

ابر رکود تورمی و برنامه‌ریزی برای تولید متنوع، باکیفیت و رقابتی

۱- انتصاب دکتر محسن گرجی از متخصصین نساجی جوان کشور به سمت مدیر کلی دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت در اواخر مردادماه سالجاری یکی از مهم‌ترین رویدادهای تابستان امسال بود که فرصت را مغتنم شمرده و انتصاب ایشان را تبریک عرض نموده و برایشان موفقیت روزافزون آرزو داریم و امیدواریم با بهره‌گیری از دانش و تجربه ارزشمند فعالین این صنعت اعم از دانشگاهی و صنعتی بتواند منشأ تحولات بزرگ در این دفتر باشد.

بدون تردید بهره‌مندی از ظرفیت‌های موجود در دفتر و پتانسیل‌های تشکلهای تخصصی و حمایت‌ها و تجربیات گرانبهای صنعتگران و متخصصین این صنعت می‌تواند روزهای خوبی را برای صنایع نساجی و پوشاک کشور ترسیم نماید. ضمن این که در این مجال باید از زحمات و تلاش‌های سرکارخانم مهندس افسانه محرابی-مدیرکل سابق این دفتر- نیز تشکر و قدردانی نمود که در دوران مدیریت دفتر طی شش سال گذشته، تمام همت خود را به کار گرفتند.

۲- برگزاری چهاردهمین نمایشگاه بین‌المللی کفپوش، موکت و فرش ماشینی در نیمه شهریورماه، مهم‌ترین اجتماع فعالین صنایع نساجی در تابستان امسال بود که علیرغم حاشیه‌های مختلف در نهایت با همت شورای سیاستگذاری این نمایشگاه برگزار شد. تغییر ساعت برگزاری نمایشگاه و ضعف بخش بین‌المللی این نمایشگاه و همچنین مشکلات مربوط به جانمایی‌ها، مهم‌ترین نکات مورد اعتراض شرکت‌کنندگان بود که امیدواریم با برنامه‌ریزی‌های بهتر در سال آتی برطرف گردد و شاهد برگزاری نمایشگاهی در خور این صنعت در سطح منطقه باشیم.

۳- بررسی شاخص‌های اقتصادی و هشدارهای اقتصاددانان در خصوص ابر رکود تورمی جدید در ماه‌های پیش رو از دیگر اخبار مهم تابستان امسال بود که باید مورد توجه جدی صنعتگران و فعالین صنایع نساجی کشور قرار گیرد. بدون تردید تولیدات متنوع، باکیفیت و رقابتی؛ مهم‌ترین راه برون رفت از شرایط پیش رو خواهد بود.

بررسی تجربیات گذشته، تبیین این واقعیت است که حمایت‌های تعرفه‌ای و یارانه‌ای اگرچه ممکن است در کوتاه مدت واحدهای تولیدی را از شرایط اضطراری نجات دهد لیکن در بلندمدت به نفع فضای کسب و کار و تولید نخواهد بود و اصولاً این حمایت‌های گلخانه‌ای، توان تولید رقابتی واحدها را به شدت کاهش داده و منجر به تولید محصولات کم تنوع، بی کیفیت و گرانقیمت خواهد شد لذا تجربیات موفق بر این پایه استوارند که در چنین شرایطی شرکت‌ها به جای اتکا به حمایت‌های بیرونی باید به تقویت بنیان‌های درونی سازمان‌های خود باشند و با بهره‌گیری از تکنیک‌های مختلف سعی در ایجاد مزیت رقابتی در محصولات خود و حفظ و گسترش بازار بر پایه خلاقیت، تنوع، کیفیت و رقابت باشند.