



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت صنعت، معدن و تجارت

برنامه راهبردی  
صنایع نساجی و پوشاک ایران

۱۴۰۲ - ۱۴۰۶

○ کتاب اول:

• صنایع منوجات و پوشاک





شماره



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

- در مرحله اول باید راه‌های 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**

پایین بودن بهره‌وری، سهم پایین اقتصاد دانش بنیان، رتبه‌های پایین در شاخص‌هایی مانند سهولت کسب‌وکار و رقابت‌پذیری همگی گویای این مسئله ریشه‌ای در اقتصاد ایران هستند. شدت و پیچیدگی مسائل کشور به‌حدی است که راه حل‌های جزئی و تدریجی باعث به‌هم‌ریختگی بیشتر سازکارهای کشور شده و خواهند شد.

**عباس علی‌آبادی**  
**وزیر صنعت، معدن و تجارت**

مسائل ما با بینش (پارادایم) فعلی حل نمی‌شوند؛ باید در سطحی بالاتر به دنبال راه حل بود. راه حل اساسی اقتصاد کشور «تاکید بر نقش مردم و بنگاه‌های غیردولتی، ارتقای زیرساخت‌های نهادی و اصلاح شیوه حکمرانی» است.

محمد مهدی برادران  
معاون صنایع عمومی

## درباره برنامه

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 دانش بنیان، 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 راه حل‌های 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 راه حل بود. راه حل 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.



## الزامات برنامه‌ها

○ برای دستیابی به مقاصد تعیین شده علاوه بر اصلاح ساختارها، باید الزاماتی (کارکردها و خط مشی‌هایی) در سایر بخش‌ها نیز فراهم باشند که عبارتند از:

- تشکیل شورای سیاستگذاری صنایع چرم، کفش، کیف و مصنوعات چرمی
- اقتصادی: تأمین سرمایه در گردش و ثابت مورد نیاز کل زنجیره
- فرهنگی: ترویج فرهنگ هم‌قابندی (همکاری میان رقبا)
- ترویج فرهنگ تقسیم تخصصی در مراحل مختلف کاری در بخش‌های مختلف زنجیره کار اعم از سالامبوریزی و وت بلو، کراست و دای کراست و فینیش چرم بخصوص در واحدهای کوچک تولیدی
- جامعه جهانی: گسترش روابط دوجانبه و چند جانبه با طیف وسیعی از کشورها، به ویژه کشورهای همسو و همسایه

هر چند رفع تحریم‌ها برای رفع موانع، تسریع در اجرای برنامه‌ها و تحقق اهداف مناسب است، اما رفع آن برای اجرای برنامه‌های اقتصادی طراحی شده، الزامی نیست. سازوکارها و پروژه‌ها با فرض بقای تحریم‌ها طراحی شده و با اجرای این پروژه‌ها، تحریم‌های ظالمانه خنثی خواهند شد. البته اگر تحریم‌ها رفع شوند، در برخی موارد (مانند افزایش فرصت برای بازاریابی، مشارکت در زنجیره‌های بین‌المللی، انتقال پول و لجستیک) هزینه‌های کمتری به این بخش وارد می‌شود.

### ○ ویژگی‌ها:

برنامه‌های راهبردی جامع بوده و بر مبنای نظری کامل و دقیقی استوار است؛ سازوکارهای پیش‌بینی شده «یکپارچه، اثربخش، کارا، تاب‌آور، بازدارنده و کاربردپذیر» طراحی شده‌اند. در برنامه عملیاتی، استقرار سازوکارها نیز با رویکرد بازگشت‌پذیری لحاظ شده است. مصادیق این ویژگی‌ها 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. 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.

#### د. 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.

#### ه. تاب‌آوری: توانایی حفظ کارکردها پس از تکان‌های 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 چرم، کفش، کیف و مصنوعات چرمی 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

فرست برنامه

## ○ دفتر صنایع لوازم خانگی و اداری

۱. برنامه راهبردی صنعت لوازم خانگی

## ○ دفتر صنایع سلولزی، چاپ و نوشت افزار و دخانی

۲. برنامه راهبردی صنعت نوشت افزار

۳. برنامه راهبردی صنایع سلولزی، و کاغذ

۴. برنامه راهبردی صنایع چوب و مقطوعات چوبی

۵. برنامه راهبردی صنایع بسته بندی و چاپ

۶. برنامه راهبردی صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی

۷. برنامه راهبردی تولید دخانیات

## ○ دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

۸. برنامه راهبردی صنعت نساجی و پوشاک

۹. برنامه راهبردی صنعت چرم و کفش

۱۰. برنامه راهبردی صنعت فرش ماشینی

## ○ مرکز ملی صنایع خلاق و فرش ایران

- ۱۱. برنامه راهبردی صنعت فرش دستباف
- ۱۲. برنامه راهبردی صنعت طلا، جواهرات و فلزات گرانبها
- ۱۳. برنامه راهبردی صنعت تجهیزات و البسه تخصصی ورزشی
- ۱۴. برنامه راهبردی صنعت اسباب بازی، بازی و سرگرمی

## ○ دفتر صنایع غذا و دارو

- ۱۵. برنامه راهبردی صنعت نوشیدنی و آشامیدنی
- ۱۶. برنامه راهبردی صنعت لبنیات و فرآورده های لبنی
- ۱۷. برنامه راهبردی صنعت ماکارونی و فرآورده های غلات
- ۱۸. برنامه راهبردی صنعت روغن و دانه های روغنی
- ۱۹. برنامه راهبردی صنعت شیرینی و شکلات
- ۲۰. برنامه راهبردی صنعت داروی انسانی
- ۲۱. برنامه راهبردی صنعت مواد اولیه دارویی
- ۲۲. برنامه راهبردی صنعت مکمل های غذایی و رژیمی

دېاره ما

صنایع

# پوشاک و منسوجات

محسن گرجی  
مدیرکل دفتر صنایع پوشاک و منسوجات

- 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.



## صنعت نساجی و پوشاک

- مجموع شرایط فوق، مبین اتخاذ تدابیری است که نه تنها بر ارتقای توان رقابت‌پذیری این رشته فعالیت صنعتی در مجموعه 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.

## کلیات برنامه

### ○ 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

### ○ 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 ریسنجی، بافندگی، رنگرزی، چاپ و تکمیل و تولید پوشاک می باشد.

# صنعت نساجی و پوشاک

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

۲. جایگاه صنایع نساجی و پوشاک در اقتصاد ایران

۳. جایگاه صنایع نساجی و پوشاک ایران در جهان

۲-۱- سهم از ارزش بازار جهانی

۲-۲- سهم از ارزش مصرف جهانی

۴. عملکرد تولید و مصرف در صنایع نساجی و پوشاک کشور

۴-۱- تولید و مصرف صنایع نساجی و پوشاک

۴-۲- تولید و مصرف صنایع نساجی و پوشاک

۵. ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک در ایران

۵-۱- از منظر نوع تکنولوژی تولید

۵-۲- از منظر اندازه واحدهای بنگاهی

۵-۳- از منظر موازنه تولید در حلقه-های مختلف زنجیره تامین

۵-۴- از منظر وضعیت تکمیل زنجیره ارزش

وضعیت

## 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

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 توان 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

هزینه ها مواجه شد. ضمن اینکه فرسودگی ماشین آلات 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 رقابت پذیری 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- 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 به‌لحاظ 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.

وضعیت

مسائل

مقاصد

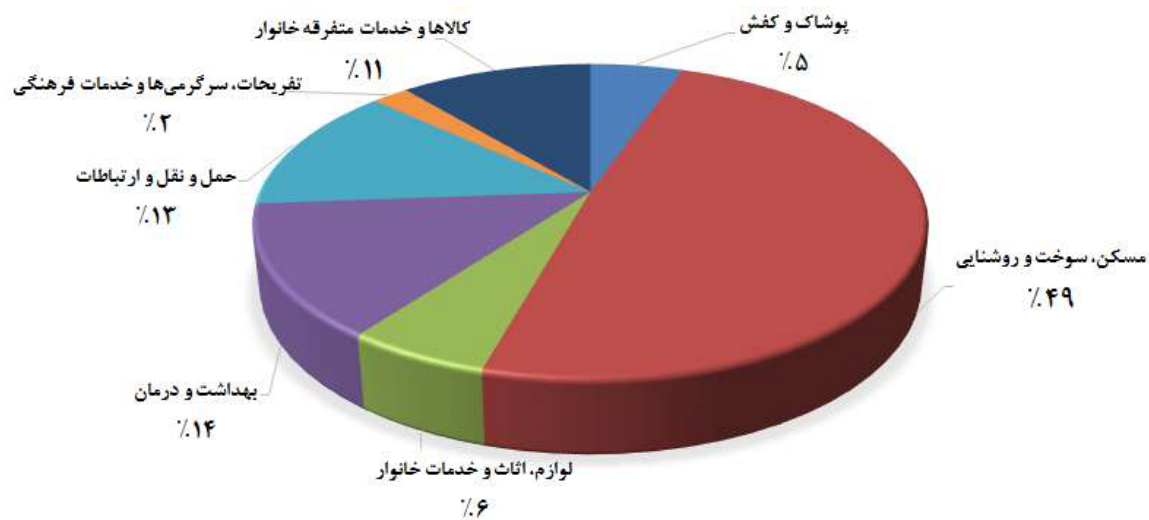
رهبردها

سازوکارها

نقشه راه

اقدامات

ویژگی‌ها



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

### ۳- جایگاه صنایع نساجی و پوشاک ایران در جهان

#### ۳-۱- 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



### ۳-۲- 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 کفیوش) 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 کفیوش) استفاده می‌گردد.  
\*\* از ۶۷۷ هزار تن الیاف، ۲۷۰ هزار تن در زنجیره نساجی و پوشاک (غیر از کفیوش) 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.

### ۳-۳- 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	
۰/۲	۶۳۳	۳۲۸۱۱۴	۰/۳	۸۱۸	۲۸۸۵۱۰	نساجی
۰/۰۲	۱۱۳	۴۴۸۹۶۱	۰/۰۱	۴۸	۴۵۳۳۹۱	پوشاک
۰/۱	۷۴۶	۷۷۷۰۷۵	۰/۱	۸۶۶	۷۴۱۹۰۱	کل

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.

#### ۴- عملکرد تولید و مصرف در صنایع نساجی و پوشاک کشور

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

عملکرد تولید در زنجیره صنایع نساجی و پوشاک (غیر از انواع کفیوش 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 کفیوش) ۱۹۵ هزار تن می‌باشد. 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	پوشاک	
۲/۵٪	۲۰۰	۱۹۵	هزارتن	سایر منسوجات نهایی منسوجات خانگی (غیر از کفیوش)، کالای خواب، منسوجات صنعتی و تکنیکال	
۲۰٪	280	۲۵۵	هزارتن	پارچه	
	300	۲۱۰	هزارتن	تاری پودی حلقوی	
۴۵٪	۱۵	۸/۲	میلیون مترمربع	چادرمشکی	
۸٪	۶۱۰	۵۶۰	هزارتن	نخ	
۶۷٪	۴۵۰	۱۵۰	هزارتن	الیاف	

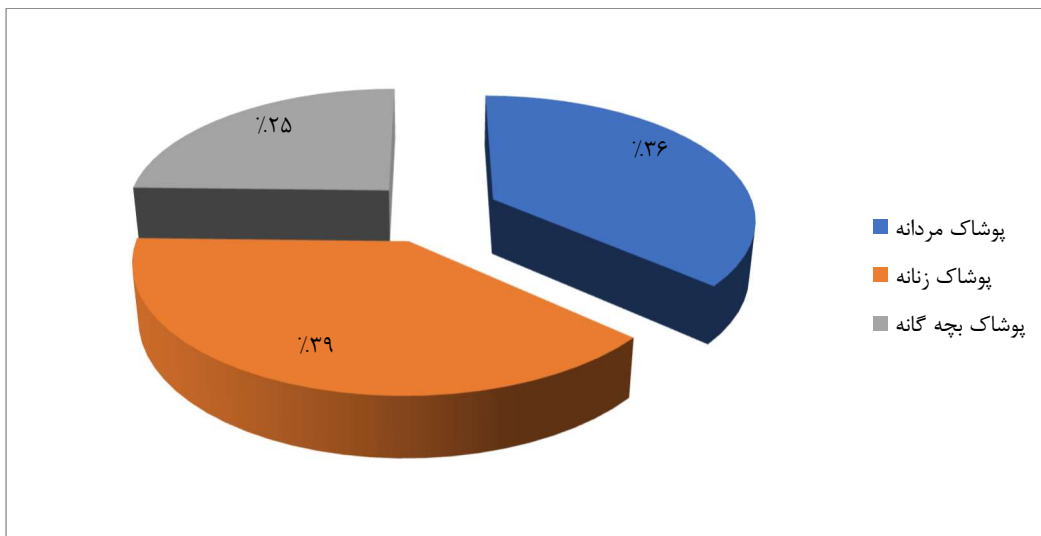
ماخذ: گزارش دفتر صنایع نساجی و پوشاک (۱۴۰۰)

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 ظرفیت-سازی‌های 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 بخش های مختلف پیش از تولید (تحقیق و توسعه، طراحی و مد، برند و ...)، تولید انواع پوشاک (علی‌الخصوص البسه تاری پودی) و پس از تولید (بازاریابی، توزیع و فروش و خدمات پس از فروش)، تولید انواع پارچه های 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، سرمایه‌گذاری های جدید و جهش در تولید ضروری می نماید.

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



ماخذ: مرکز ملی آمار

## ۴-۲- 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. به‌لحاظ 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.

طبق نمودار، صنایع نساجی و پوشاک در حال حاضر از سهم ۷٪ از ارزش‌افزوده صنعتی کشور برخوردار است. این سهم در مقابل سهم ۳٪ این صنعت از مواد اولیه مصرفی بخش صنعت، عملکرد قابل توجهی است.

وضعیت

مسائل

مقاصد

راهبردها

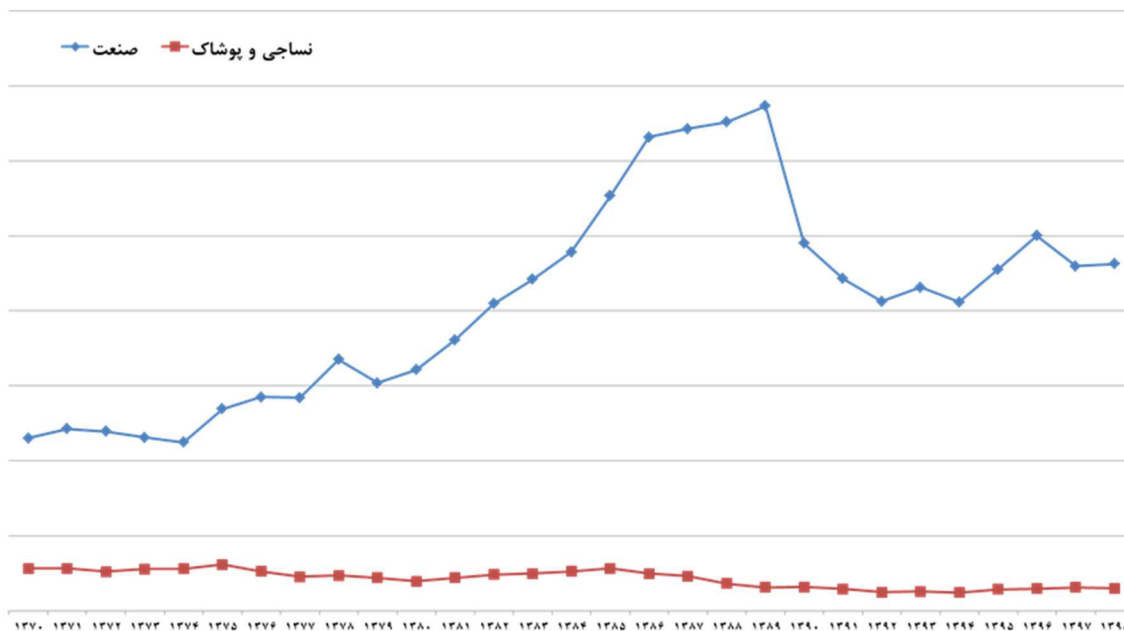
سازوکارها

نقشه راه

الزامات

ویژگی‌ها

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



## ۵- ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک در ایران

بررسی ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک از ابعاد مختلف حائز اهمیت فراوان است. با بررسی هر یک از مولفه‌های برشمرده، تحلیل‌های دقیق‌تری در فرآیند آسیب‌شناسی صنایع نساجی و پوشاک به دست می‌دهد.

### ۴-۳- 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	(radical) انفجاری )	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)
		(sustaining) پشتیبان )	(disruptive) تحول‌آفرین )
		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 تحول-آفرین) 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):



در نهایت، تاکید می شود در آینده پیشرو، صنعت نساجی و پوشاک ایران دیگر نمی تواند با اتکا به مزیت های بخش پتروشیمی صرفا 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.

#### ۴-۴- 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) 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 پوشاک در نمودار ۴ نمایش داده شده است.



#### الگوی عملکرد بنگاهی



#### الگوی عملکرد بنگاهی

ساختار تولید

صنعتی	واحدهای صنعتی نیمه سازمان یافته (تولیدی های انفرادی) %۲۵	شهرک ها و پارکهای تخصصی پوشاک %۰
صنفتی	تولیدکنندگان صنعتی انفرادی (نیمه سازمان یافته) و زیرپله ای (غیرسازمان یافته) %۲۵	خوشه های صنعتی پوشاک %۰
	انفرادی	غیر انفرادی

الگوی عملکرد بنگاهی

اشتغال به عرضه کالای مجاز

بله	واحدهای نیمه سازمان یافته (واحدهای فعال در بازار) %۷۵	عرضه سازمان یافته (نمابندگی ها، برندشاپ های تخصصی، ...) %۵
خیر	واحدهای غیرسازمان یافته (واحدهای زیرپله ای و واحدهای بدون مجوز) %۱۵	عرضه غیرسازمان یافته پوشاک از طریق برخی فروشگاه های زنجیره ای %۵
	انفرادی	غیر انفرادی

الگوی عملکرد بنگاهی

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.

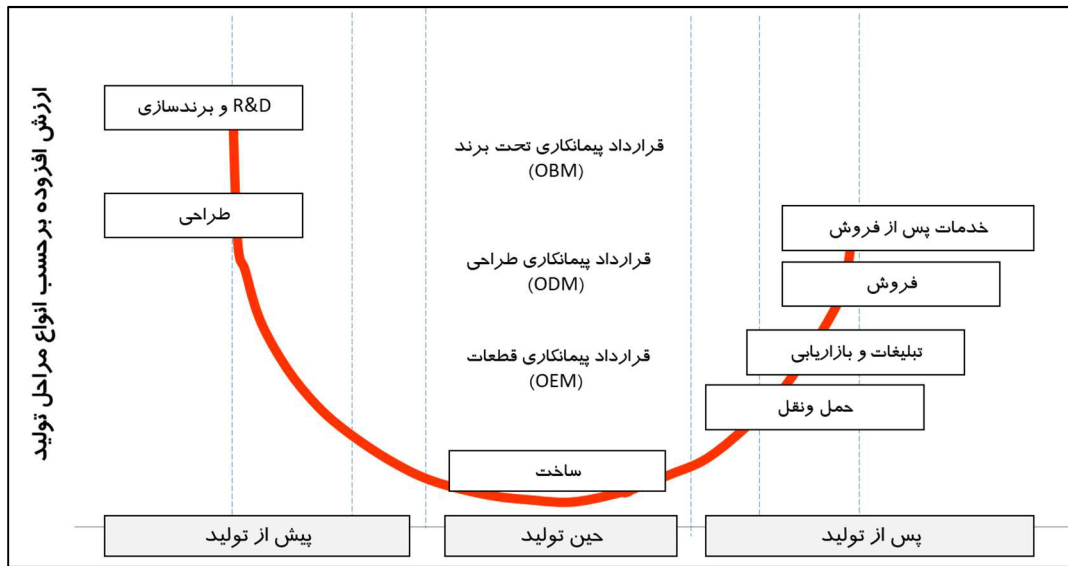
#### ۴-۵- ساختار بازار صنایع نساجی و پوشاک از منظر موازنه تولید در حلقه‌های مختلف زنجیره تامین

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

#### ۴-۶- 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 حلقه‌های 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 فعالیتها 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 کننده‌ای 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 پرداختهای صورت گرفته در صنایع نساجی و پوشاک (به ترتیب ۹۳ و ۹۵ درصد) مربوط به پرداختهای صنعتی است که به بخش میانی زنجیره یا به عبارتی بخش ساخت مربوط می شود.

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

**ثالثاً**، از مجموع پرداختهای غیرصنعتی در صنایع نساجی و پوشاک که مولد زنجیره ارزش در این صنایع می باشد، بیشترین سهم مربوط به حمل و نقل و تبلیغات و کمترین سهم نیز مربوط به تحقیقات و آزمایشگاه می باشد 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	11.3%	23.1%	0.6%	1.4%	5.0%
تولید منسوجات	2.4%	15.7%	0.5%	1.9%	18.7%
ریسندگی، بافندگی و تکمیل منسوجات	1.7%	17.1%	0.8%	3.1%	9.7%
تولید پارچه‌های کشفاف و قلاب بافی	0.0%	28.7%	0.0%	0.1%	0.0%
تولید کالاهای نساجی آماده- به جز پوشاک	1.0%	19.5%	0.2%	0.8%	6.8%
تولید قالی و قالیچه	4.2%	12.5%	0.4%	0.6%	37.3%
تولید طناب، ریسمان، نخ چند لایه و تور	0.0%	19.4%	0.0%	1.2%	0.5%
تولید سایر منسوجات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر	0.0%	9.1%	0.1%	0.4%	10.6%
تولید پوشاک	2.9%	8.9%	0.2%	0.2%	13.8%
تولید پوشاک، به جز پوشاک از پوست خردار	2.8%	8.3%	0.2%	0.2%	14.2%
تولید پوشاک کشفاف و قلاب‌بافی شده	3.6%	25.7%	0.0%	0.7%	2.5%
تولید کفش و پاپوش	1.0%	22.6%	0.3%	1.2%	17.8%

#### ۴-۷- 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.



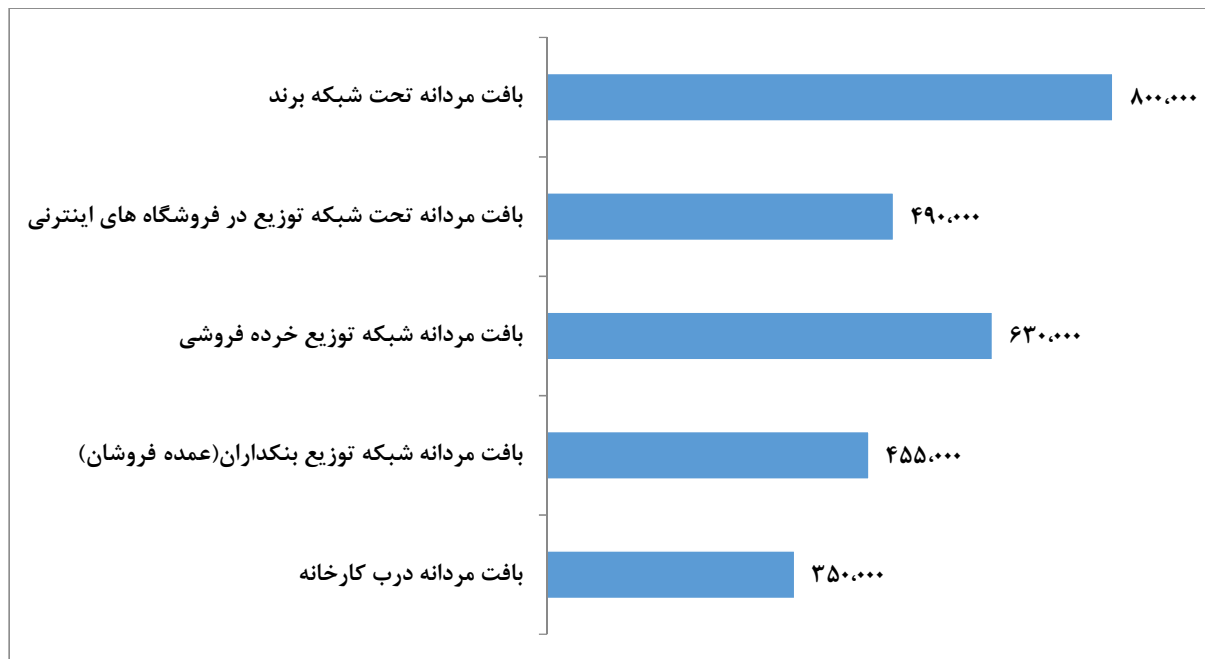
نمودار ۵- درجه تمرکز رقابت در بازار صنایع پوشاک



ماخذ: دفتر منسوجات و 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.

نمودار 6- مقایسه قیمتی شبکه های توزیع مختلف از درب کارخانه تا خرده فروشی و تحت برند (تومان)



ماخذ: دفتر منسوجات و پوشاک

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.

۴-۸- 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 می‌دهند، 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 برشمرده می‌باشد.

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 می‌دهند. این امر مبین سهم بالای بنگاه‌های بزرگ مقیاس در این واحدها می‌باشد.

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.

## ۶- تراز ارزی صنایع نساجی و پوشاک کشور

### ۴-۹- 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.

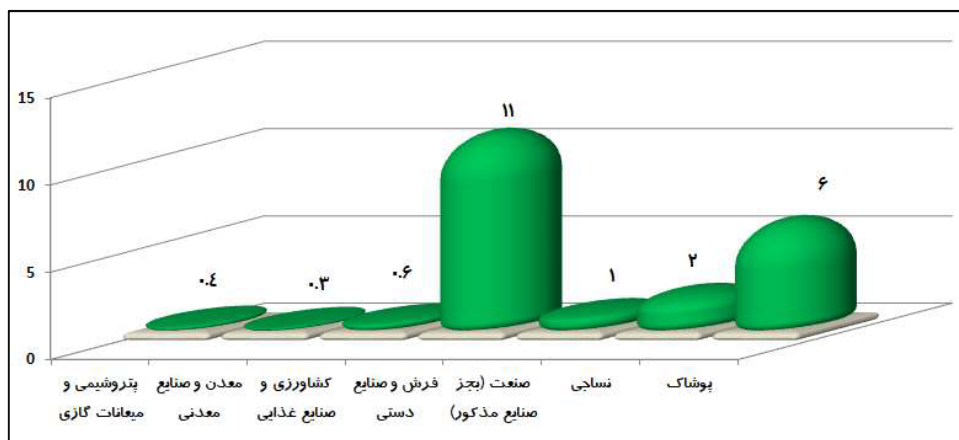
جدول ۸. عملکرد صادرات صنایع نساجی و پوشاک به تفکیک (۱۴۰۰-۱۳۹۵)

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

ماخذ: دفتر صنایع منسوجات و پوشاک

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.

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



ماخذ: دفتر منسوجات و پوشاک

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.

#### ۴-۱۰- 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٪ و برحسب مقدار به میزان ۲۱۰ درصد افزایش داشته است (جداول ۹ و ۱۰).

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

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 (۱۴۰۰-۱۳۹۵)

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

# صنعت نساجی و پوشاک

## مسائل

### ۱. مسائل استراتژیک صنایع لوازم خانگی

- ۱-۱- عرضه بی‌ثبات محصولات لوازم خانگی در بازار
- ۱-۲- سهم کاهنده از ارزش افزوده صنعتی
- ۱-۳- ضعف رقابت‌پذیری محصولات صنایع لوازم خانگی
- ۱-۴- تراز ارزی منفی صنایع لوازم خانگی

### ۲. عوامل انتشاردهنده اثر تکانه های بیرونی

- ۲-۱- «عوامل انتشاردهنده اثر تشدید تحریم های بین المللی»
- ۲-۲- «عوامل انتشاردهنده اثر نوسانات محیط کلان اقتصادی»

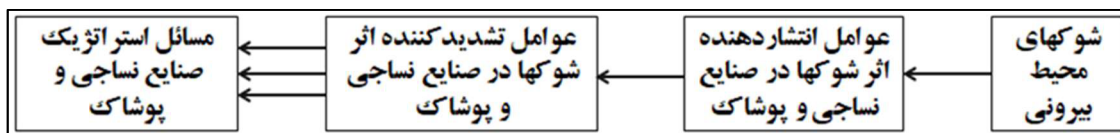
### ۳. عوامل تشدیدکننده اثر تکانه های بیرونی

- ۳-۱- عمق ساخت پایین برخی محصولات
- ۳-۲- نقص جایگاه خدمات متصل
- ۳-۳- ضعف جایگاه بهره‌وری و بهره‌مندی از صرفه‌های مقیاس در تولید
- ۳-۴- ضعف بهره‌مندی از برندهای قوی

## مقدمه

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 تکانه‌های بیرونی (اعم از محیطی و سیاستی) است. با این توصیف، ابتدا به منظور طبقه‌بندی مسائل، نسبت به انجام طبقه‌بندی به صورت موارد مندرج در نمودار ۶ اقدام می‌گردد:

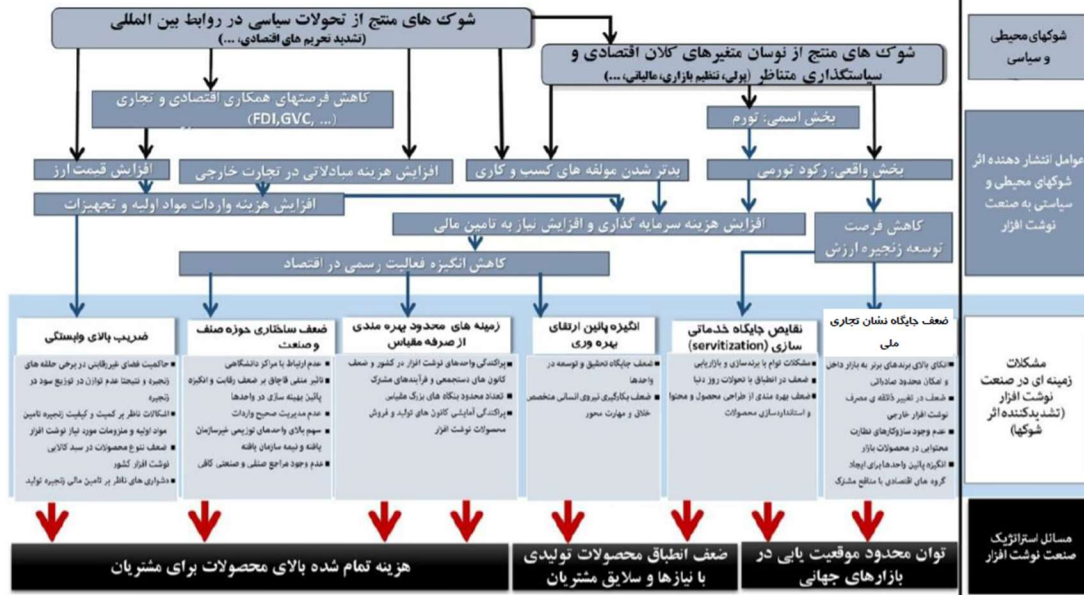
نمودار ۸. نظام طبقه‌بندی مسائل استراتژیک صنایع نساجی و پوشاک و عوامل موثر بر آن



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.



نمودار ۸- نقشه سلسله عوامل موثر در ایجاد مسائل راهبردی صنعت نوشت افزار



## ۱- مسائل استراتژیک صنایع نساجی و پوشاک

«مسائل استراتژیک صنایع نساجی و پوشاک» که برون داد اثر:

۱- شوک‌های محیطی،

۲- عوامل انتشاردهنده

۳- عوامل تشدیدکننده اثر شوک‌هاست،

در سه محور به صورت زیر قابل بیان است:

### ۱-۱- ضعف انطباق محصولات تولیدی با نیازها و سلیق مشتریان.

بخش عمده تولیدات صنایع نساجی و پوشاک در قالب محصولات خانگی نساجی و پوشاک می‌باشد که به شدت وابسته به طراحی و نوع مواد 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.

### ۱-۲- هزینه تمام شده بالای محصولات برای مشتریان.

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

### ۱-۳- 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- عوامل انتشاردهنده اثر تکانه‌های بیرونی

در این ارتباط دو عامل اصلی به عنوان محرک‌های بروز تکانه در سیستم قابل تبیین است:

### ۲-۱ «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.

### ۲-۲ «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. به عبارتی، هر قدر قیمت افزایش یابد قدرت عمل تولیدکنندگان برای افزایش متناسب تولید کمتر می‌شود.

### ۳- 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:

پیامدهای حاصله	دلایل شکل‌گیری	مولفها
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ هزینه تمام شده بالای محصولات</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ پراکندگی واحدهای نساجی و پوشاک در کشور و ضعف عملکردهای دستجمعی: کانون‌های دستجمعی و فرآیندهای مشترک</li> <li>▪ سهم کوچک بنگاه‌های بزرگ مقیاس</li> <li>▪ ماهیت پراکنده تولید و فروش به لحاظ آمایشی</li> </ul>	<p>زمینه‌های محدود بهره‌مندی از صرفه‌های مقیاس</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ توان محدود موقعیت یابی در بازارهای جهانی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ اتکای بالای برندهای برتر به بازار داخل و انگیزه محدود صادراتی</li> <li>▪ انگیزه پائین واحدها برای ایجاد گروه‌های اقتصادی با منافع مشترک</li> </ul>	<p>ضعف جایگاه برند ملی</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ضعف انطباق محصولات تولیدی با نیازها و سلیقه مشتریان</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ضعف بازاریابی و بازاریابی</li> <li>▪ مشکلات ثبت برند (تعدد مراجع)</li> <li>▪ ضعف در انطباق با تحولات روز</li> <li>▪ ضعف بهره‌مندی از طراحی</li> </ul>	<p>نقایص جایگاه خدماتی‌سازی (servitization)</p>

وضعیت

مسائل

مقاصد

راهبردها

سازوکارها

نقشه راه

الزامات

ویژگی‌ها

## صنعت نساجی و پوشاک

- رقابت پنبیر و بهره مند از صرفه های مقیاس از طریق گسترش همکار ی‌های بین بنگاهی در طول زنجیره ارزش
- تامین‌کننده نیاز کشور با تولید انواع محصولات لوازم خانگی با کیفیت و قیمت مناسب
- تولیدکننده بزرگ قطعات لوازم خانگی در منطقه
- برخوردار از سهم بالا از بازار کشورهای منطقه از طریق صادرات قطعات و مجموعه‌های لوازم خانگی تحت برندهای قوی
- تولیدکننده محصولات هوشمند با استفاده از فن‌اور ی‌های نوین.

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

۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	۱۴۰۰	صنایع نساجی و پوشاک	حجم تولید (هزارتن)
۴۹۰	۴۵۰	۴۲۰	۴۰۰	۳۹۰	پوشاک	
580	530	500	470	465	پارچه *	
330	320	300	290	275	نخ (سیستم پنبه ای و الیاف کوتاه)	
370	340	320	300	284	نخ فیلامنتی	

\* ۷۰ درصد پارچه تولیدی برای صنعت پوشاک استفاده می شود.

۶۰۰	۳۰۰	۱۵۴	۱۴۰	۱۳۳	پوشاک(با تحریم)	صرفه جویی ارزی (میلیون دلار)
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	

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 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.

به‌منظور 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
چیپس پلی اتیلن ترفتالات نساجی	300	315	330	355	375
پنبه	150	160	170	185	210

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

دفتر صنایع منسوجات و پوشاک: مآخذ

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

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

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

وضعیت

مسائل

مقاصد

راهبردها

سازوکارها

نقشه راه

الزامات

ویژگیها

# صنعت نساجی و پوشاک

۱. توسعه زنجیره‌های تامین یکپارچه و متوازن با محتوای داخلی
۲. انتظام بخشی به عرضه لوازم خانگی برحسب تولیدات و بنگاه‌های فعال و نیمه‌فعال
۳. ارتقای جایگاه کیفیت و توسعه حلقه‌های ارزش‌افزا در تولیدات لوازم خانگی
۴. مدیریت تقاضای قطعات و محصولات نهایی در بازار داخل
۵. توسعه صادرات تولم با افزایش سهم نشان‌های تجاری ملی در سبد صادراتی

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.

## ۱- 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 صناعی رخ می‌دهد که وابستگی وارداتی دارند. به منظور اجرایی‌سازی این راهبرد، ضروری است اقدامات در دو محور برنامه‌ریزی شود:
- الف) استفاده از ابزارهای تجاری در راستای تحریک عمق ساخت داخل در زنجیره تامین
- ب) بازمهندسی ساختار بنگاهی و سرمایه‌گذاری در طول زنجیره تامین و تولید

## ۲- 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.

### ۳- 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

### ۴- 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

## ۵- 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

## ۶- 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 (پشتیبانی کننده) 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.



# صنعت نساجی و پوشاک

ساز و کار

**مقدمه:**

زیست‌بوم صنایع نساجی و پوشاک شامل تعامل «شرکت‌های نساجی و پوشاک»، «شرکت‌های معدنی»، «صنایع متقاضی»، «شرکت‌های دانش‌بنیان» و «مراجع متولی زیرساخت‌های شبکه‌ای» است.

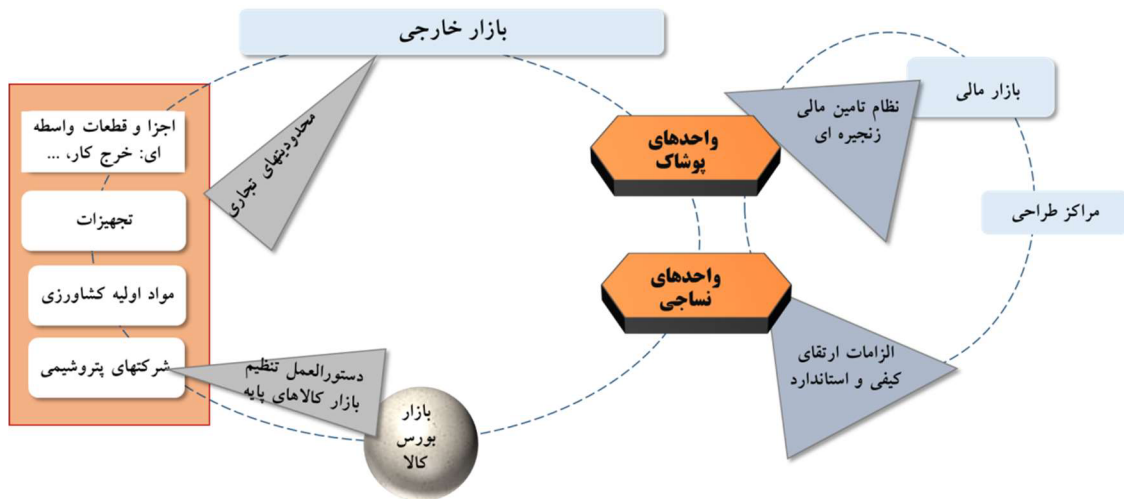
مهمترین نهادهای فعال در این زیست‌بوم عبارتند از:

- ۱) بازار کالاهای نهایی و قطعات، ۲) بازار بورس کالایی (مواد اولیه و واسطه‌ای)، ۳) بازارهای جهانی
- ۴) بازار مالی، 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، 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 به‌سمت 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 نهادها و ابزارهای مندرج در نمودار ۸)، به شرح جدول ۱۲ می‌باشد:

## ۱- ساماندهی، تکمیل و توسعه زنجیره تامین صنایع نساجی و پوشاک 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- افزایش رصدپذیری زنجیره تامین (قانون برجسب‌گذاری)؟؟

۱-۳- 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

۱-۴- 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

۱-۵- ایجاد بسترهای مورد نیاز جهت بهره‌گیری بنگاه‌های فعال در صنعت نساجی از ابزارهای تامین مالی زنجیره‌ای و ابزارهای نوین موجود در بازار سرمایه

## ۲- تعمیق و توسعه زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک بر حسب مولفه های کیفی و فرایندی

۲-۱- توسعه فروش آنلاین تحت برند

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

۲-۳- بروزرسانی و ارتقای سیستم‌های طراحی پوشاک و نساجی و استانداردسازی تحقیقات اندامی و سایزبندی

۲-۴- بهره‌گیری از شرکتهای دانش‌بنیان و نوآور (استارت‌آپها) برای داخلی‌سازی نرم‌افزارهای تخصصی تامین، طراحی و مد در زنجیره پوشاک و نساجی

- ۲-۵- ایجاد پنجره واحد طراحی و تولید نساجی و پوشاک با مشارکت وزارت صمت، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، انجمن‌ها و اتحادیه‌های تولید و صادرات پوشاک با هدف تسریع فرآیند مجوزدهی
- ۲-۶- تقویت زنجیره ارزش بنگاه‌ها با استفاده از مواد پیشرفته و ارگانیک در تولید
- ۲-۷- مکانیزاسیون فرآیند تولید با بکارگیری ERP با چاپ سه بعدی و پرو مجازی
- ۲-۸- حمایت از تقویت و راه‌اندازی تحقیق و توسعه در راستای تقویت توان طراحی و توسعه محصول در واحدهای کوچک و متوسط
- ۲-۹- مشارکت با شرکتهای خارجی طراحی و توسعه محصول و استفاده از ظرفیت این شرکتها برای طراحی و تولید محصولات جدید

### ۳- بازمهندسی ساختار صنایع نساجی و پوشاک برحسب ملاحظات مقیاس

- ۳-۱- ساماندهی و ایجاد رویه‌های نظارت بر توزیع و فروش کالاهای ذیربط توسط سازمانهای مربوطه
- ۳-۲- حمایت از توسعه بازار کسب‌وکار مدرن از طریق ایجاد فروشگاه‌های تخصصی بزرگ و تقویت شبکه‌های فروش زنجیره‌ای و بورس فروش نساجی و پوشاک
- ۳-۳- ساماندهی، طراحی و توسعه خوشه‌های صنفی و صنعتی تخصصی در زنجیره نساجی و پوشاک
- ۳-۴- ساماندهی و شبکه‌سازی کارگاه‌های خانگی، جزء و کوچک با تولیدکنندگان بزرگ و برندهای معتبر فعال در زنجیره ارزش
- ۳-۵- حمایت از افزایش دسترسی واحدها به پلتفرم‌های نوین مدیریت زنجیره تامین (جهت شناسایی نیاز، تولید و توزیع مواد اولیه

۳-۶- 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

۳-۷- تجمیع جغرافیایی شرکت‌های فعال در زنجیره ارزش صنعت با هدف تقویت همکاری‌های افقی و عمودی در

قالب شهرک‌های صنعتی نساجی و پوشاک

۳-۸- تشویق ادغام عمودی میان تولیدکنندگان محصولات نساجی و پوشاک و در اولویت قرار دادن این بنگاه‌ها

جهت دریافت حمایت‌های دولتی

۳-۹- حمایت از ادغام و هم‌افزایی واحدهای صنفی کوچک مقیاس جهت رسیدن به مقیاس اقتصادی تولید

۳-۱۰- حمایت از توسعه مدل‌های کسب و کار مبتنی بر تولید جمعی (تولید تحت برند صنف برای صنعت) و

بنگاه‌های صنفی

۳-۱۱- بازطراحی نهاد تنظیم‌گری و مدیریتی صنایع نساجی و پوشاک

۳-۱۲- توانمندسازی و احیای واحدهای نیمه‌فعال با هدایت آنها به سمت تولید محصولات دارای کمبود، با فناوری

بالا و دارای توجیه فنی و اقتصادی

۳-۱۳- 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

#### ۴- تحریک و توسعه تقاضا برای تولیدات داخلی صنایع نساجی و پوشاک

۴-۱- حمایت و تسهیل برگزاری جشنواره‌های ملی نساجی و پوشاک بومی در هر فصل

۴-۲- ممنوعیت خرید هرگونه منسوجات و پوشاک خارجی توسط دولت به طوری که ۱۰۰ درصد محصول خریداری شده می بایست ساخت داخل باشد.

۴-۳- فرهنگ سازی و بازآفرینی هویت ایرانی اسلامی در طراحی و تولید پوشاک با تاکید بر پوشاک محلی و قومیتی

۴-۴- تحریک تقاضای داخلی از طریق توسعه سازوکارهای تامین مالی صنایع نساجی و پوشاک با تاکید بر نظام زنجیره‌ای و کارت خرید اعتباری

## ۵- افزایش تنوع در ترکیب سبد صادراتی و مقاصد صادراتی

۵-۱- حمایت از برگزاری رویدادها (هفته های مد) و نمایشگاه‌های تخصصی داخلی و بین المللی

۵-۲- ایجاد کنسرسیوم صادراتی و حمایت از توسعه شرکت‌های خدمات مدیریت صادرات و بازاریابی

۵-۳- حمایت از ایجاد و توسعه سکویهای دائمی فروش در کشورهای همسایه (مرکز تجارت بین امل)

۵-۴- 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

بناها در رویدادهای منطقه‌ای و بین‌المللی

۵-۵- توسعه نشان‌های تجاری قوی در سطوح بین‌المللی و حرکت به سمت کاهش تولید با برندهای خارجی

## ۶- ارتقای توانمندی‌های فناورانه و نیروی انسانی در واحدها

- ۶-۱- 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 طبق مفهوم C&D
- ۶-۲- تقویت نقش دانشگاه‌های جهت خلق ایده‌های نوآورانه و انتقال دانش و فناوری به حوزه صنعت نساجی و پوشاک
- ۶-۳- 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 مصرف‌کنندگان با درآمد پائین
- ۶-۴- حمایت از بروزرسانی تجهیزات و خطوط تولیدی و تحقیقاتی در جهت احیاء و ارتقای ظرفیت‌های موجود از طریق ابزارهای تامین مالی
- ۶-۵- 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
- ۶-۶- حمایت از افزایش و ارتقاء، ظرفیت‌ها، فناورانه و تولیدی، بنگاه‌ها در طول توسعه ارزش از طریق «ایجاد راه اندازی»



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 می‌شود.

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. بازاری 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

# صنعت نساجی و پوشاک

الزامات

برای دستیابی به مقاصد تعیین شده علاوه بر اصلاح ساختارها، باید الزاماتی (کارکردها و خط‌مشی‌هایی) در سایر بخش‌ها نیز فراهم باشند که عبارتند از :

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

هر چند رفع تحریم‌ها برای رفع موانع، تسریع در اجرای برنامه‌ها و تحقق اهداف مناسب است، اما رفع آن برای اجرای برنامه‌های اقتصادی طراحی شده، الزامی نیست. سازوکارها و پروژه‌ها با فرض بقای تحریم‌ها طراحی شده و با اجرای این پروژه‌ها، تحریم‌های ظالمانه خنثی خواهند شد. البته اگر تحریم‌ها رفع شوند، در برخی موارد (مانند افزایش فرصت برای بازاریابی، مشارکت در زنجیره های بین المللی، انتقال پول و لجستیک) هزینه‌های کمتری به این بخش وارد می‌شود .

## صنعت نساجی و پوشاک

۱. چارچوب های نظری و تجربی پشتیبان؛

۲. جامعیت؛

۳. اثربخشی؛

۴. یکپارچگی؛

۵. تاب آوری؛

۶. بازگشت پذیری؛

ویژگی ها

## مقدمه

برنامه «زنجیره صنایع نساجی و پوشاک» جامع بوده و بر مبنای نظری کامل و دقیقی استوار است؛ سازوکارهای پیش‌بینی شده «یکپارچه، اثربخش، کارا، تاب‌آور، بازدارنده و کاربردی‌پذیر» طراحی شده‌اند. در برنامه عملیاتی، استقرار سازوکارها نیز با رویکرد بازگشت‌پذیری لحاظ شده است. مصادیق این ویژگی‌ها عبارتند از:

### ۱- 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.

### ۲- 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.

### ۳- اثربخشی؛ همسویی و دستیابی به انتظارات و الزامات

انتظار می‌رود با اجرایی‌شدن 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.

#### 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 توامان 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- تاب‌آوری: توانایی حفظ کارکردها پس از تکان‌های 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 لوازم خانگی به حداقل رسیده که تحت تاثیر شوک‌های بیرونی مانند نوسانات درآمدهای نفتی و تحریم‌های بین‌المللی قرار نمی‌گیرند.

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

تیم تدوین

