

صنعت پوشاک برای اقتصاد کشور آینده‌ساز است

اشاره:

صنعت نساجی و پوشاک از حیث ارزش افزوده بالا، ایجاد فرصت‌های اشتغال فراوان و ارزآوری برای اقتصاد ملی، جایز اهمیت است. این صنعت می‌تواند از رشد و پویایی لازم برخوردار گردد و مطابق با تقاضای روزافزون بازارهای جهانی، از گستردگی بازار فروش و صادرات بهره‌مند گردد. با این وجود صنایع نساجی و پوشاک ایران با مشکلات فرایند‌های روبه‌رو هستند که مانع از بقای نقطن اساسی آنها در اقتصاد ملی به ویژه صادرات غیرنفتی شده است.

در زمینه مشکلات فرازاه صنعت نساجی و پوشاک ایران، راه‌حل‌های رفع این موانع و رشد صادرات پوشاک کشور، خبرنگار نشریه «بزرگانی‌های بازرگانی» با مهرداد منجم‌نورد، مدیرعامل شرکتی که عمده‌ری را در این حرفه گذرانده و اینک دبیر انجمن صنایع نساجی ایران است، گفت‌وگویی دارد که با هم می‌خوانیم.

وی که ۲۳ سال در صنعت نساجی سابقه فعالیت دارد، مدیر مسئول نشریه «صنعت نساجی» نیز می‌باشد.

بزرگترین رقیب در بازار پوشاک و منسوجات، چین است. قیمت تمام‌شده پوشاک ایران نسبت به کشورهای یادشده به ویژه چین، بسیار بالا است.

جدول ضرایب تولید منسوجات و پوشاک ایران در سال گذشته نشان می‌دهد جنسی که در ترکیه یا پاکستان به قیمت یک دلار تولید می‌شود، در ایران یک دلار و ۶۵ سنت می‌باشد.

در سال جاری این رقم فراتر رفته، زیرا عوارض مترتب بر تولید پوشاک و منسوجات، قیمت تمام‌شده آنها را افزایش داده است. با این وصف پوشاک ایران قابل رقابت با تولیدات دیگر

اختصاص داشت. در سال گذشته نیز با ۵۶ درصد کاهش ارزش صادرات پوشاک و منسوجات نسبت به سال ۱۳۷۶ مواجه شدیم.

■ چه عواملی باعث کاهش صادرات منسوجات و پوشاک ایران شده است؟

□ عمده‌ترین عامل کاهش صادرات پوشاک ایران، قیمت آن است. در بازارهای جهانی، کشورهای ترکیه، پاکستان، چین، هنگ‌کنگ، تایلند و تایوان که در زمینه رقابت در صنعت نساجی و پوشاک، جایگاه ویژه‌ای دارند، از رقبای ایران محسوب می‌شوند.

■ در حال حاضر پوشاک ایران در بازارهای جهانی چه وضعیتی دارد؟

□ صنعت پوشاک در نقطه‌ای است که می‌تواند صنعت نساجی ایران را نجات دهد. تقویت صنعت پوشاک مزایای زیادی دارد. گذشته از آنکه فرصت‌های اشتغال بسیاری را ایجاد می‌کند، از نظر ارزآوری و فعالیت‌های جنبی نیز اولویت دارد. در حال حاضر صنعت پوشاک ایران در بازارهای جهانی جایگاهی ندارد.

ارقام نشان می‌دهد ارزش معاملات پوشاک و منسوجات جهان سالانه ۳۴۵ میلیارد دلار است، اما از این رقم در سال ۷۶ حدود ۳۲۸ میلیون دلار به ایران

کشورها نیست. از آنجا که صنعت پوشاک برای اقتصاد کشور آینده ساز است، پیشنهاد شده است که اگر دولت نمی تواند هزینه های اضافی مترتب بر این صنعت را حذف کند، پیمان سپاری، صادرات پوشاک و منسوجات را از میان بردارد. چنانچه پیمان ارزی برای صادرات محصولات صنعت نساجی حذف نشود، این صنعت زیر بار هزینه های اضافی توان مقاومت را از دست خواهد داد.

■ چه عوامل دیگری در ضعف بنیة رقابت پوشاک ایران در بازارهای جهانی اثر دارد و چرا صادرکنندگان ایرانی نمی توانند با تجار ترک رقابت نمایند، با توجه به

آنکه فشارهای تورمی در اقتصاد ترکیه نیز وجود دارد؟

۱] صادرکنندگان کشورهایی چون ترکیه، تمامی ارز حاصل از صادرات خود را در اختیار دارند و آن را به مصرف واردات اقلام موردنیازشان می رسانند. در صورتی که صادرکنندگان پوشاک و دیگر کالاها در ایران ارز حاصل از صادرات کالاها خود را به قیمت غیرواقعی با نام واریزنامه و حداقل ۱۷ درصد کمتر از نرخ ارز منشأ خارجی برای واردات کالاها واگذار یا خود از آن استفاده می کنند.

بر اساس مقررات سهل و آسان و عملکرد سریع اداری، حقوق و عوارض گمرکی واردات مواد اولیه برای تولید کالاهای صادراتی در ترکیه به صادرکنندگان پس داده می شود، در حالی که در کشور ما با پیچیدگی مقررات و تشریفات زاید اداری عملاً وصول آن نه تنها برای صادرکنندگان پوشاک بلکه

برای صادرکنندگان تمام کالاهای غیرنفتی مقدور نیست.

برای صادرکنندگان پوشاک در کشورمان، تشویق صادراتی وجود ندارد، در حالی که در ترکیه و دیگر کشورها برای صادرات کالا به طور تصاعدی نسبت به ارزش صادرات، تشویق صادراتی منظور می شود و هر مقدار ارزش صادرات افزون تر باشد، نسبت تشویق های صادراتی بیشتر خواهد بود.

○ جدول ضرایب تولید منسوجات و پوشاک نشان می دهد که در سال گذشته جنسی که در ترکیه یا پاکستان به قیمت یک دلار تولید شده، در ایران به بهای یک دلار و ۶۵ سنت تولید گردید. به لحاظ عوارض مترتب بر پوشاک و منسوجات، این قیمت در سال جاری باز هم افزایش یافته است.

صرف نظر از مشکلات تولید، و هزینه های سربار آن، می توان نتیجه گرفت قیمت مواد اولیه وارداتی برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی ۲۴ درصد گران تر از هزینه آن برای تولیدکننده کالاهای مشابه در ترکیه می باشد. علاوه بر آن صادرکننده ایرانی برای فروش ارز صادراتی خود در واقع ۱۷ درصد ارزش آن را برای واردات کالا هزینه می کند.

به عبارت دیگر کالاهای صنعتی مانند پوشاک که از ایران صادر می شود، در مقام مقایسه با همان کالا که در ترکیه تولید و صادر می شود، حدوداً ۴۱ درصد گران تر است.

ماشین آلات نساجی که در ایران برای تولید پارچه به کار می رود، بسیار کهنه و خارج از رده است. در نتیجه کیفیت پارچه های پوشاک ایران با استانداردهای جهانی تفاوت دارد. به طور مثال در آغاز پیروزی انقلاب

اسلامی، ایران دارای ۱/۲ میلیون دوک تولید نخ بود، در صورتی که ترکیه یک میلیون دوک داشت. امروز ترکیه ۷ میلیون دوک تولید نخ آخرین مدل دارد، در صورتی که در ایران ۱/۴ میلیون دوک وجود دارد که ۱/۲ میلیون دوک آن مربوط به دوره قبل از پیروزی انقلاب اسلامی است.

به طور معمول ماشین آلات نساجی باید در هر دوره ۸ ساله تعویض شوند،

زیرا پس از این مدت هزینه ببری غیرمترتارف آن شروع می شود. ترکیه از زمان پیروزی انقلاب اسلامی در ایران تا امروز سه بار ماشین آلات

ریسندگی و بافندگی (نساجی) خود را تعویض کرده است.

ذکر این نکته ضروری است که در سال ۱۳۷۶ حدود ۲۹۸ میلیون دلار به صنعت نساجی ارز تزریق شده و این صنعت توانست از رهگذر این پول ۳۲۸ میلیون دلار صادرات داشته باشد و ارز به کشور وارد کند. این ارقام یک تراز مثبت ۵ تا ۶ درصدی را نشان می دهد.

از محل ۲۹۸ میلیون دلار ارز دولتی، رنگ، پشم، ابریشم، انواع صابون برای شویندگی و انواع مواد تکمیلی برای فرش دستباف وارد شده و از رهگذر بافت و صادرات فرش نیز ۶۵۰ میلیون دلار ارز وارد کشور شد.

در واقع صنعت فرش دستباف نیز از ارز تزریقی به صنعت نساجی کشور (۲۹۸ میلیون دلار) ارتزاق کرد. با این حساب از واردات مواد اولیه موردنیاز صنعت نساجی در نهایت حدود یک میلیارد دلار ارز نصیب اقتصاد کشور شد.

پارچه‌های هر فروشگاه خارجی است که به البسه مبدل می‌شوند.

مناطق آزاد می‌تواند محل مناسبی برای اسکان کارخانه‌های نساجی و تولید پوشاک باشد. اما مشکلات مبتلابه این مناطق این امر را غیرممکن ساخته است. چندین واحد صنعتی در زمینه

نساجی و تولید

پوشاک سعی

کرده‌اند واحدهای

خود را در تشم،

کیش و چابهار

متمرکز نمایند ولی

گرفتاری‌های

کارگری در این

مناطق حسایز

اهمیت است.

صنعت نساجی و

پوشاک، کارگیر می‌باشد و تأمین نیروی

کار متخصص آن مهم است. در مناطق

آزاد نمی‌توان به نیروی کار متخصص که

بتواند پارچه و البسه صادراتی تولید کند،

دست یافت.

در مناطق آزاد، اشتغال به کارهای

ساده و راحت رواج دارد و نیروی کار

حاضر به انجام کارهایی که به تخصص

نیاز دارد، نیست.

پوشاک تولیدی در مناطق آزاد چین

که جنبه صادراتی دارد، به اندازه‌ای ارزان

است که کمتر کشوری می‌تواند با آن

رقابت کند. برای مثال قیمت تمام‌شده

دکمه‌های یک پیراهن در ایران شاید

بیشتر از قیمت عرضه شده یک پیراهن

چینی در بازار عربستان سعودی باشد.

■ آیا کیفیت پوشاک ایرانی مورد

توجه بازارهای خارجی می‌باشد؟

□ در اکثر مواقع کیفیت پوشاک ایران

حتی مورد پسند مصرف‌کنندگان داخلی

نیز نمی‌باشد. البته نباید تصور کرد که

کیفیت پوشاک ایرانی پایین است، اما با

شدن به بازار هدف در صنعت پوشاک وجود دارد که می‌توان آنها را مشکلات بیرونی نامید.

برای مثال روابط ایران با دیگر

کشورها که باید از سوی دولت تسهیل

شود، اما مشکلات درونی را باید

تولیدکنندگان و صادرکنندگان حل کنند.

○ با ماشین‌آلات کنونی صنایع نساجی نمی‌توان پوشاکي بهتر تولید کرد. در استانداردهای جهانی میزان آبرفتگی پارچه بیشتر از ۳/۰ درصد قابل قبول نیست، اما در پوشاک ایران ۴ تا ۷ درصد آبرفتگی مشاهده می‌شود که به هیچ‌وجه موردپسند مصرف‌کننده خارجی نمی‌باشد. قوانین مانع از ورود ماشین‌آلات موردنیاز برای رفع این نقیصه است.

صادرکنندگان ایرانی باید یاد بگیرند

برای خود یک سازمان صادراتی ایجاد

کنند و مانند دیگر کشورهای جهان

تشکل‌های صادراتی داشته باشند.

دولت باید کار صادرات پوشاک و

دیگر کالاهای صنعتی را به بخش

خصوصی بسپارد و این بخش را پیوسته

تقویت کند.

■ آیا مناطق آزاد ایران می‌تواند

محلی برای صادرات کالاهای نساجی و

پوشاک باشد؟

□ در اصل مناطق آزاد با فکر

پردازش صادرات به‌وجود آمد، اما اکنون

به محل واردات صنایع الکترونیک و

پارچه تبدیل شده است.

میزان ورود غیرمجاز پارچه از این

مناطق بسیار زیاد است. از سوی دیگر

صدور مجوزهای موردی برای واردات

پارچه، صنعت نساجی را با نابودی

مواجه کرده است. با مجوز موردی در

سطح وسیعی انواع پارچه خارجی وارد

کشور می‌شود. امروزه ۷۰ درصد

یک بررسی نشان می‌دهد که صنعت نساجی و پوشاک به راحتی می‌تواند تا ۵ برابر ارزش دریافتی خود از محل صادرات محصولاتش ارزش وارد کشور کند. این در حالی است که ماشین‌آلات کهنه و مشکلات مبتلابه این صنعت، همچنان زیاد است.

■ برای

دستیابی به

بازارهای جدید و

نزدیک شدن به

بازار هدف در

صنعت پوشاک چه

باید کرد؟

□ اگر بخواهیم

به بازار هدف

نزدیک شویم و

بازارهای جدیدی را

برای صادرات پوشاک به دست آوریم،

باید ابتدا مشکلات داخلی صنعت

نساجی و پوشاک حل شود. باید قیمت

تمام‌شده پوشاک ایران کاهش یابد،

ماشین‌آلات نساجی و تولید پوشاک به

ماشین‌آلات جدید مطابق با

استانداردهای جهانی تبدیل شود و

هزینه‌های اضافی و سریار حذف گردد.

حل مشکلات یادشده این مزیت را

دارد که در بازارهای مختلف می‌توان با

منسوجات و پوشاک چین، ترکیه،

پاکستان و... به رقابت پرداخت و

جایگاهی برای صنعت پوشاک ایران

ایجاد کرد.

در حال حاضر ایران در بازار جهانی

۳۴۵ میلیارد دلاری پوشاک هیچ

جایگاهی ندارد. باید مشکلات درونی

کارخانه‌های نساجی حل شود. این

مشکلات از طریق صاحبان صنعت بهتر

حل می‌شود.

البته مشکلات دیگری در سر راه

به دست آوردن بازارهای جدید و نزدیک

امکانات کنونی ماشین‌آلات نساجی و تولید پوشاک، نمی‌توان بهتر از این تولید کرد. در قوانین و استانداردهای جهانی یک پیراهن نباید بیشتر از ۳/۰ درصد آبرفتگی داشته باشد، در صورتی که در ایران به دلیل نبود ماشین‌جولوگیری‌کننده از این امر، از ۴ تا ۷ درصد آبرفتگی در یک پیراهن را مشاهده می‌کنیم.

این پیراهن شاید در بازار داخلی مورد استفاده باشد، ولی در بازارهای خارجی به هیچ وجه مورد پسند مصرف‌کننده نیست. این در حالی است

که قوانین و مقررات نیز مانع از ورود ماشین‌آلات مورد نیاز برای رفع این نقیصه است.

در ایران برای وجین پنبه و انتقال آن به کارخانه‌های نساجی از گونی‌های پروبیلن استفاده می‌شود. این گونی‌ها سفید و هم‌رنگ پنبه است. الیاف این گونی‌ها داخل پنبه می‌شود و پنبه هنگام حلاجی با این الیاف مخلوط می‌گردد و نخ حاصل از آن هنگام رنگرزی به صورت «دورنگ» جلوه می‌کند. به هیچ طریقی نیز نمی‌توان الیاف پروبیلن را از پنبه جدا کرد. در نتیجه پارچه حاصل از چنین نخی، وقتی به البسه تبدیل شود،

مشکل رنگ دارد و کیفیت البسه را پایین می‌آورد. چنین البسه‌ای قادر به رقابت در بازارهای خارجی نیست.

در دنیا به رنگ توجه خاصی می‌شود و هسمواره از استفاده از رنگ‌های بیماری‌زا پرهیز می‌شود و با کنترل شدید از مصرف آن جلوگیری می‌شود. اما در ایران هنوز بدون آنکه خودمان متوجه

صادرات این کالا اطلاعات کافی داشته باشند و ماشین‌آلات تولید منسوجات و پوشاک روزآورد شوند. مشکلات اداری فراراه صادرات پوشاک باید از بین برود و برای ورود به بازارهای جهانی، بازاریابی و تبلیغات در سطح وسیعی صورت گیرد. در صادرات پوشاک باید اعتماد خریدار را جلب کرد.

دولت باید موانع دست‌وپاگیر را از بخش تولید حذف کند تا صادرات انجام شود، زیرا صادرات برآیند تولید است. دولت باید صادرکننده و

○ در آغاز پیروزی انقلاب اسلامی ایران ۱/۲ میلیون دوک تولید نخ و ترکیه یک میلیون دوک تولید نخ در اختیار داشت. اما امروز ایران ۱/۴ میلیون و ترکیه ۷ میلیون دوک تولید نخ آفرین مدل در اختیار دارد. ترکیه در بیست سال اخیر سه بار ماشین‌آلات ریسندگی و بافندگی‌اش را تعویض کرده است.

تولیدکننده را به حال خود رها کند تا آنان راه تولید و صادرات را پیدا کنند. صادرکننده پوشاک باید خود بازار فروش تولیداتش را پیدا کند و دولت نباید بازارهای خاصی را به صادرکننده تحمیل کند.

باشیم از این رنگ‌ها استفاده می‌شود.

■ وضعیت صادرات پوشاک ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

□ به‌طور کلی صادرات پوشاک ایران باید ساماندهی شود. به‌نظر می‌رسد باید مرکز توسعه صادرات ایران را به عنوان یک مرکز تصمیم‌گیری قبول کرد و آن را متولی صادرات در نظر گرفت.

در این مرکز فعالیت‌های مثبتی در زمینه انواع کالاهای غیرنفتی از جمله پوشاک انجام شده است، اما این فعالیت‌ها هنوز کافی نیست.

برای صادرات پوشاک باید از صفر شروع کرد. کارگر و مدیر باید در زمینه

با انتخاب

N.K.K.K.

کالای دریاقتی نمایان نشان نشان نشان نشان

معتبرترین شرکت بازرسی در خاور دور
تأیید شده توسط

بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
و مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران
خیابان خردمند شمالی، شماره ۱۲۵، صندوق پستی: ۴۵۸۴-۱۴۱۵۵
تلفن: ۲۱-۸۲۷۶۲۰-۳ و ۸۲۷۵۹۰-۱-۳ تلکس: ۲۱۳۳۱۹ RHBNI IR
فکس: ۸۸۲۰۲۷۶ پست الکترونیکی: tehran@rahbanan.dpir.com



Nippon Kaiji Kentei Kyokai
International Inspection &
Surveying Organization



شرکت راهبانان
حمل و نقل بین‌المللی و نمایندگی کشتیرانی
(با مسئولیت محدود)