

نشانی بزرگ ملات، پیشرفت بزرگ کشور



گفت و گو با مهندس کورشات ایلماز (Kürşat Yılmaz)
مدیر فروش بخش خارجی شرکت دیلمنلر (Dilmenler)

■ اشاره

اقتصاد در حال رشد ترکیه از هم نشینی مجموعه ای از صنایع بنگاه های تجاری مدرن، در کنار کشاورزی سنتی که ۳۵ درصد شاغلان را داراست، تشکیل شده است و با وجود رشد سریع بخش خصوصی، دولت همچنان در بخش های بانکداری، صنایع، حمل و نقل و ارتباطات نقش اساسی را ایفا می نماید. صنایع نساجی و پوشاک، بزرگترین بخش صنعتی این کشور است و یک سوم اشتغال صنعتی را به خود اختصاص داده است. صادرات ترکیه در حالی به رشد سریع خود ادامه می دهد که در ماه جولای (تیر - مرداد) سالجاری نیز با بیش از ۲۳ درصد رشد نسبت به دوره مشابه سال گذشته به ۱۱/۵ میلیارد دلار رسید. رشد صادرات ترکیه در هفت ماه اول سالجاری میلادی نیز با ۲۰،۰۵ درصد افزایش نسبت به دوره مشابه سال گذشته به ۷۷ میلیارد و ۱۷۰ میلیون دلار رسید و نکته جالب توجه این که صادرات بخش صنعت نساجی و پوشاک ترکیه نیز به عنوان دومین بخش بزرگ صادرکننده به رشدی برابر ۱۹ درصد رسیده است. تولیدات این بخش، قدرت رقابت در بازارهای جهانی را داشته و توانسته اند در چرخه های توزیع بین المللی وارد شوند. افزون بر این، در سایر بخش ها به ویژه صنایع خودروسازی و الکترونیک نیز جهش های صادراتی زیادی دیده می شود. ترکیه طی سه دهه اخیر، سریع ترین رشد اقتصادی را در میان کشورهای اروپایی داشته است.

ماشین آلات رنگرزی در جهان محسوب می شود و مساحت کارخانه آن حدود ۶۰ هزار متر مربع می باشد. این شرکت طی سال های ۱۹۹۹ تا ۱۹۹۳ به سرعت توسعه یافت و تولید ماشین آلات رنگرزی و تکمیل را در ۲ ساختمان جداگانه ایجاد کرد. همچنین در سال ۱۹۹۷، ۵ هزار مترمربع به

اکنون حدود ۴۰۰ پرسنل دارد و تولیدات خود را به ۲۵ کشور دنیا می کند. میزان فروش سالیانه Dilmenler، ۴۵ میلیون یورو است و ۷۰ درصد محصولات به سایر کشورها صادر می شود و ۳۰ درصد نیز در بازار داخلی ترکیه به فروش می رود. Dilmenler، یکی از بزرگترین تولیدکنندگان

به تولیدات و زمینه فعالیت شرکت Dilmenler اشاره نماید.

این شرکت در سال ۱۹۸۲ در شهر چورلو (Corlu) - ۷۰ کیلومتری غرب استانبول و مرکز صنایع نساجی ترکیه - با هدف تولید ماشین آلات رنگرزی و تکمیل نساجی تأسیس شده است که هم



هندوستان به بزرگترین بازار Dilmenler تبدیل می‌شود. گاهی نیز مانند بنگلادش به دلیل تغییر در سیستم حکومتی فروش محصولات ما به حداقل میزان خود می‌رسد. ضمناً بخش قابل توجهی از فروش ماشین‌آلات ما به کشورهای آسیایی اختصاص دارد.

با توجه به این که بخش عمده ای از محصولات Dilmenler صادر می‌شود و طبعاً ارزآوری قابل توجهی برای ترکیه به همراه دارد، دولت ترکیه چه امتیازات و تسهیلاتی برای این شرکت قائل است و به طور کلی سیستم حمایت از صادرات در ترکیه چگونه است؟

دولت ترکیه با اختصاص جویز و مشوق‌های صادراتی از صادرکننده حمایت می‌کند. برای مثال پس از انجام صادرات، مشمول ۱۸ درصد معافیت مالیاتی می‌شویم.

یکی از مهمترین بازارهای ما، کشور ایران محسوب می‌شود زیرا دارای یک بازار رو به رشد و توسعه است. به اعتقاد من کارخانجات مدرن با تکنولوژی‌های پیشرفته به تدریج جایگزین کارخانجات قدیمی و سنتی خواهند شد.

در سال‌های اخیر پیشرفت صنایع نساجی بسیار چشمگیر بوده است. با توجه به شناخت و آشنایی با صنعت نساجی ایران، آیا بستر توسعه و پیشرفت این صنعت در ایران مهیاست؟ به نظر شما، توسعه صنعت نساجی ایران به چه فاکتورهایی نیاز دارد؟

همان‌طور که اشاره کردید ۳۰ سال به طول انجامید تا بستر توسعه صنعتی ترکیه شکل گرفت و به یکی از صنایع قدرتمند دنیا تبدیل شد. فکر می‌کنم بزرگترین مشکل نساجی ایران، عدم صادرات منسوجات به سایر کشورهاست. در صورتی که توان صادراتی ایران تقویت می‌شد، سیستم‌های سنتی گذشته تغییر پیدا می‌کرد و جای خود را به سیستم‌های مدرن جهانی می‌دادند و کیفیت تولیدات به مراتب بهبود پیدا می‌کرد. زمانی که تولیدات کارخانجات به تأمین بازار داخلی اختصاص پیدا کند، کیفیت محصولات در سطح عادی باقی خواهد ماند در حالی که با

خوبی دست‌یابیم. در مجموع مهمترین بخش فعالیت Dilmenler گسترش و توسعه کارخانه و ارائه خدمات پس از فروش است.

تا چه میزان با صنعت نساجی ایران آشنایی دارید و ارزیابی شما از وضعیت فعلی این صنعت در ایران چیست؟

۱۰ سال است که با صنعت نساجی ایران ارتباط دارم و بارها به این کشور مسافرت کرده‌ام. اجازه دهید پیش از تحلیل نساجی ایران به این نکته اشاره کنم که تولیدات Dilmenler به کشورهای آفریقای جنوبی، اوکراین، بلاروس، روسیه، کلمبیا، اکوادور، پرو، آرژانتین، برزیل، گواتمالا، السالوادور، هندوراس، مصر، الجزایر، مراکش، سوریه، ایران، عراق، هندوستان، پاکستان، بنگلادش و اندونزی به صورت مستقیم صادر می‌شود اما در این میان یکی از مهمترین بازارهای ما، کشور ایران محسوب می‌شود زیرا دارای یک بازار رو به رشد و توسعه است. به اعتقاد من کارخانجات مدرن با تکنولوژی‌های پیشرفته به تدریج جایگزین کارخانجات قدیمی و سنتی خواهند شد و با توجه به نیاز کارخانجات مذکور به ماشین‌آلات مدرن رنگرزی، سعی می‌کنیم حضور خود را در این کشور از طریق تقویت نمایندگی فروش خود پررنگ تر و موثرتر نمائیم. لازم به توضیح است که نمایندگی فروش محصولات Dilmenler در ایران Euromak است که ضمن فروش محصولات به ارائه خدمات پس از فروش و تأمین قطعات یدکی ماشین‌آلات می‌پردازد.

آیا تحریم‌های سیاسی ایران بر روند فعالیت‌های شما تأثیرگذار بوده است؟

خیر همان‌طور که می‌دانید ترکیه و ایران، روابط سیاسی و اقتصادی خوبی با یکدیگر دارند و صادرات میان هر دو کشور در جریان است همچنین بخش بازرگانی ترکیه احساس می‌کند در این شرایط بحرانی نباید کشور همسایه و برادر خود را رها نماید.

بزرگترین و مهمترین بازارهای Dilmenler چه کشورهایی است؟

هندوستان، بنگلادش، ازبکستان و ایران جزو مهمترین بازارهای صادراتی ما محسوب می‌شوند. البته میزان فروش ماشین‌آلات به سایر کشورها بستگی به بازار پنبه جهان نیز دارد به همین دلیل برای مثال گاهی با رونق کاشت و برداشت پنبه،

مساحت کارخانه افزوده شد و به ارتقای کیفیت محصولات خود پرداخت. در کارخانه Dilmenler بالغ بر ۶۰ هزار متر مربع سالن سرپوشیده جهت آزمایش ماشین‌آلات تولیدی شرکت قرار دارد که از این لحاظ در جهان کم‌نظیر است.

خوشبختانه با توجه به پیشرفت چشمگیر صنعت نساجی ترکیه، تلاش خود را به عمل می‌آوریم تا از این توانمندی بازار استفاده کنیم و در این راستا پیش از تمرکز به فروش ماشین‌آلات، به انجام فعالیت‌های تحقیقاتی و پژوهشی توجه و دقت ویژه نشان می‌دهیم.

نکته قابل توجه در روند فعالیت و فروش ماشین‌آلات تولیدی شرکت این است که همکاری‌های مشترکی را با مشتریان پس از فروش ماشین‌آلات انجام می‌دهیم به این ترتیب که خریداران محصولات ما جهت گذراندن دوره‌های آموزشی به ترکیه می‌آیند و پس از آموزش و کسب تجارب ارزشمند در زمینه کار با دستگاه‌ها و ماشین‌آلات، به کشور خود باز می‌گردند. از این نظر Dilmenler یکی از بزرگترین شرکت‌های دنیا محسوب می‌شود که در زمینه آموزش رنگرزی نیز فعالیت‌های گسترده و موثری دارد.

ویژگی اساسی Dilmenler این است که تولیدکننده تمام دستگاه‌ها و ماشین‌آلات رنگرزی نساجی است در حالی که سایر شرکت‌های مشابه تولیدکننده یک یا دو دستگاه رنگرزی نساجی هستند. در حقیقت Dilmenler نخستین کارخانه‌ای در دنیا محسوب می‌شود که تمام دستگاه‌های مربوط به رنگرزی نساجی را تولید می‌کند و از این نظر رقیب اروپایی قدرتمندی وجود ندارد.

رقیبان Dilmenler از کدام کشورها هستند و تمایز شرکت شما نسبت به آنان چیست؟

در مورد تولید ماشین‌آلات رنگرزی، فقط آلمان و ایتالیا رقیبان جدی ما محسوب می‌شوند اما همان‌طور که اشاره شد تمایز ما نسبت به این رقیبان قدرتمند و معتبر، توانایی تولید انواع مختلف ماشین‌آلات رنگرزی است. هدف اصلی ما این است که از نظر کیفیت و قیمت ماشین‌آلات رنگرزی فراتر از شرکت‌های آلمانی و ایتالیایی عمل کنیم و خوشبختانه تا میزان قابل توجهی به این هدف رسیده ایم زیرا قیمت محصولات اروپایی در مقایسه با تولیدات ما گران‌تر است و از نظر تکنولوژی نیز تلاش می‌کنیم به پیشرفت‌های

ورود به میدان صادرات، باید کیفیت محصولات را ارتقا داد تا توان رقابت با رقیبانی مانند ترکیه، بنگلادش، هندوستان، اندونزی، برزیل و... داشته باشید. اطمینان دارم که صنعت نساجی ایران در آینده نزدیک به پیشرفت خوبی دست خواهد یافت مشروط بر اینکه ارتقای کیفیت محصولات و توجه به صادرات را مد نظر قرار دهید.

وجود تحریم های بین المللی بر علیه ایران، یکی دیگر از موانع توسعه صنعت نساجی ایران است که زمینه ارتباطات تجاری و بانکی صنعتگران را با سایر کشورها سلب می کند. طبیعی است که در صورت رفع این تحریم ها، تولید و صادرات روال سریع تری به خود خواهد گرفت. به دلیل نوع شغلم به ۴۱ کشور سفر کرده ام و از نزدیک با صنایع نساجی آنها روبرو بوده ام باید اذعان کنم که ایرانیان، ملتی بسیار باهوش و با استعداد هستند و قابلیت یادگیری صنعتگران ایرانی بسیار بالاست به طوری که به سرعت متوجه مباحث

سرمایه گذاری خارجی تابع مسائل متعددی از جمله مسائل سیاسی است و با توجه به تحریم های ایران هر لحظه امکان شکست و عدم بازگشت سرمایه خود خواهیم شد. واقعیت این است احداث کارخانه های رنگرزی، نیازمند سرمایه گذاری کلان (حدود ۲۵ میلیون یورو) است.

فنی و تخصصی ماشین آلات نساجی می شوند پس با توجه به هوش و استعداد ایرانیان، پیشرفت و توسعه صنعتی دور از ذهن نیست. ضمناً توجه داشته باشید که لازمه پیشرفت، ارتقای کیفیت است.

استراتژی صادرات و فروش ماشین آلات این شرکت چیست و در زمینه صادرات تا چه میزان به وضعیت اقتصادی و حتی سیاسی بازار مقصد توجه می کنید؟

ابتدا سیستم بانکی آن کشور و سهولت خروج پول از آن مورد توجه قرار می گیرد زیرا مهمترین بحث در صادرات، فروش موفق محصولات است. یکی از مشکلات تعامل با ایران، سیستم بانکی نه چندان پیشرفته آن است که وجود تحریم های سیاسی نیز مزید بر علت شده و کار را دشوارتر ساخته است! به طوری که بسیاری از صنعتگران نساجی را مشاهده

کرده ام که علیرغم درستکاری و شفافیت در کار جهت دریافت وام بانکی با مشکلات بسیاری مواجه می شوند.

پس از فروش محصولات، این نکته برای ما بسیار مهم است که کشورها بتوانند نمایندگی پس از فروش Dilmenler را دریافت کنند لذا به کشورهایی که نمایندگی های فروش توانمند و پر قدرتی دارند؛ توجه ویژه داریم. نکته دیگر این که شرایط خاص تجارت در کشورهای مقصد را هم در نظر می گیریم و این که تعامل تجاری و مالی با این کشورها به سهولت انجام می شود یا خیر. همچنین با انتشار آگهی های تبلیغاتی، بازار آن کشور را با محصولات Dilmenler آشنا می کنیم و با ارسال گزارش عملکرد کارخانجات در قالب ای میل، مشتریان را در جریان روند فعالیت های کارخانه قرار دهیم متأسفانه در ایران، مدیران کمتر از e-mail و اینترنت استفاده می کنند به همین دلیل دسترسی به آنها سخت دشوار به نظر می رسد لذا انتشار آگهی در مجلات تخصصی، حضور در نمایشگاه ها و همایش های نساجی، گزینه بعدی ما در زمینه اطلاع رسانی به مدیران ایرانی است.

دیدگاه ترکیه به بازار ایران صرفاً یک کشور مصرف کننده کالاهای با کیفیت و بی کیفیت است یا در زمینه انتقال تکنولوژی و دانش فنی روز هم فعال است؟

تمام کشورها برای فروش محصولات خود درجه بندی کیفی دارند. بیشترین حجم صادرات محصولات ترکیه به ایران درجه C و B است. صنعت نساجی ترکیه مانند نساجی چین نیست که به تولید انبوه، قیمت اندک و کیفیت پائین پردازد بلکه تولید با کیفیت، در تیراژ پایین و قیمت متناسب ارائه می کند.

در مورد انتقال دانش فنی به ایران باید عنوان کنم که علیرغم هدف گذاری جهت تأسیس کارخانه تولیدی در ایران، موقعیت فعلی این کشور، اجازه سرمایه گذاری و احداث کارخانه را به ما نمی دهد. زیرا سرمایه گذاری خارجی تابع مسائل متعددی از جمله مسائل سیاسی است و با توجه به تحریم های ایران هر لحظه امکان شکست و عدم بازگشت سرمایه خود خواهیم شد. واقعیت این است احداث کارخانه های رنگرزی، نیازمند سرمایه گذاری کلان (حدود ۲۵ میلیون یورو) است.

البته جهت کاهش هزینه های تولید در ترکیه، تصمیم گرفتیم ماشین آلات Dilmenler را در ازبکستان، مصر و ایران تولید کنیم اما به دلیل شرایط خاص ایران، این امر تحقق پیدا نکرد. ضمن این که سیستم بانکی ایران چندان پیشرفته نیست و تبادل پول به دشواری و کندی انجام می شود.

به اعتقاد شما تأثیرات عضویت ترکیه در اتحادیه اروپا در صنعت نساجی این کشور چیست؟

ورود به اتحادیه اروپا یکی از اهداف بزرگ ماست اما فکر می کنم اثرات منفی مانند افزایش هزینه های تولید مانند دربی داشته باشد اتفاقی که به محض عضویت در اتحادیه اروپا برای کشورهایی مانند یونان، لتونی، اسپانیا و... رخ داد و موجب افزایش هزینه های تولید و از دست دادن توان رقابت شد زمانی هم که توان رقابت را از دست بدهیم، در واقع میدان را به رقیبان واگذار کرده ایم.

چشم انداز Dilmenler دستیابی به چه جایگاهی است؟

برای آینده دو هدف عمده داریم. نخست این که یک شریک قدرتمند در زمینه ارتباط با مشتریان محسوب شویم؛ دوم این که سطح تولیدات شرکت به رقیبان آلمانی و ایتالیایی برسد. برای دستیابی به این دو هدف تمام تلاش خود را به کار خواهیم برد. همچنین به ارائه خدمات پس از فروش اعتقاد ویژه ای داریم زیرا در جذب اعتماد خریداران محصولات بسیار اثرگذار است.

مطلب نهایی؟

تجربه فعالیت در شرکت Lafar ترکیه را هم دارم اما به این نتیجه رسیده ام نکته مهم تلاشی است که در جهت افزایش کیفیت محصولات و دستیابی به توسعه صنعتی کشور انجام می دهیم. همچنان که امروز کمتر کسی نام مالک شرکت مرسدس بنز را می داند در حالی که این برند در دنیا شناخته شده و معتبر است؛ پس تلاش و کوشش یک ملت، آن کشور را به پیشرفت و توسعه صنعتی هدایت می کند.

با تشکر از آقای گلزار - مدیر عامل محترم شرکت نیتکس و نماینده Dilmenler در ایران - که در انجام این مصاحبه با ما همکاری داشتند.