

اشاره:

«بی‌تردید ظهور و کاربرد موفقیت‌آمیز چاپ دیجیتال، یک انقلاب تکنولوژیکی عمده در صنعت نساجی محسوب می‌شود که دستاوردهای بسیاری همچون ظهور فن‌آوری‌های جدید چاپ دیجیتال دارد. به اعتقاد صاحب‌نظران، صنعت نساجی دیجیتال تا سال ۲۰۲۱، میانگین نرخ رشد سالانه ۱۲.۳ درصد را تجربه خواهد کرد و انتظار می‌رود بازار جهانی در طول پنج سال آینده بیش از دو برابر رشد، ۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ به بیش از ۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ برسد.»

«چین با وجود تولید ناخالص داخلی ۱۳،۱ تریلیون دلار به ایالات متحده به‌عنوان اولین اقتصاد جهان نزدیک‌تر شده است. تحلیلگران بازار انتظار دارند رشد ۶ درصد رو به بالای اقتصاد این کشور در سال ۲۰۲۰ به هدف اعلام‌شده چین یعنی دو برابر کردن اقتصاد از ۲۰۱۱-۲۰۲۰ بینجامد. رشد و جهش چین از اواخر دهه ۱۹۷۰ با حرکت به سمت بازارهای بازتر شروع شد. این رشد از طریق برنامه‌ریزی تهاجمی با استفاده از مزایای نیروی کار ارزان، کاهش ارزش ارز، سیستم کارخانه‌داری قوی که محصولات چینی را به سراسر جهان پخش می‌کرد، ادامه پیدا کرد. همه این‌ها باعث شد که اقتصاد این کشور از اقتصاد روستایی به ابرقدرت در تمام عرصه‌ها تغییر کند. به نظر می‌رسد این کشور در مسیری غیرقابل توصیف به شماره یک اقتصاد جهان رسیده است.»

ترکیب این دو موضوع یعنی «فناوری چاپ دیجیتال در صنعت نساجی» و همچنین «تحلیل قدرت اقتصادی و صنعتی چین»، محور اصلی گفت‌وگو با مدیر جوان و خودساخته‌ای است که سرمایه یک صنعتگر را نه در ماشین‌آلات و تکنولوژی بلکه در فکر و مغزشان می‌داند. مهندس احسان یاراحمدی که تجربه فعالیت در ایران و چین را توأمان دارد، ضمن اشاره به رخنه چاپ دیجیتال در صنعت نساجی، از تفاوت‌های فکری و نگرشی صنعتگران ایرانی و چینی سخن می‌گوید... مشروح این گفت‌وگو از نظر تان می‌گذرد:



پیشرفت، نیازمند انگیزه است

بیوگرافی و آغاز فعالیت حرفه‌ای

متولد سال ۱۳۶۱ در شهر خرم‌آباد هستم. در دانشگاه (رشته طراحی صنعتی) مشغول تحصیل شدم اما پس از فوت پدرم، به دلیل مسائل و مشکلات زندگی، تحصیل را نیمه‌کاره رها کردم. سال ۱۳۸۰ در بخش تعمیرات و پشتیبانی کامپیوترهای دانشگاه علم و صنعت مشغول کار شدم. در ابتدا هیچ اطلاعی در مورد کامپیوتر نداشتم و با کمک یکی از بستگان، سعی کردم اسمبل کردن کامپیوتر را در یک روز یاد بگیرم و برای روز مصاحبه استخدامی آنها را حفظ کنم.

روز مصاحبه، مسئول مرتبط از من خواست تا یک کیس کامپیوتر را باز و سپس آن را اسمبل کنم. در موقعیت دشواری قرار گرفته بودم اما

تصمیم گرفتم این کار را انجام دهم، هنوز به کیس کامپیوتر دست نزده بودم که وی گفت: کابل‌ها را در جای اشتباه قرار داده‌ای و کاملاً مشخص است هیچ چیزی در مورد کامپیوتر نمی‌دانی! در نهایت به من فرصت داد تا با کار آشنا شوم. فکر می‌کردم شغل بسیار خوبی در دانشگاه پیدا کرده‌ام اما مشخص شد که باید ۱۸۰۰ کامپیوتر دانشگاه را تمیز کنم! هنگام ناهار که موقع استراحت من بود شخصی را می‌دیدم که با سر وضع آراسته و کیف سامسونت به دست، ساعت ۱۲ به دانشگاه می‌آمد و پریترهای لیزری دانشگاه را تعمیر و سرویس می‌کرد و بابت سرویس هر کامپیوتر حدود ۱۵ هزار تومان می‌گرفت (آن زمان حقوق من ۳۰ هزار تومان بود) هنگام

صرف ناهار، مراحل مختلف تعمیر پرینترها را نگاه می‌کردم و به خاطر می‌سپردم.

کاری که باید طرف شش ماه به اتمام می‌رساندم، سه ماهه تمام شد و موضوع را با مسئول مرتبط در میان گذاشتم تشکر کرد و گفت: برو به سلامت. کارمان تمام شد و سال آینده جهت تمیز کردن کامپیوترهای دانشگاه با شما تماس خواهیم گرفت! به وی گفتم: «من با تعمیر پرینتر هم آشنا هستم.» گفت: «پس من یک پرینتر را باز می‌کنم و اگر موفق به بستن آن شدم می‌توانی به کار در دانشگاه ادامه دهی.» قبول کردم اما دو روز طول کشید تا به سختی توانستم قطعات و اجزای مختلف پرینتر را به یکدیگر وصل کنم. سرانجام پرینتر روشن شد اما کاملاً معکوس کار می‌کرد!

حدود دو سال و نیم به‌عنوان مسئول پشتیبانی پرینترهای دانشگاه علم و صنعت کار کردم و به عنوان دانشجوی افتخاری رشته کامپیوتر مشغول تحصیل شدم. سپس به شرکت الماس خاورمیانه- نماینده HP در ایران- رفتم و از طریق این شرکت در دوره‌های آموزش حرفه‌ای HP در دوبی حضور پیدا کردم و جزو یکی از اولین HP من‌های ایران شناخته می‌شدم.

پس از یک‌سال کارم را به‌عنوان مسئول کنترل کیفیت (QC) و سپس مسئول فروشگاه‌های FITF ادامه دادم. مدتی نیز در شرکت‌های اپسون، ایزایران و Canon کار کردم. اواخر سال ۱۳۸۳ فعالیت‌هایم در بخش دستگاه‌های چاپ آتدور آغاز شد و سال ۱۳۸۶ شرکت پاپیروس را با همکاری یکی از دوستان راه‌اندازی کردیم.

۴چطور تصمیم گرفتید یک شرکت مستقل تأسیس نمایید؟

اغلب واردکنندگان و فروشندگان دستگاه‌های آتدور، اطلاعات و تجربیات فنی برای سرویس

و خدمات این دستگاه‌ها نداشتند ضمن این که دستگاه‌های به‌مراتب بهتری هم در بازار وجود داشت که به‌دلیل عدم شناخت و آگاهی کافی، وارد ایران نمی‌کردند به این ترتیب از ضعف بازار استفاده کردیم و به این ترتیب شرکت پاپیروس شکل گرفت. از طریق اینترنت به جست‌وجوی شرکت‌های فعال در این زمینه پرداختیم و پس از حضور در چندین نمایشگاه معتبر خارجی، سال ۱۳۸۶ اولین دستگاه چاپ آتدور از شرکت چینی دیزاین را وارد ایران کردیم. آن زمان قیمت دستگاه‌های آتدور اروپایی بسیار بالا بود و بازار ایران کشتش چنین هزینه‌های سنگینی را نداشت. سال ۱۳۸۸ نیز اولین دستگاه چاپ پارچه مستقیم را پاپیروس وارد ایران کرد اما آن زمان صرفاً در مصارف تبلیغاتی مانند چاپ روی پرچم مورد توجه قرار می‌گرفت و هنوز با قدرت تکنولوژی کل دنیا به سمت چاپ دیجیتال روی پوشاک حرکت نکرده بود.

به کمک خداوند توانستیم جایگاه خوبی در بازار پیدا کنیم تا جایی که شرکت پاپیروس تا سال ۱۳۹۰ به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین واردکنندگان دستگاه‌های چاپ آتدور در ایران شناخته می‌شد. در همین سال‌ها اولین واحد تولید دستگاه چاپ آتدور در ایران را نیز راه‌اندازی کردیم زیرا به این نتیجه رسیده بودیم که دستگاه‌های وارداتی حجیم و سنگین هستند و تولید آن با توجه به تجربه و تخصص ما، غیرممکن و پیچیده نیست. در کنار تولید، سمینارهای آموزشی نحوه نگهداری و تعمیرات دستگاه‌های آتدور را برگزار می‌کردیم.

۴بازار به تولیدکننده دستگاه ایرانی اعتماد داشت؟

بله. استقبال از دستگاه‌های تولیدی ما بسیار خوب بود به‌طوری‌که ماهیانه سه دستگاه آتدور وارداتی می‌فروختیم اما پس از شروع

تولید، حجم فروش ما به هفت دستگاه افزایش پیدا کرد که برایمان بسیار ارزشمند و قابل تأمل بود. پس از مدتی یک واحد دیگر تحت‌عنوان «تعمیرات تمام دستگاه‌های آتدور در ایران» به فعالیت‌های پاپیروس اضافه شد و تعداد نیروی انسانی شرکت به حدود ۴۰ نفر رسید.

این روند تا سال ۱۳۹۱ ادامه داشت تا با بی‌ثباتی بازار و نوسان نرخ دلار مواجه شدیم. به یاد دارم برای حضور در نمایشگاه چاپ و تبلیغات، حدود ۲۸۰ هزار دلار دستگاه خریداری کرده بودیم و در طول برگزاری این نمایشگاه دلار از ۱۲۰۰ تومان به ۲۷۰۰ هزار تومان رسید! شرایط بسیار بدی بود و خریداری برای دستگاه‌هایمان وجود نداشت. بازار به دلیل نوسانات متعدد حدود یک سال‌ونیم در رکود فرو رفت و شکست بسیار سنگینی به ما تحمیل شد. شرکت پاپیروس علی‌رغم کاهش چشمگیر فعالیت‌ها و تعداد نیروهای انسانی، همچنان به کار ادامه می‌داد.

۴در این شرایط رکودی و ملتهب چه کردید؟

سال ۱۳۹۲ به این فکر افتادیم که با توجه به شرایط نامساعد اقتصادی، فعالیت‌هایمان را در ایران به حداقل برسانیم و در چین به کار ادامه دهیم. با توجه به سابقه و شناخت قبلی از مدیران کارخانه دیزاین چین، به‌عنوان مسئول طراحی بدنه و نوآوری ساخت دستگاه‌های شرکت چینی دیزاین مشغول کار شدیم. پس از ارزیابی نیاز و خواسته بازار از سال ۱۳۹۱ بر واردات دستگاه‌های چاپ دیجیتال پارچه (مستقیم) متمرکز شدیم و واردات دستگاه‌های آتدور و ... را کنار گذاشتیم، در حالی‌که مشکلات بسیاری از قبیل پوشش‌دهی پارچه، زیردست نداشتن، نرم بودن و ... پیش روی ما بود.

۴علی‌رغم تمام این مشکلات، همچنان نساجی،

گزینه اصلی فعالیت‌های پاپروس بود؟

بله چون طبق بررسی‌های صورت گرفته به این نتیجه رسیده بودم که دنیای آینده به سمت ادغام صنعت نساجی و چاپ دیجیتال پیش خواهد رفت در واقع از همان سال ۱۳۸۸ با واردات نخستین دستگاه چاپ دیجیتال پارچه به ایران، پیش‌بینی کردم آینده متعلق به چاپ دیجیتال منسوجات است. از سوی دیگر بازدید از نمایشگاه‌های معتبر بین‌المللی یکی از برنامه‌های همیشگی‌ام است و تحت هر شرایطی سالیانه ۳-۴ نمایشگاه خارجی می‌رفتم تا در جریان تحولات و حرکت صنعت چاپ دیجیتال در دنیا قرار بگیرم و تمام این عوامل دست در دست هم داد تا نسبت به آینده درخشان و وسیع چاپ دیجیتال در صنعت نساجی اطمینان بیشتری پیدا کنم زیرا دنیا به سمت کاهش هزینه‌های تولید و تولید بیشتر و هدفدار گام برمی‌دارد.

در این سال‌ها به واردات دستگاه‌های چاپ دیجیتال پارچه پرداختیم که در بعضی موارد بسیار موفق بودیم اما گاهی اوقات نیز موفقیت‌چندانی حاصل نمی‌شد! آن زمان متوجه شدم سلیقه و روحیات ایرانیان با کل دنیا متفاوت است! در واقع اکثر تولیدکنندگان خواهان خرید دستگاهی هستند که از یک سمت آن پارچه وارد کنند و از سمت دیگر محصول نهایی را برای فروش ببرد. برای مثال دستگاهی وارد ایران می‌کردیم که در چین فروش فوق‌العاده خوبی داشت اما مورد استقبال صنعتگران ایرانی قرار نمی‌گرفت! شاید چون بعضی از آنان خواهان کسب سودهای کلان، آسودگی بیشتر و هزینه کمتر بودند.

تفکرات و دیدگاه‌های صنعتگران نساجی

نسبت به بهره‌گیری از چاپ دیجیتال چگونه بود؟ تا چه میزان خواهان کسب اطلاعات نسبت عملکرد دستگاه‌های وارداتی شما بودند؟

کشورهای جهان سوم فقط به دلیل عقب‌افتادگی از تکنولوژی به این نام شناخته نمی‌شوند بلکه در طرز تفکر و نوع نگرش نسبت به مسائل مختلف نیز با چالش‌هایی مواجهند. در کشور جهان سوم بین ۱۰ سال تا ۱۵ سال فقط به واسطه طرز تفکر خود از دنیا عقب است (البته این رقم تازگی‌ها به ۵ سال رسیده است)، مشکل ما هم این بود که تکنولوژی روز دنیا را وارد کشور می‌کردیم اما علاقه و انگیزه‌ای نسبت به خرید وجود نداشت! زمانی که ضرورت بهره‌گیری از چاپ دیجیتال در دنیای امروز را با فعالان این صنعت در میان می‌گذاشتیم (صرف‌نظر از فروش یا عدم فروش دستگاه‌هایمان) با مقاومت آنان روبرو می‌شدیم و منتظر بودند یک‌نفر بالاخره دستگاه چاپ دیجیتال را خریداری و استفاده کند تا پس از اطمینان نسبت به عملکرد موثر دستگاه، به مذاکره جهت خرید بپردازند! حتی به آنان پیشنهاد فروش دستگاه با تخفیف‌های ویژه را هم ارائه می‌کردیم ولی تقریباً کمتر تولیدکننده‌ای ریسک خرید یک تکنولوژی جدید را می‌پذیرفت، تفکرات بسیار سنتی بود و افراد به سادگی حاضر به کنار گذاشتن روند فعالیت‌های چندین ساله خود نبودند. بسیار مشتاق بودند اما به واسطه این طرز تفکر مسموم، قدم بر نمی‌داشتند.

در تمامی شرکت‌های بزرگ برای دستیابی به موفقیت، هزینه‌ای را در طول سال برای حضور نمایشگاهی و خرید تکنولوژی‌های جدید کنار می‌گذارند متأسفانه این هزینه در ایران چندان جدی گرفته نمی‌شود و به محض خرید یک تکنولوژی یا دستگاه جدید، منتظر بازگشت سرمایه و کسب سودهای سرشار هستند.

با گذشت زمان و گسترش تکنولوژی‌های چاپ دیجیتال در دنیا، تمایل به خرید دستگاه‌های چاپ دیجیتال پارچه افزایش پیدا کرد اما جالب است بدانید سراغ ما می‌آمدند اما برای خرید دستگاهی که پنج سال پیش

به آنان معرفی کرده بودیم! به نظر می‌رسید واردات دستگاه‌های روز چاپ دیجیتال به ایران منطقی نیست اما این موضوع باعث نشد معرفی تکنولوژی‌های روز دنیا به صنعتگران نساجی را متوقف نماییم.

سال ۱۳۹۱ اولین دستگاه چاپ مستقیم بر روی جوراب نخ پنبه‌ای (به صورت ۳۶۰ درجه) را در شرکت دیزاین طی پروسه‌ای شش ماهه تولید کردیم و حق اختراع آن به نام این شرکت ثبت شد. در سال‌های گذشته، چاپ روی جوراب به صورت ترنسفر انجام می‌شد و وقتی جوراب را به پا می‌کردید و کش باز می‌شد، تصویر روی جوراب کیفیت خود را از دست می‌داد یا پس از دو بار شست‌وشو، رنگ می‌داد، در دستگاه مذکور، جوراب را به طور مستقیم در یک پیستول قرار دادیم و چاپ به صورت ۳۶۰ درجه دور تا دور جوراب انجام شد؛ به این ترتیب ماندگاری کیفیت تصویر روی جوراب افزایش پیدا کرد.

در کارخانه دیزاین، پیش از تولید یک محصول جدید تحقیقات میدانی انجام می‌شود به این ترتیب که تعدادی از پرسنل بخش فروش با حضور در نمایشگاه‌های خارجی، ضمن مشاهده آخرین محصولات و دستاوردهای عرضه شده، خلأهای موجود را مورد بررسی قرار می‌دهند؛ تولید دستگاه چاپ مستقیم جوراب نیز به این صورت شکل گرفت و مدیران بسیاری از کمپانی‌های بزرگ تولید جوراب و البسه زیر دنیا مانند استنس (Stance)، ویکتوریا سکرِت (Victoria's Secret)، نایکی، آدیداس و... پس از بازدید کارخانه، قرارداد خرید ماشین‌آلات فوق را منعقد نمودند. جالب است بدانید به تازگی که کمپانی‌های بزرگ چین، مدیران ارشد بخش فروش خود را از افراد اروپایی یا آمریکایی انتخاب می‌کنند چون براین باورند وقتی به‌عنوان یک تولیدکننده چینی با شرکت‌های دیگر مذاکره می‌کنیم به دلیل سوء شهرت چین در تولید محصولات

خرید نشان نمی‌دادند صرفاً به این دلیل که حوصله تولید، استخدام کارگر، برخورد با مسائل بیمه، مالیات، دارایی و ... را نداشتند و سود و در دسر واردات کمتر بود! پس از اعلام ممنوعیت واردات پوشاک، تماس‌های تلفنی فراوانی از واردکنندگان دیروز و تولیدکنندگان امروز برای کسب اطلاع و خرید دستگاه‌های فوق داشتیم.

۴ امکان تولید این دستگاه‌ها در ایران هم وجود دارد؟

صد درصد... بسیاری از افراد بزرگ و موثر در

داده‌ایم و شعبه‌ای در ایتالیا جهت تولید دستگاه راه‌اندازی می‌شود. همچنین چند ماهی است که این دستگاه را به ایران آورده‌ایم و چندین کارخانه معظم و خوش‌نام ایرانی که جزو کارخانجات بزرگ نساجی در ایران هستند، آن را خریداری کرده‌اند.

۴ پس در مورد این تکنولوژی جدید، صنعتگران ایرانی همزمان و هم‌راستا با سایر تولیدکنندگان جهانی گام برداشتند...

بله به خصوص از زمانی که رهبر معظم

بی‌کیفیت، مخاطب تمایلی به تعامل و مراوده تجاری با ما ندارد اما وقتی در مقابل یک مدیر اروپایی یا آمریکایی قرار می‌گیرد، برخورد و عکس‌العمل به مراتب بهتری از خود نشان می‌دهد و ذهنش از کالاهای بی‌کیفیت و ارزان قیمت چینی خارج می‌شود. از تولیدات این کارخانه، می‌توان به دستگاه‌های چاپ ۳۶۰ درجه گردباف برای تولید لباس‌های بدون درز (Seamless) اشاره کرد. دیزاین یکی از شرکت‌هایی است که جهت حضور در هفته‌های مد مورد دعوت رسمی قرار می‌گیرد. در هفته مد، برندها و طراحان معتبر و تراز اول جهانی حضور دارند و به هیچ‌وجه یک رویداد عام نیست.

یکی دیگر از پروژه‌های ما، چاپ رول به رول پارچه دیجیتال اما تجمیع شده است. همیشه دنبال ایده‌ای بودیم که خطوط اضافی تولید را تقلیل دهیم برای مثال خط تولید ۲۵ متر طولی را به ۵ متر طولی کاهش دهیم. پس از سه سال تحقیق و مطالعه، موفق به تولید دستگاه اتوماتیک کوتینگ و چاپ همزمان بدون مشکلات مربوط به زیر دست، خشک شدن پارچه و عدم نیاز به شست‌وشو و ... آن هم در فضایی کوچک (۵ متر طولی) شدیم. این دستگاه هیچ مشابه قبلی حتی اروپایی و آمریکایی نداشت و در نمایشگاه شانگهای یک‌سال پیش، مورد استقبال بازدیدکنندگان به خصوص تولیدکنندگان اروپایی قرار گرفت. به جرئت می‌توان گفت کارخانه دیزاین یکی از پنج تولیدکننده برتر دستگاه‌های چاپ دیجیتال به شمار می‌آید، وارد بورس چین هم شده است، و تمامی استانداردها، ایزوها و مجوزهای اروپایی نیز دریافت کرده، در ۵۲ کشور نماینده فعال جهت صادرات دارد و عمده فروش این دستگاه در هند و پاکستان، آلمان، آمریکا، و... انجام می‌شود. با یک برند ایتالیایی که به یکی از سردمداران مدلینگ در اروپا تبدیل خواهد شد نیز مذاکراتی انجام



صنعت چاپ دیجیتال دنیا، ایرانی هستند اما متأسفانه هیچ فضایی برای فعالیتشان در ایران وجود ندارد. آنان نیازمند وام و تسهیلات بانکی از دولت نیستند یا نمی‌خواهند از پرداخت تعرفه‌های گمرکی، مالیات و ... شانه خالی کنند بلکه انتظار دارند واردات مواد اولیه مورد نیاز در کوتاه‌ترین زمان و بدون مشکل انجام شود تا اشتغال پایدار در کشور تقویت شود. می‌توان ترکیه را تحت‌الشعاع منسوجات

انقلاب فرمودند از تحریم‌ها باید فرصت ساخت و واردات پوشاک ممنوع اعلام شد. وقتی قاچاق صرفه اقتصادی خود را از دست داد و به یک فعالیت سخت و پردردسر تبدیل شد، همه به تولید روی آورند حتی واردکنندگانی که تا پیش از این جریان، انواع منسوجات و پوشاک را به کشور می‌آوردند، وگرنه سال ۱۳۹۰ که دستگاه چاپ روسری به ایران آوردیم، مشتریان هیچ رغبتی برای



قطعاً زمانی که تکنولوژی یا محصول جدیدی وارد بازار می‌شود، تعداد بازیگران آن نیز افزایش پیدا می‌کند پس نباید واردات و تأمین دستگاه‌های چاپ دیجیتال در ایران منحصر به چند شرکت خاص شود. از سوی دیگر نساجی، صنعتی ریشه‌دار و اصیل در ایران است و فعالان آن نیز دنیادیده و توانمند هستند و به خوبی می‌دانند با توسعه صنعت چاپ دیجیتال، تعداد فروشندگان این دستگاه‌ها زیاد می‌شود و بهتر است دستگاه‌های مورد نیاز را از طریق انجمن صنفی واردکنندگان دستگاه‌های چاپ دیجیتال تأمین نمایند... خوشبختانه با تشکیل این انجمن، بخش عمده‌ای از مشکلات و مسائل حاشیه‌ای مربوط به فروش حل شده است و به سطحی از قدرت و اثرگذاری رسیده که می‌تواند یک نمایشگاه (که قیمت غرفه‌های آن بدون منطق مشخص در حال افزایش بود) را کان لم یکن نماید.

سال‌های ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ پیش‌بینی کردیم که صنعت چاپ دیجیتال و نساجی با همدیگر ادغام خواهند شد پس فعالان هر دو صنف باید با تعامل و همفکری یکدیگر در این مسیر گام بردارند تا خدشه‌ای در فعالیت‌های هم وارد نکنند. انجمن صنفی واردکنندگان دستگاه‌های چاپ دیجیتال نیز معیار انتخاب اعضای خود را نسبت به سوابق و پایداری آنان در این صنف قرار داده و براین اساس ۱۱ عضو دارد که مشارکت بسیار گسترده و همه‌جانبه‌ای میان آنها شکل گرفته است.

*چاپ دیجیتال به روی پارچه بسیار گسترش پیدا کرده است. این نوع چاپ در سایر منسوجات چه روندی را طی می‌کند؟

در دنیا شاهد رشد و گسترش بهره‌گیری از چاپ دیجیتال به روی فرش و موکت و سپس پتو هستیم. چاپ دیجیتالی، دنیایی از طرح و تنوع را به تولیدکننده با قیمت بسیار پایین‌تر از چاپ روتاری ارائه می‌کند. دنیا به سمت

به تولید در چین می‌کند. کارگران چینی به مرور کار را یاد می‌گیرند و کسب و کار مستقلاً برای خود راه‌اندازی می‌کنند. این برندها به تدریج به رقیب جدی زارا و ... تبدیل می‌شود و چین به جهش و رشد فوق‌العاده‌ای در صنعت پوشاک دست می‌یابد. اما وقتی درب‌های کشور بسته باشد و هیچ رقیبی وجود نداشته باشد تا اصول نوین تولید، توزیع و فروش را از وی بیاموزیم، چگونه به برندهای مطرح بین‌المللی تبدیل خواهیم شد؟ وجود رقیب توانمند خارجی، انگیزه فعالیت برای افزایش کمیت و کیفیت محصولات را افزایش می‌دهد. پیشرفت، نیازمند انگیزه است اما با درب‌های بسته چه انگیزه‌ای برای پیشرفت باقی می‌ماند؟ تولیدکننده محصولات روتین و روزمره تولید می‌کند و علاقه‌ای به ارتقای کیفیت، تنوع محصولات و ... ندارد چون می‌داند همین کالا در بازار بدون رقیب هم به فروش می‌رود!

تعداد واردکنندگان دستگاه‌های چاپ دیجیتال پارچه در ایران روند صعودی طی می‌کند. این حجم در حال افزایش را مثبت ارزیابی می‌کنید یا منفی؟

باکیفیت و متنوع ایرانی قرار داد زیرا نیروی متخصص، زیرساخت‌های لازم و مدیران توانمند را در اختیار داریم اما درب‌های کشور بسته است... به شما اطمینان می‌دهم زمانی که درب‌های کشور باز شود، جزو بزرگ‌ترین کشورهای دنیا خواهیم شد که حرف‌های زیادی برای گفتن دارد.

«برخی معتقدند درب‌ها باز شود، صنعت نساجی و پوشاک ایران دچار اختلال جدی می‌شود...»

هرگز هیچ اختلالی به وجود نخواهد آمد. درب‌های کشوری مانند چین به روی دنیا باز است اما برای واردات محصولات مشابه تولید داخل، تعرفه‌ای وضع می‌کند تا تولید را جذاب‌تر و مقرون به صرفه‌تر نماید. اجازه دهید مثال دیگری بزنم. برندهای مطرحی مانند زارا، اچ اند ام و ... چینی نیستند و اصلیت آنها متعلق به کشورهای اروپایی است پس چرا فروش بسیار خوبی در چین دارد؟ پاسخ روشن است چون تعرفه واردات ۷۰ درصد است اما تولید مورد حمایت همه جانبه دولت قرار می‌گیرد و مبلغ اضافه‌ای از تولیدکننده اخذ نمی‌شود. به این ترتیب برند خارجی شروع

مصرف‌گرایی پیش می‌رود و تولید کالایی که بیست سال عمر کند، کمتر مورد توجه و خواسته مردم است. پس تولیدکننده باید هزینه‌های تولید را پایین و کیفیت محصولات را بالا ببرد ضمن این که قادر به پاسخگویی تمام سلاقی نیز باشد.

به همین دلیل کارخانه تولید فرش ماشینی که ۵۰ مدل نخ و رنگ می‌خرد، دستگاه‌های گران‌قیمت تهیه می‌کند و یک طرح را تا چندین سال تولید می‌کند با بهره‌گیری از دستگاه چاپ دیجیتالی، ضمن تنوع بالا در طرح‌ها، قیمت تمام شده محصولات به یک دهم کاهش پیدا می‌کند؛ ضمن این که مقاومت، استحکام و عمق رنگ‌پذیری آن مشابه فرش‌های معمولی است. این دستگاه در چاپ موکت نیز عملکرد خوبی دارد و می‌توان موکت را با طرح فرش ماشینی تولید و روانه بازار مصرف کرد. این اقدام را در کمک به سایل‌زدگان لرستان انجام دادیم و موکت با طرح فرش ماشینی در اختیار این عزیزان قرار گرفت و لذت بهره‌مندی از فرش ماشینی به آنان دست داد. طبق یک سیاست رایج در دنیا، به اقشار آسیب‌پذیر، احساس تمکن مالی دهید و بگذارید آنان نیز تمول را حس کنند. به این ترتیب دیگر دنبال پولدار شدن به هر شکل و صورت نخواهند بود. به گفته دکتر شریعتی ما فقیر نیستیم احساس فقر، ما را فقیر می‌کند. پس اگر احساس مکنّت مالی داشته باشیم به خاطر پول، دست به هر کاری نخواهیم زد.

چاپ دیجیتالی روی پارچه‌های پرده‌ای نیز انجام می‌شود اما حجم آن چندان بالا نیست و فعلاً در فرش ماشینی، موکت و پتو حرف اول را می‌زند. فرش‌هایی که تا دیروز دو میلیون تومان خریداری می‌شد با این سیستم به قیمت زیر یک میلیون تومان نیز قابل دسترسی است. البته هیچ‌گاه نمی‌توان سنت و دیجیتالی را به سرعت با هم تلفیق کرد و

برخی سلاقی، همیشه سنتی هستند و خواهان فرش‌های همیشگی... اما نگاه کلان حکم می‌کند دیگر چندان دنبال خرید ماشین‌آلات شانه بالا نباشیم بلکه به دنبال خواص، تنوع، کیفیت و قیمت مناسب محصولات باشیم.

«ممکن است فضایی از فعالیت اقتصادی و تولید در چین ترسیم کنید. آیا در این کشور رانت، انحصار یا مافیاهای مختلف برای تولید محصولات مختلف وجود دارد؟

یکی از دلایل پیشرفت کشورهای در حال توسعه، نگرش برابر آنها در مقابل جایگاه انسان‌هاست. به عبارت بهتر در چین برای مردم فرقی نمی‌کند که رهگذر خیابان، کارگر است یا مدیرعامل مجموعه‌ای بزرگ زیرا انسان‌ها براساس شخصیت و افکارشان مورد احترام قرار می‌گیرند.

در چین، ایده‌های ناب و خلاقانه مورد حمایت جدی دولت قرار می‌گیرد. یک کارآفرین، طرح خود را به بخش‌های مشخص شده، ارائه می‌دهد و امکانات و بودجه مورد نیاز برای تبدیل ایده به محصول در اختیارش قرار می‌گیرد. داستان‌های دریافت وام و مشکلات بازپرداخت آن در چین به هیچ‌عنوان وجود ندارد. پس از اختصاص زمین، ساخت سوله، احداث کارخانه و آغاز تولید، تیم‌های بازرسی به صورت مستمر روند تولید را مورد نظارت و کنترل قرار می‌دهند و تمام مراحل کار به صورت شفاف و مشخص انجام می‌گیرد. فرصت بازپرداخت وام پس از ۴ تا ۵ سال با تنفس به مدت طولانی و با بهره نیم تا سه درصد است که شاید برای صنعتگران ایرانی، قابل‌باور و ملموس نباشد!

دولت در قبال ارائه تسهیلات مختلف، انتظار تولید و اشتغال‌زایی دارد. به این ترتیب که بیلان مالی هر سال واحدهای تولیدی را بررسی می‌کند، در این صورت دو حالت برای ارائه بیلان مالی وجود دارد. یا بیلان

مالی را کمتر از واقعیت نشان می‌دهد و یا بیشتر، اما باید پاسخگوی هر دو شیوه باشد! اگر بیلان مالی را پایین نشان دهد، مسئولان در مورد دلایل بازدهی اندک سوال می‌پرسند؛ اگر هم بیلان را بالا بیان کند، چند سال بعد و هنگام بازپرداخت وام، مسئولان سراغش می‌روند و می‌پرسند چرا آن زمان بیلان بالا بود اما امروز پایین است؟! پس راهی جز بیان حقیقت، کار مستمر و حفظ اشتغال باقی نمی‌ماند و سیستم به طور اتوماتیک‌وار انسان‌ها را به سمت انجام کار صادقانه هدایت می‌کند. گاهی اوقات در روند انجام کار، مشکلاتی به وجود می‌آید یا رقیبان مجال فعالیت نمی‌دهند اما در این صورت هم، واحد تولیدی بسته نمی‌شود بلکه مشکلات به دقت مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد تا راه‌حل مناسب ارائه گردد و چه بسا، مدیر مجموعه جای خود را به مدیر جدید می‌دهد اما مجموعه و نیروهای انسانی همچنان پابرجا می‌مانند. و همچنین باید در نظر داشت جهت تشویق صادرکننده دولت مبلغ ۱۳ تا ۱۷ درصد به عنوان مالیات برگشت از صادرات به صادرکننده پرداخت می‌کند که همین مبلغ سود صادرات بنابر اعلام سیاست دولتی بر روی اجناس مختلف قابل تغییر است.

در مورد رانت و مافیا هم باید بگوییم در تمام دنیا وجود دارد و چین نیز از آن مستثنی نیست ولی تعریف مافیا و رانت در دنیا با مفهوم رایج در ایران متفاوت است. برای مثال رانت یعنی تولیدکننده وامی را گرفته است اما با تمهیداتی، موعد پرداخت آن را یک‌سال عقب می‌اندازد، همین! وقتی درب‌های کشور باز و تمام فعالیت‌ها شفاف، مشخص و صریح است، دیگر رانت و مافیا معنایی ندارند...

«در مورد نبرد تعرفه‌ای چین و آمریکا هم توضیحاتی ارائه دهید.

یک‌سال و نیم پیش نبرد اقتصادی چین



و آمریکا کلید خورد. ترامپ از ابتدای ریاست جمهوری خود نسبت به فتح کل بازار دنیا توسط چین جبهه گرفت و خواستار ایجاد تعادل میان تعاملات تجاری دو کشور شد. از سوی دیگر چین اعلام کرد قیمت کالاهای آمریکایی بالا هستند. آمریکا خواستار خرید و تهیه مواد اولیه چین از این کشور شد و در نهایت جنگ تعرفه‌ای شکل گرفت. چین ابتدا تصور می‌کرد قادر به درافتادن با آمریکاست اما پس از چند ماه متوجه شد که نمی‌تواند با قدرت اول اقتصادی دنیا مقابله کند. لذا تساوی بیابان اقتصادی و تجاری با آمریکا را تا حدودی رعایت نمود به‌طوری که ترامپ از آن تحت‌عنوان «تجارت خوب» یاد کرد. در این میان چین پانکی بسیار موثری به آمریکا زد؛ به این ترتیب که کارخانه‌هایی در آمریکا راه‌اندازی کرد تا سهم خود را در بازار این کشور حفظ نماید. به هر حال جنگ اقتصادی اصول و قواعد خاص خود را دارد. دنیای امروز، دنیای حرکات پوپولیسم نیست بلکه دنیای فکر، ذهن و ایده است. اما باید در نظر داشت در این میان فرصت برای رشد بازار ایران باز میشود و از این جنگ تعرفه ای به بهترین نفع ممکن می‌توان به نفع کشور خودمان استفاده کنیم، مثلاً کالاهایی را که میتوان در ایران تولید کرد جایگزین خوبی برای صادرات این کالاها به چین می‌تواند باشد.

در جلسات دعوت می‌شوند سخنرانی می‌کنند و تشکرها فقط نگاه می‌کنند اما در چین، دولتی‌ها شنوای سخنان فعالان بخش خصوصی هستند. واقعیت این است که اقتصاد و سیاست در چین از هم جدا هستند و هر کدام کار خود را انجام می‌دهند. مردم چین بسیار متعصب و پشتیبان دولت هستند زیرا دولت نقش موثر و مهمی در تولید، اشتغال‌زایی، درآمدزایی، ایجاد رفاه و... برای مردم ایفا می‌کند. زمانی که دولت شعار افزایش صادرات را سرمی‌دهد، یک چینی پیدا نمی‌کند که حتی مخالف این شعار فکر کند! پس دولت و مردم حامی یکدیگرند و عامه مردم هیچ کاری به سیاست ندارند. شاید از بین صد نفر، به زحمت دو نفر بدانند مثلاً در ایران چه می‌گذرد! سرشان به کار و زندگی گرم است در صورتی که یک ایرانی، کاملاً از اتفاقات شمال آفریقا باخبر است!

«نگرش و دیدگاه فعالان اقتصادی و تجاری

چین نسبت به بازار ایران چیست؟

بازار نساجی ایران همیشه برای کشورهای اروپایی و چین مهم بوده و هست. در روزگاران دور، ایران به‌عنوان شاهراه جاده ابریشم شناخته می‌شد، یعنی تجار و بازرگانان اقصی نقاط دنیا به ایران می‌آمدند و از راه ترکیه به اروپا می‌رفتند به علت پتانسیل بسیار بالای ایران از نظر معادن، ذخایر نفتی و ... همواره مدنظر کل دنیا قرار داریم زیرا ایران، قلب

«جایگاه تشکلهای بخش خصوصی در چین

چگونه است و تأثیرگذاری آنها بر تصمیمات

کلان دولت چه میزان است؟

تشکلهای بخش خصوصی چین برخلاف ایران، دنباله‌رو دولت نیستند و منت دولت را نمی‌کشند بلکه دولت نقش حمایتی در این میان دارد. در یک اقتصاد باز، فضا برای فعالیت، درآمدزایی و اشتغال‌آفرینی سرمایه‌گذار مهیاست، دولت به معنای واقعی کلمه خدمتگزار مردم است. در کشور ما دولتمردان

خاورمیانه است و زمانی که دربهای کشور باز شد، مقصد بسیاری از کشورها خواهد بود کما این که پس از برجام، گروه‌های متعددی از چین جهت سرمایه‌گذاری و مذاکره به ایران آمدند و از قدیم صنعت نساجی در جاده ابریشم کاملاً مرسوم بوده است.

«مطلب‌نهایی

امروز کارخانه‌های بزرگ دنیا، در حال تجزیه هستند و کوچک می‌شوند زیرا واحدهای کوچک، چابک‌تر هستند و نیازمند سرمایه‌گذاری کمتر هستند. سرمایه پایین نیز نیازمند تکنولوژی جدید است قطعاً در آینده واحدهای بزرگ، زیان‌ده خواهند بود و در دو حالت می‌توانند این زیان را جبران کنند: «توجه به نوآوری» و «کاهش هزینه‌ها» در غیر این صورت دچار ورشکستگی اقتصادی می‌شوند. به شما قول خواهم داد ۵ سال دیگر، صنایع، کوچک خواهند شد بازدهی بالا می‌رود و رقابت سالم شکل می‌گیرد. و همچنین باید در نظر داشت هر چند سال یک‌بار یک کشور در دنیا به عنوان قطب تولید ظهور می‌کند به طور مثال زمانی کره و زمان دیگری چین و با تلاش و کوشش می‌توان ایران را به عنوان بازار قطب تولید در دنیا معرفی کرد و با توجه به داشتن همه منابع ارزان قیمت در این سرزمین کهن باید دید دولتمردان ما چه برنامه‌ای برای این مهم دارند.

تهیه و تنظیم: سید ضیاءالدین امامی رئوف