

صنعت نساجی و تعاونیهای آن

• مریم کیوانی

اشاره:

صنعت نساجی در ایران علیرغم گستردگی، قدمت و سابقه طولانی و درخشان خود در گذشته، چنان که باید و شاید تاکنون نتوانسته مانند سایر صنایع رشد کند. این صنعت در ایران به دلیل بالا بودن هزینه دستمزد در مقابل سایر تولیدکنندگان و فرسوده بودن وسایل تولید که تشدیدکننده پایین بودن بهره‌وری نیروی کار نیز می‌گردد، کمتر قادر به رقابت با بازار جهانی است. بنابراین برای دستیابی به توان رقابتی، لازم است از تکنولوژی نوین و وسایل جدید جهت تولید بهتر استفاده گردد و به دلیل بالا بودن دستمزد در مقابل سایر تولیدکنندگان بهتر است از روشهای سرمایه‌گذاری در این بخش اصلاح گردد. چرا که با وجود صنایع عظیم پتروشیمی صنعت نساجی از مزیت عمده‌ای در جهت تهیه مواد اولیه ارزان برخوردار است.

به طور کلی درخصوص عقب‌ماندگی و بحران در صنعت نساجی می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

۱- فرسودگی ماشین‌آلات و عدم وجود فناوری جدید

- ۲- عدم توجه به کیفیت و نیازهای مشتری
- ۳- بالا بودن هزینه‌های تولید که در این باره می‌توان به هزینه‌های قطعات یدکی و پرداخت عوارض‌های مختلف اشاره نمود.
- ۴- طولانی شدن زمان اجرای پروژه‌ها در راستای ایجاد، بازسازی و نوسازی.
- ۵- عواملی از قبیل نرخ تورم، نرخ بالای سود بانکی و بهره‌وری پایین که سرمایه‌گذاری در این بخش با علاقه انجام نپذیرد.
- ۶- اشاعه فرهنگ مصرف محصولات خارجی و عدم توجه به بازارهای خارجی و اعمال سیاست جایگزینی
- ۷- عدم وجود مراکز تحقیقات صنعتی برای صنایع مختلف

بررسی وضعیت صنعت نساجی در چند کشور جهان

در جهان صنایع نساجی چندان دستخوش تغییر و تحول شده است. هرچند که این صنعت در کشورهای پیشرفته به سرعت به سمت صنایع سرمایه‌بر (Capital-Intensive) میل

می‌کند ولی هنوز برای بیشتر کشورهای جهان سوم امکان دستیابی به صنایع نساجی پیشرفته وجود ندارد.

کشورهای توسعه‌یافته به ویژه طی دوره ۱۹۸۰-۱۹۷۰ با رقابت پارچه‌های ارزان قیمت صادر شده از کشورهای جنوبی شرقی آسیا و دیگر کشورهای آسیایی مواجه شدند و علیرغم بعضی تمهیدات در کاهش هزینه تولید، سرانجام ناگزیر به اتخاذ سیاست ایجاد موانع تجاری برای واردات از کشورهای دیگر و تعیین واردات نمودند و یا از موانع تجاری دیگری برای کاهش رقابت اینگونه پارچه‌ها با تولیدات داخلی استفاده کردند.

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

سریعا صاحب این صنعت شدند.

مهمترین کشور گروه اول انگلستان است. صنعت منسوجات و پوشاک این کشور تا قبل از دهه ۱۹۳۰ اقتدار خود را آغاز کرد و دیگر هرگز به جایگاه اولیه خود بازنگشت و این روند همچنان ادامه دارد. به طوری که در سال ۱۹۸۳ میزان واردات انگلستان از پارچه‌های بافته شده از الیاف مصنوعی به ۱۰۴ هزار تن رسید. انگلیس از حمله کشورهای صاحب این صنعت است که نتوانست خود را با شرایط بین‌المللی تطبیق دهد. ولی ایتالیا و آلمان به خوبی خود را با بازار جهانی هماهنگ کردند. ایتالیا با سرمایه‌گذاری بر 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 قرارداد با بعضی از کشورهای اروپای شرقی مرتفع نماید و هم‌اکنون از صادرکنندگان عمده منسوجات و پوشاک است. در مسیر تکاملی این صنعت کشورهایی نظیر چین، مالزی، فیلیپین، تایلند، ویتنام، اندونزی، ماکائو، ترکیه و پاکستان و چند کشور دیگر تحت عنوان تازه واردین، وارد این صنعت شدند که از میان آنها کشور چین به علت موفقیت چشمگیر نسبت به بقیه، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

چین:

صنایع نساجی و پوشاک چین یکی از استوارترین و مهمترین بخش‌های اقتصادی در این کشور محسوب می‌شود. 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.

موقعیت خوب چین مخصوصاً در مقایسه با کشورهای آسیایی کره و تایوان که به دلیل افزایش قیمت‌ها قدرت رقابتی خود را از دست داده‌اند، چشمگیر است. در بررسی کشورهای مختلف مشاهده می‌شود که اندونزی، تایلند، ویتنام و دیگر کشورهای جنوب شرقی آسیا نیز رشد

داشته‌اند. هرچند که امار رشد آنها در مقایسه با چین قابل توجه نیست. برای مثال به غیر از سهم عظیمی که چین از نظر بازار دارد، از جهت نوع کالا نیز محصولات آن حیطه گسترده‌ای را در برمی‌گیرد و از محصولات بافته شده گرفته تا کشفاف و از پوشاک سبک گرفته تا پوشاک سنگین و همچنین انواع پوشاک زنانه، مردانه و بچه‌گانه را شامل می‌شود. افزایش هزینه‌های کار در سه کشور پیش‌تاز آسیایی یعنی کره، تایوان و هنگ‌کنگ این شانس را به کشور چین داده است که با بهره‌گیری از نیروی کار ارزان خود با قدرت، وارد بازار شود و به سرعت رشد کند. نهایتاً کشور چین با سیاست سرمایه‌گذاری کلان دو هدف را تعقیب می‌کند اول اینکه نیاز جمعیت میلیاردی خود را با رشد اقتصادی ۱۰ درصدی پوشش داده، ثانیاً به تولیدات انبوه و متنوع و با قیمت‌های رقابتی نسبت به تسخیر بازار جهانی اقدام نموده است.

بررسی برخی عوامل موفقیت چند کشور در زمینه صنعت نساجی و پوشاک ژاپن:

بعضی عواملی که باعث موفقیت ژاپن‌ها در زمینه صنعت نساجی شده است، عبارتند از:

۱- تولید کالا با کیفیت بسیار مطلوب و مطابق با سلیقه‌های مشتری
۲- انجام خدمات بعد از فروش
۳- ارائه محصولات جدید و مدرن
۴- تحویل به موقع کالا به مشتری
۵- تلاش فراوان در زمینه بازاریابی و شناخت بازارها، خواسته‌ها و احتیاجات آنها

۶- رسیدگی سریع به شکایات در واقع مصرف‌کنندگان ژاپنی اکثراً به سه ملاک کیفیت، قیمت و مد، حساسیت زیادی دارند و این سه ملاک عمده سرنوشت کالا را در بازار البسه ژاپن تعیین می‌کند.

کره جنوبی:

کره جنوبی در سال ۱۹۹۲ 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 در کشور کره به صنایع مشابه همانند کشورهای صنعتی جهان تا سال ۲۰۰۰
۲- بهبود کیفیت کالاهای تولیدی و به خود آوردن بازارهای صادراتی
مقامات صنعت نساجی کره در شرایطی که این کشور نمی‌توانست از لحاظ قیمت به دلیل بالا رفتن سریع سطح دستمزد نسبت به بقیه کشورها با آنها رقابت کند به این نتیجه رسیدند که می‌بایست توانایی این کشور را از لحاظ کیفیت محصولات نساجی حفظ کنند تا مقام جهانی کره لطمه‌ای نبیند.

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 براساس این سیستم تقاضای مصرف‌کننده از نظر کمی و کیفی سریعاً به قسمت تولید منعکس می‌شود و هم‌زمان با این اقدام بخش جمع‌آوری اطلاعات مورد تقویت قرار می‌گیرد و مراکز پوشاک برای مصرف‌کننده به منظور بررسی و مطالعه سلیقه و تمایلات مردم تشکیل می‌شود. یکی از اهداف این طرح، تنوع بازارهای صادراتی است. این امر وابستگی به بازارهای ایالات متحده و جامعه اروپایی را کاهش داده و صادرات کالاهای مدرن را افزایش می‌دهد.

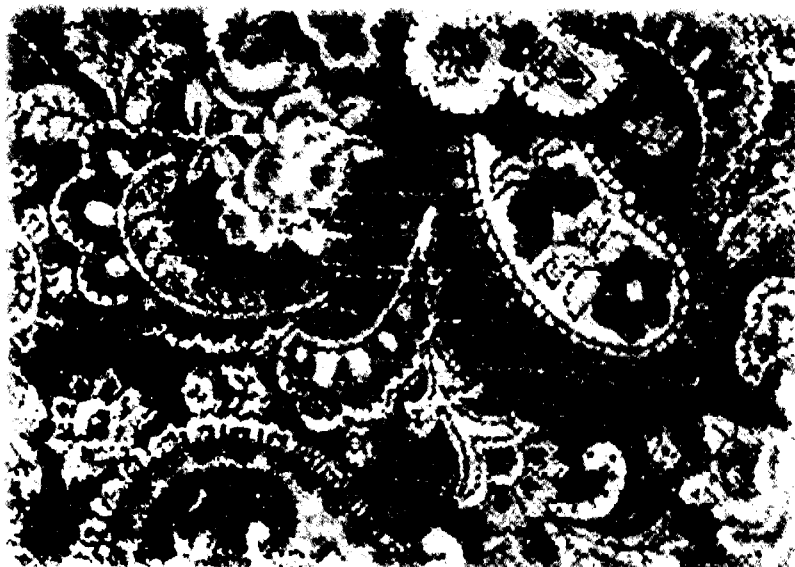
در مورد پیشرفت ساختار تولیدی نیز اقدامات زیر توسط فدراسیون نساجی کره انجام شده است:

۱- بهینه‌سازی هماهنگ تجهیزات تولیدی
۲- تسهیه و تدارک تجهیزات و ماشین‌آلات 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

از جمله دلایل عقب ماندگی صادرات غیرنفتی و به طور خاص فرآورده‌های نساجی، می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود: عدم برنامه‌ریزی، در برنامه‌ریزیهای گذشته برای ایجاد واحدهای صنعتی خط‌مشی دقیق و تدوین شده‌ای برای صادرات تهیه نشده بود و اهمیت و امتیاز یکسان به واحدهای تولیدی صنعتی و مدنظر قرار نگرفتن عوامل و فاکتورهای معقول نظیر مزیت‌های نسبی و ارزش افزوده که می‌تواند در بستر صادرات روند مناسبی را برای واحدهای تولیدی ایجاد کند، باعث شده بود که صدور مواد اولیه از قبیل سالامبور - کرک و غیره افزایش یابد. در این میان، خریداران این گونه مواد اولیه هم کشورهایی هستند که به طور دقیق به ارزش افزوده فراوان اینگونه مواد پی برده‌اند و سالیان دراز از پرتو تبدیل این مواد اولیه به کالای ساخته شده و صادرات آن به ارزش آوری کشورشان کمکهای مؤثری کرده‌اند.

بالا بودن قیمت تمام شده کالاهای صادراتی؛ با توجه به قیمت تمام شده کالاهای صادراتی صنایع نساجی که علاوه بر اینکه در اثر متغیر بودن ارزش ریالی ارز پیوسته در نوسان است و طرف فروشنده نمی‌تواند قیمت ثابتی را اعلام نماید. بدین جهت مشاهده می‌شود که به علت افزایش فزاینده‌ای که اکثر پارامترهای تشکیل دهنده قیمت تمام شده از قبیل حمل و نقل، آب و برق، هزینه ملزومات، بسته‌بندی و غیره دارند، قراردادهای صادراتی بین طرف ایرانی و طرف خارجی معمولاً معوق می‌ماند. اگر این افزایش قیمت‌ها در یک فاصله زمانی معقول انجام می‌گرفت شاید به طریقی در داد و ستدهای صادراتی تحمل‌پذیر می‌شد.

پایین بودن کیفیت کالای صادراتی: از عوامل پایین بودن کیفیت کالای صادراتی در بخش نساجی می‌توان به قدمت ماشین‌آلات خط تولید اشاره کرد که در اثر اعمال سیاست‌های مختلف و یا تدوین ضوابط گوناگون، واحد تولیدی را مجبور ساخته‌ایم که مواد اولیه خط تولید خود را از کشور خاص تأمین نماید. این تأمین مواد به صورت اجباری که کیفیت مطلوب و شایسته را نیز ندارد، واحد



سیاستهای اعمال شده در زمینه صادرات چند کشور منتخب

سیاستهای مورد استفاده	کشور منتخب		
	کره جنوبی	هند	ترکیه
سیاستهای تشکیلاتی	ایجاد مؤسسات دولتی تجاری براساس الگوی شرکت‌های عمده تجاری در ژاپن - ایجاد سازمان توسعه تجارت کره با شعب متعدد در سراسر جهان	ایجاد شورای بازرسی صادرات - ایجاد سازمان سته‌بندی هندی	-
سیاستهای آموزشی	ایجاد مدرسه عالی صادرات - افزایش توجه تحقیقات - ایجاد مراکز طراحی صنایع دستی و روستایی - ایجاد مراکز طراحی و تحقیق در دانشگاه‌ها و تقویت کادرمای رشته علوم و مهندسی	تلاش در بومی کردن تکنولوژی وارداتی - افزایش بودجه تحقیقات	انجام همکاری‌های می و آموزش با سایر کشورها
سیاستهای کاهش خطر برای صادرکنندگان	بیمه عمومی صادرات - تضمین اعتبارات صادراتی - برنامه تنبیت قیمتها - سیاست نایب مشرف صادرات - بیمه سرمایه‌گذارها در خارج از کشور	ثبات بیشتر قوانین و مقررات - بیمه صادرات - ارائه آمار و اطلاعات کلی از بازارهای خارجی و زمینهای سودآور و سرمایه‌گذاری از سوی دولت	تداوم در سیاستگذارها - کاهش تعداد مراکز تصمیم‌گیر در مورد صادرات - حمایت قوی و مؤثر دولت از صادرات
سیاستهای سرمایه‌گذاری و مالیاتی	معافیت صدور کالا از مالیات - کاهش مالیات بر درآمد صادرکنندگان	گسترش صنایع سنگین، حمل و نقل و نیرو - ابتدا تلاش در جهت استفاده از ظرفیت‌های بهره‌برداري شده صنایع و سپس تلاش در جهت نوسازی و ارتقا تکنولوژی صنایع - پذیرش سرمایه‌گذاری خارجی	انجام سرمایه‌گذاری مشترک با کشورهای منطقه
سیاستهای رقابتی	افزایش سطح تکنولوژی و اتوماسیون در صنایع صادرات	اجزای برنامه ارتقا تکنولوژی در صنایع و امور بازاریابی عمده از سوی دولت	تنوع و گسترش بازارهای صادراتی - بازاریابی فعال
پرداخت یارانه‌های تأمین مالی تولید و صدور کالاهای صادراتی	تخفیف در نرخ حمل و نقل کالاهای صادراتی	تأمین مواد اولیه داخلی مورد نیاز صادرات به نسبت‌های جهانی - اعطای تسهیلات بلندمدت به صادرکنندگان	-

تولیدی را خواسته و یا ناخواسته به سمت کاهش کیفیت، افزایش قیمت و افزایش ضایعات هدایت می‌کند.

برخی راههای توسعه صادرات

تقاضا و بازار مصرف و تولید داخلی کشور و اهمیت صادرات در راههای پیشرفت آن تقاضا برای پارچه را از نظر نوع مصرف می‌توان به سه گروه عمده تقاضای نهایی، تقاضای واسطه‌ای و تقاضای صادراتی تقسیم کرد.

برای هرگونه پیش‌بینی در تقاضای آینده پارچه باید عوامل ذیل را در نظر گرفت:

۱- الگوی مصرف و تولید پارچه
۲- سیاستهای صنعتی دولت و انگیزه‌های پولی و مالی برای تشویق هریک از سه بخش تقاضا (نهایی، واسطه‌ای و صادراتی)

۳- سطح عمومی قیمتتها

۴- درآمدهای نفتی

۵- توزیع درآمد

قابل ذکر است که همه عوامل یاد شده تحت تأثیر درآمدهای نفتی قابل تغییر است و پیش‌بینی عواید نفتی با توجه به وقفه زمانی تأثیر آن بر مصرف پارچه، ما را با اتخاذ شیوه‌هایی جهت ارزیابی تقاضای پارچه رهنمون می‌سازد.

با قبول این مسأله که پارچه یک کالای ضروری است و جزء نیازهای حیاتی انسان محسوب می‌شود (Basic Needs)، معمولاً جزء کالاهای پست در سبد تقاضای مصرف‌کننده می‌باشد. ولی به هر حال در میان نیازهای حیاتی در درجه سوم اهمیت قرار دارد (بعد از مواد غذایی و مسکن). بنابراین هرگونه افزایش در قیمت محصولات در گروه اول تقاضا برای پارچه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از سوی دیگر نظر به اینکه بخش اعظم ماشین‌آلات موجود در کشور از رده خارج‌اند و تولید با تنوعی محدود و اضافه بر نیاز بازار انجام می‌گیرد، لذا کارخانجات در مسیر باطلی از رقابت قرار می‌گیرند که این امر نهایتاً منجر به ورود بی‌رویه پارچه به کشور می‌گردد.

صنایع نساجی و پوشاک

چین یکی از

استوارترین و مهمترین

بخش‌های اقتصادی در

این کشور محسوب

می‌شود. 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.

جدول شماره ۱- مقدار و ارزش واردات و صادرات را در سال ۱۳۸۰ نشان می‌دهد.

نوع پارچه	واردات		صادرات	
	وزن	ارزش	وزن	ارزش
پارچه‌های تار و پودناف محسوس	۱۸۱	۲۳۹۹	۳۶۷۷	۴۳۷۸۲

این میزان واردات پارچه مربوط به واردات رسمی است و واردات قاچاق پارچه لحاظ نگردیده است. در عین حال با عنایت به اهمیت صادرات و اقدامات انجام گرفته در این جهت توجه به موارد ذیل مفید واقع نخواهد شد:

- ۱- کاهش هزینه‌های تولید و ضایعات از طریق اتوماسیون سطح بالا به منظور رقابتی کردن کالاها از لحاظ قیمت
- ۲- بهبود کیفیت و ارائه طرحها و مدل‌های جدید و مشتری‌پسند، همچنین تحقیقات وسیع برای دستیابی به نظرات، خواست و علائق واقعی مصرف‌کنندگان در بازارهای داخلی و خارجی
- ۳- تنظیم برنامه‌های بازاریابی منطقی با توجه به آمیخته‌های بازاریابی و سعی در افزایش قدرت رقابتی بین‌المللی
- ۴- سعی در ایجاد محیطی امن برای

- ۵- حمایت معقول و منطقی و برنامه‌ریزی شده از فعالیتهای تولیدی و صادراتی
- ۶- تنوع بخشیدن به تولیدات
- ۷- توجه شدید به فعالیتهای توزیعی و تحویل به موقع کالا به مشتری و رسیدگی سریع به شکایات
- ۸- توجه به بسته‌بندی به عنوان یکی از آمیخته‌های بازاریابی و خدمات بعد از فروش
- ۹- نوآوری تکنولوژی در ماشین‌آلات

وضعیت عملکرد شرکتهای تعاونی صنعت نساجی، پوشاک و جرم و نیز بررسی سهم این صنعت از نظر تعداد واحد و اشتغالزایی نسبت به کل بخش صنعت تعاون تا پایان سال ۸۰ تا پایان سال ۱۳۸۰ تعداد ۶۰۹۶ واحد صنعتی به صورت فعال و در دست اجرا در بخش تعاون در سراسر کشور وجود داشته که این تعداد شرکت تعاونی دارای ۹۰۳۱۷ نفر عضو و قابلیت ایجاد اشتغال به میزان ۱۳۴۷۱۸ نفر را دارا بوده‌اند. این تعداد تعاونی سهمی معادل ۲۸/۸۲٪ از کل شرکتهای تعاونی تحت پوشش بخش تعاون را به خود اختصاص داده‌اند که در بخش نساجی، جرم و پوشاک تعداد ۱۳۶۷ شرکت تعاونی فعال و در دست اجرا با ۲۳۹۷۹ نفر عضو و ۳۴۳۹۹ نفر اشتغالزایی وجود دارد که سهمی معادل ۲۲/۴۳٪ از نظر تعداد ۲۶/۵۵٪ از لحاظ اعضا و ۲۵/۵۳٪ را از نظر اشتغالزایی دارا می‌باشد.

از سوی دیگر با مقایسه تعداد تعاونیهای فعال در سالهای ۷۹ و ۸۰ در بخش موردنظر، تعداد تعاونی از ۸۲۵ واحد در سال ۷۹ به ۱۰۹۰ واحد در سال ۸۰ رسیده که از ۳۲ درصد رشد برخوردار می‌باشد و نیز قابل ذکر است که این درصد در مقایسه با سایر گرایش‌های صنعتی بخش تعاون دارای بیشترین درصد رشد است. همچنین در زمینه اشتغالزایی نیز درصد رشد در سال ۸۰ نسبت به سال ۷۹ به مقدار ۶۰ می‌باشد که همچنان نسبت به سایر گرایش‌های صنعت رتبه اول را به خود اختصاص داده است و این موضوع حاکی از آن است که در سال ۸۰

قدیمی و کاربر هستند و کسانی که در نظر دارند با وارد کردن ماشین‌های جدید (استفاده بیشتر از سرمایه) کارآیی خود را افزایش دهند، کاهش هزینه‌های کار و اداری در کاهش قیمت پارچه و در مقابل افزایش تقاضا و به دنبال آن افزایش عرضه و احتمالاً صادرات ضروری به نظر می‌رسد.

از بعد جایگزینی واردات، هرچند کشور توانسته گام‌های بلندی در جایگزینی واردات محصولات نهایی (مانند پارچه) بردارد ولی موفقیت چندانی در جایگزینی واردات نهاده‌های تولید پارچه حاصل نشده است. این وابستگی به خصوص در واردات مواد اولیه و ماشین‌آلات محسوس است که موجب کاهش امکان داشتن مزیت نسبی در صادرات پارچه می‌شود. به ویژه آنکه در مراحل رشد، هر اقتصاد سعی خواهد کرد بعد از جایگزینی واردات و اشباع بازارهای داخلی به بازارهای خارجی وارد شود. برای تحقق این هدف علاوه بر استفاده بیشتر و کاراتر از نهاده‌های داخلی، اعمال برنامه‌های تحقیق و توسعه در ارتقا کیفیت محصولات داخلی نیز نقش مهمی دارد.

شایسته است در مورد سرمایه‌گذاری در بخش نساجی با توجه به توانایی طرف تقاضا در داخل و ناتوانی در تشویق صادرات و نیز با توجه به امکانات عرضه داخلی، سرمایه‌گذاری جدید با توجه به بافت تقاضا برای پارچه در خارج از مرزهای کشور تنها به منظور تشویق صادرات صورت گیرد. این کار خود در گرو داشتن منابع ارزی لازم به ویژه برای واردات ماشین‌آلات و برنامه‌های تحقیق و توسعه در طراحی، بازاریابی و فروش می‌باشد.

منابع و مأخذ:

- ۱- کتاب بررسی تطبیقی شیوه‌های صادرات در چند کشور منتخب
- ۲- سالنامه آماری سال ۸۰
- ۳- سمپوروم تخصصی نساجی، تهران، ۱۷ مهر ۸۱
- ۴- گزارش‌های دفتر آمار و اطلاعات وزارت تعاون



□ در بخش نساجی، چرم و پوشاک تعداد ۱۳۶۷ شرکت تعاونی فعال و در دست اجرا با ۲۳۹۷۹ نفر عضو و ۳۴۳۹۹ نفر اشتغالزایی وجود دارد که سهمی معادل ۲۲/۴۳٪ از نظر تعداد ۲۶/۵۵٪ از لحاظ اعضا و ۲۵/۵۳٪ را از نظر اشتغالزایی دارا می‌باشد. □

دارد زیرا سهم پایین ارزش افزوده تولید صنعتی در تولید ناخالص داخلی، سهم ناچیز صنایع سرمایه‌ای به ویژه ماشین‌آلات و تجهیزات کارخانه‌ای در تولید صنعتی، سهم محدود صنایع واسطه‌ای صنعتی و عدم حضور و فقدان توان رقابت باعث عدم توسعه در بخش صنعت نساجی شده است.

همچنین وابستگی شدید فرآیند تولید صنعتی به داده‌های اولیه خارجی، روند رو به رشد فرسودگی ماشین‌آلات موجود و محدودیت فعالیتهای مربوط به بازسازی و جایگزینی آنها، پایین بودن سطح اطلاعات فنی در تولید صنعتی، مدیریت ضعیف و کارآیی محدود در سازماندهی صنعتی کشور، ساختار نامناسب مالی، وجود بیسودی گسترده در میان نیروی کار، متناسب نبودن درآمد و هزینه زندگی کارگران و نبود انگیزه کار برای مدیران و پرسنل از موانع پیشرفت صنعت کشور به ویژه در بخش صنعت نساجی می‌باشد.

پیشنهادات

از آنجا که ترکیب نهاده‌ها در تولید منسوجات به طور چشمگیری تغییر کرده است. به طوری که سهم سرمایه در حال افزایش است و سهم کار در حال کاهش و واحدهای تولیدی پارچه در ایران غالباً

تمایل به سرمایه‌گذاری در این گرایش و در بخش تعاون نسبت به سایر گرایش‌های صنعتی افزایش یافته است. از جمله دلایل این مهم، حمایت‌های دولت و توجه بیشتر مسؤولان در سالهای اخیر به این صنعت و نیز تحول در بازار مصرف است که ناشی از تنوع تولید و نیز افزایش کیفیت محصول می‌باشد. امید است با ایجاد مؤسسات بانکی و صندوقهای حمایتی اختصاصی بخش تعاون و نیز اقدام در جهت کاهش نرخ بهره بانکی با هدف مزیت‌سازی فعالیت تعاونیهای تولیدی و تأمین منابع لازم مالی جهت رفع مشکل نقدینگی واحدهای تولیدی و استفاده بهینه از ظرفیتهای موجود تولیدات، شاهد پیشرفت و ارتقا روزافزون صنعت نساجی در کشور باشیم.

بررسی برخی تنگناها و مشکلات

صنعت نساجی

۱- تنگناهای بخش صنعت نساجی عبارتند از کاهش ضریب اطمینان سرمایه‌گذاران، کاهش بهره‌وری و وابستگی این بخش به نوسانات درآمدهای نفتی و تنگناهای اقتصادی - اجتماعی و نیز رشد بیکاری که با فشارهای تورمی همراه شده است. ساختار صنایع کشور بافتی توسعه نیافته