

# تولید، تجسم عشق است

گفت‌وگو با محمدرضا میرزابابا - مدیرعامل شرکت تولیدی پوشاک B&L

اشاره:

آن قدر شیفته تولید هستم که شکست‌های مالی و ده‌ها مشکل کوچک و بزرگ را نادیده بگیرم و نگاهش را به دور دست‌ها بیندازم، دور دست‌هایی که رنگ و بوی موفقیت دارند و توسعه فعالیت‌های تولیدی. صادقانه حرف می‌زنم و حتی بارها اذعان می‌کنم «با ضعف‌های بسیاری ناشی از بی‌تجربگی مواجه بودم... از تجربیات تلخ و شیرین خود نهایت استفاده را به عمل آوردم و اطرافیانم را از افراد شایسته و لایق انتخاب کردم. گرفتاری و مشکل مالی برای تمام فعالان تولیدی، صنعتی و تجاری وجود دارد اما بسیاری از افراد به دلیل غرور ترجیح می‌دهند با کسی در این زمینه مشورت نکنند و بر این باورند که به تنهایی قادر به رفع مشکل خود هستند که این غرور بیجا باعث شکست ده برابری آنها می‌شود.»

ورشکست می‌شود، شریکش از زیر بار مشکلات شانه خالی می‌کند، کارخانه‌اش از ادامه تولید باز می‌ماند، شب‌هایی که انگار قرار نیست هیچ‌وقت روز شوند، خودش می‌ماند و انبوهی از بدهی‌های معوق اما «توکل به خداوند و عشق به تولید باعث شد به کار ادامه دهم...» ادامه می‌دهد و بالاخره شب‌های طولانی جای خود را به روزهای روشن می‌دهد، چرخ تولید می‌چرخد و روی خوش به جوانی نشان می‌دهد که تنها سرمایه‌اش عشق به تولید است و ارائه محصولات متنوع و جدید به بازار... حالا تولیدکننده‌ای مقابلمان می‌نشیند که ترجیح می‌دهد «تلخ» حرف نزنم و اگر هم از ورشکستگی کار صحبت به میان می‌آورد فقط برای این است که الگویی برای جوانانی باشد که مانند او، آن قدر شیفته تولید هستند که شکست‌های مالی و ده‌ها مشکل کوچک و بزرگ را نادیده بگیرند و .... و ....

۴ بیوگرافی و مراحل کاری

متولد سال ۱۳۴۰ هستم و به دلیل علاقه و شیفتگی به تولید پوشاک از سال ۱۳۵۷ وارد این عرصه شدم. در آن سال‌ها کمتر کسی به دنبال راه‌اندازی کارخانه تولید پوشاک بود. به همراه یکی از دوستان، تعدادی چرخ خیاطی، زیگرال دوز و تجهیزات مورد نیاز تولید پوشاک را خریداری کردیم. حدود یک‌سال تولید و شراکت با ایشان ادامه داشت اما به دلایلی، تصمیم گرفتیم کسب و کار مستقل برای خود ایجاد نمایم. با سرمایه اولیه‌ام که حدود یک‌صد هزار تومان بود، یک تن پارچه به قیمت صد هزار تومان خریداری کردم و به دنبال فردی گشتم تا به‌عنوان مزدی دوز این پارچه‌ها را به پوشاک تبدیل کند. به‌صورت اتفاقی یکی از دوستان قدیمی را پیدا کردم که مزدی‌دوزی پوشاک را انجام می‌داد اما به دلیل حجم بالای کار، قرار شد که دو نفر این سفارش را انجام دهند. پس از تولید با کمک تعدادی از دوستان جهت توزیع محصولات به فروشندگان پاساژ همایون، ساختمان پلاسکو و ... معرفی شدم. به تدریج کار بافت را هم به تولید تی‌شرت اضافه کردم و به لطف خداوند، تولید روال بسیار خوبی به خود گرفت و فروش بسیار خوبی





سال ۱۳۸۰ با تلاش و پیگیری مستمر، توانستیم بدهی طلبکاران را به مرور زمان بپردازیم، اگر چه دوران بسیار سختی بود؛ مواقعی بیش می آمد که یک ریال هم در جیبم نبود اما فقط به ادامه کار، پس دادن بدهی مردم و احیای اعتبار گذشته ام در بازار فکر می کردم که به دلیل بی تجربگی از دست داده بودم. سختی هایی کشیده ام که بسیاری از افراد حتی باور هم نمی کنند اما توکل به خداوند و عشق به تولید باعث شد به کار ادامه دهم.

داشت.

سال ۱۳۶۰ و در سن ۲۰ سالگی، با افزایش تقاضا و حجم تولید، تصمیم گرفتم کار را توسعه دهم، یکی از دوستان پیشنهاد شراکت برای خرید یک دفتر بزرگ تر را مطرح کرد و به این ترتیب دفتری به مساحت ۱۲۰ متر به قیمت ۱۱۵ هزار تومان در خیابان ولیعصر (عج)، جنب پارکینگ پارک دانشجو، ساختمان وفا خریداری کردیم. به تدریج تعداد مشتریان (فعالان پخش و توزیع) افزایش پیدا کرد البته اگر مشاور توانمند و راهنمای متعهدی در کنار ما قرار داشت به پیشرفت بهتر و بیشتری دست پیدا می کردیم زیرا سن و تجربه اندکی در کار داشتیم و در بسیاری از موارد احساس می کردم با ضعف های بسیاری ناشی از بی تجربگی مواجهیم.

این روند ادامه داشت تا در سن ۲۴ سالگی یکی از دوستان به جای طلبی که از وی داشتیم، پیشنهاد کرد کارخانه اش واقع در چهار راه ایتالیا و به وسعت ۲۲۰ متری را خریداری کنیم. پیشنهاد خوبی به نظر می رسید و تصمیم گرفتیم این کارخانه را خریداری نماییم اما متأسفانه بعدها متوجه شدم تصمیم برای خرید این کارخانه بسیار شتابزده و زود بود چون گاهی انسان ها به دلیل بی تجربگی کارهایی انجام می دهند که بعدها هیچ ثمری جز پشیمانی برایشان ندارد.

پس از خرید کارخانه جدید و ادامه تولید، با توجه به شیفتگی و علاقه فراوان به تولید، توجه خاصی به انجام کارهای جدید داشتیم به همین دلیل تولید ژله های شمعی و شلوار گرمکن زنانه (که قسمت پایین آن از جنس لمه بود)، به

تولیدات روتین مجموعه (پوشاک مردانه)؛ اضافه شد که مورد استقبال بازار نیز قرار گرفت اما چون تمام درآمدهای خود را برای خرید کارخانه جدید اختصاص داده بودیم، سرمایه کاری ما کاهش یافت و این موضوع، ضعف تدریجی ما را به همراه داشت. پس از دو سال به این نتیجه رسیدیم که بهتر است کارخانه را بفروشیم و به همان دفتر خود در ساختمان وفا، اکتفا کنیم. با گذشت زمان اگر چه روند تولید بهبود یافت اما به دلیل همان بی تجربگی و فقدان یک راهنما و مشاور دلسوز، تمام درآمدهای خود را به کار تزیین می کردیم در حالی که متوجه شده بودم تولیدکنندگان موفق، بخشی از درآمد و سود حاصل از تولید را به سرمایه گذاری اختصاص می دهند. برای مثال زمین و ملک می خرند تا پشتوانه مستحکمی برای ادامه فعالیتشان باشد. هیچ گاه فراموش نمی کنم که یکی از فعالان پخش پوشاک در ساختمان پلاسکو که قیمت مغازه اش ۲۰ میلیون تومان بود به من پیشنهاد خرید یکی از مغازه های این ساختمان را مطرح کرد اما به وی گفتم: «تمام ساختمان پلاسکو متعلق به من است، هیچ گاه نیازی ندارم مغازه ای بخرم زیرا کارخانه و دفتری در اختیار دارم که بدون هیچ مشکلی به فعالیت ادامه می دهند.»

سال ۱۳۶۶ با هدف ارتقای کیفیت محصولات و حضور موثرتر در بازار، کارخانه ای خریداری کردم و نام آن را «Bitaco» گذاشتم. بیتا نام دخترم و CO نیز ابتدای کلمه کمپانی است. بدون اغراق و بزرگ نمایی باید بگویم که اغلب مشتریان تا پاسی از شب به دفتر ما مراجعه می کردند تا تولیدات را از زیر چرخ های خیاطی و اتو نشده با خود ببرند! آن سال ها، پیراهن های تولید ما به نام «پاکو» به تازگی در ایران متداول شده بود و هنوز هیچ تولیدکننده ای به ارائه این محصول جدید نمی پرداخت. قیمت پیراهن پاکو ۷۰۰ تومان بود و گران ترین محصول موجود در بازار پوشاک محسوب می شد زیرا دقت و ظرافت های کاری تولید آن بسیار بالا بود.

تعداد مشتریان رو به افزایش بود و به همین دلیل برنامه ای برای خود تدوین کردم که طبق آن دو روز در هفته (از ساعت ۲ بعدازظهر تا ۵ بعدازظهر) به پخش اختصاص داشت. اجرای این برنامه، شکل بسیار منظمی به کار داد ضمن این که مجال تمرکز و دقت بیشتری به من می داد تا به سایر فعالیت هایم بپردازم. ضمن این که قرار شد توزیع کنندگان در ازای پرداخت ۵ میلیون تومان از ما محصول دریافت کنند و زمانی که این سقف پر می شد، بار دیگر ۵ میلیون به ما می پرداختند تا کار ادامه پیدا کند. نکته دیگر این که خرید پارچه ها به صورت مونوپل بود و هیچ یک از پارچه های مصرفی ما در اختیار سایر تولیدکنندگان قرار نمی گرفت. به لطف خداوند و طبق برنامه ریزی دقیق و اصولی، موفق شدیم و تمام محصولات فروش بسیار خوبی داشت تا جایی که حتی برخی از توزیع کنندگان پوشاک برتن مانکن را هم برای فروش برمی داشتند!

تا اواخر سال ۱۳۷۴ این رویه ادامه داشت. یکی از دوستان اصرار داشت که کارخانه رنگرزی پارچه را هم راه اندازی کنیم که برخلاف میل باطنی ام و فقط به دلیل اصرار بیش از اندازه وی، کارخانه ای به وسعت ۲۸۰۰ متر مربع در پیشوای ورامین تأسیس و فعالیت خود را در این بخش آغاز کردیم. متأسفانه وجود مدیران نالایق و بی تجربه نسبت به مسائل تولیدی و صنعتی، موجب خرابی اولین سری از پارچه های خام شد و تصمیم گرفتیم مابقی پارچه های خام را به فروش برسانیم تا زیان ناشی از خرابی کار به حداقل برسد. دوستان هم این طور توجیه کردند که اولین تجربه ما در رنگرزی بوده و قطعاً در مرتبه دوم چنین اتفاقی رخ نخواهد داد؛ در نهایت مرا توجیه کردند که به رنگرزی پارچه ادامه دهند و دومین سری از پارچه های خام جهت رنگرزی به کارخانه ارسال شد اما باز هم شکست... ضرر سنگین و این بار صد هزار متر پارچه از بین رفت و به شدت با مشکلات مالی و بهره های پول مواجه شدیم. سال ۱۳۷۵ به دلیل

متأسفانه بسیاری از همکاران با این توجیه که واردات، در دسرها و هزینه‌های تولید و پرداخت بیمه، مالیات، حقوق کارگر و ... را ندارد؛ ترجیح می‌دهند به جای تولید، واردکننده پوشاک بی‌کیفیت خارجی باشند. در حالی که ما به حرمت و برکت تولید و اشتغال هموطنان خود علی‌رغم تمام مشکلات، استوار و پابرجا در میدان تولید مانده‌ایم.

وارد کنند پس تکلیف کارگران و خانواده‌های آنان چه خواهد شد؟ برای امرار معاش به مشاغل کاذب روی آورند؟ متأسفانه قاچاق پوشاک رو به افزایش است اما سهم تولیدکنندگانی که با هزینه‌های گزاف به خرید پارچه، طراحی و دوخت پوشاک از یک سو و پرداخت مبالغ مختلف به عنوان بیمه، مالیات و ... می‌پردازند در این بازار ناعادلانه چیست؟ در شرایطی که پوشاک بی‌کیفیت و ارزان قیمت خارجی به وفور در بازار وجود دارد و مصرف‌کنندگان از خرید آن استقبال به عمل می‌آورند، تولیدکننده ایرانی با چه انگیزه و علاقه‌ای به تولید ادامه دهد؟ همه به فکر پیگیری ورود کالای قاچاق هستند اما کسی به فکر تولیدکننده داخلی نیست. در اغلب مصاحبه‌ها عنوان می‌شود که فقط سه برند خارجی به صورت قانونی و رسمی ثبت شده‌اند و مابقی بدون مجوز کار می‌کنند؛ در حالی که

خود هستند که این غرور بیجا باعث شکست ده برابری آنها می‌شود، اما اگر مشکلات خود را با یک مشاور متعهد و دلسوز در میان بگذارند، بهتر و سریع‌تر از مشکلات‌رهایی خواهد یافت. بهتر است اشتباهات خود را بپذیریم و از آنها درس بگیریم.

هفت سال پیش شرکت B&L را با شرکت دو تن از دوستان و شریک سابقم راه‌اندازی کردیم و به این ترتیب نه تنها اعتبار گذشته را به دست آوردیم بلکه با موفقیت و سرفرازی بیشتر به فعالیت ادامه دادم و در مقطعی از زمان تعداد مشتریان مادر خیابان فردوسی به ۷۰۰ نفر رسید و ۱۲ کارخانه سفارشات ما را انجام می‌دادند.

سال ۱۳۹۴ مانند اغلب تولیدکنندگان با رکود شدید بازار مواجه شدیم، اگرچه بزرگترین تهدید صنعت پوشاک را هجوم واردات بی‌رویه و انبوه پوشاک درجه چندم از ترکیه، بنگلادش، هند و چین به بازار پوشاک ایران می‌دانم. متأسفانه بسیاری از همکاران با این توجیه که واردات، در دسرها و هزینه‌های تولید و پرداخت بیمه، مالیات، حقوق کارگر و ... را ندارد؛ ترجیح می‌دهند به جای تولید، واردکننده پوشاک بی‌کیفیت خارجی باشند. در حالی که ما به حرمت و برکت تولید و اشتغال هموطنان خود علی‌رغم تمام مشکلات، استوار و پابرجا در میدان تولید مانده‌ایم. اگر قرار باشد تمام تولیدکنندگان تصمیم بگیرند از چین، تایلند، مالزی و ... پوشاک

بروز حادثه، کارخانه منفجر شد و یک نفر نیز به شدت آسیب دید. کارخانه شش ماه تعطیل شد و حقوق ۴۵ نفر کارگر را پرداخت می‌کردیم در حالی که کارخانه هیچ فعالیتی نداشت! تا سال ۱۳۷۹ گرفتار تبعات این شکست بودیم و از کار عقب افتادیم. شراکت ما نیز به آخر خط رسید و شریکم از زیر بار مشکلات شانه خالی کرد من ماندم و انبوهی از بدهی‌های معوق!

سال ۱۳۸۰ با تلاش و پیگیری مستمر، توانستم بدهی طلبکاران را به مرور زمان بپردازم، اگرچه دوران بسیار سختی بود؛ مواقعی پیش می‌آمد که یک ریال هم در جیبم نبود اما فقط به ادامه کار، پس دادن بدهی مردم و احیای اعتبار گذشته‌ام در بازار فکر می‌کردم که به دلیل بی‌تجربگی از دست داده بودم. سختی‌هایی کشیده‌ام که بسیاری از افراد حتی باور هم نمی‌کنند اما توکل به خداوند و عشق به تولید باعث شد به کار ادامه دهم. در خیابان فردوسی با یکی از دوستان قدیمی و بسیار خوبم شروع به کار کردم و این همکاری و شراکت تا امروز تداوم دارد. از تجربیات تلخ و شیرین خود نهایت استفاده را به عمل آوردم و اطرافیانم را از افراد شایسته و لایق انتخاب کردم. گرفتاری و مشکل مالی برای تمام فعالان تولیدی، صنعتی و تجاری وجود دارد اما بسیاری از افراد به دلیل غرور ترجیح می‌دهند با کسی در این زمینه مشورت نکنند و بر این باورند که به تنهایی قادر به رفع مشکل





متأسفانه در اثر تبلیغات نادرست برخی رسانه‌ها، مردم اعتماد خود را نسبت به پوشاک ایرانی از دست داده‌اند در حالی که مجموعه ما (و بسیاری از همکاران) به مشتریان خود اطمینان می‌دهند که در صورت بروز کوچک‌ترین مشکل و نقصی در محصول خریداری شده، می‌توانند جنس خریداری شده را پس دهند. با انجام این اقدام، مصرف‌کننده به کیفیت محصول ایرانی اعتماد خواهد کرد.

در ویتترین تمام فروشگاه‌های سطح شهر، نام و عنوان برندهای خارجی مشاهده می‌شود و بدون کوچک‌ترین مشکلی به فروش ادامه می‌دهند. در صورتی که ما تولیدکنندگان سعی کردیم تولیدی داشته باشیم که در خور و شان ایران و مورد قبول مصرف‌کنندگان باشد.

نکته دیگر این که متأسفانه در اثر تبلیغات نادرست برخی رسانه‌ها، مردم اعتماد خود را نسبت به پوشاک ایرانی از دست داده‌اند در حالی که مجموعه ما (و بسیاری از همکاران) به مشتریان خود اطمینان می‌دهند که در صورت بروز کوچک‌ترین مشکل و نقصی در محصول خریداری شده، می‌توانند جنس خریداری شده را پس دهند. با انجام این اقدام، مصرف‌کننده به کیفیت محصول ایرانی اعتماد خواهد کرد.

در ابتدای شروع تولید، با توجه به عدم تجربه کافی، چطور جرأت کردید از همان ابتدا کارگاهی مستقل برای خود راه‌اندازی کنید؟! دو نفر از دوستان که از نظر سنی بزرگ‌تر از من بودند، در زمینه تولید پوشاک به فعالیت می‌پرداختند؛ طی چندین بار مراجعه به محل

کار آنها، حس بسیار خوبی نسبت به تولید پیدا کردم. یکی از همسایگان هم تک‌دوز بود و لباس‌های بسیاری زیبایی را طراحی و اجرا می‌کرد که در آینده باعث و بانی ورود من به حیطه بافت تریکو شد. علاقه و شیفتگی‌ام به تولید باعث شد صد هزار تومان به‌عنوان سرمایه اولیه تهیه کنم اگرچه به کسب موفقیت در این شغل اطمینان داشتم. در آن سال‌ها، پاساژ کویته‌ها و ساختمان پلاسکو به‌عنوان بورس پوشاک ایران شناخته می‌شدند که پاساژ کویته‌ها پوشاک خارجی عرضه می‌کرد و ساختمان پلاسکو به عرضه پوشاک تولید داخل عموماً (درجه چندم) اختصاص داشت اما برای این که یک تولیدکننده موفق باشم، تصمیم گرفتم سبک تولیدات رایج و متداول داخلی را تغییر دهم و از نمونه‌های موفق و پرفروش پاساژ کویته‌ها الهام بگیرم؛ همیشه به دنبال تولید محصولاتی بودم که ضمن کیفیت بالا، جذابیت ظاهری هم داشته باشد و مصرف‌کنندگان خواهان تهیه این محصولات زیبا و متفاوت باشند. با وقوع جنگ و توقف واردات، تولیدکنندگان ایرانی فرصت بسیار خوبی پیدا کردند تا به ارائه توانمندی‌های خود بپردازند که ما هم از این قاعده مستثنی نبودیم به طوری که مشتریان ساعت ده شب با ما تماس می‌گرفتند و به دنبال تهیه کالا بودند. دوران اوج بسیاری از تولیدکنندگان در همان زمان جنگ بود که وارداتی وجود نداشت و بازار، تشنه کالاهای مختلف از جمله پوشاک بود.

۴ در مورد فعالیت در پاساژ سینا هم توضیحاتی ارائه‌نمایید.

برخی از دوستان پیشنهاد حضور در پاساژ سینا را مطرح کرده بودند اما بروز برخی از مشکلات باعث شد به این پیشنهاد توجه چندانی نشان ندهم. سال گذشته از چندین واحد این پاساژ بازدید به عمل آوردم و تصمیم گرفتم در این محل نیز فعالیت جدی داشته باشم، البته همان‌طور که می‌دانید رکود شدید بازار موجب تضعیف فروش شده است و اکثر تولیدکنندگان برخلاف سال‌های گذشته (که دغدغه تولید داشتند) به دنبال پیدا کردن راهی برای فروش محصولات خود هستند. در زمینه تولید به تجارب ارزشمندی دست یافته‌اند و سعی می‌کنند با تولید محصولات با کیفیت و متنوع به رقابت با پوشاک وارداتی بپردازند؛ کما این که کیفیت محصولات عرضه شده در پاساژ سینا تفاوت بسیار فاحشی با محصولات پاساژهای مشابه دارد.

۴ به اعتقاد شما عرضه پوشاک از طریق

تک‌فروشی‌ها، چه مزایا و معایبی دارد؟  
زمانی که با تک‌فروشی‌ها کار می‌کنیم عکس‌العمل و دیدگاه مصرف‌کنندگان را نسبت به قیمت، نوع دوخت، مدل و رنگ‌بندی محصولات را بسیار سریع‌تر از توزیع به شیوه بنکداری، متوجه می‌شویم و نظرات آنان را به خط تولید منتقل می‌کنیم. از مشتریان در مورد محصولات مختلف سوالاتی می‌پرسیم







تبلیغات در رادیو و تلویزیون است. تولیدات بسیاری از صنعتگران نساجی و پوشاک قابل رقابت با محصولات خارجی است اما تقبل هزینه‌های بالای تبلیغات از طریق رادیو و تلویزیون از عهده کمتر تولیدکننده‌ای برمی‌آید. تبلیغات از موثرترین و کاربردی‌ترین شیوه‌های معرفی هر محصول و خدمتی است اما متأسفانه هزینه‌های آن در کشور ما بسیار گران می‌باشد.

#### ۴مطلب‌نهایی

امیدوارم در آینده نزدیک روزی فرا برسد که حمایت و پشتیبانی دولتمردان از تولید داخل، رنگ و بوی واقعیت به خود بگیرد زیرا هیچ‌زمانی مانند این روزها در کشور راجع به تولید پوشاک، صحبت نمی‌شد ضمن این که تشکلهای و انجمن‌های نساجی و پوشاک و متولیان دولتی با جدیت به دنبال رفع مشکلات صنعت پوشاک هستند. امیدوارم این روند دلگرم‌کننده تداوم پیدا کند. به اعتقاد من یکی از نتایج این روند رو به رشد، برداشته شدن قیمت‌گذاری بر پوشاک بود. هم‌چنین تولیدکنندگان متوجه ضعف خود در رنگ‌بندی شدند. مطلب دیگر که اعتقاد خاصی به آن دارم، بهره‌گیری از نظرات و سلاقی جوانان در تولید پوشاک است به‌همین دلیل در روند تولیدات خود سعی می‌کنم از نظرات جوانان نیز استفاده کنیم. به امید کسب موفقیت برای تمام دوستان و همکاران فعال در صنف پوشاک.

تولید، تک‌فروشی‌هایی نیز داشته باشند تا از میزان فروش تمام محصولات، اطلاعات دقیق و به‌روز کسب کنند. برنامه‌هایی برای راه‌اندازی فروشگاه‌های عرضه مستقیم محصولات خود مدنظر قرار داده‌ایم و معتقدیم حضور در هر مجتمع تجاری، منطقی نیست زیرا بسیاری از مجتمع‌های تجاری بدون برنامه‌ریزی و هدف مشخص و صرفاً با هدف کسب درآمد راه‌اندازی شده‌اند به همین دلیل طبقه‌بندی و نظم خاصی در مورد محصولات عرضه شده وجود ندارد که این موضوع مهم‌ترین دلیل شکست مجتمع‌های تجاری است.

۴به‌عنوان تولیدکننده‌ای با ۳۷ سال سابقه فعالیت، بفرمایید که چرا قیمت تمام شده تولیدات ما بالاست؟

هزینه‌های بالای تهیه لوازم جانبی و به اصطلاح «خرج‌کار»، پرداخت مالیات‌های سنگین، افزایش تصاعدی حقوق و دستمزد کارگران از مهم‌ترین دلایل افزایش قیمت تمام شده تولیدات داخلی است. از سوی دیگر، تولیدکننده خارجی در زمینه معافیت‌های مالیاتی، دریافت وام‌های کم‌بهره، کمک هزینه حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و ... مورد حمایت دولت خود قرار می‌گیرد در حالی که بهره‌های بانکی در ایران به‌اندازه‌های بالاست که تولیدکننده در بازپرداخت آن دچار مشکلات متعدد می‌شود! نکته دیگر قیمت سرسام‌آور

و دیدگاه آنان را در تولیدات بعدی مدنظر قرار می‌دهیم؛ البته از نظر نقدینگی و مسائل مالی، کار با بانکداران امنیت به مراتب بیشتری دارد زیرا اغلب بانکداران سابقه و اعتبار خوبی در بازار دارند اما چک‌های آنان دیرتر نقد می‌شود. زمانی که چک‌ها دیرتر وصول شوند، تولیدکنندگان در مضیقه قرار می‌گیرند و امکان مانور چندانی در زمینه تولید محصولات متنوع و جدید پیدا نمی‌کنند. در سیستم تک‌فروشی هم امکان معامله به‌صورت نقدی و هم دریافت چک‌های کوتاه مدت وجود دارد. البته فعالان این بخش جوان‌تر و دارای تجارب اندکی هستند و ممکن است در مسیر کار با چالش‌هایی مواجه شوند چه بسا از عهده ادامه کار برنیاینند و ما را با معضل چک‌های برگشتی روبرو کنند!

۴تاکنون به عرضه مستقیم محصولات خود فکر کرده‌اید؟

سال گذشته، سرمایه‌گذاری‌های در پروژه «پدیده مشهد» انجام دادیم که از مجتمع‌های تجاری اروپایی هیچ چیز کم ندارد و کاملاً منطبق با استانداردهای بین‌المللی طراحی و ساخته شده است. دو فروشگاه راه‌اندازی کردیم. در اوایل کار، وضعیت بسیار مطلوب بود اما با افزایش رکود اقتصادی و بروز مسائلی، انگیزه ما از فعالیت به‌صورت تک‌فروشی کم شد اما یکی از تولیدکنندگانی بودیم که به شرکاء و سایر تولیدکنندگان پیشنهاد دادیم که در کنار