

اشاره:

شاید باورش کمی سخت باشد که وسعت بازار چاپ دیجیتال پارچه در دنیا سه برابر چاپ دیجیتال لارج فرمت تبلیغاتی است. این بازار از بیست و چند سال پیش شکل گرفته و با توجه به مزایای بی‌شمار، این تکنولوژی هر روز رشد خیره‌کننده خود را به رخ بازار سنتی چاپ پارچه می‌کشد. محدودیت‌های دست‌پاگیر و پرهزینه چاپ آنالوگ در صنعت دیجیتال وجود ندارد، نمونه‌گیری بسیار راحت و چاپ با تیراژ دلخواه مشتری انبارهای شرکت‌های خدمات‌دهنده را هر روز کوچکتر نموده و این شرکت‌ها نیازی به تولید انبوه از یک طرح و تلاش برای فروش آن ندارند. امروزه چاپ مقادیر محدود جهت برآورد استقبال از کالا و طرح آن به مدد تکنولوژی دیجیتال بسیار راحت شده است.

اما در کنار تمام این مزایا، به نظر می‌رسد صنعتگران نساجی در ایران روی خوشی به این تکنولوژی نوظهور نشان نمی‌دهند؛ کما این‌که به گفته مدیرعامل سوپر واید «اشکال بزرگ در مورد بهره‌گیری از چاپ دیجیتال پارچه در کشور ما این است که صنعتگران می‌خواهند با کمترین میزان سرمایه‌گذاری و استفاده از ارزان‌ترین رنگ و مرکب به بهترین و بالاترین کیفیت ممکن در جهان برسند! به کسانی که چنین بینشی دارند صادقانه می‌گویم چاپ دیجیتال را به فراموشی بسپارید و وقت خود را بیش از این تلف نکنید.»

مدیرعامل سوپر واید اذعان می‌دارد «راه خود را در صنعت نساجی پیدا کرده‌ایم و فرق چندانی ندارد که صنعتگران نساجی به چاپ دیجیتال روی خوش نشان دهند یا خیر؛ چون تا پنج سال دیگر، گریزی از دستگاه‌های چاپ دیجیتال نخواهند داشت.» متن کامل این گفت‌وگو از نظرتان می‌گذرد:

## راه خود را در صنعت نساجی پیدا کرده‌ایم



گفت‌وگو با مهندس حمید خیراللهی - مدیرعامل شرکت سوپر واید پرشیا

«بیوگرافی و آغاز فعالیت حرفه‌ای در صنعت متولد سال ۱۳۵۱ و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی مکانیک از دانشگاه تهران هستیم. از سال ۱۳۷۶ علاقه بسیاری به صنعت چاپ دیجیتال پیدا کردم و اگر نگویم اولین نفر، اما قطعاً دومین فردی در ایران محسوب می‌شوم که فعالیت در صنعت چاپ دیجیتال را آغاز کرد. آن زمان چاپ دیجیتال فقط برای چاپ ورقی و روی کاغذ مورد استفاده قرار می‌گرفت و هنوز وارد سایر صنایع (مانند پارچه) نشده بود. یکی از مشکلات چاپ افسس این بود که امکان چاپ پوستر یا کارت ویزیت در تیراژ پایین وجود نداشت؛ همچنین فعالان صنعت چاپ به‌خصوص لیتوگرافی‌ها علاقه‌ای به انتقال اطلاعات به دیگران نداشتند اما علاقه‌ام به چاپ دیجیتال باعث شد افرادی خارج از کشور در مسیر زندگی‌ام قرار بگیرند که شاید امروز تصور دسترسی به آنها دشوار به نظر می‌رسد! آنان بدون هیچ‌گونه محدودیتی

نرم‌افزارهای چاپ، مراحل چاپ دیجیتال، فرایند اصلاح رنگ، نرم‌افزار ریب (RIP Software) و ... را به من آموزش دادند و به ارائه خدمات چاپ می‌پرداختم؛ شاید یکی از دلایلی که باعث شد اطلاعات ارزشمندی از فرایند چاپ دیجیتال پیدا کنم، داشتن چاپخانه و ارتباط نزدیک با این صنعت بود. از اواخر دهه ۷۰، با انفجار چاپ دیجیتال در ایران، سرمایه‌گذاری‌های کلانی در این بخش صورت گرفت و شرکت‌های متعددی به فعالیت در چاپ دیجیتال پرداختند منتها بخش عمده‌ای از این فضا حباب‌گونه بود و به تدریج بسیاری از شرکت‌ها از ادامه فعالیت بازماندند به طوری که امروز نامی از آنها شنیده نمی‌شود.

از اوایل دهه ۸۰، به‌عنوان مشاور یکی از شرکت‌های چاپ دیجیتال (تحت مدیریت آقای مهندس حقانی) به کار خود ادامه دادم. ایشان مباحث بازرگانی و فروش ماشین‌آلات



از اواخر دهه ۷۰، با انفجار چاپ دیجیتال در ایران، سرمایه‌گذاری‌های کلانی در این بخش صورت گرفت و شرکت‌های متعددی به فعالیت در چاپ دیجیتال پرداختند منتها بخش عمده‌ای از این فضا حباب‌گونه بود و به تدریج بسیاری از شرکت‌ها از ادامه فعالیت بازماندند به طوری که امروز نامی از آنها شنیده نمی‌شود

چاپ دیجیتال را به من آموختند. در این شرکت به بازاریابی ماشین‌آلات چاپ دیجیتال برای فعالان چاپ افسست می‌پرداختم اما با عکس‌العمل منفی آنان مواجه می‌شدم زیرا احساس می‌کردند این ماشین‌های کوچک و کم‌حجم، کاری از پیش نمی‌برد و بیشتر شبیه بازی‌های کودکانه است! شاید برایتان جالب باشد که بگویم همین برخورد را صنعتگران نساجی هم دارند و زمانی که دستگاه چاپ دیجیتال را به آنان معرفی می‌کنیم؛ اولین سوال کاملاً جدی آنان در مورد وزن و اندازه ماشین است؛ متأسفانه باید عنوان کنم جلسات نه چندان مطلوب متعددی با نساج‌ها داشته‌ام.

#### ۴ چه زمانی وارد چاپ دیجیتال در حوزه نساجی و پارچه شدید؟

از سال ۱۳۸۹ تاکنون در ترکیه زندگی می‌کنم و پیش از آن هم (تا سال ۲۰۱۵) در دوی به فعالیت می‌پرداختم. سال ۱۳۹۰ چاپ دیجیتال روی پارچه را موضوعی بسیار جالب دانستم به همین دلیل مطالعات گسترده‌ای در زمینه چاپ دیجیتال پارچه در دنیا انجام دادم و متوجه شدم قدرتمندترین کشور در این بخش برزیل و سپس ترکیه، هند و چین است. برخلاف تصورم، فعالان چاپ دیجیتال پارچه در ترکیه، هیچ‌گاه مانع یادگیری من نمی‌شدند، در این زمینه کمک‌های بسیاری به من کردند و حتی اجازه بازدید از دستگاه‌ها حین کار را می‌دادند. شرکت سوپر واید را یازدهم آذر ۱۳۸۲ تأسیس کردم. آن زمان فقط به فروش

باید بپذیریم داستان چاپ دیجیتال پارچه تفاوت بسیاری با چاپ دیجیتال کاغذ دارد. چاپ کاغذ مکانیسم بسیار ساده‌تر و کوتاه‌تری دارد اما در چاپ دیجیتال پارچه با توجه به عرض پارچه باید جزئیات و شاخص‌های فراوانی مدنظر قرار گیرد و قواعد خاص خود را دارد. اجازه دهید یک مثال عینی در این زمینه بزنم. برای پختن یک غذای خوشمزه، نمی‌توان از گوشت بی‌کیفیت، سبزی پلاسیده و به‌طور کلی مواد اولیه نامرغوب استفاده کرد اما در عین حال دانتظار غذایی فوق‌العاده عالی و خوشمزه را داشت! در چاپ دیجیتال هم اگر از رنگ‌های مناسب و باکیفیت استفاده نشود، هر اندازه دستگاه‌های پیشرفته به کار گرفته شوند باز هم محصول نهایی قابل توجه نخواهد بود.

اشکال بزرگ در مورد بهره‌گیری از چاپ دیجیتال پارچه در کشور ما این است که صنعتگران می‌خواهند با کمترین میزان سرمایه‌گذاری و استفاده از ارزان‌ترین رنگ و مرکب به بهترین و بالاترین کیفیت ممکن در جهان برسند! به کسانی که چنین بینشی دارند صادقانه می‌گویم چاپ دیجیتال را به فراموش بسپارید و وقت خود را بیش از این تلف نکنید. واقعیت این است که در ایران نیازمند انتقال تکنولوژی، دانش فنی و فهم صحیح چاپ دیجیتال هستیم و در این بخش،

دستگاه‌های سوپر پرینتر لاج فرمت جهت چاپ بنر می‌پرداختیم، با توجه به رشد سریع چاپ دیجیتال، ما نیز به رشد صعودی دست یافتیم و به تدریج ماشین‌آلات یووی را به مجموعه اضافه کردیم و دفاتر سوپر واید در کشورهای همسایه (ترکیه و امارات) نیز راه‌اندازی شد.

سال ۱۳۹۴ با علاقه و شیفتگی فراوان، ارائه دستگاه‌های چاپ دیجیتال پارچه در ایران را آغاز کردم؛ در حالی که هیچ شناختی از صنعت نساجی ایران نداشتیم و فکر می‌کردم مانند صنعت نساجی ترکیه است. اما به مرور زمان متوجه شدم با یک صنعت بسیار سنتی مواجهیم و صنعتگران آن کمتر اجازه می‌دهند کسی خارج از دایره فعالیتشان وارد شود، همچنین به دلیل عدم ارتباط مستمر با بازارهای جهانی چاپ دیجیتال، فاصله دانش و بینش آنها حتی از شرکت‌های ترک به مراتب بیشتر است. ابتدا چینی‌ها وارد بازار چاپ دیجیتال پارچه ایران شدند که متأسفانه به نتایج بسیار تلخی دست یافتیم؛ به این معنی که ماشین‌آلات گرانی‌مندی خریداری، نصب و راه‌اندازی شد اما متوقف مانده‌اند و کار نمی‌کنند.

دلیل این توقف چیست؟ آیا نیازمند تکنولوژی‌های بسیار پیشرفته است که در دسترسی به آنها محدودیت داریم؟

از طریق آنان، اعضا را به بهره‌گیری از چاپ دیجیتال ترغیب نماید؟

راه خود را در صنعت نساجی پیدا کرده‌ایم و فرق چندانی ندارد که صنعتگران نساجی به چاپ دیجیتال روی خوش نشان دهند یا خیر؛ چون تا پنج سال دیگر، گریزی از دستگاه‌های چاپ دیجیتال نخواهند داشت. اما در پاسخ به سوال شما باید بگویم علاقه‌ای به برگزاری جلسه با تشکل‌های نساجی ندارم و هیچ نتیجه خاصی از عملکرد این انجمن‌ها مشاهده نکرده‌ام. به ارائه محصولی می‌پردازم که دانش فنی آن را در اختیار دارم و مشتریان «اگر» بخواهند آن را خریداری می‌کنند پس چه نیازی به برقراری ارتباط با تشکل‌های نساجی جهت فروش محصولاتم دارم؟ در صنعت چاپ هم تشکل‌های متعددی وجود دارد و یکی از بانیان تشکیل انجمن چاپ دیجیتال در سال ۱۳۸۴ هستم اما در عمل ثمری نداشت و امور به سمت مسائل سیاسی و ... پیش رفت.

با توجه به فعالیت در ترکیه بفرمایید که تا چه میزان از صنعت نساجی و پوشاک ترکیه عقب هستیم و فکر می‌کنید دلایل عدم رشد صنعت نساجی در ایران چیست؟

یکی از دلایل مهم این موضوع، تحریم‌هاست. ترکیه به پایگاهی برای تولید منسوجات و پوشاک در دنیا تبدیل شده‌اند و ۹۵ درصد واردات برندهای معتبری مانند گپ، زارا، هوگو بوس و ... از ترکیه انجام می‌گیرد. دومین دلیل، بینش پایین اغلب مدیران نساجی است. بله! ما به دلیل تحریم نتوانستیم برای برندهای اروپایی، کالا تولید کنیم، اما چرا اجازه می‌دهیم پارچه چاپ شده وارد ایران شود؟! این موضوع که ارتباطی به تحریم یا تمایل به چاپ دیجیتال ندارد، قبول داریم که تحریم‌ها فلج کننده است اما برای رفع نیاز بازار داخلی چه کرده‌ایم؟ اگر در ماشین‌آلات چاپ روتاری، از مرکب مرغوب استفاده می‌کردیم، قادر به

قیمت دستگاه‌های باکیفیت و مدرن چاپ دیجیتال بالاست اما نسبت به سایر ماشین‌آلات نساجی، قیمت چندان بالایی ندارد. نساج‌ها اول می‌پرسند این دستگاه در یک ساعت چند متر از پارچه را چاپ می‌کند چون می‌خواهند آن را با ماشین روتاری خود بسنجند. بسیاری از تولیدکنندگان پارچه تا پنج سال پیش از یک طرح ملحفه ۳۰-۲۵ هزار متر سفارش می‌گرفتند اما در حال حاضر بازار، این میزان را در ۱۰ رنگ متفاوت می‌خواهد که انجام آن از عهده دستگاه‌های روتاری خارج است پس چاره‌ای جز استفاده از چاپ دیجیتال نیست؛ همان‌طور که دنیا نیز به این سمت حرکت کرد.

از فعالان نساجی می‌خواهم به صنعت افسست نگاهی بیندازند. ادامه کار صنعت افسست با ماشین‌های قدیمی نتیجه‌ای جز ورشکستگی ندارد. با ورود ماشین‌آلات مدرن و پیشرفته چاپ دیجیتال، دست‌اندرکاران این صنعت با دنیای جدیدی آشنا شدند که در آن چاپ حتی در تیراژ پایین نیز امکان‌پذیر است.

آیا نسل جدید صنعتگران نساجی نیز در مقابل بهره‌گیری از تکنولوژی‌های جدید مقاومت می‌کنند؟

نسل جوان این صنعت تفکرات قدیمی و سنتی ندارند اما در مجموع ۳ درصد از فعالان نساجی به استفاده از چاپ دیجیتال روی خوش نشان داده‌اند! در دنیای امروز دیگر مهم نیست خط تولید کارخانه شما مجهز به چند دستگاه رنگ‌رزی، استنتر، روتاری و ... است زیرا یک تولیدکننده کوچک با ۲۰۰ هزار یورو سرمایه‌گذاری در زیرزمین یک ساختمان، رقیب جدی شما در بازار خواهد بود.

تاکنون برای معرفی امکانات و توانمندی‌های چاپ دیجیتال پارچه با انجمن‌ها و تشکل‌های صنعت نساجی مذاکراتی انجام داده‌اید تا

چینی‌ها نمی‌توانند کمکی به ما کنند چون خودشان خریدار ماشین‌آلات و دستگاه‌های چاپ دیجیتال اروپایی هستند! یکی از عجایب روزگار است که بزرگ‌ترین مشتری برند بسیار معتبر و گرانبه‌ای مانند ریبانی (ایتالیا)، چینی‌ها به شمار می‌آیند! اما در مکتب ایرانی اولین دغدغه صنعتگران، هزینه است. تولید محصول با قیمت پایین، مرز مشخصی دارد و پایین‌تر از آن، مترادف با دور ریختن سرمایه است، کما این‌که بارها و بارها در کارخانه‌های مختلف شاهد این موضوع بوده‌ام.

متأسفانه صنعتگران نساجی در زمینه چاپ دیجیتال باعث دل‌سردی من شده‌اند. سال ۱۳۸۰ که بازاریابی ماشین‌آلات چاپ دیجیتال برای چاپخانه‌های افسست را شروع کردم؛ برای آنان گذشته و آینده چاپ دیجیتال در دنیا را توضیح می‌دادم اما همه می‌گفتند این اسباب بازی‌ها به درد ما نمی‌خورد! اما امروز شاهدیم که چاپخانه‌های افسست توسط چاپ دیجیتال بلعیده شده‌اند، اتفاقی که برای صنعت نساجی نیز رخ خواهد داد. مدتی پیش یکی از واحدهای بزرگ و معتبر نساجی از من دعوت به عمل آورد تا تکنولوژی چاپ دیجیتال را برایشان توضیح دهم. پس از چند دقیقه، صاحب کارخانه در مورد قیمت دستگاه سوال کرد. پس از اعلام قیمت، وی گفت یک دستگاه را کنار بقیه ماشین‌های کارخانه نصب کنید و اگر پس از دو سال، عملکرد موثر و مثبتی داشت، بهای آن را به‌طور کامل پرداخت خواهیم کرد! بسیاری از صنعتگران نساجی در حد کسب اطلاع به ما مراجعه می‌کنند اما اعتقادی به چاپ دیجیتال ندارند.

دلیل عدم تمایل صنعتگران نساجی به چاپ دیجیتال چیست؟ هزینه بالای ماشین‌آلات یا تفکرات سنتی که مانع بهره‌گیری از تکنولوژی‌های جدید و حفظ شرایط موجود می‌شود؟



تنها بخشی که از افزایش نرخ ارز صدمه‌ای نمی‌بیند، پارچه است. چون پس از بالا رفتن نرخ دلار، بازرگانان کالا از چین و ترکیه با مشکلات متعددی روبرو شدند و به این نتیجه رسیدند که در شرایط فعلی، تولید مقرون به صرفه‌تر است؛ با این اوصاف شاهد فرا رسیدن عصر طلایی صنعت نساجی هستیم

تولید پارچه‌های باکیفیت و قابل رقابت با پارچه‌های خارجی (عمدتاً چینی) بودیم. ما زمانی بازار را به چینی‌ها باختیم که قیمت تمام شده محصولات نساجی از قیمت کالاهای چینی سبقت گرفت.

امروزه، کانسپت تجارت تغییر کرده است یعنی برای تولیدکننده از بدو سرمایه‌گذاری مهم است که بازگشت سرمایه، چه مدت به طول می‌انجامد، چین از نظر جغرافیایی فاصله بسیاری با ما دارد و فرایند سفارش، نهایی کردن سفارش، پرداخت پول و دریافت کالا در ایران بیش از سه ماه است و این زمان برای یک بازرگان بسیار طولانی است که با تولید در ایران می‌توان این زمان را به حداقل رساند.

دولت ترکیه چگونه از تولیدکنندگان خود حمایت می‌کند؟

از نظر حمایت‌های دولتی که به هیچ وجه با تولیدکنندگان ترکیه قابل مقایسه نیستیم! به‌عنوان مدیر خارجی یک خارجی در ترکیه، متوجه شدم صندوق دولتی جهت کمک به شرکت‌های نوپا و تازه تأسیس وجود دارد که بدون توجه به ملیتم، ۵۰ درصد از هزینه‌های حضور شرکت ما در نمایشگاه را پرداخت می‌نماید یا نصف هزینه بلیت سفر به خارج از کشور جهت حضور در نمایشگاه را تقبل می‌کند، برای صادرات کالا از ترکیه به کشورهای دیگر مثلاً آلمان نیز هزینه انبارداری تا سه پرسنل را می‌کند با این اوصاف بی‌دلیل نیست که ترکیه یکی از

فکر می‌کنم تنها بخشی که از افزایش نرخ ارز صدمه‌ای نمی‌بیند، پارچه است. چون پس از بالا رفتن نرخ دلار، بازرگانان کالا از چین و ترکیه با مشکلات متعددی روبرو شدند و به این نتیجه رسیدند که در شرایط فعلی، تولید مقرون به صرفه‌تر است؛ با این اوصاف شاهد فرا رسیدن عصر طلایی صنعت نساجی هستیم البته اگر صنعتگران به درستی از این فرصت ارزشمند استفاده کنند. مگر صنعتگران نساجی از وجود کالاهای چین و ترکیه در بازار شکایت نداشتند و مهم‌ترین مشکل خود را قاچاق نمی‌دانستند؟ حال که شاهد کاهش قاچاق و واردات هستیم؛ زمان آن فرا رسیده که با ارائه محصولات باکیفیت و متنوع در بازار، توجه و اعتماد مصرف‌کننده ایرانی را به خود جلب نمایند.

#### مطلب‌نهایی

توصیه‌ام به فعالان نساجی این است که به چاپ دیجیتال جدی‌تر فکر کنند و در این زمینه به انجام تحقیقات و مطالعات گسترده بپردازند؛ البته منظورم این نیست که چاپ آنالوگ را کاملاً کنار بگذارند اما بینش و مارکتینگ خود را تغییر دهند و به چاپ دیجیتال به‌عنوان یک گزینه غیرقابل انکار نگاه کنند؛ ضمن این که حتماً از نمایندگان شرکت‌های خارجی چاپ دیجیتال در ایران نمونه بخواهند و نمونه‌ها ضمیمه قرارداد همکاری شود.

کشورهای قدرتمند صنعتی به شمار می‌آید اما یادمان باشد ترکیه ظرف مدت کوتاهی به این نقطه رسید به عبارت بهتر از سال ۲۰۰۱ حرکت در مسیر توسعه صنعتی را آغاز کرد و سال ۲۰۰۵ بسترسازی‌های لازم جهت رشد صنعتی را انجام داد.

شما که در ترکیه دارای دفتر و فعالیت‌های تولیدی و بازرگانی هستید، چرا تصمیم گرفتید در ایران هم فعالیت کنید؟

تجربه و سابقه‌ام در مقایسه با شرکت‌های ترکیه پایین‌تر است و رقابت در این بازار برایم بسیار دشوار بود اما بازار چاپ دیجیتال در ایران بسیار بکر و جدید است. خوشبختانه در روند فعالیت‌های شرکت با هیچ مشکل و چالش خاصی مواجه نیستم و از هیچ مسئول و نهاد دولتی و غیردولتی هم گلایه‌ای ندارم. بله! دولت‌های ما بینش صحیح در مورد تولیدکنندگان ندارند و مدیران بخش خصوصی از عدم حمایت دولت و وجود قوانین و مقررات ضد تولید گلایه‌های بسیاری دارند اما این قوانین و مقررات وجود دارند چه بخواهیم و چه نخواهیم! یا باید واحد تولیدی خود را متوقف و بازار را به طور کامل ترک کنیم یا مشکلات را به هر طریقی که شده، پشت سر بگذاریم و به حرکت خود ادامه دهیم...

به اعتقاد شما افزایش نرخ ارز بر صنعت نساجی چه اثراتی دارد؟