



شماره: ۱۴۰۳-۱۹۱۱۰

تاریخ: ۱۴۰۳/۰۱/۲۷

جناب آقای دکتر علیرضا کلاهی

رئیس محترم کمیسیون صنعت اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

با سلام

احتراماً پیرو اولین نشست کمیسیون صنعت در سالجاری و موضوعات مطروحه در خصوص تدوین سند نقشه راهبردی صنعتی و نیز عطف به مذاکرات و مکاتبات قبلی با جناب آقای دکتر قاسمی رئیس محترم مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در خصوص لزوم توجه به صنایع نساجی و پوشاک در تدوین اسناد توسعه صنعتی به استحضار می‌رساند که در سال گذشته با همکاری و همراهی تشکلهای تخصصی و با عنایت دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت دو سند تحت عنوان سند راهبردی نساجی و پوشاک و سند راهبردی فرش و کفپوش تدوین و با حضور وزیر محترم صمت رونمایی گردید که مورد توافق ذینفعان می‌باشد و می‌تواند در تدوین نقشه راهبردی صنعتی مورد استفاده قرار گیرد.

ضمن تقدیم اسناد مذکور مجدداً آمادگی انجمن صنایع نساجی ایران برای همکاری نزدیک و موثر در راستای تدوین و عملیاتی سازی پروژه مذکور را به استحضار می‌رساند.

پیشاپیش از بذل عنایت و توجهی که مبذول می‌فرمائید کمال امتنان را دارد.

با تجدید احترام

سید شجاع الدین امامی رئوف

مدیر انجمن صنایع نساجی ایران



رونوشت:

- جناب آقای سید جواد زمانی، معاون محترم استانها و تشکل های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- جناب آقای دکتر محمد قاسمی، رئیس محترم مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِمَّا خَلَقَ ظِلَالًا
وَجَعَلَ لَكُمْ مِنَ الْجِبَالِ أَكْنَانًا
وَجَعَلَ لَكُمْ سَرَابِيلَ تَقِيكُمُ الْحَرَّ
وَسَرَابِيلَ تَقِيكُمُ بِأَسْكُمْ ۚ كَذَلِكَ يُتِمُّ
نِعْمَتَهُ عَلَيْكُمْ لَعَلَّكُمْ تُسْلِمُونَ

و خدای عالم برای شما سایبانها از آنچه آفریده
(از درختان و سقف و دیوار و کوهها) مهیا ساخت
و از غارهای کوه پوشش و اتاقها برایتان قرار داد
(تا از سرما و گرما پناهی بگیرید) و نیز لباسی که
شما را از گرمای آفتاب (و سرمای زمستان) بپوشاند
خلق کرد و نیز برای آنکه در جنگ محفوظ مانید
لباسی (از آهن) مقرر گردانید

این چنین نعمتهای خود را بر شما تمام و کامل
می کند تا مگر (منعم را بشناسید و) مطیع و تسلیم
(امرا و) باشید.



نقشه راه تمدن اسلامی ۳ مرحله دارد:
«آمادگی، بازآفرینی و گسترش بین‌المللی».

- در مرحله اول باید راه حل‌های جامع و دقیقی برای مسائل کشور با رویکرد بازآفرینی طراحی شود؛
- مرحله دوم متمرکز بر حل مسائل کشور) با اجرای برنامه‌های عملیاتی طراحی شده در مرحله اول) بوده و علاوه بر پیشرفت شگرف، دانش و فناوری مدیریت کشور ارتقاء خواهد یافت.
- در مرحله سوم، تعالی سریع جمهوری اسلامی ایران به عنوان یک الگوی بین‌المللی مطرح و مورد پذیرش برخی از جوامع قرار خواهد گرفت

بخش صنعت، معدن و تجارت به عنوان یک بخش اساسی
در این مراحل نقش ویژه داشته و می‌بایست تعهدات خود را ایفا نماید.

مقام معظم رهبری حضرت آیت الله خامنه ای
بیانیه «گام دوم انقلاب» - بهمن ۱۳۹۷

پیش‌گفتار



محمد مهدی برادران

معاون صنایع عمومی وزارت صنعت، معدن و تجارت

فعالیت بیش از ۶۰ هزار واحد صنعتی با رشته فعالیت‌های مختلف در حوزه صنایع عمومی، نیازمند برنامه‌ای مشخص و یکپارچه همراه با رصدی دقیق و نظارت مستمر است. علاوه بر آن، برقراری ارتباطی نظام‌مند و هدفمند با صنعتگران، تولیدکنندگان، بازار مصرف و مصرف‌کنندگان وظیفه دیگریست که می‌بایست برای آن برنامه ریزی نمود در این راستا و نیز با عنایت به تکلیف و رهنمود روشن‌گرانه از سوی مقام معظم رهبری، معاونت صنایع عمومی وزارت صنعت، معدن و تجارت، تدوین های راهبردی" را در دستور کار خود قرار داده است" برنامه

در مرحله اول، تدوین ۲۲ برنامه راهبردی در حوزه های تخصصی برای افق ۱۴۰۶، در نظر گرفته شده و در یک بازه زمانی یکساله در دستورکار معاونت قرار گرفته است

تدوین این اسناد، نیازمند یک کار فشرده میان دفاتر تخصصی معاونت صنایع عمومی با کمک بخش خصوصی، انجمن ها و اتحادیه ها، تولید کنندگان، مراکز علمی و اجرایی و همچنین در تعامل مستمر با مجموعه‌های مردمی همفکری انجام می پذیرد تا در فواصل برنامه ریزی شده، رونمایی و وارد مرحله اجرا گردد

در مرحله اجرا و تحقق سند، تلاش کرده‌ایم با تعریف سازو کارهای اجرایی و تعریف برنامه های عملیاتی، ضمانت اجرایی این سند را افزایش دهیم

به موازات تدوین اسناد، با تشکیل کارگروه ملی در نظر داریم تا بصورت مستمر تحقق آن را مورد پایش مستقیم همه فعالان عرصه صنعت قرار داده و شاخص های تدوین شده را مورد ارزیابی مستمر قرار دهیم.

از جمله اهداف اصلی برنامه‌های راهبردی، افزایش عمق داخلی سازی به ویژه در حوزه هایی می‌باشد که موفق به خودکفایی شده ایم.

در ادامه‌ی تامین نیاز داخل، حرکت به سمت افزایش صادرات ، افزایش تنوع محصولات و همچنین شبکه توزیع مناسب در این سند مورد توجه ویژه قرار گرفته است

امیدواریم در کنار تحقق اهداف کمی، نام و نشان های داخلی جزو افتخارات مصرف کنندگان و مردم عزیزمان باشد و بتوانیم توجه و تاکید ویژه مقام معظم رهبری به این دغدغه های اساسی را مرتع سازیم

درباره دفتر

دفتر صنایع منسوجات و پوشاک یکی از قدیمی ترین دفاتر تخصصی در وزارت صنعت، معدن و تجارت بوده که فرش ماشینی و موکت یکی از صنایع زیر مجموعه دفتر یاد شده می باشد. تاریخچه پیدایش صنعت فرش ماشینی و موکت در کشورمان به دهه ۵۰ شمسی برمی گردد. این صنعت را می توان در زمره صنایع مهم با سرمایه بری پائین برشمرد که هر سه هدف تولید صنعتی، اشتغال زایی و ارزآوری را در کشور تامین می نماید

صنایع مذکور با دارا بودن ۱۲۵۰ واحد فعال و تولید ۲۳۰ میلیون مترمربع (۱۶٪ کل واحدهای صنعت نساجی و پوشاک) و اشتغال نزدیک به ۵۰ هزارنفر با صادرات ۱۰۰ هزار تن و به ارزش حدود ۲۹۰ میلیون دلاردر سال، سهم حدود ۴۰٪ از صادرات صنعت نساجی و پوشاک را به خود اختصاص داده است. صادرات صنعت فرش ماشینی ایران در رتبه سوم جهان بعد از ترکیه و بلژیک قرار دارد

به منظور جلوگیری از اتخاذ تصمیمات غیرکارشناسی، پراکنده و متضاد در نظام تصمیم‌گیری مرتبط با صنعت فرش ماشینی و موکت و صنایع وابسته، تدوین برنامه راهبردی توسعه صنعت فرش ماشینی و موکت ایران با همکاری انجمن‌ها، اصناف تخصصی و صاحب نظران امر بعنوان نمونه‌ای از مشارکت بخش حاکمیت و خصوصی صورت گرفته است. جهت حسن اجرای برنامه یاد شده تشکیل کارگروهی با حضور ذینفعان و متخصصین از بخش خصوصی و دولتی ضروری می‌نماید که در دوره‌های زمانی شش ماهه نسبت به رصد و پایش و در صورت لزوم بازنگری برنامه تا حصول به نتیجه مطلوب اقدام نمایند

محسن گرجی

مدیرکل دفتر صنایع پوشاک و منسوجات



دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

درباره صنعت

قدیمی‌ترین فرش یافت شده مربوط به هزاره ۳ الی ۴ پیش از میلاد به نام "پازیک" در ناحیه ارمنستان کنونی می باشد و پیشینه فرش ایران و برند ایرانی مربوط به هزاره چهارم- دوم پیش از میلاد است. آغاز شهرت فرش ایران به قرن ۱۶ و ۱۷ میلادی در زمان صفویان باز می گردد شایان ذکر است اولین صادرات توسط تجار ایرانی در قرن ۱۷ و ۱۸ میلادی به وقوع پیوست

شایان ذکر است موکت بعنوان پوشش کف منازل، اتومبیل، هواپیما، قطار و سایر وسائل نقلیه مورد استفاده قرار می گیرد. از مهم‌ترین مزیت‌های نسبی این صنعت می‌توان به وجود منابع اولیه کافی در کشور، وجود بازار مصرف داخلی مناسب و همچنین واحدهای با سابقه و برندهای مطرح و همچنین پتانسیل حدود ۲۰ میلیون دلاری می توان نام برد

با توجه به جایگاه ویژه حوزه فرش ماشینی و موکت در اقتصاد ملی از بعد اشتغال، ارزش افزوده و صادرات دارد که توانایی بالایی برای ورود به بازارهای جدید خصوصا آسیای میانه را دارد و می‌تواند بخشی از برنامه‌های کاهش اتکا به نفت را محقق کند لذا به لحاظ اقتصادی نیز می تواند به‌عنوان یک صنعت راهبردی در راستای توسعه اقتصادی کشور قلمداد شود و همچنین با افزایش شدت رقابت بازار داخلی به دلایلی روند جمعیتی و سبک زندگی به شرح زیر می باشد، می‌بایست برای حفظ جایگاه صادراتی می‌بایست به سمت بازارهای جدید متمایل شده و بازار هدف خود را از کشورهای همجوار یا آسیایی به سمت کشورهای اروپایی و توسعه یافته جابه جا کنند



صنعت
فرش ماشینی
و موکت

الف- رشد جمعیت به معنای افزایش حجم بازار و در نتیجه بالارفتن تقاضای کل در فرش ماشینی می‌شود. جامعه ایرانی در دهه گذشته دستخوش تغییرات جمعیتی و اجتماعی بوده است. از سویی نرخ باروری کاهش داشته است که ناشی از روند کاهشی تشکیل خانواده بوده است

ب- از سوی دیگر سبک زندگی طبقه متوسط شهری از کفپوش های سنتی مانند فرش و قالی به سمت کفپوش‌های غیر پارچه ای تغییر کرده است و به جای نشستن روی زمین (شکل سنتی ایرانی) که استفاده از انواع فرش را ضروری می کرد به سمت نشستن روی مبل و صندلی (سبک زندگی های مدرن) تغییر کرده است. بنابراین استفاده از فرش در خانه‌های ایرانی تغییر کرده است و کارکرد زیبایی شناختی آن نسبت به کارکرد زیرانداز بودن اهمیت بیشتری پیدا کرده است

- لذا تولیدکنندگان ضروری است از ظرفیتهای نوآوری و تکنولوژیکی خود و مزیت صرفه انرژی ارزانتر، برای حضور در بازارهای خارجی و رقابت با رقبای چینی و ترکیه ای استفاده کنند و در بازارهای هدف سهم بیشتری از بازارهای صادراتی را کسب کنند.
- شایان ذکر است صنعت فرش ماشینی و موکت در سال های آتی می تواند از مزایای صرفه به مقیاس استفاده کند و با تجمیع و همگرایی واحدهای تولیدی امکان هزینه کردن برای تحقیقات و نوآوری فراهم می شود.

کلیات برنامه

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



هدف از تدوین برنامه

- هدف‌گذاری دقیق میان مدت برای صنعت فرش ماشینی و موکت صنایع وابسته
- جلوگیری از اتخاذ تصمیمات غیرکارشناسی، پراکنده و متضاد در نظام تصمیم‌گیری مرتبط با صنعت فرش ماشینی و موکت صنایع وابسته
- جلوگیری از هدررفت منابع ناشی از بی هدف بودن سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی در این صنایع
- در دسترس بودن برنامه‌های عملیاتی کارشناسی شده جهت ارتقای این صنایع
- ارتقای جایگاه ایران در بین بزرگترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش ماشینی و موکت جهان
- حفظ و ارتقای سطح کیفی و کمی فرش ماشینی و موکت کشور
- تکمیل زنجیره تولید فرش ماشینی و موکت در داخل ایران جهت عدم وابستگی به خارج
- هموار نمودن مسیر حرکت بخش دولتی و خصوصی مرتبط

قلمرو زمانی و موضوعی برنامه

- الف. قلمرو زمانی:** قلمرو زمانی برنامه ۵ ساله و همزمان با اجرای برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۱-۱۴۰۵) خواهد بود.
- ب. قلمرو اقدامات:** حوزه ورود برنامه به مجموعه اقداماتی خواهد بود که در محدوده وظایف و اختیارات وزارت صنعت، معدن و تجارت است.
- ج. قلمرو کالایی:** کلیه محصولات فرش ماشینی و موکت در زنجیره تولیدات می‌باشد



وضعیت

صنعت
فرش ماشینی
و موکت

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



۱- مقایسه تطبیقی مزیت نسبی تولیدات فرش ماشینی در ایران و جهان

تولید فرش ماشینی توسط ماشین‌آلات صنعتی اولین بار در شهر ویل ویلتشایر بلژیک در قرن ۲۰ معروف به ویل تون تولید گردید. عمده تولیدکنندگان و صادرکنندگان این صنعت کشورهای ترکیه، بلژیک، ایران، مصر، عربستان و... می‌باشند که در ادامه به معرفی ظرفیت‌های کشورهای یاد شده در صنعت فرش ماشینی می‌پردازیم

۱-۱- ترکیه:

در حال حاضر کشور ترکیه با تولید ۳۴۳ میلیون مترمربع و صادرات حدود ۳ میلیارد دلار (۵۲۵ برابر صادرات دهه ۹۰ میلادی) در رتبه اول بازار صادراتی (۸۳ درصد تولید صادر می‌گردد) محصول فرش ماشینی دنیا قرار دارد

مهمترین شهرهای تولید فرش ماشینی در ترکیه عبارتند از: غازی آنتب، استانبول، اوشاک، بورساک و کایسری که شهر غازی آنتب در جنوب شرقی این کشور قرار گرفته ۵۰ درصد تولید و صادرات این کشور را به عهده دارد

اولویت‌های صادراتی این کشور به ترتیب حوزه‌های خاورمیانه (۲۹٪)، اتحادیه اروپا (۲۴٪)، آفریقا (۱۶٪)، آمریکا (۱۳٪) و سایر کشورها (۱۸٪) می‌باشد

از دلایل موفقیت ترکیه می‌توان به نزدیکی به بازار اروپا و خاورمیانه، مواد خام با کیفیت و ارزان، شبکه بازاریابی قوی، فعالیت‌های تحقیق و توسعه و توجه به برندسازی، ارتباطات بانکی، صفر بودن مواد اولیه مشوق‌های صادراتی، کمک به بازسازی و نوسازی ماشین‌آلات، اعطای تسهیلات با نرخ پایین و..... می‌توان نام برد. از مهمترین برندهای این کشور می‌توان به موارد زیر اشاره کرد

YASIN KAPLAN، BADE، merinos، OZ KAPLAN، KAPLANSAR، SAFYUN، angora، SARYAN HALL، ... و MilAT، dinarsu

۱-۲- بلژیک

دیگرصادرکننده بزرگ در این حوزه از صنعت نساجی کشور بلژیک بوده که محصولی متناسب با با سلیقه مشتریان و شهره به مرغوبیت و دوام تولید در دنیا بوده، عمدتاً به اروپا و آمریکای شمالی صادر می‌شود. همچنین شرکت‌های مهم در کشورهای چین و ترکیه دارای نمایندگی می‌باشند و از مهمترین برندهای این کشور می‌توان به VEBE، OSTA، balta، RAGOLL و... نام برد. شایان ذکر است واحدهای فرش ماشینی بلژیک به سبب خلاقیت و نوآوری از جمله مفتخر به دریافت جوایز گوناگون گردیده‌اند، که از جمله این نوآوری‌ها می‌توان به اینکه ۴۰ درصد انرژی مورد نیاز توسط انرژی خورشیدی تامین می‌شود و همچنین ضایعات نساجی، کارتن، پلاستیک، روغن در محل کارخانه بازیافت می‌گردد

۱-۳- عربستان

کشور عربستان بیش از ۲۰ درصد از ذخایر نفتی جهان را در اختیار داشته و در حال حاضر بزرگترین صادرکننده نفت خام جهان به‌شمار می‌رود

به پشتوانه‌ی این ذخایر عظیم نفتی، اقتصاد این کشور شدیداً به استخراج و صدور نفت خام، وابسته شده است به نحوی که درآمدهای بخش نفت تقریباً ۸۰ درصد از کل بودجه عربستان، ۴۵ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۹۰ درصد از درآمدهای صادراتی را تشکیل می‌دهد

در سال‌های اخیر دولت در حال تشویق بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری، به خصوص در بخش‌های تولید انرژی، ارتباطات، اکتشاف گاز طبیعی و صنایع پتروشیمی است تا وابستگی کشور را به صادرات نفت کاهش داده و فرصت‌های اشتغال را برای جمعیت در حال رشد فراهم نماید

تحول دیگری که در سال‌های اخیر در اقتصاد عربستان به وقوع پیوست و پیبینی می‌شود تأثیرات مختلفی بر اقتصاد این کشور به جا بگذارد پیوستن به سازمان تجارت جهانی (WTO) بود. عربستان در سال ۲۰۰۵ و با هدف جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی و تنوع بخشی به اقتصاد خود، پس از چندین سال مذاکره سرانجام به عضویت در WTO پذیرفته شد

در میان تمام تولیدات صنعتی عربستان در سال‌های اخیر و با توجه به سرمایه‌گذاری‌های خارجی انجام گرفته فرش ماشینی نیز در حال باز کردن جای خود است

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



عربستان سعودی با ظرفیت کل ۱۶۱ میلیون متر مربع، یکی از بزرگترین تولیدکنندگان و درعین حال مصرف‌کنندگان فرش ماشینی در آسیا و به ویژه منطقه خاورمیانه به شمار می‌رود. با راه‌اندازی گروه صنعتی عبدالطیف که ۴۰ میلیون مترمربع در سال تولید دارد

با این میزان تولید و نیز با توجه به ظرفیت بالای این کشور در تولید پلی پروپیلن، می‌توان موقعیت عربستان را در تولید فرش ماشینی همچنان رو به رشد پیش بینی نمود

شایان ذکر است کمپانی بهلاء مرکز مهمی برای تامین مواد اولیه در صنعت فرش ماشینی عربستان است. این کارخانه در شهر جده، دو واحد تولید مواد اولیه احداث نموده است

بزرگترین کارخانه بافت فرش ماشینی در عربستان گروه عبدالطیف در ریاض حدود ۴۴ درصد از ظرفیت کل عربستان را تولید می‌کند. این کمپانی علاوه بر تولید فرش، بزرگترین تولیدکننده مواد اولیه نیز هست. کارخانه های دیگر از جمله الساری نیز ۲۷ درصد از سهم تولید فرش در عربستان را دارا بوده و مابقی بین سایر واحدهای تولیدی تقسیم شده است.

۱-۴- مصر

صادرکننده و تولیدکننده دیگر کشور مصر می‌باشد که عمده محصولات صادراتی این کشور نفت خام، پنبه، منسوجات، محصولات فلزی و شیمیایی می‌باشد و آمریکا، ایتالیا و آلمان بزرگترین شرکای تجاری مصر محسوب می‌شوند

در بین صنایع فعال در مصر، صنعت نساجی نقش بسزایی در توسعه صنعتی این کشور داشته است. از دیر باز به واسطه کیفیت پنبه تولیدی این کشور صنعت نساجی مصر رشد زیادی نموده است. در سال‌های اخیر نیز حمایت‌های مداوم دولت مصر و اتحادیه اروپا موج جدیدی از نوسازی و تغییر ساختار را در صنعت نساجی و صنعت ریسندگی مصر به دنبال داشته است

در حال حاضر فرش ماشینی در رتبه‌ی پنجم از ۴۸ کالای صادراتی این کشور قرار گرفته و گردش مالی این صنعت ۲ میلیارد دلار (معادل تولید ۷۵ میلیون مترمربع) می‌باشد.

در اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی دولت مصر برای رفع نیازهای موسسات دولتی، مکان‌های عمومی و مذهبی و مساجد و.... تولید فرش ماشینی را توسط شرکت CARPET ARAB آغاز نمود تا اینکه

یک دهه بعد بخش خصوصی وارد صنعت مذکور گردید و در کمتر از يك دهه این کشور وارد عرصه تولید این محصول شد و سرمایه‌گذاری‌های خارجی انجام شده در این کشور و حمایت دولتی از این صنعت سبب گردیده که این کشور وارد عرصه رقابت جهانی شود.

در سال‌های گذشته روند صادرات فرش ماشینی مصر متلاطم بوده است که این موضوع نشان‌دهنده بی‌تجربگی و ساختار نامناسب صادرات در این کشور است.

استفاده از تکنولوژی روز و استفاده از معافیت‌های در نظر گرفته شده از طرف دولت برای ورود ماشین‌آلات نساجی و اصلاح ساختارهای اقتصادی این کشور سبب گردیده سرمایه‌گذاری خوبی در این صنعت انجام شود.

یکی از بزرگترین شرکت‌های فعال مصر شرکت فرش Oriental Weavers است. این شرکت چشم‌انداز خود را فرش کردن تمام جهان قرار داده است. شرکت OW در سال ۱۹۸۰ تاسیس شده و پس از گذشت حدود ۴۰ سال، به بزرگترین تولیدکننده فرش ماشینی جهان تبدیل شده است. این شرکت امروزه يك شرکت چندملیتی است که دارای شعبی در آمریکا و چین می‌باشد.

OW علاوه بر تامین بازار داخل مصر، امروزه در مرحله‌ای قرار گرفته است که ۷۰ درصد از محصولات به ۶ قاره و بیش از ۳۱ کشور جهان صادر می‌شود. از میان کل بازارهای صادراتی، ۵۰ درصد از محصولات به آمریکا و کانادا صادر می‌شود.

یکی از اصلی‌ترین دلایل موفقیت OW در فرش ماشینی، تشکیل شدن این مجموعه از ۱۷ کارخانه مجزا می‌باشد که نه تنها تولیدکننده فرش هستند بلکه همه مراحل تولید فرش، از ریسندگی تا تکمیل را انجام داده و OW را در تمام مراحل تولید از دیگران مستقل می‌سازند.

این شرکت برنده جوایز متعددی در سطح بین‌المللی شده است که از آن جمله می‌توان به جایزه "عالی فرش آمریکا" از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۰ و مجدداً در سال ۲۰۰۲ اشاره کرد.

۵-۱- ایران

تاریخچه پیدایش فرش ماشینی در کشورمان نشان می‌دهد که این محصول در ایران عمری تقریباً ۵۰ ساله دارد که به ۶ دوره زمانی به شرح زیر تقسیم می‌گردد

دوره اول

در سال ۱۳۵۱ به دنبال لغو ممنوعیت تولید فرش ماشینی به دلیل حمایت از فرش ماشینی، کارخانجات مخمل و ابریشم کاشان با وارد کردن تعداد ۶ دستگاه بافندگی، به تولید اولین فرش ماشینی ایرانی با استفاده از الیاف مصنوعی پرداخت. این شرکت، ماشین‌ها را در سال ۱۳۴۹ به اسم تولید مخمل وارد کرده بود، ولی از آنها برای تولید فرش استفاده می‌کرد. در همین سال‌ها، گروه صنعتی بهشهر (خاندان لاجوردی)، اقدام به تأسیس شرکت بزرگی به نام شرکت صنایع کاشان (فرش راوند) نمودند که فعالیت آن در زمینه تولید مواد مرتبط با فرش و همچنین خود فرش ماشینی بود که اولین محصول آن در سال ۱۳۵۳ وارد بازار شد. محصولات تولیدی شرکت صنایع کاشان، به دلیل متفاوت بودن با نمونه‌های قبلی و مشابهت با فرش ماشینی، به‌خصوص نوع پشمی آن که در آن از پود پنبه‌ای استفاده می‌شد، مورد اقبال عمومی قرار گرفت. متعاقب فعالیت‌های شرکت صنایع کاشان در سال ۱۳۵۴، شرکت‌هایی مانند شهباف در رشت، فرش پارس در قزوین تأسیس شده و به رقابت پرداختند. در سال ۱۳۵۷ تعدادی از متخصصان صنعت نساجی و دست‌اندرکاران فرش ماشینی و همچنین عده‌ای از متخصصان مشغول در سایر بخش‌های صنعت نساجی به فکر ایجاد واحدهای جدید فرش ماشینی افتادند

دوره دوم

طی سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۶۵، تعداد اندکی شرکت تأسیس شد. در این دوره به‌طور متوسط سالیانه ۱۵۵۰۰۰ مترمربع به ظرفیت اسمی تولید فرش ماشینی کشور اضافه شده است. واحدهای احداث شده در این دوره را می‌توان در بین گروه واحدهای متوسط (۲۷۰ هزار تا ۱ میلیون مترمربع) قرار داد. در این دوره وجود چالش‌های سال‌های اولیه انقلاب و سپس وقوع جنگ ایران و عراق سبب گردید تا تعداد اندکی شرکت تأسیس شود.

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



پس از انقلاب و اتفاقات متعاقب آن، صنعت فرش ماشینی مانند سایر صنایع نساجی کشور دچار رکود شد. عدم اعطای تأسیس کارخانجات جدید برای تولید فرش ماشینی با تصور حمایت از فرش ماشینی به رکود دامن زد. این رکود تا سال های انتهایی جنگ تحمیلی نیز ادامه داشت.

دوره سوم

سال های واقع در محدوده ۱۳۶۶ الی ۱۳۷۲ را می توان دوره احداث واحدهای فرش ماشینی با دستگاه ساخت داخل نامگذاری نمود.

همزمان با این فعالیت ها در این دوران و همزمان با پایان جنگ ایران و عراق و بازتر شدن فضای کسب و کار و شروع برنامه های سازندگی کشور گروه هایی از متخصصان صنعت نساجی و دست اندرکاران صنعت فرش ماشینی و همچنین برخی از کارآفرینان که تا آن زمان در رشته های دیگر نساجی فعال بودند به فکر ایجاد واحدهای جدید فرش ماشینی افتادند و به تدریج استقبال از دستگاه های فرش ماشینی ماکوئی ساخت داخل رونق گرفت و شرکت های جدید سازنده دستگاه فرش ماشینی برای کسب سهم از بازار بر رونق جدید به میدان آمدند و رقابت برای ساخت دستگاه فرش ماشینی وارد فاز جدیدی شد و دستگاه های فرش ماشینی با قیمت رقابتی ارائه گردید

دوره چهارم

سال های واقع در محدوده ۱۳۷۳ و ۱۳۸۳ را می توان دوره رشد جهشی رشد بنگاه های کوچک و متوسط فرش ماشینی نامگذاری نمود، روند احداث واحدهای جدید افزایش چشمگیری را نسبت به دوره قبل نشان می دهد و کارخانجات تولید فرش متعدد در اصفهان، کاشان و آران و بیدگل و یزد و مشهد و مازندران و تعدادی دیگر در گوشه و کنار کشور راه اندازی گردید که این رود سال ها و در طول یک دهه ادامه پیدا کرد پس از آن شرکت های تولیدی فرش نیز با خرید دستگاه های فرش ماشینی دست دوم مربوط به آن زمان که دارای فناوری پیشرفته تری نسبت به مدل های ماکوئی بودند و به تازگی اجازه ورود پیدا کرده بودند شروع به کار نمودند

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهبردها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



دوره پنجم

بنگاه‌های احداثی این دوره از نوع صنایع کوچک بوده و ظرفیت اسمی متوسط هر یک از واحدهای احداث شده در این دوره نیز حدود ۱۵۰/۰۰۰ مترمربع در سال می‌باشد که از واحدهای احداث شده در این دوره تعداد ۵۱۸ واحد با ظرفیت اسمی ۷۸۰۴۳۰۰۰ مترمربع در حال حاضر فعال می‌باشد در این دوره به طور متوسط سالانه ۷۴ واحد با ظرفیت اسمی متوسط ۸۵/۰۰۰ مترمربع به مجموعه واحدهای تولیدی فرش ماشینی کشور اضافه شد که این واحدها نیز در گروه واحدهای کوچک قرار می‌گیرند

دوره ششم

طی این دوره در محدوده سال های ۱۳۹۱ تا کنون می‌باشد که روند احداث واحدهای جدید به طور چشمگیری کاهش را نشان می‌دهد و باید منتظر سال های آینده بود این صنعت در حال حاضر با تعداد حدود ۱۰۰۰ واحد فعال (۱۶٪ کل واحدهای صنعت نساجی و پوشاک) و اشتغال حدود ۲۷۰۰۰ نفر (۱۲٪ کل اشتغال صنعت نساجی و پوشاک) با صادرات بیش از ۲۵۰ میلیون دلار در سال، سهم حدود ۳۰٪ از صادرات صنعت نساجی و پوشاک را به خود اختصاص داده و به لحاظ ارزش صادراتی فرش ماشینی ایران در مقایسه با سایر رقبا در رتبه بالایی در جهان قرار دارد

مزایای صنعت فرش ماشینی عبارتند از:

۱. تخصصی شدن تولید و خدمات جانبی.
۲. بومی‌سازی دانش فنی تعمیرات و ساخت قطعات.
۳. تشدید حس رقابت در بین تولیدکنندگان و خدمات جانبی وابسته به صنعت.
۴. شکل‌گیری تشکل‌های صنفی قوی و مؤثر.
۵. شتاب گرفتن نوآوری و خلاقیت در تمامی ابعاد (از طرح و نقشه تا مواد اولیه فرش).
۶. شکل‌گیری خدمات فنی و تخصصی صنعتی به صورت اقماری در داخل و یا مجاورت قطب تک محصولی.
۷. تنوع در محصولات تولیدی به وسیله تولیدکنندگان برای جذب حداکثری مشتریان.

دلایل مهمی که بر پایدار بودن صنعت فرش ماشینی دلالت دارد و ریسک شکست آن را ضعیف تلقی می‌کند عبارتند از:

۱. قابلیت‌های منطقه، بر هنر چند صدساله و تجربه افراد بومی استوار است.
۲. کاملاً خصوصی است، به سرعت خود را با شرایط تلاطم محیطی بازار و رقابت سازگار می‌کند.
۳. نرخ رشد صادرات خوبی در سال‌های گذشته داشته است (حتی با وجود تحریم‌ها).
۴. سرعت نسبی نوآوری و خلاقیت در این صنعت بسیار بالاست.
۵. در بازار جهانی کاملاً رقابت‌پذیر است و دارای مزیت نسبی نسبی در سطح بازارهای جهانی می‌باشد.

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



۲- مقایسه تطبیقی مزیت نسبی تولیدات موکت در ایران و جهان

محصول موکت بیشتر از مواد پلی پروپیلن و پلی استر یا ترکیبی از آنها ساخته می‌شود. موکت واژه‌ای از زبان فرانسوی است که در اصل نوعی فرش کرک دار و پشمی یا از الیافی پشم گونه بود. در سال ۱۸۷۵ ویلیام بای وتر کارخانه تولید ماشین‌آلات بی‌بافت را با استفاده از ضایعات نساجی تبدیل به منسوج بی‌بافت نمود.

تاریخچه موکت به شکلی که امروزه از آن استفاده می‌کنیم، تقریباً به جنگ جهانی دوم بازمی‌گردد.

با شروع جنگ جهانی دوم و با معرفی الیاف بشر ساخت این تکنولوژی بی‌بافت از آن شرایط تولید خارج و نمود تولیدی بای وتر با استفاده از الیاف نو و ارزان قیمت مصنوعی تولید شد.

موکت در دوره جنگ جهانی دوم و پیش از آن، کالایی تجملاتی و اشرافی محسوب می‌شدند و هر کسی توان استفاده از آن را نداشت. اما پس از جنگ، تمایل افراد به استفاده از کالاهایی که در دوره جنگ توانایی استفاده از آن‌ها را نداشتند، بیشتر و بیشتر شد.

در دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی (دهه ۴۰ و ۵۰ شمسی)، انقلابی در توانایی صنایع در تولید موکت‌های منقوش و طرح‌دار ایجاد شد. در این دوره از تاریخ به خصوص در غرب، شکوفایی اقتصادی پس از جنگ جهانی دوم کم‌کم به بار نشسته بود و قدرت خرید مردم افزایش یافته بود. عموم مردم که بخش اصلی دایره مصرف‌کنندگان را تشکیل می‌دادند حالا توان خرید بیشتری داشتند و از تمام فناوری‌ها و کالاهای جدید استقبال می‌کردند. اینگونه شد که موکت‌ها هم با استقبال زیادی از سوی مصرف‌کنندگان مواجه شدند. این دوره را به‌نوعی می‌توان نقطه تحول تاریخچه موکت دانست.

علاوه بر این، با روی کار آمدن تلویزیون‌های رنگی، مصرف‌کنندگان در فیلم‌ها و سریال‌ها کفپوش‌های جدید را مشاهده کردند و تمایل آن‌ها به استفاده از موکت‌های جدید افزایش پیدا کرد. در دهه ۷۰ موکت‌هایی که ۱۰۰ درصد از پلی‌استر ساخته شده بودند، به موکت‌های ۱۰۰ درصد نایلونی تبدیل شدند. این فناوری باعث شد که زیبایی و چشم‌نوازی موکت‌ها و تمایل افراد به استفاده از آن‌ها افزایش پیدا کند.

اگر چه در قرن بیستم کفپوش‌هایی چوبی حساسی سروصدا به‌پا کردند، اما موکت‌ها از همان اولین روزهای پیدایش تا همین حالا، جایگاه ویژه‌ای در انتخاب کفپوش برای سطوح داشته‌اند. عمده تولیدکنندگان و صادرکنندگان این صنعت به ترتیب کشورهای آمریکا با بیش از یک میلیارد تولید (۲۸٪ کل تولید دنیا) می‌باشد که پس از آن کشورهای چین، ترکیه، مصر، کانادا، بلژیک، هند و هلند قرار دارند که در ادامه به معرفی میزان تولید کشورهای یاد شده در صنعت موکت می‌پردازیم. عمده مصرف موکت های نمدی در لایه های نانوون و خودرویی استفاده می‌شود کشورهای پیشرو در این زمینه ژاپن، چین، کره جنوبی، آلمان، فرانسه و آمریکا سرآمد هستند.

جدول ۱- مقایسه توان تولید کشورهای پیشرو صنعت موکت*
(وزن متوسط هر مترمربع موکت در حدود ۱۵ کیلوگرم برآورد گردیده است.)

ردیف	کشور	میزان تولید (میلیون مترمربع)	ارزش هر کیلو گرم	ارزش تولید (میلیون دلار)	درصد به کل
۱	آمریکا	۱۱۰۰	۵	۸۲۵۰	۲۸
۲	چین	۴۶۸	۲	۱۴۰۰	۱۲
۳	ترکیه	۴۶۸	۲	۱۴۰۰	۱۲
۴	مصر	۲۷۳	۶	۲۴۰۰	۷
۵	کانادا	۲۳۴	۴	۱۴۰۰	۶
۶	بلژیک	۱۹۵	۳	۹۰۰	۵
۷	هند	۱۹۵	۵	۱۵۰۰	۵
۸	هلند	۱۵۶	۳	۷۰۲	۴
۹	ایران	**۱۳۵	۱/۰۵	۱۴۲	۳
۱۰	سایر	۷۰۲	۳/۷	۳۹۰۰	۱۸
	مجموع	۳۹۰۰	۳/۷	۲۱۶۴	۱۰۰

*عمده موکت تولیدی در جهان از نوع تافتینگ می‌باشد.

**عمده موکت تولیدی در ایران از جنس نمدی می‌باشد.

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



اولین واحدهای تولیدکننده موکت از جمله صنایع اراک، فرش پارس و مولند موکت و ایاف در ایران در ابتدای دهه ۵۰ شمسی در ایران و در کل خاورمیانه احداث می‌شود

پس از آن، طی سال‌های ۱۳۶۱ تا ۱۳۷۰، کارخانه‌های زیادی در حیطه تولید موکت در ایران راه‌اندازی شدند که کیفیت تولیدات آن‌ها رضایت مصرف‌کنندگان زیادی را جلب کرده است. امروزه انواع موکت‌ها با طرح‌ها و کاربری‌های گوناگونی در ایران و سراسر جهان تولید می‌شوند که حتی می‌توانند سخت‌پسندترین مصرف‌کننده‌ها را هم راضی کنند

در ادامه به مقایسه توان رقابتی کشورهای پیرو در صنعت فرش ماشینی و موکت در حوزه های مختلف که دارای مزیت رقابتی هستند به شرح جدول زیر می پردازیم

جدول ۲- مقایسه توان رقابتی کشورهای پیشرو صنعت فرش ماشینی و موکت

عربستان	مصر	ترکیه	بلژیک	ایران	مزیت رقابتی
متوسط	قوی	بسیار قوی	بسیار قوی	قوی	طراحی
واردکننده	واردکننده	در حال برنامه ریزی برای ساخت	پیشرو و دارای بیشترین سهم بازار	واردکننده	ساخت ماشین‌آلات
پایین	متوسط	پایین	پایین	بالا	هزینه دسترسی به مواد اولیه
متوسط	پایین	متوسط	بالا	پایین	هزینه نیروی کار
متوسط	متوسط	بالا	بالا	پایین	هزینه انرژی
پایین	متوسط	بالا	بالا	متوسط	تنوع محصول (از نظر رنگ، طرح و سایز)
متوسط	قوی	قوی	قوی	ضعیف	بازاریابی
پایین	قوی	قوی	قوی	ضعیف	سرمایه گذاری خارجی

در ادامه به بررسی شکاف های موجود در صنعت فرش ماشینی و موکت ایران در مقایسه با کشور ترکیه در دو بخش کلان و تمرکز بر مشکلات به شرح زیر می پردازیم

جدول ۳- شکاف های کلان موجود در صنعت فرش ماشینی و موکت ایران در مقایسه با کشور ترکیه

شرح شکاف	عنوان شکاف	سطح شکاف
۱- تفاوت در زیرساختهای صنعتی، سازمانی، اقتصادی	زیرساختی	کلان
۱- عدم وجود تعدد، تعامل و هماهنگیهای سازمانی ۲- عدم وجود تقسیم کار مشخص ۳- عدم وجود برنامه ریزی و سازماندهی مشخص	سازمانی	
۱- رویکردهای متفاوت در صادرات و واردات ۲- قوانین متفاوت وارداتی و صادراتی ۳- تعامل خارجی، منطقیهای و بینالمللی متفاوت با سایر کشورها	بازرگانی	
۱- سیاستهای متفاوت در بازار آزاد ۲- سیاست متفاوت در قیمتگذاری ۳- اقتصاد بازار آزاد	اقتصادی	
۱- دخالتهای بخش دولتی در قیمتگذاری ۲- سیاستهای حمایتی و تشویقی	بخش دولتی	
۱- تفاوت در کمیت راههای ارتباطی ۲- تفاوت در کیفیت سیستم حملونقل	ارتباطات	
۱- بهرهوری متفاوت در نیروی کار ۲- قیمت متفاوت نیروی کار	نیروکار	
۱- تفاوت در زیرساختهای رفاهی در حومهی شهرکهای صنعتی و تولیدی ۲- تفاوت در زیرساختهای مالی در حومهی شهرکهای صنعتی و تولیدی	رفاه	
۱- رویکرد متفاوت در جذب سرمایهگذاری ۲- تفاوت در میزان سرمایهگذاری خارجی و جذب شده ۳- تفاوت در نوع سرمایهگذاری خارجی جذب شده ۴- تفاوت در ایجاد امنیت برای سرمایهگذاری خارجی	سرمایهگذاری	
۱- تفاوت در موقعیت جغرافیایی ۲- تأثیر موقعیت جغرافیایی بر بازارهای هدف	موقعیت جغرافیایی	

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



جدول ۴- مشکلات موجود در صنعت فرش ماشینی و موکت* ایران در مقایسه با کشور ترکیه

شرح شکاف	عنوان شکاف	سطح شکاف
۱- بهای تمام شده بالا در ایران (بهره بالای بانکی، هزینه بالای تامین اجتماعی، عدم امکان دسترسی به موقع به مواد اولیه، عدم وجود ال سی در سیستم های بانکی داخلی و خارجی) ۲- قیمت فروش بالای فرش ماشینی ایران به نسبت دنیا	قیمتی	تمرکز بر مشکلات
۱- ظرفیت تولید محدود ۲- ظرفیت استفاده کامل از ظرفیت اسمی تخصیص داده شده ۳- استفاده از نگرش تولید محور بجای مشتری محوری ۴- کیفیت تولیدات و نامنطبق با خواسته‌های مشتریان خارجی	تولید	
۱- سیاستهای توسعه صادرات ضعیف ۲- محدودیت‌های بسیار در توسعه صادرات فرش ماشینی ۳- عدم وجود انگیزش‌های صادراتی در ایران ۴- تولید غیرصادرات‌گرا در ایران ۵- عدم دسترسی به بازارهای هدف کشورهای با درآمد سرانه بالاتر ۶- تعرفه‌های وارداتی و صادراتی نامناسب	صادرات	
۱- تعدد بالای ماشینآلات و کارخانجات با فناوریهای قدیمی ۲- عدم جایگزینی فناوری موجود با فناوری روز دنیا ۳- فقدان انتقال فناوری مناسب و بومیسازی شده ۴- عدم جذب سرمایه لازم به منظور انتقال فناوریهای پیشرفته	فناوری	
۱- عدم وجود زنجیره‌ی تامین مناسب در حوزه فرش ماشینی در ایران ۲- تامین بسیاری از مواد اولیه از طریق واردات ۳- زیرساختهای صنعتی نامناسب به منظور تامین مواد اولیه فرش ماشینی ۴- رویکرد دلال محوری و تسلط واسطه‌ها در تامین مواد اولیه	تامین	
۱- عدم وجود سازماندهی ملی و کشوری در حوزه فرش ماشینی ۲- عدم وجود تقسیم وظایف، تعاملات، اهدا، راهنماها و برنامه‌های مرتبط با حوزه فرش ماشینی	سازمانی	
۱- وضعیت نامناسب در خدمات فروش و پس از فرش داخل ۲- وضعیت نامناسب در ارائه خدمات الکترونیکی	خدمات	
۱- تبلیغات ضعیف در سطح منطقه و بین‌الملل ۲- عضویت محدود در پیمان‌های تجاری منطقه‌ای و بین‌المللی ۳- تعداد پایین نمایشگاه‌های تخصصی فرش ماشینی	بازاریابی	

*در صنعت موکت نمدی کشور ایران جز ۱۰ کشور برتر در تولید و صادرات می‌باشد بالاتر از هلند، انگلستان و ایتالیا قرار دارد

۳- جایگاه صنعت فرش ماشینی و موکت در اقتصاد ایران

از نظر توان ارزآوری صنعت فرش ماشینی و موکت در سال ۱۴۰۰ با عملکرد صادراتی ۳۰۰۰ دلار در هر تن، ضمن مقایسه عملکرد این صنعت با صنایع پتروشیمی به رقم ۴۶۷ دلار در هر تن از محصولات پتروشیمی در زمره صنایع با قدرت ارزآوری بالا به شمار می‌رود. با این توصیف، صنعت فرش ماشینی و موکت را می‌توان در زمره صنایع مهم با سرمایه‌بری پائین برشمرد که همزمان قادر است هر سه هدف تولید صنعتی، توسعه‌ای (اشتغال‌زایی) و ارزآوری را در کشور تامین نماید

۴- جایگاه صنعت فرش ماشینی و موکت در جهان

۴-۱- سهم از ارزش بازار جهانی

صنعت فرش ماشینی و موکت جهان با ارزش بازاری بالغ بر ۵۳ میلیارد دلار (از جمله مهمترین صنایع کارخانه‌ای در جهان به‌شمار می‌رود. در برابر این رقم عملکرد، ارزش بازار صنعت فرش ماشینی و موکت در ایران ۱/۴۴ میلیارد دلار برآورد می‌گردد.

جدول ۵. بررسی تطبیقی ارزش بازار فرش ماشینی و موکت جهان و ایران (واحد: میلیارد دلار)

ارزش بازار	جهان (میلیارد دلار)	ایران (میلیارد دلار)	سهم ایران از جهان (درصد)
فرش ماشینی	۳۱،۵	۱،۳	۴
موکت	۲۱،۶	۰،۱۴	۰،۶
کل صنعت نساجی و پوشاک	۱۸۹۰	۱۱،۰۴	۰،۵۸

ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



۲-۴- سهم از ارزش مصرف جهانی

به لحاظ مصرف در زنجیره صنعت فرش ماشینی و موکت نیز آمارها مجدداً موید اهمیت بالای این صنعت است. آمار مربوطه در جدول (۶) و (۷) ارائه شده است

جدول ۶. مقایسه تطبیقی مصرف در زنجیره فرش ماشینی ایران و جهان

حلقه در زنجیره	اجزا	واحد سنجش	جهان	ایران	سهم ایران از جهان (درصد)
انواع فرش ماشینی	فرش ماشینی	میلیارد دلار	۳۱۷۵	۱/۳	۴
نخ	انواع نخ فرش ماشینی	هزارتن	۵۲۰۰	۲۲۹	۴
الیاف	(اکریلیک، پلی استر، پلی پروپیلن و...)	هزارتن	۶۰۰	۱۱۰	۱۸

ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

جدول ۷. مقایسه تطبیقی مصرف در زنجیره موکت ایران و جهان

حلقه در زنجیره	اجزا	واحد سنجش	جهان	ایران	سهم ایران از جهان (درصد)
انواع موکت	موکت	میلیارد دلار	۲۱/۶	۰/۱۴	۰/۶
نخ	انواع نخ و الیاف موکت (نایلون، پلی استر، پلی پروپیلن و...)	هزارتن	۵۸۵۰	۲۰۲	۳

ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

طبق جدول، ارقام سهم ایران از مصرف جهانی زنجیره فرش ماشینی و موکت نیز اندکی بهتر از عملکرد آن از منظر تولید است. معنای دیگر این امر آن است که در ایران بازار مصرف مناسبی برای فرش ماشینی و موکت وجود دارد که خود می‌تواند محرک تولید باشد. یکی از اهداف توسعه صنعت فرش ماشینی و موکت افزایش سهم ایران از بازار مصرف نخ فرش ماشینی و نخ و الیاف مرتبط با موکت است چراکه نشان دادن افزایش سهم مصرف ایران در این زمینه منتج به افزایش تولید و صادرات خواهد شد

۳-۴- سهم از تجارت در بازارهای جهانی

به لحاظ جایگاه ایران در بازارهای صادراتی صنایع نساجی و پوشاک نیز آمارها به صورت جدول ۵ قرار دارد:

جدول ۸. مقایسه تطبیقی میزان صادرات در زنجیره فرش ماشینی ایران و جهان (واحد میلیون دلار)

۱۴۰۰ - ۲۰۲۱		۱۳۹۴ - ۲۰۱۵				
سهم (درصد)	ایران	جهان	سهم (درصد)	ایران (میلیون دلار)	جهان (میلیون دلار)	
۰٫۲	۶۳۳	۳۲۸۱۱۴	۰٫۳	۸۱۸	۲۸۸۵۱۰	نساجی
۳	*۲۵۶	۸۲۴۵	۴	۲۷۱	۶۲۰۰	فرش ماشینی
*۰٫۲	۱۷	۷۲۰۰	**۰٫۸	۶۶	۷۴۰۰	موکت
۱٫۷	۲۷۳	۱۵۴۴۵	۲	۳۳۷	۱۳۶۰۰	مجموع فرش و موکت
۰٫۱	۷۴۶	۷۷۷۰۷۵	۰٫۱	۸۶۶	۷۴۱۹۰۱	کل نساجی و پوشاک

ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

*در سال ۱۳۹۷ میانگین قیمت های پایه صادراتی فرش ماشینی به علت رقابت پذیری بیشتر در بازارهای جهانی به ۰٫۶ دلار کاهش یافت

*صادرات فرش ماشینی طی سال ۱۳۹۴ تحت ردیف تعرفه های موکت صورت پذیرفته است که با پیگیری های به عمل آمده از سال های بعد اصلاح گردید

طبق جدول، در مقایسه با میزان سهم ایران از مصرف فرش ماشینی جهان، عملکرد صادراتی این حوزه نسبت به سایر بخش های نساجی کشور دارای جایگاه بهتری برای این اقتصاد را متصور می‌سازد

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



۵- عملکرد تولید و مصرف در صنایع فرش ماشینی کشور

۵-۱- تولید و مصرف در صنایع فرش ماشینی کشور

عملکرد تولید در زنجیره صنعت فرش ماشینی طی دوره متوسط سه سال ۹۹-۱۳۹۷ در انواع الیاف اکریلیک ۳۸۳ هزار تن، انواع نخ فرش ماشینی ۲۰۸ هزار تن و انواع فرش ماشینی ۹۱ میلیون مترمربع می‌باشد. در جدول ۹ جزئیات تفصیلی عملکرد تولید در این صنعت ارائه شده است.

جدول ۹. وضعیت ظرفیت، تولید و مصرف در زنجیره صنعت فرش ماشینی

درصد وابستگی	نیاز برنامه در سال ۱۴۰۴	مصرف	تولید	ظرفیت	واحد سنجش		
۰	۱۲۰	۷۲	۹۴	۱۳۷	میلیون مترمربع	فرش ماشینی	فرش ماشینی
۰	۱۲۰	۱۱۰	۱۱۰	۱۸۰*	هزارتن	نخ اکریلیک	نخ فرش ماشینی
۰	۷۰	۵۸	۵۸	۱۴۰	هزارتن	نخ پلی استر	
۰	۹۰	۶۱	۶۱	۲۹۱	هزارتن	نخ پلی پروپیلن	
۹۹	۱۲۰	۱۱۰	۱/۳	۴۸	هزارتن	الیاف اکریلیک	الیاف

ماخذ: گزارش دفتر صنایع نساجی و پوشاک

*ظرفیت ۱۸۰ هزارتنی برآیندی از نمرات ۲۱ الی ۶۰ متریک می‌باشد.

طبق جدول، بسیاری از حلقه‌های تولید دخیل در زنجیره فرش ماشینی، ضریب وابستگی به غیر از الیاف اکریلیک صفر بوده و در حال حاضر ظرفیت نصب شده مناسب با مقدار مصرف می‌باشد. شایان ذکر است سرمایه گذاری مناسبی در تولید الیاف اکریلیک در مقیاس صنعتی در حال حاضر صورت نگرفته که می‌بایستی در برنامه‌های عملیاتی لحاظ گردد

۲-۵- تولید و مصرف در صنایع موکت کشور

عملکرد تولید در زنجیره صنعت موکت طی دوره متوسط سه سال ۹۹-۱۳۹۷ در انواع الیاف پلی‌پروپیلن ۱۰۹ هزار تن، انواع نخ موکت ۲۱ هزار تن و انواع موکت ۱۳۵ میلیون مترمربع می‌باشد. در جدول ۱۰ جزئیات تفصیلی عملکرد تولید در این صنعت ارائه شده است.

جدول ۱۰. وضعیت ظرفیت، تولید و مصرف در زنجیره صنعت موکت

درصد وابستگی	نیاز برنامه در سال ۱۴۰۴	مصرف	تولید	ظرفیت	واحد سنجش	موکت	موکت
۰	۲۳۲*	۱۱۹	۱۳۵	۲۰۷	میلیون مترمربع	موکت	نخ فرش ماشینی
۰	۵/۴	۳/۲	۳/۲	۷/۵	هزارتن	نخ بی سی اف پلی استر	
۱۰۰	۴/۶	۲/۷۵	۲/۷۵	۲/۷۵	هزارتن	نخ بی سی اف نایلون	
۰	۳۲	۱۸	۱۸	۶۵	هزارتن	نخ بی سی اف پلی پروپیلن	الیاف
۰	۱۰	۳/۶	۳/۶	۲۱۲	هزارتن	الیاف پلی پروپیلن**	
۰	۱۲۸	۷۵	۷۵	۱۹۶	هزارتن	الیاف پلی استر***	

ماخذ: گزارش دفتر صنایع نساجی و پوشاک

*در صورتی که تا سال ۱۴۰۴، ۴ میلیون واحد مسکونی به مترمربع متوسط ۱۱۰ مترمربع در کشور تولید گردد. پیش بینی می‌گردد طی سال‌های آتی با توجه به سلیقه مشتریان میزان تولید موکت تافتینگ افزایش خواهد یافت

**در حال حاضر تولید انواع الیاف پلی پروپیلن در کشور در حدود ۱۰۸ هزارتن برآورد می‌گردد که از این میزان در حدود ۴ هزارتن در صنعت موکت نمدی استفاده می‌گردد و مابقی در صنایعی نظیر تولید لایه‌های صنعتی، بتن، جلو گیری از ترک و ریزش گچکاری، پوشش‌های سلولزی مانند پتینه و سنگ‌های مصنوعی کاربرد دارد

***الیاف پلی استر در صنایع دیگر نظیر هالو، ایزوگام، سالیید و... کاربرد دارد و ظرفیت مورد اشاره شامل دسته کتان تاپیسی‌ها نمی‌باشد

با توجه به نیاز بازار در زنجیره تولیدات نساجی و پوشاک و با نگاه استراتژیک به توسعه صنعت فرش ماشینی و موکت به عنوان صنعت اشتغالزا با قدرت ارزآوری بالا در بخش های مختلف پیش از تولید (تحقیق و توسعه، طراحی و برند و ...)، تولید انواع فرش ماشینی و موکت پس از تولید (بازارپردازی، بازاریابی، توزیع و فروش و خدمات پس از فروش)، تولید انواع نخ های فرش ماشینی و الیاف مصنوعی (علی الخصوص نخ های ظریف اکریلیک)، بیشترین وابستگی وجود دارد و نیاز به توسعه، سرمایه گذاری های جدید و جهش در تولید ضروری می نماید

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



۶- ساختار بازار صنایع فرش ماشینی و موکت در ایران

۶-۱ ساختار صنایع فرش ماشینی و موکت

از منظر نوع تکنولوژی تولید

به منظور پرداختن به ساختار فناورانه صنایع فرش ماشینی و موکت در کشور، ابتدا باید یک طبقه‌بندی از انواع فناوری ارائه شود که در گراف (۱) و (۲) به انجام رسیده است. سپس به معرفی رویدادهای بروز فناوری و نوآوری این صنایع در مقیاس جهانی و داخل کشور پرداخته شده است

گراف ۱. طبقه‌بندی انواع فناوری بر مبنای سرعت ایجاد تغییر در صنعت و کارکرد فناوری در صنعت فرش ماشینی



گراف ۲. طبقه‌بندی انواع فناوری بر مبنای سرعت ایجاد تغییر در صنعت و کارکرد فناوری در صنعت موکت



با این طبقه‌بندی و با اختصاصی‌سازی آن برای صنایع فرش ماشینی و موکت، مشخص می‌گردد که در ایران تولید محولات یاد شده عمده تمرکز بر فناوری‌های پشتیبان (با ماهیت سنتی) صورت می‌گیرد. با استفاده از بهره‌مندی از پلت فرم های نوین زنجیره تأمین و سپس مواد پیشرفته و تولید محصولات با ویژگی‌های خاص (به عنوان فناوری‌های تحول‌آفرین) پرداخته شود. در این بخش از صنعت محصولات با فناوری ساده را به دو دسته شامل نساجی، پوشاک و کفش و دسته دیگر سایر محصولات با فناوری پایین تقسیم می‌کنند. صنعت فرش ماشینی و موکت دارای فناوری ساده است به منظور بررسی وضعیت فناوری در ایران در ارتباط با فرش ماشینی و موکت، روند ورود فناوری به کشور در زمینه صنایع یاد شده، یعنی واردات ماشین‌آلات تولید فرش می‌تواند اطلاعات سودمندی ارائه دهد.

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهِبردها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



۱-۱-۶- مشهورترین شرکت های تولیدکننده ماشین‌آلات تولید فرش ماشینی

در ارتباط به شرکت های تولیدکننده ماشین‌آلات فرش باید به این نکته اشاره کرد که دو شرکت وندویل بلژیک و شونهر آلمان از قدرتمندترین و مشهورترین شرکت های تولیدکننده ماشین‌آلات تولید فرش هستند

• ماشین‌آلات فرش بافی شونهر و وندویل

۱. آخرین تکنولوژی ماشین‌آلات فرش بافی در شرکت شونهر آلمان مربوط به ماشین‌آلات ۱۴۰۰ شانه با قابلیت بافت با تراکم ۳۷۵۰ و انتخاب ۶ نخ پود مختلف با سیستم پودگذاری چندگانه (Multi weft selector) همچنین افزایش قابلیت انعطاف پذیری تولید (قابلیت پیاده سازی هر نوع طرح و افکت) با ارتفاع خاب متفاوت می‌باشد.
۲. آخرین تکنولوژی ماشین فرش بافی مربوط به شرکت وندویل بلژیک ماشین های ۱۵۰۰ شانه در دو نوع با عرض ۳ و ۴ متر می‌باشد که در این نوع ماشین‌آلات از پودهای متنوع از نظر ضخامت و جنس استفاده می‌گردد و پود گذاری با حداقل فشار و سایش بوده و مجهز به سیستم های الکترونیکی پیشرفته (کارآمدتر شدن اپراتور و راحت تر شدن کار) و دارای قابلیت هایی همانند تمیزتر بودن پشت فرش (پشت فرش واضح تر و شبیه فرش دستباف) و تغییر سریع نوع بافت و راندمان بالاتر تولید و ضایعات کمتر نخ و سرعت بالا و ارتعاش کم می‌باشند.
۳. در خصوص ریسندگی الیاف بلند، شرکت ZINSER با تولید ماشین‌آلات ZINSER ۴۵۱ با تغییراتی جزئی در ماشین مذکور از جمله جنس و شکل نوار آپرون غلطک تولید و به سبب آن اصلاح مثلث ریسندگی و بهبود کیفیت نخ تا تغییرات کلی تر از جمله اتوماتیک نمودن سیستم تغذیه و همچنین انتقال دوک های تولید نخ در ماشین، تکنولوژی ماشین‌آلات رینگ سیستم الیاف بلند را به روز رسانی نموده است.
۴. شرکت Schlafhorst با تولید ماشین‌آلات TOW به Tops با تکنولوژی روز از جمله ماشین‌آلات S۲۰۰ درک جدیدی از شرایط کیفی استاندارد به وجود آورده است و همچنین انعطاف پذیری در تولید نخ های با کیفیت جدید در عین کاهش هزینه تولید و نگهداری روند جدیدی از تولید نخ را به وجود آورده است.

۱-۲-۶- مشهورترین شرکت های تولیدکننده ماشین‌آلات تولید موکت

• ماشین‌آلات تولید موکت دیلو

گروه آلمانی دیلو در نمایشگاه INDEX ۲۰۲۰ ژنو سوئیس آخرین پیشرفت هایش در تجهیزات را ارائه نمود، مشتمل بر محرک بیم سوزنی بیضوی (elliptical needle beam drive) جدید و ساده سازی شده که تکنولوژی Hyperpunch را برای کاربردهای استاندارد بسیار متناسب می سازد

در تکنولوژی Hyperpunch HV توزیع یکدست تر کوک (stitch) در فرایند قبل از سوزن زنی را امکان پذیر می سازد، به ویژه در ترکیب با الگوی و طرح سوزن زنی ۶۰۰۰X.

در خط کامل سوزن زنی، احساس شد که این فرایند همگن سازی را با استفاده از الگوی سوزنی جدید ۸۰۰۰X می توان بیشتر بهبود بخشید که گفته می شود مرحله برجسته ای در پیشرفت الگوی سوزنی است که منجر به این می شود که سطوح محصول نهایی با وجود طیف وسیع ضربات (advances/strokes) علایم و نشانه های کمی را در ظاهر خود نشان دهد

تکنولوژی ۳D-Lofter اولین بار در سال ۲۰۱۹ در نمایشگاه ایتما بارسلون ارائه شد و مشتمل بر واحدهای تشکیل دهنه تار بود که جهت تحویل توده الیاف در الگوهای مختلف بر روی منسوج بی بافت سوزنی بر طبق اصل تشکیل دهنه تار ایرودینامیکی کار می کرد. تولید فشار محوری (stress-oriented production) قطعات فرم گرفته تکنیکی منجر به صرفه جویی در مصرف الیاف می شد، یا Di-Lour طرح دار یا نمدهای Di-Loop (felts) دو نمونه از حوزه های کاربردی جدید این تکنولوژی نوین هستند

تکنولوژی ۳D-Lofter برای پرکردن نقاط بد در زیراندازهای بی بافت تشکیل شده از وب الیاف می تواند برعکس شود تا همگنی بهتری برای محصولات اسپان لس، اتصال حرارتی یا (airlay) بدست آید

ماشین‌آلات موکت بافی و ندویل (موکت تافتینگ). این دستگاه ها در عرض های ۲،۳ و ۴ متری موکت تولید می کنند. سرعت بالای تولید از جمله مشخصات بارز ماشین‌آلات و ندویل است. در این ماشین‌آلات توجه زیادی به میزان و تعداد ضربات سوزن شده و برخی موارد فنی مانند عدم لرزش دستگاه به خوبی رعایت شده است

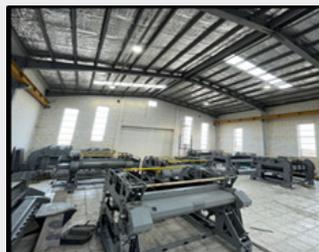
از دیگر ماشین‌آلات مهم می توان به ماشین‌آلات تولیدی شرکت فهرر اشاره نمود.

۳-۱-۶- نوآوری‌ها کشور در حوزه قطعه‌سازی، ماشین‌سازی، تعمیرات و نگهدار صنعت فرش ماشینی

۱. بومی سازی ساخت ژاکارد ماشین های بافندگی فرش

یکی از مهمترین نوآوری های سال های اخیر در صنعت فرش ماشینی بومی سازی ساخت ژاکارد ماشین های بافندگی فرش می‌باشد. این دستاورد علاوه بر آن که سبب کاهش وابستگی تولیدکنندگان فرش ماشینی به شرکت های خارجی بهنگام تعمیرات و نگهداری ماشین‌آلات شده است، بلکه سبب سرعت گرفت فرآیند ارتقاء شانه ماشین های بافندگی از تراکم های پایین به تراکم های بالا گردیده است. از اینرو اگرچه آمار دقیقی از میزان کاهش ارزی قطعات ژاکارد ماشین های بافندگی فرش در دسترس نیست اما تحقیقات میدانی نشان می دهد سالانه میلیون ها دلار ارزی این بخش از صنعت فرش ماشینی حذف و بومی سازی شاخصی صورت گرفته است

شکل-۱- خط تولید ژاکارد ماشین های بافندگی فرش واندویل



وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



۲. بومی‌سازی فرآیند ارتقاء ماشین‌های بافندگی شانه پایین به ماشین‌های شانه بالا

طی ۵ سال اخیر و با اوج گرفتن تحریم‌های ظالمانه بین‌المللی، متخصصین و تکنیسین‌های داخلی کشور در صنعت فرش ماشینی اقدام به بومی‌سازی ارتقاء ماشین‌های بافندگی فرش نموده‌اند. طی این فرآیند ماشین‌های بافندگی کارکرده با شانه‌های پایین مانند ۲۸۰ و یا ۳۲۰ شانه با همت متخصصین ایرانی به ماشین‌های بافندگی شانه بالا مانند ۱۲۰۰ و ۱۵۰۰ شانه شده‌اند. چنین اقدامی نه تنها خروج دهها میلیون دلار ارز جهت ورود ماشین‌های بافندگی جدید شانه بالا را کاهش داد، بلکه سبب ایجاد دانش فنی ارتقای ماشین‌های بافندگی فرش شد که به جرات می‌توان گفت منحصر به چند کشور محدود مانند بلژیک، آلمان و ترکیه بود.

۳. تعمیرات اساسی (اورهال) کاملاً ایرانی ماشین‌های بافندگی فرش

در حال حاضر اگرچه ماشین‌های مدرن بافندگی فرش بطور ۱۰۰ درصد از دو کشور بلژیک و آلمان وارد می‌شود لیکن اورهال چنین ماشین‌آلاتی بطور کامل با دستان پرتوان متخصصین فنی و تکنیسین‌های ماهر ایرانی صورت می‌پذیرد. نکته حائز اهمیت چنین رویدادی علاوه بر کاهش وابستگی به متخصصین خارجی و کاهش ارزبری این صنعت، استفاده ۱۰۰ درصدی از بسیاری از قطعات مصرفی بومی‌سازی شده مانند میل میلک، شانه، کریل (قفسه) و ... می‌باشد.

۴. تعمیرات پیشرو و بومی‌سازی ساخت قطعات مکانیکی و مگاالکترونیکی

برخی از قطعات ماشین‌های بافندگی فرش از جمله قطعات حساس و با تکنولوژی بالا و پیچیده است که خوشبختانه اخیراً تعمیرات و حتی بازسازی کامل آن‌ها توسط تیم‌های جوان نخبه ایرانی در حال انجام می‌باشد.

از جمله این قطعات می‌توان به گریکس و بوردهای الکترونیکی اشاره نمود. در حال حاضر تعمیرات کامل گریکس ماشین‌های بافندگی فرش بصورت کاملاً بومی در داخل کشور صورت می‌پذیرد. چنین اقدامی علاوه بر کاهش وابستگی و ارزبری، سبب سرعت بالای تعمیرات و کاهش مدت زمان توقف تولید ناشی از تعمیر گریکس ماشین‌های فرش‌بافی شده است.

در زمینه بوردهای الکترونیکی و حتی نرم افزارهای ماشین های بافندگی فرش نیز می توان استقلال نسبی کشور را شاهد بود. درحالی که تا ۱۰ سال پیش گاه ماشین بافندگی ۲ میلیون یورویی بدلیل سوختن یک یا چند برد الکترونیکی می بایست روزها متوقف باشد، امروزه به همت جوانان نخبه ایرانی تعمیرات و حتی ساخت چنین بوردهایی به آسانی صورت می پذیرد. علاوه بر موارد فوق، تعمیر سروو موتورهای پر قدرت ماشین های بافندگی که تا سال گذشته تنها با ارسال آنها به کشور فرانسه قابل انجام بود، امروز با تلاش جوانان سختکوش کشور در حال انجام است

تغییر انتقال حرکت به ژاکارد و دابی ماشین بافندگی از سیستم قدیمی مکانیکی به سیستم سروو موتور نیز از دیگر نوآوری هایی است که طی یکی دو سال اخیر بوقوع پیوسته است و سبب شده است تا ماشین های کار کرده از نظر سیستم انتقال حرکت بتوانند عینا مشابه ماشین های مدرن ساخت سال ۲۰۲۲ عمل کنند و هم کیفیت و هم راندمان این ماشین ها به میزان قابل توجهی ارتقا و به روز رسانی شود

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه راه



الزامات



ویژگی ها



۵. استفاده از مواد اولیه جدید در فرش های ماشینی جدید

نام صنعت تولید فرش ماشینی ایران با الیاف اکریلیک به عنوان مهمترین و پرمصرف ترین لیف در تولید نخ خاب، گره خورده است که البته در کنار آن الیاف دیگری مانند پلی استر و پلی پروپیلن نیز با حجم مصرف بسیار پایین تر استفاده می گردد

در سالهای اخیر، چند عامل سبب شده است تا تولید کنندگان فرش ماشینی ایران به دنبال استفاده از الیاف دیگر بجای الیاف اکریلیک در فرش ماشینی باشد. تشدید تحریم های ظالمانه و در نتیجه سخت و زمان بر شدن دسترسی به الیاف اکریلیک (که بالای ۹۸٪ آن وارداتی است) و افزایش سرسام آور قیمت آن از یکسو و حرکت به سمت تولید فرش های باشانه بالا که نیاز به الیاف نرم تر و لطیف تر داشت، سبب شد تا سهم جدیدی برای الیاف جدید مانند ویسکوز، پشم، بامبو، مدال و ... در صنعت فرش ماشینی ایران شکل بگیرد. از این رو یکی از نوآوری هایی که طی چندسال اخیر در صنعت فرش ماشینی ایران رخ داده است، استفاده از الیاف جدید در نخ خاب فرش ماشینی می باشد. نوآوری که بنظر می رسد در سال های آینده نیز ادامه خواهد داشت و به مرور سهم الیاف اکریلیک را کمتر و سهم الیاف جدید را بیشتر خواهد کرد



۶. طرح های جدید

الف. طرح وینتیج

عبارت وینتیج در انگلیسی به معنی کهنه اما باارزش، کهنه‌نما، لباس مندرس و گاه به معنی آنتیک و قدیمی است. این عبارت در صنعت فرش اعم از دستباف و یا ماشینی نیز به کار می‌رود.

در هنر - صنعت فرش دستباف، به فرش‌هایی که به‌طور عادی کهنه، مستعمل و به نظر غیر قابل استفاده می‌آیند؛ گفته می‌شود. چنین فرش‌هایی را بازسازی و برای استفاده مجدد در تزئینات منزل یا محل کار استفاده می‌کنند.

نحوه بازسازی این نوع فرش‌ها متفاوت است اما در اکثر موارد، فرش دستباف را با روش‌های مختلفی مانند استفاده از برخی مواد شیمیایی رنگ‌بر، رنگ‌برداری و یا اصطلاحاً «سنگ‌شور» می‌کنند.

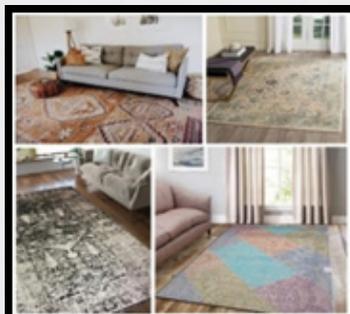
فرش‌های دستباف کهنه و با اصالت (به ویژه از نوع ایرانی آن) مشتریان خوبی در سطح جهان دارد. از این‌رو در سال‌های اخیر برخی از تولیدکنندگان فرش ماشینی به فکر تولید فرش‌های ماشینی کهنه‌نما افتادند تا ضمن پاسخگویی به سلیقه ویژه این دسته از مشتریان، ارزش افزوده بالاتری برای محصولات تولیدی خود فراهم کنند. در واقع، فرش ماشینی وینتیج یک فرش ماشینی معمولی اما با طرح و نقش کهنه‌نماست و تنها در موارد کمی بر روی این فرش‌ها عملیات تکمیلی خاص (مانند شور و ...) صورت می‌گیرد. امروزه تنوع بی‌نظیری از فرش‌های ماشینی وینتیج در دسترس خریداران و علاقه‌مندان قرار دارد

فرش‌های وینتیج بیشتر کاربرد دکوراتیو و تزئینی دارند تا کاربرد پوشاندن کف؛ از این رو چنین فرش‌هایی عموماً در قطعات و اندازه‌های کوچک و متوسط (زیر ۹ مترمربع) تولید و به بازار عرضه می‌شوند



ب. طرح پتینه

اصطلاح پتینه عبارت انگلیسی به معنای کهنه‌نما و یا کهنه‌نماکردن سطوح اجسام به‌ویژه اجسام مسی است. پتینه‌کاری یک اصطلاح در هنر دکوراسیون می‌باشد که به‌وسیله آن به اجسام، ظاهری قدیمی و باارزش می‌دهند. فرش پتینه را می‌توان تقریباً همان فرش وینتیج دانست. به عبارتی فرش کهنه‌نمای رنگ و رو رفته و به ظاهر مندرس و قدیمی است (شکل ۲-۱۴). تفاوت چندانی بین این دو نوع فرش ماشینی نیست و این دو اصطلاح بسیار به جای یکدیگر استفاده می‌شوند. شاید یکی از تفاوت‌هایی که بین فرش وینتیج و پتینه مخصوصاً در نوع دستباف آن باشد؛ وجود پرزهای کوتاه‌تر و کچلی‌های خاب فرش در نوع وینتیج است. در تولید فرش‌های پتینه از انواع نخ‌ها و الیاف مختلف مصرفی در فرش ماشینی استفاده می‌شود. بدیهی است استفاده از نخ اکریلیک در خاب این‌گونه از فرش‌های ماشینی، دوام و پاخوردگی بالاتری را به همراه خواهد داشت





۴-۱-۶- نوآوری‌ها در ایران و جهان در صنعت موکت

۱. شرکت Ege carpet:

- اولین تولیدکننده موکت در جهان که گواهینامه مدیریت ISO ۱۴۰۰۱ دریافت کردند.
- اولین و تنها تولیدکننده موکت در جهان به ثبت EMAS دست یافت و اولین گزارش زیست محیطی خود را صادر کرد.
- از نظر تولید پایدار موکت در جایگاه اول قرار دارد.
- در سال ۲۰۰۱ ضایعات نخ برای اولین بار بازیافت شدند.
- موکت توسط مواد احیاشده و تجدیدپذیر تولید که از زباله‌های صنعتی مانند تورهای ماهیگیری دست دوم ساخته شده‌اند.

۲. شرکت Moooi Carpets:

- به لطف چاپگر Chromojet، دستیابی به ترکیبی نامحدود از رنگ‌ها، کیفیت بالا و بازکردن دنیایی نامحدود از خلاقیت امکان‌پذیر شده است.
- پررنگ‌ترین ویژگی مثبت این مجموعه دادن آزادی عمل به مشتریان است تا بتوانند امضای شخصی خود را در طرح‌ها بیاورند و همه چیز طبق سلیقه‌ی آن‌ها به اتمام برسد.

۳. شرکت cc-tapis:

- از مواد سازگار با محیط‌زیست در هر مرحله از تولید استفاده کند. برای مثال از آب باران تصفیه شده برای شستشوی محصولات نهایی و ساخت هر یک از موکت و قالیچه‌های خود استفاده می‌کنند و استفاده از هرگونه محصول شیمیایی یا مصنوعی ممنوع است. هر آنچه بافندگان لمس می‌کنند طبیعی و دست‌ساز است.

۴. شرکت Brintons:

- متعهد می‌شوند که تا سال‌های آینده موکت‌ها عالی به نظر برسد و از انتخاب خود رضایت داشته باشند.

۴. شرکت Burmatex:

- به دنبال روش‌های جدید برای بهبود روند تولید محصولات فعلی و موکت‌های تایل هستند.
- موکت از مقاومت در برابر سایش، مقاومت در برابر شعله، دوام و ثبات رنگ برخوردار هستند.

۵. شرکت Mohawk:

- بسیاری از اقلام آن‌ها از مواد بازیافتی و تجدیدپذیر ساخته شده است.
- دارای طراحان درجه یکی‌ست که باکیفیت‌ترین محصولات را به مشتری ارائه می‌دهند.

۶. شرکت Dixie Home:

- آن‌ها متعهد به ارائه تاییدیه برای کلیه محصولات خود از طریق گواهینامه شخص ثالث هستند. این گواهینامه ارزیابی بی‌طرفانه‌ای از تمام محصولات این شرکت را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهد. هر محصولی که توسط گروه Dixie Home تولید شود، توسط برنامه CRI Green Label Plus تأیید شده است.

۷. شرکت SHAW FLOORS:

- تنوع گسترده‌ای از موکت‌ها را در سبک‌ها و رنگ‌های مختلف ارائه می‌دهد. علاوه بر این، مجله‌های Floor Focus ، Floor Covering News و Floor Covering Weekly با شناسایی سطح منحصر به فرد هنر و برتری در تولید، این برند را در رتبه اول قرار داده‌اند.

۸. شرکت ATLAS CARPET MILLS:

- این شرکت به طراحی و ساخت موکت‌های منحصر به فرد و موکت‌های تایل اختصاص داده شده است.
- تمامی کفپوش‌های این برند با داشتن استانداردهای زیست‌محیطی بالا برای عملکرد برتر مهندسی شده‌اند.

۹. شرکت Capel Rugs:

- اکثر تولیدات این گروه، دو رو بودن کارهاست. به این معنی که اگر یک طرف موکت لکه شد، می‌توانید آن را پشت و رو کنید تا دوباره جلوه‌ای تازه و رنگارنگ بدست آورید. لازم به ذکر است که کلیه محصولات ارائه شده یک سال ضمانت دارند.

۲-۶- ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک از منظر اندازه واحدهای بنگاهی

ساختار صنایع فرش ماشینی از منظر الگوی فعالیت (انفرادی و یا در قالب خوشه های دستجمعی) برحسب دو مولفه بررسی کرد: الف. اشتغال به عرضه کالای مجاز و نوع مجوز فعالیت (صنفی - صنعتی). بر حسب هر یک از این دو مولفه، آمار مربوط به وضعیت ساختار فرش ماشینی و موکت در گراف (۳) و (۴) نمایش داده شده است

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه راه



الزامات



ویژگی‌ها



گراف ۳. ساختار صنایع فرش ماشینی برحسب نوع مجوز و اشتغال به عرضه کالای مجاز
الف. ساختار توزیع صنایع فرش ماشینی



ب. ساختار تولید صنایع فرش ماشینی





گراف ۴. ساختار صنایع موکت برحسب نوع مجوز و اشتغال به عرضه کالای مجاز

الف. ساختار توزیع صنایع موکت

نهره مندی از مجوز توزیع

واحدهای نیمه سازمان یافته
(واحدهای فعال در بازار)
%۹۷عرضه سازمان یافته
(نمایندگی‌ها، مغازه‌های تخصصی، برندها)
%۳واحدهای غیر سازمان یافته
(واحدهای صنفی بدون مجوز)
%۳عرضه غیرسازمان یافته
فرش از طریق فروشگاه‌های زنجیره‌ای
%۰

انفرادی

غیرانفرادی

الگوی عملکرد بنگاهی

ب. ساختار تولید صنایع موکت

نهره مندی از مجوز توزیع

واحدهای تولیدی بخش خصوصی
%۱۰۰پارکهای تخصصی فرش ماشینی*
%۰تولیدکنندگان صنفی انفرادی و
یا غیر سازمان یافته
%۰خوشه‌ها و شهرکهای صنعتی
%۰

انفرادی

غیرانفرادی

الگوی عملکرد بنگاهی

* اکثر تولید الیاف پلی استر مورد نیاز صنعت موکت نمدی در پارک‌های تخصصی صورت می‌پذیرد.

۳-۶- ساختار بازار صنعت فرش ماشینی و موکت از منظر موازنه تولید در حلقه‌های مختلف زنجیره تامین

یکی از موضوعات مهم در بررسی ساختار بازار، وضعیت توازن در زنجیره تامین و تولید محصولات می‌باشد. این مساله با تاثیر مستقیم بر پایداری تولید در صنایع مورد توجه قرار می‌گیرد. یکی از مسائل مهم در این ارتباط، متوسط قیمت محصولات در دی ماه سال جاری هر حلقه از تولید می‌باشد بر حسب قیمت داخلی کف بازار و بدون ارزش افزوده و قیمت جهانی بر حسب C&F در جداول ۱۲ الی ۱۴ و همچنین ۱۵ الی ۲۰ به ترتیب مرتبط با صنعت فرش ماشینی و موکت می‌باشد

جدول ۱۲. زنجیره فرش ماشینی پلی استر

قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به دلار جهانی	قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به هزار تومان داخلی	
	۱/۹		۹۰	نخ پلی استر نمره ۱۵۰۰ الی ۱۸۰۰ دنیر برای تولید فرش ماشینی زیر ۵۰۰ شانه
۱/۴	۸	۱/۷۶	۴۳۰ الی ۴۷۵	فرش ماشینی پلی استر زیر ۵۰۰ شانه (مترمربع/هزار تومان)
	۲/۱۲		۹۵ الی ۱۰۰	نخ پلی استر نمره ۱۲۰۰ الی ۱۵۰۰ دنیر برای تولید فرش ماشینی ۵۰۰ تا ۷۰۰ شانه
۱/۴	۹	۱/۸	۵۱۰ الی ۵۴۰	فرش ماشینی پلی استر ۵۰۰ تا ۷۰۰ شانه (مترمربع/هزار تومان)
	۲/۶		۱۰۰ الی ۱۲۰	نخ پلی استر نمره ۷۰۰ الی ۱۰۰۰ دنیر برای تولید فرش ماشینی ۱۰۰۰ تا ۱۲۰۰ شانه
۱/۸۵	۱۴/۵	۱/۹۵	۶۵۵ الی ۷۰۵	فرش ماشینی پلی استر ۱۰۰۰ تا ۱۲۰۰ شانه (مترمربع/هزار تومان)

*متوسط وزن هر مترمربع فرش ماشینی ۳/۱ کیلوگرم بر اساس فرم های کیل مصرف می‌باشد.

*متوسط قیمت نسبی انواع فرش پلی استر در کشور ۱/۸۳ و جهانی آن ۱/۵۵ می‌باشد.



جدول ۱۳. زنجیره فرش ماشینی پلی پروپیلن

قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به دلار جهانی	قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به هزار تومان داخلی	
	۱/۶۵		۸۰	نخ بی سی اف پلی پروپیلن نمره ۲۴۰۰ الی ۲۷۰۰ دنیر برای تولید فرش ماشینی زیر ۵۰۰ شانه
۱/۵۸	۶	۱/۲۵	۲۳۰ الی ۲۱۰	فرش ماشینی پلی پروپیلن زیر ۵۰۰ شانه (مترمربع/هزار تومان)
	۱/۹		۸۵ الی ۸۰	نخ بی سی اف پلی پروپیلن نمره ۲۲۰۰ الی ۲۵۰۰ دنیر برای تولید فرش ماشینی ۵۰۰ تا ۷۰۰ شانه
۱/۷۱	۷ ۸	۱/۳۵ ۱/۷۹	۲۶۰ الی ۲۴۰ ۳۶۰ الی ۳۴۰	فرش ماشینی پلی پروپیلن ۷۰۰ تا ۵۰۰ شانه (مترمربع/هزار تومان)

*متوسط وزن هر مترمربع فرش ماشینی ۲/۳ کیلوگرم بر اساس فرم های کیل مصرف می‌باشد.

*متوسط قیمت نسبی انواع فرش پلی پروپیلن در کشور ۱/۴۶ و جهانی آن ۱/۶۴ می‌باشد.

جدول ۱۴. زنجیره فرش ماشینی اکریلیک

قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به دلار جهانی	قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به هزار تومان داخلی	
	۲/۲		۸۲	الیاف اکریلیک
۲/۵۶	۵/۶۵	۲/۱۸	۱۷۹	متوسط قیمت نخ اکریلیک فرش ماشینی
	-		۱۵۲ الی ۱۶۲	نخ اکریلیک نمره ۱۸ و ۲۱ متریک سه لا برای تولید فرش ماشینی ۵۰۰ تا ۷۰۰ شانه
-	۹ ۱۳	۱/۱۷	۵۴۰ الی ۵۷۰	فرش ماشینی اکریلیک ۵۰۰ تا ۷۰۰ شانه (مترمربع/هزار تومان)
	-		۱۷۰	نخ اکریلیک نمره ۲۸ و ۳۰ متریک برای تولید فرش ماشینی ۱۰۰۰ شانه
-	۱۷	۱/۳۵	۶۹۰ الی ۶۷۰	فرش ماشینی اکریلیک ۱۰۰۰ شانه (مترمربع/هزار تومان)
	۵/۳۵		۱۷۵ الی ۱۹۰	نخ اکریلیک نمره ۳۳ الی ۴۴ متریک برای تولید فرش ماشینی ۱۲۰۰ شانه
۱/۱۲	۱۸	۱/۳۸	۷۲۰ الی ۷۹۰	فرش ماشینی اکریلیک ۱۲۰۰ شانه (مترمربع/هزار تومان)
	۵/۹۵		۲۰۰ الی ۲۱۰	نخ اکریلیک نمره ۴۵ الی ۵۵ متریک برای تولید فرش ماشینی ۱۵۰۰ شانه
۱/۵۱	۲۷	۱/۴	۸۲۰ الی ۸۸۰	فرش ماشینی اکریلیک ۱۵۰۰ شانه (مترمربع/هزار تومان)

*متوسط وزن هر مترمربع فرش ماشینی ۳ کیلوگرم بر اساس فرم های کیل مصرف می باشد.

*متوسط قیمت نسبی انواع فرش اکریلیک در کشور ۱/۳۲ و جهانی آن ۱/۳۱ می باشد.

طبق جدول، قیمت نسبی محصول در زنجیره فرش ماشینی برحسب کیلوگرم به دلار، یک روند نوسانی دارد. بیشترین میزان قیمت نسبی مربوط به فرش ماشینی پلی استر است و بعد از آن به ترتیب فرش پلی پروپیلن و اکریلیک در جایگاه های بعدی قرار دارند. و از همین منظر فرش پلی استر انگیزه بالاتری سرمایه گذاری در این حلقه از زنجیره را در برابر سایر حلقه های فرش ماشینی ایجاد می کند



جدول ۱۵. زنجیره موکت (ساده، طرح دار، چایی، لمینیت شده) نمدی از جنس پلی پروپیلن

قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به دلار جهانی	قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به هزار تومان داخلی	
	۰/۹۸		۳۹	گرانول پلی پروپیلن
۲/۲	۲/۲	۱/۱	۴۳	الیاف پلی پروپیلن
۱/۶۳	۳/۶	۱/۱۱	۴۸	موکت نمدی (مترمربع/هزار تومان)

*متوسط وزن هر مترمربع موکت نمدی یک کیلوگرم بر اساس فرم های کیل مصرف می‌باشد.

*متوسط قیمت نسبی انواع موکت نمدی در کشور ۱/۱۱ و جهانی آن ۱/۶۳ می‌باشد.

جدول ۱۶. زنجیره موکت (ساده، طرح دار، چایی، لمینیت شده) نمدی از جنس پلی استر نو

قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به دلار جهانی	قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به هزار تومان داخلی	
	۱		۳۰	پلی تیلن ترفتالات سوپربرایت
۱/۵	۱/۵	۱/۴۶	۴۴	الیاف پلی استر
۲/۴	۳/۶	۱/۰۹	۴۸	موکت نمدی (مترمربع/هزار تومان)

*متوسط وزن هر مترمربع موکت نمدی یک کیلوگرم بر اساس فرم های کیل مصرف می‌باشد.

*متوسط قیمت نسبی انواع موکت نمدی در کشور ۱/۰۹ و جهانی آن ۲/۴ می‌باشد.

جدول ۱۷. زنجیره موکت (ساده، طرح دار، چایی، لمینیت شده) نمدی از جنس پلی استر بازیافتی (پرک)

قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به دلار جهانی	قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به هزار تومان داخلی	
	۰/۵۵		۲۳	پرک پلی استر
۱/۸	۱	۱/۱۳	۲۶	الیاف پلی استر
۲/۹۸	۲/۹۸	۱/۵۳	۴۰	موکت نمدی (مترمربع/هزار تومان)

*متوسط وزن هر مترمربع موکت تافتینگ یک کیلوگرم بر اساس فرم های کیل مصرف می‌باشد.

*متوسط قیمت نسبی انواع موکت نمدی در کشور ۱/۵۳ و جهانی آن ۲/۹۸ می‌باشد.

جدول ۱۸. زنجیره موکت (ساده، طرح دار، چایی، لمینیت شده) تافتینگ از جنس پلی پروپیلن

قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به دلار جهانی	قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به هزار تومان داخلی	
	۰/۹۸		۳۹	گرانول پلی پروپیلن
۲/۷	۲/۶۸	۱/۷۹	۷۰	نخ بی سی اف پلی پروپیلن
۲	۵/۴۸	۲/۱۸	۱۵۳	موکت تافتینگ

*متوسط وزن هر مترمربع موکت تافتینگ ۱/۵ کیلوگرم بر اساس فرم های کیل مصرف می‌باشد.

*متوسط قیمت نسبی انواع موکت تافتینگ از جنس پلی پروپیلن در کشور ۲/۱۸ و جهانی آن ۲ می‌باشد.

جدول ۱۹. زنجیره موکت (ساده، طرح دار، چایی، لمینیت شده) تافتینگ از جنس پلی استر

قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به دلار جهانی	قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به هزار تومان داخلی	
	۱		۳۰	پلی تیلن ترفتالات سوپربرایت
۱/۵۸	۱/۵۸	۲/۵	۷۵	نخ بی سی اف پلی استر
۲/۸۵	۴/۲۸	۱/۶	۱۲۰	موکت تافتینگ

*متوسط وزن هر مترمربع موکت تافتینگ یک کیلوگرم بر اساس فرم های کیل مصرف می‌باشد.

*متوسط قیمت نسبی انواع موکت تافتینگ از جنس پلی استر در کشور ۱/۶ و جهانی آن ۲/۸۵ می‌باشد.

جدول ۲۰. زنجیره موکت (ساده، طرح دار، چایی، لمینیت شده) تافتینگ از جنس نایلون

قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به دلار جهانی	قیمت نسبی	قیمت هر کیلوگرم به هزار تومان داخلی	
	۱/۸۸		۶۰	کاپرولاکتام
۲/۳	۴/۴	۱/۵	۹۰	نخ بی سی اف نایلون
۱/۶۲	۷/۱۴	۲/۲۲	۲۰۰	موکت تافتینگ

*متوسط وزن هر مترمربع موکت تافتینگ یک کیلوگرم بر اساس فرم های کیل مصرف می‌باشد.

*متوسط قیمت نسبی انواع موکت تافتینگ از جنس نایلون در کشور ۲/۲۲ و جهانی آن ۱/۶ می‌باشد.

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



طبق جدول، قیمت نسبی محصول در زنجیره موکت نمدی برحسب کیلوگرم به دلار، یک روند نوسانی دارد. بیشترین میزان قیمت نسبی مربوط به موکت پلی استر از پرک است و بعد از آن به ترتیب موکت نمدی از پلی پروپیلن و پلی استر از پلی اتیلن ترفتالات در جایگاه های بعدی قرار دارند. و از همین منظر موکت پلی استر از پرک انگیزه بالاتری سرمایه‌گذاری در این حلقه از زنجیره را در برابر سایر حلقه‌های موکت نمدی ایجاد می‌کند.

طبق جدول، قیمت نسبی محصول در زنجیره موکت تافتینگ برحسب کیلوگرم به دلار، یک روند نوسانی دارد. بیشترین میزان قیمت نسبی مربوط به موکت از جنس نخ نایلون است و بعد از آن به ترتیب موکت نمدی از پلی پروپیلن و پلی استر در جایگاه های بعدی قرار دارند. و از همین منظر موکت از جنس نایلون انگیزه بالاتری سرمایه‌گذاری در این حلقه از زنجیره را در برابر سایر حلقه‌های موکت نمدی ایجاد می‌کند.

۴-۶- ساختار بازار صنایع فرش ماشینی و موکت از منظر وضعیت تکمیل زنجیره ارزش

زنجیره ارزش زنجیره‌ای است که همه فعالیت‌های مرتبط با جریان کالا و تبدیل مواد، از مرحله تهیه ماده اولیه تا مرحله تحویل کالای نهایی به مصرف کننده را دربرمی گیرد

زنجیره ارزش صنعت فرش ماشینی و موکت شامل سه بخش کلی تأمین مواد اولیه، فرآیند تولید و خدمات و فروش محصولات نهایی است

۱-۴-۶- تأمین مواد اولیه :

مواد اولیه موردنیاز در صنعت فرش ماشینی ایران، نخ اکریلیک، نخ پلی پروپیلن، نخ جوت، نخ چله پنبه و همچنین پلی استر می‌باشد که تأمین هر یک از مواد اولیه به غیر از ایاف اکریلیک (۹۸درصد وارداتی) و نخ جوت مابقی از منابع داخلی قابل تأمین می‌باشد

مواد اولیه موردنیاز در صنعت موکت ، ایاف پلی پروپیلن و پلی استر، نخ بی سی اف نایلون و پلی پروپیلن و پلی استر می‌باشد که تأمین هر یک از مواد اولیه به غیر نخ بی سی اف نایلون مابقی از منابع داخلی قابل تأمین می‌باشد

نحوه سفارش و خرید مواد اولیه

در تأمین مواد اولیه مورد نیاز به طور تقریبی ۳۰ درصد از شرکت ها، مواد اولیه خود را مستقیم از تولیدکننده ها تأمین و ۳۲ درصد از طریق واسطه ها و ۳۸ درصد از هر دو برای تأمین مواد اولیه خود استفاده می کنند

تأمین کنندگان اصلی ماشین‌آلات

در حال حاضر تنها دو شرکت ماشین‌سازی در دنیا وجود دارد که در زمینه تولید ماشین‌آلات فرش ماشینی فعالیت می کنند که تقریباً درصد زیادی از بازار را در انحصار خود قرار داده اند و وندویل و دیلو از بزرگترین تولید کنندگان ماشین‌آلات موکت در دنیا می باشند

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



۲-۴-۶- قدرت تأمین‌کنندگان و شدت رقابت:

۱-تقسیم بندی قدرت تأمین کنندگان صنعت فرش ماشینی و موکت

الف) هم ترازوی رقبا: در صنعت فرش ماشینی، رقبای موجود مشابه از نظر سرمایه، تعداد کارکنان، قیمت، فناوری، کیفیت و حجم تولید هستند، لذا قدرت رقابت در صنعت بیشتر شده است این شرایط باعث ایجاد بی ثباتی و افزایش رقابت می‌شود، چون ممکن است آنها مترصد مبارزه با هم باشند و منابع شان را پیوسته صرف اقدامات تلافی جویانه و شدید کنند

ب) صنعت به شکل بالایی در کنترل يك یا دو شرکت باشد

در این شرایط شکی در مورد قدرت نسبی آنها وجود نخواهد داشت. شرکت یا شرکت های پیشرو می توانند نظم رفتاری را تحمیل کنند و هم از طریق رهبری در تعیین قیمت نوعی نقش کمکی در صنعت ایفا کنند

۲-تعداد رقبا:

تعداد رقبا در صنعت فرش ماشینی زیاد است، لذا شدت رقابت درصنعت فرش ماشینی بیشتر شده است

وضعیت 

مسائل 

مقاصد 

راهنماها 

سازوکارها 

نقشه‌راه 

الزامات 

ویژگی‌ها 

۱-۲-۴-۶- تولید فرش ماشینی

دسته محصولات تولیدات فرش ماشینی قابل تفکیک به ۵ دسته محصولات زیر می‌باشد:

در جدول (۲۱) و (۲۲) اطلاعات مربوط به مواد اولیه و بازار مصرف سطح فناوری و نیروی کار هر یک از دسته محصولات مختلف به تفکیک درج شده است.

جدول ۲۱- اطلاعات مواد اولیه و بازار مصرف هر یک از دسته محصولات

دسته محصولات	نوع مواد اولیه	محل تامین مواد اولیه	مشتریان اصلی
فرش زیر ۵۰۰ شانه	نخ پلی پروپیلین نمره ۲۴۰۰ الی ۲۷۰۰ دنیر نخ جوت ۱۳ الی ۱۶ یک lbs نخ پلی استر نمره ۱۵۰۰ الی ۱۸۰۰ دنیر	عمدتا از منابع داخلی (به غیر از نخ جوت از بنگلادش)	عمده صادرات به عراق و افغانستان در عمده استان‌ها مصرف می‌شود
فرش ۵۰۰ تا ۷۰۰ شانه	نخ اکریلیک نمره ۱۸ و ۲۱ متریک سه لا نخ پلی پروپیلین نمره ۲۲۰۰ الی ۲۵۰۰ دنیر نخ جوت ۸ الی ۱۰ یک lbs نخ پلی استر نمره ۱۲۰۰ الی ۱۵۰۰ دنیر	عمدتا از منابع داخلی (به غیر از نخ جوت از بنگلادش)	عمده صادرات به جهان در عمده استان‌ها مصرف می‌شود
فرش ۱۰۰۰ شانه	نخ اکریلیک نمره ۲۸ و ۳۰ متریک سه لا نخ پنبه، پنبه پلی استر نخ پلی استر نمره ۸۰۰ الی ۱۰۰۰ دنیر	عمدتا از منابع داخلی	در حال حاضر در داخل پرتفردار می‌باشد (سود مناسب فروشندگان) عمده صادرات به کشورهای اسلامی
فرش ۱۲۰۰ شانه	نخ اکریلیک نمره ۳۳ الی ۴۴ متریک سه لا نخ پنبه، پنبه پلی استر نخ پلی استر نمره ۷۰۰ الی ۸۰۰ دنیر	عمدتا از منابع داخلی	در حال حاضر در داخل پرتفردار می‌باشد (سود مناسب فروشندگان) عمده صادرات به کشورهای اسلامی
فرش ۱۵۰۰ شانه	نخ اکریلیک نمره ۴۵ الی ۵۵ متریک سه لا نخ پنبه، پنبه پلی استر	عمدتا از منابع داخلی	در حال حاضر در داخل پرتفردار می‌باشد (سود مناسب فروشندگان) عمده صادرات به کشورهای اسلامی

جدول ۲۲- سطح فناوری و نیروی کار هر یک از دسته محصولات

سطح فناوری	سطح فناوری	فرآیند تولید	دسته محصولات
عمده فعالیت‌ها توسط مدیر واحد	فناوری پایین ماشین‌آلات ابعادگارگاه ساده و کوچک مواد اولیه با قیمت پایین قیمت محصول پایین	آماده‌سازی نخ بافت فرش و رفوگری، تکمیل و بسته‌بندی	فرش زیر ۵۰۰ شانه
عمده فعالیت‌ها توسط مدیر واحد	فناوری نسبتاً پایین ماشین‌آلات مواد اولیه با قیمت نسبتاً پایین قیمت محصول نسبتاً پایین	آماده‌سازی نخ بافت فرش و رفوگری، تکمیل و بسته‌بندی	فرش ۵۰۰ تا ۷۰۰ شانه
دارای واحد اداری و خدماتی پرسنل تمام وقت و متخصص	فناوری متوسط ماشین‌آلات مواد اولیه با قیمت نسبتاً متوسط قیمت محصول متوسط	آماده‌سازی نخ بافت فرش و رفوگری تکمیل و بسته‌بندی مشابهت زیاد به فرش‌دستباف	فرش ۱۰۰۰ شانه
دارای واحد اداری و خدماتی پرسنل تمام وقت و متخصص	فناوری نسبتاً بالای ماشین‌آلات مواد اولیه قیمت نسبتاً بالا قیمت و کیفیت محصول بالا (کنترل کیفیت مورد توجه)	آماده‌سازی نخ بافت فرش و رفوگری تکمیل و بسته‌بندی مشابهت زیاد به فرش‌دستباف	فرش ۱۲۰۰ شانه
دارای واحد اداری و خدماتی پرسنل تمام وقت و متخصص	فناوری بالای ماشین‌آلات مواد اولیه با کیفیت و قیمت بالا قیمت و کیفیت محصول بالا (کنترل کیفیت مورد توجه)	آماده‌سازی نخ بافت فرش و رفوگری تکمیل و بسته‌بندی مشابهت زیاد به فرش‌دستباف	فرش ۱۵۰۰ شانه

*نیروهای متخصص خدماتی و فنی عمدتاً از خارج از واحدهای تولیدی تامین می‌گردد.

۲-۲-۴-۶- تولید موکت

دسته محصولات تولیدات موکت قابل تفکیک به ۴ دسته محصولات زیر می‌باشد:

در جدول (۲۳) و (۲۴) اطلاعات مربوط به مواد اولیه و بازار مصرف و همچنین سطح فناوری و نیروی کار برای دسته محصولات مختلف به تفکیک درج شده است

جدول ۲۳- اطلاعات مواد اولیه و بازار مصرف هر یک از دسته محصولات

مشتریان اصلی	محل تامین مواد اولیه	نوع مواد اولیه	دسته محصولات
صادراتی (عراق و افغانستان) و تامین نیاز داخلی	عمدتا از منابع داخلی	گرانول پلی پروپیلن، پرک پلی استر، پلی اتیلن ترفتالات، کاپرولاکتام، انواع الیافو نخ (پلی استر، پلی پروپیلن، نایلون)، روغن	ساده
صادراتی (عراق و افغانستان) و تامین نیاز داخلی	عمدتا از منابع داخلی	گرانول پلی پروپیلن، پرک پلی استر، پلی اتیلن ترفتالات، کاپرولاکتام، انواع الیاف و نخ (پلی استر، پلی پروپیلن، نایلون)، روغن	طرح دار
صادراتی (عراق و افغانستان) و تامین نیاز داخلی	عمدتا از منابع داخلی	گرانول پلی پروپیلن، پرک پلی استر، پلی اتیلن ترفتالات، کاپرولاکتام، انواع الیاف و نخ (پلی استر، پلی پروپیلن، نایلون)، روغن	چاپی
صادراتی (عراق و افغانستان) و تامین نیاز داخلی	عمدتا از منابع داخلی	گرانول پلی پروپیلن، پرک پلی استر، پلی اتیلن ترفتالات، کاپرولاکتام، انواع الیاف و نخ (پلی استر، پلی پروپیلن، نایلون)، روغن	لمینیت

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



جدول ۲۴ - سطح فناوری و نیروی کار هر یک از دسته محصولات

دسته محصولات	فرآیند تولید	سطح فناوری	سطح نیروی کار*
ساده	تولید الیاف تولید لایه الیافی سوزن زنی اولیه سوزن زنی تکمیلی ملیات تکمیلی شیمیایی - حرارتی	فناوری نسبتا پایین ماشین‌آلات مواد اولیه با قیمت نسبتا پایین قیمت محصول نسبتا پایین	عمده شرکت های مطرح دارای واحد اداری و خدماتی پرسنل تمام وقت و متخصص
طرح دار	تولید الیاف تولید لایه الیافی سوزن زنی اولیه سوزن زنی تکمیلی ملیات تکمیلی شیمیایی - حرارتی	فناوری نسبتا پایین ماشین‌آلات مواد اولیه با قیمت نسبتا پایین قیمت محصول نسبتا پایین	عمده شرکت های مطرح دارای واحد اداری و خدماتی پرسنل تمام وقت و متخصص
چاپی	تولید الیاف تولید لایه الیافی سوزن زنی اولیه سوزن زنی تکمیلی ملیات تکمیلی شیمیایی - حرارتی	فناوری نسبتا پایین ماشین‌آلات مواد اولیه با قیمت نسبتا پایین قیمت محصول نسبتا پایین	عمده شرکت های مطرح دارای واحد اداری و خدماتی پرسنل تمام وقت و متخصص
لمینیت	تولید الیاف تولید لایه الیافی سوزن زنی اولیه سوزن زنی تکمیلی ملیات تکمیلی شیمیایی - حرارتی	فناوری نسبتا پایین ماشین‌آلات مواد اولیه با قیمت نسبتا پایین قیمت محصول نسبتا پایین	عمده شرکت های مطرح دارای واحد اداری و خدماتی پرسنل تمام وقت و متخصص

*نیروهای متخصص خدماتی و فنی عمدتا از خارج از واحدهای تولیدی تامین می گردد.

در موکت تافتینگ یک رشته نخ موکت به صورت خطی و رفت و برگشتی در سراسر بافت، اجرا می‌شود. سپس این بافت بر روی یک لایه بکینگ (Backing) چسبانده می‌شود تا استحکام بیشتری داشته باشد

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



۳-۲-۴-۶- فروش فرش ماشینی و موکت

با توجه به بررسی‌های انجام شده، بیشتر شرکت‌های تولیدکننده از سه روش زیر برای فروش محصولات خود استفاده می‌کنند

۱. تولید محصول بر اساس نیاز بازار داخلی، با کیفیت مناسب و ارسال به مراکز توزیع شامل عمده فروشان یا نمایندگی‌های مجاز فروش و سپس ارسال به فروشگاه‌های موجود در سطح شهر و در نهایت مشتری
۲. دریافت سفارش‌های عمده از مراکز و سازمان‌های مختلف، تولید به صورت سفارشی و بر اساس کیفیت درخواستی و در نهایت ارسال به سازمان مذکور
۳. دریافت سفارش صادراتی، تولید بر اساس کیفیت متناسب با بازار صادراتی و ارسال توسط نماینده شرکت و یا خود شرکت به طور مستقیم به کشور مقصد

۵-۶- ساختار بازار صنعت فرش ماشینی و موکت از منظر درجه تمرکز رقابت در بازار

در گراف (۵) و گراف (۶) وضعیت عملکرد صنایع فرش ماشینی و موکت کشور بر حسب درجه مقیاس بودن فعالیت‌ها در بازار برحسب مجموع سهم مجوز توزیع ارائه شده است طبق نمودار، در حلقه‌های توزیع صنعت فرش ماشینی و موکت ایران تعداد زیادی از بنگاه‌ها فعال هستند و در ظاهر بازار در وضعیت رقابتی قرار دارند. که از این تعداد حدود ۸۵ درصد از سهم توزیع فرش ماشینی در بازار متعلق به واحدهای نیمه سازمان یافته انفرادی و واحدهای دارای نمایندگی و مشارکت در فروشگاه زنجیره ای می‌باشد

گراف ۵- درجه تمرکز رقابت در بازار صنایع فرش ماشینی



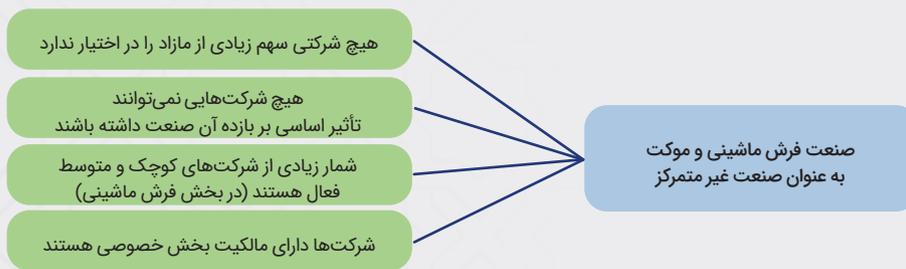
گراف ۶- درجه تمرکز رقابت در بازار صنایع موکت



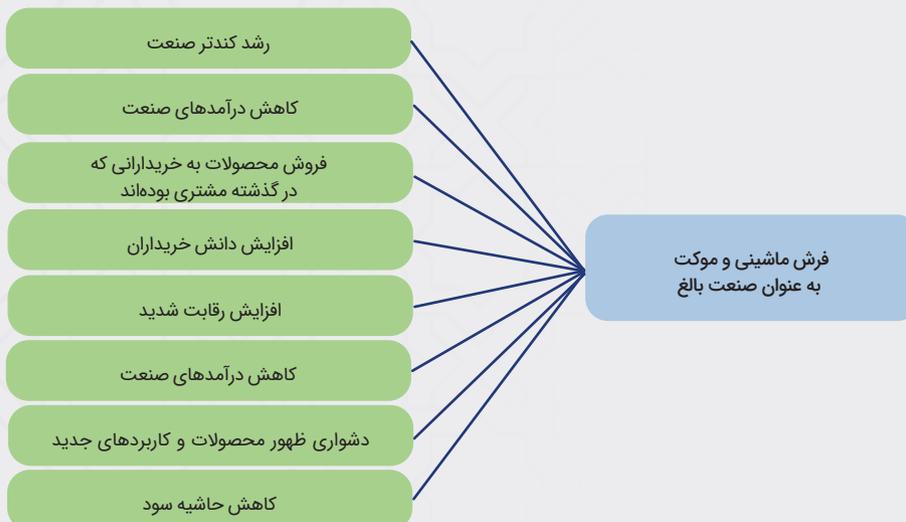


دلایل متعددی برای غیرمتمرکز شدن صنعت فرش ماشینی و موکت که صنعت بالغی محسوب می‌گردد نقش دارند. عوامل غیر متمرکزبودن و اثرات بالغ بودن صنعت فرش ماشینی در گراف (۷) و (۸) آمده است

گراف ۷- عوامل غیرمتمرکز بودن صنعت فرش ماشینی و موکت



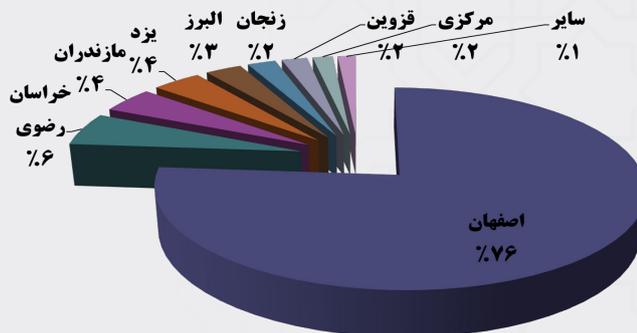
گراف ۸- اثرات بالغ بودن صنعت فرش ماشینی



۶-۶- ساختار بازار صنعت فرش ماشینی و موکت از منظر الگوی پراکنش جغرافیایی

به لحاظ پراکنش جغرافیایی، تمرکز واحدهای صنعت فرش ماشینی به‌طور عمده در استان اصفهان مستقر است. این استان به لحاظ تعدادی، ۷۶ درصد کل صنعت فرش ماشینی کشور را به خود اختصاص می‌دهند، حال آنکه برحسب اشتغال و سرمایه اختصاص یافته، سهم این استان حدود ۷۷ درصد است که حاکی از کثرت واحدهای کوچک مقیاس در این استان دارد. ضمناً، استان‌های آذربایجان شرقی، قم و گیلان در این زمینه بسیار کوچک و کمتر از ۱ درصد در رابطه با هر سه متغیر برشمرده می‌باشد.

گراف ۹. پراکنندگی استانی واحدهای فرش ماشینی بر اساس ظرفیت اسمی



به لحاظ پراکنش جغرافیایی، تمرکز واحدهای صنعت موکت به‌طور عمده در استان‌های چهارمحال و بختیاری، قزوین، اصفهان، خراسان رضوی، گیلان، البرز، یزد، مازندران مستقر است. این استان به لحاظ تعدادی، حدود ۷۰ درصد کل صنعت موکت کشور را به خود اختصاص می‌دهند، حال آنکه برحسب اشتغال و سرمایه اختصاص یافته، سهم این استان‌ها حدود ۷۳ درصد است. ضمناً، استان تهران در این زمینه بسیار کوچک و کمتر از ۱ درصد در رابطه با هر سه متغیر برشمرده می‌باشد.

۷- تراز ارزی صنعت فرش ماشینی و موکت کشور

۷-۱- صادرات صنعت فرش ماشینی

در سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۵ به لحاظ ترکیب ارزشی محصولات صادراتی در این صنایع نیز موارد به صورت جدول (۲۵) قرار دارد

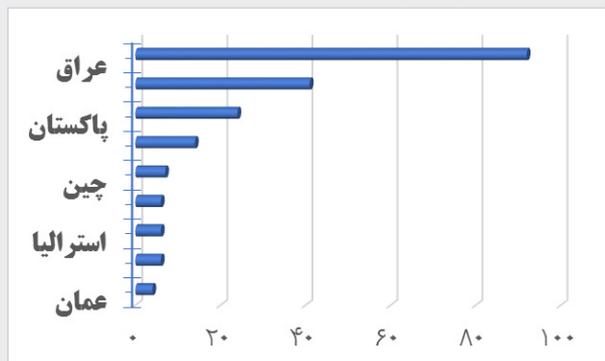
جدول ۲۵. عملکرد صادرات صنعت فرش ماشینی به تفکیک (۱۴۰۰-۱۳۹۵)

سال	واحد	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰
الیاف اکریلیک	میلیون دلار	۲	۸/۵	۸	۸	۰/۶	۰/۲
نخ فرش ماشینی	میلیون دلار	۱۳	۴۶	۴۶	۳۴	۱۴	۱۵
فرش ماشینی	میلیون دلار	۲۳۶	۲۸۷	۳۸۰	۲۷۳	۲۲۳	۲۵۶

به لحاظ درآمدهای ارزی نیز صنعت فرش ماشینی ایران به ویژه طی سال‌های اخیر به لحاظ رقم کل صنعت نساجی و پوشاک به طور متوسط ۳۰٪ کل صادرات نساجی را از آن خود کرده است، و به لحاظ ظرفیتهای بالقوه ارزی (که از محاسبه ارزش هر کیلوگرم به دلار محصول صادراتی به دست می‌آید)، صنعت مهمی است. در نمودار (۱۰) همان گونه که مشاهده می‌گردد ۷۰٪ سهم بازارهای صادراتی فرش ماشینی ایران به ارزش بیش از ۱۷۰ میلیون دلار شامل کشورهای عراق، افغانستان، پاکستان و اماراتمی‌باشد

با توجه به ارزش نسبی کالای صادراتی در صنعت فرش ماشینی (هر کیلوگرم معادل ۴ دلار) در مقایسه با سایر صنایع منبع پایه بسیار بالاتر است. این رقم عملکرد مبین ظرفیتهای بالقوه این صنعت برای ارزآوری در صورت سیاست‌گذاری صحیح می‌باشد.

گراف ۱۰. عمده بازارهای صادراتی کشور طی سال ۱۴۰۰ (میلیون دلار)



۲-۷- صادرات صنعت موکت

در سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۵ به لحاظ ترکیب ارزشی محصولات صادراتی در این صنایع نیز موارد به صورت جدول (۲۶) قرار دارد

جدول ۲۶. عملکرد صادرات صنعت موکت به تفکیک (۱۴۰۰-۱۳۹۵)

سال	واحد	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰
الیاف پلی پروپیلن	میلیون دلار	۴٫۲	۲٫۲۶	۵٫۲۸	۵٫۲۳	۵٫۹	۱٫۶
نخ پلی پروپیلن	میلیون دلار	۶٫۵	۱۰٫۷	۱۰٫۶	۵٫۰۴	۵٫۵	۶٫۳
موکت	میلیون دلار	۷۶٫۷	۹۲٫۷	۳۶	۶۴	۱۹	۱۷

به لحاظ درآمدهای ارزی نیز صنعت موکت ایران به ویژه طی سال‌های اخیر به لحاظ رقم کل صنعت نساجی و پوشاک به طور متوسط بیش از ۵ درصد کل صادرات نساجی را از آن خود کرده است، و به لحاظ ظرفیتهای بالقوه ارزی (که از محاسبه ارزش هر کیلوگرم به دلار محصول صادراتی به دست می‌آید)، صنعت مهمی است.

عمده بازارهای صادراتی موکت ایران شامل کشورهای عراق، افغانستان و آسیای میانه می‌باشد.

با توجه به ارزش نسبی کالای صادراتی در صنعت فرش ماشینی (هر کیلوگرم معادل ۸۰/۸ دلار) در مقایسه با سایر صنایع منبع پایه بسیار بالاتر است. این رقم عملکرد مبین ظرفیتهای بالقوه این صنعت برای ارزی در صورت سیاست‌گذاری صحیح می‌باشد.

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



۳-۷- واردات صنایع فرش ماشینی

در بخش «وارداتی» باید عنوان داشت که صنعت فرش ماشینی ایران، با وجود ظرفیت تولیدی برشمرده، در رابطه با الیاف اکریلیک طی سال ۱۴۰۰ به ارزش ۲۰۱ میلیون دلار و معادل وزنی ۶۸ هزار تن واردات داشته است که نسبت به سال ۱۳۹۵ برحسب ارزش به میزان ۱۷ درصد و برحسب مقدار به میزان ۴۹ درصد کاهش داشته است جدول (۲۷) که این مطلب مبین کاهش وابستگی به تامین مواد اولیه الیاف اکریلیک از طریق واردات و جایگزینی آن با نخ های فرش ماشینی پلی پروپیلن و پلی استر که تمامی این محصولات در داخل قابل تامین بوده که در صورت مواجه احتمالی با ادامه تحریمها و در پی آن دشواری تامین منابع ارزی و انتقال ارز تولید و صادرات فرش ماشینی کمتر دچار تهدید و مخاطره خواهد شد

جدول ۲۷. عملکرد واردات صنعت فرش ماشینی به تفکیک (۱۴۰۰-۱۳۹۵)

سال	واحد	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰
الیاف اکریلیک	میلیون دلار	۲۴۲	۳۷۴	۲۸۲	۲۷۵	۲۴۰	۲۰۱
نخ فرش ماشینی	میلیون دلار	۳۲	۷/۹	۸/۶	۸/۸	۲	۶
فرش ماشینی	میلیون دلار	۳	۵	۰/۴۷	۰/۱۳	۰/۱۹	۰/۰۸

۴-۷- واردات صنایع موکت

در بخش «وارداتی» باید عنوان داشت که صنعت فرش ماشینی ایران، با وجود ظرفیت تولیدی برشمرده، در رابطه با الیاف اکریلیک طی سال ۱۴۰۰ به ارزش ۲۰۱ میلیون دلار و معادل وزنی ۶۸ هزار تن واردات داشته است که نسبت به سال ۱۳۹۵ برحسب ارزش به میزان ۱۷ درصد و برحسب مقدار به میزان ۴۹ درصد کاهش داشته است. جدول (۲۸) که این مطلب مبین کاهش وابستگی به تامین مواد اولیه الیاف اکریلیک از طریق واردات و جایگزینی آن با نخ های فرش ماشینی پلی پروپیلن و پلی استر که تمامی این محصولات در داخل قابل تامین بوده که در صورت مواجه احتمالی با ادامه تحریمها و در پی آن دشواری تامین منابع ارزی و انتقال ارز تولید و صادرات فرش ماشینی کمتر دچار تهدید و مخاطره خواهد شد

جدول ۲۸. عملکرد واردات صنعت موکت به تفکیک (۱۴۰۰-۱۳۹۵)

سال	واحد	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰
الیاف پلی پروپیلن	میلیون دلار	۰/۲۲	۰/۴۹	۰/۴۶	۰/۵	۰/۴۶	۰/۳۸
نخ پلی پروپیلن	میلیون دلار	۰/۳۲	۲/۸	۰/۵۴		۰/۵۵۲	۰/۵۶۵
موکت	میلیون دلار	۰/۴۶	۰/۵	۰/۲	۰/۴	۰	۰

از سال ۹۷ انواع موکت به علت ساخت داخل و برآورده شدن نیاز کشور در فهرست اولویت های گروه ۴ کالایی قرار دارد

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه راه



الزامات



ویژگی ها





مسائل

صنعت
فرش ماشینی
و موکت

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهبردها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



مقدمه

صنعت فرش ماشینی و موکت از جمله صنایعی است که می‌تواند مشاغل پیشین و پسین زیادی همراه خود داشته و باعث افزایش اشتغال شوند بنابراین شناسایی مشکلات مربوطه و ارائه راه کارهای عملی از یک سو و به کارگیری راه کارهای ارائه شده توسط صاحبان این حرفه از سوی دیگر، می‌تواند به ایجاد آینده ای روشن تر هم به لحاظ کیفیت و هم به لحاظ کمیت در این صنعت بیانجامد

مسائل استراتژیک صنایع فرش ماشینی در سه محور « بهره مندی ضعیف از ظرفیت ارزآوری صنایع فرش در سبد صادراتی»، « کاهش رقابت پذیری کیفی و کمی در بازارهای داخلی و جهانی» و « عدم توسعه ساختارمند فروشگاه‌های زنجیره ای و بازاریابی حرفه ای» قابل بیان است. در همین راستا موارد مربوط به مشکلات زمینه ای در صنایع فرش(تشدیدکننده اثر شوک‌ها) به شرح ذیل است

۱. محدودیت و مشکلات تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی فرش ماشینی:

مهمترین مساله تامین منابع ارزی جهت واردات مواد اولیه مورد نیاز صنعت فرش ماشینی می‌باشد که عمده این مواد الیاف اکریلیک وارداتی می‌باشد که مستلزم هماهنگی و توافق بانک‌های عامل و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد.

۲. بالا بودن حقوق ورودی ماشین‌آلات فرش ماشینی:

منجر به افزایش قیمت تمام‌شده کالای فرش ماشینی خواهد شد و رقابت‌پذیری در صادرات فرش ماشینی به‌ویژه در طرح‌های جدید را تحت تأثیر قرار می‌دهد و این در حالی است که در حال حاضر ماشین‌آلات مزبور در کشور ساخته نشده است.

۳. محدودیت‌های زمانی رفع تعهد ارزی و همچنین طولانی بودن پروسه تولید و فروش فرش ماشینی

۴. ضعف در توسعه بازارهای صادراتی:

عدم استفاده از ظرفیتهای رایزنان بازرگانی و همچنین محدود بودن قرارداد تفرقه ترجیحی با کشورهای اروپایی و آسیای میانه و نیز عدم وجود توافقات تجاری دو و چند جانبه صادراتی موسوم به قراردادهای مشارکت جامع اقتصادی

۵. نقایص جایگاه خدماتی سازی:

صرفاً حضور فعال در بازارهای داخلی و خارجی محدود منطقه ای توسط تولیدکنندگان و صادرکنندگان

۶. عدم اعتبار سنجی صادرکنندگان به منظور کاهش درصد رفع تعهد ارزی

۷. کوچک و خرد بودن شرکت های تولیدی در مقیاس صادرات:

شرکت های کوچک که از نظر توان مالی ضعیف هستند؛ به تولید محصولات کم ارزش روی آورده اند. محصولات کم ارزش دارای سود اندکی هستند. این شرکت ها از هر نظر در سطح ضعیفی قرار داشته و برای رسیدن به سطح جهانی احتیاج به کمک بیشتری دارند و با توجه به اینکه در هر شرکت به طور متوسط ۲ الی ۳ دستگاه فرش ماشینی وجود دارد سبب عدم توان رقابت در صادرات و ورود به بازارهای جهانی می گردد.

بیشتر شرکت ها کار خود را با تولید این نوع محصولات شروع کرده و به مرور به سمت دسته محصولات دیگر روی آورده اند.

در این بخش شرکت هایی هستند که دسته محصولات ۵۰۰ شانه و ۷۰۰ شانه آکرلیک تولید می کنند. این گروه از وضع نسبتاً خوبی برخوردار بوده و برای جهانی شدن قابلیت های لازم را دارند. البته محصولات آنها کمتر صادر می شود و بیشتر تولیدات آنها در داخل کشور به فروش می رسد

۱- سناریوهای مختلف توسعه محصولات و توسعه بازار صنعت فرش ماشینی و موکت ایران

سناریوی ۱: فعالیت فرش ماشینی و موکت در بازارهای داخلی و محصولات متنوع

در این سناریو، صنعت فرش ماشینی و موکت بر محصولات فعلی و بازارهای داخلی متمرکز است.



سناریوی ۲: فعالیت فرش ماشینی و موکت در بازارهای داخلی و محصولات متنوع

در این سناریو، صنعت فرش ماشینی و موکت بر محصولات متنوع و بازارهای داخلی متمرکز است.



وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



سناریوی ۳: فعالیت فرش ماشینی و موکت در بازارهای بین المللی با محصولات متنوع (حدود ۳۰٪ از شرکت های فعال را شامل می شود)

در این سناریو، صنعت فرش ماشینی و موکت بر محصولات متنوع و بازارهای بین المللی متمرکز است



سناریوی ۴: فعالیت فرش ماشینی و موکت در بازارهای بین المللی با محصولات محدود (نگاه ویژه به تولید فرش های با تراکم پایین)

در این سناریو، صنعت فرش ماشینی و موکت بر محصولات محدود و بازارهای بین المللی متمرکز است.



۲- سیاست های تشویقی پیشنهادی در راستای توسعه صادرات فرش ماشینی ایران

- در اولویت قرار گرفتن شرکت های صادرکننده فرش ماشینی در تمامی امکانات و امتیازات تخصیصی دولتی مانند تخصیص ارز برای ورود ماشین آلات و مواد اولیه، تسهیلات ارزی و ریالی سرمایه ثابت و در گردش، کمک های مالی جهت حضور در نمایشگاه های بین المللی خارجی، جوایز صادراتی و
- افزایش تعرفه ورود ماشین آلات بافندگی شانه بالا (۱۰۰۰ شانه و بالاتر) و کاهش تعرفه ورود ماشین آلات بافندگی شانه پایین (زیر ۵۰۰ شانه) جهت حمایت از تولید کالای با قیمت تمام شده کمتر و افزایش سهم ایران در بازار جهانی فرش ماشینی.
- حمایت ویژه از تیم های تخصصی تحقیقات بازار جهت ارزیابی سلیقه مشتریان خارجی در بازارهای هدف
- در اولویت قرارگرفتن کمک های مالی بلاعوض جهت حضور در نمایشگاه های خارجی برای شرکت هایی که بصورت گروهی (پاویونی) در نمایشگاه ها شرکت می کنند. این بند به جهت کمک بیشتر و توانمندسازی شرکت هایی است که کوچکتر بوده و تاکنون توان مالی حضور انفرادی در عرصه های بین المللی را نداشته اند. این امر سبب افزایش تعداد شرکت های صادرکننده فرش ماشینی و در نتیجه افزایش صادرات این کالا خواهد شد.
- تخصیص هرگونه امتیاز ، مجوز و یا اولویت به صادرات فرش های ماشینی تراکم پایین (زیر ۵۰۰ شانه) و با جنس نخ خاب غیر اکریلیک (بویژه پلی استر و پلی پروپیلن) در مقابل فرش های شانه متوسط و بالا (۵۰۰ شانه و بالاتر) و با جنس اکریلیک.
- حمایت ویژه و فوق العاده از تاسیس و فعالیت شرکت های مدیریت صادرات در حوزه فرش ماشینی.

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه راه



الزامات



ویژگی ها



- حمایت ویژه از هایپرفرش های و برندهای بزرگ خرده فروشی فرش ماشینی جهت حضور در بازارهای هدف خارجی بویژه کشورهای همسایه و ایجاد فروشگاه های بزرگ عرضه انواع فرش ماشینی بمنظور تقویت برندهای ایرانی و توسعه صادرات از طریق توسعه خرده فروشی در بازارهای خارجی
- حمایت ویژه از شرکت های قطعه سازی تخصصی فرش ماشینی و تشکیل کنسرسیوم های ساخت داخل ماشین الات بافندگی فرش ماشینی و صنایع وابسته
- حمایت ویژه از طرح های تولید الیاف جایگزین الیاف اکریلیک در صنعت فرش ماشینی بمنظور کاهش وابستگی شدید این صنعت به الیاف اکریلیک وارداتی و کاهش ارزبری صنعت.
- و ...

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهبردها



سازوکارها



نقشه‌راه



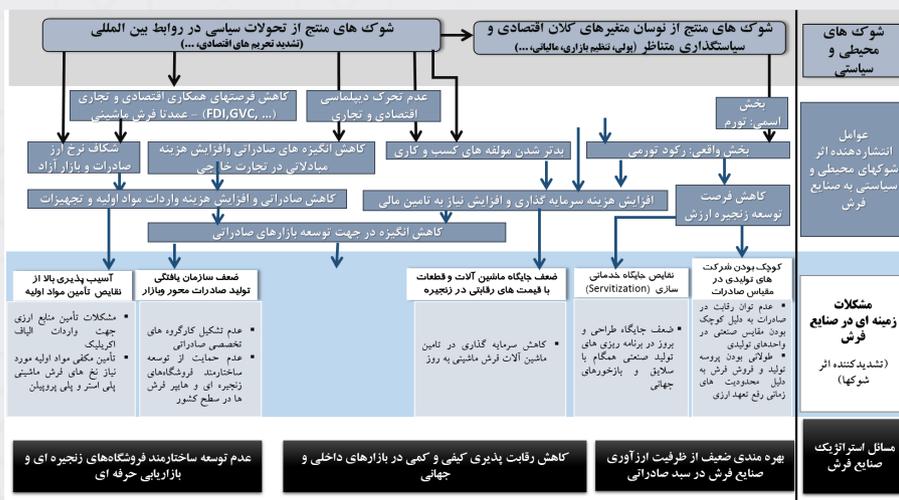
الزامات



ویژگی‌ها



نمودار ۹. مسائل استراتژیک صنایع فرش ماشینی برحسب عوامل تاثیرگذار





مقاصد

صنعت
فرش ماشینی
و موکت

مقدمه

با توجه به مزیت‌های منابع طبیعی و ظرفیت‌های بازار (داخلی و منطقه‌ای) اقتصاد و در مسیر تحقق آرمان‌های سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و با اتکا به برنامه‌ریزی عملیاتی صورت گرفته، صنعت فرش ماشینی و موکت در سال ۱۴۰۴ صنعتی با ویژگی‌های زیر خواهد بود:

رقابت‌پذیر و بهره‌مند از صرفه‌های مقیاس از طریق گسترش همکاری‌های بین‌بنگاهی در طول زنجیره ارزش

تولیدکننده بزرگ فرش ماشینی و موکت در منطقه با کیفیت و قیمت مناسب

برخوردار از سهم بالا از بازار کشورهای منطقه از طریق صادرات قطعات و فرش ماشینی تحت برندهای قوی

مقاصد کلان اقتصاد این صنعت در چشم‌انداز ۱۴۰۴ مطابق جدول (۲۹) الی (۳۴) ترسیم شده است.

وضعیت 

مسائل 

مقاصد 

راهنماها 

سازوکارها 

نقشه‌راه 

الزامات 

ویژگی‌ها 

جدول ۲۹- مقاصد کلان اقتصاد در صنایع فرش ماشینی و موکت در چشم‌انداز ۱۴۰۴

۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	۱۴۰۰	صنعت کفپوش ماشینی نسجی	
۱۲۰	۱۱۳	۱۰۶	۹۹	۹۴	فرش ماشینی (میلیون مترمربع)	
۲۳۲	۲۰۵	۱۷۸	۱۵۵	۱۳۵	موکت (میلیون مترمربع)	
۳۰	۲۵	۲۰	۱۰	۱۳	الیاف اکریلیک	
۳۰۰	۲۸۴	۲۶۱	۲۴۰	۲۲۹	انواع نخ فرش ماشینی	
۱۳۸	۱۱۴	۹۵	۷۹	۷۸	انواع الیاف (پلی پروپیلن و پلی استر)	
۴۲	۳۵	۳۰	۲۵	۲۴	انواع نخ بی سی اف مورد نیاز موکت	
۴۶۲	۳۹۶	۳۳۰	۲۶۴	۲۵۶	فرش ماشینی	استمرار تحریمها
					۵۷۷	۴۹۵
۲۵	۲۲	۲۰	۱۹	۱۷	موکت	استمرار تحریمها
					۹۰	۷۵

به‌منظور تعیین متغیرهای مهم برای تحقق مقاصد هدفگذاری شده در صنعت فرش ماشینی و موکت، باید به زنجیره پیشین این صنعت پرداخته شود. مهمترین متغیرهای مهم برای تحقق مقاصد هدفگذاری شده به شرح مندرج در جداول ۱۵ الی ۱۸ می‌باشد

جدول ۳۰. میزان مواد اولیه پتروشیمی مورد نیاز برای تحقق مقاصد صنعت فرش ماشینی و موکت در افق ۱۴۰۴

۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	۱۴۰۰	واحد سنجش	
۶۳	۶۰	۵۶	۵۳	۵۲	هزار تن	پلی اتیلن ترفتالات نساجی مورد نیاز فرش ماشینی
۷	۷	۶	۶	۶	هزار تن	پلی اتیلن ترفتالات بطری مورد نیاز فرش ماشینی
۱۲۸	۱۰۶	۸۸	۷۵	۷۵	هزار تن	پلی اتیلن ترفتالات مورد نیاز موکت*
۹۰	۸۵	۷۴	۶۶	۶۱	هزار تن	گرانول پلی پروپیلن گرید نساجی صنعت فرش ماشینی
۱۳۱	۱۳۰	۱۲۹	۱۲۸	۱۲۶	هزار تن	گرانول پلی پروپیلن گرید نساجی صنعت موکت نمدی، تافتینگ و*

*در صورت اینکه مواد اولیه با قیمت مناسب در دست تولیدکنندگان موکت قرار گیرد نمایل دارند به جای پرک از مواد اولیه با کیفیت استفاده نمایند

وضعیت 

مسائل 

مقاصد 

راهنماها 

سازوکارها 

نقشه‌راه 

الزامات 

ویژگی‌ها 

جدول ۳۱. میزان منابع ارزی و ریالی مورد نیاز برای تحقق مقاصد صنعت فرش ماشینی در افق ۱۴۰۴

شرح/سال	واحد سنجش	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲	۱۴۰۳	۱۴۰۴	مجموع
فرش ماشینی (ایجاد)	ارزی (میلیون دلار)	-	۳۸	۵۳	۵۳	۵۳	۱۹۵
	ریالی (میلیارد ریال)	-	۳۰۸	۴۲۹	۴۲۹	۴۲۹	۱۵۹۶
فرش ماشینی (بازسازی و نوسازی)	ارزی (میلیون دلار)	-	۸۸	۱۲۳	۱۲۳	۱۲۳	۴۵۵
	ریالی (میلیارد ریال)	-	۷۱۳	۹۹۶	۹۹۶	۹۹۶	۳۷۰۲
نخ فرش ماشینی (ایجاد)	ارزی (میلیون دلار)	-	۷	۱۰	۱۰	۸	۳۴
	ریالی (میلیارد ریال)	-	۵۴	۷۹	۸۲	۶۴	۲۷۹
نخ فرش ماشینی (بازسازی و نوسازی)	ارزی (میلیون دلار)	-	۳۳	۴۹	۵۱	۴۰	۱۷۲
	ریالی (میلیارد ریال)	-	۲۶۹	۳۹۵	۴۱۱	۳۲۱	۱۳۹۶

جدول ۳۲. میزان منابع ارزی و ریالی مورد نیاز برای تحقق مقاصد صنعت موکت در افق ۱۴۰۴

شرح/سال	واحد سنجش	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲	۱۴۰۳	۱۴۰۴	مجموع
موکت (ایجاد)	ارزی (میلیون دلار)	-	-	-	-	-	-
	ریالی (میلیارد ریال)	-	-	-	-	-	-
موکت (بازسازی و نوسازی)	ارزی (میلیون دلار)	-	۲۰	۲۵	۲۵	۲۵	۹۵
	ریالی (میلیارد ریال)	-	۱۷۱۰	۲۱۳۷	۲۱۳۷	۲۱۳۷	۸۱۲۱
الیاف و نخ موکت (ایجاد)	ارزی (میلیون دلار)	-	۱،۲	۲،۷	۳،۹	۴،۲	۱۲
	ریالی (میلیارد ریال)	-	۱۰۲،۶	۲۳۰،۷	۳۳۳،۳	۳۵۹،۱	۱۰۳۱،۷
الیاف و نخ موکت (بازسازی و نوسازی)	ارزی (میلیون دلار)	-	۲،۸	۶،۳	۹،۱	۹،۸	۲۸
	ریالی (میلیارد ریال)	-	۲۹۳،۴	۵۳۸،۳	۷۷۷،۷	۱۱۹۷	۲۴۰۷،۳

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



جدول ۳۳. میزان سرمایه در گردش مورد نیاز برای تحقق مقاصد صنعت فرش ماشینی در افق ۱۴۰۴

مجموع	۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	واحد سنجش	سرمایه در گردش مورد نیاز
۲۰۲۰۰	۴۹۰۰	۵۷۰۰	۶۳۰۰	۳۳۰۰	میلیارد ریال	فرش ماشینی
۱۱۹۰۰	۲۹۰۰	۳۴۰۰	۳۷۰۰	۱۹۰۰	میلیارد ریال	نخ فرش ماشینی

* با توجه به تولید ۹۴ میلیون مترمربع و قیمت متوسط هر مترمربع ۵۵۰ هزار تومان و ۲ بار گردش مالی در سال، سرمایه در گردش مورد نیاز صنعت فرش ماشینی واحدهای فعال فعلی برابر ۲۵ هزار میلیارد تومان می‌باشد

* با توجه به تولید ۲۲۹ هزار تن نخ فرش ماشینی و قیمت متوسط (نخ اکریلیک، نخ پلی استر و نخ پلی پروپیلن به ترتیب ۱۵۰،۷۵ و ۷۰ هزار تومان) و ۲ بار گردش مالی در سال، سرمایه در گردش مورد نیاز این صنعت در حال حاضر برابر ۲۵ هزار میلیارد تومان می‌باشد

جدول ۳۴. میزان سرمایه در گردش مورد نیاز برای تحقق مقاصد صنعت موکت در افق ۱۴۰۴

مجموع	۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	واحد سنجش	سرمایه در گردش مورد نیاز
۲۱۵۲۶	۵۹۹۰	۵۹۹۰	۵۱۰۶	۴۴۴۰	میلیارد ریال	موکت
۱۶۳۸۰	۶۳۰۰	۵۰۴۰	۴۲۰۰	۸۴۰	میلیارد ریال	الیاف و نخ موکت

* با توجه به تولید ۱۳۵ میلیون مترمربع و قیمت متوسط هر مترمربع موکت نمدی ۴۰ هزار تومان و تافتینگ ۱۵۰ هزار تومان و ۲ بار گردش مالی در سال، سرمایه در گردش مورد نیاز واحدهای فعال فعلی برابر ۴ هزار میلیارد تومان می‌باشد.

* با توجه به تولید ۱۰۲ هزار تن انواع الیاف و نخ موکت و قیمت متوسط ۶۰ هزار تومان و ۲ بار گردش مالی در سال، سرمایه در گردش مورد نیاز این صنعت در حال حاضر برابر ۳ هزار میلیارد تومان می‌باشد.



راهبرد

صنعت
فرش ماشینی
و موکت

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



مقدمه

با توجه به مجموعه چالش‌های ترسیم شده در بخش مسائل، راهبردهای صنعت فرش ماشینی و موکت را می‌توان در ۸ محور به شرح زیر طبقه بندی نمود

۱. سیاست تکنرخی شدن ارز برای کالاهای صادراتی و وارداتی

این راهبرد به دلیل تفاوت معنادار میان ارز صادراتی و ارز بازار آزاد در نظر گرفته شده است. با اجرای این راهبرد قیمت تمام شده برای کالاهای داخلی نسبت به خارجی پایین آمده و منجر به رقابتی شدن کالاهای تولید داخلی در مقایسه با رقبای آنها در عرضه صادرات است

۲. ارتقای سیستم‌های بهره‌وری، مدیریت کیفیت و بهبود استاندارد در بنگاه‌های صنعتی و حمایت از گسترش نوآوری در زنجیره ارزش فرش ماشینی و موکت

با توجه به کوچک بودن اغلب واحدهای تولیدی که عمدتاً در شهرستان‌های کاشان و آران و بیدگل مستقر می‌باشند (۸۰٪ واحدها) لذا تشکیل شرکت‌های مدیریت صادرات و به هم پیوستن واحدها (تشکیل کارگروه‌های تخصصی صادراتی) توصیه می‌گردد

۳. افزایش تنوع در ترکیب سبد صادراتی و مقاصد صادراتی

با عنایت به ضرورت بهبود توان ارزآوری صنعت فرش ماشینی 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) پیگیری مستمر از طریق دفتر صنایع پایین دستی پتروشیمی و تولیدکنندگان گرانول پلی‌پروپیلن و چپیس پلی‌استر، جهت تامین کامل نیاز به مواد موردنیاز واحدهای تولیدکننده نخ فرش ماشینی و نخ و الیاف مورد نیاز صنعت موکت تا حداقل در تولید فرش و موکت های با جنس پلی‌پروپیلن و پلی‌استر دچار کاهش تولید نگردند

ب) استفاده از ظرفیت موافقتنامه‌های تجاری در راستای افزایش درآمدهای ارزی جهت تامین مواد اولیه، تجهیزات و ماشین‌آلات مورد نیاز و همچنین همکاری مؤثر راینزان و کارشناسان اقتصادی در کشورهای هدف با مدیران واحدهای تولیدی فعال در صادرات، تجار و بازرگانان ایرانی تاکید گردد

۴. توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای تحت پوشش برندها و شرکت‌های تعاونی

اعطای تسهیلات حمایتی اختصاصی جهت تکمیل زنجیره ارزش فرش ماشینی با هدف ایجاد کانال‌های توزیع و فروش مدرن (حضوری و آنلاین) از جانب صندوق کارآفرینی امید و یا سایر منابع مالی و همچنین آسان‌سازی اعتبارسنجی اعطای این تسهیلات

۵. بزرگسازي واحدهای تولیدی خرد و متوسط در زنجیره ارزش فرش ماشینی و موکت از طریق اعطای تسهیلات حمایتی و همچنین ارایه مسوق‌های مالیاتی و اعتباری جهت ادغام واحدهای تولیدی و برندهای معتبر

یکی از عوامل مهمی که می‌تواند هم موجب رونق تولید در بازار داخل و بخصوص در بازارهای صادراتی گردد، فراهم نمودن بسته‌هایی جهت رسیدن به تولید در مقیاس در واحدهای خرد توانمندی است که ظرفیت‌های تولیدی و صادراتی دارند

۶. ساماندهی، تکمیل و توسعه زنجیره تامین صنعت فرش ماشینی با حداکثر بهره‌مندی از محتوای داخلی

پیگیری این راهبرد در راستای تحقق برنامه‌های کاهش قیمت 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. به‌منظور 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 (تولید الیاف اکریلیک با کیفیت مناسب توسط شرکت پلی اکریل ایران به منظور تولید نخ اکریلیک مورد نیاز با کیفیت در صنعت فرش ماشینی)

ب) سرمایه‌گذاری در طول زنجیره تامین و تولید (تولید ۳۰۰ هزار تن انواع نخ فرش ماشینی و الیاف و نخ مورد نیاز صنعت موکت با کیفیت مناسب توسط شرکت‌های داخلی)

۷. تعمیق و توسعه زنجیره ارزش صنایع فرش ماشینی و موکت برحسب مولفه‌های کیفی و فرایندی

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.

۸. ارتقای توانمندی‌های فناورانه و نیروی انسانی در واحدها

ارتقای توانمندی‌های فناورانه یکی از مهمترین ابزارهای ایجاد همپایی میان صنعت فرش ماشینی و موکت و رقبای خارجی است. در این ارتباط ضروری است به ارتقای فناوری فرش ماشینی با معافیت ماشین‌آلات فرش ماشینی از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی و حمایت از بومی‌سازی دانش فنی تعمیر ماشین‌آلات و ساخت قطعات که در نهایت منجر به کاهش قیمت تمام‌شده کالای فرش ماشینی خواهد شد و رقابت‌پذیری در صادرات فرش ماشینی را افزایش خواهد داد

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها





سازوکارها

صنعت
فرش ماشینی
و موکت

مقدمه

الف. ابزارهای اطلاعاتی:

ارتقای شفافیت در بازار با رصدپذیر کردن زنجیره و بازرنگری در نظام تعیین قیمتها

ب. ابزارهای تجاری:

استفاده هوشمند از ابزارهای تجاری (عوارض صادراتی و تعرفه وارداتی) در راستای نظامبخشی به زنجیره فرش ماشینی

ج. ابزارهای پولی:

فرآهم نمودن تسهیلات لازم به منظور تقویت حوزه لجستیک کالاهای صادراتی (عامل مهمی که می‌تواند بر فضای کسب‌وکار این صنعت تاثیر بسیاری داشته باشد؛ تسهیلات است که ضرورت نیاز به آن در بخش سرمایه در گردش و همچنین تسهیلات بانکی برای خرید و واردات ماشین‌آلات مدرن، احساس می‌شود که می‌بایست بسیار مورد توجه قرار گیرد.)

د. ابزارهای مالی:

تامین منابع ارزی مورد نیاز مواد اولیه این صنعت (الیاف اکریلیک) توسط بانک مرکزی با هماهنگی و توافق بانک‌های عامل بنحو مقتضی صورت پذیرد چراکه در شرایط فعلی یکی از عمده‌ترین تولیدکنندگان الیاف مذکور در دنیا شرکت های آکسای ترکیه، جیموت چین، کلونیر بلاروس و ایندینیا اکریل و پاشاپویی در کشور هند بوده و در صورت تامین پرداخت اعتباری ارزی به واردات این کالا و همچنین نخ ظریف اکریلیک موردنیاز فرش بافی (به مدت محدود) می‌تواند راه‌گشا و موتور محرک تولید گردد

وضعیت 

مسائل 

مقاصد 

راهنماها 

سازوکارها 

نقشه‌راه 

الزامات 

ویژگی‌ها 

۱. ساماندهی، تکمیل و توسعه زنجیره تامین صنایع فرش ماشینی و موکت با حداکثر بهره‌مندی از محتوای داخلی

- ۱-۱- ایجاد گمرکات تخصصی به منظور تسهیل رویه‌های گمرکی با هدف تسریع در تامین مواد اولیه و واسطه‌ای مورد نیاز واحدهای تولیدی
- ۱-۲- اعطای مجوز واردات نخ اکریلیک و سایر مواد اولیه مورد نیاز مشروط به صادرات و تامین ارز مورد نیاز برای واردات از منبع صادرات به میزان سربه سر
- ۱-۳- ایجاد بسترهای مورد نیاز جهت بهره‌گیری بنگاه‌های فعال در صنعت از ابزارهای تامین مالی زنجیره‌ای و ابزارهای نوین موجود در بازار سرمایه

۲. تحریک و توسعه تقاضا برای تولیدات داخلی صنایع فرش ماشینی و موکت

- ۲-۱- استمرار در قانون ممنوعیت خرید هرگونه فرش ماشینی و موکت توسط دولت به طوری که ۱۰۰ درصد محصول خریداری شده می‌بایست ساخت داخل باشد
- ۲-۲- تحریک تقاضای داخلی از طریق توسعه سازوکارهای تامین مالی صنایع فرش ماشینی و موکت با تاکید بر نظام زنجیره‌ای و کارت خرید اعتباری

۳. تعمیق و توسعه زنجیره ارزش فرش ماشینی و موکت بر حسب مولفه های کیفی و فرایندی

۳-۱- توسعه فروش آنلاین تحت برند

۳-۲- حمایت از توسعه و فعالیت نام‌های تجاری در زنجیره ارزش

۳-۳- بهره‌گیری از شرکت‌های دانش‌بنیان و نوآور (استارت‌آپها) برای داخلی‌سازی نرم‌افزارهای تخصصی تامین، طراحی در زنجیره فرش ماشینی و موکت

۳-۴- در صنعت فرش ماشینی و موکت به عنوان صنعت بالغ، مبنای اصلی مزیت رقابتی صنعت، کارایی عملیاتی است، لذا مزیت هزینه باید با نوآوری و پاسخگویی به مشتری تلفیق شود

۳-۵- حمایت از تقویت و راه‌اندازی تحقیق و توسعه در راستای تقویت توان طراحی و توسعه محصول در واحدهای کوچک و متوسط

۳-۶- بنگاه‌ها می‌توانند از طریق پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریتی مبتنی بر عملکرد به کارایی دست یابند. ارتقای کارایی شامل موارد زیراست

۳-۷- اصلاح دارایی و هزینه: کاهش هزینه‌ها از طریق کاهش هزینه های اداری، دریافت مطالبات و کاهش موجودی انبار.

۳-۸- کاهش گزینشی محصول و بازار: تمرکز مجدد بر بخش‌هایی که بیشترین سودآوری را داشته‌اند یا جایی که بنگاه دارای قدرت خاصی است.

۳-۹- افزایش تدریجی بهره‌وری: شامل بهره‌برداری از ظرفیت خط تولید و افزایش بهره‌وری کارکنان

وضعیت 

مسائل 

مقاصد 

راهنماها 

سازوکارها 

نقشه‌راه 

الزامات 

ویژگی‌ها 

۴. ارتقای توانمندی‌های فناورانه و نیروی انسانی در واحدها

۴-۱- 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 زیست بوم نوآوری

۴-۲- تقویت نقش دانشگاه‌های جهت خلق ایده‌های نوآورانه و انتقال دانش و فناوری به حوزه صنعت صنعت فرش ماشینی و موکت

۴-۳- حمایت از بروزرسانی تجهیزات و خطوط تولیدی و تحقیقاتی در جهت احیاء و ارتقای ظرفیت‌های موجود از طریق ابزارهای تامین مالی

۴-۴- حمایت از فراگیری، بکارگیری و پیاده‌سازی هوش مصنوعی در فرآیندهای تولیدی در قالب شبکه یکپارچه جهت کم کردن هزینه، کاهش فرآیند و زمان تولید و تسریع در عرضه محصول به بازار هدف

۴-۵- به منظور حضور فعال تر در بازارهای داخلی و خارجی، تولیدکنندگان می بایست در زمینه آموزش نیروی انسانی که توانایی شناخت بازار و مذاکره داشته باشد اقدام نمایند و تلاش کنند نیاز و سلیقه مخاطبان بازارها را شناسایی کنند و تبلیغات فرش را همسو با بازارهای هدف در جهان گسترش دهند

۴-۶- توجه ویژه به دانش تخصصی در تمام بخش‌ها اعم از تولید، امور مالی و مالیاتی، مدیریت منابع انسانی و نیز آموزش نیروی انسانی

۵- بازمهندسی ساختار صنایع فرش ماشینی و موکت برحسب ملاحظات مقیاس

۵-۱- حمایت از توسعه بازار کسب‌وکار مدرن از طریق ایجاد فروشگاه‌های تخصصی بزرگ و تقویت شبکه‌های فروش زنجیره‌ای و بورس فروش

۵-۲- ساماندهی، طراحی و توسعه خوشه‌های صنفی و صنعتی تخصصی در زنجیره

۵-۳- تقویت همکاری‌های افقی و عمودی در زنجیره ارزش متناسب با مزیت‌های منطقه‌ای و با تاکید بر حلقه‌های طراحی، تولید و بازاریابی جهت استانداردسازی مقیاس اقتصادی در واحدها

۵-۴- تجمیع جغرافیایی شرکت‌های فعال در زنجیره ارزش صنعت با هدف تقویت همکاری‌های افقی و عمودی در قالب شهرک‌های صنعتی

۵-۶- تشویق ادغام عمودی میان تولیدکنندگان محصولات فرش ماشینی و موکت و در اولویت قرار دادن این بنگاه‌ها جهت دریافت حمایت‌های دولتی

۵-۶- حمایت از ادغام و هم‌افزایی واحدهای صنعتی کوچک مقیاس جهت رسیدن به مقیاس اقتصادی تولید

۵-۷- حمایت از توسعه مدل‌های کسب و کار مبتنی بر تولید جمعی

۵-۸- بازطراحی نهاد تنظیم‌گری و مدیریتی (توجه شدید به حفظ وضعیت موجود و اجتناب از هزینه‌های اضافی به گونه‌ای که این مسئله واحدها رادر مناسب‌ترین موقعیت برای رقابت بر سر قیمت قرار می‌دهد و شرکت همچنان میتواند از میزان بازگشت سرمایه بالاتر از حد متوسط برخوردار باشد).

۵-۹- توانمندسازی و احیای واحدهای نیمه‌فعال با هدایت آنها به سمت تولید محصولات دارای کمبود، با فناوری بالا و دارای توجیه فنی و اقتصادی

۵-۱۰- توسعه فرآیندهای پایین دستی زنجیره ارزش از طریق ایجاد پارک‌های تخصصی، خوشه‌های صنعتی، کارخانجات نوآوری ویژه صنعت در نقاط منتخب کشور با تمرکز بر مزیت نسبی و رقابتی منطقه‌ای و ویژگی‌های آمایشی

وضعیت 

مسائل 

مقاصد 

راهنما 

سازوکارها 

نقشه‌راه 

الزامات 

ویژگی‌ها 

۶- افزایش تنوع در ترکیب سبد صادراتی و مقاصد صادراتی

۶-۱- انتخاب سیاست های عملی متناسب با نوع محصول فرش ماشینی

- فرش با تراکم پائین (توسعه بازار صادراتی، ارتقای کیفیت و طرح محصول همراه با تنوع، نوآوری و بسته بندی مناسب، ارتقای ارزش افزوده محصول (از طریق ایجاد تمایز در این دسته محصول)، ارتقای سطح بهره وری در تولید محصول (نوسازی ماشین الات و...) و همچنین افزایش سطح مهارت و دانش نیروی انسانی
- فرش با تراکم بالا (ارتقای سطح بهره وری در تولید محصول، حفظ بازار داخلی، توسعه بازار صادراتی در کشورهای خاص)
- فرش های خاص (گلیم فرش، گلیم، شگی، ...) از قبیل توسعه فناوری و طراحی فرش های خاص بانگاہ بومی ایران، ارتقای تکنولوژی به منظور تهیه دستگاه های گره باف ماشینی و رصد نوآوری فرش های خاص در جهان

۶-۲- حمایت از برگزاری نمایشگاه های تخصصی داخلی و بین المللی از جمله پرداخت جوایز صادراتی به صادرات کالای فرش ماشینی و موکت همچنین پرداخت منابع پیش بینی شده ارایه خدمات موثر جهت حضور در نمایشگاه های بین المللی و معتبر خارج از کشور جهت تقویت بازار

۶-۳- ایجاد کنسرسیوم صادراتی و حمایت از توسعه شرکت های خدمات مدیریت صادرات و بازاریابی

۶-۴- حمایت از ایجاد و توسعه سکوه های دائمی فروش در کشورهای همسایه (مرکز تجارت بین الملل)

۶-۵- افزایش دسترسی به بازارهای صادراتی از طریق بهره مندی از ظرفیت موافقت نامه های منطقه ای دو و چند جانبه جاری (مانند عراق، افغانستان، اتحادیه اقتصادی اوراسیا، ...) و همچنین انعقاد موافقت نامه های جدید با سایر همسایگان و شرکت های تجاری ضمن تشویق حضور بنگاه ها در رویدادهای منطقه ای و بین المللی

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهنماها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها



۶-۶- ارتقای رشد در بازارهای بین‌المللی (افزایش نفوذ، افزایش میزان استفاده، توسعه بازار)

۶-۷- حفظ سهم بازارهای بین‌المللی (حفظ مشتریان فعلی، تحریک تقاضای گزینشی میان مشتریانی که دیرتر محصولات فرش و موکت را می‌پذیرند)

۶-۸- استمرار و ایجاد مشوق‌های صادراتی و توجه ویژه به پرداخت موثر جوایز صادراتی (همکاری وزارت متبوع با سازمان توسعه تجارت ایران به‌منظور پرداخت جوایز صادراتی در قالب کمک به حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی خارج از کشور، پرداخت بخشی از هزینه‌های اجاره دفاتر و انبار شرکت‌های صادراتی در خارج از کشور، پرداخت بخشی از هزینه‌های ثبت نشان‌های تجاری ایران در بازارهای هدف، پرداخت بخشی از هزینه‌های صدور ضمانت‌نامه‌ها و بیمه‌های صادراتی و کمک به تبلیغات، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، آموزش و فرهنگ‌سازی در حوزه صادرات صورت پذیرد.)



نقشه راه

صنعت
فرش ماشینی
و موکت

با توجه به مجموعه اقدامات و سیاست های اجرایی تبیین شده برای توسعه صنعت فرش ماشینی و موکت پروژه بهبود برای نیل به اهداف استراتژیک و راهبردهای مطرح شده در این برنامه به شرح ذیل تعریف می شود

۱. تدوین برنامه تربیت سرمایه انسانی جهت ارتقاء تولید دانش بنیان
۲. ایجاد، توسعه و تکمیل ظرفیت های زنجیره ارزش
۳. بازسازی و نوسازی صنایع فرش ماشینی و کفپوش
۴. تدوین برنامه دستیابی به اهداف صادراتی
۵. راهبری حداقلی فناوری پیشران در حوزه فرش ماشینی و کفپوش
۶. تحریک تقاضای کالاهای نهایی با رویکرد زنجیره ای

وضعیت 

مسائل 

مقاصد 

راهبردها 

سازوکارها 

نقشه راه 

الزامات 

ویژگی ها 



الزامات

صنعت
فرش ماشینی
و موکت

برای دستیابی به مقاصد تعیین شده علاوه بر اصلاح ساختارها، باید الزاماتی در سایر بخش‌ها نیز فراهم باشند که عبارتند از

۱. نظارت مستمر و پیگیری رفع موانع تامین مواد اولیه واحدهای تولیدی:

- تولید ۳۰ هزار تن الیاف اکریلیک با کیفیت مناسب توسط شرکت پلی اکریل ایران در سال ۱۴۰۴
 - تولید ۳۰۰ هزار تن انواع نخ فرش ماشینی با کیفیت مناسب توسط شرکت‌های داخلی در سال ۱۴۰۴
۲. استمرار حقوق ورودی یک درصد برای ماشین‌آلات فرش ماشینی و موکت که در نهایت منجر به کاهش قیمت تمام‌شده کالای فرش ماشینی خواهد شد و رقابت‌پذیری در صادرات فرش ماشینی را افزایش خواهد داد
۳. مشکلات بازگشت ارز حاصل از صادرات و رفع تعهد ارزی صادرکنندگان بخش نساجی راهکارهای مربوط به حل مشکلات انتقال وجوه حاصل از صادرات به کشور و چالش‌های مرتبط با رفع تعهد ارزی، طی جلسات مختلف با تشکل‌ها و واحدهای تولیدی احصاء و به شرح ذیل پیشنهاد می‌گردد
- با عنایت به اهمیت صنعت فرش ماشینی با بیش از ۹۰۰ واحد صنعتی فعال در کشور به‌عنوان یکی از مهمترین کالاهای منتخب که دارای پتانسیل جهش در تولید و صادرات می‌باشد و از نظر توان ارزآوری صنعت فرش ماشینی با عملکرد صادراتی سالانه ۳۰۰۰ دلار در هر تن در مقایسه با صنایع پتروشیمی به میزان ۴۶۷ دلار در هر تن از محصولات پتروشیمی در زمره صنایع با قدرت ارزآوری بالا به شمار می‌رود، لذا شایسته است با توجه به محدود بودن فرصت زمانی ۴ ماهه رفع تعهد ارزی، افزایش بازه زمانی به یک سال (به‌ویژه برای واحدهای تولیدی) مدنظر قرار گیرد.
 - فراهم‌نمودن امکان ثبت میزان صادرات ربالی توسط واحدهای تولیدی علی‌الخصوص در صادرات به کشورهای عراق، افغانستان و پاکستان در سامانه مربوطه.
 - رفع تعهد ارزی با استناد به تاریخ صدور اظهارنامه صادراتی به جای تاریخ صدور پروانه صادراتی توسط بانک مرکزی صورت پذیرد.

وضعیت 

مسائل 

مقاصد 

راهنماها 

سازوکارها 

نقشه‌راه 

الزامات 

ویژگی‌ها 

شایان ذکر است رفع چالش‌های مذکور از دغدغه‌های اصلی این وزارتخانه بوده، مضاف براینکه بخش عمده‌ای از موارد نیازمند بررسی و مساعدت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سایر ارگان‌های ذی‌ربط می‌باشد

۴. استفاده از ظرفیت موافقتنامه‌های تجاری
 ۵. تولیدکنندگان آموزش‌های لازم را در خصوص شناخت بازار و مذاکره به پرسنل ارائه دهند و تلاش کنند نیاز و سلیقه مخاطبان بازارها را شناسایی کنند و تبلیغات فرش را همسو با بازارهای هدف در جهان گسترش دهند
 ۶. شرکت‌های مدیریت صادرات و کارگروه‌های تخصصی صادراتی تشکیل گردد.
 ۷. پرداخت جوایز صادراتی به صادرات کالای فرش ماشینی
 ۸. روان‌سازی و بهبود روابط بین بانک‌ها با بانک‌های خارجی جهت بهبود برقراری روابط تجاری:
 - اعطای تسهیلات ارزی به منظور واردات ماشین‌آلات مورد نیاز زنجیره فرش ماشینی به میزان حدود ۹۰۰ میلیون دلار تا افق ۱۴۰۴
 - ۹. همکاری بانک‌های مرکزی جمهوری اسلامی ایران و بانک‌های عامل به منظور فراهم نمودن تسهیلات ریالی لازم به میزان تامین بخشی از هزینه‌ها به منظور واردات ماشین‌آلات مورد نیاز زنجیره صنعت فرش ماشینی به در حدود ۷ هزار میلیارد ریال تا افق ۱۴۰۴
 - ۱۰. همکاری بانک‌های مرکزی جمهوری اسلامی ایران و بانک‌های عامل به منظور فراهم نمودن تسهیلات سرمایه در گردش به منظور تامین مواد اولیه لازم مورد نیاز زنجیره صنعت فرش ماشینی در حدود ۳۹ هزار میلیارد ریال تا افق ۱۴۰۴
- شایان ذکر است برای توسعه صادرات محصولات نساجی و پوشاک از جمله فرش ماشینی و موکت ابتدا باید بر توانمندسازی، ظرفیت‌سازی، توسعه بازارهای داخلی و نهایتاً بین‌المللی و صادرات پایدار تمرکز نمود که در غیر اینصورت موجبات بد نامی برند کالای ایرانی و صادرکنندگان برتر کشور در بازارهای خارجی را فراهم خواهد آورد.

وضعیت



مسائل



مقاصد



راهبردها



سازوکارها



نقشه‌راه



الزامات



ویژگی‌ها





ویژگی‌ها

صنعت
فرش ماشینی
و موکت

مقدمه

برنامه «زنجیره صنایع فرش ماشینی و موکت» جامع بوده و بر مبنای نظری کامل و دقیقی استوار است

سازوکارهای پیشبینی شده «یکپارچه، اثربخش، کارا، تابآور، بازدارنده و کاربرپذیر» طراحی شده‌اند. در برنامه عملیاتی، استقرار سازوکارها نیز با رویکرد بازگشت‌پذیری لحاظ شده است. مصادیق این ویژگیها عبارتند از:

۱- چارچوب های نظری و تجربی پشتیبان

در تدوین برنامه از الگوهای رقابت‌پذیری، زنجیره ارزش و تدوین برنامه استراتژیک بهره‌گیری شده است؛ در نتیجه امکان ایجاد زبان و فهم مشترک و اجماع را فراهم کرده و ظرفیت اشتراک و انباشت دانش را دارد

۲- جامعیت

همه فعالیتهای پیشنهادی مانند تامین منابع ارزی و مواد اولیه پیش‌بینی شده‌اند. علاوه بر ارایه راه‌حل جامع و پوشش همه مسائل، محاسبات متغیرها (مقاصد و شاخص‌ها)، طراحی برنامه‌های عملیاتی و تدوین قوانین و مقررات نیز انجام شده است

۳- اثربخشی؛ همسویی و دستیابی به انتظارات و الزامات

انتظار می‌رود با اجرایی‌شدن برنامه‌های تولید در مقیاس، تامین مالی زنجیره‌های و افزایش محتوای داخلی در زنجیره، ضمن کاهش هزینه تمام شده، به تدریج و با شکل‌گیری اکوسیستم‌های نوآوری و هوشمندسازی، بهبود کیفی در محصولات نیز مشهود گردد

وضعیت 

مسائل 

مقاصد 

راهنماها 

سازوکارها 

نقشه‌راه 

الزامات 

ویژگی‌ها 

۴- یکپارچگی؛ هماهنگی و پیوستگی درونی و محیطی

تشدید فضای رقابتی از طریق گسترش شفافیت و اعمال نظارت‌های خودکنترلی در کنار تشویق تولید در مقیاس و افزایش تمرکز در رقابت به نحو توأمان پیش‌بینی شده است با افزایش الزامات ناظر بر ساخت داخل که همزمان از طریق هدف‌گذاری‌های صادراتی پیگیری می‌گردد، تراز ارزی این صنعت نیز بهبود خواهد یافت

۵- تاب آوری: توانایی حفظ کارکردها پس از تکانه‌های بیرونی

با کاهش وابستگی وارداتی در زنجیره و در عین حال تامین اهداف توسعه صادرات در این صنعت (ذیل چتر برندهای قدرتمند) ضمن کاهش هزینه تمام شده، میزان تاب‌آوری در زنجیره نیز ارتقاء یابد

با افزایش تولید و افزایش عمق ساخت داخل، رابطه خریدهای خارجی با تولیدات به حداقل رسیده که تحت‌تاثیر شوک‌های بیرونی مانند نوسانات درآمدهای نفتی و تحریم‌های بین‌المللی قرار نمی‌گیرند

۶- بازگشت‌پذیری: امکان بازگشت به وضعیت قبلی در صورت عدم موفقیت تغییرات

بسم الله الرحمن الرحيم

برنامه راهبردی صنایع نساجی و پوشاک ایران

عنوان: چکیده مدیریتی برنامه راهبردی صنایع نساجی و پوشاک

طراحان:

نسخه: ۱,۰,۰

شماره سند:

مقام معظم رهبری حضرت آیت الله خامنه‌ای، در بهمن ۱۳۹۷ بیانیه «گام دوم انقلاب» را صادر کردند. چشم‌انداز این بیانیه «ظهور تمدن نوین اسلامی و آمادگی برای طلوع خورشید ولایت عظمی (ارواحنا فداه)» است.

نقشه راه تمدن اسلامی ۳ مرحله دارد: «آمادگی، بازآفرینی و گسترش بین‌المللی» در مرحله اول باید راه‌حل‌های جامع و دقیقی برای مسائل کشور با رویکرد بازآفرینی طراحی شود؛ مرحله دوم متمرکز بر حل مسائل کشور (با اجرای برنامه‌های عملیاتی طراحی شده در مرحله اول) بوده و علاوه بر پیشرفت شگرف، دانش و فناوری مدیریت کشور ارتقاء خواهد یافت. در مرحله سوم، تعالی سریع جمهوری اسلامی ایران به عنوان یک الگوی بین‌المللی مطرح و مورد پذیرش برخی از جوامع قرار خواهد گرفت.

بخش صنعت، معدن و تجارت به عنوان یک بخش اساسی در این مراحل نقش ویژه داشته و می‌بایست تعهدات خود را ایفا نماید.

«برنامه راهبردی صنایع نساجی و پوشاک» یک برنامه پیشنهادی برای این بخش مهم است.

فهرست

مقدمه	۱
۱- کلیات برنامه	۲
۲- وضعیت موجود	۲
۳- مسائل	۱۶
۳- مقاصد	۲۱
۴- راهبردها	۲۳
۵- سازوکارها	۲۴
۶- نقشه راه	۲۸
۷- الزامات	۲۸
۸- ویژگی‌ها	۲۸

مقدمه

مقدمه

اقتصاد ایران در دهه‌های اخیر فراز و نشیب‌های زیادی داشته است. بی‌ثباتی، رشد منفی یا اندک اقتصادی، تورم بالا و بیکاری گسترده، مسائلی هستند که ریشه در ساختار معیوب اقتصاد ایران دارند. علی‌رغم برخورداری از منابع طبیعی سرشار و زیرساخت‌های فیزیکی مناسب، نقص و کمبود در زیرساخت‌های نهادی و شیوه حکمرانی باعث عملکرد ضعیف اقتصادی شده است. پایین بودن بهره‌وری، سهم پایین اقتصاد دانش‌بنیان، رتبه‌های پایین در شاخص‌هایی مانند سهولت کسب‌وکار و رقابت‌پذیری همگی گویای این مسئله ریشه‌ای در اقتصاد ایران هستند. شدت و پیچیدگی مسائل کشور به حدی است که راه‌حل‌های جزئی و تدریجی باعث به‌هم‌ریختگی بیشتر سازکارهای کشور شده و خواهند شد. مسائل ما با بینش (پارادایم) فعلی حل نمی‌شوند؛ باید در سطحی بالاتر به دنبال راه‌حل بود. راه‌حل اساسی اقتصاد کشور «تاکید بر نقش مردم و بنگاه‌های غیردولتی، ارتقای زیرساخت‌های نهادی و اصلاح شیوه حکمرانی» است.

با اجرای پروژه‌های طراحی شده، اقتصاد کشور به ثبات رسیده و رشد اقتصادی شتاب می‌گیرد. سال ۱۴۰۲، نقطه عطف اقتصاد ایران است؛ در این سال، سازکارهای جدید استقرار می‌یابد که پیامد آن «برقراری توازن بین متغیرهای اقتصاد کلان» است و از این پس با زیرساخت‌هایی که برای فعالیت عوامل اقتصادی فراهم شده، ارتقای تراز اقتصاد ایران آغاز می‌شود.

۱- کلیات برنامه

۱-۱. هدف از تدوین برنامه

- تحلیل وضعیت زنجیره تولید و ارزش صنعت نساجی و پوشاک به تفکیک اجزا
- استخراج چالش‌های صنعت نساجی و پوشاک برحسب زیربخش‌های مختلف آن‌ها
- ارائه راهکارهای توسعه و تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک به منظور بهبود توان رقابت پذیری صنعت مذکور
- حفظ و ارتقای سطح کیفی و کمی کالاهای نساجی و پوشاک کشور
- جلوگیری از هدررفت منابع ناشی از سرمایه گذاری های بخش خصوصی در این صنعت
- هدف گذاری دقیق میان مدت برای صنعت منسوجات و پوشاک

۱-۲. دلایل توجیهی و ضرورت‌های تدوین برنامه

- رشته فعالیت تولید منسوجات و پوشاک از جمله صناعی است که در مراحل آغازین توسعه صنعتی، از جمله صنایع کلیدی به شمار 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.
- در ایران این صنعت، اگرچه همواره مورد تاکید سیاست‌گذاران قرار داشته و از مزیت‌های مواد اولیه نیز برخوردار بوده است، اما با سهم‌گیری کاهنده از اقتصاد مواجه بوده است. ممکن است در نگاه اول چنین به نظر برسد که رشد سریع‌تر سایر صنایع عاملی در راستای کاهش سهم‌بری این رشته فعالیت صنعتی در اقتصاد ملی بوده است. اما با پرداختن به شاخص «توان خلق ارزش افزوده» که محاسبه نسبت «ارزش‌افزوده» به «ارزش ستانده» حاصل می‌شود، می‌توان به عملکرد نزولی این رشته فعالیت صنعتی پی برد.

مجموع شرایط فوق، مبین اتخاذ تدابیری است که نه تنها بر ارتقای توان رقابت‌پذیری این رشته فعالیت صنعتی در مجموع کلان صنعتی کشور تاثیرگذار می‌باشد، بلکه بر توان ایجاد ارزش‌افزوده در فعالیت‌های زیرگروه آن نیز تاثیر مثبت داشته باشد. لذا، مطالعه حاضر درصدد است تا با پرداختن به مجموع شرایط برشمرده، به انجام آسیب‌شناسی و احصای راهکارهای عملیاتی در ارتقای رقابت‌پذیری و تکمیل زنجیره ارزش در این رشته فعالیت صنعتی بپردازد.

۱-۳. قلمرو زمانی و موضوعی برنامه

- الف. قلمرو زمانی: قلمرو زمانی برنامه ۵ ساله و همزمان با اجرای برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۵-۱۴۰۱) خواهد بود.
- ب. قلمرو اقدامات: حوزه ورود برنامه به مجموعه اقداماتی خواهد بود که در محدوده وظایف و اختیارات وزارت صنعت، معدن و تجارت است.
- ج. قلمرو کالایی: کلیه محصولات نساجی و پوشاک در زنجیره تولیدات صنایع پوشاک از مرحله ریسندگی، بافندگی، رنگرزی، چاپ و تکمیل و تولید پوشاک می‌باشد.

۲- وضعیت موجود

۲-۱. جایگاه صنعت نساجی و پوشاک در اقتصاد داخل و جهانی

۲-۱-۱. مقایسه تطبیقی مزیت نسبی تولیدات نساجی و پوشاک در ایران و جهان

تولید نساجی و پوشاک در ایران با دو مزیت در بخش منابع مواجه است: (۱) ظرفیت بسیار بالای نیروی انسانی و (۲) 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 اینحال، در خصوص مزیت‌های برشمرده چند ملاحظه جدی وجود دارد که می‌تواند رقابت‌پذیری ایران در بازار محصولات نساجی و پوشاک را به صورت منفی تحت تاثیر قرار دهد:

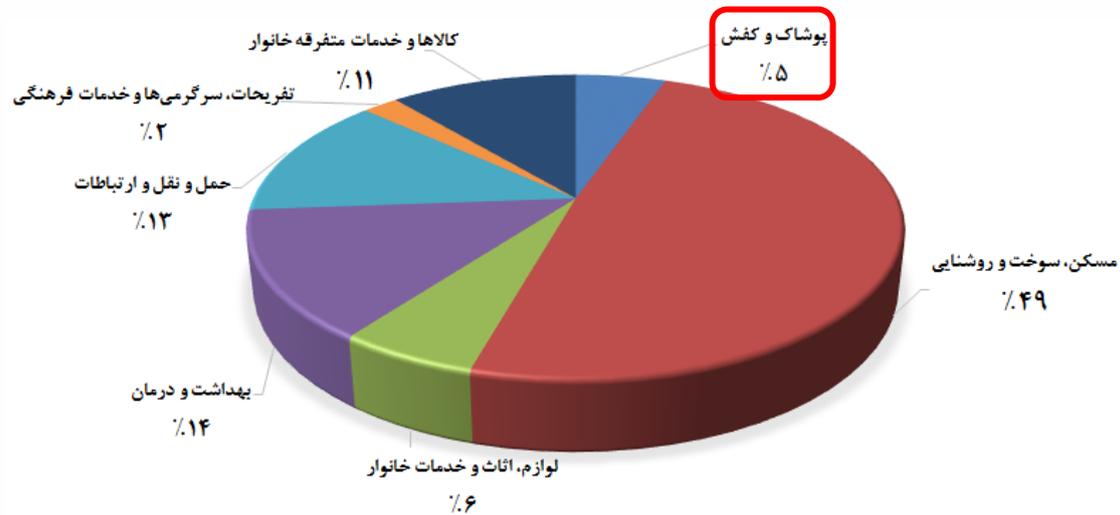
- تولیدات منسوجات و پوشاک در کشورهای مطرح جهانی در مقیاس‌های بزرگ صنعتی و صادرات محور صورت می‌گیرد. این رویداد و همچنین پیشرفتهای چشمگیر این کشورها در عرصه فناوری، بازاریابی و نفوذ آنها در بازارهای هدف به واسطه توان تولید انبوه و به واسطه افزایش تقاضا برای مواد اولیه در کشورهای مذکور منجر به افزایش قیمت مواد اولیه مورد نیاز این رشته فعالیت نیز شد. لذا تولید کنندگان مواد اولیه در کشور ترجیح دادند محصول خود را به عوض عرضه در بازار داخلی صادر کنند و بروز عدم توازن در زنجیره تامین صنایع نساجی از همین زمان به صورت سیستماتیک شکل گرفت.
- در حال حاضر در صنعت نساجی و پوشاک کشور تقریباً تمامی حلقه‌های زنجیره ارزش (قبل، حین و پس از تولید) با مشکل مواجه است. این صنعت به واسطه فشارهای ناشی از افزایش هزینه‌های دسترسی به مواد اولیه کشاورزی (به واسطه افزایش نرخ ارز، محدودیت‌های فنی واردات پنبه و کاهش تمایل صادر کنندگان پنبه به ایران) و هزینه‌های تامین مواد اولیه شیمیایی به ویژه 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 به انضمام کوچک شدن اندازه بازار فروش به واسطه اوج گیری قاچاق منسوجات و پوشاک 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.

مجموع موارد فوق منجر به کاهش توان رقابت‌پذیری محصولات این صنعت به شمار می‌رود.

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

صنعت نساجی و پوشاک مطابق آمار مرکز ملی آمار (۱۳۹۸) با سهم ۷ درصدی از بنگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن به بالا، سهمی معادل ۶٫۵ درصد از اشتغال صنعتی کشور را به خود اختصاص می‌دهد. آمار عملکرد مذکور در حالی 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 صنعت مذکور با عملکرد صادراتی ۶۰۰۰ دلار در هر تن (در بخش محصولات پوشاک) و ۲۰۰۰ دلار در هر تن (در بخش نساجی) در زمره صنایع با قدرت ارزآوری بالا به شمار می‌رود. با این توصیف، صنایع نساجی و پوشاک را می‌توان در زمره صنایع مهم با سرمایه‌بری پائین برشمرد که همزمان قادر است هر سه هدف تولید صنعتی، توسعه‌ای (اشتغال‌زایی) و ارزآوری را در کشور تامین نماید.

لازم به ذکر است بر اساس داده‌های مرکز ملی آمار ایران سهم هزینه‌ها فقط در بخش پوشاک و کفش حدود ۵ درصد از کل هزینه‌های غیرخوراکی یک خانوار را در سال ۱۴۰۰ (نمودار ۱) تشکیل می‌دهد. این مهم نشان دهنده سهم بالای این اقلام در سبد هزینه‌های خانوار ایرانی را تشکیل می‌دهد برای همین به عنوان اقلام استراتژیک در مدیریت هزینه و درآمد خانوار به حساب می‌آید.



ماخذ: مرکز ملی آمار ایران

نمودار ۱. ترکیب هزینه‌های خالص غیرخوراکی سالانه یک خانوار شهری در سال ۱۴۰۰-واحد: درصد

۳-۲. 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 (به تفکیک موارد مندرج در جدول ۱) از جمله مهمترین صنایع کارخانه‌ای در جهان به‌شمار می‌رود. در برابر 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. بررسی تطبیقی ارزش بازار مصرف در نساجی و پوشاک جهان و ایران

ارزش بازار	جهان (میلیارد دلار)	ایران (میلیارد دلار)	سهم ایران از جهان (درصد)
پوشاک	۱۴۰۰	۹	۰,۶۴
منسوجات خانگی و کالای خواب	۲۰۰	۲	۰,۸
منسوجات تکنیکال	۲۴۰		
منسوجات بی بافت	۵۰	۰,۲۴	۰,۴۸
کل	۱۸۹۰	۱۱,۲۴	۰,۵۸

ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

ب. سهم از ارزش مصرف جهانی

به لحاظ مصرف در زنجیره نساجی و پوشاک نیز آمارها مجدداً موید اهمیت بالای این صنعت است. آمار مربوطه در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. مقایسه تطبیقی مصرف در زنجیره نساجی و پوشاک ایران و جهان، ۲۰۱۹

حلقه در زنجیره	اجزا	واحد سنجش	جهان	ایران	سهم ایران از جهان (درصد)
پوشاک	انواع پوشاک	میلیارد دلار	۱۴۰۰	۹	۰,۵
منسوجات نهایی	منسوجات خانگی و کالای خواب (غیر از کفپوش) منسوجات تکنیکال و صنعتی	میلیارد دلار	۴۴۰	۲	۰,۴
پارچه	انواع پارچه تاری پودی و حلقوی	هزارتن	۹۴۰۰۰	۵۸۰	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

* از ۱۰۸۷ هزار تن نخ مصرفی ۵۱۳ هزار تن در زنجیره نساجی و پوشاک (غیر از کفپوش) استفاده می‌گردد.
** از ۶۷۷ هزار تن الیاف، ۲۷۰ هزار تن در زنجیره نساجی و پوشاک (غیر از کفپوش) استفاده می‌گردد.
ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

طبق جدول، 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.

ج. سهم از تجارت در بازارهای جهانی

به لحاظ جایگاه ایران در بازارهای صادراتی صنایع نساجی و پوشاک نیز آمارها به صورت جدول ۳ قرار دارد:

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

	۲۰۲۰			۲۰۱۵		
	سهم (درصد)	ایران	جهان	سهم (درصد)	ایران	جهان
نساجی	۰,۲	۶۳۳	۳۲۸۱۱۴	۰,۳	۸۱۸	۲۸۸۵۱۰
پوشاک	۰,۰۲	۱۱۳	۴۴۸۹۶۱	۰,۰۱	۴۸	۴۵۳۳۹۱
کل	۰,۱	۷۴۶	۷۷۷۰۷۵	۰,۱	۸۶۶	۷۴۱۹۰۱

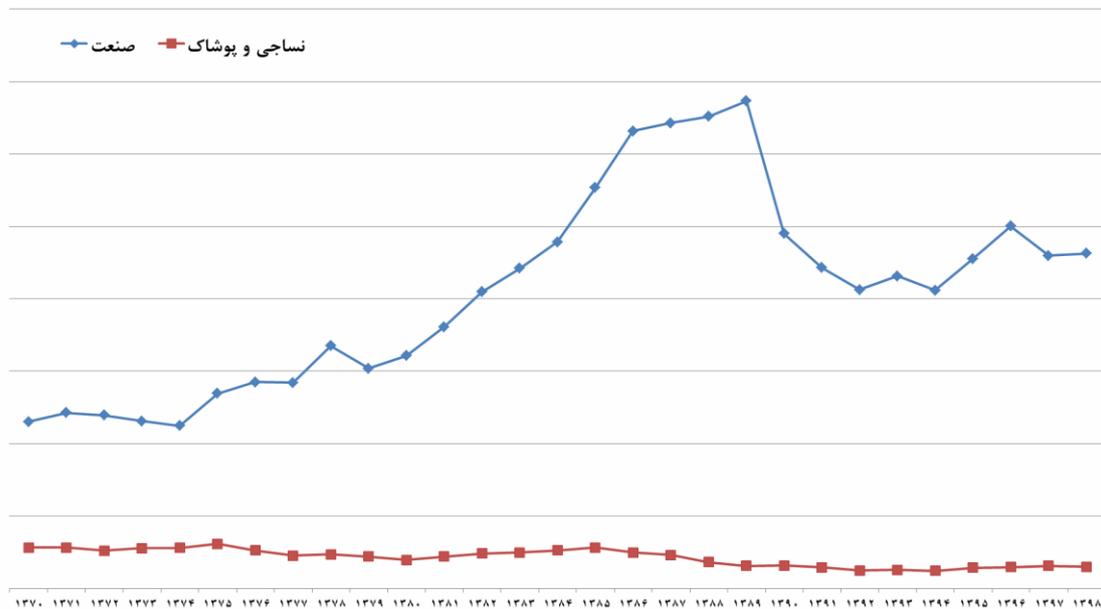
ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

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

۲-۲. عملکرد تولید و مصرف در صنایع نساجی و پوشاک کشور

۲-۲-۱. 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 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 به شمار می‌رود.



نمودار ۲. روند تطبیقی ارزش افزوده واقعی نساجی و پوشاک در برابر بخش صنعت- واحد: درصد

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.

۲-۲-۲. 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 ۱۳۹۸-۱۴۰۱ در انواع الیاف ۱۵۰ هزار تن، انواع نخ ۵۶۰ هزار تن، انواع پارچه ۴۶۵ هزار تن، انواع پوشاک ۳۹۰ هزار تن، و سایر منسوجات (صنعتی، تکنیکال، کالای خواب و خانگی غیر از انواع کفپوش) ۱۹۵ هزار تن می باشد. در جدول ۴ جزئیات تفصیلی عملکرد تولید در این صنعت ارائه شده است.

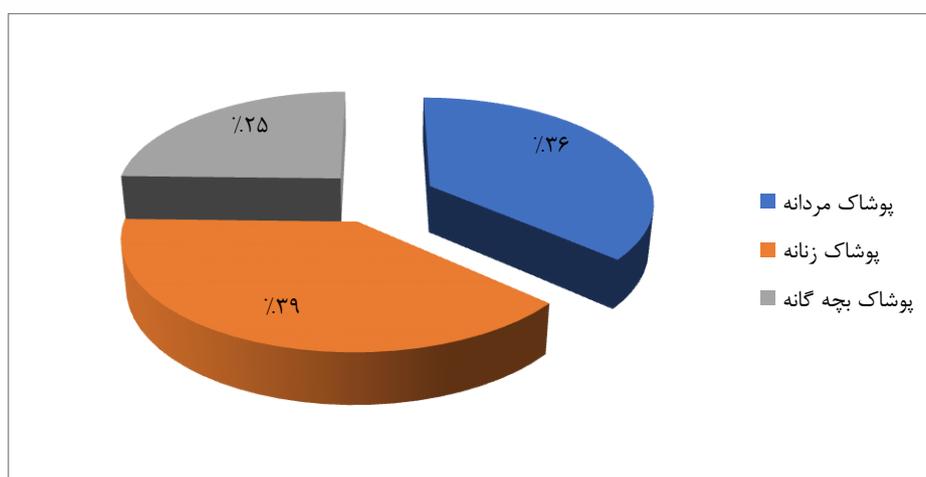
جدول ۴. وضعیت تولید و مصرف در زنجیره صنایع نساجی و پوشاک

درصد وابستگی (%)	مصرف	تولید	واحد سنجش	گروه فعالیت	
۴۰٪	۹	۵,۵	میلیارد دلار	انواع پوشاک	پوشاک
۲,۵٪	۲۰۰	۱۹۵	هزار تن	منسوجات خانگی (غیر از کفپوش)، کالای خواب، منسوجات صنعتی و تکنیکال	سایر منسوجات نهایی
۲۰٪	۲۸۰	۲۵۵	هزار تن	تاری پودی	پارچه
	۳۰۰	۲۱۰	هزار تن	حلقوی	
۴۵٪	۱۵	۸,۲	میلیون مترمربع	پارچه چادر مشکی	چادر مشکی
۸٪	۶۱۰	۵۶۰	هزار تن	نخ فیلامنت، نخ سیستم پنبه ای و الیاف مصنوعی، نخ اکریلیک پوشاکی، نخ سیستم پشمی و فاستونی، اسپندکس	نخ
۶۷٪	۴۵۰	۱۵۰	هزار تن	پنبه، پلی استر نوع پنبه ای، ویسکوز، اکریلیک، تاپس پشم و پلی استر	الیاف

طبق جدول، 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 سرمایه گذاری در مقیاس صنعتی، عدم بازسازی و نوسازی و تفاوت ظرفیت‌سازی‌های صورت گرفته است که توازن آن می‌بایستی در برنامه‌های عملیاتی لحاظ گردد.

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 سرمایه گذاری و قدرت ارزآوری بالا در بخش‌های مختلف پیش از تولید (تحقیق و توسعه، طراحی و مد، برند و ...)، تولید انواع پوشاک (علی‌الخصوص البسه تاری پودی) و پس از تولید (بازارپردازی، بازاریابی، توزیع و فروش و خدمات پس از فروش)، تولید انواع پارچه‌های تاری پودی، انواع نخ سیستم پنبه‌ای و الیاف مصنوعی (علی‌الخصوص نخ‌های ظریف)، نخ اسپندکس، الیاف پنبه و ویسکوز بیشترین وابستگی وجود دارد و نیاز به توسعه، سرمایه‌گذاری‌های جدید و جهش در تولید ضروری می‌نماید.



ماخذ: مرکز ملی آمار

نمودار ۵- سهم هزینه انواع پوشاک در سبد خانوار شهری در سال ۱۴۰۰

۳-۲. ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک در ایران

بررسی ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک از ابعاد مختلف حائز اهمیت فراوان است. این ابعاد عبارتند از: ۱- ترکیب واحدهای نساجی و پوشاک از منظر: ۱- نوع تکنولوژی تولید؛ ۲- اندازه واحدهای بنگاهی، ۳- موازنه تولید در حلقه‌های مختلف زنجیره تامین، ۵- میزان تکامل زنجیره ارزش، ۶- درجه تمرکز رقابت در بازار گروه‌های محصولی و ۷- الگوی پراکنش جغرافیایی. بررسی هر یک از مولفه‌های برشمرده، تحلیل‌های دقیق‌تری در فرآیند آسیب‌شناسی صنایع نساجی و پوشاک به دست می‌دهد.

۱-۳-۲. ساختار صنایع نساجی و پوشاک از منظر نوع تکنولوژی تولید

به منظور پرداختن به ساختار فناورانه صنایع نساجی و پوشاک در کشور، ابتدا باید یک طبقه‌بندی از انواع فناوری ارائه شود. این طبقه‌بندی در جدول ۵ به انجام رسیده است. طبق این جدول، دو مولفه به صورت: ۱- کارکرد فناوری؛ ۲- سرعت ایجاد تغییر در صنعت هدف، مبنای طبقه‌بندی قرار داده شده است.

جدول ۵. طبقه‌بندی انواع فناوری بر مبنای سرعت ایجاد تغییر در صنعت و کارکرد فناوری

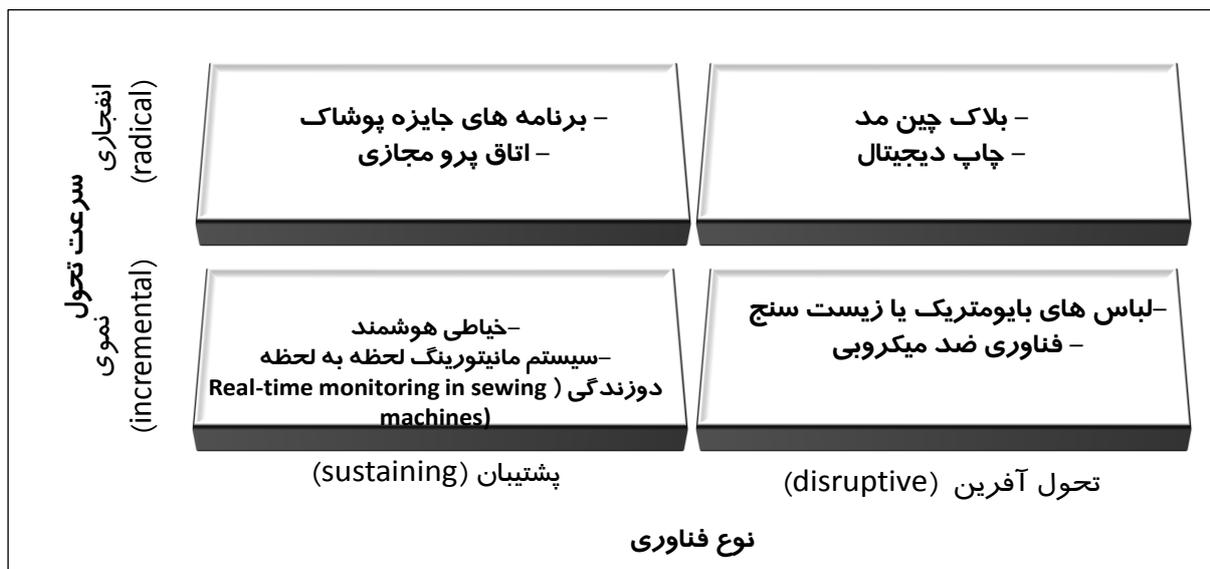
سرعت ایجاد تغییر در صنعت	انفجاری (radical)	فناوری‌های پشتیبان صنایع نساجی و پوشاک با ماهیت رشد انفجاری (نمونه: حرکت به سمت استفاده از واقعیت مجازی در طراحی و عرضه محصولات)	فناوری‌های تحول‌زا در بازار صنایع نساجی و پوشاک و برخی دیگر از صنایع مرتبط با ماهیت رشد انفجاری (نمونه: بهره‌مندی از چاپ سه بعدی در تولید محصولات)
	نموی (incremental)	فناوری‌های پشتیبان صنایع نساجی و پوشاک با ماهیت رشد نموی (نمونه: بسنده کردن به نوسازی و بازسازی ماشین‌آلات)	فناوری‌های تحول‌زا در بازار صنایع نساجی و پوشاک و برخی دیگر از صنایع مرتبط با ماهیت رشد نموی (نمونه: افزایش سهم مواد اولیه پیشرفته در تولید پارچه و پوشاک)
		پشتیبان (sustaining)	تحول‌آفرین (disruptive)
کارکرد فناوری			

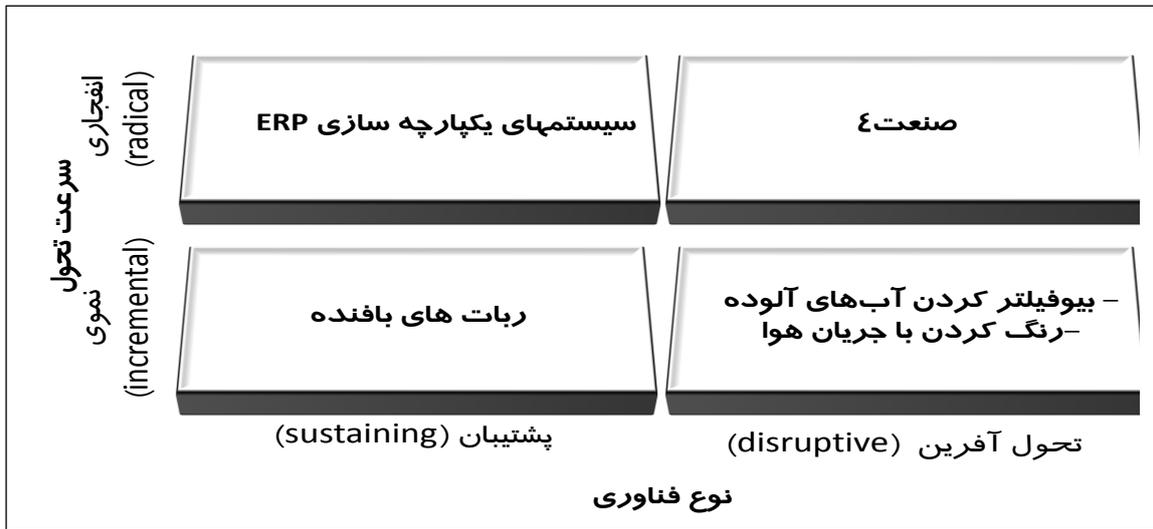
به منظور دریافت تفاوت میان این فناوری‌ها، باید عنوان داشت فناوری‌های پشتیبان، تقویت‌کننده عملکرد در صنعت مورد نظر است که می‌تواند با سرعت آرام حرکت نماید و یا به صورت انفجاری خدمت جدیدی را در صنعت مورد نظر بیافزاید. فناوری‌های تحول‌آفرین تنها در صنعت مورد نظر، بلکه در ارتباط با صنایع دیگر قرار می‌گیرد و بازار فروش چند صنعت را همزمان درگیر می‌سازد.

با این طبقه‌بندی و با اختصاصی‌سازی آن برای صنایع نساجی و پوشاک، مشخص می‌گردد که در ایران تولید نساجی و پوشاک عمده تمرکز بر فناوری‌های پشتیبان (با ماهیت سنتی) و با کمترین بهره‌مندی از ظرفیت فناوری‌های انفجاری و تحول‌آفرین که خاص انقلاب صنعتی چهارم است، صورت می‌گیرد.

به منظور تعیین اولویت‌های توسعه فناوری در صنایع نساجی و پوشاک کشور، در هر دو گروه فعالیت باید ابتدا به نوسازی و بازسازی ماشین‌آلات پرداخته شود. لازمه این امر ارتقای توانمندی‌های بستر ساز در این صنعت است که می‌باید با افزایش مقیاس تولید (سرمایه‌گذاری‌های ایجاد و جدید) تحقق یابد.

در مرحله بعد، می‌باید به بهره‌مندی از مواد پیشرفته و تولید محصولات با ویژگی‌های خاص (به عنوان فناوری‌های تحول‌آفرین) پرداخته شود. این در حالی است که در صنایع پوشاک، گام دوم حرکتی می‌باید به سمت بهره‌مندی از «واقعیت مجازی» قرار داشته باشد (نمودار ۲):





ب. نساجی

نمودار ۲. اولویت های توسعه فناوری در صنایع نساجی و پوشاک بر حسب مسیر بهینه حرکت

در نهایت، تاکید می شود در آینده پیشرو، صنعت نساجی و پوشاک ایران دیگر نمی تواند با اتکا به مزیت های بخش پتروشیمی صرفاً متمرکز بر تولید به صورت سنتی باشد و در صورت عدم پیگیری مسیر راه ترسیم شده در نمودار ۳ (بخشهای الف و ب)، در آینده در معرض تهدید قرار خواهد گرفت.

۲-۳-۲. ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک از منظر اندازه واحدهای بنگاهی

ساختار صنایع نساجی و پوشاک از منظر الگوی فعالیت (انفرادی و یا در قالب خوشه های دستجمعی) بر حسب دو مولفه بررسی کرد: الف. اشتغال به عرضه کالای مجاز و نوع مجوز فعالیت (صنفي - صنعتی). بر حسب هر یک از این دو مولفه، آمار مربوط به وضعیت ساختار پوشاک در نمودار ۴ نمایش داده شده است.



ب. ساختار توزیع صنایع نساجی

الف. ساختار تولید صنایع نساجی



ب. ساختار توزیع صنایع پوشاک

الف. ساختار تولید صنایع پوشاک

نمودار ۳. ساختار صنایع نساجی و پوشاک بر حسب نوع مجوز و اشتغال به عرضه کالای مجاز (غیر قاچاق)

طبق نمودار بخش مهمی از صنایع پوشاک کشور مربوط به تولید صنفی خرد است. این در حالی است که حداقل انتظار می‌رود به منظور توسعه این صنعت، در کوتاه‌مدت خوشه‌های صنفی پوشاک توسعه یابند. در گام پیشرفته‌تر و در میانمدت و بلندمدت ضرورت دارد تا به توسعه شهرک‌ها و پارک‌های تخصصی پوشاک پرداخته شود. به لحاظ وضعیت عرضه پوشاک نیز بخش مهمی از پوشاک کشور در واحدهای نیمه‌سازمان‌یافته (فعال در بازار) عرضه می‌شود و سهم نسبتاً کمی (حدود ۱۰ درصد) در قالب زنجیره‌ای و برندشاپ‌های تخصصی توزیع می‌شود. این موضوع نیز می‌باید در مسیر برنامه‌ریزی‌های آتی این صنعت مورد توجه قرار گیرد. در صنایع نساجی نیز شرایط مناسب‌تر بوده و سهم واحدهای خرد و عرضه غیرسازمان‌یافته به نسبت پوشاک بسیار پائین‌تر می‌باشد. لذا، بازمهندسی ساختار تولید و توزیع صنایع نساجی به نسبت پوشاک در اولویت دوم قرار می‌گیرد.

۳-۲-۳. ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک از منظر موازنه تولید در حلقه‌های مختلف زنجیره تامین

یکی از موضوعات مهم در بررسی ساختار بازار، وضعیت توازن در زنجیره تامین و تولید محصولات می‌باشد. این مساله با تاثیر مستقیم بر پایداری تولید در صنایع مورد توجه قرار می‌گیرد. یکی از مسائل مهم در این ارتباط، متوسط قیمت محصولات در هر حلقه از تولید می‌باشد (در جدول ۶):

جدول ۶. قیمت انواع محصولات نساجی و پوشاک بر حسب کیلوگرم به دلار

قیمت نسبی خارجی	قیمت هر کیلوگرم به دلار در بازار جهانی	قیمت نسبی داخلی	میانگین قیمت داخلی هر کیلوگرم به دلار (با ۹٪)	میانگین قیمت داخلی هر کیلوگرم به دلار (بدون ۹٪)		
	۲,۵	-	۹۰ هزار تومان معادل ۳,۲ دلار در کیلو*		پنبه	الیاف و چیپس
-	۱,۸۲	-	۷۲ هزار تومان معادل ۲,۶ دلار	۶۶ هزار تومان معادل ۲,۳ دلار	ویسکوز	
-	۰,۹۸	-	۳۱۳۰۰ تومان معادل ۱,۱ دلار	۲۸۷۰۰ تومان معادل ۱,۰۲ دلار	چیپس پلی استر	
۱,۲۲	۱,۲	۱,۵۳	۴۸ هزار تومان معادل ۱,۷ دلار	۴۴ هزار تومان معادل ۱,۶ دلار	پلی استر	
۱,۴۴	۳,۶	۱,۷۷	۱۶۰ هزار تومان معادل ۵,۷ دلار	۱۴۷ هزار تومان معادل ۵,۲۵ دلار	نخ پنبه ۳۰ یک لا شانه شده	نخ
۱,۲۵	۱,۵	۱,۴۸	۷۱ هزار تومان معادل ۲,۵ دلار	۶۵ هزار تومان معادل ۲,۳ دلار	فیلامنتی	
۱,۳۸	۱,۶۵	۱,۷۳	۸۳ هزار تومان معادل ۳ دلار	۷۶ هزار تومان معادل ۲,۷ دلار	نخ اسپان پلی استر	
۱,۷۶ (الیاف: ۱,۴۲)	۲,۵	۱,۸۳ (الیاف: ۵۶,۴)	۱۰۳ هزار تومان معادل ۳,۶ دلار	۹۵ هزار تومان معادل ۳,۴ دلار	نخ پلی استروویسکوز ۳۵-۶۵	
-	۶,۵	-	۱۴۷ هزار تومان معادل ۵,۲ دلار	۱۳۵ هزار تومان معادل ۴,۸ دلار	نخ فاستونی سبک (۲۰-۸۰): ۴۰	
۲,۸	۷	۲,۷	۲۷۵ هزار تومان معادل ۹,۸ دلار	۲۵۲ هزار تومان معادل ۹ دلار	تاری پودی ۳۵-۶۵ پنبه پلی استر	
۲,۴	۸,۵	۲	۳۲۳ هزار تومان معادل ۱۱,۶ دلار	۲۹۷ هزار تومان معادل ۱۰,۶ دلار	تترون پیراهنی نخ پنبه ۴۰	
۲,۲	۱۴,۷	۳,۹	۵۸۰ هزار تومان معادل ۲۰ دلار	۵۳۲ هزار تومان معادل ۱۹ دلار	فاستونی سبک ۲۰-۸۰ (البسه سازمانی)	
۱,۶	۶	۱,۲۳	۱۹۶ هزار تومان معادل ۷ دلار	۱۸۰ هزار تومان معادل ۶,۴ دلار	گردباف ۳۰ یکرو پنبه	
-	۶,۸	-	۲۸۰ هزار تومان معادل ۱۰ دلار	۲۵۷ هزار تومان معادل ۹,۱ دلار	گردباف ۳۰ یکرو پنبه رنگی	
۴,۶	۷	۴	۲۹۰ هزار تومان معادل ۱۰,۴ دلار	۲۶۶ هزار تومان معادل ۹,۵ دلار	فیلامنتی مازراتی (کرپ مخصوص زنانه)	
۲,۶	۷ (کیلویی ۲۱ دلار)	۲,۴	۲۵۰ هزار تومان معادل ۸,۹ دلار (قیمت یک کیلو: ۲۸,۵ دلار)	۲۳۰ هزار تومان معادل ۸,۲ دلار	پیراهن مردانه	پوشاک
۱,۶	۹ (کیلویی ۱۷ دلار)	۲,۱	۵۶۰ هزار تومان معادل ۲۰ دلار (قیمت یک کیلو: ۴۲ دلار)	۵۱۳ هزار تومان معادل ۱۸ دلار	شلوار فاستونی	
۲,۵	۴ (کیلویی ۱۷ دلار)	۳,۵	۱۹۶ هزار تومان معادل ۷ دلار (قیمت یک کیلو: ۳۵ دلار)	۱۸۰ هزار تومان معادل ۶,۴ دلار	تیشرت ساده	
-	قیمت یک کیلو: ۵۳ دلار	۴,۵	۱,۳۲۰,۰۰۰ تومان معادل ۴۷ دلار	۱,۲۱۱,۰۰۰ تومان معادل ۴۳ دلار	مانتو شلوار	

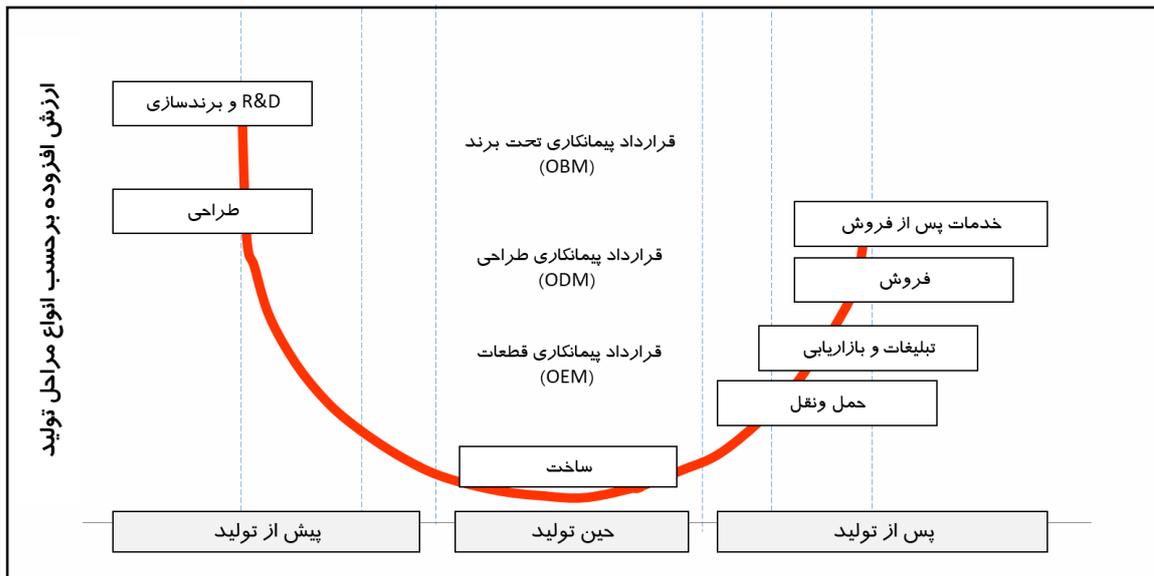
ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک - نرخ دلار نیما: ۲۸۰۰۰

* قیمت خرید الیاف پنبه با ارزش افزوده (۹٪) در نرخ های اعلامی همراه می باشد
** میانگین قیمت پایانی چپس پلی استر سال ۱۴۰۰ در بورس کالا مبلغ ۲۶۵۰۰ بوده است.

طبق جدول، قیمت نسبی هر یک از محصولات در زنجیره نساجی و پوشاک برحسب کیلوگرم به دلار، یک روند نوسانی دارد.

۲-۳-۴. ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک از منظر وضعیت تکمیل زنجیره ارزش

به منظور بررسی ساختار زنجیره ارزش در صنایع نساجی و پوشاک باید به مقایسه رابطه ارزش افزوده ایجاد شده و حلقه های زنجیره ارزش در هر حلقه از تولید پرداخته شود. این امر در نمودار ۳ به انجام رسیده است.



نمودار ۴. زنجیره ارزش افزوده صنایع نساجی و پوشاک برحسب ارزش افزوده مراحل مختلف تولید

ماخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت

مطابق نمودار فوق، زنجیره ارزش از مرحله طراحی، جریان انتقال دانش و اطلاعات، و استاندارد آغاز می شود که جملگی مفاهیم نامرئی هستند. سپس نوبت به بخش فیزیکی چرخه (زنجیره تامین) رسیده و سپس با پرداختن به خدمات مخصوص مشتریان و گاه بازیافت، مجدداً زنجیره ارزش به بخش نامرئی خود وارد می گردد. لذا، در این حالت نیز به مانند حالت قبلی زنجیره تامین به عنوان بخشی از زنجیره ارزش مورد استفاده قرار می گیرد. به بیان دیگر تفاوت زنجیره ارزش با زنجیره تامین آن است که در سطح یک صنعت زنجیره ارزش متشکل از همکاری راهبردی و طولانی مدت تعدادی بنگاه برای تحقق اهداف خاص بازار و در راستای انتفاع همه حلقه های موجود در زنجیره است. بنابراین زنجیره ارزش در سطح صنعت نظام بزرگتری از فعالیت ها را تشکیل می دهد که زنجیره تامین بخشی از آن است. این برداشت از زنجیره ارزش به تولید کنندگان کمک می کند تا از یک تولید کننده در کلاس ملی به تولید کننده ای در کلاس جهانی تبدیل شود.

با انطباق زنجیره مذکور و آنچه که در صنایع نساجی و پوشاک قرار دارد، موارد زیر مشخص می شود:

اولاً، بخش بزرگی از پرداخته های صورت گرفته در صنایع نساجی و پوشاک (به ترتیب ۹۳ و ۹۵ درصد) مربوط به پرداخته های صنعتی است که به بخش میانی زنجیره یا به عبارتی بخش ساخت مربوط می شود.

ثانیا، از مجموع پرداخت‌های صنعتی در صنایع نساجی و پوشاک، بیش به ترتیب از ۶۰ و ۷۵ درصد مربوط به هزینه مواد اولیه است.

ثالثا، از مجموع پرداخت‌های غیرصنعتی در صنایع نساجی و پوشاک که مولد زنجیره ارزش در این صنایع می‌باشد، بیشترین سهم مربوط به حمل‌ونقل و تبلیغات و کمترین سهم نیز مربوط به تحقیقات و آزمایشگاه می‌باشد این در حالی است که دو حوزه برشمرده، به نسبت سایر اجزای دخیل در زنجیره ارزش (به شرح مندرج در نمودار ۵) از قدرت کمی در ایجاد ارزش افزوده برخوردار است.

جدول ۷. وضعیت زنجیره ارزش در صنایع نساجی و پوشاک بر حسب سهم هر یک از اجزا از کل پرداخت‌های غیرصنعتی

فعالیت	حق العمل فروش	حمل و نقل	خدمات آموزشی	هزینه تحقیقات و آزمایشگاه	هزینه تبلیغات، آگهی، نمایشگاه و مطبوعات
متوسط تولید صنعتی	۱۱,۳٪	۲۳,۱٪	۰,۶٪	۱,۴٪	۵,۰٪
تولید منسوجات	۲,۴٪	۱۵,۷٪	۰,۵٪	۱,۹٪	۱۸,۷٪
ریسندگی، بافندگی و تکمیل منسوجات	۱,۷٪	۱۷,۱٪	۰,۸٪	۳,۱٪	۹,۷٪
تولید پارچه‌های کشاف و قلاب بافی	۰,۰٪	۲۸,۷٪	۰,۰٪	۰,۱٪	۰,۰٪
تولید کالاهای نساجی آماده- به جز پوشاک	۱,۰٪	۱۹,۵٪	۰,۲٪	۰,۸٪	۶,۸٪
تولید قالی و قالیچه	۴,۲٪	۱۲,۵٪	۰,۴٪	۰,۶٪	۳۷,۳٪
تولید طناب، ریسمان، نخ چند لایه و تور	۰,۰٪	۱۹,۴٪	۰,۰٪	۱,۲٪	۰,۵٪
تولید سایر منسوجات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	۰,۰٪	۹,۱٪	۰,۱٪	۰,۴٪	۱۰,۶٪
تولید پوشاک	۲,۹٪	۸,۹٪	۰,۲٪	۰,۲٪	۱۳,۸٪
تولید پوشاک، به جز پوشاک از پوست خردار	۲,۸٪	۸,۳٪	۰,۲٪	۰,۲٪	۱۴,۲٪
تولید پوشاک کشاف و قلاب بافی شده	۳,۶٪	۲۵,۷٪	۰,۰٪	۰,۷٪	۲,۵٪
تولید کفش و پاپوش	۱,۰٪	۲۲,۶٪	۰,۳٪	۱,۲٪	۱۷,۸٪

۵-۳-۲. ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک از منظر درجه تمرکز رقابت در بازار

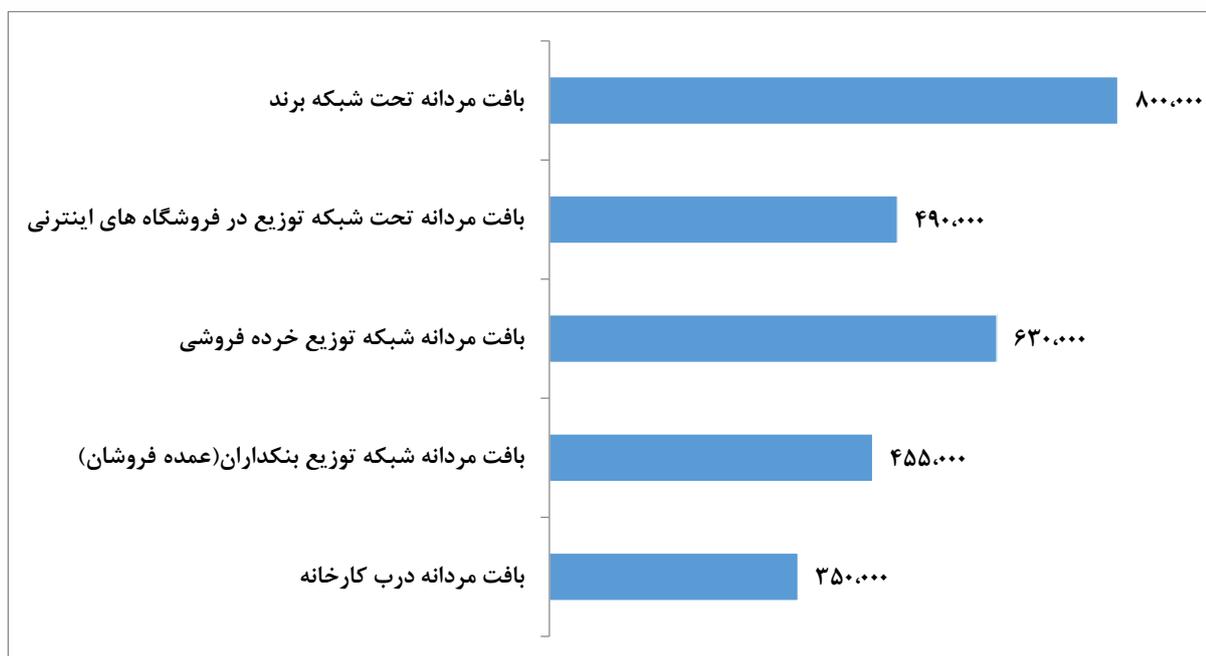
در نمودار ۴ وضعیت عملکرد صنایع پوشاک کشور بر حسب درجه رسمی بودن فعالیت ها در بازار برحسب مجموع سهم مجوز توزیع ارائه شده است.



ماخذ: دفتر منسوجات و پوشاک

نمودار ۵- درجه تمرکز رقابت در بازار صنایع پوشاک

طبق نمودار، در حلقه‌های توزیع صنایع پوشاک ایران تعداد زیادی از بنگاه‌ها فعال هستند و در ظاهر بازار در وضعیت رقابتی قرار دارند. که از این تعداد حدود ۷۵ درصد از سهم توزیع پوشاک در بازار متعلق به واحدهای نیمه سازمان یافته انفرادی می باشد و ۱۵ درصد نیز به واحدهای غیر سازمان یافته انفرادی زیر پله ای و بدون مجوز می باشد. لذا بخش عمده ای از توزیع به صورت انفرادی و نیمه سازمان یافته و عدم توسعه فروشگاه های تخصصی عرضه پوشاک می باشد.



ماخذ: دفتر منسوجات و پوشاک

نمودار ۶- مقایسه قیمتی شبکه های توزیع مختلف از درب کارخانه تا خرده فروشی و تحت برند (تومان)

همانگونه که اشاره گردید بخش عمده ای از توزیع پوشاک به صورت انفرادی و نیمه سازمان یافته در بازار صورت میگیرد. در این میان عدم توجه به توسعه فروشگاه های تخصصی عرضه پوشاک که می تواند مانعی بر سر راه افزایش قیمت تمام شده برای مصرف کننده باشد، محسوس است. با توجه به توضیحات فوق ظاهراً توسعه این نوع فروشگاه ها و شبکه های عرضه مستقیم از درب کارخانه و همچنین کاهش هزینه های مربوط به اجاره مغازه های خرده فروشی می تواند منجر به کاهش چشمگیر قیمت مصرف کننده شود.

۶-۳-۲. ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک از منظر الگوی پراکنش جغرافیایی

به لحاظ پراکنش جغرافیایی، تمرکز واحدهای صنایع نساجی و پوشاک به طور عمده در دو استان مرکزی اصفهان و یزد است. این دو استان به لحاظ تعدادی، ۴۲ درصد کل صنایع نساجی و پوشاک کشور را به خود اختصاص می دهند، حال آنکه برحسب اشتغال و سرمایه اختصاص یافته، سهم این دو استان به ترتیب ۳۱ و ۲۸ درصد است که حاکی از کثرت واحدهای کوچک مقیاس در این استانها دارد. ضمناً، سه مناطق آزاد و ویژه اقتصادی در این زمینه بسیار کوچک و کمتر از ۵ درصد در رابطه با هر سه متغیر برشمرد می باشد.

به لحاظ الگوی پراکنش واحدهای پوشاک، بیشترین تمرکز واحدها مربوط به استان تهران و سپس مناطق آزاد و ویژه اقتصادی است؛ به نحوی که، بالغ بر ۲۹ درصد از تعداد واحدها در این مناطق قرار دارد. ضمناً همین تعداد از واحدها سهمی معادل ۵۳ و ۴۴ درصد از به ترتیب سرمایه اختصاص یافته و اشتغال را به خود اختصاص می دهند. این امر مبین سهم بالای بنگاه های بزرگ مقیاس در این واحدها می باشد.

با این توصیف، مشخص می‌شود تناسبی میان استقرار واحدهای نساجی و پوشاک وجود ندارد. آثار ناشی از پراکنش جغرافیایی نامتوازن صنایع نساجی و پوشاک کشور را می‌توان در افزایش هزینه تمام شده صنایع نساجی و پوشاک و کاهش رقابت‌پذیری صادراتی این صنایع در بازارهای جهانی یافت.

۲-۴. تراز ارزی صنایع نساجی و پوشاک کشور

۲-۴-۱. صادرات صنایع نساجی و پوشاک

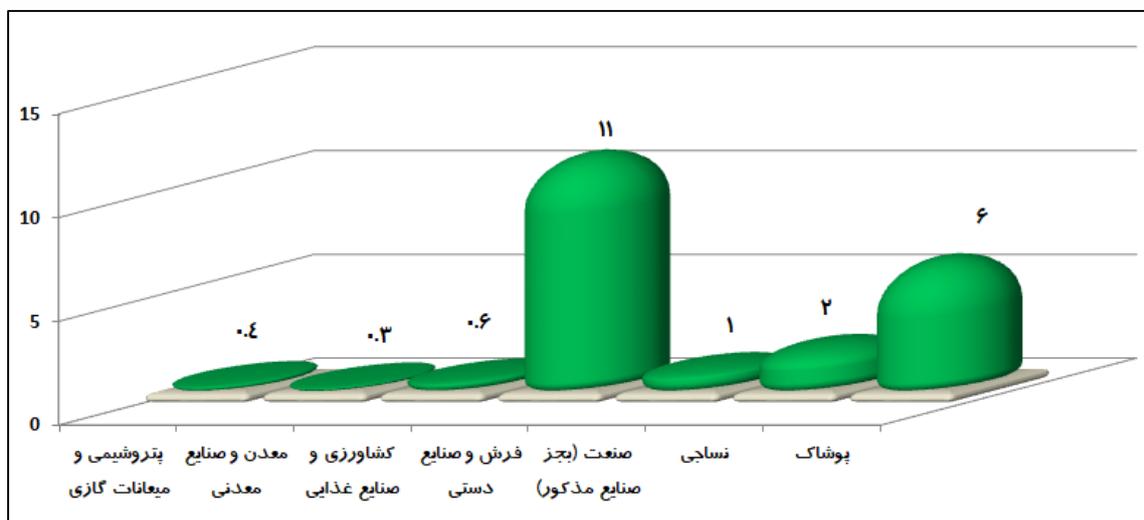
در سال‌های ۱۴۰۰-۱۳۹۵ به لحاظ ترکیب ارزشی محصولات صادراتی در این صنایع نیز موارد به صورت جدول ۸ قرار دارد.

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

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

به لحاظ درآمدهای ارزی نیز صنعت نساجی و پوشاک ایران به ویژه طی سال‌های اخیر اگرچه به لحاظ رقم کل یک صنعت ضعیف صادراتی محسوب می‌شود، اما به لحاظ ظرفیتهای بالقوه ارزی (که از محاسبه ارزش هر کیلوگرم به دلار محصول صادراتی به دست می‌آید)، صنعت مهمی است. در نمودار ۵ مقایسه‌ای از ارزش هر کیلوگرم به دلار کالای صادراتی این صنعت با سایر صنایع صورت گرفته است.



ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

نمودار ۷. مقایسه تطبیقی ارزش واحد هر کیلوگرم کالای صادراتی در صنایع نساجی و پوشاک با سایر صنایع

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.

۲-۴-۲. واردات صنایع نساجی و پوشاک

در بخش «وارداتی» باید عنوان داشت که صنعت نساجی و پوشاک 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 (جدول ۹ و ۱۰).

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: گمرک جمهوری اسلامی (۱۴۰۰)

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

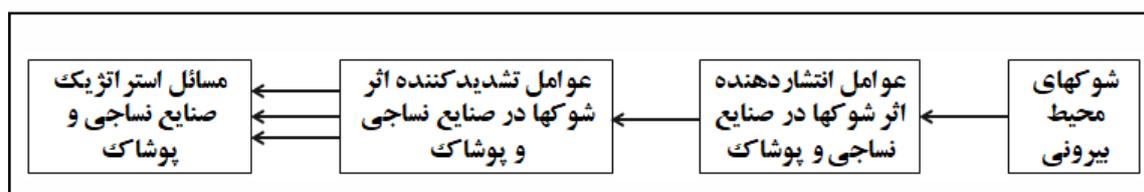
سال	واحد	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰
الیاف	هزارتن	۲۵۵	۲۵۸	۲۲۴	۲۷۵	۲۴۰	۲۲۰
نخ	هزارتن	۱۶۳	۱۶۵	۹۸	۱۷۸	۱۰۶	۱۱۶
پارچه	هزارتن	۴۷	۵۴	۲۲	۳۶	۷۳	۱۴۶
پوشاک	هزارتن	۶	۴	۰٫۸	۰٫۰۴	۰٫۱	۰٫۱

ماخذ: گمرک جمهوری اسلامی (۱۴۰۰)

به این ترتیب، با توجه به 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 صورت ساختاری مبدل شود.

۳- مسائل

مسائل اصلی صنایع نساجی و پوشاک در ایران متعدد هستند و برخی از آنها زمینه‌ساز مسائل دیگر در این صنعت می‌باشد. لذا 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 نشأت گرفته از موضوعات تحت کنترل بنگاه‌ها است و برخی دیگر نتیجه تکان‌های 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:



نمودار ۸. نظام طبقه‌بندی مسائل استراتژیک صنایع نساجی و پوشاک و عوامل موثر بر آن

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 هر کدام پرداخته شده است.

۲-۱. 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 سلايق مشتریان. بخش عمده توليدات صنایع نساجی و پوشاک در قالب محصولات خانگی نساجی و پوشاک می‌باشد که به شدت وابسته به طراحی و نوع مواد بکار رفته در آن می‌باشد. این در حالی است که به واسطه ضعف بکارگیری ظرفیت‌های طراحی و توسعه در این صنعت و بسیاری دیگر از عوامل، در حال 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.

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 به‌لحاظ 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.

به‌لحاظ علت‌یابی، اگرچه در بسیاری موارد ریشه مسائل برشمرده در تشدید تحریم‌های بین‌المللی و نوسانات محیط کلان اقتصادی (به عنوان تکانه‌های بیرونی) ردیابی می‌گردد، اما برخی دیگر از عوامل نیز وجود داشته است که در نتیجه آن اثر تکانه‌های برشمرده بر این صنعت، به نحو شدیدتری نمود یافته است. در ادامه به تبیین هر یک از این عوامل پرداخته شده است.

۲-۳. 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
- افزایش هزینه‌های مبادلاتی تجارت خارجی

در نتیجه موارد برشمرده در این بخش، از یک سو 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.

ب) «عوامل انتشاردهنده اثر نوسانات 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
- بدتر شدن مولفه‌های کسب‌وکاری و افزایش هزینه‌های مبادلاتی در تجارت خارجی

در نتیجه موارد برشمرده، تابع عرضه محصولات نساجی و پوشاک در کشور به لحاظ قیمتی کم‌کشش‌تر می‌شود. به‌عبارتی، هر قدر قیمت افزایش یابد قدرت عمل تولیدکنندگان برای افزایش متناسب تولید کمتر می‌شود.

۲-۲. عوامل تشدیدکننده اثر تکانه‌های بیرونی

این عوامل به‌عنوان مشکلات زمینه‌ای حاکم بر صنایع نساجی و پوشاک مورد توجه قرار گرفته و در طول زمان شکل گرفته‌اند. مهمترین این مشکلات به شرح جدول ۶ می‌باشد:

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

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

ماخذ: پژوهش حاضر

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.

۳- مقاصد

با توجه به مزیت‌های منابع طبیعی و ظرفیت‌های بازار (داخلی و منطقه‌ای) اقتصاد و در مسیر تحقق آرمان‌های سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و با اتکا به برنامه‌ریزی عملیاتی صورت گرفته، صنایع نساجی و پوشاک در سال ۱۴۰۴ صنعتی با ویژگی‌های زیر خواهد بود:

- رقابت‌پذیر و بهره‌مند از صرفه‌های مقیاس از طریق گسترش همکاری‌های بین‌بنگاهی در طول زنجیره ارزش
 - تامین‌کننده نیاز کشور با تولید انواع محصولات نساجی و پوشاک با کیفیت و قیمت مناسب
 - تولیدکننده بزرگ قطعات نساجی و پوشاک در منطقه
 - برخوردار از سهم بالا از بازار کشورهای منطقه از طریق صادرات قطعات و مجموعه‌های نساجی و پوشاک تحت برندهای قوی
 - تولیدکننده محصولات هوشمند با استفاده از فناوری‌های نوین.
- مقاصد این صنعت که اهداف ترسیم شده در چشم‌انداز را به صورت کمی بیان می‌کنند، در جدول ۷ ارایه و برخی متغیرهای مهم کمی برای تحقق مقاصد صنعت نیز ارائه شده است. مقادیر متغیرها در سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ برای مقایسه تغییرات درج شده است.

جدول ۱۲- مقاصد کلان اقتصاد در صنایع نساجی و پوشاک در چشم‌انداز ۱۴۰۴

صنایع نساجی و پوشاک					
۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	۱۴۰۰	
۴۹۰	۴۵۰	۴۲۰	۴۰۰	۳۹۰	پوشاک
۵۸۰	۵۳۰	۵۰۰	۴۷۰	۴۶۵	پارچه *
۳۳۰	۳۲۰	۳۰۰	۲۹۰	۲۷۵	نخ (سیستم پنبه ای و الیاف کوتاه)
۳۷۰	۳۴۰	۳۲۰	۳۰۰	۲۸۴	نخ فیلامنتی
* ۷۰ درصد پارچه تولیدی برای صنعت پوشاک استفاده می‌شود.					
۶۰۰	۳۰۰	۱۵۴	۱۴۰	۱۳۳	پوشاک (با تحریم)
۱۰۰۰	۵۰۰	۲۰۰	۱۵۰	۱۳۳	پوشاک (بدون تحریم)
۳۰۰	۳۰۰	۱۵۰	۱۵۰	۰	پوشاک
۵۹۵	۵۶۰	۱۴۰	۳۵	۰	پارچه
۴۸	۴۰	۴۰	۴۰	۰	نخ

حجم تولید (هزار تن)

صرفه جویی ارزی (میلیون دلار)

به تناظر هدفگذاری کمی مندرج در جدول ۱۲، مجموعه موارد زیر مورد نظر قرار گرفته است:

- تداوم سیاست هدایت توسعه در شرکت‌های بزرگ با هدف اولویت‌بندی در سرمایه‌گذاری و جهت‌دهی مشخص استراتژی آنها
- حرکت در راستای طرح‌های اقتصادی پیش رو به ویژه: ۱- افزایش سهم تولید نساجی و پوشاک و ۲- توسعه صادرات
- برنامه‌ریزی جهت افزایش تقاضای داخلی (۲۳ میلیون تن در افق ۱۴۰۴) که لازم است به صنایع پایین دست تقاضاکننده فولاد و محصولات نساجی و پوشاک توجه ویژه‌ای گردد.
- نوسازی تجهیزات فرسوده

- ارتقای همزمان کیفیت محصولات نساجی و پوشاک از منظر: ۱- مصارف انرژی ۲- مشخصه‌های محصولی و کیفیت محصولات، ۳- برندسازی جهانی.

به منظور تعیین متغیرهای مهم برای تحقق مقاصد هدفگذاری شده در صنایع نساجی و پوشاک، باید به زنجیره پیشین این صنعت پرداخته شود. مهمترین حلقه‌های زنجیره پیشین این صنعت عبارتند از: مواد معدنی، آب، حامل‌های انرژی و زیرساخت‌های لجستیکی (ریلی). با عنایت به توضیحات برشمرده، مهمترین متغیرهای مهم برای تحقق مقاصد هدفگذاری شده صنایع نساجی و پوشاک به شرح مندرج در جداول ۱۳ الی ۱۵ می‌باشد.

جدول ۱۳. میزان مواد اولیه پتروشیمی مورد نیاز برای تحقق مقاصد صنایع نساجی و پوشاک در افق ۱۴۰۴ (واحد: هزار تن)

سال	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲	۱۴۰۳	۱۴۰۴
چپس پلی اتیلن	۳۰۰	۳۱۵	۳۳۰	۳۵۵	۳۷۵
ترفتالات نساجی					
پنبه	۱۵۰	۱۶۰	۱۷۰	۱۸۵	۲۱۰

• صرفاً برای مصرف زنجیره نخ سیستم ریسندگی الیاف کوتاه و فیلامنت

ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

جدول ۱۴. میزان منابع ارزی و ریالی مورد نیاز برای تحقق مقاصد صنایع نساجی و پوشاک در افق ۱۴۰۴

شرح/سال	واحد سنجش	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲	۱۴۰۳	۱۴۰۴	مجموع
پوشاک (ایجاد)	ارزی (میلیون دلار)	۴۰	۴۰	۴۰	۵۵	۷۵	۲۴۰
	ریالی (میلیارد ریال)	۳۰۰۰	۳۰۰۰	۳۰۰۰	۴۵۰۰	۶۰۰۰	۱۹۵۰۰
پوشاک (بازسازی و نوسازی)	ارزی (میلیون دلار)	۳۰	۳۵	۴۰	۴۰	۴۲	۱۸۷
	ریالی (میلیارد ریال)	۹۰۰	۱۰۰۰	۱۰۵۰	۱۱۰۰	۱۲۰۰	۵۲۵۰
بافتندگی (ایجاد)	ارزی (میلیون دلار)	-	-	۲۳۰	۲۴۰	۲۵۰	۷۲۰
	ریالی (میلیارد ریال)	-	-	۷۰۰۰	۱۳۰۰۰	۱۵۰۰۰	۳۵۰۰۰
بافتندگی (بازسازی و نوسازی)	ارزی (میلیون دلار)	-	-	۲۵۰	۳۰۰	۳۵۰	۹۰۰
	ریالی (میلیارد ریال)	-	-	۲۰۰۰	۴۱۰۰	۵۰۲۰	۱۱۱۲۰
رنگرزی، چاپ و تکمیل (ایجاد)	ارزی (میلیون دلار)	-	-	۵۰	۵۰	۵۰	۱۵۰
	ریالی (میلیارد ریال)	-	-	۶۰۰۰	۶۵۰۰	۷۵۰۰	۳۱۱۲۰
رنگرزی، چاپ و تکمیل (بازسازی و نوسازی)	ارزی (میلیون دلار)	-	-	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۶۰۰
	ریالی (میلیارد ریال)	-	-	۷۰۰	۱۳۰۰	۱۵۰۰	۳۵۰۰
نخ سیستم پنبه ای (ایجاد)	ارزی (میلیون دلار)	۱۵	۱۵	۲۰	۲۵	۳۲	۱۰۷
	ریالی (میلیارد ریال)	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۲۴۰۰	۳۰۰۰	۳۸۴۰	۱۱۶۴۰
نخ سیستم پنبه ای (بازسازی و نوسازی)	ارزی (میلیون دلار)	۱۰	۱۰	۱۵	۱۵	۱۶	۶۶
	ریالی (میلیارد ریال)	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۳۰۰	۵۷۰۰
نخ فیلامنت (ایجاد)	ارزی (میلیون دلار)	۸	۱۲	۱۶	۲۰	۲۴	۸۰
	ریالی (میلیارد ریال)	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۱۴۰۰	۱۴۰۰	۱۶۰۰	۶۸۰۰
نخ فیلامنت (بازسازی و نوسازی)	ارزی (میلیون دلار)	۶	۸	۱۰	۱۲	۱۴	۵۰
	ریالی (میلیارد ریال)	۷۰۰	۸۰۰	۱۰۰۰	۱۲۰۰	۱۳۰۰	۵۰۰۰

جدول ۱۵. میزان سرمایه در گردش مورد نیاز برای تحقق مقاصد صنایع نساجی و پوشاک در افق ۱۴۰۴

سرمایه در گردش مورد نیاز (میلیارد ریال)	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲	۱۴۰۳	۱۴۰۴
پوشاک	۱۳۷۳۵	۱۴۰۸۷	۱۴۷۹۲	۱۵۸۴۸	۱۷۲۵۱
پارچه	۷۷۹۸	۷۸۷۸	۸۲۰۰	۹۴۸۶	۱۰۸۵۲
نخ	۲۸۲۵	۲۹۴۰	۳۰۵۵	۳۱۷۰	۳۳۰۷

۴- راهبردها

با توجه به مجموعه چالش‌های ترسیم شده در بخش مسائل، راهبردهای صنعت نساجی و پوشاک را می‌توان در ۶ محور به شرح جدول ۱۶ طبقه‌بندی نمود.

جدول ۱۶. مجموعه راهبردهای صنعت نساجی و پوشاک

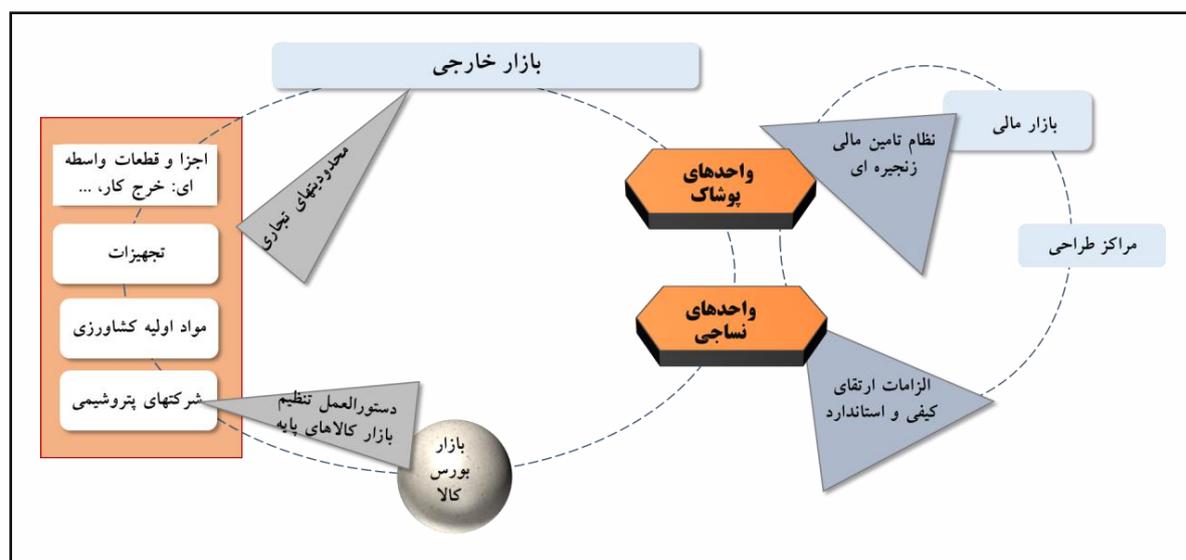
راهبردها	توضیحات
ساماندهی، تکمیل و توسعه زنجیره تامین صنایع نساجی و پوشاک با حداکثر بهره‌مندی از محتوای داخلی	پیگیری این راهبرد در راستای تحقق برنامه‌های کاهش قیمت محصولات نساجی و پوشاک و تضمین جریان مستمر عرضه محصولات این صنعت ضرورت دارد. چراکه اولین تاثیر قیمت‌های جهانی و ارز در زنجیره تامین و عرضه آن دسته صنعتی 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
تعمیق و توسعه زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک برحسب مولفه‌های کیفی و فرایندی	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.
بازمهندسی ساختار صنایع نساجی و پوشاک برحسب ملاحظات مقیاس	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 مورد 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
تحریک و توسعه تقاضا برای تولیدات داخلی صنایع نساجی و پوشاک	با پیگیری این راهبرد سمت تقاضای محصولات نساجی و پوشاک، تحت مدیریت و انتظام‌بخشی در می‌آید. 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
افزایش تنوع در ترکیب سبد صادراتی و مقاصد صادراتی	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
ارتقای توانمندی‌های فناورانه و نیروی انسانی در واحدها	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 بر اساس 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.

۵- 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 ۱۰. زیست‌بوم صنایع نساجی و پوشاک در ایران با لحاظ اولویت‌های سیاست‌گذاری

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 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 نهادهای و ابزارهای مندرج در نمودار ۸)، به شرح جدول ۱۲ می‌باشد:

جدول ۱۲. راهبردها و سازوکارهای اجرایی توسعه صنایع نساجی و پوشاک در ایران

سازوکارهای اجرایی	راهبرد
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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)؟؟ ▪ 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 ▪ 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 ▪ ایجاد بسترهای مورد نیاز جهت بهره‌گیری بنگاه‌های فعال در صنعت نساجی از ابزارهای تامین مالی زنجیره‌ای و ابزارهای نوین موجود در بازار سرمایه 	<p>ساماندهی، تکمیل و توسعه زنجیره تامین صنایع نساجی و پوشاک با حداکثر بهره‌مندی از محتوای داخلی</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ توسعه فروش آنلاین تحت برند ▪ حمایت از توسعه و فعالیت نام‌های تجاری در زنجیره ارزش نساجی و پوشاک ▪ بروزرسانی و ارتقای سیستم‌های طراحی پوشاک و نساجی و استانداردسازی تحقیقات اندامی و سایزبندی بهره‌گیری از شرکتهای دانش‌بنیان و نوآور (استارت‌آپها) برای داخلی‌سازی نرم‌افزارهای تخصصی تامین، طراحی و مد در زنجیره پوشاک و نساجی ▪ ایجاد پنجره واحد طراحی و تولید نساجی و پوشاک با مشارکت وزرات صمت، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، انجمن‌ها و اتحادیه‌های تولید و صادرات پوشاک با هدف تسریع فرآیند مجوزدهی ▪ تقویت زنجیره ارزش بنگاه‌ها با استفاده از مواد پیشرفته و ارگانیک در تولید ▪ مکانیزاسیون فرآیند تولید با بکارگیری ERP با چاپ سه بعدی و پرو مجازی ▪ حمایت از تقویت و راه‌اندازی تحقیق و توسعه در راستای تقویت توان طراحی و توسعه محصول در واحدهای کوچک و متوسط ▪ مشارکت با شرکتهای خارجی طراحی و توسعه محصول و استفاده از ظرفیت این شرکتهای برای طراحی و تولید محصولات جدید 	<p>تعمیق و توسعه زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک بر حسب مولفه های کیفی و فرایندی</p>

- ساماندهی و ایجاد رویه‌های نظارت بر توزیع و فروش کالاهای ذریبط توسط سازمانهای مربوطه
- حمایت از توسعه بازار کسب‌وکار مدرن از طریق ایجاد فروشگاه‌های تخصصی بزرگ و تقویت شبکه‌های فروش زنجیره‌ای و بورس فروش نساجی و پوشاک
- ساماندهی، طراحی و توسعه خوشه‌های صنفی و صنعتی تخصصی در زنجیره نساجی و پوشاک
- ساماندهی و شبکه‌سازی کارگاه‌های خانگی، جزء و کوچک با تولیدکنندگان بزرگ و برندهای معتبر فعال در زنجیره ارزش
- حمایت از افزایش دسترسی واحدها به پلتفرم‌های نوین مدیریت زنجیره تامین (جهت شناسایی نیاز، تولید و توزیع مواد اولیه)
- 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
- تجمیع جغرافیایی شرکتهای فعال در زنجیره ارزش صنعت با هدف تقویت همکاریهای افقی و عمودی در قالب شهرکهای صنعتی نساجی و پوشاک
- تشویق ادغام عمودی میان تولیدکنندگان محصولات نساجی و پوشاک و در اولویت قرار دادن این بنگاه‌ها جهت دریافت حمایت‌های دولتی
- حمایت از ادغام و هم‌افزایی واحدهای صنفی کوچک مقیاس جهت رسیدن به مقیاس اقتصادی تولید
- حمایت از توسعه مدل‌های کسب و کار مبتنی بر تولید جمعی (تولید تحت برند صنف برای صنعت) و بنگاههای صنفی
- بازطراحی نهاد تنظیم‌گری و مدیریتی صنایع نساجی و پوشاک
- توانمندسازی و احیای واحدهای نیمه‌فعال با هدایت آنها به سمت تولید محصولات دارای کمبود، با فناوری بالا و دارای توجیه فنی و اقتصادی
- توسعه فرآیندهای 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

- حمایت و تسهیل برگزاری جشنواره‌های ملی نساجی و پوشاک بومی در هر فصل
- ممنوعیت خرید هرگونه منسوجات و پوشاک خارجی توسط دولت به طوری که ۱۰۰ درصد محصول خریداری شده می‌بایست ساخت داخل باشد.
- فرهنگ‌سازی و بازآفرینی هویت ایرانی اسلامی در طراحی و تولید پوشاک با تاکید بر پوشاک محلی و قومیتی
- تحریک تقاضای داخلی از طریق توسعه سازوکارهای تامین مالی صنایع نساجی و پوشاک با تاکید بر نظام زنجیره‌ای و کارت خرید اعتباری

- حمایت از برگزاری رویدادها (هفته‌های مد) و نمایشگاه‌های تخصصی داخلی و بین‌المللی
- ایجاد کنسرسیوم صادراتی و حمایت از توسعه شرکتهای خدمات مدیریت صادرات و بازاریابی
- حمایت از ایجاد و توسعه سکویهای دائمی فروش در کشورهای همسایه (مرکز تجارت بین‌الملل)
- 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
- توسعه نشان‌های تجاری قوی در سطوح بین‌المللی و حرکت به سمت کاهش تولید با برندهای خارجی

بازمهندسی ساختار
صنایع نساجی و
پوشاک برحسب
ملاحظات مقیاس

تحریک و توسعه
تقاضا برای
تولیدات داخلی
صنایع نساجی و
پوشاک

افزایش تنوع در
ترکیب سبد
صادراتی و مقاصد
صادراتی

- 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 زیست بوم نوآوری طبق مفهوم C&D
- تقویت نقش دانشگاه‌های جهت خلق ایده‌های نوآورانه و انتقال دانش و فناوری به حوزه صنعت نساجی و پوشاک
- اطمینان بخشی از توسعه سیاست‌های صنعتی مبتنی بر توسعه پایدار سبز به منظور حفاظت از محیط زیست از طریق استفاده از سیاست‌های نوآوری صرفه جویانه در بنگاهها با توجه به محدودیت منابع و هدف گیری مصرف-کنندگان با درآمد پائین
- حمایت از بروزرسانی تجهیزات و خطوط تولیدی و تحقیقاتی در جهت احیاء و ارتقای ظرفیت‌های موجود از طریق ابزارهای تامین مالی
- حمایت از فراگیری، بکارگیری و پیاده‌سازی هوش مصنوعی و اینترنت اشیا در فرآیندهای تولیدی در قالب شبکه یکپارچه جهت کم کردن هزینه، کاهش فرآیند و زمان تولید و تسریع در عرضه محصول به بازار هدف
- حمایت از افزایش و ارتقای ظرفیتهای فناورانه و تولیدی بنگاه ها در طول زنجیره ارزش از طریق «ایجاد و راه اندازی شبکه های تولیدی محلی، منطقه ای و شبکه های خلق دانش» و همچنین "سرمایه‌گذاری در مهارت‌های فنی و فناورانه جهت افزایش ظرفیت انتقال فناوری و مهندسی معکوس در بستر زیست بوم نوآوری باز
- توسعه و ساماندهی نظام جامع مالکیت فکری (در صنعتی) در انتقال فناوری
- برنامه ریزی برای توسعه همکاری با شرکتهای تولیدکننده بزرگ جهانی دارای شبکه گسترده مراکز طراحی، تولید و فروش جهانی

ارتقای توانمندی‌های
فناورانه و نیروی
انسانی در واحدها

۶- نقشه راه

با توجه به مجموعه اقدامات و سیاست های اجرایی تبیین شده برای توسعه صنعت نساجی و پوشاک، ۱۶ پروژه بهبود برای نیل به اهداف استراتژیک و راهبردهای مطرح شده در این برنامه به شرح جدول زیر تعریف می شود.

جدول ۱۸. پروژه های بهبود در راستای تسهیل اجرای سیاست ها و اقدامات اجرایی برای صنعت نساجی و پوشاک

ردیف	نام پروژه
۱	تدوین مدل تجاری پوشاک اقتصادی
۲	تدوین برنامه تربیت سرمایه انسانی جهت ارتقاء تولید دانش بنیان
۳	ایجاد، توسعه و تکمیل ظرفیت های زنجیره ارزش
۴	بازسازی و نوسازی صنایع منسوجات و پوشاک
۵	تدوین برنامه دستیابی به اهداف صادراتی
۶	راهبری حداقل یک فناوری پیشران در حوزه نساجی و پوشاک
۷	تحریک تقاضای کالاهای نهایی با رویکرد زنجیره ای
۸	تدوین و ابلاغ ضوابط استاندارد برچسب انطباق مشخصات کالا

۷- الزامات

برای دستیابی به مقاصد تعیین شده علاوه بر اصلاح ساختارها، باید الزاماتی (کارکردها و خط مشی هایی) در سایر بخش ها نیز فراهم باشند که عبارتند از:

- ا. اقتصادی: مبارزه جدی با قاچاق
- ب. فرهنگی: ترویج فرهنگ هم رقابتی (همکاری میان رقبا)
- ت. جامعه جهانی: گسترش روابط دوجانبه و چند جانبه با طیف وسیعی از کشورها، به ویژه کشورهای همسو و همسایه
- ث. همکاری و همیاری کامل بخش خصوص
- ج. تأمین کامل منابع مالی ارزی و ریالی مورد نیاز برای ایجاد ظرفیت و بازسازی و نوسازی واحدها
- ح. همکاری واحدهای پالایشگاهی و پتروشیمی به منظور تأمین به موقع و کافی مواد اولیه مورد نیاز
- خ. الزام وزارت علوم تحقیقات و فناوری با هدف تربیت نیروی متخصص و تحصیل کرده مورد نیاز صنعت

هر چند رفع تحریم ها برای رفع موانع، تسریع در اجرای برنامه ها و تحقق اهداف مناسب است، اما رفع آن برای اجرای برنامه های اقتصادی طراحی شده، الزامی نیست. سازوکارها و پروژه ها با فرض بقای تحریم ها طراحی شده و با اجرای این پروژه ها، تحریم های ظالمانه خنثی خواهند شد. البته اگر تحریم ها رفع شوند، در برخی موارد (مانند افزایش فرصت برای بازاریابی، مشارکت در زنجیره های بین المللی، انتقال پول و لجستیک) هزینه های کمتری به این بخش وارد می شود.

۸- ویژگی ها

برنامه «زنجیره صنایع نساجی و پوشاک» جامع بوده و بر مبنای نظری کامل و دقیقی استوار است؛ سازوکارهای پیش بینی شده «یکپارچه، اثربخش، کارا، تاب آور، بازدارنده و کاربرپذیر» طراحی شده اند. در برنامه عملیاتی، استقرار سازوکارها نیز با رویکرد بازگشت پذیری لحاظ شده است. مصادیق این ویژگی ها عبارتند از:

الف. چارچوب‌های نظری و تجربی پشتیبان

در تدوین برنامه از الگوهای رقابت‌پذیری، زنجیره ارزش و تدوین برنامه استراتژیک بهره‌گیری شده است؛ در نتیجه امکان ایجاد زبان و فهم مشترک و اجماع را فراهم کرده و ظرفیت اشتراک و انباشت دانش را دارد.

ب. جامعیت

- همه فعالیت‌های پیش‌نیاز مانند تامین منابع ارزی و مواد اولیه فلزی و شیمیایی پیش‌بینی شده‌اند.
- علاوه بر ارایه راه‌حل جامع و پوشش همه مسائل، محاسبات متغیرها (مقاصد و شاخص‌ها)، طراحی برنامه‌های عملیاتی و تدوین قوانین و مقررات نیز انجام شده است.

ج. یکپارچگی؛ هماهنگی و پیوستگی درونی و محیطی

- تشدید فضای رقابتی از طریق گسترش شفافیت و اعمال نظارت‌های خودکنترلی در کنار تشویق تولید در مقیاس و افزایش تمرکز در رقابت به نحو توانمند پیش‌بینی شده است.
- با افزایش الزامات ناظر بر ساخت داخل که همزمان از طریق هدفگذاری‌های صادراتی پیگیری می‌گردد، تراز ارزی این صنعت نیز بهبود خواهد یافت.

د. اثربخشی؛ همسویی و دستیابی به انتظارات و الزامات

انتظار می‌رود با اجرایی شدن برنامه‌های تولید در مقیاس، تامین مالی زنجیره‌ای و افزایش محتوای داخلی در زنجیره، ضمن کاهش هزینه تمام شده، به تدریج و با شکل‌گیری اکوسیستم‌های نوآوری و هوشمندسازی، بهبود کیفی در محصولات نیز مشهود گردد.

ه. تاب‌آوری: توانایی حفظ کارکردها پس از تکانه‌های بیرونی

- با کاهش وابستگی وارداتی در زنجیره و در عین حال تامین اهداف توسعه صادرات در این صنعت (ذیل چتر برندهای قدرتمند) ضمن کاهش هزینه تمام شده، میزان تاب‌آوری در زنجیره نیز ارتقاء یابد.
- با افزایش تولید و افزایش عمق ساخت داخل در قطعه‌سازی، رابطه خریدهای خارجی با تولید صنایع نساجی و پوشاک به حداقل رسیده که تحت تاثیر شوک‌های بیرونی مانند نوسانات درآمدهای نفتی و تحریم‌های بین‌المللی قرار نمی‌گیرند.

و. بازگشت‌پذیری: امکان بازگشت به وضعیت قبلی در صورت عدم موفقیت تغییرات