



آینده‌پژوهی و چالش‌های صنعت نساجی

چکیده

اندیشیدن به آینده و تلاش برای اثرگذاری بر رویدادهای در حال شکل‌گیری، مقوله‌ی تازه‌ای نیست و به دسته‌ای خاص و یا نگرشی ویژه اختصاص ندارد، بلکه پدیده‌ای جهان‌شمول و فراگیر است که می‌توان خاستگاه و ریشه‌ی آن را همپای دیرینگی بشر بر کره‌ی خاک دانست. آینده‌پژوهی به معنای نگاه به جلو، مهارتی قابل یادگیری است و تقریباً بیش از هر مهارت دیگری می‌تواند برای ما مفید باشد. آینده‌پژوهی ما را قادر می‌سازد خطرها و فرصت‌هایی را که در آینده با آن مواجه خواهیم شد، پیش‌بینی کنیم و به ما فرصت می‌دهد پیش از آن که به دردسر بیافتیم، تصمیم بگیریم و چاره‌ای بیاندیشیم. در این مقاله سعی بر آن بوده تا ضمن اشاره‌ای مختصر به اهمیت آینده‌پژوهی و تأثیر آن در برنامه‌ریزی درازمدت برای سازمان‌ها و صنایع، اثر آن در بهبود چالش‌های صنعت نساجی و ارائه راه‌کارهایی برای رفع این مشکلات بررسی گردد.

واژه‌های کلیدی: آینده‌پژوهی، چالش‌های صنعت نساجی، چشم‌انداز صنعت نساجی

۱- مقدمه

از زمان هبوط انسان بر زمین، انسان همیشه براساس اشتیاقی درونی و از طرفی به دلیل برخی نیازها، علاقمند به این بوده است که آینده خود را بشناسد و بر همین مبنا بوده که سیر در احوال کواکب و ثوابت و رمل و اسطرلاب و روش‌های مختلف پیش‌گویی، همیشه مورد توجه انسان بوده و حتی در عصر مدرن امروزی هم کم و بیش این روال جریان دارد. گرچه باید به این موضوع هم توجه کرد که بسیاری از پیش‌گویی‌های قبلی یا حداقل برخی از آنها زمینه‌های علی نیز داشتند یعنی با کشف برخی روندها و زمینه‌های علی رخدادها و حوادث، سعی میکردند آینده را کشف و یا در واقع پیش‌بینی نمایند.

آینده‌امری است که مردم می‌توانند آن را با اقدامات هدفمند خود طراحی کرده و شکل دهند. مردم برای آنکه عاقلانه عمل کنند، بایستی نسبت به پیامدهای اقدامات خود، دیگران و واکنش‌های آنان و همچنین نسبت به نیروهایی که خارج از کنترل آنهاست، آگاهی و شناخت کافی داشته باشند. این پیامدها تنها در آینده خود را نشان می‌دهند. به این ترتیب، افراد نه تنها می‌کوشند امور در حال وقوع را بفهمند، بلکه میکوشند اموری را که شاید اتفاق بیفتند، یا بالقوه امکان وقوع دارد یا تحت شرایط خاصی در "آینده" اتفاق خواهد افتاد، نیز بشناسد. افراد با استفاده از این شناخت حدسی موقعیت کنونی خود را تشخیص داده، کارهایشان را دنبال کرده، از بستر زمان و فضای مادی و اجتماعی می‌گذرند.

در تحقیقات اجتماعی رشته جدیدی پدید آمده که هدفش مطالعه منظم و نظام‌دار آینده است. این رشته به نام‌های مختلفی همچون "مطالعات آینده"، "فلمر آینده"، "تحقیقات درباره آینده"، "آینده‌پژوهی"، "یا حتی "پیش‌گویی" نامیده می‌شود و متخصصان آن نیز "آینده‌پژوه" نامیده می‌شوند.

۲- جایگاه و اهداف آینده‌پژوهی

آینده‌پژوهی مشتمل بر مجموعه تلاش‌هایی است که با استفاده از تجزیه و تحلیل منابع، الگوها و عوامل تغییر و یا ثبات، به تجسم آینده‌های بالقوه و برنامه‌ریزی برای آنها می‌پردازد. آینده‌پژوهی منعکس می‌کند که چگونه از دل تغییرات (یا تغییر نکردن) «امروز»، واقعیت «فردا» تولد می‌یابد. آینده‌پژوهی، در حقیقت تصمیم‌گیری مربوط به آینده در زمان حال است. وندل بل اهداف آینده‌پژوهی را نه هدف عمده دانسته است:

بررسی آینده‌های ممکن؛ بررسی آینده‌های محتمل؛ بررسی تصویرهای آینده؛ بررسی بنیان‌های معرفتی آینده‌پژوهی؛ بررسی بنیان‌های اخلاقی آینده‌پژوهی؛ تفسیر گذشته و تعیین موقعیت حال؛ تلفیق دانش و ارزش برای طراحی حرکت اجتماعی؛ افزایش مشارکت مردمی در تصویرسازی از آینده و طراحی آن؛ ترویج تصویری خاص از آینده و حمایت از آن (وندل بل، ۱۹۹۷).

به طور کلی برای مطالعه در مورد آینده، اهداف مختلفی ذکر کرده‌اند که برخی از آنها به طور خلاصه عبارتند از:

- ✓ تهیه و تنظیم قواعدی برای تحولاتی که در آینده اتفاق می‌افتد و بر اساس آینده‌شناسی قابل پیش‌بینی هستند.
- ✓ شناخت و درک صحیح از مسایل نوظهور و جدید و نحوه برخورد و یا مقابله با آنها.
- ✓ انجام برنامه‌ریزی بلندمدت و کوتاه مدت و پیشگیری از نتایج زیان‌بار رویدادهای پیش‌بینی نشده
- ✓ پرهیز از گام نهادن در محیط پرخطر و ناشناخته آینده.
- ✓ پذیرش و درک اهمیت ایده‌ها، ارزش‌ها و نگرش‌های مثبت گذشته و حال در خلق و ایجاد آینده در جهان برتر.
- ✓ پدید آوردن نگرشی سیستماتیک و منظم و منطقی به تحولات آتی که در زندگی انسان‌ها اثر مستقیم دارد.

(عیوضی، ۱۳۸۸؛ به نقل از

Slaughter, R. New Thiking for a New Millennium. (1996)

بخش اعظم آینده‌پژوهی، بر گمانه‌زنی استوار است و از این جهت آینده‌پژوهی می‌تواند علم به شمار می‌آید. علم، گرچه به اقتضای رسالت خود، در جست‌وجوی حقیقت است اما در روش‌ها و ساختارهای منطقی آن، پدیده‌های مشروط، خلاف واقع یا جهت‌دار، تأملات نظری، صورت‌بندی خلاقانه فرضیه‌ها و پیش‌بینی نیز یافت می‌شود. بنابراین از دیدگاه معرفت‌شناسی، میان بسیاری از گزاره‌های علمی و بسیاری از گزاره‌های مطرح شده از سوی آینده‌پژوهان درباره‌ی آینده تفاوتی وجود ندارد. گزاره‌های علمی نیز نوعی گمانه‌زنی هستند.

۳- مروری بر نارسایی‌های صنعت نساجی ایران

براساس آمار ارائه شده از سوی دفتر برنامه ریزی وزارت صنایع و معادن طی تحقیقاتی که گروه پژوهشی تکنولوژی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر انجام داده است، ایران در سال ۱۳۸۷ بیش از ۲/۲۷ میلیون متر مربع به پارچه از نوع فاستونی نیاز داشته است.

صنعت نساجی کشور و بخصوص تولیدکنندگان فعال پارچه فاستونی چیزی نزدیک به یک سوم این نیاز را با توجه به سطح فناوری و امکانات تولیدی می‌توانند تامین کنند. مابقی این محصول از چه طریق در کشور تامین شده است؟ تولید کننده داخلی که چنین قدرتی نداشته و آمار موجود هم که بیان کننده این سطح تولید نیست. پاسخ این چند پرسش ذهن را به سمت یک معضل نه تنها تازه بلکه کهنه و کلیشه‌ای رهنمون می‌کند و آن معضل واردات از طریق مبادی غیر قانونی یا قاچاق است. واردات محصولات نساجی به عنوان یک معضل همیشگی مهم‌ترین مانع پیش روی محصولات داخلی بوده و هست.

تضعیف پوشاک دوزان و توسعه نیافتن این صنعت

طبق تحقیق صورت گرفته با توجه به رفتار مصرف کننده ایرانی در زمینه مصرف پوشاک که پوشاک آماده و دوخته شده را به خرید پارچه و سفارش برای دوخت ترجیح می‌دهد، بیش از ۸۰ درصد مصرف پارچه به تولید کنندگان صنعتی و نیمه صنعتی کشور اختصاص دارد و در واقع مشتری اصلی تولید کنندگان پارچه محسوب می‌شوند. اما بررسی‌ها در بازار پوشاک که توسط عموم مردم نیز قابل لمس است حکایت از آن دارد که سهم عظیمی از بازار پوشاک کشور در سلطه محصولات چینی، ترک و کره ای است که به دلیل قیمت پایین و تنوع در طرح و رنگ علی‌رغم پایین بودن کیفیت بیشتر این محصولات نسبت به محصولات مشابه ایرانی نظر مصرف کننده را به خود جلب و به دلیل بالا بودن حاشیه سود، فروشنده ایرانی را ترغیب به واردات کرده است.

قاچاق بی‌رویه پوشاک، عدم برخورداری از مدیریت علمی و صنعتی در صنعت پوشاک، مستقل نبودن در طراحی و ارائه مد و بالا بودن قیمت تمام شده پوشاک در کشور را می‌توان از علل تضعیف صنعت پوشاک و توسعه نیافتن آن دانست و باتوجه به وابستگی شدید صنعت تولید پوشاک و پارچه به یکدیگر، عدم رشد و توسعه و مشکلات و چالش‌های هر یک از آنها موجبات تضعیف، رکود و نابسامانی اجزای به هم پیوسته دیگر را فراهم خواهد آورد.

نگرش منفی مردم نسبت به کیفیت محصولات ایرانی

این چالش همان ضرب‌المثل معروف مرغ همسایه غاز است را به ذهن متبادر می‌کند و جنبه فرهنگی آن هم قابل توجه است. نیاز به ریشه‌یابی فرهنگی در این حوزه راه حل اساسی برای یافتن دلایل رفتار شهروندان ایرانی است، تا بتوان با تدوین راهکاری مناسب، این معضل فرهنگی را به طور ریشه‌ای از پیش روی صنعت و بازار محصولات ایرانی برداشته و همانند ژاپن و کره جنوبی حتی یک نگاه متعصبانه نسبت به محصول داخلی را در شهروندان ایرانی به وجود آورد.

متأسفانه ما در ایران مجموعه‌های فرهنگی و هنری که بتوانند به صورت علمی و پژوهشی رفتار مصرف کننده را مورد ارزیابی قرار داده و با توجه به فرهنگ و تمدن کشور اقدام به طراحی و ترویج مد‌های ایرانی کنند نداشته و باید بپذیریم که در این زمینه مقلد طراحان و مروجان مد دیگر کشورها بخصوص اروپا و آمریکا هستیم و تولید کنندگان ایرانی نیز چون هیچ اقدامی برای به کارگیری طراحان پارچه و لباس و سرمایه‌گذاری روی موضوع طراحی مد نمی‌کنند، این پیروی از طرح‌های خارجی خوددلیلی بر نگرش منفی مردم نسبت به محصول ایرانی و اعتماد به محصولات خارجی بوده است.

مدیریت سنتی

مدیریت سنتی نیز درد مشترک بیشتر صنایع کشور بخصوص صنایعی است که هویتی مدیر مالکی دارند و مالک و سرمایه‌گذار خود مجموعه‌شان را بدون داشتن دانش و مهارت‌های مدیریتی و به شیوه‌ای سنتی مدیریت می‌کنند. درحالی‌که در خارج از کشور این کار را مدیرانی تحصیلکرده و با گذراندن دوره‌های عالی مدیریتی و با داشتن چندین مشاور در حوزه‌های مشتری‌مداری و بازاریابی و کیفیت هدایت می‌کنند. متأسفانه شرکت‌ها و سازمان‌ها در کشور ما بر اساس نیاز و خواسته مشتری و اصول مشتری‌مداری مدیریت نمی‌شوند و این یکی از بزرگ‌ترین ضعف‌های صنعت کشور محسوب می‌شود که بیانگر نداشتن دانش مدیریتی در مدیران است.

فرسودگی فناوری این صنعت و افزایش هزینه‌ها

این چالش در واقع دایره‌نقاط ضعف این صنعت را تکمیل می‌کند و با توجه به آن که فناوری صنایع نساجی ۱۰۰ درصد وارداتی و قیمت دستگاه‌ها و ماشین‌آلات هم بالاست و در حال حاضر نمونه‌های ایرانی آن نیز وجود ندارد، منجر به تضعیف هر چه بیشتر این صنعت و افزایش هزینه استهلاک، نگهداری و تعمیرات آن می‌شود.

۴- راهکارهای پیشنهادی برای حل مشکلات صنعت نساجی ایران

مهمترین راهکارها و رهیافت‌های لازم برای حل مسائل و مشکلات مبتلا به صنایع نساجی به شرح زیر برای تصمیم‌گیری در کمیسیون‌ها و کمیته‌های ذیربط پیشنهاد می‌شود:

- استمهال بدهی‌های بانکی، مالیاتی، بیمه و بخشش جرایم ناشی از تاخیر در انجام تعهدات
- تدوین استراتژی صنعت نساجی در کمیته بحران وزارت صنایع و معادن و تسهیل زمینه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
- تعدیل نیروی انسانی مازاد و بهبود آموزش مستمر و مرتبط با کار و ایجاد رابطه مناسب با مراکز علمی و دانشگاهی و به کارگیری نیروهای متخصص و کارآمد
- تسهیل تهیه مواد اولیه مرغوب به منظور تولید محصولات با کیفیت مطلوب از طریق حذف تعرفه‌های گمرکی بر سر راه واردات مواد خام و پنبه و ...
- جایگزین کردن ماشین‌آلات پیشرفته و مدرن به جای ماشین‌آلات فرسوده و تطابق این صنعت با استانداردهای بین‌المللی و تکیه بر دانش روز دنیا به منظور تحقق هدف کاهش هزینه‌ها
- تعامل هرچه بیشتر اتاق‌های بازرگانی و NGO‌های نساجی در جهت ارائه اطلاعات مفید برای تولید و صادرات
- جلوگیری از ورود بی‌رویه منسوجات قاچاق و واردات پارچه (اعم از رسمی، شناسنامه‌ای، همراه مسافر حداقل به مدت ۵ تا ۱۰ سال)
- بالا بردن هزینه واردات محصولات نهایی نساجی از طریق افزایش چند برابری تعرفه واردات پارچه و منسوجات
- کنترل و نظارت صحیح بر تولید محصولات از نظر رعایت کیفیت در سه سطح مواد اولیه، فرایند تولید و محصول نهایی
- استفاده هرچه موثرتر از سیستم‌های علمی بازاریابی و فروش و بهره‌گیری مناسب از روش‌های مدرن تبلیغات
- حمایت و استفاده از تاکتیک تولید تحت برندهای معتبر خارجی
- افزایش جوایز صادراتی برای واحدهای صنایع نساجی
- اعطای تسهیلات بانکی برای تهیه مواد اولیه و خام
- استفاده از منابع صندوق ذخیره ارزی، نوسازی صنایع نساجی (این امر منوط به انتصاب مدیر مطلع، لایق، متخصص، کارآمد)

در خصوص راهکارهای پیشنهادی باید به این نکته توجه داشت که تزریق تسهیلات به واحدهای بحرانی، بدون توجه به همه جوانب (و راهکارهای پیشنهادی) نه تنها کمکی به این واحدها نمی‌کند بلکه آنها را با بحران مضاعفی روبرو می‌سازد، ضمن اینکه سیستم بانکی کشور این صنعت را به عنوان یک صنعت از پا افتاده می‌داند که قادر به بازپرداخت تعهدات خود نیست. بنابراین راهکارهای پیشنهادی و مهمتر از همه نظرات راهبردی متخصصین امر می‌بایست همزمان مورد عمل قرار گیرد تا بتوان مشکل این صنعت را به طور کلی و برای همیشه حل و فصل نمود.

۵- نتیجه‌گیری

ما نیازمند این هستیم که هم از تجربه و دانایی و هم از اشتباهات کسانی که با سوالات و موضوعات آینده‌ی متناوب در تاریخ دست به گریبان بوده‌اند، یاد بگیریم نه اینکه خطاهای گذشتگان را تکرار کنیم. سازمان‌های حرفه‌ای نیازمند ترویج دوراندیشی‌اند تا بتوانند از عهده‌ی تغییراتی که مدرنیته ایجاد میکند برآیند و به اهداف خود دست یابند در نتیجه، مشکلات سازمان‌ها، ساختارها و ارتباطاتی که ما طرح ریزی کرده‌ایم، باید به دقت در آینده‌پژوهی در نظر گرفته شوند. مطالعه آینده‌پژوهی در سازمانها و صنایع همچون صنعت نساجی که با چالشهایی از قبیل: عدم تدوین و تصویب استراتژی توسعه صنعتی و نامشخص بودن جایگاه بخش‌های مختلف صنعتی، فقدان زیرساخت قوی و منسجم آماری و اطلاعاتی در کشور، برای روشن ساختن مسیر آینده و پشتیبانی از اتخاذ تصمیمات صحیح و اصولی، سیاست‌های پولی و بانکی، بروز تنش‌ها در سیاست خارجی، وجود قوانین و مقررات ناکارآمد برای تولید صنعتی و مشکل رقابت‌پذیری صنعت روبرو است، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری را تسهیل می‌کند و بقای صنایع نساجی را به دنبال خواهد داشت.