

# تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک با تنگنا مواجه است

انتشاره:

بررسی‌های کارشناسی نشان می‌دهد که صنایع نساجی و پوشاک ایران گرچه در حال حاضر توان کافی برای رقابت در بازارهای جهانی را ندارد، لیکن از توانمندی‌ها و استعدادهای لازم برای رشد و شکوفایی و حضور موفق در بازارهای خارجی برخوردار است. برنامه‌ریزی اصولی برای رشد صنایع نساجی به ویژه پوشاک به لحاظ ارزش افزوده قابل توجه و اشتغال‌زایی می‌تواند در بالا بردن سهم پوشاک در صادرات غیرنفتی کشور و نیز سهم بیشتر در بازارهای جهانی مؤثر باشد.

در این مقاله به بررسی مشکلات و تنگناهای کلونی صنعت نساجی و پوشاک، اهداف صادرات این بخش و چگونگی دستیابی به این اهداف می‌پردازیم.

راهبردی، برنامه‌ریزی اصولی صورت گیرد تا از یک سو نیاز واحدهای نساجی تأمین گردد و از سوی دیگر با صدور پنبه، درآمد ارزی نصیب اقتصاد ملی شود.

در روند توسعه صنایع نساجی در ایران، نقش صنعت پتروشیمی حایز اهمیت است. سرمایه‌گذاری قابل توجهی که در این صنعت صورت گرفته و افزایش ظرفیت تولید مواد پتروشیمیایی را به دنبال داشته است، تولید انواع نخ (نایلون، تایر کورد، پلی‌استر و...) و انواع الیاف مصنوعی (پلی‌استر، پلی‌پروپیلن، اکریلیک و...) موجب شده که بخش قابل توجهی از نیازهای صنایع نساجی کشور، به مواد اولیه با منشأ پتروشیمیایی در داخل تأمین شود.

در حال حاضر علاوه بر صنایع یادشده، تولید انواع پارچه (فاستونی، پشمی، نایلونی و...) و انواع فرش ماشینی، موکت، پتو و... از شاخه‌های

به کلی قطع شود و در دهه ۱۳۶۰ با رشد سریع جمعیت کشور و تنگناهای ناشی از بروز جنگ تحمیلی عرضه پنبه در بازار داخلی با کمبود مواجه گردد. این کمبود سبب گردید که از یک سو صدور پنبه ممنوع اعلام شود تا صنایع نساجی کشور بتوانند به مواد اولیه موردنیاز دسترسی پیدا کنند و از سوی دیگر اختلاف فاحش میان عرضه و تقاضای پنبه، افزایش سریع قیمت آن را به دنبال داشت.

در اوایل دهه ۱۳۷۰ برای رویارویی با مشکل کمبود پنبه و افزایش قیمت آن در بازار داخلی، قرارداد پایاپای با جمهوری ترکمنستان برای واردات پنبه منعقد شد. این امر به افزایش عرضه پنبه برای تأمین مواد اولیه موردنیاز صنایع نساجی کمک کرد، اما مدت زیادی طول نکشید. در دو سال گذشته با افزایش تولید پنبه در داخل کشور، بار دیگر صادرات آن از سر گرفته شده است. اما انتظار می‌رود که برای تولید این محصول

صنعت نساجی و پوشاک، نخستین فعالیتی بوده که از کارگاه‌های پیلهوران و هنرمندان دست‌دوز به کارخانه‌های بزرگ منتقل شده است. با توجه به نقشی که صنایع نساجی و پوشاک در زمینه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و حتی آیین‌های ملی و مذهبی دارند، تولیدات آن حتی قبل از صنایع غذایی وارد تجارت جهانی شده است.

نگاهی به تاریخچه تولید و تجارت مواد اولیه و فرآوری شده صنعت نساجی ایران نشان می‌دهد که تا دهه ۱۳۵۰، ایران یکی از صادرکنندگان عمده پنبه در جهان بوده است. میزان تولید پنبه محلولج ایران در سال‌های نخست این دهه به حدود ۲۴۰ هزار تن رسید که بالغ بر ۱۱۵ هزار تن آن به خارج از کشور صادر می‌شد.

با این وجود رشد سریع درآمدهای نفتی ایران در دهه ۱۳۵۰ و افزایش تقاضای داخلی، سبب شد صادرات پنبه

رونق صنعت نساجی در دهه ۵۰ ادامه داشت و در ابتدای دهه ۱۳۶۰ تعداد دوک‌های کارخانه‌ها به ۱/۴ میلیون عدد و تعداد دستگاه‌های ریسندگی و بافندگی به ۳۵ هزار عدد رسید.

اما در مقطع پیروزی انقلاب اسلامی و پس از آن، صنعت نساجی با تحولاتی روبه‌رو شد. کارخانه‌های بزرگ نساجی به نظارت دولت درآمدند و کنترل بهای تولیدات نساجی از سوی دولت اعمال می‌شود. مادامی که دسترسی به مواد اولیه با بهای یارانه‌ای میسر بود، تولید در حال افزایش بود. حتی در دوران جنگ تحمیلی سطح تولید صنایع نساجی حفظ شد. اما پس از آن با اعمال سیاست کاهش تدریجی یارانه ارزی برای تأمین نیازهای وارداتی که به افزایش قابل توجه بهای محصولات نساجی منجر شد، به تدریج روند نزولی تولید آغاز گردید.

در حال حاضر صنعت نساجی با مشکلات عمده‌ای روبه‌روست. بخش عمده‌ای از مشکلات و تنگنایی که در حال حاضر صنعت نساجی و پوشاک ایران با آن مواجه است و مانع از حضور موفقیت‌آمیز این بخش در بازارهای جهانی و رشد و شکوفایی صادرات آن شده است را می‌توان مشکلات درونی این صنایع نام نهاد.

اینک بخش عمده‌ای از صنایع نساجی و پوشاک ایران قدیمی و تقریباً فرسوده شده است. برخی از کارخانه‌هایی که در حال حاضر فعالیت دارند، بیش از ۲۰ سال قدمت دارند. فرسودگی و قدیمی بودن ماشین‌آلات و تجهیزات تولیدی این‌گونه واحدها، آنچنان است که بر کیفیت مصنوعاتشان تأثیر منفی دارد.

ناگفته پیداست که استفاده از پارچه‌های نامرغوب در تهیه پوشاک هر چند که البسه از طرح و زیبایی لازم برخوردار باشد، قدرت رقابت آن را در

خود را به ویژه در منطقه ارتقاء دهد، وجود دارد.

صنعت مدرن نساجی در ایران نیز سابقه‌ای طولانی دارد. در سال ۱۲۸۱ با تأسیس کارخانه کوچک نساجی در تهران، تولید محصولات پنبه‌ای آغاز شد و سپس در سال ۱۲۸۸ کارخانه دیگری در تبریز دایر گردید. تا سال ۱۳۲۰ تعداد این‌گونه واحدها به ۴۰ واحد رسید که ۳۰ کارخانه آن مربوط به تولید پنبه بود و نیمی از مصرف بازار داخلی را تأمین می‌کرد. هفت کارخانه در کار نساجی پشم و ۲ کارخانه به تولید پارچه کتفی و ابریشم اختصاص داشت.

در دوران دومین جنگ جهانی، شمار کارخانه‌های نساجی ایران به ۵۱ واحد رسید که ۴۱ واحد آنها به تولید فرآورده‌های پنبه‌ای اختصاص داشت. در این مقطع زمانی تعداد کل دوک‌های این کارخانه‌ها به ۳۷۰ هزار عدد و تعداد ماشین‌های بافندگی و ریسندگی آنها به ۵ هزار عدد بالغ شد.

در نیمه دوم دهه ۱۳۳۰ با سرمایه‌گذاری دولت رشد صنعت نساجی ادامه یافت و در اوایل دهه ۱۳۴۰ سرمایه‌گذاری‌های انجام شده، شمار دوک‌ها تقریباً به دو برابر و تعداد ماشین‌های نساجی به بیش از ۳ برابر افزایش یافت.

شمار دوک‌های کارخانه‌های نساجی کشور در اوایل دهه ۱۳۵۰ به ۹۰۰ هزار عدد و تعداد ماشین‌های ریسندگی و بافندگی به ۱۷ هزار عدد بالغ شد.

در این زمان صادرات پارچه‌های پنبه‌ای ایران به کشورهای همسایه به اوج خود رسید. اما در سال‌های بعد روند نزولی طی کرد که بیشتر از افزایش درآمدهای نفتی کشور و رشد قدرت خرید مردم (بالا رفتن تقاضای داخلی) نشأت گرفت.

با توجه به رشد تقاضای بازار داخلی،

مختلف صنایع نساجی تلقی می‌شوند. وضعیت صنعت نساجی در دوران بازسازی اقتصادی نیز از جهات مختلف قابل بررسی است. به عقیده برخی کارشناسان از آغاز اجرای نخستین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی کشور، برنامه‌ریزان صنعتی جایگاه ویژه‌ای برای صنعت نساجی در نظر گرفته و از آن با ارابه کمک‌های گوناگون در زمان‌های مقتضی حمایت کرده‌اند تا این صنعت به رشد مثبت و خودکفایی برسد. سرمایه‌گذاری دولت در صنایع پتروشیمی برای تأمین مواد اولیه مورد نیاز صنایع نساجی، پیوند و همکاری این دو صنعت را نشان می‌دهد که از آغاز برنامه اول رو به افزایش گذارده است.

در حال حاضر بخش عمده‌ای از نیاز صنعت نساجی به مواد اولیه از واحدهای پتروشیمی تأمین می‌گردد. با توجه به سیاست دولت در زمینه کاهش اتکاء به ارز حاصل از صادرات نفت و نیز سرمایه‌گذاری دلارهای نفتی در طرح‌های صنعتی، حمایت بیشتر از صنعت نساجی می‌تواند به قطع وابستگی و واردات و ایجاد درآمدهای ارزی بیشتر برای کشور کمک کند. لذا شکوفاسازی صنعت نساجی نه تنها از دیدگاه اقتصادی، بلکه به لحاظ ایجاد فرصت‌های شغلی بیشتر حایز اهمیت است.

از سوی دیگر ایران با در اختیار داشتن بیش از ۳۰ میلیون رأس بز، بیش از ۱۵ درصد تولید جهانی کرک را در اختیار دارد که از لحاظ مرغوبیت نیز از بهترین نوع محصول می‌باشد. از آغاز دهه ۱۳۷۰ امکانات لازم برای تصفیه و پاکسازی کرک خام به طریق صنعتی فراهم شده و به‌طور مستقیم به خطوط ریسندگی و در نهایت بافندگی هدایت می‌شود. امکان آنکه صنعت نساجی با بهره‌گیری از این ماده اولیه بتواند جایگاه

بازارهای خارجی کاهش می‌دهد. زیرا در بحث رقابت، کیفیت یکی از عوامل بسیار مهم می‌باشد. در همین حال کهنگی و فرسودگی تجهیزات سبب شده که هزینه تمام شده تولیدات این‌گونه واحدها نسبت به محصولات مشابه به شدت افزایش یابد.

با توجه به نیاز به تعمیر و تعویض قطعات یدکی و دشواری تهیه آنها، بازده تولید در واحدهای نساجی نزولی است. عقب‌ماندگی فن‌آوری تولید شامل فن‌آوری فرآیند و فن‌آوری محصول نسبت به رقبای خارجی، مسأله بسیار مهمی است که بر توان رقابت محصولات نساجی و پوشاک کشور در بازارهای خارجی اثر منفی گذارده است.

روند تغییر فن‌آوری در صنایع نساجی و پوشاک ایران حتی در دوران بازسازی اقتصادی، بسیار کند بوده است و همین امر سبب شده که مزیت رقابتی بنگاه‌های تولیدی فعال در این رشته به سرعت از بین برود.

با توجه به محدودیت‌های مالی، این بنگاه‌ها هنوز نیز قادر به تغییر فن‌آوری تولید و عرضه محصولات مطابق با تقاضای بازار جهانی نمی‌باشند.

در همین حال پایین بودن کیفیت مواد اولیه اصلی، مواد کمکی و فرعی که از بازار داخلی تأمین می‌شود نیز، دشواری‌هایی را فراراه صنایع نساجی و پوشاک قرار داده است.

با وجود چنین مشکلاتی، نمی‌توان انتظار داشت که در کوتاه‌مدت سهم صادرات صنایع نساجی و پوشاک ایران در مجموعه صادرات غیرنفتی کشور و نیز در بازار جهانی منسوجات و پوشاک به سرعت افزایش پیدا کند، چراکه اصولاً توان رقابت صنایع نساجی و پوشاک تضعیف شده و مزیت‌هایی نظیر دسترسی آسان به بازارهای منطقه به‌ویژه بازارهای آسیای میانه و ماوراء قفقاز و

حاشیه جنوبی خلیج فارس، کارگر و انرژی ارزان و وجود برخی مواد اولیه در داخل، در کنار ظرفیت‌سازی‌های جدید در تولید مواد اولیه نساجی و پارچه، عملاً قابل استفاده نیست.

با این وصف، جذب منابع مالی موردنیاز برای بازسازی، احیاء و توسعه صنایع نساجی و پوشاک حایز اهمیت است.

توجه به این نکته ضروری است که بالا بودن قیمت تمام‌شده محصولات نساجی و پوشاک و روند روبه‌افزایش آن در سال‌های اخیر، تحت‌تأثیر فشارهای تورمی در اقتصاد کشور، افزایش نرخ ارز، بالا رفتن دستمزد و هزینه‌های سربار، یکی از علل عمده نیافتن جایگاه مناسب در تجارت جهانی منسوجات و پوشاک است. لذا تأمین منابع مالی موردنیاز برای توسعه صنایع نساجی و پوشاک باید با هزینه ارزان‌تر میسر گردد. در حال حاضر تولیدکنندگان منسوجات و پوشاک با کمبود نقدینگی برای تأمین مواد اولیه مرغوب، گشایش اعتبارات اسنادی جهت مواد اولیه مرغوب و نیز جایگزینی ماشین‌آلات و تجهیزات فرسوده روبه‌رو هستند. در این وضعیت نمی‌توان توقع داشت که صنعت به‌سہولت به رشد موردنظر برای عرضه تولیدات قابل رقابت در بازارهای جهانی دست پیدا کند.

وجود دارایی‌های غیر مولد به‌ویژه در بنگاه‌های تولیدی غیرخصوصی، بالا بودن هزینه‌های سربار تولید و سربار عمومی، بالا بودن سهم هزینه‌های مالی (سود بانکی) و سایر هزینه‌ها و حواض در قیمت تمام‌شده محصول نهایی، گردش کنند موجودی‌ها و رسوب محصولات فروش نرفته در انبارها که خواه ناخواه رکود سرمایه را دربردارد، دشواری در انجام به‌موقع تعهدات به بانک‌ها و دیگر بستانکاران به لحاظ

مشکلات فروش محصول در بازارهای داخلی و خارجی، بالا بودن سهم دستمزد در قیمت تمام‌شده محصولات نساجی و پوشاک با وجود آنکه سطح عمومی دستمزدها در کشور نازل است، و نیز تحت‌تأثیر مازاد نیروی انسانی در کارخانه‌ها و صنایع نساجی و پوشاک و بالا بودن هزینه انرژی برای مصارف صنعتی، از عوامل عمده و تنگناهایی است که بنگاه‌های نساجی و پوشاک با آن دست به‌گریبان هستند.

در همین حال باید گفت که دسترسی به منابع بانک‌ها برای نوسازی صنعت نساجی و واحدهای تولید پوشاک نیز چندان سهل نیست و در کنار آن برخی از واحدهای نساجی و پوشاک کشور برای تأمین منابع مالی موردنیازشان قادر به ورود به بورس اوراق بهادار نیز نمی‌باشند و ضعف بازار سرمایه در کشور، همچنان توان مالی آنها را تهدید می‌کند.

گذشته از مشکلات مدیریتی که در نهایت بازده واحدهای نساجی و پوشاک را در پاره‌ای موارد غیراقتصادی ساخته است، موانع قانونی نیز برای اصلاح روش‌های مدیریتی وجود دارد. برای مثال صنعت نساجی و پوشاک نیازمند استفاده از نیروی انسانی متخصص است، اما مقررات کنونی حاکم بر بازار کار، مانع از استفاده بهینه و افزایش بهره‌وری از طریق به‌کارگیری نیروی انسانی ماهر می‌شود و این در حالی است که اخراج مازاد نیروی کار غیرتخصصی حاضر در بنگاه‌های نساجی و پوشاک که به‌وفور مشاهده می‌شود، به مراتب هزینه‌های سنگین‌تری را برای واحد تولیدی به همراه دارد.

ضعف آموزش‌های مدیریتی در برخی بنگاه‌های نساجی و پوشاک، فقدان توان برنامه‌ریزی عملیاتی و برنامه‌ریزی راهبردی مؤثر برای پیشبرد فعالیت این واحدها، نبود تناسب لازم در ساختار

مانند معافیت از پیمان‌سپاری، صدور مجوزهای نمایشگاهی، ارائه برخی تشویق‌های صادراتی، ارائه تسهیلات اعتباری ویژه صادرات پوشاک و مصنوعات نساجی، لغو یا کاهش سهم عوارض گوناگون تحمیلی بر صنایع یادشده برای افزایش توان رقابت این واحدها و... می‌تواند انگیزه و توان رقابت

برای حضور در بازارهای جهانی را تقویت کند.

در همین حال ضرورت دارد قوانین حاکم بر تجارت منسوجات

و پوشاک، قانون کار، قوانین مالیاتی، زیست‌محیطی و استاندارد برای این بخش مورد بازنگری کارشناسی قرار گیرد. با توجه به آنکه اهداف کمی برای صادرات صنایع نساجی و پوشاک در سال جاری ارقامی به میزان ۲۰۰ میلیون دلار برای پوشاک آماده، ۲۵ میلیون دلار برای انواع پارچه، ۵ میلیون دلار برای انواع نخ، ۳۴ میلیون دلار برای انواع موکت و ۶ میلیون دلار برای انواع فرش ماشینی را هدف گرفته است که در مجموع رقمی در حدود ۲۷۰ میلیون دلار خواهد شد، ضرورت دارد که برنامه‌های کوتاه‌مدت برای رشد صادرات این بخش هر چه سریع‌تر تدوین شده و به اجرا درآید. آمار عملکرد صادرات پوشاک در سال گذشته نشان می‌دهد که در مجموع ۵۴/۶ میلیون دلار از صدور پوشاک آماده تحصیل شده است.

تبلیغات در بازارهای موردنظر، کمبود نیروی انسانی ماهر در بازاریابی و فروش محصولات در خارج از کشور و کمبود شرکت‌های تخصصی در مدیریت صادرات و خدمات بازاریابی و عدم استفاده از پایگاه‌های اطلاعاتی تجاری و... نیز خودبه‌خود بر صادرات محصولات نساجی و به‌ویژه پوشاک

### ○ فرسوده و قدیمی بودن شماری از کارخانه‌های نساجی کشور بر کیفیت و قیمت تمام‌شده محصول اثر منفی دارد و پوشاک تهیه شده از این پارچه‌ها توان رقابت در عرصه بین‌المللی ندارد.

ایران آثار و پیامدهای منفی دارد. با وجود چنین تنگنایی، اگر راهکار مناسب با کمک دولت برای صنایع نساجی و پوشاک تدارک دیده نشود، نمی‌توان به رشد صادرات منسوجات و پوشاک امید بست.

دست‌اندرکاران این صنعت توصیه می‌کنند که ایجاد یک مرجع واحد جهت تدوین استراتژی توسعه صادرات، پشتیبانی و اجرای برنامه‌های کوتاه، میان و بلندمدت را ضروری می‌دانند. این مرجع می‌تواند به صورت یکی از کمیته‌های فرعی شورای عالی توسعه صادرات باشد که بتواند تمامی برنامه‌های ضروری برای رشد تولیدات قابل رقابت در عرصه بین‌المللی را تدوین نماید و حمایت لازم برای اجرای این برنامه‌ها را تأمین کند.

با توجه به مزیت‌های بالقوه موجود برای رشد صادرات پوشاک، ایجاد کمیته یا میز پوشاک ضرورت دارد. این میز می‌تواند از مشاوران خارجی نهادهای بین‌المللی نیز برای دریافت نظرات مشاوره‌ای، برخی تسهیلات مالی و اعتباری و... بهره‌گیرد. در کوتاه‌مدت ایجاد برخی تسهیلات

سازمانی برخی واحدهای نساجی و پوشاک کشور برای اجرای راهبردهای جهش صادراتی و تهاجم در بازاریابی و نیز عقب‌ماندگی سیستم‌های اطلاعاتی - عملیاتی در شماری از واحدهای نساجی و پوشاک از عمده‌ترین مشکلاتی است که مدیریت اقتصادی و کارآمد این بنگاه‌ها را دشوار ساخته است.

در کنار این معضلات، می‌بایست به مسأله تحقیق و توسعه در صنایع نساجی و پوشاک توجه کافی مبذول گردد.

محصول این صنایع با بازاری مواجه است که در آن طراحی، رنگ، مد و مسایلی از این قبیل، رقابت را فشرده ساخته است. لذا می‌بایست در بخش تحقیق و توسعه، به ایجاد مراکز و واحدهای طراحی پوشاک، استفاده از فن‌آوری جدید در طراحی پوشاک، بهره‌گیری از نوآوری‌ها و همپایی با روند تغییرات جهانی و... توجه ویژه مبذول گردد.

بی‌توجهی به این امر به معنای ضعف در توان رقابت در بازارهای جهانی است، در حالی که رقبا به سرعت از توانمندی‌ها، نوآوری‌ها در طراحی و مد استفاده کرده و با بهره‌گیری از شیوه‌های گوناگون تبلیغاتی سهم خود را در بازار جهانی پوشاک افزایش می‌دهند.

باید در نظر داشت که به لحاظ ضعف بنیه مالی واحدهای نساجی و پوشاک، تبلیغات در زمینه پوشاک صادراتی ایران بسیار ضعیف و ناچیز است، در حالی که در بخش پوشاک، تبلیغ در بازارهای جهانی اثر فزاینده بر رشد فروش دارد.

هزینه‌های سنگین تحقیقات برای بازاریابی و بازارشناسی و تعیین بازارهای هدف، هزینه‌های سرسام‌آور