

بررسی مشکلات صنعت نساجی (پارچه بافی) در ایران و اقدامات صورت گرفته توسط کشورهای پیشرو در این صنعت

سید علیقلی روشن
استادیار دانشگاه سیستان و بلوچستان
Asr@hamoon.usb.ac.ir

کلتوم بختیاری
کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه سیستان و بلوچستان
Bakhtiari332@gmail.com

صنعت نساجی / مشکلات صنعت نساجی

چکیده

انقلاب صنعتی با ماشینی شدن تولیدات منسوجات آغاز شد و صنعت نساجی به دلیل ماهیت و ویژگیهای خاص خود زمینه رشد سایر صنایع را فراهم آورد. در ایران نیز این صنعت از قدمت طولانی برخوردار بوده و یکی از مهم‌ترین بخش‌های اشتغال‌زا است که در سال‌های اخیر با مشکلاتی روبرو شده و توجه به مشکلات این صنعت بیش از پیش ضرورت یافته است. از این رو این مقاله به بررسی مشکلات این صنعت در ایران و اقدامات صورت گرفته در کشورهای پیشگام در این صنعت پرداخته است. مشکلات این صنعت شامل: قاچاق منسوجات به داخل کشور، عدم امکان تامین مواد اولیه با کیفیت مطلوب و با قیمت ارزان، افزایش قیمت تمام شده محصولات نساجی به دلیل پایین آمدن

بهره‌وری و عواملی همچون بالا بودن نرخ بهره بانکی، تورم بالای سالانه، به هم خوردن تعادل عرضه و تقاضا با عنایت به پایین آمدن قدرت خرید مردم و بیمه نبودن نرخ ارز مورد نیاز صنایع، مستهلک بودن ماشین‌آلات تولید در تعدادی از واحدهای تولیدی و ... می‌باشد، سپس اقدامات صورت گرفته توسط کشورهای پیشرو در این صنعت آورده شده است که شامل کاهش هزینه‌های تولیدی و ضایعات از طریق اتوماسیون پیشرفته به منظور رقابتی کردن کالاهایشان از لحاظ قیمت، بهبود کیفیت و ارائه طرح‌ها و مدل‌های جدید و مشتری‌پسند، تحقیقات وسیع برای دستیابی به نظرات، خواسته‌ها و علایق واقعی مصرف‌کنندگان در بازارهای داخلی و ... در نهایت نیز پیشنهادهاتی ارائه شده است.

عمده ترین عامل تأثیرگذار بر عملکرد رشته‌های صنعتی گوناگون، مسائل مربوط به ماده اولیه و خام مورد مصرف در هر رشته صنعتی است، و نساجی نیز بیش از هر عامل دیگر با فراز و فرودهای «پنبه» گره خورده است؛ چرا که زیر بنای رشد و توسعه صنعت نساجی آرامش در وضعیت تأمین ماده اولیه اش یعنی پنبه است. پنبه به عنوان مهمترین ماده اولیه صنعت نساجی، چالش تازه‌ای در این صنعت به وجود آورده است، زیرا پنبه تولید داخل با طول الیاف کوتاه از کیفیت مناسب برای صنعت نساجی برخوردار نبوده و از سوی دیگر سیاست‌های حمایت از تولید داخلی این محصول، افزایش قیمت تمام شده پنبه وارداتی و افزایش هزینه تولید منسوجات را به دنبال داشته است. همچنین پنبه تولید داخل قادر به تأمین نیاز صنایع نساجی نیست [۷]. هم اکنون استاندارد جهانی تولید پنبه ۱۴۰۰ تن در هر هکتار است در حالی که به دلیل عدم استفاده از دانش کشاورزی مدرن در کشت پنبه این میزان در حدود ۴۵۰ تن در هر هکتار از مزارع پنبه ایرانی است [۸]. کشت پنبه در ایران به دلایل فنی و اقتصادی روندی نزولی را طی می‌کند و بهره‌وری کشت پنبه نیز در کشور در قیاس با شاخص‌های جهانی به طرز ملموسی نامطلوب ارزیابی می‌شود. از سوی دیگر قیمت پنبه تولید داخل با وجود دارا نبودن کیفیت مورد نظر نساجان از نرخ جهانی پنبه بالاتر است؛ بر همین اساس وقتی نرخ فروش هر کیلو گرم پنبه ایرانی سیزده هزار ریال است، پنبه خارجی با وجود دارا بودن خلوص مطلوب‌تر از نظر صنعت‌گران نساجی، به قیمت ده هزار ریال مبادله می‌شود. بر اساس آمارها، ایران سالانه در حدود ۹۵ هزار تن پنبه تولید می‌کند در حالی که نیاز واحدهای نساجی کشور به پنبه سالانه حداقل ۱۸۵ هزار تن است. بنابراین بخشی از نیازمندی واحدهای نساجی باید از طریق واردات پنبه به کشور تأمین شود که وزارت جهاد کشاورزی برای حمایت از کشاورزان داخلی مواعی در نظر گرفته، به طوری که تأمین پنبه مورد نیاز صنعت نساجی امروزه به یک معضل اساسی تبدیل شده است. از سوی دیگر بسیاری از این صنایع در زمان شکل‌گیری شاهد

صنعت نساجی به دلیل تقاضای دائمی برای انواع محصولات آن، با توجه به این که در میان نیازهای اساسی اقتصادی درجه سوم اهمیت پس از مواد غذایی و مسکن قرار دارد [۱] و همچنین سابقه آن در کشور، سهم آن در تأمین نیازهای داخلی و صادرات و به ویژه کاربرد بودن و اشتغال زایی آن، از اهمیت بالایی برخوردار است [۲].

این صنعت ۴ درصد ارزش افزوده صنعتی کشور [۳] و ۱۰ درصد از کل صادرات صنعت کشور را شامل می‌شود [۴]. میزان سرمایه‌گذاری ارزی برای ایجاد یک شغل در صنعت نساجی در مقایسه با بعضی از صنایع بسیار پایین است؛ به طوری که برای ایجاد یک شغل در صنعت خودروسازی که به شدت مورد حمایت می‌باشد، بیش از ۲۰ برابر صنعت نساجی سرمایه‌گذاری ارزی صورت گرفته است [۵]؛ و از آن جا که این صنعت در ایران نسبت به بخش‌های اقتصادی در سطح ملی و همچنین در بین زیر بخش‌های صنعت بالاترین توان اشتغال زایی را به خود اختصاص داده است و در حال حاضر ۱۸ درصد از اشتغال در صنعت مربوط به واحدهای نساجی می‌باشد و با وجود شرایط نامناسب فعلی بالغ بر ۳۰۰ هزار نفر در این بخش مشغول به کار هستند؛ [۶] بنابراین با عنایت به اهمیت و جایگاه این صنعت و گستردگی آن در ایران، مشکلات موجود در آن نیز اهمیت ویژه‌ای می‌یابند. جهت رفع این مشکلات در صنایع نساجی، با توجه به فراوانی مسائل، نیاز به شناخت مناسبی از آن‌ها لازم است که اهمیت تحقیق در صنعت نساجی و بذل توجه به این صنعت را با توجه به موارد زیر روشن می‌سازد:

- تعداد زیاد واحدهای فعال در بخش صنعت نساجی.
- اشتغال زایی زیاد در بخش صنعت نساجی.
- وجود ارزش افزوده بالا در تولیدات صنعت نساجی.

۱. عوامل مؤثر بر تولید منسوجات

صنعت نساجی تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از:

تولید ۲۵۴ هزار تن پنبه در کشور بوده‌اند ولی این میزان تولید در حال حاضر به ۶۵ هزار تن تقلیل یافته و همچنان رو به کاهش است [۹].

براساس آمار ارائه شده از سوی کمیته مشورتی بین‌المللی پنبه (ICAC) در دوره ۲۰۰۶-۲۰۰۷ سطح کشت جهانی پنبه حدود ۳۴۴۰۰۰۰۰ هکتار و تولید جهانی پنبه ۲۵۹۵۵۰۰۰ تن و کل صادرات جهانی پنبه در همین دوره ۸۱۹۶۰۰۰ تن بوده است که سهم ایران از واردات پنبه در این دوره ۵۵۰۰۰ تن گزارش شده است. [۱۰]

۲-۱. عوامل فنی، تکنولوژیکی مؤثر بر تولید منسوجات

از مهم‌ترین عوامل فنی مؤثر بر تولید منسوجات کیفیت ماشین‌آلات ریسندگی و بافندگی و نوع الیاف مصرفی است. بسیاری از مسئولین وزارت صنایع و کارشناسان صاحبان صنایع نساجی معتقدند که عمده ماشین‌آلات مورد استفاده در صنایع پارچه‌بافی و ریسندگی الیاف، صرف‌نظر از نوع تکنولوژی آن‌ها کهنه می‌باشند و عمر مفید آن‌ها سال‌هاست که به سر آمده است. واردات ماشین‌آلات نساجی در برنامه سوم و چهارم رژیم گذشته بسیار بارز بود و در برنامه پنجم سرعت نوسازی و سرمایه‌گذاری در صنایع مزبور کاهش یافت؛ به طوری که از رقم‌های ۷/۵۵-۸۳/۹-۴۳/۹ میلیون دلار در سال‌های ۱۳۵۵-۱۳۵۶-۱۳۵۷ به ۱/۳ و ۲ میلیون دلار در سال‌های ۱۳۶۰ و ۱۳۶۱ کاهش و تنها در سال ۱۳۶۴ با ورود حدود ۲۹ میلیون دلار ماشین‌آلات جدید ریسندگی سیر کاهش قطع گردید. در طول برنامه اول توسعه روند جایگزینی ماشین‌آلات و ایجاد واحدهای جدید صنعت نساجی رشد و ترقی قابل توجهی را نشان می‌دهد.

مهم‌ترین عامل فنی مؤثر بر تولید، وابستگی فنی کشور به ماشین‌آلات خارجی است. در بررسی‌های انجام شده در سال ۱۳۵۹ طبق آمار وزارت صنایع تنها حدود ۸ درصد ماشین‌آلات ریسندگی مورد استفاده در داخل تولید شده‌اند و بر اساس آمار سندیکای نساجی پنبه و الیاف مصنوعی از ۲۲۵۴۹ ماشین در سال ۱۳۶۵ تنها حدود ۳۳/۷ درصد آن‌ها جدیدتر از سال ۱۹۷۰

تولید شده‌اند و به عبارت دیگر لااقل ۵۰ درصد از ماشین‌های ریسندگی و بافندگی را باید از رده خارج دانست [۱۱]. اما سرمایه‌گذاری در صنعت پوشاک در مقایسه با نساجی از سهم به مراتب پایین تری برخوردار بوده است. اصولاً در سطح جهان حجم سرمایه‌گذاری در زیر بخش‌های تولید نخ، تولید پارچه خام، فرآوری پارچه خام و دوزندگی دارای نسبتی متعادل و متناسب می‌باشد؛ اگر چه در سالهای اخیر سهم سرمایه‌گذاری در بخش تولید نخ، کاهش یافته است. در طی دوره ۱۹۹۷-۲۰۰۲، تجارت جهانی ماشین‌آلات نساجی و پوشاک در حدود ۱۸ میلیارد دلار و سهم متوسط هر یک از زیر بخش‌های تولید نخ، تولید پارچه خام، فرآوری پارچه خام و دوزندگی به ترتیب ۲۳ و ۳۶ و ۲۱ و ۲۰ درصد از کل؛ در حالی که همین نسبت‌ها برای ایران، به ترتیب ۴۹ و ۳۶ و ۹ و ۶ درصد از کل بوده است. در کل دوره پنج ساله سهم ایران از کل واردات جهانی برای هر یک از زیر بخش‌های تولید نخ، تولید پارچه خام، فرآوری پارچه خام و دوزندگی و مجموع نساجی و پوشاک، به ترتیب ۲/۹، ۱/۳۸، ۰/۶۱، ۰/۴۴ و ۱/۳۸ درصد اعلام شده است و از طرفی رتبه ایران در سطح جهانی برای واردات ماشین‌آلات تولید نخ، پارچه، تکمیل و پوشاک، به ترتیب ۱۲، ۴۰، ۲۱ و ۴۰ بوده است. نکته بسیار مهم و قابل تعمق نسبت پایین‌تر سهم واردات ماشین‌آلات دوزندگی صنعتی و خودکار از کل واردات ماشین‌های دوزندگی ایران است. در حالی که نسبت تجارت جهانی واردات ماشین‌آلات دوزندگی صنعتی، خودکار و خانگی، به ترتیب ۴۱، ۱۵ و ۲۲ درصد از کل را شامل می‌شد، این نسبت‌ها برای ایران، به ترتیب ۳۳، ۳ و ۳۳ درصد از کل را نشان داد. این در حالی است که در کل دوره ۱۹۹۷-۲۰۰۲ ایران به طور متوسط ۱/۳۸ درصد از کل ماشین‌آلات نساجی و پوشاک جهانی را وارد نموده، این مقدار برای ماشین‌آلات دوزندگی صنعتی و خودکار به ترتیب ۰/۳۶ و ۰/۰۸ درصد و رتبه ایران در سطح جهان برای واردات ماشین‌آلات دوزندگی صنعتی، خودکار و خانگی، به ترتیب ۴۵، ۷۳ و ۲۲ بوده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود واردات ماشین‌آلات دوزندگی ایران بیشتر شامل مصارف خانگی بوده و سرمایه‌گذاری در صنعت پوشاک بسیار کم است؛ به طوری که کمتر از ۰/۱ درصد از کل

واردات ماشین‌های دوزندگی خودکار است. مسئله مهم دیگر این است که واردات ماشین‌آلات دوزندگی ایران، عمدتاً از کشورهایی با تکنولوژی پایین صورت گرفته است؛ مثلاً ژاپن اولین صادرکننده جهانی ماشین‌آلات دوزندگی با دارا بودن سهم ۲۵ درصد از کل بازار جهانی بوده، اما این کشور از بازار ایران تنها ۸ درصد سهم داشته است [۱۲].

جای تردید نیست که فرسوده بودن ماشین‌آلات مورد استفاده در صنعت نساجی ایران به میزان قابل ملاحظه‌ای از کارایی و همچنین کیفیت محصولات تولیدی می‌کاهد و ضمن افزایش هزینه‌های تولید، توان رقابتی کشور در بازارهای خارجی را کاهش می‌دهد [۱۱].

۳-۱. عوامل اقتصادی موثر بر صنعت نساجی

از عمده عوامل اقتصادی که بر صنایع و از جمله صنعت نساجی تاثیر می‌گذارد، قوانین پولی، مالی و بانکی می‌باشد که عمدتاً می‌توان به بهره‌های بانکی، مابه‌التفاوت نرخ ارز، قوانین مربوط به صادرات و واردات اشاره کرد.

با این که بهره بانکی در خارج از کشور حدود سه درصد است، این رقم در ایران تا ۲۵ درصد نیز می‌رسد و براساس قانون نوسازی صنایع نساجی، بانک‌های عامل باید در قبال تسهیلات اعطایی به صاحبان این صنعت، بازپرداخت را به صورت دلار دریافت کنند؛ در حالی که این بانک‌ها با این توجیه که کارخانه‌های نساجی با کارخانه‌های آمریکایی مرادوات تجاری ندارند این بازپرداخت را به صورت یورو دریافت می‌کنند [۱۳].

دولت گذشته وامی معادل ۵۰۰ میلیون یورو را برای نوسازی صنایع نساجی کشور اختصاص داد، اما تنها ۲۸۶ میلیون یورو از این اعتبار جذب شد؛ زیرا پس از گذشت مدت زمان کوتاهی صاحبان این صنعت با مشکل افزایش نرخ ارز مواجه شدند. در ابتدا قرار بود این تسهیلات یورویی به قیمت ۷۲۰ تومان به بانک‌ها بازپرداخت شود؛ اما افزایش یکباره نرخ یورو در بازارهای جهانی باعث شد بانک‌ها سیاست‌های جدیدی را برای صنایع نساجی اتخاذ کنند که در نهایت سبب مقروض شدن کارخانه‌ها به بانک‌ها گردید [۱۴]. در کشورهای رقیب، مالیات بر درآمد

حدود ۱۳ درصد است، درحالی که در ایران دو برابر آن یعنی ۲۵ درصد است. به علاوه در ایران سه درصد مالیات و عوارض بر فروش کالا از تولیدکننده گرفته می‌شود که باعث افزایش هزینه‌های سربار و در نتیجه افزایش قیمت تمام شده نسبت به کشورهای رقیب شده و در نتیجه توان رقابتی را پایین می‌آورد [۱۵].

در زمینه قوانین و مقررات واردات و صادرات، همان طور که قبلاً ذکر شد همه مواد اولیه مورد نیاز کارخانه‌ها در داخل تولید نمی‌شود و باید آن‌ها را از خارج وارد کرد ولی دولت برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی قوانین سختی را در نظر گرفته که باعث افزایش مشکلات این صنعت شده است؛ مثلاً وضع تعرفه ۱۵ درصدی برای واردات پنبه، یا تعرفه ۱۵-۱۰ درصدی برای پلی‌استر؛ در حالی که در کشور فقط ۳۰ درصد پلی‌استر مورد نیاز تولید می‌شود و ۷۰ درصد پلی‌استر را باید از خارج وارد کرد. تعرفه‌های بالای گمرکی برای ورود ماشین‌آلات بافندگی به کشور نیز معضل دیگری است که تولیدکنندگان ایرانی با آن درگیرند. قیمت ماشین‌آلات بافندگی که اکثر آنها آلمانی هستند از ۳۷ تا ۷۰ میلیون تومان است که حدود ۸-۷ میلیون تومان از این مبلغ هزینه تعرفه‌های گمرکی است [۱۶]. تولیدکنندگان منسوجات کشورهای رقیب ما چون عضو سازمان تجارت جهانی هستند به هیچ وجه مجبور به پرداخت تعرفه واردات کالا از قبیل ماشین‌آلات صنعتی و مواد اولیه تولیدی از جمله پنبه نیستند، در حالی که در ایران به دلیل وضع تعرفه بر واردات به بهانه حمایت از تولید داخل مجبورند مبلغ تعرفه را به قیمت تمام شده کالا بیفزایند. علاوه بر این به علت عدم عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی بسیاری از تولیدکنندگان ایرانی برای صدور کالاهای تولیدی خود مجبور به پرداخت تعرفه هستند [۱۵]. که این خود باعث افزایش قیمت تمام شده محصولات شده و توان رقابت با کالاهای مشابه خارجی را کاهش می‌دهد و همچنین باعث ورود بی رویه محصولات به داخل کشور می‌شود. این در حالی است که بر خلاف تصور سطحی که گمان می‌شود با عضویت در WTO به منسوجات لطمه وارد می‌شود باید گفت این مسئله فرصتی برای اقتصاد ایران، صنعت نساجی و صنایع وابسته

به آن است که وارد بازارهای جهانی شوند. البته هر کالایی با هر قیمت و کیفیتی قابلیت ورود به WTO را ندارد و از بایسته‌های حضور در این بازار، استفاده از فناوری‌های پر بازده است [۱۷].

۴-۱. قاچاق و واردات بی‌رویه منسوجات

صادرات و واردات به صورت قاچاق به جهت عدم بازگشت ارز حاصل از فروش به سیستم بانکی و افزایش الگوی مصرفی جامعه، همیشه هزینه‌هایی بر اقتصاد دولت‌ها تحمیل می‌کند و در نتیجه واردات و صادرات بدون مجوز و در قالب شیوه‌های قاچاق می‌تواند بر سیاست‌های بازرگانی تأثیر بگذارد که انحراف سیاست‌گذاری، کاهش فرصت‌های سرمایه‌گذاری برای ایجاد اشتغال مولد و مؤثر و کاهش درآمدها و عایدات دولت از آن جمله می‌باشند [۱۸]. پدیده قاچاق، هنگامی در خصوص یک کالا معنی یافته و جامعه عمل می‌پوشد که کالای مورد نظر از قیمت پایین و کیفیت بالایی نسبت به کالای مشابه داخلی برخوردار باشد. که «متأسفانه قیمت تمام شده نساجی در کشور ما ۳۰ تا ۴۰ درصد از کشورهای همجوار بالاتر است [۱۹].

محصولات نساجی به علت سهولت حمل و نقل و توزیع، مستعد قاچاق می‌باشد. میزان واردات پارچه در طی هشت ماهه سال ۱۳۸۵، ۱۴۰ میلیون متر ذکر شده است، در حالی که آمارهای غیر رسمی از قاچاق سالانه ۵۰۰ میلیون متر پارچه به کشور خبر می‌دهد [۱۹].

تعداد مسافرین ورودی به کشور سالانه بیش از سه میلیون نفر می‌باشند که برآورد می‌شود بیش از نیمی از کالاهای همراه آن‌ها را منسوجات تشکیل می‌دهند. به فرض اگر هر مسافر سفرهای خارجی فقط چند قطعه لباس یا پارچه را به ارزش ۱۰۰ دلار وارد کند، کل واردات چمدانی منسوجات حداقل ۳۰۰ میلیون دلار در سال خواهد بود و در صورتی که فقط ۱۰ درصد از کالای قاچاق توسط نیروی انتظامی کشف شده باشد، سالانه بیش از ۲/۵ میلیارد دلار کالا به طور غیر رسمی وارد کشور می‌شود که برخی از برآوردها حاکی از آن است که نزدیک به نیمی از قاچاق کالا به کشور (۳ تا ۱۴ میلیارد دلار) شامل نساجی و پوشاک است [۲۰].

۵-۱. تعطیلات سالیانه زیاد و حقوق و دستمزد بالا

در ایران تعداد روزهای تعطیل در تقویم رسمی حداقل ۲۵ روز در سال است که با روزهای جمعه و دو هفته تعطیلی نیمه اول فروردین مجموع روزهای تعطیل سالیانه به ۹۲ روز در سال می‌رسد، در حالی که در کشورها رقیب متوسط روزهای تعطیل رسمی حداکثر یک هفته است. با توجه به این که حقوق و مزایای پرسنل باید از طرف واحد تولیدی پرداخت گردد، هزینه‌های سربار زیادی را بر واحدهای تولیدی تحمیل می‌کند. در کشورهای رقیب برای ۱۲ ماه کامل کاری در سال فقط ۱۲ ماه حقوق پرداخت می‌گردد، در صورتی که در ایران برای ۹ ماه کار حداقل ۱۵ ماه حقوق پرداخت می‌شود. از آن جا که دستمزد کارگران عامل تعیین‌کننده و قوی ترین نیروی محرکه در بازار رقابت است، نظام نابسامان پرداخت حقوق و دستمزد باعث کاهش توان رقابتی می‌شود [۲۱]، بنابراین یکی از راهکارهای افزایش بهره‌وری افزایش روزهای کاری سالیانه و یا کاهش تعطیلات رسمی کشور است؛ که می‌تواند کاهش قیمت تمام شده محصولات را نیز به همراه داشته باشد. بر اساس یک محاسبه ساده چنان چه در بهترین حالت و در عاقلانه‌ترین و کم تنش‌ترین روش، چهار روز از تعطیلات در سال کاهش یابد، می‌توان حدود ۳۰ ساعت به ساعت کار کشور اضافه نمود و اگر ساعات کار سالیانه کشور ۲۱۰۰ ساعت فرض شود، ۱/۴ درصد به ساعت کار سالیانه کشور اضافه می‌شود که این خود در رشد تولید ناخالص داخلی کشور مؤثر می‌باشد [۱۸].

جدول ۱- مقایسه برخی پارامترهای اصلی مؤثر در

زمینه کارکرد نیروی کار بین ایران و چین

چین	ایران	روزها
۳۶۵	۳۶۵	تعداد روز در سال
۲۲	۷۷	تعطیلات رسمی
-	۱۵	تعطیلات پنهان
۵	۶	روزهای کارکرد در هفته
۴۰	۴۴	ساعت کار در هفته
۲	۲/۴	ضریب اضافه کار در روزهای هفته
٪۹۰	٪۷۰	راندمان نیرو

۲. مشکلات صنعت نساجی در ایران

بنا به آنچه در تبیین عوامل مؤثر بر تولید مطرح گردید و همچنین بررسی‌های انجام شده، به‌طور عام و کلی می‌توان مشکلات صنعت نساجی ایران را به‌صورت فهرست زیر معرفی کرد.

۱. قاچاق منسوجات به داخل کشور.
۲. عدم امکان تامین مواد اولیه با کیفیت مطلوب و با قیمت ارزان.
۳. مشکلات ناشی از ضوابط سازمان تامین اجتماعی.
۴. عدم پرداخت به موقع یارانه‌های صادراتی.
۵. افزایش قیمت تمام شده محصولات نساجی به دلیل پایین آمدن بهره‌وری و عواملی همچون بالا بودن نرخ بهره بانکی، تورم بالای سالانه، به هم خوردن تعادل عرضه و تقاضا با عنایت به پایین آمدن قدرت خرید مردم و بیمه نبودن نرخ ارز مورد نیاز صنایع.
۶. مستهلک بودن ماشین‌آلات تولید در تعدادی از واحدهای تولیدی.
۷. هزینه‌های حقوق و دستمزد و هزینه‌های سربار مانند برق، سوخت، حمل و نقل، لوازم یدکی، تعمیر و نگهداری ماشین‌آلات و تاسیسات.
۸. بالا بودن قیمت تمام شده محصولات داخلی و ایجاد تعرفه‌های بالای گمرکی توسط برخی کشورها بر محصولات صادراتی بخش صنعت نساجی.

۹. عدم سرمایه‌گذاری در بخش‌های مهم مانند تولید و بازاریابی و بسته‌بندی [۲۲].

علاوه بر موارد فوق می‌توان مشکلات زیر را نیز نام برد:

۱. تعطیلات سالیانه بسیار زیاد.
۲. وجود رقیب سر سختی به نام چین.
۳. عدم تطبیق تولیدات با مدگرایی روز.

۳. عوامل موفقیت کشورهای پیشگام در صنعت نساجی

در بررسی بازار جهانی منسوجات و پوشاک با سه گروه از کشورها که نقش تعیین‌کننده‌ای در صنعت نساجی و پوشاک دارند مواجه می‌گردیم که عبارتند از:

۱. کشورهایی که از پیشگامان اولیه این صنعت بودند.

۲. کشورهایی که در دهه ۱۹۷۰-۱۹۶۰ میلادی وارد این تجارت گردیدند.

۳. کشورهایی که در چند سال اخیر سریعاً صاحب این صنعت شدند [۲۳].

از مهم‌ترین کشورهای گروه اول، انگلستان است. صنعت نساجی و پوشاک این کشور که تا قبل از دهه ۱۹۳۰ اقتدار تام داشت، پس از این دهه هیچ‌گاه نتوانست به جایگاه اولیه خود بازگردد و این روند همچنان ادامه دارد؛ به طوری که در سال ۱۹۸۳ میزان واردات پارچه‌های بافته شده انگلستان از ایلاف مصنوعی به ۱۰۴ هزار تن رسید. در حالی که انگلستان از جمله کشورهای صاحب این صنعت است که نتوانست خود را با شرایط بین‌المللی تطبیق دهد، ایتالیا و آلمان به خوبی خود را با بازار جهانی هماهنگ کرده‌اند. ایتالیا با سرمایه‌گذاری بر روی طرح‌های ابداعی و مکانیزه کردن فناوری پوشاک توانست در صدر جدول صادرکنندگان پوشاک جهان قرار گیرد. آلمان نیز توانست مشکل گرانی نیروی کار را از طریق افزایش سرمایه‌گذاری و همچنین انعقاد قرار داد با بعضی از کشورهای اروپای شرقی مرتفع سازد و از صادرکنندگان عمده منسوجات و پوشاک شود [۲۴].

از کشورهای دیگر نسل اول که در اواخر این نسل ظاهر شده و در واقع می‌شود گفت حلقه ارتباطی کشورهای نسل اول با کشورهای نسل دوم است، ژاپن می‌باشد که زمانی حدود ۴۰ درصد صادرات این کشور را صادرات منسوجات و به خصوص پوشاک تشکیل می‌داد و در این صنعت پیشتاز بود ولی ظهور کشورهای نسل دوم یعنی کره جنوبی، تایوان و هنگ کنگ، موجب تضعیف این صنعت در ژاپن شد؛ به طوری که در سال ۱۹۸۲ این کشور خود به صورت هفتمین واردکننده پوشاک جهان درآمد [۲۳].

هر چند در مسیر تکاملی این صنعت کشورهایی نظیر مالزی، فیلیپین، تایلند، ویتنام، اندونزی، ماکائو و چند کشور دیگر تحت عنوان تازه واردین، به این صنعت راه یافتند. اما در ادامه کشورهای موفق ژاپن، کره جنوبی، تایوان، ترکیه، پاکستان و

چین برای مطالعه تطبیقی و تشخیص سیاست‌های مشترکشان که باعث موفقیت آن‌ها در زمینه صنعت نساجی گردیده است برای بررسی انتخاب شده‌اند.

ژاپن: ژاپن واسطه بین کشورهای نسل اول و نسل دوم این صنعت است. این کشور توسعه اقتصادی خود را بعد از جنگ جهانی با عرضه منسوجات و پوشاک آغاز کرد؛ به طوری که در دهه ۵۰ صادرات منسوجات و پوشاک ژاپن حدود ۴۰ درصد از کل صادرات این کشور را تشکیل می‌داد، ولی از دهه ۶۰ به دلیل از دست دادن امتیاز ارزانی کارگر، ژاپن به سرمایه‌گذاری در دیگر کشورهای جهان که دارای کارگر فراوان و سطح دستمزد پایین بودند روی آورد، که از آن جمله کره جنوبی و تایوان را می‌توان نام برد.

عواملی که باعث موفقیت ژاپنی‌ها در زمینه صنعت نساجی شدند بسیارند که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد که از سوی آقای نامبو صاحب یک شرکت بزرگ تجاری در سمینار آموزشی بررسی بازار البسه ژاپن در تهران عنوان گردید:

۱. تولید کالا با کیفیت خیلی بالا و مطابق با سلیقه مشتری.
۲. انجام خدمات بعد از فروش.
۳. ارائه محصولات جدید و مد روز.
۴. تحویل به موقع کالا به مشتری.
۵. تلاش فراوان در زمینه بازاریابی و شناخت بازارها و احتیاجات آنها.
۶. رسیدگی سریع به شکایات [۲۵].

در واقع مصرف‌کنندگان ژاپنی اکثراً به سه ملاک کیفیت، قیمت و مد حساسیت زیادی نشان می‌دهند و این سه ملاک است که سرنوشت کالا در بازار البسه ژاپنی را تعیین می‌کند؛ بدین خاطر تولیدکنندگان نیز با شناخت خواسته‌های مشتری، همیشه آن‌ها را مد نظر دارند و در بازارهای خارجی نیز چنین عمل می‌کنند؛ به طوری که ژاپنی‌ها در عرضه کالاهای با کیفیت خوب و قیمت بالا مقام نخست را دارند و برای تولید کالاهای با کیفیت و مطابق خواست مشتری نیز گروه‌های کنترل کیفیت در داخل کارگاه‌ها و کارخانه‌ها تشکیل داده‌اند [۲۶].

کره جنوبی: صنعت نساجی کره با ۱۵/۱ درصد از ارزش افزوده و

داشتن ۲۳/۵ درصد از اشتغال و سهم ۲۵ درصدی از کل صادرات از جایگاه خاصی در صنعت کره برخوردار است [۲۷]. در سال ۱۹۹۲ کره فقط در زمینه منسوجات ۱۶ میلیارد دلار صادرات داشته است که این مهم از نتایج قانون صنایع کره بود که در سال ۱۹۸۶ با اهداف زیر اعلام گردید:

۱. تبدیل صنایع نساجی به صنایع مشابه همانند کشورهای صنعتی جهان تا سال ۲۰۰۰.
۲. بهبود کیفیت کالاهای تولیدی.
۳. به وجود آوردن بازارهای صادراتی.

که در این راستا اکثر ماشین آلات جدید و مدرن جایگزین ماشین‌های کهنه و قدیمی گردیدند و میزان اتوماسیون از ۲۵ درصد در سال ۱۹۸۶ به ۴۵ درصد در سال ۱۹۸۹ افزایش یافت و برنامه‌های مفصلی برای افزایش تعداد دستگاه‌ها تا سال ۲۰۰۰ طراحی و تنظیم شد تا به هدف کره که افزایش صادرات نساجی تا سال ۲۰۰۰ به میزان ۳۰ میلیارد دلار بود جامعه عمل پیوشانند [۲۸].

صادرکنندگان کره‌ای از سال ۱۹۷۰ تلاش‌های همه جانبه‌ای را با اعمال سیاست‌های حمایتی برای رفع موانع گمرکی در کشورهای توسعه یافته و مقابله با رقابت شدید بین المللی انجام دادند که اهم آن‌ها به شرح زیر می‌باشد:

۱. سرمایه‌گذاری در کشورهای آسیای میانه به منظور ایجاد تولید محلی و نمایندگی‌های فروش.
۲. طرح و اجرای سیاست‌هایی برای تولید کم از نمونه‌های متنوع و همین‌طور تولید نمونه‌هایی با ارزش افزوده بالا.
۳. بالابردن سطح کیفیت و بهره‌وری برای رسیدن به رقابت بین‌المللی [۲۳].

مقامات صنعت نساجی کره به دلیل بالا رفتن سطح دستمزد نسبت به بقیه کشورها، برای این که به مقام جهانی آن‌ها لطمه وارد نشود، سعی در حفظ کیفیت محصولات نساجی خود کردند. کره در پی اجرای طرحی تحت عنوان «تنظیم سیاست منطقی برای بازاریابی بهتر» است. هدف این طرح رسیدگی سریع به نیاز و تقاضا می‌باشد و بر اساس این سیستم، تقاضای مصرف‌کننده از نظر کمی و کیفی سریعاً به قسمت تولید منعکس می‌شود و

همزمان با این اقدام بخش جمع آوری اطلاعات مورد تقویت قرار می‌گیرد و مراکز پوشاک برای مصرف‌کننده به منظور بررسی و مطالعه سلیقه و تمایلات مردم تشکیل می‌شود. این طرح باعث شد وابستگی به بازارهای ایالات متحده و جامعه اروپایی کاهش و صادرات کالاهای مد روز افزایش یابد. در مورد پیشرفت ساختار تولید نیز اقدامات زیر انجام شد:

۱. بهینه‌سازی هماهنگ تجهیزات تولیدی.
۲. تهیه و تدارک تجهیزات و ماشین آلات و ابزارهای اتوماتیک.
۳. بهره‌گیری مناسب از ماشین و ابزارهای نساجی داخلی.
۴. صرفه‌جویی در مصرف نیروی انسانی به هنگام عملیات تولیدی.
۵. تولید با حجم اندک و تنوع فراوان و ایجاد سیستم پاسخگویی سریع به سفارشات [۲۴].

تایوان: تایوان یکی از مهم‌ترین کشورهای نسل دوم است که با توجه به اهمیت خیلی زیاد صنعت نساجی و پوشاک در این کشور می‌توان گفت اصولاً این کشور رشد اقتصادی خود را مرهون صنایع نساجی و پوشاک است.

افزایش هزینه کارگر و محدودیت‌های حجمی صادرات به کشورهای اروپایی و امریکا، تایوان را مثل کشورهای هنگ‌کنگ و کره به سوی تولید و صدور محصولات با ارزش بالا سوق داد و تایوان به عنوان یکی از کشورهای صادرکننده کالا با قیمت بالا معروف بود. به خواسته‌ها و علایق مشتریان در این کشور اهمیت ویژه‌ای داده شد و تحقیقات زیادی برای کسب نقطه نظرات و سلاقی مصرف‌کنندگان صورت گرفت. به این ترتیب تایوان در رتبه‌بندی کشورهای صادرکننده فرآورده‌های نساجی به بازارهای اروپا مقام سوم را کسب کرد [۲۳].

در حال حاضر این کشور به خدمات بعد از فروش، مطمئن بودن کالا و قبول سفارش با حجم کم اهمیت زیادی می‌دهد. درجه اتوماسیون نیز در تایوان بالا است و بدین جهت و هم چنین به خاطر افزایش مترمربع نرخ دستمزد، این کشور قسمت بالای بازارهای جهانی یعنی قیمت و طرح و مدل را برای صادرات محصولات خود انتخاب نموده و از وجهه خوبی در بازار منسوجات و پوشاک در جهان برخوردار است [۲۷].

ترکیه: صنعت نساجی و پوشاک در ترکیه نقش مهمی در اقتصاد از نظر نیروی کار، سود سرمایه و فرصت‌های صادراتی دارد. این صنعت ۱۶ درصد سهم تولیدات صنعتی، ۱۹ درصد سهم نیروی کار در کارخانجات صنعتی و ۳۲ درصد سهم کل صادرات ترکیه را به خود اختصاص داده است. توسعه صنعت نساجی و پوشاک این کشور مدیون فاکتورهایی از قبیل کیفیت مواد خام تولید شده، قیمت مناسب، نیروی کار ارزان و هزینه پایین هر واحد می‌باشد. در کشور ترکیه، فعالیت‌های صنعتی در زمینه ریسندگی و بافندگی از ابتدای دهه ۱۹۳۰ و با اعمال سیاست‌های کنترلی دولت آغاز شد. بعد از سرمایه‌گذاری دولت در بخش تولید محصولات پنبه‌ای از طریق بانک سومر، تقاضا برای الیاف پنبه افزایش یافت و کشاورزان درصدد کاشت الیاف پنبه در مجتمع‌های کشاورزی بر آمدند. بنابراین بانک سومر تبدیل به بنگاه مهمی شد که نیروی تازه‌ای به کشاورزی پنبه و توسعه به صنعت نساجی بخشید. سرمایه‌گذاری دولت در تولید محصولات پنبه‌ای در ابتدای دهه ۱۹۳۰ آغاز و با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی بعد از سال ۱۹۵۰ ادامه یافت. با شروع فعالیت بخش خصوصی در صنعت ریسندگی در ابتدای دهه ۱۹۷۰ تقاضا برای الیاف پنبه افزایش یافت، به‌طوریکه صادرات پنبه خام کاهش و صادرات نخ پنبه‌ای افزایش یافت.

در فاصله بین سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۰ سرمایه‌گذاری در صنعت ریسندگی به صنعت ریسندگی رینگ معطوف شد. بعد از سال ۱۹۹۰ صنعت تولید نخ‌های این‌اند که سرمایه‌گذاری پایین‌تر و قابلیت تولید بالایی را داشت، آغاز گردید. خصوصاً ساخت این دستگاه‌ها موجب تسریع توسعه در بخش نخ پنبه‌ای بوده است. بعد از سال ۱۹۹۵ صنعت ریسندگی به سبب افزایش تعداد کارخانجات و ظرفیت موجود توسعه یافت. صنعت نساجی و پوشاک مبتنی بر صادرات کشور ترکیه، با پذیرش قرارداد Custom Union Agreement رشد پیدا کرد. در نتیجه افزایش در ظرفیت تولید و تعداد ماشین‌آلات پیشرفت چشمگیری در بخش نساجی و پوشاک صورت پذیرفت. موفقیت جدید موجب افزایش نیاز به الیاف پنبه و در نتیجه افزایش تولید این الیاف

گردید. امروزه ترکیه سالانه حدود ۳۵۰۰۰۰ تن الیاف پنبه جهت تامین تقاضای الیاف کوتاه و نیز پایین بودن قیمت الیاف پنبه و مبادلات خارجی، وارد می‌کند. ترکیه دومین کشور وارد کننده پنبه می‌باشد، بنابراین نقش مهمی در تعیین قیمت پنبه در جهان دارد. نخ پنبه‌ای ترکیه ۰/۵ درصد سهم صادرات کل و ۲ درصد سهم صادرات نساجی و پوشاک را در جهان به خود اختصاص داده است. امروزه ترکیه مقام هفتم بزرگ‌ترین تولیدکننده پنبه با ۴ درصد سهم جهانی و مقام پنجم تولیدکننده نخ پنبه‌ای با ۵ درصد سهم جهانی را دارد. اخیراً، واردات به منظور رفع نیاز بخش نساجی و پوشاک به مراتب افزایش یافته است، این واردات همچنین به دلیل نرخ پایین ارز و قیمت نخ انجام می‌شود که از کشورهایی چون هند، پاکستان، ترکمنستان، ازبکستان و ایتالیا صورت می‌گیرد. در این کشورها هزینه تولید در مقایسه با ترکیه نسبتاً پایین‌تر است.

بعد از سال ۱۹۹۵، ترکیه در اروپا اولین کشور از نظر سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات ریسندگی الیاف کوتاه بود. امروزه، نزدیک به ۷/۲ میلیون دوک ریسندگی رینگ و ۶۵۰۰۰۰ روتور این‌اند در صنعت نخ پنبه‌ای ترکیه وجود دارد. ماشین‌های این‌اند در این کشور از تکنولوژی جدیدتری نسبت به ماشین‌های رینگ برخوردارند؛ به طوری که ۲۲ درصد ماشین‌آلات عمری کمتر از ۵ سال (۲۰۰۰ و جدیدتر) داشته و ۵۹ درصد آن‌ها بین ۵ تا ۱۵ سال (۱۹۹۰-۲۰۰۰) و ۱۹ درصد آن‌ها بیش از ۱۵ سال از عمرشان می‌گذرد. که این خود باعث شده است ترکیه نه تنها یکی از کشورهای پیشرو جهان از لحاظ صنعت نساجی و پوشاک باشد؛ بلکه در بخش پنبه‌ای نیز برتری جهانی خاصی داشته باشد. مجموع نخ پنبه‌ای تولیدی جهان حدود ۲۱ میلیون تن گزارش شده است که ترکیه با ۵ درصد از تولید جهانی مقام پنجم تولیدکننده نخ جهان را به خود اختصاص داده است. از علل چنین موفقیتی می‌توان به دارا بودن مزیت‌های نسبی مانند کیفیت مواد خام، نیروی کار ارزان و همجواری با بازارهای بزرگ را نام برد. با این حال امروزه، از آنجا که در بازار بین‌المللی میزان رقابت جهت بقا و ادامه تولید در بخش نساجی و پوشاک افزایش یافته است؛ و مهمترین مسئله هزینه می‌باشد. قیمت مواد اولیه، نیروی

کار ارزان و هزینه انرژی که فاکتورهای مهمی هستند، از کنترل کارفرما خارج شده است و هنوز در ترکیه نسبت به کشورهای دیگر بالا بوده بنابراین بسیاری از کارخانه‌ها در ترکیه بدلیل هزینه‌های بالای تولید نسبت به سایر کشورهای پیشرو در صنعت نساجی و پوشاک، ظرفیت تولید خود را کاهش داده‌اند. همچنین به منظور خروج از بحران افزایش قیمت، مقدار سفارشات کاهش یافته و کارخانجات در حال انتقال می‌باشند، به گونه‌ای که تمایل به انجام سرمایه‌گذاری در سایر کشورهای در حال توسعه چون سوریه، ازبکستان، آنگولا، ترکمنستان و چین که حقوق و دستمزد پایین و هزینه کمتری دارند افزایش یافته است.

بنابراین کارخانه‌ها یا به تنهایی خط تولید کامل ایجاد کرده یا با همکاری شرکت‌های دیگر کلیه مراحل تولید را انجام می‌دهند (از مواد اولیه خام تا کالای تکمیلی) تا بتوانند شرایط رقابت بهتری ایجاد نمایند و به عنوان یکی از ملزومات جهت بقا در این صنعت، بازاریابی به عنوان یکی از مهمترین پارامترها در کارخانجات جلوه گر شده است. در روابط تجاری، ایجاد خدمات بازاریابی توسط هر کارخانه و ارتباط با مشتری از طریق این مکانیزم در کشور و نیز جهت‌گیری به سمت ایجاد مارکهای بین‌المللی به جای همکاری با بازرگانان، کارخانجات تولید نخ را به پیش برده است [۲۹].

پاکستان: صنعت نساجی و پوشاک به عنوان ستون فقرات جمهوری اسلامی پاکستان شناخته می‌شود؛ در این جمهوری آسیای جنوبی - که با چین در شمال، هند در شرق و ایران و افغانستان در غرب هم مرز است و در جنوب غربی به دریای عمان منتهی می‌گردد - تولید منسوجات پنبه‌ای و پوشاک در طول تاریخ به عنوان عمده تمرکز صنایع این کشور شناخته می‌شوند. خصوصاً این که مقادیر عمده‌ای پنبه در این کشور کشت می‌گردد. در واقع پاکستان در سال‌های اخیر به عنوان چهارمین تولیدکننده جهانی پنبه و سومین مصرف‌کننده جهانی پنبه دسته‌بندی گردیده است - که میزان تولید پنبه آن ۹/۹ میلیون عدل ۴۸۰ پوندی و میزان مصرف آن ۱۱/۸ میلیون عدلی ۴۸۰ پوندی پنبه می‌باشد. در حالی که بخش صنعت در پاکستان مطابق با محاسبات سال ۲۰۰۵، مجموعاً

حدود ۲۵ درصد تولید ناخالص ملی، برابر ۳۹۵/۲ میلیارد دلار را تشکیل می‌دهد؛ در این حال صنعت نساجی ۱۱ درصد تولید ناخالص ملی را بر عهده دارد. به علاوه حدود ۶۰ تا ۷۰ درصد مجموع صادرات این کشور از سوی صنایع نساجی پنبه‌ای و پوشاک آن که به عنوان بزرگ‌ترین صنعت پاکستان شناخته می‌شود صورت می‌پذیرد. تولیدکنندگان نساجی پاکستان محصولاتشان را به گونه‌ای متنوع و گوناگون کرده‌اند که این محصولات اکنون شامل نخ‌های بشرساز، پارچه‌ها و پوشاک مخلوط پنبه مطابق با تغییر خاص جهانی به سوی پوشاک مخلوط پنبه در برابر پوشاک کاملاً پنبه‌ای می‌شود. فاکتورهای اقتصادی اخیر سبب شده که صنعت نساجی پاکستان تلاش مجددانه‌ای برای حفظ رقابت پذیری جهانی را آغاز کند.

در سال ۲۰۰۶ ارزش افزوده صنعت نساجی بیشتر از ۹ درصد تولید ناخالص ملی بوده است. مطابق با اسناد بانک جهانی، ارزش صادرات محصولات نساجی پاکستان در ربع اول سال مالی ۲۰۰۷ که از جولای ۲۰۰۶ آغاز و محاسبه می‌شود برابر ۲/۵ میلیارد دلار بوده است. این میزان در مقایسه با مدت مشابه سال ۲۰۰۶ کاهش ۰/۳ درصدی نشان می‌دهد، لیکن به نسبت مشابه سال ۲۰۰۵ افزایش ۲۲/۲ درصدی نشان می‌دهد. سه محصول عمده صادراتی صنعت نساجی پاکستان در ربع اول سال ۲۰۰۶، ۳۰۳ میلیون دلار ارزش داشته با افزایش ۱۹/۵ درصدی در این سال روبه‌رو بوده است. پاکستان بر روی اتحادیه اروپا و آمریکا به عنوان بازار اصلی محصولات نساجی و پوشاک خود حساب می‌کند. پاکستان ۳ درصد سهام بازار اتحادیه اروپا را در سال ۲۰۰۵ کسب کرده است. سهم پاکستان از بازار آمریکا به ۰/۲ درصد در سال ۲۰۰۵ افزایش یافته است. واردات محصولات نساجی پاکستان به آمریکا ۷ درصد از کل سهم (به نسبت متر مربع) و ۳/۵ درصد از کل سهم (به نسبت دلار) را به خود اختصاص داده است. نخ‌های پنبه کارد و پارچه ساتن از میان محصولات پاکستانی سهم عمده‌ای در بازار واردات آمریکا دارند. با این حال در سال ۲۰۰۷ میزان صادرات نساجی پاکستان کاهش یافت در دو ماه اولیه سال مالی به ۲/۱ میلیارد دلار رسید.

همچنین صنعت نساجی پاکستان برای رقابت با کالاهای چینی و هندی و بنگلادشی مجبور به کاهش شدید قیمت شدند، در این زمان کمک ۷۲۰ میلیون دلاری در جهت پشتیبانی از صنعت نساجی پاکستان از سوی وزارت نساجی این کشور اختصاص داده شد. همچنین از سوی این وزارت خانه، عواملی که بر صنعت نساجی تأثیرگذارند از قبیل رژیم تجارت جهانی، پارامترهای تولیدی و قیمت‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در آنالیز بخش به بخش، مدیران ارشد در هر بخش به بررسی ضعف و قدرت آن بخش، با هدف ارتقاء یک استراتژی و افزایش راندمان، تأثیرپذیری و رقابت پذیری هزینه‌ها پرداخته شده است. با وجود این موانع، ایده‌های گسترده‌ای در خصوص ایفای نقش اساسی از سوی صنعت نساجی در اقتصاد پاکستان در حال و آینده وجود دارد.

در همایش بازرگانان سپتامبر ۲۰۰۶، نعیم مختار، مدیر عامل بانک (ABL) پاکستان پیش بینی صادراتی در حدود ۵۰ میلیون دلار برای سال ۲۰۱۶ کرد و اطمینان داد که این صادرات سبب بهبود اقتصاد پاکستان خواهد گردید.

وی همچنین از اعطای وام‌های با بازپرداخت ۷/۵ و ۱۰ ساله جهت نوسازی این صنعت و جایگزینی ماشین آلات نو با ماشین آلات فرسوده خبر داد و افزود: صنعت مدرن و ارزش افزوده کلید رقابت با چین و هند می‌باشد [۳۰].

چین: صنایع نساجی و پوشاک چین یکی از استوارترین و مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی این کشور محسوب می‌شود. این صنعت از لحاظ داشتن یک رابطه نزدیک و منسجم با زندگی مردم و یک بخش بین‌المللی شده در فرایند صنعتی شدن چین، بسیار مهم می‌باشد. در سال ۲۰۰۶، حجم تولید الیاف بالغ بر ۳۰/۷ میلیون تن بود و ۲۰ میلیون نفر در کل صنعت نساجی چین مشغول به کار بودند. تولید الیاف بشر ساخت در چین ۲۰/۲۵ میلیون تن ونخ پنبه به ۱۷/۴ میلیون تن رسید. صادرات نساجی و پوشاک بیش از ۱۴۷ میلیون دلار شد. واردات مواد خام مختلف، ماشین آلات و مواد شیمیایی نساجی بالغ بر ۳۱/۷ میلیون دلار بود. علاوه بر این، اکنون بیش از ۴۰۰۰۰ شرکت نساجی وجود دارد که اگر بخواهیم حساب کنیم از بین این تعداد فقط شرکت‌هایی با فروش

۴. تنظیم برنامه‌های بازاریابی منطقی با توجه به آمیخته بازاریابی.
۵. سعی در افزایش قدرت رقابت بین‌المللی.
۶. سعی در ایجاد محیط امن برای فعالیت‌های تولیدی و سرمایه‌گذاری.
۷. حمایت معقول و منطقی و برنامه ریزی شده از فعالیت‌های تولیدی و صادراتی.
۸. تنوع بخشیدن به تولیدات.
۹. توجه زیاد به فعالیت‌های توزیعی و تحویل به موقع کالا به مشتری و رسیدگی سریع به شکایات.
۱۰. توجه به بسته‌بندی به عنوان یکی از آمیخته‌های بازاریابی و خدمات پس از فروش.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

- دلایل موفقیت کشورهای پیشگام در صنعت نساجی توانایی آن‌ها در تطبیق با شرایط محیطی (بین‌المللی)، تولید با کیفیت بالا، ارائه محصولات جدید و مد روز، تلاش پیوسته در زمینه شناخت بازارها و احتیاجات آن‌ها و تولید برطبق سلیقه و نظر مشتری، پایین بودن بهره و عوارض دولتی، عضویت در سازمان تجارت جهانی و در نتیجه عدم پرداخت تعرفه‌های واردات از جمله ماشین‌آلات و مواد اولیه (پنبه) می‌باشد. در نتیجه، گریزی از کاربست توصیه‌ها و پیشنهادهای زیر متصور نمی‌باشد:
- کاهش مالیات‌های مربوط به تولید و صادرات و کاهش نرخ وام‌های تولید و هزینه‌های سرمایه‌گذاری که باعث کاهش قیمت تمام شده کالاها و در نتیجه افزایش فروش شود.
 - پی‌ریزی و اجرای برنامه‌ای بلندمدت برای ارتقای کیفیت محصول، کارایی تولید، کاهش قیمت تمام شده و ارتقای توان رقابتی صنعت نساجی در جهت نوسازی و بهبود اساسی آن.
 - ترویج و به کارگیری ابزارها و روش‌های علمی جهت دستیابی به معیارهای تولید با کیفیت؛ از طریق افزایش خلوص مطلوب مواد اولیه مورد نیاز مخصوصاً پنبه.
 - ورود ماشین‌آلات جدید از کشورهایی با تکنولوژی پیشرفته برای تولید پارچه‌های مرغوب و افزایش توان رقابتی

جداگانه سالانه بیش از پنج میلیون یوان به حساب می‌آیند. چین بزرگ‌ترین تولیدکننده پنبه و الیاف بشر ساخت در دنیا می‌باشد و هم‌اکنون ساخت بزرگ‌ترین و فراگیرترین سیستم صنعتی نساجی را به پایان رسانده است. علاوه بر این صنایع وابسته به نساجی با سرعت زیاد توسعه می‌یابند و پی‌ریزی اساسی و بنیادین پی در پی در حال بهبود است [۳۱].

یکی از اقدامات مقامات چینی برای رونق بخشیدن به صنعت نساجی و پوشاک، بهره‌گیری از تکنولوژی نوین و تمایل به جذب سرمایه‌های خارجی در این بخش از اقتصاد ملی بوده است [۲۴]. آنچه در حال حاضر به رونق بیش از پیش صادرات چین کمک کرده قیمت نسبتاً ارزان این کالاها در بازارهای جهانی است که از این لحاظ چین رتبه اول را بین کشورهای صادرکننده محصولات نساجی به بازارهای اروپا به دست آورده است. بدون شک با ارتقا بخشیدن به کیفیت تولیدات، نه تنها امکان افزایش قیمت و کسب درآمد برای چین فراهم می‌گردد، بلکه در صحنه رقابت با کالاهای مرغوب‌تر رقبای نیرومند خود در آسیای شرقی نیز موفقیت‌هایی حاصل خواهد شد، اما آن چه مهم است آینده روشن و امیدوارکننده صنایع نساجی چین می‌باشد. مدیر منطقه‌ای یک شرکت صنعتی آلمان درباره آینده این بخش از صنایع چین می‌گوید: تا پایان قرن بیستم چین به بزرگ‌ترین تولیدکننده و رهبر نساجی جهان تبدیل خواهد شد [۴۲].

افزایش هزینه‌های کار در سه کشور آسیایی (کره، تایوان و هنگ‌کنگ) این فرصت را به کشور چین داده است که با بهره‌گیری از نیروی کار ارزان خود با قدرت وارد بازار شود و به سرعت رشد کند [۳۳].

با نگاهی به اقدامات صورت گرفته در این کشورها متوجه نقاط مشترکی در سیاست‌های اقتصادی آن‌ها می‌شویم که اهم آن‌ها عبارتند از:

۱. کاهش هزینه‌های تولیدی و ضایعات از طریق اتوماسیون پیشرفته به منظور رقابتی کردن کالاهایشان از لحاظ قیمت.
۲. بهبود کیفیت و ارائه طرح‌ها و مدل‌های جدید و مشتری پسند
۳. تحقیقات وسیع برای دستیابی به نظرات، خواسته‌ها و علایق واقعی مصرف‌کنندگان در بازارهای داخلی.

- محصولات داخلی.
- ۱۴. حائری ۱۳۸۷، ۲۱.
 - ۱۵. بصیری تهرانی ۱۳۸۶.
 - ۱۶. مجله صنعت نساجی ۱۳۸۶، ۷۱.
 - ۱۷. نهاوندیان ۱۳۸۷.
 - ۱۸. موسویان ۱۳۸۴، ۷۳.
 - ۱۹. تبریزی ۱۳۸۵، ۳۱.
 - ۲۰. سلطانی ۱۳۸۶، ۲۷.
 - ۲۱. گرامی فهیم ۱۳۸۶، ۶۷.
 - ۲۲. برق لامع ۱۳۸۶.
 - ۲۳. شاهمرادی ۱۳۷۳، ۱۴.
 - ۲۴. کیوانی ۱۳۸۲، ۳۲.
 - ۲۵. قانونی ۱۳۸۳، ۳۱.
 - ۲۶. دررداری ۱۳۷۱.
 - ۲۷. الوداری ۱۳۷۷، ۸۳.
 - ۲۸. آل یاسین ۱۳۷۲، ۲۰.
 - ۲۹. خاشعی ۱۳۸۵.
 - ۳۰. سمیعی پور ۱۳۸۶.
 - ۳۱. ماهنامه نساجی امروز ۱۳۸۷.
 - ۳۲. محمدی ۱۳۸۲، ۲۸.
 - ۳۳. شیرزادی ۱۳۷۳، ۳۰.
- توجه به کیفیت پارچه‌های تولیدی و استفاده از روش‌های علمی و تولید بر اساس استانداردهای کیفیت.
- شناسایی، پیش بینی، برآورده ساختن و تطابق محصولات با نیازهای مشتریان و پرهیز از تولید نا به جا و در انتظار مشتری.
- انطباق روز افزون کیفیت پارچه‌ها با خواسته‌های بازار هدف با در نظر گرفتن رنگ‌ها و طرح‌های مورد توجه هر بازار.
- اعمال مشوق‌های لازم به صادرکنندگان.
- حمایت‌های لازم از کشاورزان برای توسعه سطح زیر کشت پنبه در کشور.
- ایجاد امکان ورود معقول پنبه به اندازه رفع نیازهای صاحبان صنعت.
- پرداخت تسهیلات بانکی درازمدت با بهره کم در جهت نوسازی و بازسازی کارخانجات نساجی به منظور تولید کالاهایی با کیفیت برتر.
- کنترل مرزها برای جلوگیری از ورود و خروج غیرقانونی منسوجات.

پی‌نوشت

۱. وزارت امور اقتصادی و دارایی ۱۳۷۳، ۱۴۸.
۲. دهقانی سانچ ۱۳۸۲، ۵۳.
۳. مروج حسینی ۱۳۸۷.
۴. بوربور ۱۳۸۲، ۳۸-۳۹.
۵. سلطانی ۱۳۸۱، ۹۵.
۶. بصیری تهرانی ۱۳۸۶.
۷. شوقی ۱۳۸۷.
۸. وثوقی ۱۳۸۶، ۲۲.
۹. بروغنی ۱۳۸۶، ۵.
۱۰. نظری ۱۳۸۶، ۲۹.
۱۱. ابویی مهریزی ۱۳۷۴.
۱۲. سلطانی ۱۳۸۶، ۲۳-۲۲.
۱۳. بهروز نیک ۱۳۸۷.

منابع

- ابویی مهریزی، حسن، «بررسی فنی و اقتصادی واحدهای ریسندگی سیستم پنبه‌ای در صنایع نساجی استان یزد»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صنعت شریف، ۱۳۷۴.
- الوداری، حسن، «بازاریابی صنعت نساجی در جهان»، مجله تعاون، شماره ۸۴، ص ۸۳، ۱۳۷۷.
- آل یاسین، سید صادق، «صنعت نساجی در بخشی از آسیا»، مجله صنعت نساجی، دوره جدید، شماره ۱۶، ص ۲۰، ۱۳۷۲.
- برق لامع، «عدم سرمایه‌گذاری مشکل اساسی صنعت نساجی است»، خبر اقتصادی بازرگانی، ۱۳۸۶؛ <http://www.itav.ir>
- بروغنی، احمد، «اصلاح ساختار قوانین ومقررات، راهکار نجات صنعت نساجی»، مجله صنعت نساجی، شماره ۱۷۰، ص ۵،

www.khabaronlin.ir؛ ۱۳۸۷

شیرزادی، مهدی، «نساجی در چین»، نشریه مناطق آزاد،

شماره ۱۲، ص ۳۰، ۱۳۷۳.

قانونی، فروغ الزمان، «تحقیق و تحلیل»، مجله صنعت نساجی،

شماره ۱۲۳، ص ۳۱، ۱۳۸۳.

«کالاهای چینی رقیب بزرگ تولیدکنندگان داخلی»، مجله

صنعت نساجی، شماره ۱۶۹، ص ۷۱، ۱۳۸۶.

کیوانی، مریم، «صنعت نساجی و تعاونی‌های آن»، مجله تعاون،

شماره ۱۴۴، ص ۳۲، ۱۳۸۲.

گرامی فهیم، مریم، «مقایسه دستمزد کارگران در ۴۴ کشور

جهان»، مجله صنعت نساجی، دوره جدید، شماره ۱۷۵،

ص ۶۷، ۱۳۸۶.

محمدی، علی، «چین در راه توسعه صنایع نساجی»، مجله

صنعت نساجی، شماره ۱۲۰، ص ۲۸، ۱۳۸۲.

مروج حسینی، محمد، «نساجان ۴٪ ارزش افزوده بخش صنعت را

تامین می‌کنند»، گزارش: خبرگزاری موج، گروه صنعت،

http://www.magnews.com؛ ۱۳۸۷

موسویان، مجتبی، تبیین رابطه میزان صادرات محصولات نساجی

با مشوق‌های صادراتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه

شهید بهشتی، ۱۳۸۴.

نظری، بهرام، «پنبه، تولید یا واردات»، مجله صنعت نساجی، دوره

جدید، شماره ۱۷۹، ص ۲۹، ۱۳۸۶.

نیاوندیان، «نساجی اشتغال‌زاترین صنعت است»، گزارش‌های

ویژه، شماره ۲۰، ۱۳۸۷.

وثوقی، رضا، «تاروپودهای توسعه‌ساز»، مجله صنعت نساجی،

شماره ۱۶۹، ص ۲۲، ۱۳۸۶.

بصیری تهرانی، جمشید، «مزیت‌های صنعت نساجی پنهان مانده

است»، دنیای اقتصاد، ۱۳۸۶؛ http://www.smyazd.ir

بوربور، حسن، «بررسی مسائل و مشکلات در صنعت نساجی

وارائه راهکارها»، مجله صنعت نساجی، شماره ۱۳۴،

ص ۳۸-۳۹، ۱۳۸۲.

بهروزی نیک، فرشته، «عرضه بر صنایع تنگ‌تر می‌شود»، روزنامه

سرمایه، شماره ۷۸۹، ۱۳۸۷؛ www.sarmaye.net

تبریزی، مهرداد، «آذربایجان غربی مبداء اصلی ورود پارچه

قاچاق»، مجله صنعت نساجی، شماره ۱۶۹، ص ۳۱، ۱۳۸۵.

«تحلیل هزینه، فایده در جهت گسترش و سرمایه‌گذاری در

بخش نساجی»، وزارت امور اقتصادی و دارایی، تهران،

ص ۱۴۸، ۱۳۷۳.

حائری، علی‌رضا، برای «مقابله با تحریم‌های اقتصادی،

سیاستمداران باید وارد عمل شوند»، مجله صنعت نساجی،

شماره ۱۸۰، ص ۲۱، ۱۳۸۷.

خاشعی، سیمین دخت، «صنعت نساجی ترکیه و نقش صنعت

ریسندگی نخ پنبه‌ای آن در جهان»، ۱۳۸۵؛

www.mim.gov.ir

درداری، ن، «مدیریت ژاپنی‌ها»، موسسه خدمات فرهنگی رسا،

تهران، ۱۳۷۱.

دهقانی سانج، امان‌الله، «بررسی موانع و توسعه ورشد بازار صنایع

نساجی بخش دولتی ایران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد،

دانشگاه تهران، ۱۳۸۲.

سلطانی، احسان، «صنایع نساجی و خودروسازی، حال و آینده»،

مجله صنعت نساجی، شماره ۱۱۷، ص ۹۵، ۱۳۸۱.

سلطانی، احسان، «صنعت نساجی ایران، چالش‌ها و

چشم‌اندازها»، مجله صنعت نساجی، شماره ۱۷۵، ص ۲۲-۲۳،

۱۳۸۶.

سمیعی‌پور، علی، «صنعت نساجی پاکستان»، ۱۳۸۶؛

www.aftab.ir

شاهمردی، علی، «تحلیلی بر بازار جهانی پوشاک»، نشریه

مناطق آزاد، شماره ۱۱، ص ۱۴، ۱۳۷۳.