

پوشاک، ۸۰۰ درصد ارزش افزوده، اما رقابت فشرده در بازارهای جهانی

نشاره:

صنعت نساجی و پوشاک در جهان از موقعیت ممتازی برخوردار است. بهره‌مندی از فن آوری، تنوع در تولید، تنوع طلبی مصرف‌کنندگان، تبلیغات وسیع و فروشن وسیع با ارزش افزوده قابل توجه از مزایای کسب‌وکار پوشاک است. در همین حال بازار جهانی پوشاک نیز بازار پررقابتی است و دستیابی به سهم مناسبی از آن، نیازمند برنامه‌ریزی‌های عمده در بخش‌های تولید و طراحی و بازاریابی قوی می‌باشد.

بر اساس آمارهای موجود، تجارت جهانی پوشاک سالانه رقمی در حدود ۱۶۰ میلیارد دلار است. در بازار جهانی پوشاک، چین با ۲۲ میلیارد دلار، هنگ‌کنگ با ۲۰ میلیارد دلار و ترکیه با ۸ میلیارد دلار صادرات سالانه، رقابت اصلی محسوب می‌شوند. در همین حال بازارهای بزرگ واردات پوشاک عبارتند از آمریکا با ۴۳ میلیارد دلار، آلمان با ۲۴ میلیارد دلار، فرانسه با ۱۰ میلیارد دلار و ایتالیا با ۱۴ میلیارد دلار که در مجموع این چهار کشور سالانه ۹۱ میلیارد دلار واردات دارند و بیش از نیمی از صادرات جهانی پوشاک را جذب می‌کنند.

بررسی جایگاه و سهم ایران در بازار جهانی پوشاک از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا که حجم سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در صنایع نساجی و پوشاک و میزان اشتغال در این بخش، ارتقا درخور توجهی می‌بخشد. در این مقاله به بررسی جایگاه ایران در بازار جهانی پوشاک می‌پردازیم.

وزارت صنایع، در سال‌های ۷۵-۱۳۶۸ در مجموع ۹۵۶۳ طرح صنعتی با سرمایه‌گذاری ۹۴۷۲ میلیارد ریال و ایجاد ۲۴۵۰۳۸ فرصت شغلی در سراسر کشور راه‌اندازی شد.

از این تعداد، ۱۱۲۳ طرح مربوط به صنایع نساجی بود و معادل ۱۱/۷ درصد طرح‌های راه‌اندازی شده را تشکیل داد. از این نظر صنایع نساجی در رتبه چهارم قرار داشت و حدود ۶۶۰۶۸ فرصت شغلی جدید به‌وجود آورد که از این حیث در بین صنایع راه‌اندازی شده رتبه

قدرت رقابت در بازارهای جهانی، سهم ایران در تجارت و صادرات جهانی پوشاک بسیار اندک و نزدیک به صفر است.

به عقیده کارشناسان، عوامل گوناگونی در این زمینه دخالت دارد که بررسی دقیق آنها و یافتن راهکارهای مناسب برای رفع تنگناهای کنونی، می‌تواند در پیشبرد سهم ایران در صادرات صنایع نساجی و پوشاک مؤثر باشد.

بر اساس آمارهای منتشره از سوی

بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد با وجود آنکه صنعت نساجی در ایران قدمتی دیرینه دارد، لیکن سهم ایران در تجارت جهانی محصولات نساجی و پوشاک بسیار ناچیز است. سهم کشورمان در تجارت جهانی منسوجات ۰/۰۵ درصد و در صادرات جهانی پوشاک فقط ۰/۰۲ درصد می‌باشد.

آمارهای موجود گواه بر آن است که با وجود قدمت صنایع نساجی و پوشاک در ایران و راه‌اندازی طرح‌های جدید در این زمینه طی سال‌های اخیر، به لحاظ فقدان

اول را کسب کرد.

در قالب این طرح‌ها که مربوط به صنایع نساجی و پوشاک بود، حدود ۷۴۵ میلیون دلار سرمایه‌گذاری ارزی صورت گرفت که از نظر هزینه‌های ارزی صنایع راه‌اندازی شده نیز رتبه چهارم را داشت. با توجه به سرمایه‌گذاری ارزی انجام شده و اشتغال‌زایی می‌توان گفت صنایع نساجی و پوشاک با کمترین هزینه ارزی، بیشترین قدرت اشتغال‌زایی و نیز ارزآوری برای کشور را داشته است، هر چند که نتوانسته در بازار بین‌المللی منسوجات و پوشاک، حرفی برای گفتن داشته باشد.

تا سال ۱۳۷۵ در مجموع ۵۵۰۰ واحد نساجی دارای پروانه صنعتی در وزارت صنایع ثبت شده بود. بر مبنای آخرین آمارهای ارائه شده از سوی وزارت صنایع، ظرفیت تولید صنایع نساجی و پوشاک ایران بدین شرح است:

حال اجرا می‌باشد.

بررسی‌های کارشناسی نشان می‌دهد که ارزش افزوده صنایع نساجی و پوشاک دامنه وسیعی دارد و از چند درصد در تولید نخ تا حدود ۸۰۰ درصد در تولید البسه آماده نوسان دارد. اما صنایع پوشاک از ارزش افزوده بالایی نسبت به دیگر صنایع برخوردار است.

به‌طور کلی مزیت‌های نسبی صنایع نساجی و پوشاک را می‌توان ظرفیت‌های نصب شده و سرمایه‌گذاری کلان ارزی و ریالی در این صنعت، وجود مواد اولیه مورد نیاز آن در کشور، نیروی کار ارزان، انرژی ارزان قیمت، قدمت صنعت و وجود صنعتگران ماهر، خلاق و کارآزموده، پراکندگی و گستردگی آن در سراسر کشور و تمرکز برخی صنایع نساجی و پوشاک در مناطق صنعتی ایران، امکان بهره‌گیری از صرفه‌های ناشی از همجواری و تجمع صنعت در

ایران در معرض رقابت فشرده‌ای برای کسب سهم بیشتر در بازار جهانی پوشاک قرار داد. در همین حال کشورهای تازه وارد به عرصه صادرات پوشاک مانند چین، هند، ترکیه، هنگ‌کنگ، سنگاپور و تایوان در یک دهه اخیر که با اتخاذ یک سیاست استراتژیک تجاری تهاجم به بازارها را آغاز کردند، فضای رقابت را از آن خود ساخته‌اند.

می‌توان مزیت‌های موجود در صنایع پوشاک این رقیبان را که عامل موفقیتشان در کسب سهم فزاینده از بازار جهانی پوشاک و البسه بوده، در جذب سرمایه‌گذاری خارجی و نیز بهره‌گیری از فن‌آوری روز، قرار گرفتن در شبکه جهانی بازاریابی از طریق شبکه‌سازی، واکنش سریع نسبت به تقاضای بازار، مزیت‌های نسبی مانند دسترسی سریع و آسان به مواد اولیه به صورت رقابتی از خارج و داخل، نیروی کار ارزان، حمایت‌ها و تشویق‌های دولت و استفاده از انواع یارانه‌های صادراتی، ایجاد بازار و فعالیت بازاریابی گسترده از سوی شرکت‌های بزرگ صادراتی، کیفیت مناسب و یکنواخت در محصول ارائه شده، انجام به‌موقع تعهدات نسبت به مشتریان خارجی، نوآوری و خلاقیت در طراحی و تولید و پیروی از ویژگی‌های بازار پوشاک مانند مد، دانست.

با وجود آنکه رقبا از شرایط خاص و برنامه‌ریزی صحیحی برای تهاجم به بازارهای صادراتی بهره گرفته و سهم قابل توجهی نیز در این بازارها کسب کرده‌اند، اما نمی‌توان گفت صنایع نساجی و پوشاک ایران در مزیت‌ها و استعدادهای کافی برای حضور در بازارهای جهانی پوشاک برخوردار نیست، بلکه ضرورت دارد این مزیت‌ها شناسایی شود و برنامه‌ریزی صحیحی برای غلبه بر موانع و کسب سهم بالاتر صورت پذیرد. وجود بازار گسترده در داخل کشور و

ظرفیت تولید صنایع نساجی و پوشاک

نوع صنعت	ظرفیت	واحد
نخ از پنبه و الیاف مصنوعی	۲۴۵،۵۷۰	تن
نخ هایبالتک	۵۸،۴۹۳	تن
نخ فرش ماشینی	۹۹،۴۹۰	تن
نخ موکت	۱،۱۶۰	تن
نخ پتو	۱۰۱،۴۷۲	تن
پارچه از پنبه و الیاف مصنوعی	۱،۱۵۷،۳۳۳،۸۳۸	مترمربع
پارچه فاستونی	۸۰،۷۹۱،۲۰۰	مترمربع
موکت تافتینگ	۱۲۲،۹۶۳،۱۰۰	مترمربع
موکت نمدی	۱۳۲،۴۲۷،۵۰۰	مترمربع
فرش ماشینی	۶۶،۶۶۹،۷۰۳	مترمربع
پوشاک	۵۰،۴۱۲،۵۰۹	عدد
پتو	۱۶،۰۰۰،۰۰۰	تخته
کیسه‌های پلی‌پروپیلن	۱۰۴،۰۰۰	تن

این‌گونه مناطق ... ذکر کرد.

با وجود یک بازار ۱۶۰ میلیارد دلاری برای تجارت پوشاک در جهان می‌توان گفت، صنایع نساجی و پوشاک

علاوه بر این ظرفیت‌ها، حدود ۱۶۰۰ طرح جدید در زمینه صنایع نساجی و پوشاک در سراسر کشور با پیشرفت فیزیکی بیش از ۴۰ درصد در

جمعیت جوان ایران چشم‌انداز رشد مصرف محصولات نساجی و پوشاک را خودبه‌خود امیدوارکننده ساخته است و لذا این صنایع حتی در بازار داخلی از فضای وسیعی برای رشد برخوردار می‌باشند.

از سوی دیگر وجود نیروی کار تحصیل‌کرده با دستمزد پایین، رشد اج‌ستماعی، زیرساخت‌های ایجاد رشد برای رشد صنعت در دوران سازندگی،

دسترسی به منابع انرژی ارزان، دسترسی به بازار ۳۰۰ میلیون نفری در کشورهای همجوار (منطقه اکو) که سالانه بیش از ۱۵۰ میلیارد دلار صادرات دارند، بازار حوزه خلیج فارس، روسیه و... امکان ایجاد واحدهای مشترک صنایع نساجی و پوشاک با کشورهای همسایه و دیگر کشورها (همانند پاکستان، هند، چین) به دلیل جذابیت بازار داخلی ایران و دسترسی به برخی مواد اولیه طبیعی و مصنوعی موردنیاز این بخش در ایران و نیز روند رشد تقاضا برای پوشاک در ایران و جهان، از مزایای قابل‌توجهی که در صنایع نساجی و پوشاک کشور وجود دارد و زمینه رشد پویای آن را فراهم می‌آورد.

البته ضرورت دارد که مشکلات کنونی صنایع نساجی و پوشاک نیز مدنظر قرار گیرد. بررسی‌های کارشناسان نشان می‌دهد که این صنایع در کشور با مشکلات محیط قانونی، محیط اجتماعی و فرهنگی، محیط اقتصادی، رقابت و نیز مشکلات درونی مواجه است که می‌بایست برای رفع آنها برنامه‌ریزی دقیقی صورت پذیرد.

از نظر محیط قانونی، قانون کار و پیامدهای آن برای صنایع نساجی و پوشاک درخور تعمق است. بالا رفتن هزینه نیروی کار فعال در صنایع نساجی

و پوشاک به دلیل الزامات ناشی از قانون کار (سنوات خدمت، مرخصی و...)، کاهش انعطاف‌پذیری بنگاه‌های تولیدی در زمینه نیروی انسانی در دوره‌های رکود و چسبندگی هزینه دستمزد و کاهش انعطاف‌پذیری بنگاه‌های تولیدی و

○ موانع و تنگناهای فراراه صنایع نساجی و پوشاک را می‌توان در محیطهای قانونی، فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی، رقابت ملی و بین‌المللی و... بررسی کرد و راهکارهای مناسب برای تقویت بنیه رقابت و جهش صادرات این بخش را یافت و برنامه‌ریزی نمود.

محدود شدن قدرت مانور مدیریت آنها در زمینه‌های جایگزینی، بهسازی و آموزش نیروی انسانی از مواردی است که ضرورت اصلاح قانون کار و تأمین اجتماعی را نشان می‌دهد.

به لحاظ نوع فن‌آوری مورد استفاده در صنایع نساجی و پوشاک کشور، از گذشته این صنایع سهم بسزایی در استفاده از نیروی انسانی داشته‌اند و قانون کار و تأمین اجتماعی که هزینه‌های دستمزد و نگهداری نیروی کار را افزایش می‌دهد، قدرت رقابت صنایع مورد بحث را تضعیف می‌کند. لذا ضرورت دارد که بحث دستمزد از موضوع‌های تأمین اجتماعی و رفاه کارگران متمایز گردد و حق بیمه پرداختی هزینه‌های جانبی نیروی کار را تأمین کند و از فشار وارده بر مدیران صنایع نساجی و پوشاک بکاهد.

از سوی دیگر مباحث مربوط به امنیت سرمایه‌گذاری و شفاف نبودن قوانین و مقررات در زمینه تولید و سرمایه‌گذاری با هدف ایجاد احساس ثبات و پایداری در مدیریت صنایع نساجی و پوشاک برای برنامه‌ریزی بلندمدت از پیش‌نیازهای توسعه صنعت و صادرات آن است.

تعدد مراجع مالی و تحمیل هزینه‌های اضافی از سوی سازمان‌های دولتی به تولیدکنندگان و فقدان مرجع

واحد تصمیم‌گیری در این بخش، ناسازگاری برخی قوانین و مقررات با ویژگی‌های صنایع نساجی و پوشاک و مشکلات نرخ‌گذاری کالاها صادراتی نساجی و پوشاک از علل رشد ناکافی صادرات پوشاک و منسوجات کشور است.

از نظر محیط اج‌ستماعی و فرهنگی نیز مشکلاتی فراروی صنایع نساجی و پوشاک ایران می‌باشد که فقدان وحدت‌نظر میان

تولیدکنندگان و صادرکنندگان این بخش، دشواری‌های موجود بر سر راه تشکیل اتحادیه‌ها و تشکل‌های صادراتی که ناشی از مسایل فرهنگی و اجتماعی است، تناقض ارزش فرهنگی در ایران با روش‌های مرسوم در بازاریابی پوشاک در جهان با توجه به الزامات آن (تبئیت از مد) و نیز بهره‌وری ناکافی نیروی کار فعال در این مجموعه و وجود ایام تعطیل زیاد در طول سال در کشور از آن جمله‌اند.

از نظر فضای اقتصادی نیز صنایع نساجی و پوشاک با دشواری‌های زیادی روبه‌رو هستند که به‌طور عمده می‌توان به کمبود اعتبارات بانکی و دسترسی نداشتن تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک و محصولات نساجی به اعتبارات موردنیاز، فقدان هماهنگی بین بانک‌ها و صادرکنندگان به‌ویژه در رابطه با اخذ تضمین برای تعهدات صادرکنندگان و نبود وحدت رویه در این خصوص، بالا بودن نرخ سود تسهیلات اعطایی بانک‌ها به تولیدکنندگان و صادرکنندگان این بخش و تأثیر سوء آن بر قیمت تمام‌شده محصولات نساجی و پوشاک، کمبود منابع ارزی برای انجام فعالیت‌های بازاریابی در خارج به‌طور گسترده، فشار تورم و اثر آن بر قیمت تمام‌شده و کاهش رقابت تولیدات صنایع نساجی و پوشاک

گذشته در مجموع حدود ۳/۲ میلیون کیلوگرم انواع پوشاک، پارچه، قالیچه، البسه آماده، حوله و... به ارزش ۲۷ میلیون و ۹۶۳/۸ هزار دلار (معادل ۴۹ میلیارد ریال) به خارج از کشور صادر شد. در حالی که آمارهای مربوط به سال ۷۶ گواه بر آن است که طی این سال در مجموع حدود ۵/۶ میلیون کیلوگرم انواع پوشاک و البسه آماده به ارزش بیش از ۵۴/۶ میلیون دلار (معادل ۹۵/۸ میلیارد ریال) به بازارهای خارجی صادر گردید.

این آمارها همچنین نشان می‌دهد که در سال ۷۷ در مجموع ۲۶۷۶۲ کیلوگرم انواع البسه و پوشاک به ارزش حدود ۱۷۳/۴ هزار دلار به ایران وارد شد که در قیاس با واردات ۲۰۲۶۹ کیلوگرمی این کالاها به ارزش حدود ۲۸۶/۳ هزار دلار در سال ۷۶ کاهش نشان داد.

بخش قابل توجهی از افت ۵۰ درصدی صادرات پوشاک و البسه آماده ایران در سال گذشته از کاهش قدرت رقابت آن در بازارهای خارجی به لحاظ افزایش مستمر هزینه تمام‌شده پوشاک و نیز رقابت فشرده‌تر تولیدکنندگان شرق آسیا و عرض پوشاک ارزان‌قیمت به بازارهای جهانی از سوی آنها ناشی شده است.

به نظر می‌رسد که برنامه‌ریزی برای بهره‌گیری از فن‌آوری و تجهیزات و ماشین‌آلات روز، بازنگری در قوانین نامساعد، ایجاد فضای مناسب برای جهش صادرات پوشاک، بازاریابی و تبلیغات و حضور فعال در بازارهای هدف به‌ویژه با تشکیل اتحادیه صادراتی و... می‌تواند در رشد صادرات پوشاک که ارزش افزوده قابل توجهی برای اقتصاد ملی ایجاد می‌کند و فرصت‌های اشتغال نیروی کار را تضمین می‌نماید، ضرورت دارد.

تولیدات صنایع نساجی و پوشاک ایران از لحاظ قیمت تمام‌شده قدرت رقابت در عرصه بین‌المللی را ندارند. اگر فرض شود که تمامی شرایط ما با رقبای خارجی یکسان است و فقط قیمت تمام‌شده محصول عرضه شده توان رقابت را در بازار محک می‌زند، محاسبات نشان می‌دهد که به ازاء هر دلار قیمت تمام‌شده محصول رقبای خارجی، قیمت تمام‌شده همان میزان کالا با همان کیفیت با استفاده از مواد اولیه وارداتی در ایران یک دلار و ۶۲/۵ سنت می‌باشد.

چنانچه بخواهیم متکی به مواد اولیه داخلی باشیم، از آنجا که قیمت این مواد در مقایسه با مواد خارجی اغلب بیشتر می‌باشد، قیمت تمام‌شده بیش از رقم یک دلار و ۶۲/۵ سنت در برابر هر دلار کالای صادراتی مشابه رقبا می‌باشد.

عناصری که در این محاسبه منظور شده شامل انواع عوارض و دریافتی‌هایی است که به‌طور مختلف از واحدهای صنایع نساجی و پوشاک دریافت می‌شود که پرداخت‌های جانبی بابت نیروی کار، عوارض گوناگون شهرداری، محیط زیست، تربیت بدنی، تحقیقات صنعتی وزارت صنایع، صندوق کارآموزی، عیدی و پاداش کارگران و... است.

در نهایت باید گفت برای بهبود وضعیت تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک کشور، بازنگری در برخی قوانین و مقررات، تلاش برای کاهش قیمت تمام‌شده و افزایش قدرت رقابت در بازارهای جهانی، برطرف‌سازی پاره‌ای موانع مربوط به محیط فرهنگی - اقتصادی به‌ویژه در زمینه تبلیغات و بازاریابی صادراتی، ایجاد تشکلهای صادراتی، ارتقاء کیفیت مواد اولیه تولید داخلی، بهبود فن‌آوری و تجهیزات تولیدی و اتخاذ استراتژی جهش صادراتی در این بخش الزامی است.

آمارهای دریافتی از گمرک جمهوری اسلامی ایران نشان می‌دهد که در سال

در بازارهای بین‌المللی، افزایش هزینه‌های سربار و هزینه‌های حمل‌ونقل، ناکارآمدی نظام اطلاع‌رسانی، بازده کمتر سرمایه‌گذاری در صنایع نساجی و پوشاک در قیاس با سایر فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی و فقدان متولی و مرجع تصمیم‌گیری واحد برای تجارت خارجی پوشاک اشاره کرد.

از نظر رقابت در بازار داخلی نیز صنایع نساجی و پوشاک کشور با دشواری‌های زیادی روبرو هستند. ورود انواع محصولات نساجی و پوشاک خارجی از مناطق آزاد، بازارچه‌های مرزی، قاچاق و نیز همراه مسافر با بهای نازل و تنوع محصولات و نیز گرایش بخش‌هایی از بازار داخلی به خرید محصولات خارجی، برای تولیدات صنایع نساجی و پوشاک فضای رقابت فشرده‌ای را در بازار ملی ایجاد کرده است.

در بازارهای خارجی نیز به لحاظ فقدان تشکلهای صادراتی، معمولاً عرضه‌کنندگان پوشاک ایرانی به رقابتی مخرب با یکدیگر می‌پردازند که در نهایت بر مجموعه صادرات این بخش لطمه وارد می‌سازد. صنایع نساجی و پوشاک ایران از درون نیز با مشکلاتی روبرو می‌باشد که فرسودگی و قدیمی بودن ماشین‌آلات و تجهیزات تولید و پیامدهای منفی آن در افت کیفیت محصول تولیدی، بالا رفتن قیمت تمام‌شده که قدرت رقابت آنها در بازارهای داخلی و خارجی را کاهش می‌دهد، نیاز مستمر به قطعات یدکی و دشواری تهیه آنها، بازده ناچیز تولید، دشواری در برنامه‌ریزی جهت انجام به‌موقع تعهدات و تحویل سفارش‌ها، عقب‌ماندگی فن‌آوری، پایین بودن کیفیت مواد اولیه مصرفی به‌ویژه مواد اولیه داخلی و بالا بودن ضایعات در اثر فرسودگی ماشین‌آلات، از آن جمله‌اند.

محاسبات انجام شده نشان می‌دهد که