



گفت‌وگو با: لوییجی نوولی<sup>۱</sup> - مدیر فروش شرکت TSI<sup>۲</sup>

نساجی  
دیگران

## تولید بر پایه

# تحقیق و توسعه

اشاره:

نقش و جایگاه ایتالیا در صنایع نساجی، مد و پوشاک دنیا آنقدر روشن و تعیین کننده است که نیازی به مقدمه چینی و ارائه توضیحات بیشتر نداشته باشد. بر اساس میزان تولید ناخالص داخلی، ایتالیا هفتمین کشور جهان در سال ۲۰۰۶ میلادی بود. در این سال مقام‌های اول تا ششم به ترتیب از آن آمریکا، ژاپن، چین، انگلیس و فرانسه بود. در همین سال ایتالیا ششمین کشور جهان از نظر صادرات کالا بود. اقتصاد در ایتالیا به دو بخش جغرافیایی تقسیم می‌شود. در شمال این کشور اقتصاد پیشرفته و مدرن تر است و شرکت‌های خصوصی فعال هستند. در جنوب این کشور اقتصاد بر پایه کشاورزی می‌چرخد.

تولید ناخالص داخلی ایتالیا در سال ۲۰۰۶ میلادی ۱۷۷۵۶ تریلیون دلار بود. میزان نیروی کار در این کشور ۲۴/۶۴ میلیون نفر است و نرخ بیکاری ۷ درصد. نرخ تورم این کشور در سال ۲۰۰۶ بر اساس قیمت خرید مصرف کننده ۲/۱ درصد بود. مهم‌ترین صنایع این کشور عبارتند از: گردشگری، آهن و فولاد، مواد شیمیایی، صنایع غذایی، منسوجات، ابزار آلات موتوری، پوشاک و کفش. شرکای ایتالیا در صادرات را کشورهای آلمان با ۱۳/۲ درصد، فرانسه با ۱۱/۷ درصد، آمریکا با ۶/۷ درصد، اسپانیا با ۷/۳ درصد و انگلستان با ۶/۱ درصد تشکیل می‌دهد.

شرکای ایتالیا در واردات را کشورهای آلمان با ۱۶/۷ درصد، فرانسه با ۹/۲ درصد، هلند با ۵/۶ درصد، چین با ۵/۲ درصد، بلژیک با ۴/۲ درصد و اسپانیا با ۴/۱ درصد تشکیل می‌دهند.

اطلاعات اولیه‌ی به دست آمده از انجمن ماشین‌آلات نساجی ایتالیا (ACIMIT) نشان می‌دهد که بخش ماشین‌آلات نساجی بعد از افت تولید چشمگیری که در سال ۲۰۰۹ شاهد آن بوده‌ایم در مسیر رونق اقتصادی قرار گرفته است. تولید ماشین‌آلات نساجی در ایتالیا از نظر مقداری ۱۸ درصد نسبت به سال قبل از آن رشد پیدا کرد و از ۱/۹ میلیارد یورو به ۲/۳ میلیارد یورو رسید. صادرات نیز با رشد ۱۹ درصدی به رقم ۱/۸ میلیارد یورو نزدیک شد.

واضح است که بهبود فروش و سفارشات در نتیجه‌ی حداقل بودن میزان آن در دو سال گذشته حاصل شده است. تقاضا برای ماشین‌آلات نساجی ایتالیا اکثراً از سوی بازارهای مهم جهانی می‌باشد، رشد فروش در کشورهای مثل چین، هند و ترکیه دورقمی بوده است. در کل صادرات ماشین‌آلات ایتالیایی در تمام بازارهای تولیدی صنعت نساجی از جمله آسیا و آمریکای جنوبی نشانه‌های مثبتی از خود نشان داده است.

در سال ۲۰۱۰ بازار داخلی نیز در مقایسه با سال ۲۰۰۹-۲۰۰۸ روند پویاتری داشته است. در سال گذشته تقاضای داخلی ۲۷ درصد افزایش یافته است و گردش مالی نیز نزدیک به یک میلیارد یورو بوده است. اگرچه به گفته رییس ACIMIT، طور حتم آمار و ارقام به دست آمده دلگرم کننده هستند اما با توجه به سناریوی جهانی همچنان اثراتی از بلا تکلیفی و عدم اطمینان وجود دارد.

تحقیقی که توسط ACIMIT در سه ماهه‌ی اول سال ۲۰۱۱ انجام شد نشان می‌دهد که پیش‌بینی برای میزان سفارشات از سوی بازارهای داخلی و خارجی با توجه به سه ماهه آخر سال ۲۰۱۰ همچنان در حالت هشدار و احتیاط به سر می‌برد.



## اگر سیاست درست و بازاریابی مناسبی در ایران اتخاذ نمائیم، قطعاً در آینده روابط بسیار خوبی با شرکت های ایرانی برقرار خواهیم کرد؛ البته تحریم های سیاسی و اقتصادی علیه ایران بخش قابل توجهی از مشکلات ما را در زمینه برقراری ارتباطات تجاری تشکیل می دهد.

شرکت TSI و تولیدات آن را برای ما بیشتر معرفی نمائید.

آغاز به فعالیت شرکت TSI که در شهر پراتوی ایتالیا واقع شده؛ به ۲۵ سال پیش بازمی گردد. این شرکت به تولید انواع برس در صنایع مختلف همچون شیشه، سرامیک، سنگ مرمر، مواد غذایی و البته بخش تکمیل صنایع نساجی می پردازد. لازمه ذکر است مزایایی که شرکت TSI، را از سایر تأمین کنندگان متمایز می کند عبارتند از احساس مسئولیت و تعهد پرسنل نسبت به وظایف محول شده، همدلی و همراهی با خریداران، در دسترس بودن، اعتقاد به انجام کارگروهی، تمرکز به نوآوری با تکیه بر ۲۵ سال تجربه ارزنده و موثر در بخش تولید برس های صنعتی. در مورد میزان تولید هم باید اشاره کنم که سالیانه به تولید یک هزار قطعه برس جهت تکمیل پارچه می پردازیم، البته در سال های ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ تولید ما بالغ بر ۱۴۰۰ قطعه بود. در حال حاضر مهمترین کشورهای مقصد برای صادرات محصولات TSI، چین، آمریکای جنوبی (برزیل) و هند است. البته تجربه صادرات به پاکستان، کره، آرژانتین، کامبوج، و ویتنام نیز صادرات داشته باشیم.

و جایگاه بازار ایران برای این شرکت چیست؟ از سال ۲۰۰۲ مذاکراتی با کارخانجات نساجی ایرانی انجام شده است و در همان زمان، حدود ۵ تا ۴ محموله به ایران صادر شد که موفقیت آمیز بود و مورد استقبال و توجه صنعتگران ایرانی نیز قرار گرفت. امیدوارم در آینده نزدیک شاهد افزایش حجم صادرات به ایران و همچنین ارتقای سطح ارتباطات با صنعتگران نساجی ایران باشیم.

پیش از طرح سؤالاتی در مورد چگونگی عملکرد هر یک از بخش های شرکت متبوع شما، به نحوه دریافت تسهیلات دولتی به صنعتگران ایتالیا اشاره نمائید و این که در روند تولید تا چه میزان از کمک های دولتی بهره مند می شوید؟ کارخانه ما طی ۲۵ سالی که از تأسیس آن سپری شده؛ همواره در حال تحقیق، نوآوری و توسعه بوده است و طبق قانون در ایتالیا چنین کارخانجاتی

می توانند از دولت وام و تسهیلات دریافت کنند اما در مورد TSI چنین نبوده است و در این زمینه از دولت ایتالیا شکایت داریم!! (با خنده)

به این نکته اشاره کردید که بخش تحقیق و توسعه در شرکت شما بسیار فعال و موثر است. در این مورد توضیح بیشتری ارائه نمائید.

بخش تحقیق و توسعه (R&D) تحت نظارت متخصصین مطلع و کارآمد اداره می شود و این بخش همواره بر روی تولید محصولات جدید تمرکز دارد و تحقیقات متعدد و گسترده ای در مورد تولید محصولات جدید منطبق بر نوآوری و ابتکار انجام می دهند. لازم به توضیح است که بخش تحقیق و توسعه شرکت، طی دو سال گذشته به مطالعه و بررسی تولید ماشین جدیدی مشغول بود که در ژوئن سال ۲۰۱۰ رونمایی شد. در این ماشین کیفیت محصولات تولید شده توسط کامپیوتر کنترل می شود. ضمناً به جای تهیه و تأمین قطعات مورد نیاز کارخانه از جمله فیلامنت، فلز، PVC و ... از سایر تأمین کنندگان، این موارد را به طور کامل در داخل کارخانه TSI تولید کرده و محصول نهایی را با کیفیت بسیار مطلوب و قیمت مناسب ارائه می دهیم.

به هر حال یک تولید موفق در راستای اتخاذ سیستم ها و روش های موثر فروش به بازار دنیا معرفی می شوند. بخش فروش و بازاریابی TSI، همانند تحقیق و توسعه، چابک و به روز می باشد؟

TSI یک کارخانه کوچک محسوب می شود که تمام تلاش خود را جهت رفع نیاز خریداران جهانی به کار گرفته است و سعی می کنیم جهت ارائه محصولات خود، سفرهای مختلفی به کشورهای مختلف داشته باشیم و محصولات و توانمندی های خود را به صنعتگران جهان معرفی نمائیم. برای مثال در ماه گذشته، یک سفر تبلیغاتی به چین داشتیم و به معرفی محصولات خود در این کشور پرداختیم.

افراد و نیروهای مورد نیاز شرکت بر چه اساسی استخدام می شوند؟ آیا دوره های آموزشی نیز برای آنان در نظر گرفته شده است؟

نحوه انتخاب پرسنل جدید در هر یک از بخش های شرکت متفاوت است برای مثال مدیر بخش تحقیق و توسعه، شخصاً کارمندان بخش خود را انتخاب می کند. همچنین به دلیل تعامل دو جانبه با دانشگاه Piza، گاهی مسئولان دانشگاه به ما در انتخاب متخصصین و کارشناسان بخش های مختلف کمک می کنند. در بخش تولید نیز مسئول مربوطه که تسلط و احاطه کامل بر نحوه کارکرد ماشین آلات و اجزای

مختلف آن دارد؛ کارگران مورد نیاز را انتخاب می نماید. در مورد آموزش افراد هم باید بگوییم که جهت بهبود عملکرد نیروهای مختلف کارخانه، سفرهای کاری مختلفی پیش بینی شده است که این تصمیم صحیح در ارتقای بهره وری تولید بسیار موثر می باشد.

نحوه رقابت با سایر تولید کنندگان؟

در بخش تولید برس های مخصوص تکمیل نساجی در ایتالیا فقط یک رقیب داریم اما شرکت ما به عنوان برترین و موفق ترین شرکت محسوب می شود زیرا برای بسیاری از شرکت های مهم سراسر جهان یک تأمین کننده اصلی محسوب می شویم اما در سایر بخش ها، رقیبان متعددی در کشورهای مختلف داریم که اتخاذ استراتژی بهبود کیفیت محصول و کاهش قیمت به رقابت می پردازیم و موفق نیز هستیم.

به نظر شما مهمترین بخش صنایع نساجی ایتالیا چیست؟

بدون تردید صنعت مد و پوشاک ایتالیا که جهانی است. البته نمی توان از ماشین آلات مدرن و پیشرفته آن چشم پوشی کرد.

بحران اقتصادی اخیر در جهان به روی صنایع کشورهای مختلف دنیا به ویژه اروپا و آمریکا تبعات نامطلوب و زیان باری گذاشت. این امر تا چه میزان بر شرکت شما اثر گذار بود؟

سال ۲۰۰۹ بدترین سال برای شرکت ما از بدو تأسیس بوده است. اما خوشبختانه در سال ۲۰۱۰ بود تولیدات TSI حدود ۳۰ درصد افزایش یافت و طبق پیش بینی های انجام شده، حجم تولیدات ما در سال ۲۰۱۱ حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد افزایش خواهد یافت.

مطلب پابانی؟

برای نخستین بار است که به ایران سفر می کنم و از نزدیک با صنعتگران نساجی مذاکره انجام می دهم. متأسفانه در ایتالیا، تصاویر منفی در مورد ایران و ایرانیان وجود دارد که به هیچ وجه با واقعیت همخوانی ندارد. همچنین اگر سیاست درست و بازاریابی مناسبی در ایران اتخاذ نمائیم، قطعاً در آینده روابط بسیار خوبی با شرکت های ایرانی برقرار خواهیم کرد؛ البته تحریم های سیاسی و اقتصادی علیه ایران بخش قابل توجهی از مشکلات ما را در زمینه برقراری ارتباطات تجاری تشکیل می دهد.

1-Luigi Novelli

2-TSIToscana Spazzole Industriali