



در گفت‌وگو با علیرضا پاشاپور و سیدرضا سیدی صاحب برند لاتزی تولیدکننده و بنفقدار صنعت کفش مطرح شد:

نرخ‌های برند اتزی از نرخ‌هایی که اتحادیه تعیین کرده بسیار کمتر است / رکود اقتصادی عمده‌ترین مشکل در صنعت کفش



سیدی در پاسخ به این سوال که ثبت برند اتزی چه تاثیری در روند فروش و تولیدات شما دارد، گفت: برندسازی از هر لحاظ خوب است و اهمیت زیادی در چرخه تولید دارد. وی افزود: در تولید، مواد اولیه درجه یک و مرغوب استفاده می‌کنیم، همان مواد را در اختیار تولیدی‌ها قرار می‌دهیم و در حقیقت تولیدکننده همان جنس مرغوب و کفش با کیفیت را به ما تحویل می‌دهد به خاطر همین خیال‌مان صددرصد از جنس تولید شده راحت است و جنس ما صددرصد ایرانی و تضمین شده است. وی افزود: امکاناتی که در اختیار مشتری‌ها قرار می‌دهیم خدمات پس از فروش از تاریخ خرید تا شش ماه است و این خدمات شامل تعویض نمی‌شود، ضمانت محصولات ما شامل شکسته شدن زیره، باز شدن دوخت زیره و ترکیدگی رویه کفش است و در صورت معیوب بودن زیره جدید جایگزین می‌شود. وی در پاسخ به این سوال که نرخ فروش کفش چگونه مشخص می‌شود، گفت: بالطبع نرخ کفش‌ها با توجه به مواد اولیه به کار گرفته شده در آن مشخص می‌شود و نرخ‌های برند اتزی از نرخ‌هایی که اتحادیه تعیین کرده، بسیار کمتر است. مدل‌ها و اجناس به هر استانی با توجه به فرهنگ آن منطقه ارسال می‌شود ما بالغ بر پنج هزار مدل کفش و هزار مدل کیف داریم که تنوع مدل و طراحی در این حوزه بسیار زیاد است.

سیدرضا سیدی و علیرضا پاشاپور از بنفقداران بنام در صنعت کفش هستند که از سال ۷۸ در باغ سپهسالار فعالیت خود را آغاز کرده‌اند. در ابتدا به عنوان کارگر مشغول به کار بودند و به مرور زمان با کسب تجربه کاری و اتمام تحصیلات دانشگاهی توانستند شراکت خود را در زمینه چرم و کفش آغاز کنند و برند اتزی را به ثبت برسانند. گفت‌وگوی مفصلی با این دو شریک و صاحبان برند اتزی داشته‌ایم که در ادامه می‌آید. سیدی می‌گوید به لطف خدا شراکت خیلی خوبی داشتیم، تعدادی از افراد در باغ سپهسالار و در فضای کسب و کار قصد ضربه زدن به ما را داشتند ولی موفق نشدند بین ما نفوذ کنند در صنعت کیف و کفش هم پیشرفت قابل توجهی داشتیم، دوسالی می‌شود که برند خود را به نام اتزی و با شعار «تخصص ما چرم است» ثبت کرده‌ایم. وی با اشاره به اینکه در حال حاضر وضعیت تولید، شرایط و فضای کسب و کار رونق زیادی ندارد، افزود: تولیدات و بازارفروش در رکود به سر می‌برد و دچار بی‌بازاری هستیم و این وضعیت همه را آزار می‌دهد. پاشاپور نیز در رابطه با اینکه برای تهیه مواد اولیه در کدام بخش دچار مشکل هستند، گفت: مقداری از مواد اولیه زیره و رویه و مواد اولیه کیف و کفش را در تولیدی خودمان تهیه می‌کنیم و با توجه به عرضه و تقاضا، مواد را در اختیار تولیدی‌های دیگر قرار می‌دهیم. وی ادامه داد: نوسان قیمت دلار باعث شده قیمت مواد اولیه و اجناس تولید شده افزایش یابد و قیمت‌ها در طول هفته بالا و پایین شود که این مساله ضربه زیادی به صنعت کفش زده است. سیدی در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه به نظر شما حضور در کمپین کالای ایرانی چه تاثیری در صنعت کفش خواهد داشت، گفت: ما هم عضو این کمپین هستیم و تمام تلاشمان ارائه کالای کاملاً ایرانی و باکیفیت به مشتری است.