

# مباد چراغ تولید خاموش شود...



گفت‌وگو با سیامک زندیه - مدیرعامل شرکت مدگلبرگ

اشاره:

شرکت مدگلبرگ (با نام تجاری ماسک) از سال ۱۳۵۱ فعالیت خود را در زمینه تولید پوشاک زنانه آغاز کرد و در حال حاضر به ارائه انواع مانتوهای کلاسیک، اداری، اسپرت و سنتی می‌پردازد. این شرکت با موسساتی مانند کتابخانه ملی، آژانس‌های هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران، بانک‌های دولتی و غیردولتی، بیمارستان‌ها، شرکت‌های سایپا، ایران خودرو و ... در زمینه تهیه اونیفورم همکاری دارد. سیامک زندیه - مدیرعامل - با بیان این مطلب که بنیان‌گذار کت و شلوارهای اداری و مجلسی می‌باشد؛ یکی از دلایل ماندگاری خود در این صنعت علی‌رغم تمام مشکلات و چالش‌ها؛ توجه به سلیقه و خواسته‌های مشتریان و جدیت در امر تولید و فروش به صورت تخصصی می‌داند.

## ابزار تولید موفق

برای تولید موفق و صادرات‌محور، ابتدا باید مواد اولیه در اختیار تولیدکننده قرار گیرد تا محصولات به فور در اختیار بازار و مصرف‌کنندگان قرار گیرد اما زمانی که پارچه مورد نیاز اغلب واحدهای تولید پوشاک در کشور تولید نمی‌شود، راهی جز واردات پارچه‌های خارجی نیست که آن هم در شرایط فعلی، قیمت تمام‌شده تولیدات را افزایش می‌دهد. نکته دیگر این‌که از سویی اغلب پارچه‌های تولید داخل مناسب تولید پیراهن‌های ساده، بدون طرح و تنوع خاصی هستند از سوی دیگر تعدادی از صنعتگران نساجی و پوشاک‌چندان به دنبال نوآوری و طراحی محصولات جدید و متنوع نیستند و تولید یک طرح و مدل را برای سال‌های متمادی ادامه می‌دهند! در حالی‌که پوشاک زنانه نیازمند تنوع، بهره‌گیری از مدل‌های مختلف و رنگ‌بندی‌های منطبق با رنگ‌های مد سال می‌باشد. متأسفانه در کشور، تکمیل پارچه‌ها با نقاط ضعف بسیاری مواجه است و پارچه‌هایی که مدنظر تولیدکننده پوشاک قرار دارد، در واحدهای تولیدی پارچه به‌دست نمی‌آید.

## خرید اعتباری، خرید نقدی

خرید مواد اولیه از حالت امانی و مدت‌دار گذشته به خرید نقدی تبدیل شده‌است و کمتر فروشنده‌ای، ریسک فروش امانی را متحمل می‌شود. مطلب بعد این‌که تولیدکننده باید برنامه کاری خود را به نحوی تنظیم نماید که به‌اصطلاح یک فصل جلوتر از بازار باشد (برای مثال از آذرماه، تولید پوشاک شب عید و فصل بهار را آغاز نمایند) این امر مستلزم دراختیار داشتن سرمایه و نقدینگی قابل توجه برای تهیه و تأمین مواد اولیه (پارچه) و تجهیزات جانبی (زیپ، دکمه و...) است. همان‌طور هم که اشاره شد خرید مواد اولیه، نقدی می‌باشد اگرچه ممکن است در صورت اعتبار و نام‌نیک یک تولیدکننده در بازار، حدود یک‌ماه تا ۴۰ روز فرصت پرداخت به وی داده شود اما مواردی همچون پرداخت حقوق و دستمزد نیروی کار، بیمه، مالیات و ... باید به‌صورت نقدی انجام شود پس تولیدکننده باید از توان مالی مناسبی جهت انجام چنین هزینه‌هایی برخوردار باشد. متأسفانه در شرایط فعلی بسیاری از تولیدکنندگان برای ادامه حیات مجموعه خود، ظرفیت تولید را کاهش داده‌اند تا بتوانند در بازار باقی بمانند. برخی نیز ترجیح می‌دهند دوخت و دوز محصولات خود را به کارگاه‌های مزدی

دوزی واگذار نمایند تا قیمت تمام‌شده تولیدات افزایش سرسام‌آوری پیدا نکند؛ اما به اعتقاد من با چنین برنامه‌ها و سیاست‌هایی نمی‌توان در بلندمدت تولید را حفظ کرد و ادامه داد زیرا شرایط به نحوی پیش می‌رود که تولید مقرون به صرفه بودن خود را از دست می‌دهد.

## تدابیر کوتاه مدت برای بقا

واقعیت این است که سود کسب شده بسیاری از واحدهای تولیدی، محصولاتی است که در انبارهایشان باقی مانده است و چاره‌ای جز فروش به صورت حراج ندارند در صورت عدم فروش در حراج، اجناس در انبار به صورت استوک می‌ماند و سودی عاید تولیدکننده نمی‌شود تا براساس آن تولیدات جدیدی داشته باشد و حتی برنامه‌ای برای تولید مدنظر قرار دهد؛ لذا با کمترین میزان سود و نصف ظرفیت به تولید ادامه می‌دهند تا چراغ واحد تولیدی خاموش نشود اما این تدابیر کوتاه مدت است و هر سال شاهد تعطیلی تعداد بیشتری از واحدهای تولیدی هستیم که به دلیل نامساعد بودن شرایط از میدان تولید خارج می‌شوند. امسال نیز بسیاری از تولیدکنندگانی که با سیستم اعتباری به خرید و فروش می‌پرداختند با زیان‌های هنگفتی مواجه شدند و رو به





**تمام مسائل و مشکلات مانند مسائل مربوط به بیمه، مالیات، گمرک، قانون کار و ... را تولیدکنندگان در هر مجمع، همایشی و محفلی به گوش دولتمردان رسانده اند و آنان نیز مشکلات را یادداشت کرده اند اما تا چه میزان گوشی برای شنیدن این نکات وجود دارد؛ معلوم نیست!!!**

توقف رفتند در این میان واحدهای توانمند، معتبر و با سابقه که سرمایه و نقدینگی بیشتری در اختیار دارند و توان تهیه مواد اولیه و ... را به صورت نقدی دارند؛ همچنان باقی مانده اند.

### تولید شب عید؛ بیمه‌ها و امیدها

تعدادی از تولیدکنندگان که با چالش تهیه مواد اولیه، پرداخت حقوق نیروی کار و ... مواجه هستند به امید افزایش حجم فروش در شب عید، از دوستان و اطرافیان خود مبالغی به عنوان وام و قرض دریافت می‌کنند؛ در صورتی که فروش خوبی داشتند از محل سود دریافتی، قرض را می‌پردازند و تولید بهاره و تابستان را شروع می‌کنند اما در غیر این صورت، پس از ایام عید دیگر اثری از بسیاری واحدهای تولیدی وجود نخواهد داشت و آنها نیز به جرگه واحدهای تعطیل شده و متوقف خواهند پیوست. این وضعیت در فروشگاه‌ها و مغازه‌های عرضه پوشاک به خوبی مشخص است به این معنا که در گذشته تمام بخش‌های فروشگاه‌ها، مملو از محصولات متنوع و مختلف تولیدکنندگان بود اما پس از توقف خرید و فروش امانی و انجام معاملات به صورت نقدی و فشار بر تولیدکننده، دیگر خبری از ازدحام گذشته نیست. از طرف دیگر قدرت خرید مردم نیز کاهش یافته است و درآمد خود را صرف هزینه‌های ضروری و مهم زندگی خود و خانواده می‌نمایند.

### تولیدکننده؛ یک‌ه‌تاز میدان مشکلات

تولیدکننده در مواجهه با مشکلات تنه‌است و دولت توجه چندانی به رفع مشکلات آنان ندارد. برای مثال کاهش تعرفه‌های گمرک، اختصاص معافیت مالیاتی و امثالهم کمک بسیار موثری برای تولیدکنندگان خواهد بود. بارها در جلسات مختلف با حضور دولتمردان و مسئولان عنوان کرده‌ایم که به چه دلیل کارفرما در ازای اشتغال برای ۵ نفر از بیمه معاف می‌شود اما در صورت استخدام تعداد بیشتر، این معافیت مصداقی ندارد؛ طبعاً وقتی تولیدکننده‌ای که توان استخدام ۱۰ نفر را دارد با عدم معافیت بیمه برخورد می‌کند، انگیزه‌ای برای استخدام نفرات بیشتر ندارد. متأسفانه گویا این قانون برضد تولید و کارفرما تدوین شده‌است و کوچک‌ترین

تشویقی برای اشتغالزایی بیشتر در آن یافت نمی‌شود! در حالی که وجود ۵ نفر نیروی کار تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط است نه کارخانه‌های بزرگ و معتبر تولیدی که بار اصلی صنعت و اقتصاد کشور را بر دوش می‌کشند. مطلب دیگر در مورد بیمه و قوانین دست و پاگیر و ضد تولید آن است که برخی تولیدکنندگان برای رهایی از هزینه‌های بیمه از افغانه استفاده می‌کنند. آیا دولت لحظه‌ای تأمل می‌کند که باید از تولیدکننده حمایت واقعی کند؟! زمانی که از کنترل واردات پوشاک به عنوان راهی جهت حمایت از تولیدکننده داخلی و کاهش حجم قاچاق به کشور یاد می‌شود آیا دولت اطلاع دارد که حمایت از تولید یعنی کمک به تولیدکننده در زمینه نوسازی و بازسازی ماشین‌آلات و تجهیزات، تهیه مواد اولیه و ...؟! زمانی که هیچ‌یک از موارد مذکور را لحاظ نمی‌کند؛ چگونه انتظار دارد که در مقابل تولیدکنندگان خارجی که از حمایت واقعی دولت خود بهره می‌برند؛ توان رقابت داشته باشیم؟ در این وضعیت دست تولیدکننده بسته است اما این توقع وجود دارد که طبق مد روز دنیا پیش روند و صادرات هم داشته باشند اما چگونه؟!!

### نمایشگاه مد و لباس؛ یک حرکت خوب اما...

در نمایشگاه مدو لباس آبان ۱۳۹۱، مسئولان عنوان کردند که مدل‌های پذیرفته شده در این نمایشگاه، به تولید انبوه خواهند رسید و در نمایشگاه مد و لباس فجر (اسفند ۱۳۹۱) عرضه می‌شوند اما چه زمانی از تولید انبوه این مدل‌ها حمایتی شده است؟ آیا در جریان مشکلات تهیه پارچه و اکسسوری این مدل‌ها هستند؟ در ارائه یک مدل ممکن است طراح با استفاده از دو متر پارچه و اکسسوری محدود، طرح خاصی ارائه دهد اما توجه داشته باشید تمام مدل‌ها امکان تولید انبوه ندارند و مناسب عرضه در مزون و مشتریان خاص می‌باشند. برای مثال نمی‌توان مانتری ۴۰۰ هزار تومانی را در فروشگاه‌های سطح شهر عرضه کرد زیرا عامه مردم از نظر اقتصادی توان پرداخت چنین هزینه‌ای را ندارند و مخاطبین متمول و خاص هم ترجیح می‌دهند محصولات موردنیاز خود را از مزون‌های معتبر تهیه نمایند. پارچه‌ای که سال‌های قبل با قیمت ۲۵۰۰ و سپس ۵۵۰۰ تومان تهیه می‌شد اما امروز به ۱۰ هزار تومان افزایش یافته؛ آیا توجیهی برای تولید انبوه دارد؟ آیا مردم توان تحمل چنین هزینه‌ای را دارند؟ آیا تولیدکننده امکان دسترسی به پارچه‌های متنوع و مدرن و همچنین اکسسوری را دارند تا نیاز مصرف‌کنندگان به تنوع و مدل‌های مختلف و به روز را برطرف کنند؟ خیر! و واردات این پارچه‌ها هم آن قدر مشکل و هزینه‌بر است که در نهایت قیمت تمام شده محصول افزایش می‌دهد و مردم عادی توان خرید آن را ندارند.

### مد، ممنوع!

اوایل انقلاب صحبت از مد و تنوع در تولید پوشاک زنانه ممنوع بود، (حتی در سال ۱۳۶۰ به نام شرکت ما یعنی مد گلبرگ ایراد گرفتند و قرار شد به نام طرح گلبرگ به تولید ادامه دهیم!) بقیه تولیدکنندگان پوشاک زنانه هم در محدودیت بسیاری قرار داشتند و تا مدت طولانی حق استفاده از مانکن برای نمایش محصولات خود را نداشتند (در حالی که مانکن مانند نخ و سوزن ابزار کار تولیدکننده پوشاک است)؛ مათوها به صورت ساده و در یک سایز بدون تنوع و مدل تولید می‌شد اما امروز صحبت از مد و طراحی‌های متنوع برای پوشاک زنانه توسط مراجع دولتی مطرح شده است. از سوی دیگر مصرف‌کنندگان خواهان استفاده از پوشاک منطبق با مدروز و فصل هستند. در این میان تولید پوشاک زنانه، تنوع و پیچیدگی خاص خود را دارد و باید مرتب تغییر و تحول داشته باشد تا مخاطبان خود را راضی نگه دارد اما متأسفانه ارتباطی میان تولیدکننده و طراحان و دانش‌آموختگان طراحی لباس و پارچه وجود ندارد و اغلب طراحان لباس یا بیکار هستند و یا در شغل دیگری مشغول کار می‌باشند. در حالی که تولیدکنندگان ترکیه ارتباط تنگاتنگی با طراحان مد و لباس برقرار کرده‌اند و طرح‌های آنان مرتب در حال تغییر و تحول است. این طراحان در قالب بین‌المللی به ایجاد مد می‌پردازند و سلیقه مردم دنیا را در طراحی‌های خود مدنظر قرار می‌دهند در حالی که طراحان ما کمتر نگاه بین‌المللی دارند و طرح‌های خود را اکثراً برای مصرف‌کنندگان پایتخت ارائه می‌نمایند. ضمناً تولیدکنندگان ترکیه از محصولات دیگران کپی برداری نمی‌کنند و یا منتظر نمی‌مانند در صورت استقبال مردم از یک طرح تا سالیان متمادی به ارائه همان طرح ادامه دهند و از توجه به نوآوری، ابتکار و طراحی جدید باز بمانند.

### همگان مشکلات تولید را می‌دانند اما...

تمام مسائل و مشکلات مانند مسائل مربوط به بیمه، مالیات، گمرک، قانون کار و ... را تولیدکنندگان در هر مجمع، همایشی و محفلی به گوش دولتمردان رسانده‌اند و آنان نیز مشکلات را یادداشت کرده‌اند اما تا چه میزان گوشی برای شنیدن این نکات وجود دارد؛ معلوم نیست!!! گویا عزمی برای رفع مشکلات تولیدکنندگان وجود ندارد.

### شیفتگان تولید حتی پس از بازنشستگی

در صورت عدم حمایت، تولید از بین خواهد رفت. بسیاری از تولیدکنندگان به سن بازنشستگی رسیده‌اند اما تنها دلیل ادامه تولید و کار، عشق به تولید است و تمام تلاش خود را جهت حفظ واحد تولیدی و اشتغال نیروی کار به‌عمل می‌آورند.

