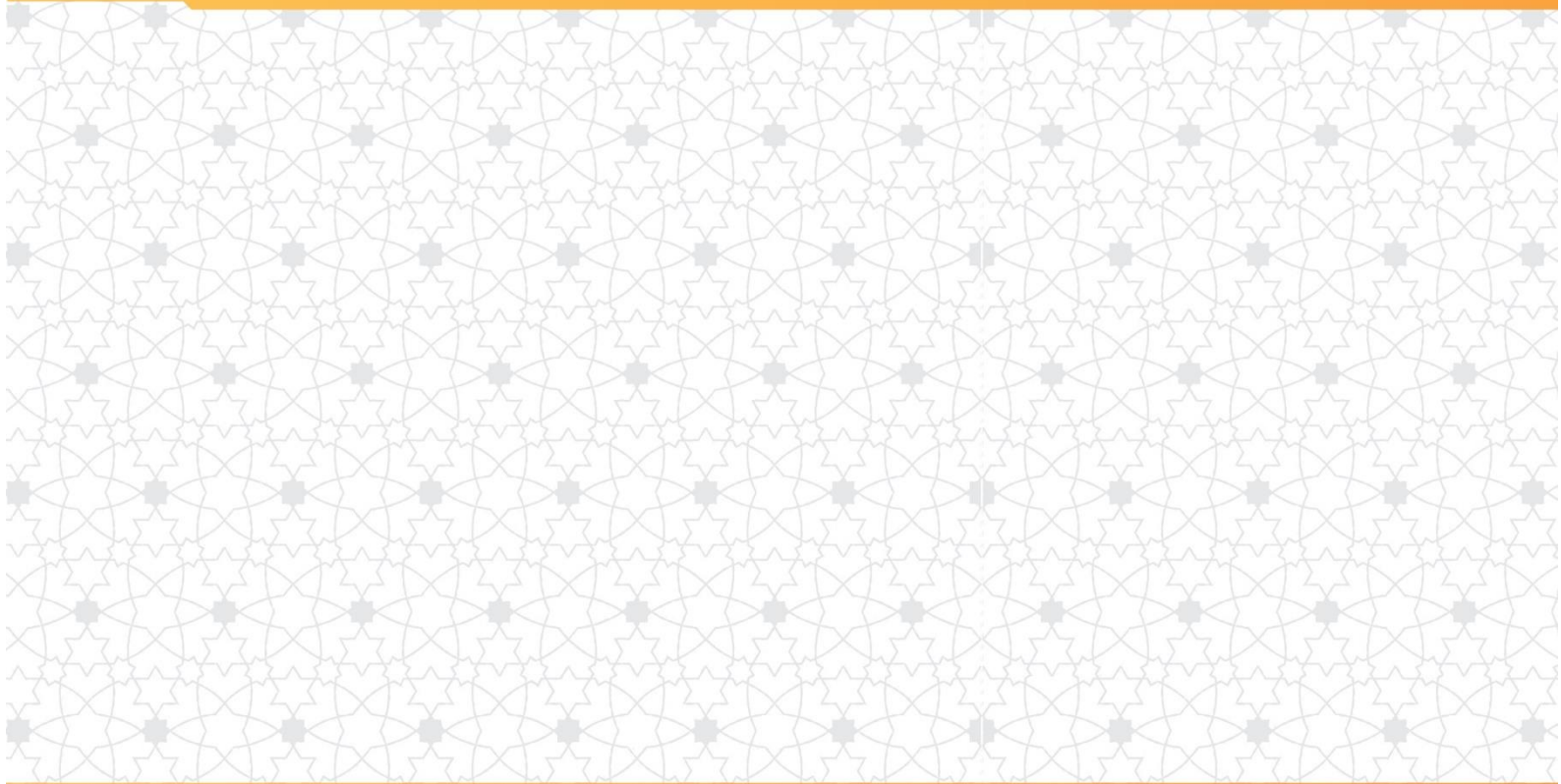




**بررسی عملکرد صنایع نساجی و پوشاک و ارائه  
راهبردهای تقویت آن در برنامه هفتم توسعه**





مرکز پژوهش‌ها  
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۹۱۹۴

کد موضوعی: ۳۱۰

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: بررسی عملکرد صنایع نساجی و پوشاک و ارائه راهبردهای تقویت آن در برنامه هفتم توسعه

نام دفتر: مطالعات انرژی، صنعت و معدن (گروه صنعت)

مدیر مطالعه: سعید شجاعی

تهیه و تدوین کنندگان: افسانه شفیعی (مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی)، فاطمه

میرجلیلی، سعید شجاعی، مجید جلیلی

همکاران: حسین رجب‌پور، قدسیه بخشی

اظهار نظر کنندگان: فرشاد مؤمنی، رضا بختیاری‌نژاد

ناظران علمی: علی جدی (رئیس کمیته صنعت نساجی کمیسیون صنایع و معادن)، حبیب‌اله ظفریان

صفحه‌آرا: نفیسه حاجی‌صفری

ویراستار ادبی: شیوا امین اسکندری

واژه‌های کلیدی:

۱. صنعت نساجی

۲. برنامه هفتم

۳. آسیب شناسی



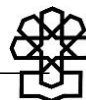
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۵/۱۶

به نام خدا

### فهرست مطالب

۱	چکیده
۱	خلاصه مدیریتی
۴	مقدمه
۵	۱. وضعیت موجود صنایع نساجی و پوشاک
۱۷	۲. آسیب‌شناسی صنعت نساجی و پوشاک
۲۸	۳. سیاست‌های توسعه صنعت نساجی و پوشاک
۳۱	جمع‌بندی و پیشنهادات
۳۵	منابع و مآخذ





## بررسی عملکرد صنایع نساجی و پوشاک و ارائه راهبردهای تقویت آن در برنامه هفتم توسعه

### چکیده

هدف گزارش آسیب‌شناسی صنایع نساجی و پوشاک و ارائه راهبردهای بهبود و ارتقای این صنعت در بستر برنامه هفتم توسعه است. به‌رغم مزیت‌های صنعت نساجی و پوشاک، سهم ارزش‌افزوده این صنعت از کل ارزش‌افزوده صنعتی از ۲۵/۵ درصد به کمتر از ۵ درصد طی سه دهه گذشته کاهش یافته است. بررسی نتایج این گزارش نشان می‌دهد چالش‌های صنایع نساجی و پوشاک کشور را می‌توان در سه سطح طبقه‌بندی کرد. سطح اول؛ شامل چالش‌های موجود در محیط داخلی بنگاه از جمله بهره‌وری پایین، سطح دوم؛ مسائل مربوط به محیط خارجی نزدیک شامل مشکلات مربوط به زنجیره تأمین و ساختار بازار و در نهایت سطح سوم؛ شامل مسائل ناشی از محیط خارجی دور از جمله مشکلات مربوط به قواعد تجاری و عدم هماهنگی دستگاه‌های مجری اثرگذار در طول زنجیره ارزش صنعت است.

چالش‌های کلیدی حاکم بر صنایع نساجی و پوشاک، تبعاتی از جمله هزینه تمام‌شده بالای محصولات تولیدی، کاهش توان ارزآوری، ناپایداری فعالیت واحدهای تولیدی، کاهش توان خلق ارزش‌افزوده و ضعف رقابت‌پذیری کیفی محصولات نساجی و پوشاک کشور را به‌همراه دارد. از این‌رو به‌منظور تقویت جایگاه صنعت نساجی و پوشاک در اقتصاد کشور متناسب با چالش‌ها و اهداف کلان این صنعت در تناظر با رویکردهای اقتصاد مقاومتی، راهبردهایی با تأکید بر ارائه پیشنهادهایی در برنامه هفتم احصا شد. از جمله این موارد می‌توان به اتخاذ سازوکارهای مناسب برای تکمیل زنجیره تأمین پایدار، ارائه سیاست‌های حمایتی برای بهبود فناوری‌ها، توسعه ظرفیت‌های صادراتی از طریق ساماندهی صادرات شرکت‌ها و تغییر ساختار بنگاهی صنایع نساجی و پوشاک به سمت ساختار متکی بر مقیاس و رقابت اشاره کرد.

### خلاصه مدیریتی

#### • بیان مسئله

بررسی آمار حاکی از آن است که سهم صنعت نساجی از تولیدات صنعتی کشور از ۲۵/۵ درصد در سال ۱۳۷۰ به حدود ۵ درصد در سال ۱۳۹۸ افول کرده است. با توجه به مزیت‌های این صنعت در ارزش‌آفرینی و اشتغالزایی، هدف اصلی گزارش آسیب‌شناسی صنایع نساجی و پوشاک و ارائه راهبردهای بهبود و ارتقای این صنعت در طول برنامه هفتم توسعه است. به همین منظور عملکرد فعلی صنایع نساجی و پوشاک از منظر جایگاه این صنعت در ساختار صنعتی کشور بر مبنای الگوی توزیع بنگاه و سیر تحولات شاخص‌های مرتبط مورد بررسی قرار گرفته است.

### • یافته‌های کلیدی

نتایج گزارش نشان می‌دهد با وجود سهم ۷ و ۶/۵ درصدی صنایع نساجی و پوشاک به ترتیب از تعداد و اشتغال کارگاه‌های صنعتی بالای ۱۰ نفر کارکن، سهم این صنایع از ارزش نهاده‌های مصرفی معادل ۱/۸ درصد و سهم ارزش ستانده حاصله معادل ۲ درصد است. به عبارتی در مقایسه با سهم این صنایع از تعداد کارگاه‌ها و شاغلان صنعتی، حجم فعالیت در این صنایع به مراتب پایین‌تر است.

بررسی عملکرد ارزش افزوده و ارزش ستانده صنعت نساجی و پوشاک بر حسب توزیع بنگاه دلالت بر این دارد که بنگاه‌های خرد فعال در این صنعت نسبت به بنگاه‌های بزرگ و متوسط به طور نسبی عملکرد بهتری دارند. به عبارتی واحدهای خرد در این صنعت نقش مهمی دارند که باید در خصوص آنها برنامه‌ریزی دقیق صورت گیرد، این در حالی است که واحدهای مذکور، درجه سازمان‌یافتگی پایینی دارند.

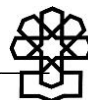
به لحاظ عملکرد صادراتی با وجود ارزش کم رقم کل ارزآوری، ارزش نسبی کالای صادراتی در صنایع پوشاک و نساجی در مقایسه با سایر صنایع منبع‌پایه بسیار بالاتر است (به ترتیب ۱۱، ۶ و ۲ دلار برای فرش، پوشاک و نساجی به ازای هر کیلوگرم) که مبین ظرفیت‌های بالقوه این صنعت برای ارزآوری در صورت سیاستگذاری صحیح است.

سیر نزولی تشکیل سرمایه در بخش صنعت نساجی، حاکی از فرسوده شدن فناوری تولید در این بخش و زوال تولید صنعتی است. به طوری که سهم تشکیل سرمایه ثابت صنعت نساجی که از کل صنعت در سال ۱۳۸۱ برابر با ۷/۱ درصد بوده و حتی در سال ۱۳۸۲ به عدد ۱۰/۳ درصد رسیده است، طی یک روند نزولی به ۳/۱ درصد در سال ۱۳۹۸ تنزل یافته است.

براساس نتایج این گزارش به طور کلی چالش‌ها و موانع موجود بر سر راه صنعت نساجی و پوشاک را می‌توان در سه سطح شامل موارد ذیل خلاصه کرد:

- **چالش‌ها و نواقص موجود در محیط داخلی** (زنجیره ارزش؛ از جمله نقایص زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک به واسطه جایگاه ضعیف خدماتی‌سازی در این صنعت است، به طوری که سهم این صنعت از کل پرداخت‌های غیرصنعتی به کمتر از ۱ درصد رسیده است. انگیزه پایین ارتقای بهره‌وری در شرکت‌ها به دلیل کاهش حاشیه سود، فرسودگی تجهیزات و ضعف در بهره‌مندی از نیروی انسانی خلاق از چالش‌های این صنعت در محیط داخلی است.)،

- **چالش‌های برآمده از عملکرد محیط خارجی** (ساختار صنعت؛ از جمله چالش‌های مرتبط با محیط کسب‌وکار واحدهای نساجی و پوشاک می‌توان به کمبود مواد اولیه و واسطه‌ای، ضعف فناوری تولید و صنایع پشتیبان، ضعف جایگاه برند ملی، ضعف در اقتصاد مقیاس، قدرت پایین رقابت‌پذیری در بازار داخل به ویژه در برابر کالاهای قاچاق اشاره کرد. ضعف ساختاری حوزه صنف و صنعت به ویژه درباره واحدهای زیرپله‌ای تولیدی و توزیعی پوشاک از نقائص الگوی ساختار بازاری حاکم بر صنعت است. به طوری که حدود ۷۵ درصد از سهم توزیع پوشاک در بازار متعلق به واحدهای نیمه‌سازمان‌یافته انفرادی و ۱۵ درصد نیز به واحدهای غیرسازمان‌یافته انفرادی زیرپله‌ای و بدون مجوز اختصاص دارد.)،



- چالش‌ها و مسائل ناشی از محیط خارجی دور (سیاستی؛ از جمله مسائل این حوزه می‌توان به مشکلات ناشی از نظام تعرفه‌بندی، مشکلات ناشی از شرایط بین‌المللی و عدم هماهنگی دستگاه‌های مجری در طول زنجیره ارزش اشاره کرد).

وجود چالش‌های مذکور سبب شده تا عملکرد صنعت نساجی و پوشاک کشور با تبعاتی همراه باشد که از اهم آن می‌توان به هزینه تمام‌شده بالای محصولات تولیدی، کاهش توان ارزآوری محصولات نساجی و پوشاک، ناپایداری فعالیت واحدهای نساجی و پوشاک در بازار، کاهش توان خلق ارزش افزوده در طول زمان و ضعف رقابت‌پذیری کیفی محصولات اشاره کرد.

#### • راهکارهای سیاستی و تقنینی

اگرچه گستردگی و پیچیدگی مسائل و معضلات این صنعت، ارائه یک راه‌حل جامع و مطلوب که دارای قابلیت اثربخشی حداکثری باشد را با موانع جدی روبه‌رو می‌سازد اما با این وجود، برخی از راهبردهای اساسی که می‌توان برای غلبه بر مشکلات این صنعت و بهبود نسبی آن اتخاذ کرد و از ظرفیت برنامه هفتم برای اجرایی شدن آنها استفاده کرد، به شرح زیر مدنظر است:

• **ایجاد و تکمیل زنجیره تأمین پایدار و باکیفیت در صنایع نساجی و پوشاک و صنایع پشتیبان آن از طریق هدف‌گذاری برای تأمین مواد اولیه مورد نیاز صنعت نساجی در برنامه هفتم توسعه (کمیسیون صنایع و معادن) و برنامه‌ریزی وزارتخانه‌های مرتبط برای اجرا (وزارتخانه‌های نفت و صنعت، معدن و تجارت) و ارائه سیاست‌های حمایتی برای ایجاد روابط پایدار و شکل‌گیری پیوندهای افقی و عمودی میان واحدهای تولیدی و سازماندهی آنها در کل زنجیره صنایع نساجی و پوشاک (وزارت صنعت، معدن و تجارت با همکاری سایر دستگاه‌های اجرایی)،**

• **بهبود فناوری‌های مورد استفاده در صنعت نساجی از طریق اعطای مشوق‌ها به واحدهای نوآور (معاونت علمی و فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری و وزارت صنعت، معدن و تجارت) و ارائه برنامه جامع بازسازی و نوسازی صنایع کشور با اولویت واحدهای نساجی به‌ویژه بافندگی (وزارت صنعت، معدن و تجارت) و تعیین محل اعتبار و دستگاه متولی در قانون برنامه هفتم برای اجرای طرح بازسازی و نوسازی در صنایع (کمیسیون صنایع و معادن)،**

• **توسعه ظرفیت‌های صادراتی و توسعه برندهای ملی از طریق طراحی سازوکار تولید مشترک با برندهای منطقه‌ای و جهانی و ساماندهی صادرات شرکت‌ها در قالب شرکت‌های مدیریت صادرات (وزارت صنعت، معدن و تجارت با همکاری دستگاه‌های اجرایی)،**

• **تغییر ساختار بنگاه صنایع نساجی و پوشاک به سمت «ساختار متکی بر مقیاس و رقابت» از طریق توسعه مراکز توسعه مهارتی طراحی و مد و ایجاد مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌های تخصصی در حوزه تجهیزات مورد نیاز صنایع نساجی و پوشاک و بازنگری در نظام ارزیابی کیفیت متناسب با استانداردهای جهانی و منطقه‌ای (وزارت صنعت، معدن و تجارت با همکاری دستگاه‌های اجرایی).**

## مقدمه

صنعت نساجی و پوشاک، صنعتی مهم و کلیدی برای اقتصادهای مختلف دنیا محسوب می‌شود که در تجربه توسعه صنعتی کشورهای موفق در دو قرن گذشته، همواره نقش پیشران را در مرحله‌ای از توسعه آنها ایفا کرده است. این صنعت از مزیت‌های ارزش‌آفرینی بالا و اشتغال‌زایی گسترده در کنار تحریک توسعه سایر صنایع و سرریزهای گسترده افقی و عمودی برخوردار بوده و از همین منظر نقش پیشران را در این کشورها ایفا کرده است. این صنعت همچنین یکی از صنایع قدیمی و مزیت‌دار کشور محسوب می‌شود که همواره از منظر ارزآوری (یا جلوگیری از خروج ارز)، اشتغال‌زایی و تأثیر بر سایر صنایع مورد توجه بوده است.

همان‌طور که اشاره شد این صنعت از سه ویژگی ممتاز برخوردار است که برای صنعتی شدن بسیار اهمیت دارد:

✓ **اول** اینکه تولیدات این صنعت از ارزش‌افزوده بیشتری نسبت به بسیاری از صنایع دیگر برخوردار است، به‌طور مثال جانشینی صادرات محصولاتی مانند فرش و کفپوش در طول زنجیره ارزش این صنعت، به‌جای مواد اولیه پتروشیمی که در صنعت نساجی استفاده می‌شود مانند پلی‌استر و پلی‌پروپیلن تا ۵ برابر ارزش‌افزوده بیشتر ایجاد می‌کند. بنابراین توسعه این صنعت می‌تواند موجب تسریع رشد اقتصادی شود.

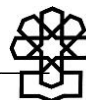
✓ **دوم** اینکه، این صنعت سبک و کاربر است. سبک بودن به این معناست که توسعه این صنعت نیازمند حجم بالای سرمایه‌گذاری نبوده و با پیچیدگی‌های فناورانه کمتری روبه‌رو است، علاوه بر آن، با توجه به مصرفی و سبک بودن این صنعت، بازار داخلی (برخلاف صنایع سنگین) می‌تواند نقش مهمی در ایجاد تقاضای مؤثر برای این صنایع داشته باشد. همچنین کاربر بودن این صنعت به‌معنای آن است که به‌ویژه در مقایسه با صنایع منبع‌محور و معدنی، اشتغال‌زایی و سرریز به پایین‌بالایی دارد و می‌تواند رشد را با اهداف توزیع درآمد وفق دهد.

✓ **سوم** و از همه مهم‌تر، توسعه این صنعت از طریق پیوندهای پسین و پیشینی که ایجاد می‌کند و سرریزهایی که برای سایر صنایع به‌همراه دارد، می‌تواند محرک صنعتی‌شدن سایر صنایع باشد. زنجیره صنعت نساجی از محصولات کشاورزی مانند پنبه تا محصولات پتروشیمی و شیمیایی مانند پلی‌استر را دربرمی‌گیرد و برای محصولات آن تقاضا ایجاد می‌کند، بنابراین توسعه این صنعت می‌تواند توسعه آن صنایع را به‌همراه داشته باشد.

این سه ویژگی ازجمله دلایل توجه ویژه دولت‌ها به این صنعت است حال آنکه در ایران، با وجود پر قدمت بودن این صنعت، نزول سهم این صنعت از ۲۵/۵ درصد از ارزش‌افزوده کل بخش صنعت در سال ۱۳۷۰ به حدود ۵ درصد در سال ۱۳۹۸ حکایت از افول این صنعت دارد. از این‌رو تبیین دقیق وضعیت موجود صنایع نساجی و پوشاک کشور، احصای چالش‌های اصلی این صنعت و ارائه راهبردهای کلیدی برای رفع آنها و تقویت جایگاه این صنعت در اقتصاد ملی حائز اهمیت است.

شایان ذکر است با توجه به اهمیت صنعت نساجی و پوشاک، در مرکز پژوهش‌های مجلس این صنعت از ابعاد مختلفی مورد توجه قرار گرفته؛ که در ادامه به اهم مطالب گزارش‌های تهیه شده اشاره می‌شود.





- در گزارش « ضرورت تکمیل زنجیره ارزش در صنعت نساجی و ارائه راهکارها(۱)، (۱۳۹۹)»، تحلیلی بر ارکان زنجیره ارزش صنعت نساجی کشور شامل تأمین کنندگان (مواد اولیه)، تبدیل کنندگان (تولید) و صنایع تکمیلی و فروش صورت گرفته و برخی از چالش‌های تکمیل زنجیره ارزش در این صنعت شناسایی شده است.
  - در گزارش « الگوی راهبردی حمایت از تولید، ۱۴. تجربه حمایت ویژه دولت ترکیه از صنایع نساجی و پوشاک، (۱۳۹۸)»، نحوه حمایت دولت ترکیه از صنعت نساجی به عنوان یک صنعت منتخب و اولویت‌دار تشریح شده است. در این گزارش آمده است که حوزه‌های پشتیبانی و حمایت ترکیه از صنایع نساجی و پوشاک از تخصیص زمین برای احداث کارخانه و مشوق‌های سرمایه‌گذاری تا تولید، نفوذ در بازارهای صادراتی، آموزش، بازاریابی و برندینگ را دربر گرفته است. به عبارتی دولت ترکیه حمایت از توسعه صنعتی را به صرف تأمین مالی جهت ایجاد کارخانه معطوف نکرده و به مراتب بیش از آن بر کمکها و پشتیبانی‌های پیشران صنعتی متمرکز شده است.
  - در گزارش «بررسی قاچاق پوشاک در ایران، (۱۳۹۰)» تصویر کلی از وضعیت واردات و قاچاق پوشاک در ایران ارائه شده و سپس دلایل اصلی آن بررسی شده است.
- گزارش حاضر با هدف تبیین دقیق عملکرد صنعت نساجی و پوشاک و ارائه راهبردهای تقویت آن در طول برنامه هفتم توسعه، در چهار بخش سازماندهی شده است. در بخش اول، وضعیت موجود صنایع نساجی و پوشاک بررسی می‌شود، بخش دوم به آسیب‌شناسی این وضعیت اختصاص دارد، بخش سوم سیاست‌های موجود این صنعت و راهکارهای اتخاذ شده برای برون‌رفت از مشکلات را بررسی می‌کند و در بخش آخر، جمع‌بندی و سیاست‌های اجرایی ارائه می‌شود.

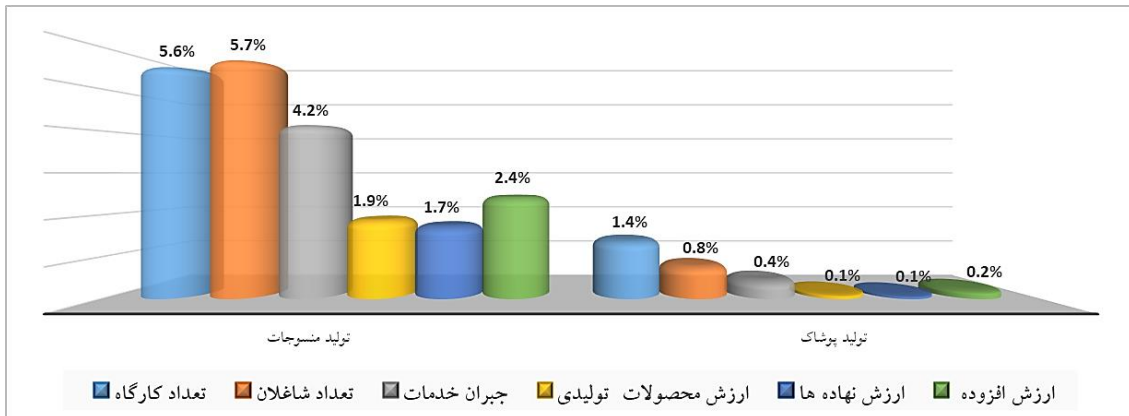
### ۱. وضعیت موجود صنایع نساجی و پوشاک

در این بخش وضعیت صنعت نساجی و پوشاک کشور تبیین شده است. برای این منظور جایگاه صنعت نساجی و پوشاک در بخش صنعت، عملکرد صنعت نساجی و پوشاک برحسب الگوی توزیع بنگاه و تحولات رخ داده در صنعت طی سه دهه اخیر به شرح ذیل بررسی شده است.

#### ۱-۱. جایگاه صنایع نساجی و پوشاک در بخش صنعتی ایران

صنایع نساجی و پوشاک یکی از صنایع با دامنه‌ای بسیار وسیع و متنوع است که با بهره‌مندی از سهم ۷ درصدی از تعداد کارگاه‌های صنعتی بالای ۱۰ نفر کارکن از جمله صنایع مهم کشور به‌شمار می‌رود. با این حال، از آنجاکه بحث به سهم از تعداد شاغلان صنعتی بازمی‌گردد، این عملکرد در سطح پایین‌تر و معادل ۶/۵ درصد است. با توجه به ماهیت کاربر صنایع نساجی و پوشاک، این شکاف عملکردی میان سهم از تعداد کارگاه‌های فعال و تعداد شاغلان، می‌تواند در نتیجه تولید زیر ظرفیت در بنگاه‌های فعال در این صنایع رخ داده باشد که نتیجه آن کاهش توانایی بنگاه‌های این دو صنعت در ایجاد اشتغال است.

نمودار ۱. مقایسه‌ای از عملکرد صنایع نساجی و پوشاک بر حسب سهم از عملکرد بخش صنعتی طی سال ۱۳۹۸



مأخذ: مرکز آمار ایران (۱۴۰۱)، نتایج طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر کشور (۱۳۹۸).

با توجه به سهم این صنایع از ارزش نهاده‌های مصرفی (معادل ۱/۸ درصد) و همچنین سهم ارزش ستانده حاصله (معادل ۲ درصد)، می‌توان دریافت که در مقایسه با سهم این صنایع از تعداد کارگاه‌ها و شاغلان صنعتی، حجم فعالیت به مراتب پایین‌تر است و این دلیل دیگری مبنی بر تولید زیر ظرفیت است. شدت این مسئله در صنایع پوشاک به نسبت نساجی شدیدتر است. به‌طور دقیق‌تر، ارزش محصولات تولیدی و نهاده‌های مصرفی در صنایع پوشاک در مقایسه با تعداد کارگاه‌ها و شاغلان صنعتی در این صنعت بسیار پایین‌تر است. این در حالی است که صنعت مذکور به‌لحاظ آنکه لکومتیو صنعت نساجی به‌شمار می‌رود، از اهمیتی دوچندان برای توسعه و تقویت برخوردار است.

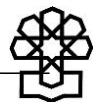
## ۲-۱. عملکرد صنایع نساجی و پوشاک در بخش صنعتی ایران بر مبنای الگوی توزیع بنگاه

### ۱-۲-۱. عملکرد تولیدی

اگرچه بررسی عملکرد کارگاه‌های صنعتی در صنایع نساجی و پوشاک می‌تواند سنجش‌های مناسبی از مسائل مبتلابه در این رشته فعالیت صنعتی به‌دست دهد اما بدون توجه به الگوی توزیع بنگاه، تحلیل‌ها از کفایت لازم برخوردار نخواهد بود. در نمودار ۲ یک بررسی مقایسه‌ای از عملکرد واحدهای نساجی و پوشاک در خلق ارزش‌افزوده و ارزش ستانده صنعتی بر حسب الگوی توزیع بنگاهی ارائه شده است.

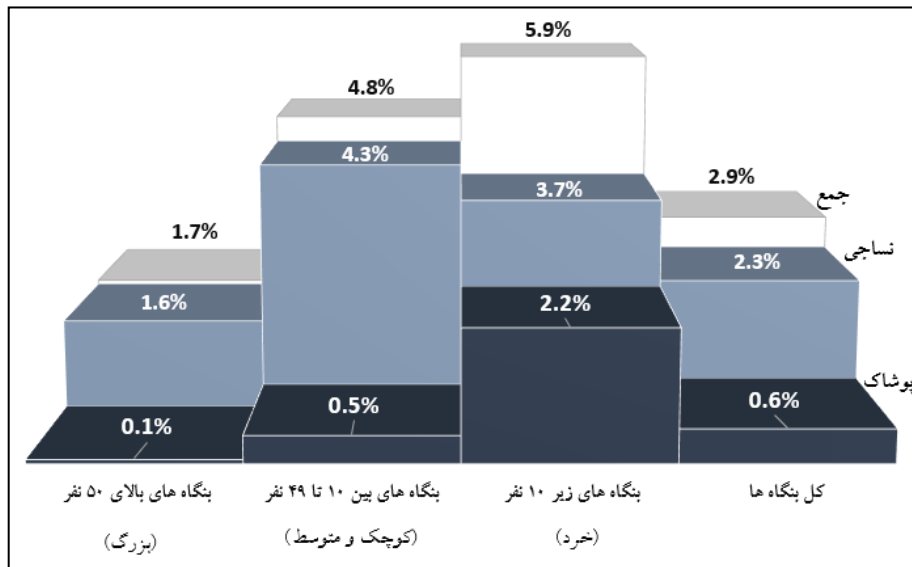
طبق نمودار ۱، صنایع نساجی و پوشاک با بهره‌مندی از سهم ۷ درصدی از کل بنگاه‌های صنعتی بالای ۱۰ نفر کارکن، تنها معادل ۲/۶ درصد از ارزش‌افزوده صنعتی حاصل از این گروه بنگاه‌ها را به خود اختصاص می‌دهد. البته بر حسب کل تولید صورت گرفته در این صنایع (اعم از صنفی و صنعتی)، سهم ارزش‌افزوده حاصله تا ۴/۸ درصد از کل ارزش‌افزوده صنعتی کشور قابل افزایش است. البته این بهبود عملکرد در حالی است که اطلاعات دقیقی از تعداد بنگاه‌های خرد (زیر ۱۰ نفر کارکن) در این صنعت موجود نیست و این خود به سخت شدن فرایند مدیریت و سیاستگذاری در این صنعت منجر می‌شود.

۱. این سهم در ابتدای دهه ۱۳۸۰ بالغ بر ۱۳ درصد بوده است.



در نمودارهای ۲ و ۳ ترسیمی مقایسه‌ای از عملکرد واحدهای ۱۰ نفر کارکن به بالا و کل واحدهای فعال در این صنایع (اعم از خرد، کوچک، متوسط و بزرگ) برحسب ارزش افزوده و ارزش ستانده ارائه شده است.

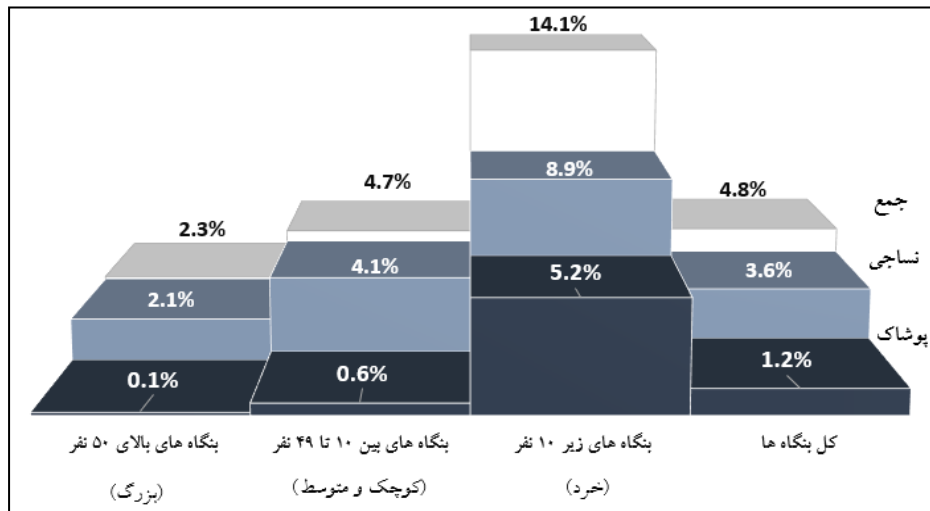
نمودار ۲. مقایسه واحدهای نساجی و پوشاک از ارزش ستانده صنعتی  
براساس الگوی توزیع بنگاه طی سال ۱۳۹۸



مأخذ: مرکز آمار ایران (۱۴۰۱)، نتایج طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی (۱۳۹۸).  
توضیح: اطلاعات بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن براساس تفاضل ارزش افزوده کل صنایع نساجی و پوشاک از ارزش افزوده حاصل از عملکرد بنگاه‌های ۱۰ نفر کارکن و بیشتر، برآورد شده است.

طبق نمودار ۲، بهترین عملکرد نسبی بنگاه‌های فعال در این صنعت در برابر سایر بنگاه‌های دارای مقیاس مشابه در صنعت، از منظر ارزش ستانده حاصله، مربوط به بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن است. این مسئله به‌نحو شدیدتر درخصوص ارزش افزوده حاصل از تولیدات بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن نساجی و پوشاک در مقایسه با سایر بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن فعال در بخش صنعتی کشور قابل مشاهده است (نمودار ۳).

نمودار ۳. سهم واحدهای نساجی و پوشاک از ارزش افزوده صنعتی  
بر حسب الگوی توزیع بنگاهی طی سال ۱۳۹۸



مأخذ: مرکز آمار ایران (۱۴۰۱)، نتایج طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر کشور (۱۳۹۸).

درواقع، بنگاه‌های خرد فعال در صنایع نساجی و پوشاک واحدهای مهمی هستند که باید در خصوص آنها برنامه‌ریزی دقیق صورت گیرد. این در حالی است که واحدهای مذکور از درجه سازمان‌یافتگی پایینی برخوردارند.

### ۲-۲-۱. عملکرد صادراتی

جدول ۱ حجم تجارت خارجی صنعت نساجی کشور را در سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد. طبق جدول، در مقابل صادرات رسمی ۴۹۴/۵ میلیون دلاری کشور، حجم واردات برابر با ۱۶۶۶/۲ میلیون دلار بوده که نشان‌دهنده تراز تجاری منفی کشور به میزان ۱۱۷۱/۷ میلیون دلار است. البته باید توجه داشت که این عملکرد بدون در نظر گرفتن حجم تجارت غیررسمی در کشور است.

### جدول ۱. حجم تجارت خارجی واحدهای نساجی و پوشاک در سال ۱۴۰۰ (میلیون دلار)

محصول	صادرات	واردات
پنبه	۰.۲۸	۲۱۵.۲۴
نخ طبیعی	۰.۰۳	۵۵.۷۹
پارچه طبیعی	۲.۷۵	۸۴.۲۵
الیاف مصنوعی	۵۶.۱۸	۳۵۲.۸۵
نخ مصنوعی	۲۱.۳۹	۲۱۰.۹۶
پارچه مصنوعی	۵۲.۱۹	۷۳۸.۰۵
تور	۰.۱۴	۳.۰۳
ریسمان و طناب	۲۰.۶۷	۵.۹۸
فرش	۳۴۰.۸۹	۰.۰۹
جمع کل	۴۹۴.۵	۱۶۶۶.۲

مأخذ: آمار صادرات و واردات گمرک جمهوری اسلامی ایران.



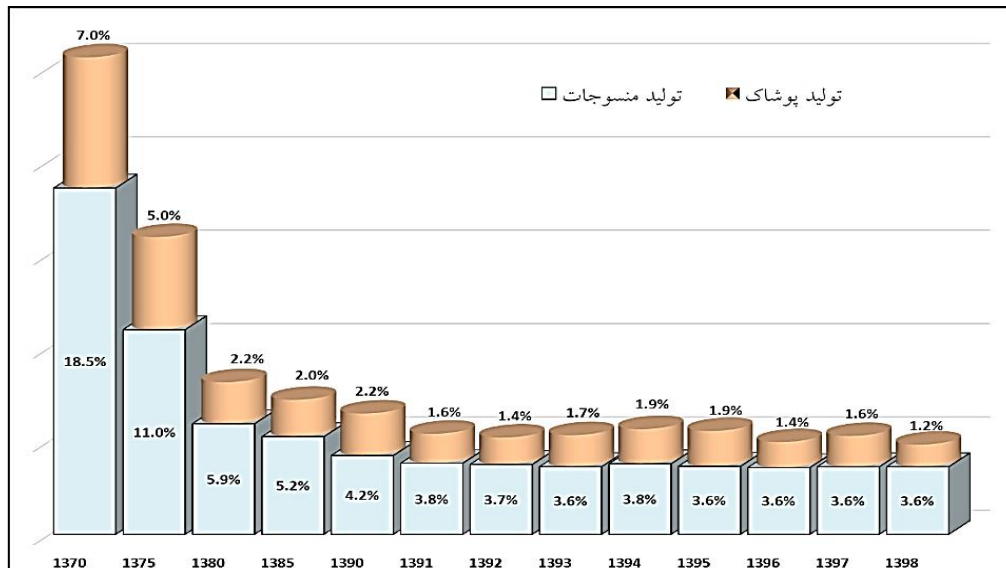
طبق نمودار، مهم‌ترین قلم صادراتی در هر دو گروه بنگاه‌های بین ۱۰ تا ۴۹ نفر و بالای ۵۰ نفر مربوط به محصولات ریسندگی، بافندگی و تکمیل منسوجات است که یک کالای کاملاً واسطه‌ای محسوب می‌شود. در زمینه پوشاک که یک محصول نهایی محسوب می‌شود، عملکرد صادراتی بسیار ضعیف است و آنچه که این عملکرد را ضعیف‌تر می‌سازد آن است که سهم بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر در آن حتی از بنگاه‌های بین ۱۰ تا ۴۹ نفر هم کمتر است. در واقع، انتظار می‌رفت بنگاه‌های بزرگ در زمینه صادرات پوشاک بسیار فعال‌تر از این میزان عمل کنند. در مجموع می‌توان گفت عملکرد صادراتی بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر کارکن در رابطه با سایر محصولات نساجی (قالی و قالیچه و سایر منسوجات آماده) به مراتب بهتر از عملکرد آنها در «زنجیره ارزش نساجی و پوشاک» است.

### ۳-۱. عملکرد صنایع نساجی و پوشاک در بخش صنعتی ایران طی سه دهه اخیر

#### ۳-۱-۱. سهم از ارزش افزوده صنعتی

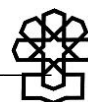
بررسی روند سهم‌گیری صنایع نساجی و پوشاک از تولید صنعتی کشور، مبین روندی کاهنده از ۲۵/۵ درصد در سال ۱۳۷۰ به ۸/۱ درصد در سال ۱۳۸۰ و ۶/۴ درصد در سال ۱۳۹۰ و نهایتاً ۴/۸ درصد در سال ۱۳۹۸ است. یکی از دلایل این کاهش، کوچک شدن اندازه تقاضای داخلی به سبب فشار محصولات قاچاق است.

نمودار ۶. سهم ارزش افزوده صنایع نساجی و پوشاک از بخش صنعتی کشور (۱۳۷۰-۱۳۹۸)



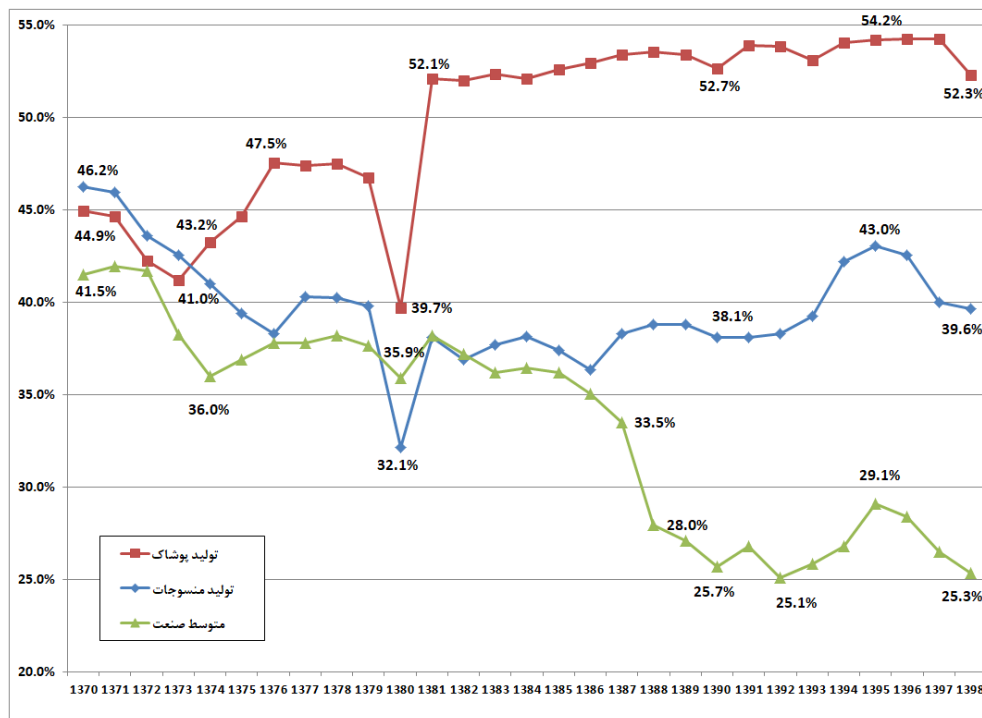
مأخذ: مرکز آمار ایران (۱۴۰۱)، آمار حساب‌های ملی (۱۳۷۰-۱۳۹۸).

البته دلیل دیگر نیز مربوط به تضعیف توان رقابت‌پذیری هزینه‌ای و کیفی محصولات این رشته فعالیت صنعتی و در نتیجه کاهش توان سهم‌گیری و فروش در بازار است. در نهایت و با وجود کاهش سهم‌بری از اقتصاد کشور، همچنان



صنایع نساجی و پوشاک در جایگاه برتر به لحاظ توان ارزش‌زایی قرار دارد. نمودار ۷ ترسیم دقیقی از تحولات توان خلق ارزش‌افزوده<sup>۱</sup> در صنایع نساجی و پوشاک در برابر متوسط بخش صنعتی ارائه می‌دهد.

نمودار ۷. روند تغییرات توان خلق ارزش‌افزوده در صنایع نساجی و پوشاک در مقایسه با متوسط بخش صنعتی کشور (۱۳۷۰-۱۳۹۸)



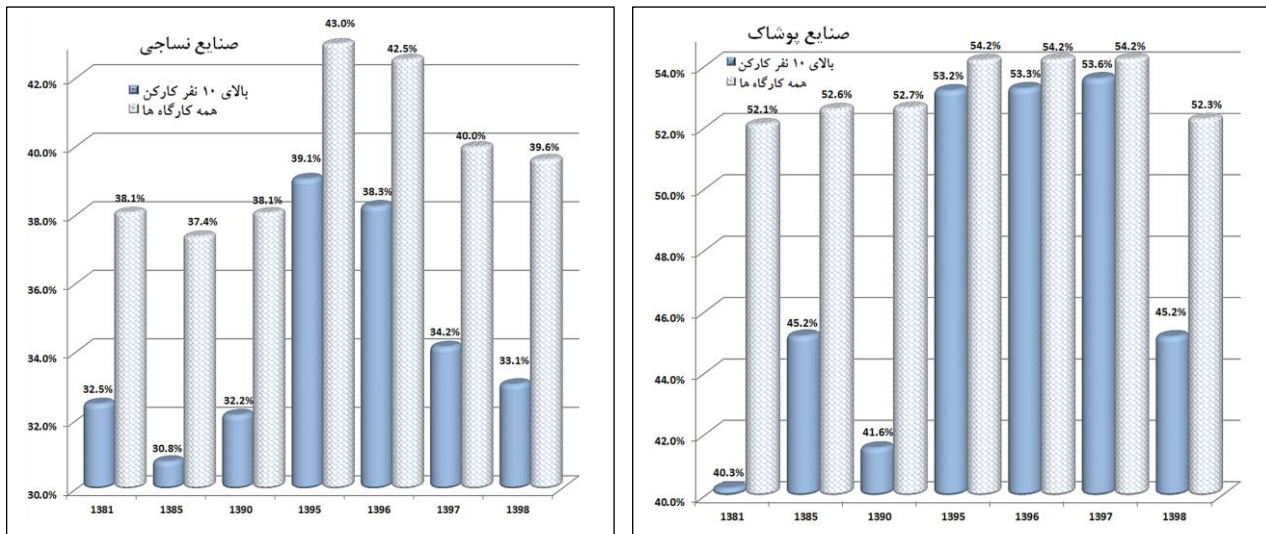
مأخذ: همان.

طبق نمودار، در ابتدای دهه ۱۳۷۰، توان خلق ارزش‌افزوده در صنایع نساجی و پوشاک در محدوده نزدیک به متوسط بخش صنعتی قرار داشت. در طول زمان، روند نزولی ارزش‌زایی در بخش صنعتی رخ داد؛ حال آنکه در صنایع پوشاک این روند صعودی بوده است. در خصوص صنایع نساجی نیز اگرچه این نسبت کاهش یافته است، در مقایسه با متوسط صنعتی، همچنان در سطح بسیار بالاتری قرار دارد.

نکته مهم دیگری که در زمینه توان خلق ارزش‌افزوده صنایع نساجی و پوشاک باید مورد نظر قرار داد آن است که توان خلق ارزش‌افزوده این صنایع با لحاظ عملکرد بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن به مراتب بالاتر از حالتی است که صرفاً کارگاه‌های صنعتی بالای ۱۰ نفر مورد نظر قرار گیرند. این مسئله در نمودار ۸ نمایش داده شده است.

۱. منظور از خلق ارزش‌افزوده نسبت ارزش‌افزوده به ارزش‌سنانده است.

نمودار ۸. مقایسه تطبیقی توان خلق ارزش افزوده در کارگاه‌های بالای ۱۰ نفر کارکن و کل کارگاه‌ها در صنایع نساجی و پوشاک (۱۳۷۰-۱۳۹۸)



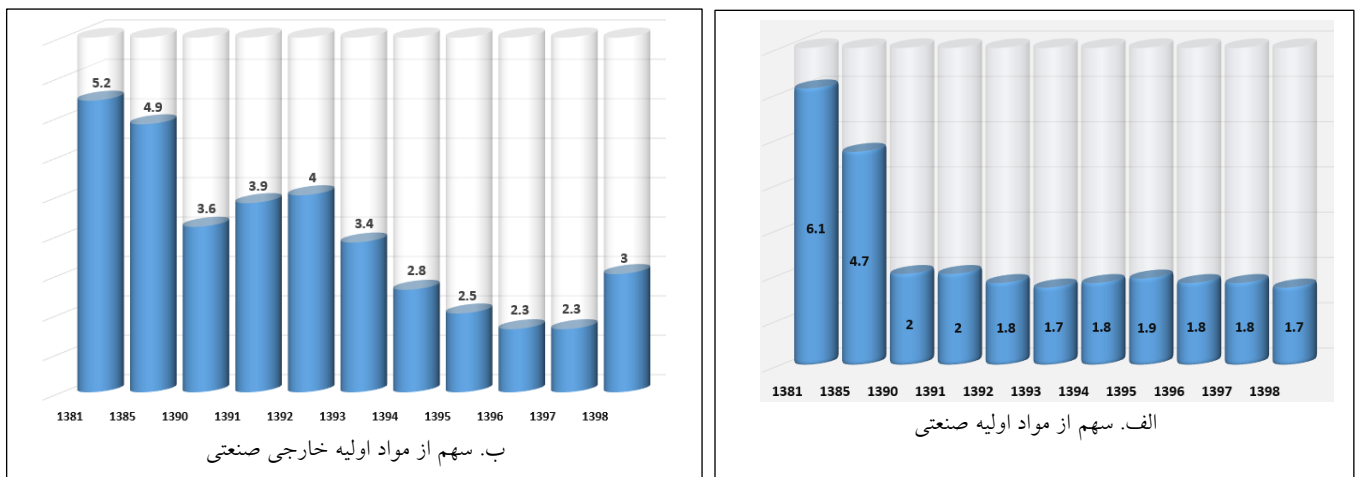
مأخذ: همان.

طبق نمودار ۸، با احتساب عملکرد بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن در محاسبات، تفاوت زیادی در توان خلق ارزش افزوده صنایع نساجی و پوشاک حاصل می‌شود. این امر به معنای اهمیت بسیار بالای واحدهای خرد در صنایع نساجی و پوشاک کشور است. البته به سبب عملکرد انفرادی واحدهای مذکور و ماهیت صنفی و بعضاً غیرسازمان یافته (زیرپله‌ای) در آنها، از این ظرفیت نمی‌توان به خوبی بهره‌مند شد.

۲-۳-۱. تحولات تأمین مواد اولیه صنایع نساجی و پوشاک

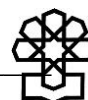
در نمودار ۹ سهم صنعت نساجی از مواد اولیه صنعتی و مواد اولیه خارجی کل صنعت ارائه شده است. مطابق آمار، سهم صنایع نساجی و پوشاک از مواد اولیه داخلی کل صنعت از ۶/۱ درصد در سال ۱۳۸۱ به ۱/۷ درصد در سال ۱۳۹۸ کاهش یافته است.

نمودار ۹. سهم صنعت نساجی از مواد اولیه صنعتی و مواد اولیه خارجی طی سال‌های ۱۳۸۱-۱۳۹۸

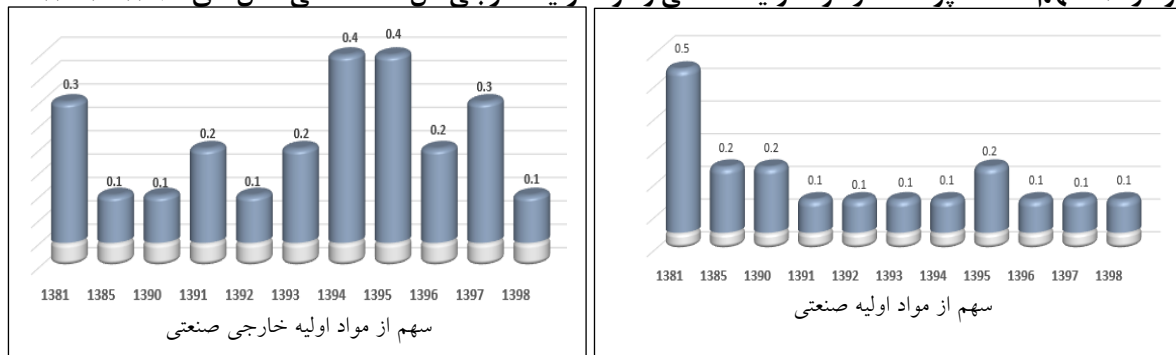


مأخذ: مرکز آمار ایران (۱۴۰۱)، نتایج طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر کشور (۱۳۹۸).





### نمودار ۱۰. سهم صنعت پوشاک از مواد اولیه صنعتی و مواد اولیه خارجی کل صنعت طی سال‌های ۱۳۹۸-۱۳۸۱



مأخذ: همان.

با توجه به روند کاهش سهم این صنعت از عملکرد صنعتی کشور، کاهش سهم آن از مواد اولیه کل صنعت (از ۶/۱ درصد در سال ۱۳۸۱ به ۱/۷ درصد در سال ۱۳۹۸) قابل‌انتظار است، اما چنانچه به سهم این صنعت از مواد اولیه خارجی مورد استفاده توجه شود، نشان می‌دهد بار هزینه‌های وارداتی در این صنعت به نسبت کاهش تقاضای آن از مواد اولیه کاهش نیافته است (نمودارهای ۹ و ۱۰). بخش عمده‌ای از این مسئله به دلیل عدم توازن زنجیره تأمین در این صنایع رخ داده است. با توصیف به عمل آمده، آسیب‌پذیری صنایع نساجی و پوشاک از شوک قیمت مواد اولیه و واسطه‌ای وارداتی، در مقایسه با کاهش اندازه فعالیت در این صنایع، کاهش نیافته است. در همین خصوص در جدول ۲ مقایسه‌ای از عملکرد تولید در برابر نیاز بازار به تفکیک حلقه‌های مختلف تولیدی در این صنعت ارائه شده است.

### جدول ۲. وضعیت تولید و مصرف در زنجیره صنایع نساجی و پوشاک

سهم تولید داخل از نیاز بازار (درصد)	نیاز فعلی	تولید	واحد سنجش	گروه فعالیت	
۴۴	۴۵۰	۲۰۰	هزار تن	پنبه، پلی‌استر نوع پنبه‌ای، ویسکوز، اکریلیک، تاپس پشم و پلی‌استر	پوشاک زنجیره ارزش نساجی و پوشاک
۶۸	۷۱۲	۴۸۱	هزار تن	نخ فیلامنت، نخ سیستم پنبه‌ای و الیاف مصنوعی، نخ اکریلیک پوشاکی، نخ سیستم پشمی و فاستونی، اسپندکس	
۷۲	۶۷۸	۴۸۷	هزار تن	پارچه تار پودی و حلقوی	
۸۷	۴۵۰	۳۹۰	هزار تن	انواع پوشاک	
۹۷.۵	۲۰۰	۱۹۵	هزار تن	منسوجات خانگی (غیر از کفپوش)، کالای خواب، منسوجات صنعتی و تکنیکال	سایر منسوجات نهایی

مأخذ: وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰۱)، دفتر صنایع منسوجات و پوشاک.

طبق جدول ۲، ضریب وابستگی وارداتی در بسیاری از حلقه‌های تولید دخیل در زنجیره نساجی و پوشاک متغیر است و به هر میزان که به ابتدای زنجیره نزدیک می‌شود، رقم آن بالاتر است. در واقع، شرایط عوامل تولید در حلقه‌های

ابتدایی زنجیره برای تولیدکنندگان این صنعت، در معرض نوسانات بازارهای جهانی است.<sup>۱</sup> با این توصیف، مسئله ناترازی در زنجیره تأمین این فعالیت صنعتی از دیگر موضوع‌هایی است که باید به صورت جدی مورد نظر قرار گیرد.

### ۳-۳-۱. تحولات عملکرد تجاری در صنایع نساجی و پوشاک

جدول ۳ سری زمانی واردات و صادرات رسمی محصولات زنجیره نساجی و پوشاک را نشان می‌دهد.

جدول ۳. سری زمانی تجارت رسمی کشور در زنجیره صنایع نساجی و پوشاک (میلیون دلار)

سال	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰	
صادرات	۵۸	۷۳	۶۷	۴۲	۳۹	۶۷	الیاف
واردات	۴۹۸	۵۸۹	۵۵۴	۶۴۳	۵۱۱	۶۰۲	
تراز تجاری	-۴۴۰	-۵۱۶	-۴۸۷	-۶۰۱	-۴۷۲	-۵۳۵	
صادرات	۶۴	۱۰۵	۱۱۶	۳۷	۴۰	۴۲	نخ
واردات	۳۲۲	۳۱۷	۲۳۲	۴۴۰	۲۴۳	۳۰۱	
تراز تجاری	-۲۵۸	-۲۱۲	-۱۱۶	-۴۰۳	-۲۰۳	-۲۵۹	
صادرات	۴۳	۵۸	۷۲	۵۷	۴۰	۴۲	پارچه
واردات	۲۷۷	۲۸۰	۱۲۵	۲۱۶	۳۵۰	۷۷۳	
تراز تجاری	-۲۳۴	-۲۲۲	-۵۳	-۱۵۹	-۳۱۰	-۷۳۱	
صادرات	۴۸	۵۳	۶۴	۵۹	۱۱۳	۸۳	پوشاک
واردات	۶۱	۵۸	۱۴	۲	۹	۳	
تراز تجاری	-۱۳	-۵	۵۰	۵۷	۱۰۴	۸۰	

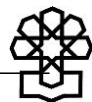
مأخذ: همان.

طبق جدول ۳، تقریباً در همه حلقه‌های تولید مواد واسطه‌ای در زنجیره ارزش نساجی و پوشاک، تراز تجاری منفی است و در بخش‌های بالای زنجیره نیز میزان این کسری بالاتر است. تنها در بخش پوشاک طی سال‌های گذشته (۱۳۹۷ به بعد) است که بدون در نظر گرفتن آمار قاچاق، تراز تجاری کشور مثبت شده است.

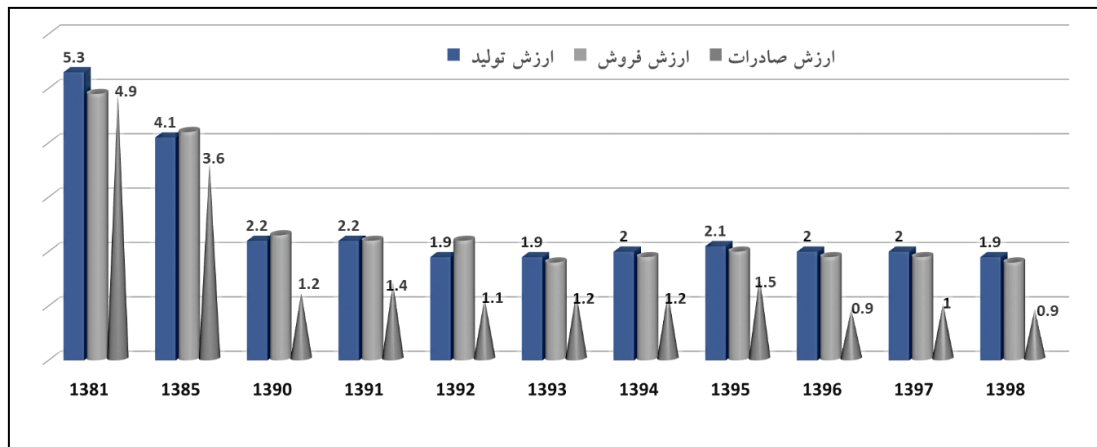
### ۳-۳-۴. ارزش تولید، فروش و صادرات مستقیم صنایع نساجی و پوشاک

به‌عنوان یک مؤلفه مهم در تعیین وضعیت پایداری عملکرد صنعتی، پرداختن هم‌زمان به شاخص‌های ارزش تولید، ارزش فروش و ارزش صادرات اطلاعات خوبی به دست می‌دهد که به این مسئله در نمودارهای ۱۱ و ۱۲ پرداخته شده است.

۱. وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰۱)، صنایع نساجی و پوشاک.

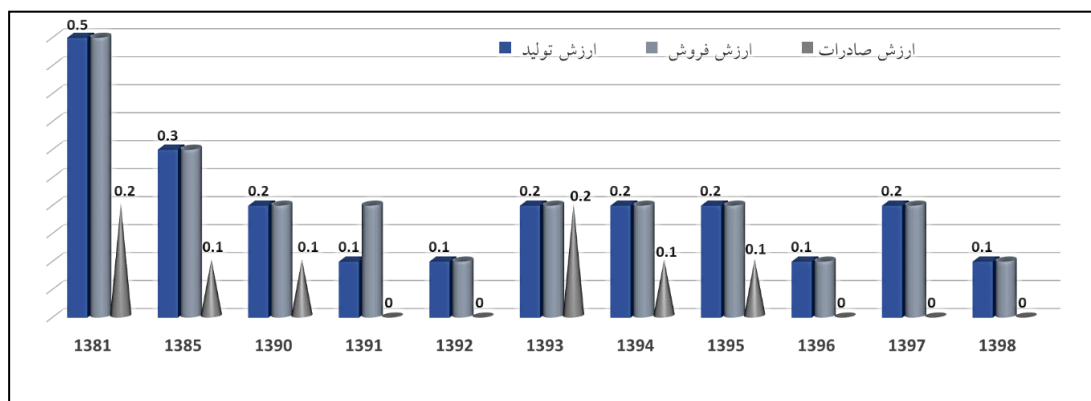


### نمودار ۱۱. سهم صنعت نساجی از ارزش تولید، فروش و صادرات مستقیم کل صنعت (۱۳۸۱-۱۳۹۸)



مأخذ: مرکز آمار ایران (۱۴۰۱)، نتایج طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر کشور (۱۳۹۸).

### نمودار ۱۲. سهم صنعت پوشاک از ارزش تولید، فروش و صادرات مستقیم کل صنعت (۱۳۸۱-۱۳۹۸)



مأخذ: همان.

طبق نمودار، صنایع نساجی به لحاظ سهم از فروش در بازار صادراتی تقریباً در تمامی سال‌ها از اهمیت پایین‌تری در بخش صنعتی کشور به نسبت سهم از ارزش تولید صنعتی کشور برخوردار بوده است. با توجه به اینکه بخشی از ارزش فروش محصولات نساجی و پوشاک در بازار داخل از مجرای فروش کالاهای قاچاق حاصل شده است، می‌توان دریافت بازار نفوذ شده محصولات نساجی تولید داخل به نسبت ظرفیت‌های تولید آن کوچک‌تر است. این امر زمینه تولید زیر ظرفیت را پدید می‌آورد. روند مذکور در صنعت پوشاک کشور نیز مشاهده می‌شود.

### ۵-۳-۱. تحولات خدمات غیرصنعتی پرداختی صنایع نساجی و پوشاک

با مقایسه سهم پرداخت‌های غیرصنعتی صنایع نساجی و پوشاک از ارزش ستانده، به‌عنوان شاخصی از شدت اهمیت هزینه‌کرد بنگاه‌ها در امور تحقیق و توسعه، بازاریابی، فروش و حمل‌ونقل در ایجاد ستانده می‌توان دریافت که در صنایع نساجی و پوشاک در مقایسه با میانگین بخش صنعتی کشور، پرداخت بابت خدمات غیرصنعتی افت بیشتری را تجربه کرده است. این مهم می‌تواند نشان‌دهنده نامساعدتر شدن فضای کسب‌وکار این صنعت و در نتیجه چرخش هزینه‌کرد بنگاه در بخش تولید و فعالیت‌های مرتبط با آن باشد.

جدول ۴. سهم پرداخت‌های غیرصنعتی صنایع نساجی و پوشاک از ارزش ستانده (۱۳۹۹-۱۳۸۱)

سال	متوسط صنعتی	نساجی	پوشاک
	درصد		
۱۳۸۱	۳/۲	۲/۳	۶
۱۳۸۲	۳/۴	۲/۳	۵/۳
۱۳۸۳	۳/۲	۲/۲	۴/۳
۱۳۸۴	۳/۱	۱/۹	۴/۹
۱۳۸۵	۳/۴	۱/۹	۴/۳
۱۳۸۶	۳	۱/۸	۳/۱
۱۳۸۷	۲/۹	۲	۲/۷
۱۳۸۸	۲/۸	۲	۴/۸
۱۳۸۹	۲/۸	۱/۸	۴/۴
۱۳۹۰	۲/۴	۲	۳/۱
۱۳۹۱	۲/۸	۲	۲/۷
۱۳۹۲	۲/۴	۱/۷	۲/۹
۱۳۹۳	۲/۹	۱/۶	۳/۹
۱۳۹۴	۴/۸	۱/۶	۵/۷
۱۳۹۵	۴/۴	۱/۶	۴/۷
۱۳۹۶	۳/۹	۱/۵	۵/۳
۱۳۹۷	۴/۳	۱/۲	۳/۹
۱۳۹۸	۳/۱	۱/۳	۳/۲
۱۳۹۹	۳/۱	۱/۳	۳/۲
میانگین نرخ رشد	-۳/۷	-۴۹/۳	-۵۲/۷

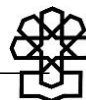
مأخذ: مرکز آمار ایران (۱۴۰۱)، نتایج طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر کشور (۱۳۹۹).

کاهش سهم پرداخت‌های غیرصنعتی در صنایع نساجی و پوشاک از ارزش ستانده این صنایع، اگرچه ممکن است در نتیجه فشار هزینه‌های تولیدی در مقابل هزینه‌های غیرتولید و متصل به تولید رخ داده باشد در نهایت، می‌تواند با محدود کردن زنجیره ارزش در این صنایع، موجبات کوچک شدن اندازه فروش در بازار و تشدید مشکلات مطرح در بند قبل را رقم بزند.

کاهش سهم صنایع نساجی و پوشاک از ارزش خدمات غیرصنعتی پرداختی کل صنعتی اگرچه ممکن است در نتیجه فشار هزینه‌های تولیدی در مقابل هزینه‌های غیرتولید و متصل به تولید رخ داده باشد اما در نهایت، می‌تواند با محدود کردن زنجیره ارزش در این صنایع، موجبات کوچک شدن اندازه فروش در بازار و تشدید مشکلات مطرح در بند قبل را رقم بزند.

با توجه به مطالب پیش‌گفته می‌توان نتیجه گرفت که صنعت نساجی و پوشاک کشور با روندهای تناقض‌آمیز روبه‌رو است که در ادامه به برخی از آنها اشاره شده است.

• سهم صنایع نساجی و پوشاک از کل ارزش‌افزوده صنعتی در حال کاهش است به‌گونه‌ای که سهم این صنعت از حدود ۲۵ درصد در سال ۱۳۷۰ به کمتر از ۵ درصد در سال ۱۳۹۸ رسیده است. این در حالی است که متوسط توان



خلق ارزش افزوده در آن بسیار بالاتر از متوسط صنعت است. سهم صنایع نساجی و پوشاک از صادرات صنعتی در حال کاهش است. در بخش درآمدهای صادراتی نیز بدون لحاظ درآمدهای حاصل از صادرات فرش، این صنعت سهم بسیار ناچیزی در سبد صادراتی (کمتر از ۱ درصد) دارد. حال آنکه متوسط ارزش هر تن محصول صادراتی این صنایع به مراتب بالاتر از متوسط بخش صنعتی کشور است (به ترتیب ۶ و ۲ دلار برای پوشاک و نساجی در برابر ۱ دلار متوسط بخش صنعتی به ازای هر کیلوگرم).

• سهم ارزش افزوده کارگاه‌های متوسط و بزرگ صنایع نساجی و پوشاک از کارگاه‌های صنعتی کمتر از سهم کارگاه‌های کوچک و خرد است. به طوری که سهم ارزش افزوده حاصل از بنگاه‌های نساجی و پوشاک بالای ۵۰ نفر کارکن حدود ۲/۳ درصد است. در مقابل، سهم ارزش افزوده بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن در این صنعت در برابر سایر بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن در کل بخش صنعتی کشور، سهمی حدود ۱۴/۱ درصد از ارزش افزوده حاصل از فعالیت این گروه از بنگاه‌های تولیدی را به خود اختصاص می‌دهند. این عملکرد قابل توجه در حالی است که بنگاه‌های مذکور به صورت صنفی، انفرادی و عمدتاً غیرنظام‌مند فعالیت می‌کنند و مادامی که این بخش از صنایع نساجی و پوشاک سازماندهی نشود، نمی‌توان از این صنعت انتظار بهره‌مندی کامل از ظرفیت‌های ایجاد شده در آن را داشت.

• صنایع نساجی و پوشاک علی‌رغم بیشترین بهره‌مندی از تعرفه‌های حمایتی با بیشترین آسیب‌پذیری در مقابل واردات روبه‌رو هستند. آخرین مورد تناقض به حوزه سیاستگذاری این صنعت بازمی‌گردد. در واقع، بازار صنایع نساجی و پوشاک در حالی تحت پوشش حمایت‌های تعرفه‌ای قرار دارد که به میزان زیادی آسیب‌پذیری بازار داخلی آن از جانسین‌های وارداتی (به صورت قاچاق) نیز گزارش می‌شود. با توجه به نتایج حاصل از تبیین وضع موجود صنعت نساجی و پوشاک کشور، در ادامه چالش‌ها و موانع این صنعت بررسی شده است.

## ۲. آسیب‌شناسی صنعت نساجی و پوشاک

چالش‌ها و موانع موجود بر سر راه صنعت نساجی و پوشاک را می‌توان در سه سطح تقسیم کرد:

الف) چالش‌ها و نواقص موجود در محیط داخلی (زنجیره ارزش)<sup>۱</sup>

ب) چالش‌های برآمده از عملکرد محیط خارجی نزدیک (مشکلات ساختاری صنعت نساجی و پوشاک)،

ج) چالش‌ها و مسائل ناشی از محیط خارجی دور (سیاستی). در جدول ۵ به تبیین اهم این موارد پرداخته شده

است.

۱. 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 مصرف‌کننده را دربرمی‌گیرد.

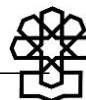
## جدول ۵. چالش‌های صنایع نساجی و پوشاک ایران برحسب عملکرد محیط داخلی، محیط خارجی نزدیک و دور

تبعات	مصادیق چالش	حوزه چالش	
کاهش توان ارتقای کیفی محصولات و قدرت جذب تقاضا برای تولیدات در بازار	نقایص زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک به‌واسطه جایگاه ضعیف خدماتی‌سازی (Servitization) در این صنعت	محیط داخلی (زنجیره ارزش)	
افزایش هزینه تمام شده محصولات	انگیزه پایین ارتقای بهره‌وری در شرکت‌ها	نقایص زنجیره تأمین و صنایع پشتیبان (مواد اولیه، خرج کار و منابع مالی، دسترسی به شبکه‌های توزیع، نیروی انسانی و مدیریتی، ...)	محیط کسب‌وکار (نزدیک)
تأثیرپذیری تابع هزینه واحدها از نوسان قیمت نهاده‌های وارداتی	کمبود مواد اولیه و واسطه‌ای		
کاهش توان رقابت‌پذیری تولیدات نساجی و پوشاک در بازار	ضعف فناوری تولید و دسترسی پرهزینه به تجهیزات و ماشین‌آلات روز دنیا		
افزایش وابستگی وارداتی و هزینه تمام شده محصولات	ضعف صنایع پشتیبان زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک		
کاهش توان رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی	ضعف جایگاه برند ملی در بازارهای خارجی	عملکرد در برابر تقاضای بازار (نام تجاری، قیمت و کیفیت، خدمات متصل به فروش، ...)	
افزایش زمینه عرضه محصول (نساجی و پوشاک) قاچاق در شبکه و کوچک شدن اندازه تقاضا برای تولیدات داخل	شبکه عرضه سنتی و سازمان‌نیافته محصولات نساجی و پوشاک	الگوی ساختار بازاری حاکم (الگوی رقابت در بازار، صرفه‌های مقیاس، ...)	
افزایش هزینه تمام شده محصولات	ضعف بهره‌مندی از صرفه‌های هزینه‌ای؛ صرفه‌های مقیاس و صرفه‌های تجمع		
کاهش انگیزه فعالیت رسمی و ارتقای بهره‌وری در واحدها	ضعف ساختاری حوزه صنف و صنعت به‌ویژه در خصوص واحدهای زیرپله‌ای تولیدی و توزیعی پوشاک با تولیدات ارزان و کم‌کیفیت	محیط دور (سیاستی)	
افزایش هزینه ورود و فعالیت رسمی در صنایع نساجی و پوشاک	مشکلات ناشی از نظام تعرفه‌بندی محصولات نساجی و پوشاک - مشکلات ثبت برند به‌ویژه به دلیل تعدد نهادهای متولی - فشار ناشی از تحریم بر همکاری‌های تجاری و اقتصادی بازیگران حوزه نساجی و پوشاک - هزینه‌های مربوط به بیمه کارگران صنایع نساجی و احتساب آن تحت عنوان مشاغل سخت - عدم هماهنگی دستگاه‌های مجری در طول زنجیره ارزش این صنعت و انتظام‌بخشی به آن		

مأخذ: پژوهش حاضر با استناد به مطالعات آسیب‌شناسی صورت گرفته در وزارت صنعت، معدن و تجارت.

## ۱-۲. چالش‌های ناشی از ضعف عملکرد در زنجیره ارزش داخلی شرکت‌های نساجی و پوشاک

۱-۱-۲. نقایص زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک به‌واسطه جایگاه ضعیف خدماتی‌سازی<sup>۱</sup> در این صنعت یکی از سنجه‌های مناسب در تعیین شدت خدماتی‌سازی، توجه به پرداخت‌های غیرصنعتی در صنعت مورد نظر است. با توجه به مطالب پیش‌گفته، سهم صنایع نساجی و پوشاک از کل پرداخت‌های غیرصنعتی در مجموعه صنعت کشور به کمتر از ۱ درصد رسیده است که با توجه به سهم این صنعت از ارزش افزوده صنعتی، رقم بسیار ناچیزی است. در واقع،

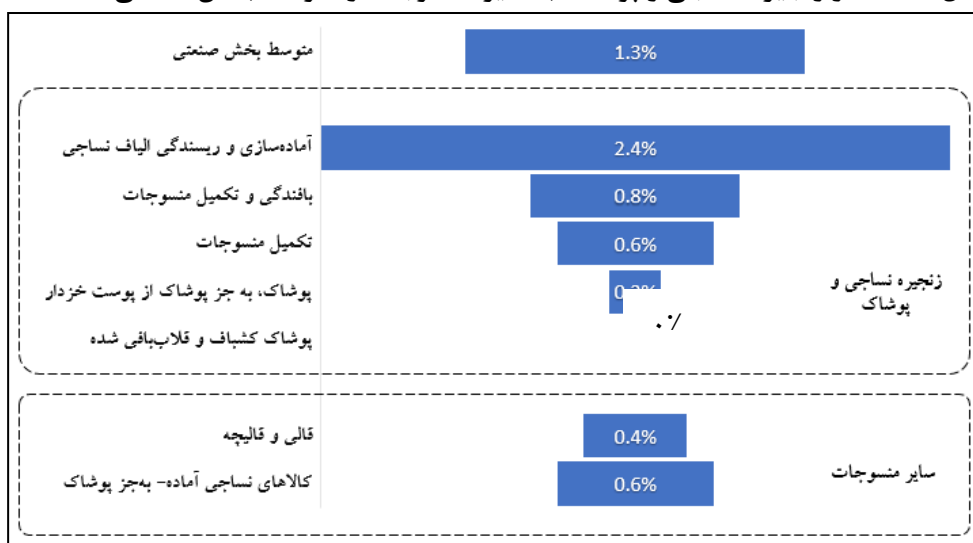


در صنایع نساجی و پوشاک، عمده تمرکز بنگاه‌ها بر قسمت‌های فیزیکی زنجیره ارزش (تأمین مواد اولیه، تولید و فروش) است. این در حالی است که توزیع ارزش در زنجیره کسب‌وکار متکی بر انواعی از خدمات به‌ویژه در بخش‌های ایده‌پردازی، ترکیب مواد و طراحی محصول یا خدمت و بازاریابی و نحوه عرضه آن به مصرف‌کننده نسبت به بخش تولید قرار دارد.

به‌عنوان یکی از اجزای خدماتی‌سازی، می‌توان به هزینه‌های «تحقیق، توسعه و طراحی» اشاره داشت که ترسیمی از عملکرد آن در زنجیره نساجی و پوشاک در نمودار ۱۳ ارائه شده است.

### نمودار ۱۳. مقایسه تطبیقی سهم هزینه‌های تحقیق و توسعه و طراحی

از کل صنعت در زنجیره نساجی و پوشاک با سایر منسوجات و متوسط بخش صنعتی (۱۳۹۸)



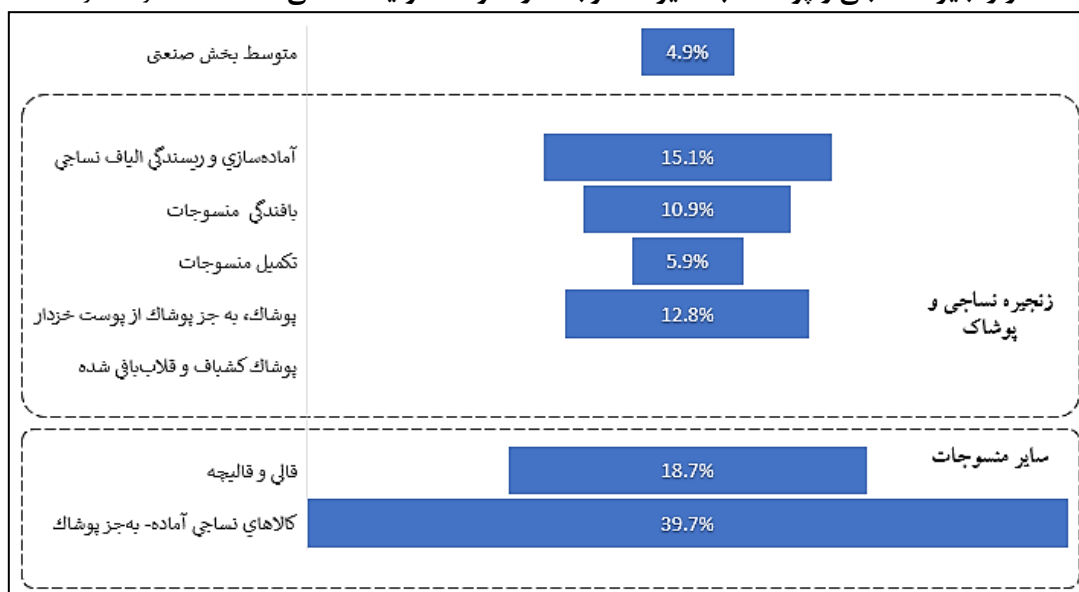
مأخذ: مرکز آمار ایران (۱۴۰۱)، نتایج طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر کشور (۱۳۹۸).

طبق نمودار، سهم پایین هزینه‌های تحقیق، توسعه و طراحی از کل پرداختی بخش صنعت در عمده زیربخش‌های صنایع نساجی و پوشاک در مقایسه با بخش صنعتی کشور مؤید یک عارضه جدی در زنجیره خدماتی‌سازی در این صنعت است. در واقع، به‌جز حلقه آماده‌سازی و ریسندگی الیاف مصنوعی، سایر حلقه‌های زنجیره تولید صنعت نساجی و پوشاک از ارقام پایین هزینه‌کرد در تحقیق و توسعه نسبت به متوسط صنعت (۱/۳ درصد) برخوردارند. این موضوعی است که تأثیر مستقیم آن بر توان موقعیت‌یابی محصولات این رشته فعالیت کلیدی در برابر رقبای منطقه‌ای و جهانی آن وارد می‌شود.

به‌عنوان مؤلفه دیگر در زمینه خدماتی‌سازی، می‌توان به تبلیغات و آگهی اشاره داشت. اطلاعات مربوط به این مؤلفه به‌عنوان یکی از خدمات پس از تولید، برحسب حلقه‌های مختلف تولیدات نساجی و پوشاک در نمودار ۱۴ ترسیم شده است.

## نمودار ۱۴. مقایسه تطبیقی سهم هزینه‌های تبلیغات و فروش

در زنجیره نساجی و پوشاک با سایر منسوجات و متوسط تولید صنعتی - ۱۳۹۸ (واحد: درصد)



مأخذ: همان.

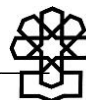
توجه به نمودار ۱۴ مؤید تأکید بسیار بالاتر تولیدکنندگان این صنعت بر امور تبلیغات و فروش به نسبت متوسط صنعت است. این مهم البته می‌تواند نشان‌دهنده فشار بالای هزینه‌های فروش در صنایع نساجی و پوشاک به واسطه عواملی نظیر فشار قاچاق، کاهش قدرت خرید مصرف‌کننده نیز باشد. به‌طور نمونه، طی سال‌های ۱۴۰۱-۱۴۰۰ و با اوج‌گیری روند تورمی در کشور حلقه پایانی زنجیره ارزش صنایع نساجی با یک بحران فروش مواجه شده است و در صورت عدم توجه سیاستی به آن، این رکود و افت فروش در انتهای زنجیره خیلی زود به بقیه حلقه‌ها هم منتقل خواهد شد. لذا، بنگاه‌ها با افزایش هزینه‌کرد در امور بازاریابی و فروش، درصدد مقابله با این شرایط برمی‌آیند اما باید مشخص شود که چه میزان از این هزینه‌کرد بر مقوله توسعه برندینگ (نوعی از سرمایه‌گذاری آتی) متمرکز شده است و چه میزان صرفاً به‌دلیل تورم هزینه‌های فروش تحمیل شده است.

نکته دیگر آن است که ارائه مشوق در راستای توسعه اقدام‌های بازاریابی و فروش می‌تواند یک اقدام حمایتی مناسب در کوتاه‌مدت تلقی شود اما در بلندمدت، بدون توجهات کافی به امور تحقیق، توسعه و طراحی، نمی‌توان نسبت به پایداری عمل صنایع نساجی و پوشاک حتی در بازار داخل اطمینان حاصل کرد.

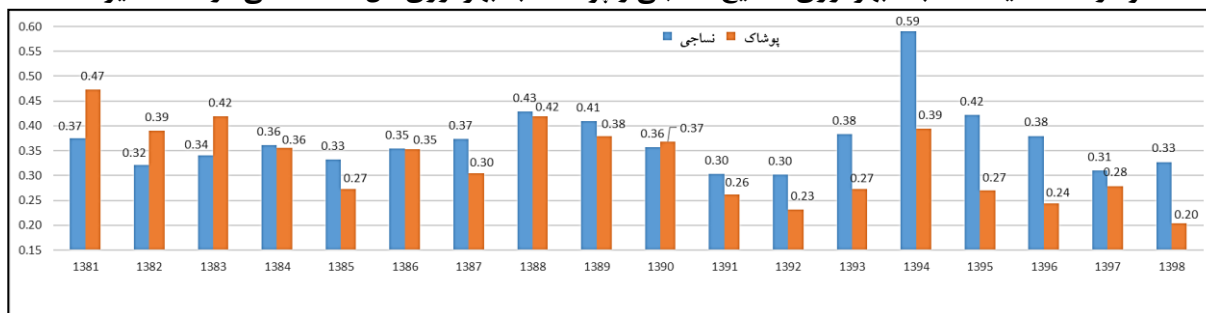
## ۲-۱-۲. انگیزه پایین ارتقای بهره‌وری در شرکت‌ها

انگیزه پایین ارتقای بهره‌وری عوامل تولید در شرکت‌ها در نتیجه عوامل مختلف رخ داده است که از آن جمله می‌توان به کاهش حاشیه سود در این صنعت، ضعف بهره‌مندی از نیروی انسانی خلاق و با بهره‌وری بالا و همچنین فرسودگی تجهیزات و ماشین‌آلات اشاره کرد. نمودار ۱۵، مقایسه‌ای میان بهره‌وری نیروی کار (نسبت ارزش افزوده به تعداد اشتغال) صنایع نساجی و پوشاک در مقایسه با متوسط صنعت نشان می‌دهد.





### نمودار ۱۵. مقایسه نسبت بهره‌وری صنایع نساجی و پوشاک به بهره‌وری کل صنعت طی دو دهه اخیر



مأخذ: همان.

طبق نمودار ۱۵ در کل دوره مورد بررسی، نسبت بهره‌وری این دو صنعت کمتر از متوسط بهره‌وری بخش صنعت بوده است. در واقع، به نسبت تعداد شاغلان صنایع نساجی و پوشاک انتظار می‌رفت سطح تولید بالاتری حاصل شده باشد که به سبب پایین بودن بهره‌وری در صنایع مذکور، این مهم محقق نشده است.

## ۲-۲. چالش‌های مرتبط با محیط کسب و کار واحدهای نساجی و پوشاک

### ۲-۲-۱. چالش‌های ناشی از نقایص زنجیره تأمین

#### ۲-۲-۱-۱. کمبود مواد اولیه و واسطه‌ای

از آنجایی که مواد اولیه مصرفی در تعیین قیمت تمام کالای نهایی نقش بسزایی دارند، توجه به قیمت، کمیت و کیفیت مواد اولیه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در جدول ۶ اشکال‌های ناظر بر هر یک از این مواد اولیه ارائه شده است.

### جدول ۶. چالش‌های ناشی از نقایص مواد اولیه در صنایع نساجی و پوشاک

ماده اولیه	اهم مشکلات
الیاف طبیعی با منشأ گیاهی	<ul style="list-style-type: none"> <li>سطح پایین خودکفایی در تولید داخلی الیاف طبیعی با منشأ گیاهی (مانند پنبه، کف، کتان، سیسال، کناف و لیف) به‌ویژه در زمینه پنبه با سطح خودکفایی کمتر از ۵۰ درصد</li> <li>هزینه تمام شده بالای الیاف پنبه‌ای به سبب هزینه بالای نوسازی ماشین‌آلات پنبه‌پاک‌کنی و لوازم یدکی وارداتی</li> </ul>
الیاف طبیعی با منشأ حیوانی	<ul style="list-style-type: none"> <li>سهم عمده الیاف پشم مصرفی کشور برای تولید پارچه از طریق واردات تأمین می‌شود.</li> </ul>
الیاف مصنوعی با پلیمرهای مصنوعی	<ul style="list-style-type: none"> <li>ساختار انحصاری بازار الیاف پلی‌اکریلیک و ماده اولیه الیاف پلی‌استر</li> <li>وابستگی کامل الیاف پلی‌اکریلیک به واردات اکریلونیتریل</li> <li>کمبود موجود در زمینه تولیدات داخلی الیاف پلی‌پروپیلن</li> </ul>
الیاف مصنوعی با پلیمرهای طبیعی	<ul style="list-style-type: none"> <li>نیاز وارداتی در زمینه ویسکوز (ریون) و برخی دیگر از انواع الیاف مصنوعی با پلیمرهای طبیعی مانند لیوسل، کوپر آمونیم، پلی‌موزیک، ویسکوز ریون و استات</li> </ul>
صنایع وابسته	<ul style="list-style-type: none"> <li>نیاز به واردات بخش زیادی از رنگ‌زاهای نساجی و خرج کار<sup>۱</sup> پوشاک</li> </ul>

در توضیح جدول باید اشاره داشت که:

■ پنبه داخلی به دلیل طول الیاف کوتاه از کیفیت کمتری برخوردار است. همچنین، به دلیل فقدان استفاده از فناوری مدرن و دانش روز، کشت پنبه در ایران به تدریج از صرفه اقتصادی خارج شده و تولید آن روند نزولی دارد. لذا

۱. معمولاً به موارد جانبی برای تولید یک لباس مانند یقه، دکمه و زیپ خرج کار گفته می‌شود.

از جمله ضرورت‌های پیش رو، اصلاح‌نژاد پنبه تولیدی در جهت آبربری کمتر و تولید محصول بیشتر و باکیفیت بالاتر مطرح می‌شود. در مورد پنبه وارداتی نیز با وجود کاهش تعرفه‌های وارداتی، همچنان افزایش نرخ ارز، محدودیت‌های فنی واردات پنبه و کاهش تمایل صادرکنندگان پنبه به ایران، همگی موجب افزایش هزینه تولید منسوجات می‌شود. ■ در مورد پشم نیز به‌عنوان دیگر ماده اولیه طبیعی باید گفت که بخش زیادی از پشم داخلی برای تولید قالی، گلیم و منسوجات دستباف مصرف می‌شود و سهم عمده الیاف پشم مصرفی کشور برای تولید پارچه از طریق واردات تأمین می‌شود.

■ در خصوص مواد اولیه مصنوعی نیز، این صنعت با دو مشکل مشابه مواجه است: اولاً میزان تولید پلیمرهایی که داخل تولید می‌شوند، کمتر از نیاز کشور است و باید تأمین حداکثری نیاز صنایع و همچنین مدیریت عرضه محصولات از طریق بورس کالا، در دستور کار قرار گیرد. ثانیاً بخشی از پلیمرهای مورد نیاز این صنعت در کشور تولید نمی‌شوند و لذا وابسته به واردات هستند. در این خصوص نیز لازم است اقدامات و برنامه‌ریزی‌های لازم برای تکمیل زنجیره ارزش آنها در صنایع بالادست یعنی پتروشیمی صورت گیرد.

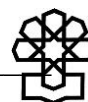
■ رنگرها و سایر مواد شیمیایی صنعت نساجی نیز عموماً وارداتی هستند و تولیدکنندگان داخلی مواد اولیه خود را از خارج کشور دریافت می‌کنند. چالش مهم در این خصوص، تأثیرپذیری شدید میزان واردات این مواد اولیه از نوسانات نرخ ارز است؛ به‌نحوی که مشاهده می‌شود در دوره‌های افزایش نرخ ارز، میزان واردات به شدت کاهش یافته و تولید داخلی را متأثر کرده است.

با توجه به نیاز بازار در زنجیره تولیدات نساجی و پوشاک و با نگاه استراتژیک به توسعه این صنایع به‌عنوان صنایع اشتغال‌زا و قدرت ارزآوری بالا در بخش‌های مختلف، در تولید انواع پارچه‌های تار پودی، انواع نخ سیستم پنبه‌ای و الیاف مصنوعی (به‌خصوص نخ‌های ظریف)، نخ اسپندکس، الیاف پنبه و ویسکوز بیشترین وابستگی وجود دارد و به توسعه، سرمایه‌گذاری‌های جدید و جهش در تولید این نهاده‌ها ضروری است.

یکی از دلایل بروز کمبود و نقایص در زنجیره، عدم توازن در الگوی توزیع سود در زنجیره این صنایع است. این مسئله با تأثیر مستقیم بر انگیزه سرمایه‌گذاری در حلقه‌های مختلف زنجیره، موجب استمرار بخشی به شرایط کمبود / مازاد در برخی حلقه‌ها می‌شود. یک نمونه عملی، به حلقه پارچه بازمی‌گردد که در مقایسه با بخش ریسندگی بیشتر در معرض قاچاق قرار دارد و نتیجتاً از بازدهی سرمایه پایین‌تری برخوردار است. در واقع، از آنجاکه در تولید این محصولات، طراحی، برندینگ، تحقیق و توسعه و... ضعیف عمل شده است و فشار محصولات قاچاق بالا بوده در نتیجه حاشیه سود تولیدکنندگان داخلی کاهش یافته است.

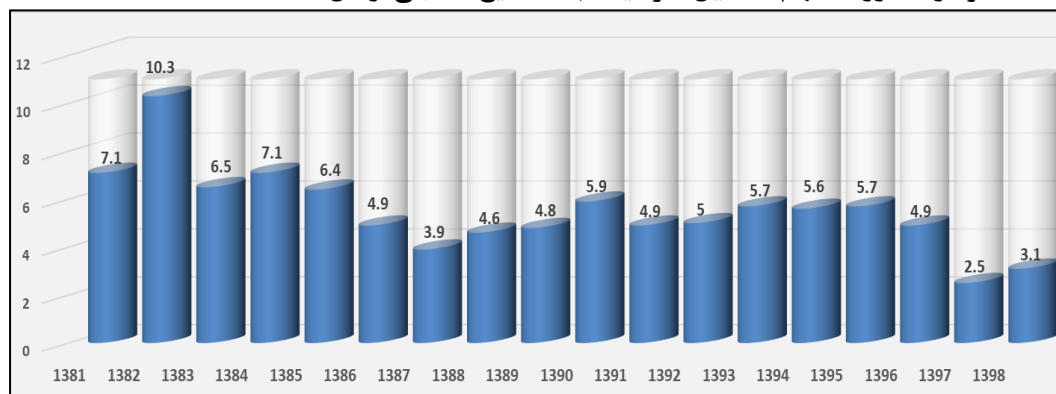
## ۲-۲-۱-۲. ضعف فناوری تولید و دسترسی پرهزینه به تجهیزات و ماشین‌آلات روز دنیا

در شرایطی که متوسط عمر بیش از ۷۰ درصد ماشین‌آلات مورد استفاده در کشور حدود ۳۰ سال است، صنعت نساجی به‌دلیل عدم بهره‌مندی از فناوری‌های جدید و به‌روز و همچنین دانش فنی، در مقایسه با صنعت نساجی دنیا عقب‌تر بوده و قدرت رقابت آن در حال تضعیف است. نگاهی به سیر تحولات تشکیل سرمایه در تولید نشان می‌دهد که روند به‌شدت نوسانی و در اغلب موارد، سیر نزولی تشکیل سرمایه در بخش صنعت نساجی، حاکی از فرسوده شدن فناوری



تولید در این بخش و زوال تولید صنعتی است. نمودارهای ۱۶ و ۱۷ سهم تشکیل سرمایه ثابت صنایع نساجی و پوشاک از کل صنعت را نشان می‌دهد.

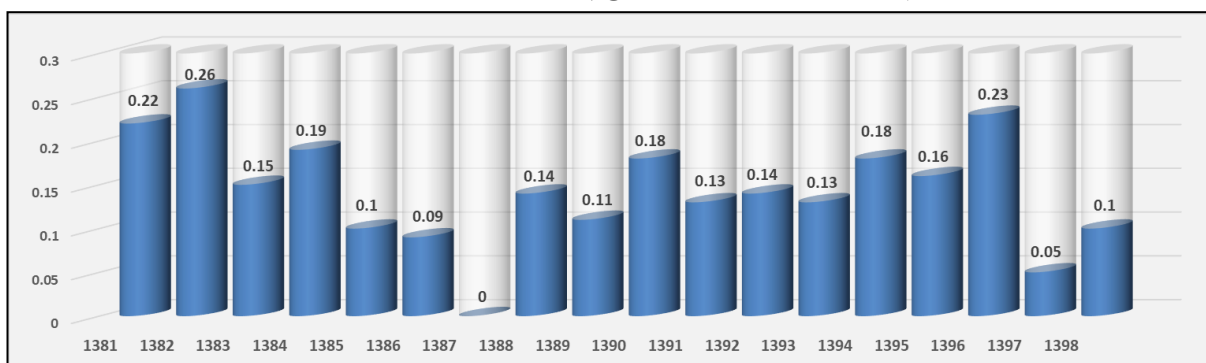
نمودار ۱۶. روند سهم تشکیل سرمایه ثابت صنایع نساجی از کل صنعت (۱۳۸۱-۱۳۹۸)



مأخذ: مرکز آمار ایران (۱۴۰۱)، نتایج طرح آمارگیری از کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر کشور (سال‌های مختلف).

طبق نمودار، درحالی‌که سهم تشکیل سرمایه ثابت صنعت نساجی از کل صنعت در سال ۱۳۸۱ برابر با ۷/۱ درصد بوده و حتی در سال ۱۳۸۲ به عدد ۱۰/۳ درصد نیز رسیده است، طی یک روند نزولی به میزان ۳/۱ درصد در سال ۱۳۹۸ تنزل کرده است.

نمودار ۱۷. روند سهم تشکیل سرمایه ثابت صنایع پوشاک از کل صنعت (۱۳۸۱-۱۳۹۸)



مأخذ: همان.

طبق نمودار ۱۷، این روند نزولی به‌طور مشابه برای صنعت پوشاک نیز مشاهده می‌شود، به‌طوری‌که سهم ۰/۲۲ درصدی این صنعت در سال ۱۳۸۱ به ۰/۱ درصد در سال ۱۳۹۸ رسیده است. درنهایت، گفتنی است در برخی موارد بنگاه از تجهیزات و فناوری‌های به‌روز برخوردار است، اما به‌دلیل عدم نیروی انسانی آموزش‌دیده، متخصص و خلاق امکان بهره‌مندی از همه ظرفیت‌های تجهیزات وجود ندارد.

### ۳-۱-۲-۲. ضعف صنایع پشتیبان زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک

صنایع رنگرزی، چاپ و تکمیل از جمله صنایع پشتیبان صنایع نساجی و پوشاک به‌شمار می‌روند که در حال حاضر به‌دلیل وابستگی وارداتی، نیازمند بازنگری در مسیر برنامه‌ریزی‌های توسعه صنایع نساجی و پوشاک هستند. همچنین یکی از فرصت‌های پیش روی صنایع رنگرزی و چاپ استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه و تولید مواد جدید و پیشرفته مورد استفاده در این صنایع است. ضمناً از آنجاکه برخی از لوازم جانبی تولید پوشاک تحریم است، تولیدکنندگان هنگام تولید پوشاک با مشکلاتی مانند کمبود و گرانی پارچه و برخی دیگر از اقلام ضروری صنعت پوشاک (اصطلاحاً خرج کار) مواجه‌اند. در کنار چالش‌های حلقه تأمین صنایع نساجی و پوشاک، کاستی‌ها و چالش‌های حلقه‌های طراحی، مد و برندینگ نیز حائز اهمیت است که در بخش زنجیره ارزش به آن اشاره شد.

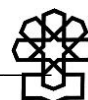
### ۲-۲-۲. چالش‌های ناشی از نقایص عملکرد در برابر تقاضای بازار

#### ۱-۲-۲-۲. چالش‌ها و موانع ناشی از قدرت پایین رقابت‌پذیری در بازار داخل به‌ویژه در برابر کالاهای قاچاق

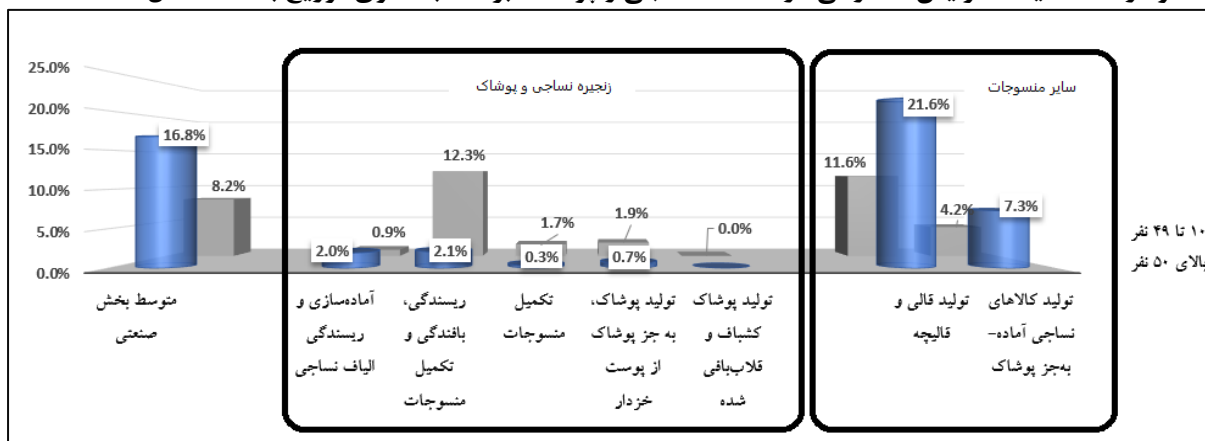
صنایع نساجی و پوشاک کشور با وجود برخورداری از حمایت‌های تعرفه‌ای به سبب فشار کالاهای قاچاق، بخشی از بازار داخل را از دست داده‌اند. در تبیین علل رخداد این مسئله باید به وضعیت نامطلوب سه مقوله اساسی رقابت‌پذیری شامل «گرایش به برند»، «قیمت و مقایسه اقتصادی» و «شاخص‌های کیفی» توجه داشت که تأثیر مستقیمی در انتخاب مشتری برای خرید محصولات داخلی در برابر رقبای خارجی دارد. در واقع، حتی اگر به‌لحاظ شاخص‌های کیفی و برند، تولیدات داخل توان رقابت با مشابه خارجی را داشته باشد، از منظر قیمت پایین‌تر کالاهای قاچاق که در معرض هیچ‌گونه مالیات قرار ندارد، شرایط رقابت برای تولیدات داخل بسیار سخت است.

#### ۲-۲-۲-۲. چالش‌ها و موانع ناشی از گرایش پایین صادراتی

کاهش توان رقابت‌پذیری محصولات تولیدی (از نظر قیمت تمام شده، کیفیت محصولات تولیدی و تنوع پایین سبک صادرات پوشاک ایران) چالش مهمی است که صنایع نساجی و پوشاک نه‌تنها در بازار داخلی که در بازار جهانی نیز با آن مواجه است. علاوه‌براین، گرایش پایین صادراتی در بنگاه‌های بزرگ نیز عامل دیگری است که مشکل فوق را تشدید می‌کند. نمایش عملکرد این مسئله با محاسبه نسبت درآمدهای صادراتی به کل درآمدهای فروش در هر دو گروه بنگاه‌های زیر ۵۰ نفر و بالای ۵۰ نفر به‌عنوان سنج‌های از مقیاس بنگاهی به انجام رسیده است (نمودار ۱۸):



### نمودار ۱۸. مقایسه گرایش صادراتی در صنعت نساجی و پوشاک بر حسب الگوی توزیع بنگاه - سال ۱۳۹۸



مأخذ: مرکز آمار ایران.

طبق نمودار ۱۸، بنگاه‌های بین ۱۰ تا ۴۹ نفر اتکای بالاتری به درآمدهای صادراتی در مقایسه با بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر کارکن دارند و این عملکرد عمدتاً در خصوص حلقه‌های ریسندگی و بافندگی است. در واقع، در حلقه پوشاک که بالاترین توان خلق ارزش افزوده مورد انتظار است، اتکای صادراتی در این بنگاه‌ها به مراتب پایین‌تر است. این مسئله به‌نحو شدیدتری در بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر با اتکای پایین‌تر به درآمدهای صادراتی قابل ردیابی است. این مسئله به چند جهت محل اشکال است:

۱. اتکای بالای برندهای برتر (که عمدتاً مربوط به بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر کارکن به بالاست) به بازار داخل و انگیزه محدود صادراتی.

۲. اتکای بالاتر بنگاه‌های زیر ۵۰ نفر کارکن به درآمدهای صادراتی در حلقه‌های میانی زنجیره تأمین نساجی و پوشاک. اشکال این مسئله از آنجاست که این واحدها امکان و توان مالی لازم جهت صرف هزینه در حلقه‌های بازاریابی، برندینگ، طراحی و تولید مطابق با نیاز و سلیقه مشتریان را نداشته و از این منظر، کمتر از پتانسیل موجود در ایجاد ارزش افزوده در امر صادرات بهره‌مند می‌شوند. ضمناً، به دلیل ماهیت نیمه‌نهایی عمده محصولات صادراتی در این واحدها، متوسط دریافتی به‌ازای هر واحد کالای صادراتی در سطح پایین‌تری از پتانسیل‌های این صنعت خواهد بود.

۳. با عنایت به سهم غالب بنگاه‌های زیر ۵۰ نفر در صنایع نساجی (۷۰ درصد) و پوشاک (۸۵ درصد)، عملکرد انفرادی این واحدها در ورود به بازارهای صادراتی و انگیزه پایین برای تشکیل گروه‌های اقتصادی با منافع مشترک، نه تنها موجب کاهش قدرت چانه‌زنی این واحدها می‌شود، بلکه به قدرت برند ملی نیز در کلان مسئله آسیب وارد می‌کند. نتیجه تمام اشکال‌های برشمرده، کاهش توان رقابت‌پذیری صنایع نساجی و پوشاک در بازارهای جهانی و تمرکز بالای مقاصد صادراتی و کاهش نرخ ماندگاری در بازارهای صادراتی است.

### ۲-۲-۳-۲. چالش‌ها و موانع ناشی از شبکه عرضه سنتی و سازمان نیافته محصولات نساجی و پوشاک در بازار

بررسی ارقام مربوط واحدهای صنفی و ترکیب آن مبین سهم ۱۸ درصدی اصناف فعال در حوزه نساجی و پوشاک از کل اصناف تولیدی کشور است که بالغ بر ۱۲۰ هزار واحد می‌شود. اشکال اصلی فعالیت واحدهای مذکور در این صنعت آن است که آنها به ابزارها و روش‌های نوین مجهز نبوده و به‌صورت سنتی فعالیت می‌کنند. این مسئله به سخت‌تر شدن مسیر سازماندهی و نظارت بر فعالیت واحدهای مذکور منجر شده و درعین حال امکان عرضه کالاهای قاچاق در شبکه

را نیز میسر می‌سازد. مجموع این موارد، به کوچک‌تر شدن بازار داخلی برای تولیدات داخل و همچنین تنگ‌تر شدن فضای رقابت در این صنایع منجر می‌شود.

### ۲-۳. چالش‌های ناشی از نقایص الگوی ساختار بازاری حاکم

#### ۲-۳-۱. ضعف ساختاری حوزه صنف و صنعت به‌ویژه دربایه واحدهای زیرپله‌ای تولیدی و توزیعی پوشاک

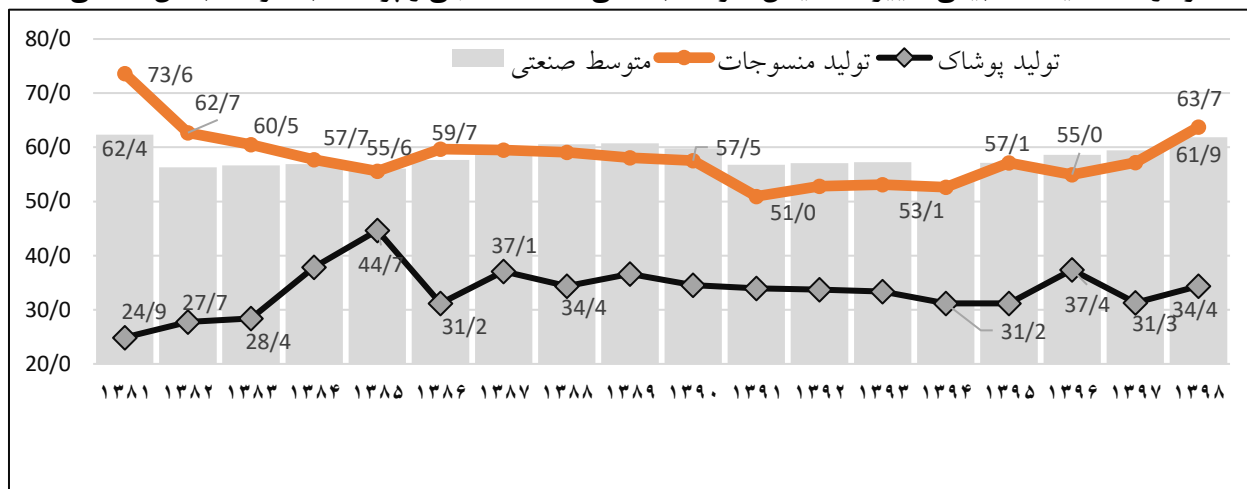
در حلقه توزیع صنایع پوشاک ایران تعداد زیادی از بنگاه‌ها فعال هستند که می‌توانند به ایجاد فضای رقابتی در بازار منجر شوند، با توجه به آنکه حدود ۷۵ درصد از سهم توزیع پوشاک در بازار متعلق به واحدهای نیمه‌سازمان‌یافته انفرادی و ۱۵ درصد نیز به واحدهای غیرسازمان‌یافته انفرادی زیرپله‌ای و بدون مجوز اختصاص دارد، می‌توان نتیجه گرفت که بخش عمده توزیع به‌صورت انفرادی و بدون توسعه فروشگاه‌های تخصصی عرضه محصولات انجام می‌شود.<sup>۱</sup>

#### ۲-۳-۲. ضعف بهره‌مندی از صرفه‌های مقیاس در واحدهای بزرگ

بخش مهمی از صنایع پوشاک کشور به تولید صنفی خرد مربوط است و از نظر 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. البته در مورد صنایع نساجی، شرایط مناسب‌تر است و سهم واحدهای خرد و عرضه غیرسازمان‌یافته به نسبت پوشاک بسیار کمتر است.

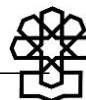
درحالی‌که متوسط شاغلان هر بنگاه در بخش صنعت ۶۱/۹ نفر است، متوسط شاغلان هر بنگاه صنعت پوشاک ۳۴/۴ نفر است که نشان‌دهنده کوچک‌تر بودن مقیاس بنگاه‌های صنعت پوشاک است. رقم مذکور اگرچه درخصوص صنایع نساجی نیز معادل ۶۳/۷ نفر است که تقریباً در محدوده متوسط صنعت قرار دارد، اما در دو دهه قبل در سطح بسیار بالاتر از صنعت (و معادل ۷۳/۶ در برابر رقم ۶۲/۴ نفر) قرار داشته است.

نمودار ۱۹. مقایسه تطبیقی تغییرات مقیاس متوسط بنگاه‌های صنعت نساجی و پوشاک با متوسط بخش صنعتی



مأخذ: همان.

۱. وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰۱)، دفتر منسوجات و پوشاک.



کوچک بودن ظرفیت فعال واحدهای تولیدی و سهم بالای بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت پوشاک موجب عدم بهره‌گیری از صرفه‌های مقیاس در تولید و در نتیجه کاهش قدرت رقابت‌پذیری و استقامت در مقابل شوک‌های محیطی می‌شود.

### ۳-۳-۲. ضعف بهره‌مندی از صرفه‌های تجمع: پراکندگی آمایشی واحدها

از نظر پراکندگی جغرافیایی، دو استان یزد و اصفهان بیشترین تمرکز واحدهای صنعت نساجی را به خود اختصاص می‌دهند (۴۲ درصد کل صنعت). در صورتی که برحسب اشتغال و سرمایه اختصاص یافته، سهم این دو استان به ترتیب معادل ۲۸ و ۳۱ درصد است که نشان‌دهنده تعدد واحدهای کوچک مقیاس در این دو استان است اما از نظر پراکندگی واحدهای پوشاک، بیشترین تمرکز واحدها متعلق به استان تهران و بعد از آن، مناطق آزاد و ویژه اقتصادی است. سهم این واحدها از سرمایه اختصاص یافته و اشتغال، به ترتیب معادل ۵۳ و ۴۴ درصد است که حاکی از سهم بیشتر بنگاه‌های بزرگ مقیاس در این واحدها است. آمار ارائه شده حاکی از آن است که تناسبی میان استقرار واحدهای نساجی و پوشاک وجود نداشته و لذا تعداد محدود بنگاه‌های بزرگ مقیاس امکان بهره‌مندی از صرفه‌های ناشی از مقیاس را محدود می‌کند. آثار ناشی از این پراکنش نامتوازن، در افزایش هزینه تمام شده صنایع نساجی و پوشاک و در نتیجه، کاهش قدرت رقابت‌پذیری صادراتی نمایانگر می‌شود.

### ۴-۳-۲. فعالیت‌های واحدهای غیرمجاز با تولیدات ارزان و بی کیفیت

بخشی از واحدهای عرضه‌کننده پوشاک به‌ویژه پوشاک با برند خارجی، به صورت غیرمجاز فعالیت می‌کنند. در این واحدها نه تنها کالای قاچاق عرضه می‌شود، بلکه حتی استانداردهای فنی و بهداشتی همچون شستشوی لباس به صورت نامناسب انجام می‌شود. این مسئله با توجه به کمتر بودن هزینه‌های فعالیت در این واحدها به نسبت واحدهای مجاز، به نابرابر شدن شرایط رقابت در این صنعت منجر می‌شود.

### ۴-۲. چالش‌های ناشی از عملکرد محیط سیاستی دور

علاوه بر موضوع‌های بخشی که در مباحث پیش گفته اشاره شد، موضوع‌هایی در لایه سیاستگذاری نیز بر عملکرد بخش تأثیرگذار است که برخی از این موارد را می‌توان به شرح ذیل برشمرد و لازم است در گزارش مجزایی به آن پرداخته شود.

- مشکلات ناشی از نظام تعرفه‌بندی محصولات نساجی و پوشاک و صنایع پشتیبان آن
- مشکلات ثبت برند به‌ویژه به دلیل تعدد نهادهای متولی
- فشار ناشی از تحریم بر همکاری‌های تجاری و اقتصادی بازیگران حوزه نساجی و پوشاک
- هزینه‌های مربوط به بیمه کارگران صنایع نساجی
- عدم هماهنگی دستگاه‌های مجری در طول زنجیره ارزش این صنعت و انتظام‌بخشی به آن

### ۳. سیاست‌های توسعه صنعت نساجی و پوشاک

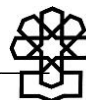
به‌منظور تعیین سیاست‌های اجرایی ناظر بر صنایع نساجی و پوشاک ضروری است نه‌تنها به مشکلات مبتلابه این صنعت پرداخته شود، بلکه با توجه به شرایط اقتصادی حاکم بر این اقتصاد که طی سالیان متمادی آن را ناگزیر از دستیابی به الزامات اقتصاد مقاومتی قرار داده است، به تعیین راهکارها پرداخت. این الزامات طبق سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی عبارتند از: درون‌زاه، برون‌نگر، پیشرو، پویا و متکی به دانش و فناوری. با عنایت به الزامات برشمرده، در جدول ۷ ترتیبی اتخاذ شده است تا ابتدا تناظر میان چالش‌های احصا شده و حوزه اصابت آن بر مبنای الزامات اقتصاد مقاومتی برقرار شود، سپس نسبت به تعیین اهداف و راهبردها پرداخته شود.

### جدول ۷. اهم جهت‌گیری‌های به‌عمل آمده بر مبنای الزامات اقتصاد مقاومتی در توصیف ویژگی‌های

#### بخش صنعت: کاربرد در صنایع نساجی و پوشاک

جهت‌گیری کلی	محور	مصادیق مرتبط با صنایع نساجی و پوشاک	چالش‌های مرتبط با عملکرد صنایع نساجی و پوشاک
(۱)	درون‌زا	بهره‌مند از زنجیره تأمین متوازن	C1: عدم توازن زنجیره تأمین و وابستگی وارداتی در برخی از حلقه‌ها C2: اشکال‌های ناظر بر زنجیره به‌لحاظ درجات کیفی تولیدات C3: ضعف بهره‌مندی از صرفه‌های مقیاس و تجمع C4: ضعف صنایع پشتیبان زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک C5: وجود برخی از انحصارات در تأمین و تولید مواد اولیه
(۲)	برون‌گرا	مواجه با پایداری زیست‌محیطی	C6: سهم غالب روش‌ها و فناوری‌های آب‌بر و آلاینده در صنایع نساجی C7: فقدان سیستم‌های بازیافت پساب صنعتی در واحدها
(۳)	افزایش فرصت‌های صادراتی	سهم‌گیری از بازارهای صادراتی محصولات با ارزش افزوده بالا	C8: سهم محدود از سبد صادرات صنعتی با وجود توان بالای ارزش افزوده بالا C9: ضعف برندهای داخلی نساجی و پوشاک در توسعه بازارهای صادراتی و همکاری‌های بین‌المللی
(۴)	ایجاد برندهای قوی ملی	شرکت راهبردی شرکت‌ها با صاحبان برندهای خارجی قدرتمند: ایجاد گروه‌های کسب‌وکار برای تولید تحت برند مشترک	C10: ناترازی الگوی توزیع سود در طول زنجیره تولید نساجی و پوشاک و صنایع وابسته به آن C11: نابرابری رقابت با واحدهای غیرمجاز و یا زیرپله‌ای با تولیدات ارزان و بی کیفیت C12: کاهش حاشیه سود ناشی از فشار قاچاق در برخی از حلقه‌های زنجیره
(۴)	ارتقای جایگاه فناوری در تولیدات صنایع نساجی و پوشاک	توسعه مراکز طراحی پارچه و لباس توسعه پوشاک بدون دوخت (Seamless) و کاهش قابل توجه ضایعات	C13: انگیزه پایین ارتقای بهره‌وری و بهبود کیفی در شرکت‌ها





جهت گیری کلی	محور	مصادیق مرتبط با صنایع نساجی و پوشاک	چالش های مرتبط با عملکرد صنایع نساجی و پوشاک
	ارتقای جایگاه تحقیق و توسعه و طراحی در تولیدات	بهره مندی از ظرفیت فناوری های نسل چهارم در بازاریابی و فروش محصولات نساجی و پوشاک	C14: ضعف تکنولوژی تولید، و دسترسی پرهزینه به تجهیزات و ماشین آلات روز دنیا
(۵) پیشرو	افزایش توان خلق ارزش افزوده	- انطباق نظام ارزیابی کیفیت با استانداردهای جهانی - افزایش سهم الیاف پیشرفته (نانو الیاف، بایو الیاف، الیاف بالستیک،...) در محصولات نساجی و پوشاک	C15: چالش ها و محدودیت های فرهنگی در توسعه و به کارگیری طرح ها و سبک های جدید پوشاک C16: نقایص جایگاه خدماتی سازی (servitization) در زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک به ویژه در بخش تحقیق و توسعه و طراحی

مأخذ: پژوهش حاضر.

با توجه به مسائل استراتژیک احصایی، اهداف کلان به شرح جدول ۸ است.

#### جدول ۸. اهداف کلان در تناظر با مسائل استراتژیک شناسایی شده در صنایع نساجی و پوشاک

محور استراتژیک	چالش	تبعات حاصله	هدف
درون زایی	C1: عدم توازن زنجیره تأمین و وابستگی وارداتی در برخی از حلقه ها C2: اشکالات ناظر بر زنجیره به لحاظ درجات کیفی تولیدات C3: ضعف بهره مندی از صرفه های مقیاس و تجمع C4: ضعف صنایع پشتیبان زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک C5: سهم غالب روش ها و فناوری های آب بر و آلاینده در صنایع نساجی C6: وجود برخی انحصارات در تأمین و تولید مواد اولیه C7: فقدان سیستم های بازیافت پساب صنعتی در واحدها	هزینه تمام شده بالای محصولات تولیدی	G1 ارتقای درون زایی در کنار کاهش هزینه تمام شده محصولات نساجی و پوشاک
برون گرایی	C8: سهم محدود از سبد صادرات صنعتی با وجود توان بالای ارزآوری این صنعت به ازای هر تن به دلار C9: ضعف برندهای داخلی نساجی و پوشاک در توسعه بازارهای صادراتی و همکاری های بین المللی	کاهش توان ارزآوری محصولات نساجی و پوشاک	G2 افزایش ظرفیت های صادراتی و توان ارزآوری محصولات
عدالت بنیانی	C10: ناترازی الگوی توزیع سود در طول زنجیره تولید نساجی و پوشاک و صنایع وابسته به آن C11: نابرابری رقابت با واحدهای غیرمجاز و یا زیرپله ای با تولیدات ارزان و بی کیفیت C12: کاهش حاشیه سود ناشی از فشار قاچاق در برخی از حلقه های زنجیره	ناپایداری فعالیت واحدهای نساجی و پوشاک در بازار	G3 افزایش پایداری واحدهای نساجی و پوشاک در بازار
پویایی و اتکا به دانش و فناوری	C13: انگیزه پایین ارتقای بهره وری و بهبود کیفی در شرکت ها C14: ضعف تکنولوژی تولید، فرسودگی ماشین آلات و دسترسی پرهزینه به تجهیزات و ماشین آلات روز دنیا	کاهش توان خلق ارزش افزوده	G4 افزایش پویایی و افزایش توان خلق ارزش افزوده در صنایع نساجی و پوشاک
پیشرو بودن	C15: چالش ها و محدودیت های فرهنگی در توسعه و به کارگیری طرح ها و سبک های جدید پوشاک C16: نقایص جایگاه خدماتی سازی (servitization) در زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک به ویژه در بخش تحقیق و توسعه و طراحی	افت کیفی محصولات	G5 افزایش سهم محصولات کیفی و نوآورانه در صنایع نساجی و پوشاک

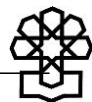
مأخذ: همان.

## ۱-۳. راهبردهای کلان توسعه صنایع نساجی و پوشاک

متناظر با محیط‌شناسی به‌عمل آمده در فصول قبل، راهبردهای کلان توسعه صنایع نساجی و پوشاک در تناظر با مسائل استراتژیک شناسایی شده در این صنعت به شرح موارد مندرج در جدول ۹ احصا شد.

جدول ۹. راهبردهای کلان در تناظر با مسائل استراتژیک شناسایی شده در صنایع نساجی و پوشاک

محور	چالش	تبعات حاصله	هدف	راهبردها
درون‌زایی	C1: عدم توازن زنجیره تأمین و وابستگی وارداتی در برخی از حلقه‌ها C2: اشکالات ناظر بر زنجیره به‌لحاظ درجات کیفی تولیدات C3: ضعف بهره‌مندی از صرفه‌های مقیاس و تجمع C4: ضعف صنایع پشتیبان زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک C5: سهم غالب روش‌ها و فناوری‌های آب‌بر و آلاینده در صنایع نساجی C6: وجود برخی انحصارات در تأمین و تولید مواد اولیه C7: فقدان سیستم‌های بازیافت پساب صنعتی در واحدها	هزینه تمام‌شده بالای محصولات تولیدی	G1 ارتقای درون‌زایی در کنار کاهش هزینه تمام شده محصولات نساجی و پوشاک	S1: ایجاد و تکمیل زنجیره تأمین پایدار و باکیفیت در صنایع نساجی و پوشاک و صنایع پشتیبان آن
برون‌گرایی	C8: سهم محدود از سبد صادرات صنعتی با وجود توان بالای ارزآوری این صنعت به‌زای هر تن به دلار C9: ضعف برندهای داخلی نساجی و پوشاک در توسعه بازارهای صادراتی و همکاری‌های بین‌المللی	کاهش توان ارزآوری محصولات نساجی و پوشاک	G2 افزایش ظرفیت‌های صادراتی و توان ارزآوری محصولات	S2: توسعه ظرفیت‌های صادراتی با تمرکز هم‌زمان بر تنوع‌بخشی به سبد محصولات و مقاصد صادراتی S3: توسعه برندهای ملی به‌منظور حضور در بازارهای جهانی و زنجیره‌های ارزش بین‌المللی
عدالت‌بنیانی	C10: ناترازی الگوی توزیع سود در طول زنجیره تولید نساجی و پوشاک و صنایع وابسته به آن C11: نابرابری رقابت با واحدهای غیرمجاز و یا زیرپله‌ای با تولیدات ارزان و بی‌کیفیت C12: کاهش حاشیه سود ناشی از فشار قاچاق در برخی از حلقه‌های زنجیره	ناپایداری فعالیت واحدهای نساجی و پوشاک در بازار	G3 افزایش پایداری واحدهای نساجی و پوشاک در بازار	S4: افزایش سهم انواع روش‌های همکاری اعم از مالکیتی، مدیریتی و تجاری بلندمدت میان واحدها در صنایع نساجی و پوشاک S5: تغییر ساختار بنگاهی صنایع نساجی و پوشاک به سمت «ساختار متکی بر مقیاس و رقابت» S6: تحریک تقاضا برای تولیدات نساجی و پوشاک کشور با بهره‌مندی از مداخلات بازاری غیرمستقیم
پویایی و انکا به دانش و فناوری	C13: انگیزه پایین ارتقای بهره‌وری و بهبود کیفی در شرکت‌ها C14: ضعف تکنولوژی تولید، فرسودگی ماشین‌آلات و دسترسی پر هزینه به تجهیزات و ماشین‌آلات روز دنیا	کاهش توان خلق ارزش افزوده	G4 افزایش پویایی و ارتقای توان خلق ارزش افزوده در صنایع نساجی و پوشاک	S7: ارتقای توان رقابت‌پذیری هزینه‌ای عوامل تولید صنایع نساجی و پوشاک با توجه هم‌زمان به «نوسازی تجهیزات» و «توسعه مهارتی» در واحدها



محور	چالش	تبعات حاصله	هدف	راهبردها
توسعه پودن	C15: چالش‌ها و محدودیت‌های فرهنگی در توسعه و به‌کارگیری طرح‌ها و سبک‌های جدید پوشاک C16: نقایص جایگاه خدماتی‌سازی (servitization) در زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک به‌ویژه در بخش تحقیق و توسعه و طراحی	افت کیفی محصولات	G5 افزایش سهم محصولات کیفی و نوآورانه در صنایع نساجی و پوشاک	S8: ارتقای زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک برحسب مؤلفه‌های «فرایندی»، «تنوع» و «کیفیت محصولی»

مأخذ: همان.

بدین ترتیب هشت راهبرد کلان در صنایع نساجی و پوشاک احصا شد که وجه مشترک همه آنها، تلاش برای به حداقل رساندن تهدیدهای مقابل این صنعت با رفع نقاط ضعف حاکم بر آن است.

### جمع‌بندی و پیشنهادها

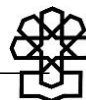
صنایع نساجی و پوشاک طی دو دهه اخیر با کاهش شدید سهم از تولید صنعتی کشور مواجه شده‌است به‌نحوی که سهم ارزش‌افزوده این صنعت از تولیدات صنعتی از ۲۵/۵ درصد در سال ۱۳۷۰ به حدود ۵ درصد در سال ۱۳۹۸ افول کرده است. این کاهش سهم از دو منظر محل توجه جدی سیاستگذاری است: اولاً، سهم این صنایع از مواد اولیه وارداتی به نسبت کاهش سهم آنها از تولید صنعتی کاهش چشمگیری نیافته است. به‌طوری‌که سهم این صنایع از مواد اولیه خارجی صنعتی از ۵/۵ درصد در سال ۱۳۸۱ به ۳/۱ درصد در سال ۱۳۹۸ کاهش یافته درحالی‌که سهم ارزش‌افزوده این صنایع از بخش صنعتی از ۸ درصد به ۴/۸ درصد در سال ۱۳۹۸ کاهش یافته است. این امر به‌معنای تشدید اثر نقایص زنجیره تأمین این صنایع به‌ویژه در تولید انواع پارچه‌های تاری پودی، انواع نخ سیستم پنبه‌ای و الیاف مصنوعی (به‌خصوص نخ‌های ظریف)، نخ اسپندکس، الیاف پنبه و ویسکوز و تأثیر این کمبود بر هزینه‌های فعالیت در این صنایع است. ثانیاً، با وجود کاهش سهم و فشار ناشی از وابستگی وارداتی، همچنان صنایع نساجی و پوشاک در جایگاه برتر به‌لحاظ خلق ارزش‌افزوده صنعتی قرار دارد به‌نحوی که متوسط نسبت ارزش‌افزوده به ارزش ستانده (توان خلق ارزش‌افزوده) پوشاک و نساجی به‌ترتیب ۴۵/۲ و ۳۳/۱ درصد بوده که نسبت به متوسط صنعت (۲۶/۱ درصد) بالاتر است.

به‌منظور تدقیق بیشتر تحلیل‌ها علاوه بر بررسی عملکرد کل صنایع نساجی و پوشاک در بخش صنعتی، عملکرد این صنایع بر مبنای الگوی توزیع بنگاه نیز بررسی شد. مطابق نتایج به‌دست آمده بنگاه‌های صنعتی بالای ۱۰ نفر کارکن فعال در صنایع نساجی و پوشاک در حال حاضر معادل ۲/۶ درصد از ارزش‌افزوده صنعتی را به خود اختصاص می‌دهند که با لحاظ عملکرد بخش صنفی، این سهم تا ۴/۸ درصد از کل ارزش‌افزوده صنعتی کشور قابل افزایش است. معنای دیگر این آمار اهمیت بالای بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن در این صنعت است. در روش تحلیلی دیگر و به‌عنوان یک سنجه مقایسه‌ای از عملکرد بنگاه‌های فعال در این صنعت در برابر سایر بنگاه‌های دارای مقیاس مشابه در صنعت، می‌توان دریافت که بهترین عملکرد بنگاهی در صنایع نساجی و پوشاک مربوط به بنگاه‌های خرد (زیر ۱۰ نفر کارکن) با سهم ۱۴/۱ درصدی از ارزش‌افزوده صنعتی حاصله توسط کل بنگاه‌های خرد است. عملکرد بهتر بنگاه‌های خرد نسبت

به سایر بنگاه‌های فعال در این صنعت، در حالی است که اطلاعات دقیقی از تعداد بنگاه‌های خرد (زیر ۱۰ نفر کارکن) در این صنعت موجود نیست و این خود به سخت شدن فرایند مدیریت و سیاستگذاری در این صنعت منجر می‌شود. از دیگر نتایج گزارش حاضر اینکه، صنایع نساجی و پوشاک به‌لحاظ سهم از فروش در بازار صادراتی تقریباً در تمامی سال‌ها از اهمیت پایین‌تری در بخش صنعتی کشور به نسبت سهم از ارزش تولید صنعتی کشور برخوردار بوده است. این در حالی است که ارزش نسبی کالای صادراتی در صنایع پوشاک و نساجی در مقایسه با سایر صنایع منبع‌پایه بسیار بالاتر است (به ترتیب ۱۱، ۶ و ۲ دلار برای فرش، پوشاک و نساجی به‌ازای هر کیلوگرم). اما یکی از نقاط ضعف زنجیره نساجی و پوشاک در عملکرد صادراتی اختصاص مهم‌ترین قلم صادراتی در این زنجیره به محصولات ریسندگی، بافندگی و تکمیل منسوجات است که در زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک یک کالای واسطه‌ای محسوب می‌شود و در زمینه پوشاک که یک محصول نهایی به‌شمار می‌آید، عملکرد صادراتی ضعیف است (۰/۷ درصد صادرات پوشاک در مقابل ۲۷/۶ درصد صادرات محصولات ریسندگی، بافندگی و تکمیل منسوجات از کل صادرات صنعت نساجی و پوشاک). آنچه که این عملکرد را ضعیف‌تر می‌سازد سهم کمتر بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر کارکن در صادرات پوشاک از بنگاه‌های بین ۱۰ تا ۴۹ نفر کارکن است. در واقع، انتظار می‌رفت بنگاه‌های بزرگ در زمینه صادرات پوشاک بسیار فعال‌تر از وضعیت فعلی عمل کنند. در مجموع و به‌لحاظ نسبی گرایش بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر کارکن در این صنعت به صادرات کالاهای واسطه‌ای به نسبت نهایی بالاتر است. شایان ذکر است در کل صنعت نساجی و پوشاک، محصول قالی و قالیچه با سهم ۴۸/۶ درصد بهترین عملکرد صادراتی را دارد.

از دیگر چالش‌های صنعت نساجی و پوشاک تولید کمتر از ظرفیت واحدهای تولیدی است. به‌طوری‌که با وجود سهم ۷ درصدی از تعداد کارگاه‌های صنعتی بالای ۱۰ نفر کارکن صنایع نساجی و پوشاک، سهم این صنعت از تعداد شاغلان صنعتی در سطح پایین‌تر و معادل ۶/۵ درصد است. با توجه به ماهیت کاربر صنایع نساجی و پوشاک، این شکاف عملکردی میان سهم از تعداد کارگاه‌های فعال و تعداد شاغلان، می‌تواند در نتیجه تولید زیر ظرفیت در بنگاه‌های فعال در این صنایع رخ داده باشد که نتیجه آن کاهش توانایی بنگاه‌های این دو صنعت در ایجاد اشتغال است. نکته دیگر که می‌تواند بر شدت کوچک‌تر شدن بازار فروش و تولید زیر ظرفیت بیافزاید، کاهش سهم صنایع نساجی و پوشاک از ارزش خدمات غیرصنعتی به پرداختی کل صنعتی است که اگرچه ممکن است در نتیجه فشار هزینه‌های تولیدی در مقابل هزینه‌های غیرتولیدی و متصل به تولید رخ داده باشد، در نهایت، می‌تواند با محدود کردن زنجیره ارزش در این صنایع، موجبات کوچک‌تر شدن اندازه فروش در بازار و تشدید مشکلات ناشی از تولید زیر ظرفیت را رقم بزند. اصلاح این امر به‌ویژه در خصوص صنایع پوشاک که لکوموتیو صنعت نساجی نیز به‌شمار می‌رود، از اهمیتی دوچندان برخوردار است.

براساس نتایج گزارش اتکای بالای برندهای برتر (که عمدتاً مربوط به بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر کارکن به بالاست) به بازار داخل و انگیزه محدود صادراتی، کمبود مواد اولیه و واسطه‌ای و ضعف صنایع پشتیبان، ضعف ساختاری حوزه صنف و صنعت به‌ویژه در خصوص واحدهای زیرپله‌ای، ضعف بهره‌مندی از صرفه‌های مقیاس در واحدهای بزرگ و صرفه‌های تجمع، سیر نزولی تشکیل سرمایه در این صنعت و بهره‌وری پایین از دیگر آسیب‌های این صنعت شناسایی شده است.



برون داد چالش‌های کلیدی حاکم بر صنایع نساجی و پوشاک، تبعاتی به شرح ذیل را برای صنعت به‌همراه دارد:

- هزینه تمام‌شده بالای محصولات تولیدی
- کاهش توان ارزآوری محصولات نساجی و پوشاک
- ناپایداری فعالیت واحدهای نساجی و پوشاک در بازار
- کاهش توان خلق ارزش‌افزوده در طول زمان
- ضعف رقابت‌پذیری کیفی محصولات

درنهایت اگرچه گستردگی و پیچیدگی مسائل و معضلات این صنعت، ارائه یک راه‌حل جامع و مطلوب که دارای قابلیت اثربخشی حداکثری باشد را با موانع جدی روبه‌رو می‌سازد؛ اما با این وجود، برخی از راهبردهای اساسی که می‌توان برای غلبه بر مشکلات این صنعت و بهبود نسبی آن اتخاذ کرد به شرح زیر مدنظر است:

۱. **راهبرد اصلی:** ایجاد و تکمیل زنجیره تأمین پایدار و باکیفیت در صنایع نساجی و پوشاک و صنایع پشتیبان آن:

#### اقدام‌ها:

- هماهنگی وزارت صمت و وزارت نفت به‌منظور نیازسنجی و برنامه‌ریزی برای ایجاد واحدهای جدید پتروشیمی به‌منظور تأمین مواد اولیه مورد نیاز صنایع داخلی متناسب با سیاست صنعتی و ملاحظات سند ملی آمایش سرزمین
- توسعه شهرک‌های صنعتی نساجی و پوشاک با رعایت ملاحظات سند ملی آمایش سرزمین
- طراحی مشوق‌ها برای ایجاد روابط پایدار و شکل‌گیری پیوندهای افقی و عمودی میان صنایع نساجی با تولیدکنندگان مواد اولیه و تولیدکنندگان پوشاک
- ارائه سیاست‌های حمایتی برای تشویق تجمیع تقاضای تجهیزات مورد نیاز صنایع نساجی و پوشاک
- توسعه نظام تأمین مالی زنجیره‌ای

۲. **راهبرد اصلی:** بهبود فناوری‌های مورد استفاده در صنعت نساجی به‌منظور کاهش انحصارات و بهبود بازیافت پساب صنعتی

#### اقدام‌ها:

- اعطای معافیت‌ها و مشوق‌ها به واحدهای نوآور متناسب با شاخص‌های خروجی محور قابل رصد
  - ارائه برنامه جامع بازسازی و نوسازی صنایع کشور با اولویت واحدهای نساجی به‌ویژه بافندگی
۳. **راهبرد اصلی:** توسعه ظرفیت‌های صادراتی با تمرکز هم‌زمان بر تنوع‌بخشی به سبد محصولات و مقاصد صادراتی

#### اقدام‌ها:

- طراحی سازوکار تولید مشترک با برندهای منطقه‌ای و جهانی با بهره‌گیری از مزیت نیروی کار ارزان
- بازنگری در تعرفه واردات مواد اولیه و واسطه‌ای تولیدات نساجی و پوشاک با توجه به عمق ساخت داخل و نیاز این صنایع
- تقویت بازرسی‌ها و سامانه‌های اطلاعاتی در مبادی ورودی کشور برای مبارزه مؤثرتر با قاچاق

۴. **راهبرد اصلی:** توسعه برندهای ملی به‌منظور حضور در بازارهای جهانی و زنجیره‌های ارزش بین‌المللی:

#### اقدام‌ها:

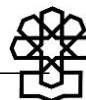
- ایجاد پنجره واحد ثبت نشان تجاری

- ساماندهی صادرات شرکت‌ها در قالب شرکت‌های مدیریت صادرات و یا چتر برند ملی
- توسعه پلتفرم‌های مشترک بازاریابی و فروش صنایع نساجی و پوشاک با تأکید بر نمایندگی‌های چند برندی در بازار داخلی و خارجی

#### ۵. راهبرد اصلی: تغییر ساختار بنگاهی صنایع نساجی و پوشاک به سمت «ساختار متکی بر مقیاس و رقابت» اقدام‌ها:

- توسعه مراکز مهارتی طراحی و مد
- ایجاد مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌های تخصصی در حوزه تجهیزات مورد نیاز صنایع نساجی و پوشاک
- بازنگری در نظام ارزیابی کیفیت متناسب با استانداردهای جهانی و منطقه‌ای
- بازنگری در نظام خدمات پس از فروش نمایندگی‌ها
- کاهش هزینه‌های بازاریابی و فروش در طول زنجیره در جهت کاهش قیمت مصرف‌کننده و افزایش تقاضا از طریق روش‌های مدرن نظیر فروش اینترنتی
- طراحی پلتفرم شبکه‌سازی بنگاه‌های کوچک و متوسط با بنگاه‌های بزرگ صنعت در قالب روابط قراردادی و غیرقراردادی

در همین راستا متناظر با راهبردهای احصا شده، هدف‌گذاری برای تأمین مواد اولیه صنایع داخلی از طریق هماهنگی وزارت نفت، صنعت و توسعه و تکمیل زنجیره ارزش صنایع بالادست پتروشیمی متناسب با سیاست صنعتی و ملاحظات سند ملی آمایش سرزمین، تعیین متولی و اتخاذ سازوکارهای حمایتی و تأمین اعتبارات لازم برای اجرای طرح بازسازی و نوسازی صنایع، ایجاد بسترهای لازم برای توسعه و حمایت از شرکت‌های مدیریت صادرات و ثبت برند، بازنگری در حمایت‌های تعرفه‌ای با رعایت شاخص‌های میزان عمق ساخت داخل کالای مورد نظر و نقش آن در زنجیره ارزش محصول نهایی، ارائه سیاست‌های حمایتی برای تشویق واحدهای نوآور به منظور ارتقای فناوری و طراحی مشوق‌ها برای ایجاد روابط پایدار و شکل‌گیری پیوندهای افقی و عمودی میان واحدهای تولیدی و سازماندهی آنها در طول زنجیره ارزش در برنامه هفتم توسعه پیشنهاد می‌شود.

**منابع و مأخذ**

۱. ترازنامه بانک مرکزی ایران، سال‌های مختلف.
۲. سلطانی، احسان (۱۳۹۸)، الگوی راهبردی حمایت از تولید، ۱۴. تجربه حمایت ویژه دولت ترکیه از صنایع نساجی و پوشاک، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۶۵۱۸
۳. شفیعی، افسانه، مجید جلیلی و فاطمه خارکش (۱۴۰۰)، راهکارهای توسعه و تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک. اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران.
۴. کاویانی، زهرا (۱۳۹۰)، بررسی قاچاق پوشاک در ایران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۰۹۸۷.
۵. گمرک جمهوری اسلامی ایران، آمار نامه گمرک ایران، گمرک جمهوری اسلامی ایران، سال‌های مختلف.
۶. مبصر، داریوش، افسانه شفیعی و همکاران (۱۳۹۷)، ساختارهای صنعتی ایران در آینه برنامه‌های توسعه، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
۷. مرکز آمار ایران، طرح سرشماری کارگاه‌های صنعتی ۱۰ نفر کارکن و بیشتر، مرکز آمار ایران، سال‌های مختلف.
۸. طالبی، تکتیم و وهب میرباقری (۱۳۹۶)، آسیب‌شناسی علل کاهش تولید پنبه در ایران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۵۴۲۶.
۹. میرجلیلی، فاطمه، سعید شجاعی و احسان سلطانی (۱۳۹۹)، ضرورت تکمیل زنجیره ارزش در صنعت نساجی و ارائه راهکارها (۱)، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۷۲۳۸.
۱۰. وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۳۹۲)، گزارش صنعت پوشاک، دفتر صنایع نساجی و پوشاک.
۱۱. وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۳۹۶)، برنامه راهبردی صنایع نساجی و پوشاک.
۱۲. وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۴۰۱)، دفتر منسوجات و پوشاک، صنایع نساجی و پوشاک.
۱۳. وزارت صنعت، معدن و تجارت و مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (۱۴۰۱)، برنامه راهبردی صنایع نساجی و پوشاک.
۱۴. ولی‌پوری، افسانه و افسانه پورکاظمیان (۱۳۹۴)، عوامل مؤثر در خرید پوشاک، علوم و فناوری نساجی.







## مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: [mrc@majles.ir](mailto:mrc@majles.ir)

وبسایت: [rc.majles.ir](http://rc.majles.ir)