

## ORIGINAL ARTICLE

# Value chain development model of Iran's textile and clothing industry

Ahmad Tashkini<sup>1\*</sup>, Afsaneh Shafiei<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Associate professor, Institute for Trade and Studies Research, Tehran, Iran.

<sup>2</sup> Associate professor, Institute for Trade and Studies Research, Tehran, Iran.

### Correspondence

Ahmad Tashkini

Email: atashkini@gmail.com

### ABSTRACT

This article's objectives are to assess the current state of the textile and apparel industry's value chain by breaking it down into its component parts, identify industry challenges based on its various subsectors, and offer solutions for the industry's development and completion of its value chain in order to increase its competitiveness. This industry can be considered important due to its low capital intensity and ability to meet all three of the country's goals of industrial production, development (employment), and foreign exchange; Its 8.2% share of industrial enterprises (10 employees and above), 7.3% share of industrial employment, and 3.5% share of fixed capital formation demonstrate this. The study's conclusions demonstrate that the main issues facing Iran's textile and apparel sector are related to the value chain's fragility as well as the inadequacies of the regulations that are supposed to encourage it. The development of the textile and clothing industries in Iran is facilitated by policies and executive mechanisms that include re-engineering the value chain's structure to maximize the benefits of internal content, facilitating the transfer of technology and equipment to this sector, and outfitting it with ancillary and support services. This is what recommended in this article.

### KEYWORDS

Value chain, textile and clothing industry, industrial production, Job Generation and Export.

**JEL Classification:** L52, L51, L50.

### How to cite

Tashkini, A. & Shafiei, A. (2024). Value chain development model of Iran's textile and clothing industry. *Industrial Economics Researches*, 7(26), 17-32.

نشریه علمی

پژوهش‌های اقتصاد صنعتی

«مقاله پژوهشی»

## الگوی توسعه زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک ایران

احمد تشکینی<sup>۱\*</sup>، افسانه شفیعی<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف این مقاله تحلیل وضعیت زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک به تفکیک اجزا، استخراج چالش‌های صنعت نساجی و پوشاک برحسب زیربخش‌های مختلف آن و ارائه راهکارهای توسعه و تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک به منظور بهبود توان رقابت‌پذیری این صنعت می‌باشد. سهم ۸.۲ درصدی از بنگاه‌های صنعتی (۱۰ نفر کارکن به بالا)، سهم ۷.۳ درصدی از اشتغال صنعتی و سهم ۳.۵ درصدی از تشکیل سرمایه ثابت نشان می‌دهد این صنعت را می‌توان در زمره صنایع مهم با سرمایه‌بری پایین برشمرد که همزمان قادر است هر سه هدف تولید صنعتی، توسعه‌ای (اشتغال‌زایی) و ارزآوری کشور را تامین نماید. نتایج مطالعه نشان می‌دهد مهمترین چالش صنعت نساجی و پوشاک ایران را باید در ضعف زنجیره ارزش و همچنین نقایص ناظر بر قوانین و مقررات پشتیبان ارتقای زنجیره ارزش در این صنعت جستجو کرد. در این راستا سیاست‌ها و سازوکارهای اجرایی برای توسعه صنایع نساجی و پوشاک در ایران شامل بازمهندسی ساختار زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک با حداکثر بهره‌مندی از محتوای داخلی، حمایت از انتقال فناوری و تجهیزات به این حوزه و تجهیز آن با خدمات جانبی و پشتیبان پیشنهاد شده است.

### واژه‌های کلیدی

زنجیره ارزش، صنعت نساجی و پوشاک، تولید صنعتی، بهره‌وری، اشتغال‌زایی و صادرات.

طبقه‌بندی JEL: L52, L51, L50

<sup>۱</sup> دانشیار موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران، ایران.  
<sup>۲</sup> دانشیار موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران، ایران.

نویسنده مسئول:

احمد تشکینی

رایانامه: atashkini@gmail.com

استناد به این مقاله:

تشکینی، احمد و شفیعی، افسانه. (۱۴۰۲). الگوی توسعه زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک ایران. ۱۷-۳۲، (۲۶)۷.

## مقدمه

رشته‌فعالیت تولید منسوجات و پوشاک از جمله صنایع کلیدی در مراحل آغازین توسعه صنعتی به‌شمار می‌رود. ضمن اینکه پتانسیل تولید پنبه (الیاف طبیعی) و سابقه تامین نیاز داخل و ظرفیت‌های کنونی صنعت پتروشیمی (الیاف مصنوعی)، انتظار جایگاه رقابت‌پذیر را برای محصولات این صنعت در هر دو بازار داخلی و خارجی رقم می‌زند. تولید نساجی و پوشاک در ایران با دو مزیت در بخش منابع مواجه است: اول ظرفیت بسیار بالای نیروی انسانی و دوم توسعه صنایع پتروشیمی در کشور. با وجود این دو مزیت نسبی انتظار می‌رود تولید محصولات نساجی و پوشاک در ایران به نسبت بسیاری دیگر از کشورها اقتصادی‌تر شود. با این حال، درخصوص مزیت‌های برشمرده چند ملاحظه جدی وجود دارد که می‌تواند توان رقابت‌پذیری ایران در بازار محصولات نساجی و پوشاک را به‌صورت منفی تحت‌تاثیر قرار دهد.

درحال حاضر در صنعت نساجی و پوشاک کشور تقریباً تمامی حلقه‌های زنجیره ارزش (قبل، حین و پس از تولید) با مشکل مواجه است. این صنعت به‌واسطه فشارهای ناشی از افزایش هزینه‌های دسترسی به مواد اولیه کشاورزی (به‌واسطه افزایش نرخ ارز و محدودیت‌های فنی واردات پنبه) و هزینه‌های تامین مواد اولیه شیمیایی به‌ویژه در دوران تحریم با افزایش شدید هزینه‌ها مواجه شد. ضمن اینکه فرسودگی ماشین‌آلات تولید منسوجات طی دوره تحریم عاملی برای افت شدید بهره‌وری در این صنعت بود. مجموع این عوامل منجر به کاهش توان تولید و رقابت‌پذیری در این رشته فعالیت گردید و سهم آن را از ارزش افزوده و ارزش ستانده صنعتی کاهش داد.

در این راستا هدف این مقاله تحلیل وضعیت زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک به تفکیک اجزا، استخراج چالش‌های صنعت نساجی و پوشاک برحسب زیربخش‌های مختلف آن‌ها و ارائه راهکارهای توسعه و تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک به‌منظور بهبود توان رقابت‌پذیری این صنعت می‌باشد. ضمن آنکه قلمرو کالایی کلیه محصولات نساجی و پوشاک در زنجیره تولیدات صنایع پوشاک از مرحله ریسندگی، بافندگی، رنگرزی، چاپ و تکمیل و تولید پوشاک می‌باشد. سوالات اصلی که مقاله بدان پاسخگویی بدانهاست شامل موارد زیر است:

۱. جایگاه صنعت نساجی ایران و ساختار بازار آن چگونه است؟
۲. وضعیت زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک ایران چگونه است؟
۳. وضعیت تراز ارزی صنعت نساجی و پوشاک ایران چگونه است؟

۴. مسائل استراتژیک صنعت نساجی و پوشاک ایران کدامند؟
  ۵. راهبردهای و سازوکارهای توسعه زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک ایران کدامند؟
- بر این اساس مقاله در شش بخش شامل چارچوب نظری، جایگاه صنعت نساجی و پوشاک در اقتصاد داخل و جهانی، تراز ارزی صنایع نساجی و پوشاک کشور، مسائل استراتژیک صنعت نساجی و پوشاک و راهبردها و سازوکارها تهیه و تنظیم شده است. شایان ذکر است جنبه نوآوری این مقاله نسبت به دیگر مطالعات را می‌توان در رویکرد اقتصادی موضوع در راستای توسعه و تکمیل زنجیره ارزش، ارائه آمارهای اقتصادی حوزه نساجی و پوشاک، تحلیل محیط و چالش‌های صنعت و ارائه راهبردهای مشخص برای توسعه این صنعت دانست.

## ۱. چارچوب نظری توسعه رقابت‌پذیری در مسیر توسعه و تکمیل زنجیره ارزش

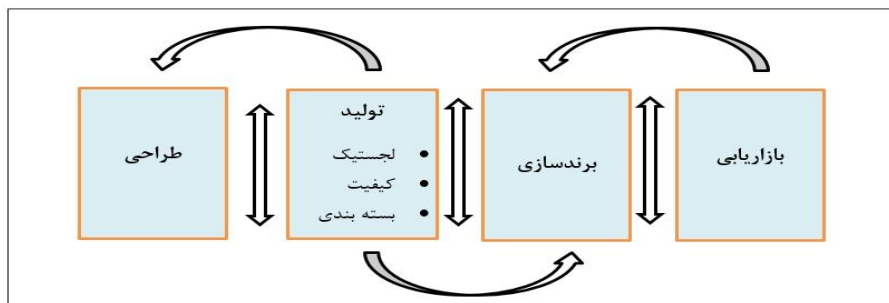
به‌طور کلی رقابت‌پذیری را می‌توان توانایی و عملکرد یک شرکت، یک بخش اقتصادی یا یک کشور در افزایش سهم از فروش و عرضه کالاها و خدمات در یک بازار در مقایسه با دیگر شرکت‌ها، زیربخش‌ها و کشورهای حاضر در همان بازار تعریف کرد. از سوی دیگر «زنجیره ارزش» مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی است که در یک صنعت خاص به‌منظور ارائه کالای ارزشمند برای بازار انجام می‌شود. زنجیره ارزش ابزاری برای درک بهتر مزیت رقابتی بنگاه، تشخیص محل‌های ارزش‌افزا یا کاهنده هزینه‌ها و شناخت کامل‌تر تعامل بنگاه با فروشندگان و مشتریان و سایر بنگاه‌ها در صنعت محسوب می‌گردد. با توجه به نوع زنجیره ارزش، توسعه آن به روش‌های گوناگونی قابل انجام است که تمامی این روش‌ها در چهار گروه قابل طبقه‌بندی است:

- **اول: ارتقای فرایندی**<sup>۱</sup>: افزایش کیفیت فرایندها از طریق بهبود ساختار تولید و توزیع به‌گونه‌ای که بنگاه به‌طور مؤثری بهتر از رقبا عمل نمایند. فرایندها می‌تواند شامل فرایندهای داخلی نظیر گردش سرمایه و ضایعات و فرایندهای درون زنجیره نظیر تحویل به‌موقع با هزینه کمتر باشد.

- **دوم. ارتقای محصولی**<sup>۲</sup>: شامل طراحی، ساخت و توزیع محصول جدید با ارزش افزوده بیشتر و یا بهبود محصولات قبلی با سرعت بیشتر نسبت به رقبا است. این امر شامل تغییر فرایند توسعه محصول هم از نظر فرایندهای داخلی و هم از نظر ارتباط بین حلقه‌های مختلف است.

– **سوم. ارتقای عملکردی<sup>۱</sup>:** شامل افزایش ارزش افزوده از طریق ابداع، راه اندازی و تغییر فعالیت‌های کسب و کار نظیر برون سپاری، لجستیک، و غیره و یا حرکت و تمرکز بر فعالیت‌های دیگر زنجیره (از طراحی تا تولید) است.

– **چهارم. ارتقای زنجیره<sup>۲</sup>:** شامل حرکت به سمت یک زنجیره ارزش جدید است. برای نمونه می‌توان به حرکت شرکت‌های ایتالیایی از تولید محصولات نساجی به تولید ماشین‌آلات نساجی اشاره کرد.



شکل ۱. ارتقای عملکردی در یک زنجیره ارزش

مأخذ: Kaplinsky and Morris 2001

**جدول ۱.** بررسی تطبیقی ارزش بازار در زنجیره نساجی و پوشاک جهان و ایران - واحد: میلیارد دلار

سهم ایران از جهان (درصد)	ایران (متوسط ۲۰۱۹-۲۰۱۷)	جهان (۲۰۱۹)	ارزش بازار
۰.۵	۷	۱۴۰۰	پوشاک
۰.۸	۳۸*	۲۰۰	منسوجات خانگی و کالای خواب
		۲۴۰	منسوجات تکنیکال
۰.۴۸	۰.۲۴	۵۰	منسوجات بی‌بافت
۰.۵۸	۱۱.۰۴	۱۸۹۰	کل

مأخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت

\* ۱۸ میلیارد دلار برآورد ارزش بازار انواع کفپوش از منسوجات خانگی می‌باشد.

### ب. سهم از ارزش مصرف جهانی

به لحاظ مصرف در زنجیره نساجی و پوشاک نیز آمارها مجدداً موید اهمیت بالای این صنعت است. طبق جدول (۲) ارقام سهم ایران از مصرف جهانی زنجیره نساجی و پوشاک نیز اندکی بهتر از عملکرد آن از منظر تولید است. معنای دیگر این امر آن است که در ایران بازار مصرف مناسبی برای محصولات نساجی و پوشاک وجود دارد که خود می‌تواند محرک تولید باشد.

## ۲. جایگاه صنعت نساجی و پوشاک در اقتصاد داخل و جهانی

### ۱-۱-۲. جایگاه صنایع نساجی و پوشاک در اقتصاد ایران

صنعت نساجی و پوشاک مطابق آمار ۱۳۹۸ مرکز ملی آمار؛ سهم ۷ درصدی از بنگاه‌های صنعتی (۱۰ نفر کارکن به بالا) و سهم ۶.۵ درصدی از اشتغال صنعتی کشور را به خود اختصاص داده است. آمار عملکرد مذکور درحالی مورد توجه قرار می‌گیرد که به لحاظ سهم از تشکیل سرمایه ثابت، سهم این رشته فعالیت از کل بخش صنعت، تنها ۳.۵ درصد می‌باشد. به لحاظ توان ارزآوری نیز این صنعت در زمره صنایع با قدرت ارزآوری بالا به‌شمار می‌رود. با این توصیف، صنایع نساجی و پوشاک را می‌توان در زمره صنایع مهم با سرمایه‌بری پایین برشمرد که همزمان قادر است هر سه هدف تولید صنعتی، توسعه‌ای (اشتغال‌زایی) و ارزآوری را در کشور تامین نماید.

### ۲-۱-۲. جایگاه صنایع نساجی و پوشاک ایران در جهان

#### الف. سهم از ارزش بازار جهانی

صنعت نساجی و پوشاک جهان با ارزش بازاری بالغ بر ۱۸۰۰ میلیارد دلار از جمله مهمترین صنایع کارخانه‌ای در جهان به‌شمار می‌رود. دربرابر این رقم عملکرد، ارزش بازار نساجی و پوشاک در ایران (به غیر از چرم و کفش و مصنوعات چرمی و انواع کیسه و گونی) ۱۱ میلیارد دلار برآورد می‌گردد (جدول ۱).

**جدول ۲. مقایسه تطبیقی مصرف در زنجیره نساجی و پوشاک ایران و جهان، ۲۰۱۹ - واحد هزارتن**

حلقه در زنجیره	اجزا	واحد سنجش	جهان	ایران	سهم ایران از جهان (درصد)
پوشاک	انواع پوشاک	میلیارد دلار	۱۴۰۰	۷	۰.۵
منسوجات نهایی	منسوجات خانگی و کالای خواب (غیر از کفپوش) منسوجات تکنیکال و صنعتی	میلیارد دلار	۲۰۰	۲	۱
پارچه	انواع پارچه تار پودی و حلقوی	هزارتن	۹۴۰۰۰	۶۷۶	۰.۷
نخ	انواع نخ ریسیده شده و فیلامنت	هزارتن	۹۲۰۰۰	*۱۰۸۷	۱.۲
الیاف	انواع الیاف کوتاه و بلند	هزارتن	۵۷۰۰۰	**۶۷۷	۱.۲

ماخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت \* از ۱۰۸۷ هزارتن نخ مصرفی ۵۱۳ هزارتن در زنجیره نساجی و پوشاک (غیر از کفپوش) استفاده می‌گردد.

\*\* از ۶۷۷ هزارتن الیاف، ۲۷۰ هزارتن در زنجیره نساجی و پوشاک (غیر از کفپوش) استفاده می‌گردد.

**ج. سهم از تجارت در بازارهای جهانی**

نیز طبق جدول (۳)، در مقایسه با میزان سهم ایران از مصرف نساجی و پوشاک جهان، عملکرد صادراتی جایگاه ضعیف‌تری را برای این اقتصاد متصور می‌سازد.

به لحاظ جایگاه ایران در بازارهای صادراتی صنایع نساجی و پوشاک

**جدول ۳. مقایسه تطبیقی میزان صادرات در زنجیره نساجی و پوشاک ایران و جهان - واحد میلیون دلار**

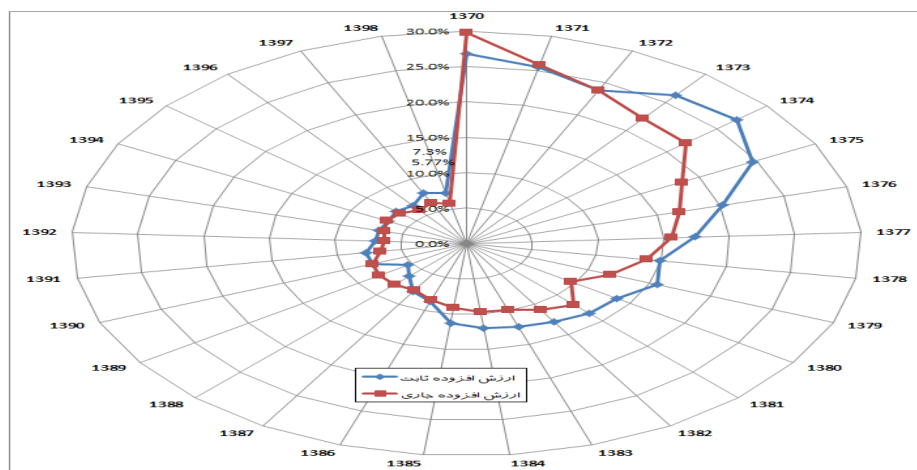
شرح	۲۰۱۵		۲۰۲۰	
	جهان	ایران	سهم (درصد)	جهان
نساجی	۲۸۸۵۱۰	۸۱۸	۰.۳	۳۲۸۱۱۴
پوشاک	۴۵۳۳۹۱	۴۸	۰.۰۱	۴۴۸۹۶۱
کل	۷۴۱۹۰۱	۸۶۶	۰.۱	۷۷۷۰۷۵

ماخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت

است. به لحاظ عملکرد اقتصادی این صنعت در طول زمان، نگاه به شاخص‌های عملکردی این صنعت اگرچه حاکی از روند نزولی این صنعت در مقایسه با پتانسیل‌های موجود کشور است، همچنان با بهره‌مندی از سهم ۷ درصدی از مجموع تولید صنعتی همچنان در زمره صنایع کلیدی به‌شمار می‌رود.

**۲-۱-۳. تولید و مصرف صنایع نساجی و پوشاک**

صنایع نساجی و پوشاک کشور با تعداد ۵۷۳۹ واحد تولیدی (۲۰۲۷ واحد بالای ۱۰ نفر کارکن)، سهم ۷ درصدی از مجموع بنگاه‌های فعال در صنعت را در مقایسه با سایر صنایع به خود اختصاص داده



نمودار ۱. سهم صنایع نساجی و پوشاک از ارزش‌افزوده صنعتی کشور برحسب ارقام جاری و ثابت (۱۳۹۰) - واحد: درصد

تن، انواع نخ ۵۲۰ هزار تن، انواع پارچه ۴۸۷ هزار تن، انواع پوشاک ۳۹۰ هزار تن، و سایر منسوجات (صنعتی، تکنیکال، کالای خواب و خانگی غیر از انواع کفپوش) ۱۹۵ هزار تن می‌باشد. طبق جدول (۴) بسیاری از حلقه‌های تولید دخیل در زنجیره نساجی و پوشاک، ضریب وابستگی غیرصفر بوده و از حلقه‌ای به حلقه دیگر متغیر است. این به معنای ناترازی در زنجیره تامین و تولید صنایع نساجی و پوشاک می‌باشد. بخشی از این ناترازی مربوط به عدم سرمایه‌گذاری در مقیاس صنعتی، عدم بازسازی و نوسازی و تفاوت ظرفیت‌سازی‌های صورت گرفته است که توازن آن می‌بایستی در برنامه‌های عملیاتی لحاظ گردد.

طبق نمودار، صنایع نساجی و پوشاک در حال حاضر از سهم ۷ درصدی از ارزش افزوده صنعتی کشور برخوردار است. این سهم در مقابل سهم ۳ درصدی این صنعت از مواد اولیه مصرفی بخش صنعت، عملکرد قابل توجهی است. شایان ذکر است از دلایل افول سهم این صنعت می‌توان به فشارهای ناشی از افزایش هزینه‌های دسترسی به مواد اولیه کشاورزی و هزینه‌های تامین مواد اولیه شیمیایی به‌ویژه در دوران تحریم، فرسودگی ماشین‌آلات تولید منسوجات اشاره کرد.

#### ۲-۱-۴. تولید و مصرف صنایع نساجی و پوشاک

عملکرد تولید در زنجیره صنایع نساجی و پوشاک (غیر از انواع کفپوش و پتو) طی دوره متوسط سه سال ۹۹-۱۳۹۷ در انواع الیاف ۱۵۰ هزار

جدول ۴. وضعیت تولید و مصرف در زنجیره صنایع نساجی و پوشاک

گروه فعالیت	واحد سنجش	تولید	نیاز فعلی	نیاز برنامه در سال ۱۴۰۴	درصد وابستگی
پوشاک	انواع پوشاک	هزارتن	۳۹۰	۴۵۰	۱۳
سایر منسوجات نهایی	منسوجات خانگی (غیر از کفپوش)، کالای خواب، منسوجات صنعتی و تکنیکال	هزارتن	۱۹۵	۲۰۰	۲.۵
پارچه	پارچه تار پودی و حلقوی	هزارتن	۴۸۷	۶۷۸	۲۸
نخ	نخ فیلامنت، نخ سیستم پنبه ای و الیاف مصنوعی، نخ اکریلیک پوشاک، نخ سیستم پشمی و فاستونی، اسپندکس	هزارتن	۴۸۱	۷۱۲	۳۲
الیاف	پنبه، پلی‌استر نوع پنبه‌ای، ویسکوز، اکریلیک، تاپس پشم و پلی‌استر	هزارتن	۱۵۰	۴۵۰	۶۷

ماخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰۰)

پنبه و ویسکوز بیشترین وابستگی وجود دارد و نیاز به توسعه، سرمایه‌گذاری‌های جدید و جهش در تولید ضروری می‌نماید.

#### ۳. تراز ارزی صنایع نساجی و پوشاک کشور

##### ۳-۱. صادرات صنایع نساجی و پوشاک

در سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۵ به لحاظ ترکیب ارزشی محصولات صادراتی در این صنایع نیز موارد به صورت جدول ۸ قرار دارد.

با توجه به نیاز بازار در زنجیره تولیدات نساجی و پوشاک و با نگاه استراتژیک به توسعه صنعت پوشاک به عنوان صنعت اشتغال‌زا با کمترین هزینه سرمایه‌گذاری و قدرت ارزآوری بالا در بخش‌های مختلف پیش از تولید (تحقیق و توسعه، طراحی و مد، برندو...)، تولید انواع پوشاک (علی‌الخصوص البسه تار پودی) و پس از تولید (بازارپردازی، بازاریابی، توزیع و فروش و خدمات پس از فروش)، تولید انواع پارچه‌های تار پودی، انواع نخ سیستم پنبه‌ای و الیاف مصنوعی (علی‌الخصوص نخ‌های ظریف)، نخ اسپندکس، الیاف

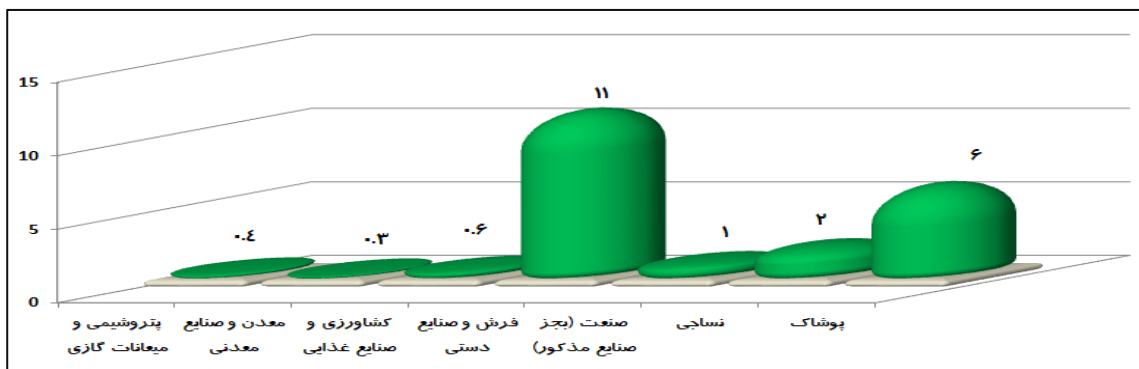
جدول ۸. عملکرد صادرات صنایع نساجی و پوشاک به تفکیک (۱۴۰۰-۱۳۹۵)

سال	واحد	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰
الیاف	میلیون دلار	۵۸	۷۳	۶۷	۴۲	۳۹	۶۷
نخ	میلیون دلار	۶۴	۱۰۵	۱۱۶	۳۷	۴۰	۴۲
پارچه	میلیون دلار	۴۳	۵۸	۷۲	۵۷	۴۰	۴۲
پوشاک	میلیون دلار	۴۸	۵۳	۶۴	۵۹	۱۱۳	۸۳

ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

مهمی است. در نمودار ۵ مقایسه‌ای از ارزش هر کیلوگرم به دلار کالای صادراتی این صنعت با سایر صنایع صورت گرفته است.

به لحاظ درآمدهای ارزی نیز صنعت نساجی و پوشاک ایران به‌ویژه طی سال‌های اخیر اگرچه به لحاظ رقم کل یک صنعت ضعیف صادراتی است، اما به لحاظ ظرفیت‌های بالقوه ارزی (که از محاسبه ارزش هر کیلوگرم به دلار محصول صادراتی به دست می‌آید)، صنعت



**نمودار ۵.** مقایسه تطبیقی ارزش واحد هر کیلوگرم کالای صادراتی در صنایع نساجی و پوشاک با سایر صنایع  
 ماخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت

ایران، با وجود ظرفیت تولیدی برشمرده، در رابطه با پارچه به میزان ۷۷۳ میلیون دلار و ۱۴۶ هزار تن واردات داشته است که نسبت به سال ۱۳۹۵ برحسب ارزش به میزان ۲۴۵ درصد و برحسب مقدار به میزان ۲۱۰ درصد افزایش داشته است (جداول ۹ و ۱۰).

طبق نمودار، ارزش نسبی کالای صادراتی در صنایع پوشاک و نساجی در مقایسه با سایر صنایع منبع‌پایه بسیار بالاتر است. این رقم عملکرد مبین ظرفیت‌های بالقوه این صنعت برای ارزآوری در صورت سیاست‌گذاری صحیح می‌باشد.

### ۲-۳. واردات صنایع نساجی و پوشاک

در بخش «وارداتی» باید عنوان داشت که صنعت نساجی و پوشاک

**جدول ۹.** عملکرد واردات صنایع نساجی و پوشاک به تفکیک (۱۳۹۵-۱۴۰۰)

سال	واحد	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰
الیاف	میلیون دلار	۴۹۸	۵۸۹	۵۵۴	۶۴۳	۵۱۱	۶۰۲
نخ	میلیون دلار	۳۲۲	۳۱۷	۲۳۲	۴۴۰	۲۴۳	۳۰۱
پارچه	میلیون دلار	۲۷۷	۲۸۰	۱۲۵	۲۱۶	۳۵۰	۷۷۳
پوشاک	میلیون دلار	۶۱	۵۸	۱۴	۲	۹	۳

ماخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰۰)

**جدول ۱۰.** عملکرد واردات صنایع نساجی و پوشاک به تفکیک (۱۳۹۵-۱۴۰۰)

سال	واحد	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰
الیاف	هزارتن	۲۵۵	۲۵۸	۲۲۴	۲۷۵	۲۴۰	۲۲۰
نخ	هزارتن	۱۶۳	۱۶۵	۹۸	۱۷۸	۱۰۶	۱۱۶
پارچه	هزارتن	۴۷	۵۴	۲۲	۳۶	۷۳	۱۴۶
پوشاک	هزارتن	۶	۴	۰.۸	۰.۰۴	۰.۱	۰.۱

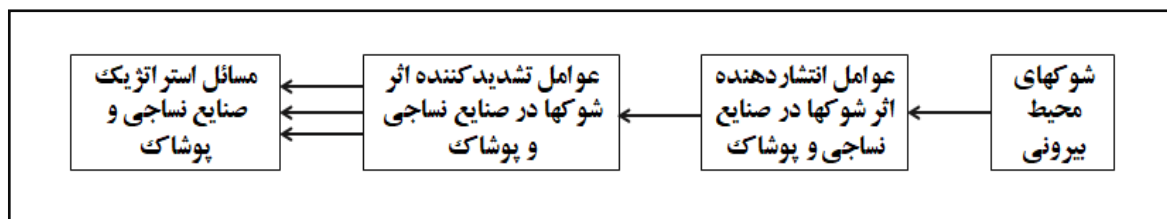
ماخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰۰)

ضروری است به هنگام تبیین مسائل، موارد در قالب یک نظام علت و معلولی بیان شوند. ضمناً باید به این نکته توجه داشت که برخی مسائل نشات گرفته از موضوعات تحت کنترل بنگاه‌ها است و برخی دیگر نتیجه تکانه‌های بیرونی (اعم از محیطی و سیاستی) است. با این توصیف، ابتدا به منظور طبقه‌بندی مسائل، نسبت به انجام طبقه‌بندی به صورت موارد مندرج در نمودار ۶ اقدام می‌گردد:

به این ترتیب، نامناسب بودن رابطه مبادله پارچه در برابر سایر اجزای موجود در زنجیره، مبین آن است که در صورت عدم سیاست‌گذاری مناسب، این وابستگی وارداتی می‌تواند به چالشی ساختاری مبدل شود.

#### ۴. مسائل استراتژیک صنعت نساجی و پوشاک

مسائل اصلی صنایع نساجی و پوشاک در ایران متعدد هستند و برخی از آن‌ها زمینه‌ساز مسائل دیگر در این صنعت می‌باشد. لذا



نمودار ۶. نظام طبقه‌بندی مسائل استراتژیک صنایع نساجی و پوشاک و عوامل موثر بر آن

**ب. هزینه تمام شده بالای محصولات برای مشتریان.** یکی از مهمترین معضلات محصولات صنایع نساجی و پوشاک کشور هزینه تمام شده بالای محصولات است که بخشی از آن را نه در سطح تولیدکننده که می‌باید در مرحله توزیع ردیابی کرد. در واقع، نقایص حاکم بر شبکه‌های توزیعی و همچنین ضعف شفافیت اطلاعات منجر به آن می‌شود که هزینه تمام شده محصولات نساجی و پوشاک برای مصرف‌کنندگان نهایی در سطح بالایی قرار گیرد.

**ج. توان محدود موقعیت‌یابی در بازارهای جهانی.** چالش دیگر عملکرد صنایع نساجی و پوشاک در کشور، کاهش توان رقابت‌پذیری محصولات به لحاظ قیمت تمام شده و کیفیت (اعم از استانداردهای فنی و تنوع محصولات) است. تاثیر این مساله در بازارهای صادراتی و توان رقابت محصولات این صنعت در برابر کالاهای خارجی وارد می‌شود. ضمناً باید توجه داشت کاهش ارزش ریال در برابر ارزهای خارجی تا حدی جبران‌کننده کاهش توان رقابت‌پذیری این صنعت در بازارهای خارجی بوده است. اما اصل مشکل را نمی‌تواند حل کند.

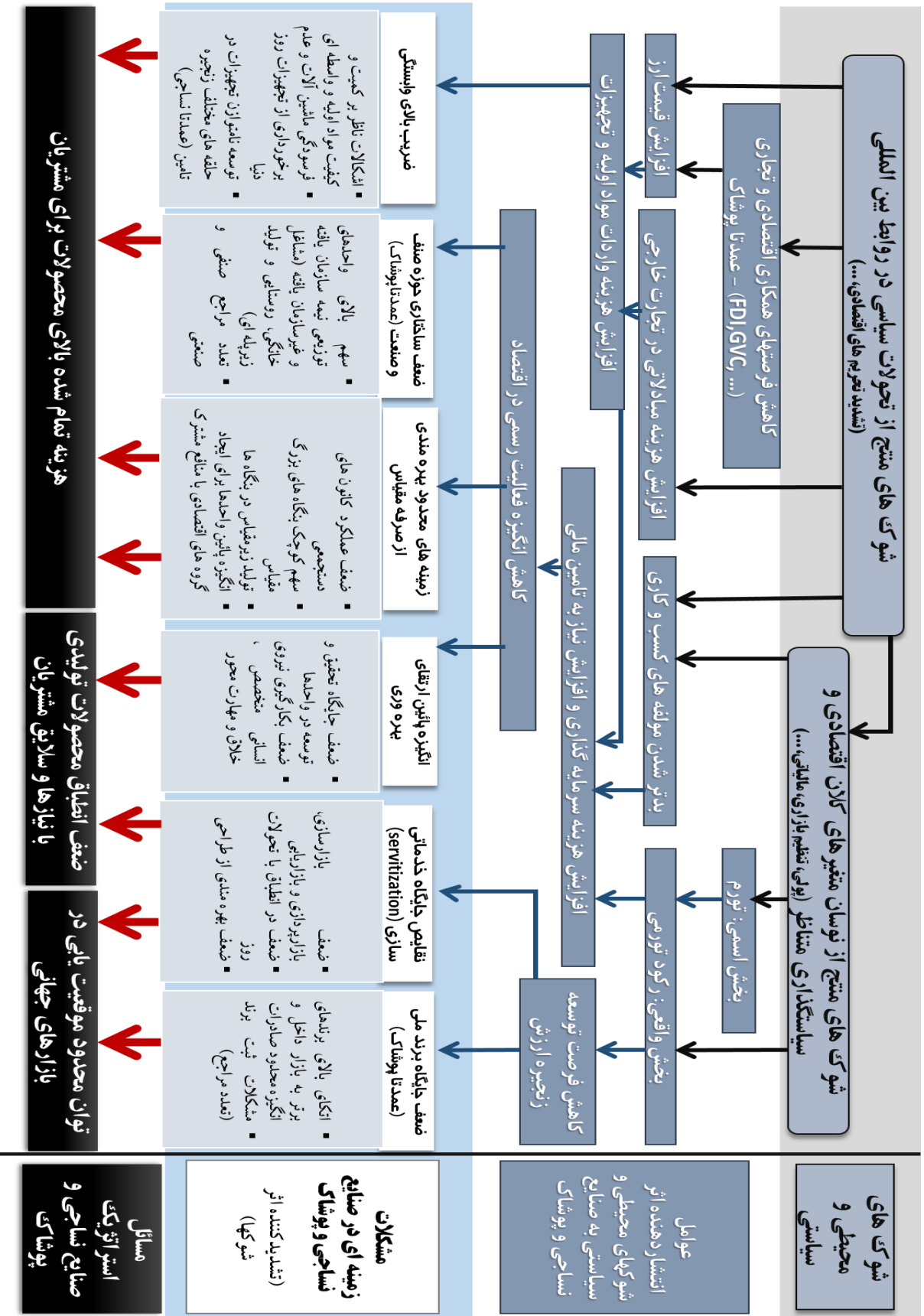
با عنایت به نظام برشمرده، مجموعه‌ای از مهمترین عوامل تاثیرگذار بر عملکرد صنایع نساجی و پوشاک به ترتیب مندرج در نمودار ۷ نمایش داده شده است که در ادامه به تفکیک به بررسی هرکدام پرداخته شده است.

#### ۴-۱. مسائل استراتژیک صنایع نساجی و پوشاک

«مسائل استراتژیک صنایع نساجی و پوشاک» که برونداد اثر: ۱- شوک‌های محیطی، ۲- عوامل انتشاردهنده و ۳- عوامل تشدیدکننده اثر شوک‌هاست، در سه محور به صورت زیر قابل بیان است:

**الف. ضعف انطباق محصولات تولیدی با نیازها و سلیقه مشتریان.** بخش عمده تولیدات صنایع نساجی و پوشاک در قالب محصولات خانگی نساجی و پوشاک می‌باشد که به شدت وابسته به طراحی و نوع مواد به کار رفته در آن می‌باشد. این درحالی است که به واسطه ضعف به‌کارگیری ظرفیت‌های طراحی و توسعه در این صنعت و بسیاری دیگر از عوامل، درحال حاضر امکان بهره‌مندی کامل از بازار بالقوه داخلی وجود نداشته و بخش مهمی از آن به نفع رقبای خارجی (قاچاق و غیرقاچاق) از دست می‌رود.





ب) «عوامل انتشاردهنده اثرنوسانات محیط کلان اقتصادی» بر صنایع نساجی و پوشاک. مهمترین این عوامل عبارتند از رکود اقتصادی و کاهش اندازه تقاضای موجود، شتاب تورم هزینه‌های سرمایه‌گذاری در صنایع نساجی و پوشاک و کاهش انگیزه فعالیت در این صنعت و بدتر شدن مولفه‌های کسب‌وکاری و افزایش هزینه‌های مبادلاتی در تجارت خارجی که در نتیجه این موارد، تابع عرضه محصولات نساجی و پوشاک در کشور به لحاظ قیمتی کم‌کشش‌تر می‌شود. به عبارتی، هر قدر قیمت افزایش یابد قدرت عمل تولیدکنندگان برای افزایش متناسب تولید کمتر می‌شود.

۴-۳. عوامل تشدیدکننده اثر تکانه‌های بیرونی: این عوامل به عنوان مشکلات زمینه‌ای حاکم بر صنایع نساجی و پوشاک مورد توجه قرار گرفته و در طول زمان شکل گرفته‌اند. مهمترین این مشکلات به شرح جدول (۱۱) می‌باشد:

۴-۲. عوامل انتشاردهنده اثر تکانه‌های بیرونی: در این ارتباط دو عامل اصلی به عنوان محرک‌های بروز تکانه در سیستم قابل تبیین است: الف- شوک‌های ناشی از تحولات سیاسی در روابط بین‌المللی (تشدید تحریم‌های بین‌المللی) و ب- شوک‌های منتج از نوسان متغیرهای اقتصادی (اعم از متغیرهای اسمی، واقعی و کسب‌وکاری).

الف) «عوامل انتشاردهنده اثر تشدید تحریم‌های بین‌المللی» بر صنایع نساجی و پوشاک. این عوامل عبارتند از افزایش هزینه سرمایه‌گذاری و افزایش نیاز به تامین مالی، بدتر شدن مولفه‌های کسب‌وکاری و افزایش هزینه‌های مبادلاتی تجارت خارجی که در نتیجه این موارد، از یک‌سو هزینه واردات اجزاء، قطعات و تجهیزات مورد نیاز صنایع نساجی و پوشاک افزایش می‌یابد و از سوی دیگر انگیزه سرمایه‌گذاری جدید در این صنایع کاهش می‌یابد.

جدول ۱۱. عوامل تشدیدکننده اثر تکانه‌های بیرونی بر صنایع نساجی و پوشاک

موفه‌ها	دلایل شکل‌گیری	پیامدهای حاصله
زمینه‌های محدود بهره‌مندی از صرفه‌های مقیاس	<ul style="list-style-type: none"> <li>پراکندگی واحدهای نساجی و پوشاک در کشور و ضعف عملکردهای دستجمعی: کانون‌های دستجمعی و فرآیندهای مشترک</li> <li>سهم کوچک بنگاه‌های بزرگ مقیاس</li> <li>ماهیت پراکنده تولید و فروش به لحاظ آمایشی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>هزینه تمام‌شده بالای محصولات</li> </ul>
ضعف جایگاه برند ملی	<ul style="list-style-type: none"> <li>انکای بالای برندهای برتر به بازار داخل و انگیزه محدود صادراتی</li> <li>انگیزه پایین واحدها برای ایجاد گروه‌های اقتصادی با منافع مشترک</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>توان محدود موقعیت‌یابی در بازارهای جهانی</li> </ul>
نقایص جایگاه خدماتی‌سازی (servitization)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ضعف بازارپردازی و بازاریابی</li> <li>مشکلات ثبت برند (تعدد مراجع)</li> <li>ضعف در انطباق با تحولات روز</li> <li>ضعف بهره‌مندی از طراحی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ضعف انطباق محصولات تولیدی با نیازها و سلیقه مشتریان</li> </ul>
انگیزه پایین ارتقای بهره‌وری	<ul style="list-style-type: none"> <li>ضعف جایگاه تحقیق و توسعه در واحدها</li> <li>ضعف به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص، خلاق و مهارت‌محور</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>هزینه تمام‌شده بالای محصولات برای مشتریان</li> <li>ضعف انطباق محصولات تولیدی با نیازها و سلیقه مشتریان</li> </ul>
ضعف ساختاری حوزه صنف و صنعت	<ul style="list-style-type: none"> <li>ضعف رقابت و انگیزه پایین بهینه‌سازی</li> <li>سهم بالای واحدهای توزیعی نیمه سازمان یافته و غیر سازمان یافته</li> <li>تعدد مراجع صنفی و صنعتی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>هزینه تمام‌شده بالای محصولات برای مشتریان</li> </ul>
ضریب بالای وابستگی	<ul style="list-style-type: none"> <li>حاکمیت فضای غیررقابتی در برخی حلقه‌های زنجیره و نتیجتاً عدم توازن در توزیع سود در زنجیره فولاد</li> <li>اشکالات ناظر بر کمیت و کیفیت زنجیره تامین مواد اولیه و ملزومات مورد نیاز نساجی و پوشاک</li> <li>فرسودگی ماشین‌آلات و عدم برخورداری از تجهیزات روز دنیا</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تشدید ناترازی در حلقه‌های مختلف محصولات معدنی و نساجی و پوشاک</li> <li>هزینه تمام‌شده بالای محصولات برای مشتریان</li> </ul>

**۵. راهبردها**

با توجه به مجموعه چالش‌های ترسیم شده در بخش مسائل، راهبردهای صنعت نساجی و پوشاک را می‌توان در ۶ محور به شرح جدول ۱۲ طبقه‌بندی نمود.

مجموع عوامل برشمرده از مجرای افزایش آسیب‌پذیری و هزینه‌های تولید صنایع نساجی و پوشاک، نقایص ناظر بر پیچیدگی فضای محصولی در صنعت مذکور و ... مسائل استراتژیک مطروحه را به بار می‌آورند.

**جدول ۱۲. مجموعه راهبردهای صنعت نساجی و پوشاک**

توضیحات	راهبردها
پیگیری این راهبرد در راستای تحقق برنامه‌های کاهش قیمت محصولات نساجی و پوشاک و تضمین جریان مستمر عرضه محصولات این صنعت ضرورت دارد. چراکه اولین تاثیر قیمت‌های جهانی و ارز در زنجیره تامین و عرضه آن دسته صناعی رخ می‌دهد که وابستگی وارداتی دارند. به منظور اجرایی‌سازی این راهبرد، ضروری است اقدامات در دو محور برنامه‌ریزی شود: (الف) استفاده از ابزارهای تجاری در راستای تحریک عمق ساخت داخل در زنجیره تامین (ب) بازمهندسی ساختار بنگاهی و سرمایه‌گذاری در طول زنجیره تامین و تولید	ساماندهی، تکمیل و توسعه زنجیره تامین صنایع نساجی و پوشاک با حداکثر بهره‌مندی از محتوای داخلی
توسعه زنجیره ارزش یک مفهوم چندبعدی است که یکی مهمترین ابعاد آن موضوع کیفی است و بعد دیگر مربوط به خدمات متصل به تولید است. در رابطه با بعد اول که کیفیت محصولات را در برمی‌گیرد، ضروری است به ویژگی‌های محصولی (کارکرد و تنوع) پرداخته شود. در رابطه با بعد دوم نیز انواعی از خدمات متصل به تولید (اعم از بازاریابی، بسته‌بندی، طراحی، تحقیق و توسعه، خدمات پس از فروش و گارانتی) مورد نظر قرار گرفته می‌شود. این امر نه تنها در طول زنجیره ارزش محصولات تقویت شوند، بلکه از طریق آنها اطمینان حاصل شود که اندازه بازار محصولات ساخت داخل افزایش یافته است.	تعمیق و توسعه زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک برحسب مولفه‌های کیفی و فرایندی
انتظام‌بخشی به واحدهای تولیدکننده محصولات راهبرد مهمی است که از طریق آن می‌توان نسبت به تشدید رقابت در شبکه عرضه محصولات اطمینان حاصل کرد. در پیگیری این راهبرد می‌باید به دو موارد توجه شود: (الف) خوشه‌سازی و شبکه‌سازی واحدهای تولیدکننده و عرضه‌کننده برحسب مولفه‌های مقیاس و آمایشی (ب) افزایش ضریب عملیاتی در واحدهای تولیدی و توزیعی اجزا و مجموعه‌های نساجی و پوشاک (ج) برقراری سازوکارهای خودنظارتی در زنجیره تامین و توزیع کالاها به منظور ممانعت از بروز رویه‌های غیرمنصفانه	بازمهندسی ساختار صنایع نساجی و پوشاک برحسب ملاحظات مقیاس
با پیگیری این راهبرد سمت تقاضای محصولات نساجی و پوشاک، تحت مدیریت و انتظام‌بخشی درمی‌آید. اهمیت این مساله از آنجاست که در حال حاضر به سبب فشار ناشی از کالاهای قاچاق در بخش نساجی و پوشاک و گرایش بسیاری از افراد به خرید کالاهای خارجی، امکان برنامه‌ریزی و مدیریت تقاضا در این صنعت ضعیف می‌شود. ضمن آنکه به سبب غیرمنسجم بودن قراردادهای قطعه‌سازی، امکان بهره‌مندی از صرفه‌های مقیاس برای تولید قطعات با فناوری بالا و پرهزینه در این صنعت کاهش می‌یابد. به منظور تحقق این راهبرد، ضروری است برنامه‌ها در دو محور طراحی شوند: (الف) تحریک و توسعه تقاضای بازار داخل در بخش محصولات نهایی (ب) سازماندهی تقاضا به ویژه در بخش پوشاک	تحریک و توسعه تقاضا برای تولیدات داخلی صنایع نساجی و پوشاک
با عنایت به ضرورت بهبود توان ارزآوری صنعت نساجی و پوشاک و کاهش وابستگی آن به تامین ارز از سایر منابع، ضروری است این راهبرد نیز پیگیری گردد. در اجرایی‌سازی این راهبرد، باید به دو موضوع به طور همزمان پرداخته شود: (الف) افزایش قدرت بازاری تولیدات ایرانی از طریق عرضه تحت چتر برندهای قدرتمند (ب) ارتقای توان جایابی شرکت‌های نساجی و پوشاک در زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای از طریق انعقاد تفاهم‌نامه	افزایش تنوع در ترکیب سبب صادراتی و مقاصد صادراتی
ارتقای توانمندی‌های فناورانه یکی از مهمترین ابزارهای ایجاد همپایی میان صنعت نساجی ایران و رقبای خارجی است. در این ارتباط ضروری است به مسیر حرکت ارتقای توانمندی‌های فناورانه براساس نوع فناوری (پشتیبانی‌کننده) و یا (تحول‌زا) به ترتیبی که در بخش ۲ بدان اشاره شود، توجه شود. بدیهی است در گام اول نیاز به فناوری‌های پشتیبانی‌کننده است تا آثار افزایش هزینه‌ها تقلیل یابد و سپس با بهره‌مندی از فناوری‌های تحول‌زا مانند فناوری‌های انقلاب صنعتی چهارم، زمینه مقابله با تهدیدات بیرونی و بهره‌مندی از فرصت‌های بیرونی مهیا گردد.	ارتقای توانمندی‌های فناورانه و نیروی انسانی در واحدها

## ۶. سازوکارها

زیست‌بوم صنایع نساجی و پوشاک شامل تعامل «شرکت‌های نساجی و پوشاک»، «شرکت‌های معدنی»، «صنایع متقاضی»، «شرکت‌های دانش‌بنیان» و «مراجع متولی زیرساخت‌های شبکه‌ای» است. مهمترین نهادهای فعال در این زیست‌بوم عبارت از: ۱- بازار کالاهای نهایی و قطعات، ۲- بازار بورس کالایی (مواد اولیه و واسطه‌ای)، ۳- بازارهای جهانی، ۴- بازار مالی و ۵- دولت (به‌عنوان نابازار) می‌باشند. سیاست‌های اصلاحی با بهره‌مندی از ظرفیت نهادهای برشمرده و مبتنی بر پنج گروه ابزار اصلی به شرح موارد زیر اعمال می‌گردد:

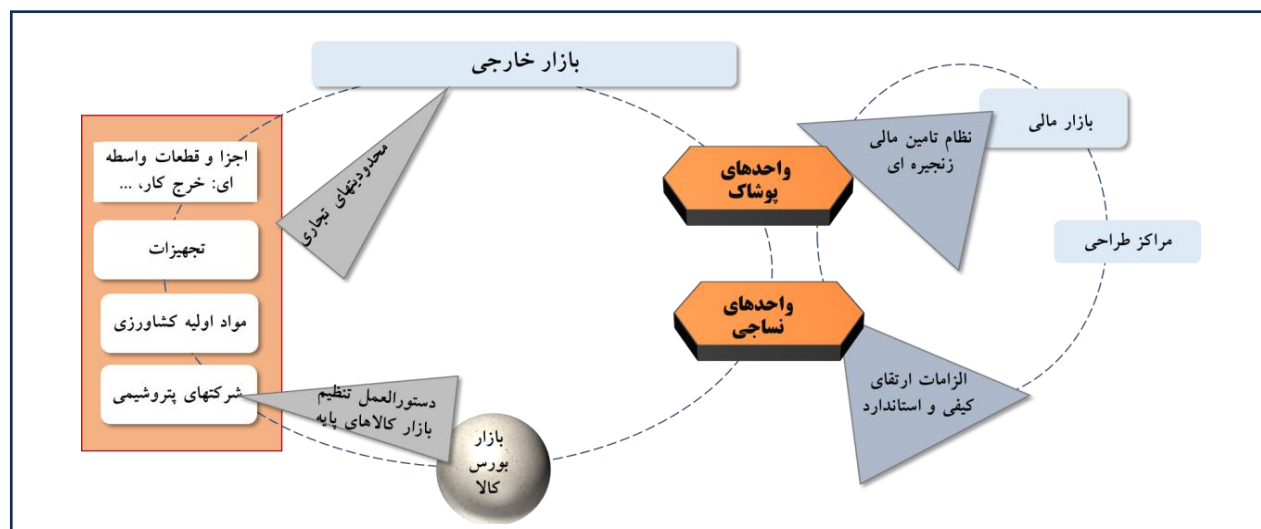
الف. ابزارهای اطلاعاتی: ارتقای شفافیت در بازار با رصدپذیر کردن زنجیره و بازنگری در نظام تعیین قیمت‌ها  
ب. ابزارهای تجاری: استفاده هوشمند از ابزارهای تجاری

عوارض صادراتی و تعرفه وارداتی) در راستای نظام‌بخشی به زنجیره فولاد

ج. ابزارهای پولی: توسعه نظام تامین مالی زنجیره‌ای

د. ابزارهای مالی: تنظیم حدود سودجویی با ابزار مالیاتی

متقاضیان صنعتی مهم‌ترین نقش را در این زیست‌بوم داشته و با فعالیت آن‌ها مقاصد اقتصادی قابل حصول خواهد بود. کارکرد نهادهای بازاری باید طوری طراحی شود که نفع عامل‌ها در این باشد که به سمت مقاصد و اولویت‌ها حرکت کنند و نهاد دولت (وزارت صنعت، معدن و تجارت در تعامل با سایر دستگاه‌های اجرایی و وزارتخانه‌های ذی‌ربط) وظیفه تنظیم‌گری و تسهیل فعالیت نهادهای بازاری برشمرده را برعهده دارند. در نمودار ۸ ترسیمی از زیست‌بوم صنایع نساجی و پوشاک کشور ارائه شده است.



نمودار ۸. زیست‌بوم صنایع نساجی و پوشاک در ایران با لحاظ اولویت‌های سیاستگذاری

پیگیری گردد. نهایتاً، به عنوان بخش‌های مکمل و پشتیبان این صنعت باید به مراکز طراحی، بازار مالی و مراکز استانداردسازی نیز توجه جدی مبذول شود. سازوکارهای پیش‌بینی شده جهت تحقق راهبردهای مورد نظر (و با اتکا به نهادها و ابزارهای مندرج در نمودار ۸)، به شرح جدول ۱۳ می‌باشد:

طبق نمودار موضوعاتی که می‌باید در بهبود عملکرد زیست‌بوم صنایع نساجی و پوشاک ایران در نظر گرفته شوند مشتمل بر دو بازار مالی و بورس کالایی است. ضمن اینکه در بخش عوامل تولید باید به مواد اولیه پتروشیمی، مواد اولیه کشاورزی، تجهیزات و مواد واسطه‌ای صنعتی (خرج کار، ...) پرداخته شود. در بازارهای خارجی نیز می‌باید برنامه‌های توسعه صادرات و الحاق به زنجیره ارزش

**جدول ۱۳. راهبردها و سازوکارهای اجرایی توسعه صنایع نساجی و پوشاک در ایران**

سازوکارهای اجرایی	راهبرد
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ایجاد گمرکات تخصصی به منظور تسهیل رویه‌های گمرکی با هدف تسریع در تامین مواد اولیه و واسطه‌ای مورد نیاز واحدهای تولیدی</li> <li>■ افزایش رصدپذیری زنجیره تامین (قانون برچسب‌گذاری)</li> <li>■ اعمال محدودیت برای واردات کالاهای مرتبط با زنجیره تامین صنایع نساجی و پوشاک که در زمان تحریم برای اولین بار در کشور تولید شده (نظیر ماشین‌آلات و مواد اولیه پتروشیمی) در صورت تامین نیاز داخل</li> <li>■ اعطای مجوز واردات منسوجات و پوشاک مشروط به صادرات منسوجات و پوشاک و تامین ارز مورد نیاز برای واردات از منبع صادرات منسوجات و پوشاک به میزان سربه سر</li> <li>■ ایجاد بسترهای مورد نیاز جهت بهره‌گیری بنگاه‌های فعال در صنعت نساجی از ابزارهای تامین مالی زنجیره‌ای و ابزارهای نوین موجود در بازار سرمایه</li> </ul>	<p><b>ساماندهی، تکمیل و توسعه زنجیره تامین صنایع نساجی و پوشاک با حداکثر بهره‌مندی از محتوای داخلی</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ توسعه فروش آنلاین تحت برند</li> <li>■ حمایت از توسعه و فعالیت نام‌های تجاری در زنجیره ارزش نساجی و پوشاک</li> <li>■ بروزرسانی و ارتقای سیستم‌های طراحی پوشاک و نساجی و استانداردهای تحقیقات اندامی و سایزبندی</li> <li>■ بهره‌گیری از شرکت‌های دانش‌بنیان و نوآور (استارت‌آپها) برای داخلی‌سازی نرم‌افزارهای تخصصی تامین، طراحی و مد در زنجیره پوشاک و نساجی</li> <li>■ ایجاد پنجره واحد طراحی و تولید نساجی و پوشاک با مشارکت وزارت صمت، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، انجمن‌ها و اتحادیه‌های تولید و صادرات پوشاک با هدف تسریع فرآیند مجوزدهی</li> <li>■ تقویت زنجیره ارزش بنگاه‌ها با استفاده از مواد پیشرفته و ارگانیک در تولید</li> <li>■ مکانیزاسیون فرآیند تولید با به‌کارگیری ERP با چاپ سه بعدی و پرو مجازی</li> <li>■ حمایت از تقویت و راه‌اندازی تحقیق و توسعه در راستای تقویت توان طراحی و توسعه محصول در واحدهای کوچک و متوسط</li> <li>■ مشارکت با شرکت‌های خارجی طراحی و توسعه محصول و استفاده از ظرفیت این شرکت‌ها برای طراحی و تولید محصولات جدید</li> </ul>	<p><b>تعمیق و توسعه زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک برحسب مولفه‌های کیفی و فرایندی</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ساماندهی و ایجاد رویه‌های نظارت بر توزیع و فروش کالاهای ذریع توسط سازمان‌های مربوطه</li> <li>■ حمایت از توسعه بازار کسب‌وکار مدرن از طریق ایجاد فروشگاه‌های تخصصی بزرگ و تقویت شبکه‌های فروش زنجیره‌ای و بورس فروش نساجی و پوشاک</li> <li>■ ساماندهی، طراحی و توسعه خوشه‌های صنفی و صنعتی تخصصی در زنجیره نساجی و پوشاک</li> <li>■ ساماندهی و شبکه‌سازی کارگاه‌های خانگی، جزء و کوچک با تولیدکنندگان بزرگ و برندهای معتبر فعال در زنجیره ارزش</li> <li>■ حمایت از افزایش دسترسی واحدها به پلتفرم‌های نوین مدیریت زنجیره تامین (جهت شناسایی نیاز، تولید و توزیع مواد اولیه</li> <li>■ تقویت همکاری‌های افقی و عمودی در زنجیره ارزش نساجی و پوشاک متناسب با مزیت‌های منطقه‌ای و با تاکید بر حلقه‌های طراحی، تولید و بازاریابی جهت استانداردسازی مقیاس اقتصادی در واحدها</li> <li>■ تجمیع جغرافیایی شرکت‌های فعال در زنجیره ارزش صنعت باهدف تقویت همکاری‌های افقی و عمودی در قالب شهرک‌های صنعتی نساجی و پوشاک</li> <li>■ تشویق ادغام عمودی میان تولیدکنندگان محصولات نساجی و پوشاک و در اولویت قرار دادن این بنگاه‌ها جهت دریافت حمایت‌های دولتی</li> <li>■ حمایت از ادغام و هم‌افزایی واحدهای صنفی کوچک مقیاس جهت رسیدن به مقیاس اقتصادی تولید</li> <li>■ حمایت از توسعه مدل‌های کسب و کار مبتنی بر تولید جمعی (تولید تحت برند صنف برای صنعت) و بنگاه‌های صنفی</li> <li>■ بازطراحی نهاد تنظیم‌گری و مدیریتی صنایع نساجی و پوشاک</li> <li>■ توانمندسازی و احیای واحدهای نیمه‌فعال با هدایت آنها به سمت تولید محصولات دارای کمبود، با فناوری بالا و دارای توجیه فنی و اقتصادی</li> <li>■ توسعه فرایندهای پایین دستی زنجیره ارزش در صورت نساجی از طریق ایجاد پارک‌های تخصصی صنعت نساجی و پوشاک، خوشه‌های صنعتی، کارخانجات نوآوری ویژه صنعت نساجی و نیز قطب‌های رشد صنوف نساجی و پوشاک در نقاط منتخب کشور با تمرکز بر مزیت نسبی و رقابتی منطقه‌ای و ویژگی‌های آمایشی</li> </ul>	<p><b>بازمهندسی ساختار صنایع نساجی و پوشاک برحسب ملاحظات مقیاس</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ حمایت و تسهیل برگزاری جشنواره‌های ملی نساجی و پوشاک بومی در هر فصل</li> <li>■ ممنوعیت خرید هرگونه منسوجات و پوشاک خارجی توسط دولت به طوری که ۱۰۰ درصد محصول خریداری شده می‌بایست ساخت داخل باشد.</li> <li>■ فرهنگ‌سازی و بازآفرینی هویت ایرانی اسلامی در طراحی و تولید پوشاک با تاکید بر پوشاک محلی و قومیتی</li> <li>■ تحریک تقاضای داخلی از طریق توسعه سازوکارهای تامین مالی صنایع نساجی و پوشاک با تاکید بر نظام زنجیره‌ای و کارت خرید اعتباری</li> </ul>	<p><b>تحریک و توسعه تقاضا برای تولیدات داخلی صنایع نساجی و پوشاک</b></p>

سازوکارهای اجرایی	راهبرد
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ حمایت از برگزاری رویدادها (هفته‌های مد) و نمایشگاه‌های تخصصی داخلی و بین‌المللی</li> <li>■ ایجاد کنسرسیوم صادراتی و حمایت از توسعه شرکت‌های خدمات مدیریت صادرات و بازاریابی</li> <li>■ حمایت از ایجاد و توسعه سکوه‌های دائمی فروش در کشورهای همسایه (مرکز تجارت بین‌الملل)</li> <li>■ افزایش دسترسی به بازارهای صادراتی از طریق بهره‌مندی از ظرفیت موافقت‌نامه‌های منطقه‌ای دو و چندجانبه جاری (مانند پاکستان، ترکیه، افغانستان، اتحادیه اقتصادی اوراسیا، ...) و همچنین انعقاد موافقت‌نامه‌های جدید با سایر همسایگان و شرکت‌های تجاری (چین، هند، ازبکستان و عراق)، غرب آسیا ضمن تشویق حضور بنگاه‌ها در رویدادهای منطقه‌ای و بین‌المللی</li> <li>■ توسعه نشان‌های تجاری قوی در سطوح بین‌المللی و حرکت به سمت کاهش تولید با برندهای خارجی</li> </ul>	<p><b>افزایش تنوع در ترکیب سبد صادراتی و مقاصد صادراتی</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ حمایت از ایجاد مراکز تحقیقاتی در حوزه مدیریت تحقیق و توسعه، طراحی و توسعه، تحقیق و توسعه و نوآوری و خدمات فنی مهندسی با استفاده از نیروهای نیروهای مجرب صنعت در راستای اتصال و هم‌پیوندی زیست‌بوم نوآوری طبق مفهوم C&amp;D</li> <li>■ تقویت نقش دانشگاه‌های جهت خلق ایده‌های نوآورانه و انتقال دانش و فناوری به حوزه صنعت نساجی و پوشاک</li> <li>■ اطمینان‌بخشی از توسعه سیاست‌های صنعتی مبتنی بر توسعه پایدار سبز به منظور حفاظت از محیط زیست از طریق استفاده از سیاست‌های نوآوری صرفه‌جویانه در بنگاه‌ها با توجه به محدودیت منابع و هدف‌گیری مصرف‌کنندگان با درآمد پایین</li> <li>■ حمایت از بروزرسانی تجهیزات و خطوط تولیدی و تحقیقاتی در جهت احیاء و ارتقای ظرفیت‌های موجود از طریق ابزارهای تامین مالی</li> <li>■ حمایت از فراگیری، به‌کارگیری و پیاده‌سازی هوش مصنوعی و اینترنت اشیا در فرایندهای تولیدی در قالب شبکه یکپارچه جهت کم‌کردن هزینه، کاهش فرایند و زمان تولید و تسریع در عرضه محصول به بازار هدف</li> <li>■ حمایت از افزایش و ارتقای ظرفیت‌های فناورانه و تولیدی بنگاه‌ها در طول زنجیره ارزش از طریق «ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های تولیدی محلی، منطقه‌ای و شبکه‌های خلق دانش» و همچنین «سرمایه‌گذاری در مهارت‌های فنی و فناورانه جهت افزایش ظرفیت انتقال فناوری و مهندسی معکوس در بستر زیست‌بوم نوآوری باز</li> <li>■ توسعه و ساماندهی نظام جامع مالکیت فکری (در صنعتی) در انتقال فناوری</li> <li>■ برنامه‌ریزی برای توسعه همکاری با شرکت‌های تولیدکننده بزرگ جهانی دارای شبکه گسترده مراکز طراحی، تولید و فروش جهانی</li> </ul>	<p><b>ارتقای توانمندی‌های فناورانه و نیروی انسانی در واحدها</b></p>

با توجه به مجموعه اقدامات و سیاست‌های اجرایی تبیین شده برای توسعه صنعت نساجی و پوشاک، شانزده پروژه بهبود برای نیل به اهداف استراتژیک و راهبردهای مطرح‌شده در این برنامه به شرح جدول (۱۴) تعریف شده است.

#### جدول ۱۴. پروژه‌های بهبود در راستای تسهیل اجرای سیاست‌ها و اقدامات اجرایی برای صنعت نساجی و پوشاک

ردیف	نام پروژه
۱	حمایت از ایجاد شهرک‌های تخصصی پوشاک و توانمندسازی و ظرفیت‌سازی تولید پوشاک صادرات محور
۲	توسعه خوشه‌های تخصصی (طراحی و تولید) نساجی و پوشاک با اولویت استارت‌آپ‌ها
۳	تدوین ضوابط «توسعه همکاری‌های استراتژیک و گسترش تولید بدون کارخانه در صنایع نساجی و پوشاک» با رعایت «برنامه‌های هدف‌گذاری تولید» و با تاکید بر جایگاه برندسازی، توسعه ناوگان لجستیکی و کانون‌های فروش مشترک
۴	احداث انستیتیو مد و طراحی با هدف آموزش و تربیت منابع انسانی با مشارکت کشورهای مطرح
۵	تدوین بسته مشوق بازسازی و نوسازی، توسعه فناوری و نوآوری در صنایع صنایع ریسندگی، بافندگی، رنگریزی، چاپ، تکمیل و پوشاک با تبیین جایگاه سرمایه‌گذار خارجی و نقش شتاب دهنده‌ها و مراکز نوآوری تخصصی
۶	تدوین بسته توسعه ابزارهای تامین مالی (سرمایه ثابت و در گردش) در زنجیره ارزش نساجی و پوشاک با اولویت
۷	ایجاد میز ساخت داخل در ساخت ماشین‌آلات و قطعات پرمصرف صنایع نساجی و پوشاک دارای صرفه اقتصادی
۸	آنالیز قیمت و عارضه‌یابی کاهش قیمت تمام شده محصولات صنایع نساجی و پوشاک (پوشاک کاهش قیمت تمام شده)
۹	تدوین و اجرایی‌سازی راهبردهای نمانام‌سازی مشترک (co branding) با شرکت‌های برتر منطقه‌ای و بین‌المللی و به‌کارگیری فناوری اطلاعات و روش‌های بازاریابی نوین و دیجیتال
۱۰	اجرای برنامه‌های تحریک تقاضا با تاکید بر توسعه نظام مالی زنجیره‌ای در صنایع نساجی و پوشاک و افزایش قدرت خرید مردم
۱۱	تامین بسترهای تسهیل تجاری و توسعه صادرات نساجی و پوشاک: شناسایی بازارهای هدف صادراتی، پیگیری موافقت‌نامه‌ها و ترتیبات تجاری دوجانبه و چندجانبه (مشمول بر تجارت ترانزیتی)، ایجاد گمرکات تخصصی و افزایش سهم شرکت‌های مدیریت صادرات
۱۲	ایجاد پلت فرم یکپارچه‌سازی زنجیره تامین نساجی و پوشاک
۱۳	اصلاح نظام آماری صنایع نساجی و پوشاک و قطعات وابسته به تفکیک محصول و بازیگران حوزه
۱۴	تدوین و تعیین استانداردهای لازم از جمله سایز، سلامت و بهداشت در تولید پارچه و پوشاک مطابق با استانداردهای بین‌المللی
۱۵	اجباری نمودن کد اصالت کالا، ثبت شناسه، اخذ و نصب شناسه کالا برای گروه کالایی منسوجات و پوشاک به منظور جلوگیری از واردات غیررسمی (قاچاق) نساجی و پوشاک



واحدهای کوچک و متوسط و استفاده از ظرفیت این شرکت‌ها برای طراحی و تولید محصولات جدید و ... ضروری است.

### منابع و مآخذ

- رحیمی بروجردی علیرضا (۱۳۸۵): «رابطه میان رشد اقتصادی و تجارت در بخش صنعت (مواد نساجی و پوشاک)»، نشریه دانش و توسعه؛ شماره ۱۸.
- میثم شهبازی، سیدمحمدعلی خاتمی فیروزآبادی، جهانیار بامدادصوفی و ابوالفضل کزازی (۱۳۹۲): «الگوی مبتنی بر مهندسی همزمان برای مدیریت تنوع محصول در زنجیره تامین صنعت پوشاک»، نشریه مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۱، شماره ۴ (پیاپی ۳۰).
- افسانه شفیعی، مجید جلیلی، فاطمه خارکش و سجاد نجفی (۱۴۰۰): «راهکارهای توسعه و تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک در ایران»، سبزان.
- وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰۰)، «سند سیاستی توسعه صنعت نساجی و پوشاک تا افق ۱۴۰۴ با رویکرد زنجیره ارزش».
- ولی‌پوری، افسانه و افسانه پورکاظمیان (۱۳۹۴)، «عوامل موثر در خرید پوشاک»، علوم و فناوری نساجی.
- مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۸)، «بررسی اقتصادی تولید پنبه در ایران».
- شفیعی، افسانه و داریوش مبصر (۱۳۹۷)، «ساختارهای صنعتی ایران در آینه برنامه‌های توسعه»، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- مرکز مطالعات زنجیره ارزش، بررسی ذی‌نفعان صنعت نساجی (۱۳۹۹).
- صندوق پنبه، گزارش عملکرد کشت پنبه در کشور (۱۳۹۶).
- معاونت تولیدی و زیربنایی مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۹)، «ضرورت تکمیل زنجیره ارزش در صنعت نساجی و ارائه راهکارها».
- زهره دهقان راوندی (۱۳۹۴)، «مدلسازی چابکی زنجیره ارزش در صنعت نساجی کشور»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.

### References

- The Global Textile and Clothing Industry, Technological Advances and Future Challenge, A volume in Woodhead Publishing Series in Textiles, 2012.
- Sustainability in the Textile and Apparel Industries: Consumerism and Fashion Sustainability (Sustainable Textiles: Production, Processing, Manufacturing & Chemistry) 1st ed. 2020 Edition.
- The UN Sustainable Development Goals for the Textile and Fashion Industry (Textile Science and Clothing Technology) 1st ed. 2020 Edition.
- Jodie Keane, Dirk Willem te Velde , The role of clothing and textile industries in growth and development strategies. Research report (2022).

### ۷. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

رقابت‌پذیری، توانایی و عملکرد در افزایش سهم از فروش و عرضه کالاها و خدمات در یک بازار در مقایسه با رقبا در همان بازار است. از سویی «زنجیره ارزش» مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی است که در یک صنعت خاص به منظور ارائه کالای ارزشمند برای بازار انجام می‌شود. با توجه به نوع زنجیره ارزش، توسعه آن در چهار گروه شامل ارتقای فرایندی، ارتقای محصولی، ارتقای عملکردی و ارتقای زنجیره قابل طبقه‌بندی است.

تولید نساجی و پوشاک در ایران با دو مزیت در بخش منابع شامل ظرفیت بسیار بالای نیروی انسانی و دوم توسعه صنایع پتروشیمی در کشور مواجه است. با وجود این دو مزیت نسبی انتظار می‌رود تولید محصولات نساجی و پوشاک در ایران به نسبت بسیاری دیگر از کشورهای اقتصادی‌تر شود اما برخی ملاحظات جدی مانع از توان رقابت‌پذیری ایران در بازار محصولات نساجی و پوشاک شده است. عواملی مانند زمینه‌های محدود بهره‌مندی از صرفه‌های مقیاس، ضعف جایگاه برند ملی، نقایص جایگاه خدماتی‌سازی، انگیزه پایین ارتقای بهره‌وری، ضعف ساختاری حوزه صنف و صنعت و ضریب بالای وابستگی از مولفه‌های پیش روی توسعه این صنعت محسوب می‌شود که پیامدهایی مانند هزینه تمام شده بالای محصولات، توان محدود موقعیت‌یابی در بازارهای جهانی، ضعف انطباق محصولات تولیدی با نیازها و سلايق مشتریان، ضعف انطباق محصولات تولیدی با نیازها و سلايق مشتریان، هزینه تمام شده بالای محصولات برای مشتریان، تشدید ناترازی در حلقه‌های مختلف محصولات معدنی و نساجی و پوشاک و هزینه تمام شده بالای محصولات برای مشتریان را در پی داشته است.

برای توسعه زنجیره ارزش این صنعت نیز راهکارهای عملیاتی در شش دسته شامل ایجاد گمرکات تخصصی به منظور تسهیل رویه‌های گمرکی با هدف تسریع در تامین مواد اولیه و واسطه‌ای مورد نیاز واحدهای تولیدی، افزایش رصدپذیری زنجیره تامین (قانون برچسب‌گذاری)، ایجاد بسترهای مورد نیاز جهت بهره‌گیری بنگاه‌های فعال در صنعت نساجی از ابزارهای تامین مالی زنجیره‌ای و ابزارهای نوین موجود در بازار سرمایه، توسعه فروش آنلاین تحت برند، حمایت از توسعه و فعالیت نام‌های تجاری در زنجیره ارزش نساجی و پوشاک، تقویت زنجیره ارزش بنگاه‌ها با استفاده از مواد پیشرفته و ارگانیک در تولید، حمایت از تقویت و راه‌اندازی تحقیق و توسعه در راستای تقویت توان طراحی و توسعه محصول در