



توانمندی و خلاقیت بالای تولیدکنندگان ایرانی

اشاره:

شرکت سولزر (Sulzer) در سال ۱۸۳۴ در سوئیس با هدف تولید دستگاه‌های پروژکتایل ماشین‌آلات بافندگی راه‌اندازی شد، شرکت سومت (Somet) در سال ۱۹۶۷ و شرکت واماتکس (Vamatex) در سال ۱۹۷۳ در ایتالیا به تولید ماشین‌آلات بافندگی پرداختند و در سال ۲۰۰۰ با ادغام سومت و واماتکس شرکت پروماتک (Promatech) شکل گرفت. در سال ۲۰۰۱ هلدینگ ایتما تشکیل شد و در سال ۲۰۱۱ با ادغام Sulzer، Somet و Vamatex برند ایتما IteMa پا به عرصه وجود گذاشت. حدود ۲۵۰ میلیون یورو به ماشین‌آلات بافندگی اختصاص دارد و ۸۳۵ نفر در سراسر جهان برای ایتما کار می‌کنند. در بین سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۵، تعداد ماشین‌آلات بافندگی نصب شده این شرکت چندمیلیتی به رشد ۸۰ درصدی رسید. ایتما بیش از ۳۰۰ هزار ماشین بافندگی نصب شده در دنیا دارد و تولیدات آن ترکیبی از دقت سوئیسی با خلاقیت ایتالیایی است.

در جریان برگزاری نمایشگاه ماشین‌آلات ITM 2016 استانبول، گفت‌وگویی با دینا پروفیرا، مدیر بازاریابی و تبلیغات این مجموعه نام‌آشنا انجام دادیم که از نظر تان می‌گذرد. وی که سه سالی است در ایتما به فعالیت می‌پردازد؛ در مورد صنعت نساجی ایران معتقد بود ایران دارای بازار بزرگی است اما بخش عمده‌ای از تولیدات کارخانه‌ها برای مصارف داخلی تولید می‌شوند و برای رسیدن به بازارهای صادراتی باید کمی صبور بود.

itema

Because we believe

از تجربه خود در صنعت نساجی بگویید.

از بخش مدیریت کسب و کار در صنعت انرژی و تأسیسات وارد صنعت نساجی شده‌ام و در این صنعت تقریباً تازه‌وارد هستیم! طبق سیاست‌های ایتما تغییراتی در بخش مدیریت شرکت صورت گرفته به طوری که مدیر اجرایی مجموعه نیز دارای سابقه فعالیت در صنعت نساجی نیست.

به نظر من این تغییرات نکته مثبتی است زیرا با تلفیق سوابق و تجربیات مختلف با همدیگر، ایده‌های جدید خلق می‌شوند. بهره‌مندی از تجارب در فعالیتهای تولیدی و صنعتی بسیار حائز اهمیت است. کما این که در ایتما گروهی از همکاران توانمند و متعهد، بخش عمده‌ای از زندگی حرفه‌ای خود را در شرکت‌های قدیمی که امروزه ایتما را شکل داده‌اند؛ سپری کرده‌اند و در کنار این افراد، مدیران جدیدی مشغول کار هستند که تجربه فعالیت در صنایع مختلف را دارند و با تکیه بر این سوابق و خلق ایده‌های تازه، ارزش مضاعفی برای ایتما به همراه می‌آورند. در مجموع باید عنوان کنم که تغییرات مثبت گروه ما طی سه سال اخیر مرهون تجمیع تجربیات مختلف می‌باشد.

به سیستم بازاریابی ایتما اشاره نمایید و این که چگونه نوآوری‌ها و تغییرات جدید در

این راستا برنامه‌ریزی می‌شوند؟

با پیوستن مدیر اجرایی در پایان سال ۲۰۱۱ به مجموعه، بازسازی‌هایی انجام گرفت به طوری که در پایان سال ۲۰۱۵ و در مقایسه با مدت مشابه سال ۲۰۱۲، به رشد ۸۰ درصدی در بخش فروش دست





همان‌طور که اشاره شد بازار ایران، دارای پتانسیل‌های فراوان و بافندگان خلاق و توانمند است، علاقه خاصی به پارچه‌های ترمه سنتی ایران دارم. مدتی پیش «مدیر شرکت ترمه هاشمی» ترمه‌های بسیار زیبا با رنگ‌بندی‌های متنوع و چشم‌نواز به من نشان دادند که این ترمه‌ها در ۱۲ رنگ توسط ماشین‌آلات ایتما بافته می‌شوند، برای من باعث افتخار است که کارآفرینان خلاق، خوش فکر و توانمند ایرانی، چنین محصولات زیبایی را با بهره‌گیری از ماشین‌آلات مجموعه ما خلق می‌کنند و به این ترتیب قدرت تطبیق پذیری ماشین‌آلات ایتما بیش از هر زمان دیگری مشخص می‌شود. در اغلب نمایشگاه‌های معتبر بین‌المللی، بخشی از غرفه را به نمایش پارچه‌های بافته شده توسط ماشین‌آلات ایتما اختصاص می‌دهیم که در این میان، ترمه جایگاه خاصی دارد.

۴ به چشم اندازه‌ها و برنامه‌های آینده ایتما اشاره نمایید.

آینده درخشانی برای گروه ایتما متصور هستم و باور دارم دستاوردهای ارزشمند امروز، حاصل تلاش‌های بی‌وقفه سال‌های گذشته بوده است. مدیر فعلی ایتما ریسک زیادی برای به عهده گرفتن مسئولیت برندهای معتبر و خوشنام در قالب یک گروه صنعتی بر عهده گرفته است و به اعتقاد من شجاعت بزرگی بود که ایشان شرکت‌های توانمند و شناخته‌شده‌ای مانند سولزر و واما تکس را با دنیایی از اعتبار و اشتیاق، پشت سر گذاشتند و پایه‌گذار گروه ایتما شدند. عرضه ماشین‌آلات جدید نیز تصمیم بسیار مهمی بود که خوشبختانه با موفقیت به آن دست یافتیم.

تصمیم دیگر مدیریت مجموعه، راه‌اندازی دو واحد تحقیق و توسعه (R&D) است. ایتما تنها مجموعه‌ای است که دارای واحدهای تحقیق و توسعه دوقلو است! به این معنی که یک واحد آن با بهره‌گیری از ۴۵ مهندس در ایتالیا مستقر است و تمام تلاش خود را برای ارتقای عملکرد ماشین‌آلات ایتما به کار می‌گیرند، تیم دوم شامل ۱۵ مهندس مشابه Silicon Valley است که به‌صورت قطب نوآوری و جداگانه مشغول کار هستند؛ این گروه درگیر رفع مشکلات و نواقص احتمالی ماشین‌آلات موجود نیستند بلکه بر تولیدات آینده متمرکز شده‌اند. اطمینان دارم که با این طرز تفکر و سرمایه‌گذاری (درصد قابل توجهی از درآمد شرکت به انجام فعالیت‌های واحد تحقیق و توسعه اختصاص داده شده)، سال آینده در مورد ماشین‌آلات جدید با صحبت خواهیم کرد؛ ماشین‌هایی با سرعت بالاتر، کم‌مصرف‌تر، کوچک‌تر و با بهره‌وری بیشتر که منجر به تولید پارچه‌های بسیار باکیفیت خواهند شد. در جریان برگزاری ایتمای میلان ۲۰۱۵، فضایی را به مصاحبه با بازدیدکنندگان اختصاص داده بودیم و از آنها می‌پرسیدیم که برای شما ماشین‌آلات بافندگی در آینده چه معنایی دارند. هدف ما از انجام این مصاحبه‌ها جمع‌آوری ایده‌ها و تفکرات جدید بود. اغلب بازدیدکنندگان پاسخ می‌دادند که ماشین‌آلات مذکور باید دارای سرعت و انعطاف‌پذیری بسیار بالا، عملکرد خوب و با حداقل مصرف انرژی باشند. در این راستا تلاش می‌کنیم تا برنامه‌های آتی خود را بر اساس نظرات مصرف‌کنندگان تدوین نماییم.

یافتیم. ثمره نوآوری‌های جدید در قالب ماشین‌آلات جدیدی تجلی می‌یابند، در این زمینه می‌توان به ماشین‌های ریپر (تولید سال ۲۰۱۲) اشاره کرد که فروش بسیار بالایی دارند و ۵۰ درصد از درآمد ایتما را تشکیل می‌دهند.

۴ دلیل حضور ایتما در نمایشگاه ITM استانبول، جذب بیشتر بازارهای خاورمیانه است یا کشورهای اروپای شرقی؟

بدون تردید برای ما ترکیه و مناطق اطراف آن، آسیای مرکزی، پاکستان و کشورهای افریقایی بازارهای بزرگ هدف محسوب می‌شوند. براساس اطلاعات ما، در این منطقه و هم‌چنین در ایران، کارآفرینان بسیاری وجود دارند که یا دارای دفتر مرکزی در دوبی هستند و یا سفرهای تجاری و صنعتی متعددی به این شهر برای انجام ملاقات‌هایی با هم‌تایان خود انجام می‌دهند؛ پس با هدف نزدیکی به مشتریان و وجود دفتری برای انجام فعالیت‌های مربوط به فروش و بازاریابی در این بخش، موسسه‌ای با عنوان «ایتمای خاورمیانه» افتتاح کرده‌ایم که دفتر مرکزی آن در دوبی مستقر است. این ایده را در سایر نقاط دنیا مانند آسیای شرقی، آمریکا و اروپای شرقی نیز پیاده کرده‌ایم. به این نکته هم باید اشاره کنم که طی یک‌سال گذشته بازارهای اصلی ایتما، ترکیه، چین و هند بوده‌اند و ضمن انجام سفارشات این بازارها، ایتما علاقه بسیاری به حضور در بازارهای در حال رشد کشورهایمانند ازبکستان و بنگلادش دارد.

۴ بازار ایران در ایتما چه جایگاهی دارد؟

سال‌های متعددی، ایران به‌عنوان یکی از مشتریان اصلی ما و به‌عبارت بهتر مشتری شماره یک ایتما محسوب می‌شد.

۴ با توجه به سابقه همکاری و حضور طولانی مدت ایتما در بازار ایران، چرا دفتر منطقه‌ای این شرکت در دوبی راه‌اندازی شده است؟ آیا این امکان وجود نداشت که موسسه مذکور در یکی از شهرهای ایران مانند تهران تأسیس می‌شد؟

دوبی فقط به‌عنوان مکانی برای دیدار لحاظ شده است و مشتریان ما از ایران، پاکستان و آفریقای شمالی به سهولت به این نقطه سفر می‌کنند. بدون شک ایران، کشور بسیار مهمی برای ایتما محسوب می‌شود و به کمک نماینده رسمی خود در ایران (شرکت سولتکس ایران - به مدیریت آقای سعید آذری)، طی چهل سال همکاری مستمر، ماشین‌آلات متعددی از Somet, Sulzer, Vamatex و دیگر شرکت‌های زیرمجموعه را با موفقیت نصب و راه‌اندازی کرده‌ایم و در حال حاضر بالغ بر ۷ هزار ماشین نساجی از گروه ایتما در ایران مشغول به کار هستند.

طی چند ماه گذشته، دو بار به ایران سفر کرده‌ام و از نزدیک در جریان توانمندی‌های کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی نساجی ایران قرار گرفته‌ام، اگرچه ایران دارای بازار بزرگی است اما بخش عمده‌ای از تولیدات کارخانه‌ها برای مصارف داخلی تولید می‌شوند و برای رسیدن به بازارهای صادراتی باید کمی صبور بود.