

DEZVOLTARE DE VALOARE ADĂUGATA PRODUSULUI – OPȚIUNE SAU OBLIGAȚIE ?

Este dificil să fii pe scaunul unui manager în industria textilă a zilei de azi. DE CE va-ți putea întreba? Răspunsul vine din responsabilitatea pe care o ai ca manager în a asigura salarii angajaților tăi, a mulțumi clienții companiei și nu în ultimul rând de a asigura o perspectivă companiei pe care o conduci.

În acest articol dorim să ridicăm o problema la care managerul din România este forțat să dea un răspuns. Punctul nostru de vedere este strict tehnic-managerial și este rezultatul experienței și percepției pe care o avem ca și companie de consultanță tehnică în industria textilă.

Vin vremuri grele! Toată lumea spune asta de ceva vreme. Oare e adevărat, oare nu? Păreră noastră e ca DA, vin vremuri grele, dar există și soluții de la caz la caz.

Orientarea industriei textile din Europa este clară de câțiva ani: comenzile mari sunt transferate în Asia, fast fashion este prezent în Turcia, România, Bulgaria, Ucraina și o mică parte se clădește în fosta Yugoslavia. În să cei 2 mari jucători sunt Turcia și România.

Ce deosebesc acești 2 competitori?

În Turcia se execută comenzi pentru orice fel de produs, cu grad mare de complexitate, cu spălări, imprimări, broderii foarte complexe. OK asta se face și în România.

În Turcia se folosesc și se investesc masiv în ultimele tehnologii existente pe piață. OK asta se face și în România, nu la aceeași scară ca în Turcia dar se face.

În Turcia programul legal de muncă este de 9 ore pe zi, iar condițiile de muncă în majoritatea fabricilor sunt excepționale (transportul și masa caldă la amiază se asigură gratuit de către angajator). Asta nu este prezent în România decât în unele situații la nivel de transport.

În Turcia s-a investit masiv în sisteme de coduri de bare pentru eficiența operatorilor, în sisteme ERP de planificare – urmărire a producției, sisteme logistice. Orice jucător mai important are un sistem achiziționat care îi pune la dispoziție o bază de date care este fundamentul luării de decizii. Oare aceste tehnologii IT sunt folosite pe scară largă în România?

Poate până aici balanța stă puțin înclinată în favoarea Turciei. Dar de aici încolo apar adevăratele avantaje ale Turciei.

În Turcia termenul de livrare a unei comenzi în T-shirturi (de orice complexitate și cantitate) este de 4-6 săptămâni și 3-4 săptămâni pentru comenzile ce se repetă. În cazul comenzilor din țesături/denim termenul de livrare este de 4-8 săptămâni. Nu mai spunem că sunt firme care au termen de livrare și 2 săptămâni. O mică clarificare: termenul indicat este pentru un produs complet pornind de la primirea unei schițe, stabilirea prețului, negociere, executarea tiparelor, a mostrelor, primirea aprobărilor de tot felul (FIT, SIZE, FABRIC, COLOR, ACCESSORIES, BULK FABRIC, GOLD SEALS, MOCK-UP SAMPLES,

etc), aprovizionarea cu material și accesorii, croire, brodare, coasere, spălare/vopsire, finisare, audit. Suntem capabili la scară națională să avem aceste performanțe?

În Turcia găsești sute de producători de material tricotat, sute de producători de țesături, sute de producători de denim, sute de producători de accesorii de orice fel, sute de broderii și imprimerii, zeci de firme de spălare și vopsire etc și etc. Asta dă un avantaj competițional pentru Turcia. Avem acești producători în România?

În Turcia găsești mii de oameni calificați să îți execute tipare și gradări, încep să apară zeci de designeri turci care lucrează pentru firmele turcești care doresc să le ofere clienților lor designuri/produse noi și astfel să își creeze un avantaj competițional față de competitorul lui de peste drum. Avem acești oameni specializați în România?

Nu dorim să fim înțeleși greșit. Suntem o firmă de consultanță românească și ținem la țara noastră. Dar în economie, avantajul e avantaj orice religie, locație sau limbă ai vorbi. Trebuie să învățăm și să tragem concluzii din succesul oricărei țări care găsește o soluție la problemele cu care ne confruntăm și noi ca țară.

Și știți ce este mai curios? Turcia este competitivă în condițiile în care salariul mediu net pe care un operator la mașina îl primește lunar în Istanbul este de 277 EUR adică echivalentul a 1.000 RON lunar. În afara Istanbulului (oraș de peste 16 milioane de locuitori) salariul este cu 25% mai scăzut. În România salariu mediu brut al unui operator este între 630 și 742 RON pe lună. În Turcia salariile unui tiparist, Customer Service, Manager de Producție ar face să viseze pe mulți dintre tehnicienii sau managerii din România.

Ei și atunci se pune întrebarea – Plătind salarii mai mari ca în România, cum Turcia este competitivă?

Răspunsul stă în flexibilitatea și capacitatea lor de adaptare la nou. În România noi o numim RESTRUCTURARE.

Credeți-ne, sunt căi de a reduce costurile, dar nu asta e cheia supraviețuirii într-o piață dominată de China și Asia. Oricât ai încerca nu te poți coborî la nivelurile de costuri la care un producător din China ajunge. Soluția este VALOAREA ADĂUGATA la produs, și metode moderne de management.

Se tot vorbește de ani de zile de programe de sprijinire a IMM-urilor și a industriei textile, există organisme create special pentru sprijinirea acestei industrii, există și diferite proiecte frumos făcute care zac prin sertarele de prin ministere . Dar PRACTIC cine poate să facă ceva pentru firma D-vs?

Doar intelegând care este orientarea pe termen mediu și luând decizii strategice pentru compania D-vs ve-ți face ceva pentru firma pe care o coordonați.

Vin vremuri grele! Oare așa este?

Răzvan Ionele

Consultant tehnic

I-TEAM / Consultanță tehnică în tricotaje – confecții - textile