

فعالیت در بازارهای صادراتی؛ موانع و چالش‌ها

اگرچه پتانسیل‌های لازم جهت تولید صادراتی در صنایع نساجی و پوشاک کشور وجود دارد اما بنا به دلایل و معضلاتی نرخ رشد صادرات در صنایع نساجی و پوشاک نسبت به توانمندی‌های موجود در این صنعت بسیار ناچیز است. گذشته از موانع و معضلاتی که سال‌های سال پیش روی صادرکنندگان وجود داشته مانند موانع پولی و بانکی، عدم تخصیص به موقع جوایز صادراتی علیرغم اعلام قبلی دولت، عدم وجود شرایط مساوی تولید برای تأمین‌کنندگان داخلی و خارجی و شرایط پیچیده تحریم، به نظر می‌رسد مهم‌ترین موردی که موجب کاهش صادرات منسوجات و پوشاک به نسبت توان تولیدی موجود در داخل می‌گردد؛ نبود تفکر تولید صادراتی است. شاید این موضوع در نگاه اول کمی غیرمنصفانه به نظر برسد اما مشکلات پیش روی تولید و صادرات در کشور سال‌های سال است که وجود دارند و دولت‌های مختلف هم با برگزاری جلسات مکرر با تولیدکنندگان و صادرکنندگان تمام موانع موجود را بسیار بهتر از عوامل تولیدی می‌دانند و مشکلات کم‌اکن باقیست و البته صادرات هم کم و زیاد ادامه دارد؛ اما موضوع مهم در این میان پاسخ به یک سوال ساده است. چند درصد تولیدکنندگان داخلی مطابق استانداردهای بین‌المللی و اصولاً با تفکر صادراتی تولید می‌کنند؟ پاسخ به این سوال ممکن است در شاخه‌های بسیار متنوع صنعت نساجی گوناگون باشد اما در خصوص محصولات نهایی این صنعت که پوشاک، منسوجات خانگی و فرش می‌باشند و اتفاقاً در این حوزه‌ها به خصوص پوشاک و منسوجات خانگی، شاهد واردات بی‌رویه این محصولات و قاچاق نیز هستیم تحقیق در خصوص پاسخ به این سوال اهمیت بیشتری می‌یابد. بسیاری از فعالان صنعت نساجی و پوشاک معتقد به این موضوع می‌باشند که در صورت تولید اجناس با کیفیت و قابل رقابت با محصولات مشابه خارجی، این نوع کالاها به راحتی در کشور به فروش خواهند رفت. در نتیجه تولید خوب و با کیفیت مناسب مشتری خاص خود را در بازارهای داخلی دارد و بالتبع می‌توان نتیجه گرفت که همین کالای تولیدی با رعایت استانداردهای بین‌المللی و صد البته شرایط قیمتی مناسب، توان رقابت در بازارهای بین‌المللی را نیز خواهد داشت اما فی الواقع چه میزان از محصولات تولیدی ما با این شرایط و استانداردها تولید می‌شوند؟ اصولاً تولیدکنندگان یا تجار منسوجات در ایران، تا چه میزان حداقل از بازارهای منطقه‌ای کشورهای همسایه اطلاع دارند؟ یا این که چند درصد از تولیدکنندگان پوشاک در کشور از استانداردهای موجود در صنعت پوشاک و حتی سایز بندی‌ها اطلاع کافی دارند؟ واقعیت این است که تولیدکنندگان داخلی اگرچه هر کدام در رشته‌های کاری خود بسیار توانمند و مستعد می‌باشند اما باید گفت متأسفانه در چند زمینه نقطه ضعف‌های بسیار جدی دارند. مهمترین این نقطه ضعف‌ها را می‌توان در نبود روحیه همکاری مشترک بین اعضای یک صنف مشترک، نبود تفکر تولید صادراتی و غرق شدن در مشکلات روزمره واحدهای تولیدی نام برد. فعالیت در بازارهای صادراتی مستلزم وجود تولیدات با کیفیت، تبلیغات مناسب و توان مالی کافی جهت مواجهه با شرایط دشوار است که شاید از عهده یک تولیدکننده به تنهایی خارج باشد اما با جمع شدن یک مجموعه تولیدی در هر یک از شاخه‌های صنعت نساجی، هم توان مالی و هم توان مدیریتی افزایش می‌یابد و می‌توان با این هم‌افزایی، شاهد افزایش صادرات نیز بود. بازار ایران هم اکنون در رکود به سر می‌برد و همان‌طور که همه شاهدیم میزان فروش منسوجات و پوشاک به شدت کاهش یافته است حتی در شرایط رونق اقتصادی و بهبود شرایط خرید مردم، بازار واردات و قاچاق نیز رونق خواهد یافت پس تنها گزینه‌ای که تولیدکنندگان با آن مواجه خواهند بود، تغییر در استراتژی‌های خود و یافتن راهکاری جهت تولید محصولات صادراتی است که چه در شرایط رونق و رکود داخلی راهکاری بسیار موثر خواهد بود.