

رسید و محمود زینی و دوستانش کارخانه اصلاح شده را به صاحبانش تحویل دادند.

اصلاح ساختاری کارخانه تریکوتاژ برای محمود زینی که چند سال بعد وارد صنعت نساجی شد، تجربه‌ای بسیار گران‌بها بود.

بعد از تجربه موفق شرکت آپدیت محمود زینی در اوایل دهه ۵۰ با همکاری یکی از بستگانش شرکتی به نام «دوپ» برگرفته از دو حرف «پ» پارچه و پوشاک را تأسیس کردند.

در این کارخانه که در آن محمود زینی مدیرعامل بود چند دستگاه گردباف و دوخت و دوز پوشاک وجود داشت و محصولات بوتیکی تولید می‌شد که مشتریان بسیاری داشت و همین موضوع هم باعث شد که او جهت توسعه مجموعه و خرید مواد اولیه در سال ۱۳۵۵ به اروپا سفر کند. سفری که با همراهی یکی از دوستانش انجام شد و مسیر زندگی محمود زینی را به کلی تغییر داد.

در این سفر دوست و همراهش به او پیشنهاد داد تا با خرید ماشین‌آلات منسوج نبافته و کالای خواب که تا آن زمان هیچ شرکت دیگری در ایران تولید نمی‌کرد، وارد این حوزه پرکاربرد شود و بتواند تحول مهمی در بازار داخل رقم بزند؛ پیشنهادی که با موافقت و همراهی محمود زینی همراه و به تأسیس شرکت لایکو منجر شد. خود او درباره تأسیس این مجموعه گفته است در یکی از سفرها به آلمان غربی دوستی پیشنهاد کرد منسوج نبافته که تا آن موقع در ایران تولید نمی‌شد وارد کنیم. بازدید از کارخانه‌های آلمانی داشتیم و کار را پسندیدیم. پس از بازگشت به ایران با شرکا در مورد این طرح صحبت کردم و آنها نیز موافقت کردند.

از زمان تصمیم‌گیری تا زمانی که کار به تولید رسید، یعنی مراحل خرید زمین، ماشین‌آلات و انجام مراحل کسب مجوز و راه‌اندازی تنها هفت ماه طول کشید.

در واقع گروه لایکو فعالیت خود را از سال ۱۳۵۵ با هدف تولید انواع منسوج نبافته شروع کرد و بلافاصله تولید انواع کالای خواب (لحاف، تشک، ملحفه، بالش و...) را در دستور کار خود قرار داد.

گروه لایکو پیشگام تولید کالای خواب در ایران بوده و با بیش از ۴۰ سال تجربه هم اکنون با استفاده از ماشین‌آلات مدرن و تمام اتوماتیک، انواع کالای خواب را با استانداردهای بالا و کیفیت مطلوب با نام‌های تجاری ایران لایی، چاپرنگ، ویوانا، پرک، کان و آبی جین تولید



باید از تولید داخلی حمایت کنیم

درآمد و بعد از مدت کوتاهی سرپرست گروه‌های تحقیق، بررسی و بازرسی شد. کار اصلی او شناسایی افرادی بود که به شکل‌های مختلف از پرداخت هزینه‌های مصرف برق شانه خالی می‌کردند. خود او گفته است آن زمان روزنامه‌ها نوشته بودند که ۹۰ درصد مشترکین برق تهران گم شده‌اند و کار اصلی او و گروهش پیدا کردن این مشترکین بود که به افزایش قابل توجه درآمدهای شرکت برق منجر شد. از دیگر اقدامات مهمی که او در آن زمان در شرکت برق تهران انجام داد، اصلاح‌آموز مشترکین و فرمهای برق جدید و تبدیل آمپراژ (که هنوز هم در برق تهران مورد اجراء است) بود.

او پس از دریافت فوق لیسانس خود با ۵ نفر از دوستانش شرکت را هم جهت ارائه مشاوره و خدمات مالی راه‌اندازی کردند. این «آپدیت» مجموعه با سرمایه اولیه ۷۵۰۰ تومان تأسیس و محمود زینی به عنوان مدیرعامل آن انتخاب شد.

این شرکت مدتی بعد از شروع به کار توانست قرارداد بزرگی با یکی از زیرمجموعه‌های سازمان برنامه و بودجه (بخش انفورماتیک) ببندد و از طریق همین قرارداد هم با کارخانه تریکوتاژ که یک شرکت ورشکسته گردبافی و رنگرزی بود قراردادی را برای اصلاح ساختاری این کارخانه منعقد کند. پروژه‌ای که بعد از ۹ ماه به نتیجه

آنچه باعث می‌شود یک کارآفرین حتی در آستانه ۸۰ سالگی همچنان به توسعه مجموعه صنعتی خود و اشتغال‌آفرینی فکر کند عشق به کار و تلاش و مسئولیت نسبت به نیروی کار است. نکاتی که محمود زینی، یکی از موسسان و مدیرعامل مجموعه صنعتی لایکو بر آن تأکید دارد و می‌گوید از افتخاراتش این است که توانسته برای بیش از ۶۰۰ نفر که بخش مهمی از آنها را نیروی جوان تشکیل می‌دهند، کار ایجاد کند.

او ۲۷ اردیبهشت سال ۱۳۲۰ در مراغه متولد شده و حالا در آستانه ۷۹ سالگی همچنان بسیار فعال است و با قدرت مجموعه صنعتی لایکو را هدایت می‌کند.

به گزارش سایت نساجی امروز به نقل از آینده نگر، او دوران ابتدایی و متوسطه (تا سیکل و کلاس نه) را در مراغه پشت سر گذاشت و بعد به تهران آمد و دیپلم خود را در رشته طبیعی (تجربی کنونی) در دبیرستان جم قلهک دریافت کرد. او علاقه بسیاری به ادامه تحصیل داشت برای همین در سال ۱۳۴۱ وارد دانشگاه ملی ایران (شهید بهشتی کنونی) شد و لیسانس خود را در رشته اقتصاد و فوق لیسانسش را در رشته مشاوران اداری اخذ کرد.

زینی همزمان با تحصیل در دانشگاه کار می‌کرد. او در زمان فوق لیسانس آموزشگاه حسابداری زینی را تأسیس کرد و خود نیز در آن مشغول به تدریس شد. همچنین مدتی بعد به استخدام شرکت برق منطقه ای تهران

و اکنون در گروه لحاف حدود ۱۵۰۰ عدد ست در روز تولید عرضه می‌کند.

اکنون در گروه لحاف حدود ۱۵۰۰ عدد ست در روز تولید می‌کنیم. همچنین ۵ هزار عدد در روز بالش و کوسن تولید می‌کنیم. ۳۰۰ عدد تشک و ۸ هزار عدد حوله و وسایل آشپزخانه در روز از دیگر تولیدات ماست. همچنین حدود یک میلیون متر در ماه پارچه تولید می‌کنیم.

نامی صدر صد ایران

گروه لایکو فعالیت خود را با تاسیس شرکت ایران لایی در خردادماه ۱۳۵۵ و با هدف تولید انواع کالای خواب و منسوج نبافته از سوی محمود زینی و تعدادی از شرکایش شروع کرد. گروهی صنعتی که به عنوان اولین تولیدکننده کالای خواب در ایران چند سال بعد به لایکو تغییر نام داد. لایکو ترکیبی صد درصد فارسی از دو کلمه «لای» به معنی پارچه ابریشمی و «کو» مخفف کوی، به معنی کوی ابریشم است.

کارخانه ایران لایی از ابتدا با ظرفیت مناسب تولید انواع لایی صنعتی، کالای خواب و منسوجات خانگی کار خود را شروع کرد و خیلی زود توانست به دلیل کیفیت کالاهای تولیدشده مشتریان زیادی را جذب کند.

یکی از ابتکارات زینی که در توسعه فروش این مجموعه نقشی پررنگ داشته است راهاندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای محصولات لایکو در شهرهای مختلف و ایجاد نمایندگی‌های فروش این مجموعه برای عرضه سریعتر و مستقیم محصولات این گروه صنعتی بود.

این مجموعه دارای بیش از ۲۰ فروشگاه و ۸۰ نمایندگی فروش در سطح کشور است. زینی در مصاحبه‌ای گفته است «حُسنی که این فروشگاه برای ما دارد این است که موقعی که مصرف‌کننده مراجعه می‌کند و احياناً ایراد و سوالی برایش پیش می‌آید، بلافاصله از فروشگاه‌های ما به دفتر مرکزی منتقل می‌شود و موضوع بررسی می‌شود و از کارخانه اطلاعات خواسته و جواب منطقی به آن مصرف‌کننده داده می‌شود.

در کنار این فروشگاه‌های زنجیره‌ای و نمایندگی‌ها، لایکو یکی از شرکت‌های پیشرو در فروش آنلاین در کشور محسوب می‌شود و از سال ۱۳۹۲ فروش اینترنتی این مجموعه شروع شد که در همه این سال‌ها ادامه داشته و توسعه پیدا کرده است.

توسعه و شرکت‌های زیرمجموعه

در طول بیش از ۴ دهه فعالیت (۴۳ سال) همیشه توسعه این مجموعه و تکمیل زنجیره تامین از اهداف اصلی محمود زینی بوده است و این شرکت در حال حاضر دارای چندین زیرمجموعه (چاپرنگ، ویوانا، دیزین کالرز، پرک، آبی جین و کانن) است و به یک هلدینگ صنعتی در حوزه تولید کالای خواب و منسوجات خانگی بدل شده است.

مثلاً در سال ۱۳۷۱ با هدف به‌روز و مدرن کردن خط رنگرزی و چاپ گروه صنعتی لایکو، شرکت چاپرنگ در زمینی به وسعت ۱۱ هکتار تاسیس شد و با خرید ماشین‌آلات به‌روز در مدت ۱۶ ماه به بهره‌برداری رسید. همچنین شرکت ویوانا حدود ۱۵ سال پیش در پی صادرات محصولات لایکو به دیگر کشورها، راه‌اندازی شده و هدف‌گذاری آن تولید اجناس باکیفیت صادراتی است. در مقابل ویوانا این شرکت برند دیگری با نام «پرک» دارد که به تولید محصولات متوسط از دید طراحی و با قیمت مناسب‌تر مشغول است.

علاوه بر اینها مجموعه «دیزین کالرز» هم وظیفه تولید و دوخت محصولات را که طرح‌های پارچه آن از کشورهای دیگر خریداری شده و در کارخانه چاپرنگ دوخته و تکمیل می‌شود دارد.

محصولات لایکو شامل انواع لحاف، ملحفه، بالش و کوسن و متکا، تشک، تشک فنری، تشک سفری، حوله، سرویس آشپزخانه، پتو و پارچه و... است.

محمود زینی در مصاحبه‌ای گفته «در این مجموعه از نظر کدینگ ۳ تا ۴ هزار نوع کالا تولید می‌شود. ظرفیت لایکو بسیار بالاست و می‌توانم بگویم که ۸۰ درصد نیازهای داخلی را تامین می‌کنیم. شرکت لایکو در سال ۱۳۵۵ با این هدف تاسیس شد که صفر تا صد تولید را کاملاً داشته باشد. از منسوج نبافته گرفته تا چاپ و تکمیل، دوخت و توزیع همه‌اش دست خودمان باشد. لایکو حدود ۲۰ فروشگاه دارد که بتوانیم کالاهای لایکو را خودمان عرضه کنیم، فرهنگ‌سازی کنیم و هم به مغازه‌ها یاد بدهیم که این کار چگونه عرضه می‌شود

محمود زینی معتقد است دولت باید جلوی قاچاق و حتی کالاهایی را که مشابه باکیفیت آنها در داخل تولید می‌شود بگیرد و همچنین به مردم آموزش دهد و فرهنگ‌سازی کند تا تفکر استفاده از کالای خارجی به کالای باکیفیت داخلی تغییر کند. «من شخصاً مخالف واردات هستم و قاچاق هم مدام عذابان می‌دهد. تمام

تلاش ما این است که به هر حال یک تولید ملی را که در آن جوان‌ها سرگرم و مشغول کار هستند حفظ کنیم. ۶۰۰ تا ۷۰۰ جوان و پرسنل در مجموعه ما کار و محصولی ملی را تولید می‌کنند و مردم با خرید یک محصول، اشتغال فرزندان کشور را تضمین می‌کنند.

ما در حد خودمان فرهنگ‌سازی می‌کنیم که تولید مال شما و جوان‌های شماست. به نظر من دولت در این زمینه باید وارد عمل شود و خیلی هم پیشنهاد دادیم که مردم متقاعد بشوند که باید از تولیدات داخلی استفاده کنند ولی تا حالا متأسفانه اثرگذاری کم‌رنگ بوده است. متأسفانه بسیاری از مردم ما دوست دارند کالای خارجی بخرند. البته مردم تا حالا همکاری کردند و بقای ما مدیون مصرف‌کننده‌هاست.

با خریدی که آنها از ما می‌کنند هنوز هر برج می‌توانیم حقوق پرسنلمان را بدهیم و خدا را شاکریم. ولی به هر حال در این زمینه انتظار داریم که دولت اقدامات اساسی انجام دهد، به خصوص در مورد قاچاق که بیداد می‌کند. آسیب‌پذیری نساجی متأسفانه خیلی بالاست و شاهدیم به عنوان‌های مختلف، مسافر، کوله‌بری، از بنادر خاص و حتی رسمی با تعرفه‌های ترجیحی مختلف کالاها وارد کشور می‌شود و تولید داخلی راحت‌تر شمع قرار می‌دهد.»

شرکت لایکو در طول سال‌های گذشته به کشورهای مختلف اروپایی، آسیایی و همسایه صادرات داشته است. ولی در حال حاضر بخش مهمی از آن متوقف شده است. محمود زینی در مصاحبه دیگری گفته «ما نخستین شرکت ایرانی هستیم که در نمایشگاه نساجی فرانکفورت حاضر شدیم و ۲۴ دوره متوالی در آن غرفه داشتیم. ما حضور موقفی در بازار کشورهای آلمان، هلند، فرانسه، ایتالیا و سوئیس داشتیم و به همین دلیل حیفم می‌آمد صادرات به این کشورها را به عنوان حضور یک کالای ایرانی در اروپا قطع کنیم. اما ناچار شدیم به خاطر ثبات قیمت دلار آن را متوقف کنیم. اکنون هم با قوانین موجود که باید مواد اولیه را با ارز آزاد بخریم اما ارز صادراتی را به دولت با نرخ ارز مبادلاتی بفروشیم، صادرات صرف نمی‌کند. البته برخی بازرگانان کالای ما را به افغانستان، عراق، آذربایجان و گرجستان صادر می‌کنند اما من فروش کالا به این کشورها را صادرات نمی‌دانم چون آنها هر کالایی را با هر کیفیتی می‌خرند. به هر حال امیدواریم باز هم زمینه حضور ما در بازارهای اروپایی فراهم شود.»