع مانند داستان اول مرغ بوده یا تخم مرغ شده!!!! از ابتدا واردات حجم گسترده پوشاک قاچاق به کشور اشتباه بود و کار نادرست، عُرف شد، حال خواسته یا ناخواسته با این کار نادرست مبارزه شده که برای همگان تبعاتی دارد. به نظرم مصرف کننده، تولیدکننده پوشاک و واردکننده باید دور یک میز بنشینیم و ببینیم طرز تفکر اتمان تا چه میزان با هم تشابه و تفاوت دارد. در مورد «تعارض منافع» بحث شود، آیا صنعتگران پوشاک حاضرند سه سال صبر کنند تا تولیدکننده پارچه توان خود را به سطح مدنظر آنان برساند؟

❖ مشکل اینجاست که تعارض منافع حتی در میان اعضای یک تشکل هم وجود دارد و هیچ کدام حاضر نیستند از مواضع خود عقب‌نشینی کنند!

بله متأسفانه، یکی از همکاران ما در کنار تولید به واردات غیرقانونی پارچه (که مشابه داخلی ندارد) می‌پردازد و در کمال تعجب با وقاحت به ما هم پیشنهاد واردات می‌دهد. البته واردات اشکالی ندارد زیرا واحدهای ریسندگی امکان تأمین نخ‌های باکیفیت برای تمام فعالان بازار را ندارند اما معتقدم واردات نخ باید توسط اتحادیه‌ها و مصرف‌کنندگان واقعی تسهیل شود.

❖ از تعرفه به عنوان شمشیر دولبه یاد می‌شود؛ یعنی به نفع یک طرف و به زیان طرف مقابل. کاهش تعرفه واردات نخ اعتراض واحدهای ریسندگی را در پی دارد و افزایش آن، فریاد تولیدکنندگان پارچه را در می‌آورد!

طرح آمایش چنین مشکلاتی را برطرف می‌کند. در یک سیستم دموکرات سیاست‌گذاران و مسئولان باید نماینده واقعی تولید و صنعت باشند زیرا اصلاح‌ما را بهتر می‌دانند. اگر تصمیم گرفته‌اند با تعیین تعرفه منطقه‌ای، از منافع یک صنعت دفاع کنند؛ باید تابع باشیم.

❖ به تعبیر بعضی صنعتگران نساجی، تکمیل و رنگ‌رزی پاشنه آشیل این صنعت است... تولید نخ و پارچه در سطح قابل قبولی است ولی به مرحله تکمیل و رنگ‌رزی که می‌رسد، نارسایی‌ها نمایان می‌شوند. در این مورد هم دیدگاه خود را اعلام نمایید.

طبعاً بافت پارچه از نظر مالی و فنی آسان تر از تکمیل و رنگرزی است. ضعف در بخش تکمیل را به طور نسبی قبول دارم. تعداد تکمیل کارهای باکیفیت در کشور ما هنوز انگشت شمار است چون تقاضایی وجود ندارد! شاید حدود ۲۰ درصد از تولیدکنندگان پوشاک نسبت به کیفیت تکمیل پارچه گلایه دارند که آنها هم برندهای مطرح کشورند و مابقی به وضع موجود راضی هستند و بیش از آن مطالبه نمی کنند؛ وقتی تقاضایی نباشد، تکمیل با مواد و رنگ گرانی قیمت توجیهی ندارد. وقتی به مشتریان اعلام می کنیم مواد تکمیلی برای ضدچروک شدن یا ضدآبرفت پارچه وجود دارد؛ می گویند نیازی نیست چون مردم توقعی ندارند. این نکته، انسان را به تفکر وامی دارد که اصولاً چند درصد از مردم لیبل های پوشاک را می خوانند؟ آیا به جنس پارچه توجه می کنند؟ اصلاً انتظارشان از پوشاک چیست و چقدر تأمین می شود؟

مردم از لحاظ سطح درآمد یکسان نیستند. قشر متمول دنبال برند و پوشاک اصیل خارجی است. قشر متوسط ممکن است به برند داخلی توجه کند و کیفیت برایش مهم تر از قیمت باشد. قشر کم درآمد توجیهی به کیفیت، برند یا حتی کشور سازنده پوشاک ندارند چون دغدغه اش قیمت پایین است و بس... علاقه دارم بدانم که در سایر کشورها وضعیت چگونه است؛ یعنی عامه مردم چقدر در مورد پوشاک اطلاعات دارند؟ برای خرید پوشاک به چه فاکتورهایی فکر می کنند و چه انتظاری از یک پوشاک دارند؟ یکی از دوستان تولیدکننده می گفت «مردم از ما زره می خواهند نه لباس! قدرت خرید مردم بسیار پایین آمده و باید پارچه های برای آنان تولید شود که استحکام و دوام زیادی داشته باشد.»

تصمیم ندادید دوخت را به مجموعه خود اضافه کنید؟

اگر تیم متخصص را داشته باشیم در ادامه کار وارد عرصه دوخت خواهیم شد. دوخت به برندسازی و هدف گذاری منتهی می شود این که محصول برای چه گروه سنی و کدام قشر جامعه تولید می شود به دوخت فکر می کنیم اما فعلاً برنامه ای برای تحقق آن نداریم. اولویت ما تقویت بخش تکمیل و به روزرسانی ماشین آلات است. مثلاً تکمیل پارچه گردباف با عرض باز و عرض بسته انجام می شود که متأسفانه در کشور ما تجهیزات عرض بسته وجود دارد در حالی که تولیدکنندگان پوشاک نیاز مبرمی به عرض باز دارند و باید نیاز آنان را برطرف نماییم.

واردات ماشین آلات به دلیل تحریم و نرخ بالای ارز سخت نیست؟

سخت هست اما در نهایت به صرفه است زیرا بازار بسیار خوبی دارد. البته به یاد داشته باشیم از ماشین آلات اروپایی به طرف ماشین های چینی و ترکیه روی آورده ایم و بخت با ما یار بوده که چین در تولید ماشین آلات صنعت رشد قابل توجهی دارد و چندان بابت نداشتن ماشین آلمانی تأسف نمی خورم زیرا ماشین چینی و ترکیه قیمت مناسب تری دارند هر چند عمر مفیدشان بسیار کمتر از مشابه آلمانی است.

منظورتان از ماشین های چینی یعنی آنهایی که تحت لیسانس برندهای اروپایی در این کشور تولید می شوند یا ماشین صد درصد تولید چین؟

منظورم ماشین آلات صد درصد تولید چین است؛ البته ماشین های تکمیل ترکیه هم عملکرد خوبی دارند.

بین ماشین دست دوم اروپایی و ماشین اورجینال چینی یا ترکیه کدام را انتخاب می کنید؟

ماشین آلات اورجینال چین و ترکیه... البته ماشین دست دوم چینی را پس از تأیید سلامت و اصالت آن خریدم. باید توان مالی بسیار بالایی داشته باشیم تا به خرید ماشین های اروپایی فکر کنیم چون تفاوت قیمت بسیار بسیار بالاست.

پیشنهاد رنگ پارچه از طرف شما به تولیدکننده پوشاک پیشنهاد می شود یا آنان به شما سفارش رنگ می دهند؟

هر دو... بیشتر مشتری به ما خط می دهد که فلان رنگ مورد استقبال بیشتر مردم قرار دارد و بر این اساس رنگرزی انجام می شود اما بسیار علاقه داریم خودمان خط دهنده باشیم. دوستی تعریف می کرد: «نمی دانیم چه اتفاقی رخ می دهد که ناگهان مردم تصمیم می گیرند یک رنگ را نخرند!!!!»

رنگ و روانشناسی ارتباط تنگاتنگی با هم دارند و نگاهی به رنگ غالب در پوشش مردم جامعه می تواند بازتابی از روحیات مصرف کنندگان باشد. آیا تاکنون برای خود چنین تحلیلی انجام داده اید؟

بله همینطور است و جزو آرزوهایم است که نه فقط در مورد رنگ بلکه در مورد پیش بینی بازار به توانمندی قابل قبولی برسیم. چند روز پیش خیابان ها بسیار خلوت بود و بین ما اصطلاحی رایج است که مردم کجا

هستند؟! وقتی یک روز بازار خوب است یعنی اکثریت مردم به دلیلی که ما نمی دانیم، خرید انجام می دهند و فردای همان روز خبری از آنان نمی شود! باید بتوانیم این دلیل را پیش بینی کنیم که امروز یک معمای بزرگ برای ماست. گاهی از خلوتی خیابان متوجه می شویم تیم ملی فوتبال یا دربی پایتخت در حال برگزاری است!! بعضی علائم مانند بازی فوتبال، شب عید، اول هر ماه و امثال آن شناخته اند اما بسیاری از مواقع خلوتی یا شلوغی بیش از حد بازار دلایل نامشخصی برای ما دارد.

این گفت و گو را اواخر آبان ۱۴۰۰ انجام می دهیم؛ در حال حاضر چه رنگی بیشتر مورد استقبال مردم قرار دارد و به اصطلاح در بورس است؟

رسته کاری ما پوشاک مردانه و بچه گانه است و در این گروه متوجه شده ایم رنگ های پر و شارپ (به اصطلاح عامیانه جیغ) متداول است. رنگهایی که ۵-۶ سال پیش مد شده بودند و باز هم از سرعت بازار و مد جا ماندیم.

کسب و کار در مجموعه شما خانوادگی است. این مدل چه مزایا یا معایبی دارد؟

از نظر من عالی و مانند یک گنج ارزشمند است که نیاز به مدیریت دقیق و صحیح دارد. فرصت کم نظیری است که در کسب و کار خود با بستگان درجه یک و خانواده خود همراه باشید. نکات مثبت این نوع فعالیت به مراتب بیشتر از نقاط منفی است.

آیا به سرمایه گذار یا کارآفرین نوپا توصیه می کنید وارد بخش بافت، تکمیل و رنگرزی شود یا خیر؟

بله. چون شیفته تولید و به سود اندک آن در مقابل ساخت و ساز و ... راضی هستیم هرچند از نظر منطقی، این حرف توجیهی ندارد! همان طور که هیچ نوع تولیدی در کشور ما مقرون به صرفه نیست. تولید حس بسیار خوبی دارد و اگر دنبال کسب سود سریع هستید، به هیچ عنوان گزینه خوبی نیست!

نکته پایانی

طی دو سال اخیر به واسطه فعالیت های گروهی و تشکیلاتی متوجه این موضوع شده ام که جای کار گروهی در صنعت نساجی و پوشاک بسیار خالی است. امیدوارم افراد، اهتمام بیشتری به کار گروهی داشته باشند.