



## نقش تعیین‌کننده زنجیره ارزش و زنجیره تامین در پوشاک ایرانی

مریم جاقوری<sup>۱\*</sup>

maryamjaghoori@gmail.com

### چکیده

تولید منسوجات و پوشاک از جمله صنایع کلیدی به شمار می‌رود. تولید پنبه (الیاف طبیعی) و تامین نیاز داخلی و ظرفیت‌های صنعت پتروشیمی (الیاف مصنوعی)، انتظار جایگاه رقابت‌پذیری را برای محصولات این صنعت در بازار داخلی و خارجی رقم می‌زند. صنعت پوشاک به واسطه نقش استراتژیکش در تامین یکی از اقلام اساسی خانوار و ویژگی اشتغالزای آن توأم با هزینه پایین موجب شده به عنوان یکی از کانون‌های ایجاد اشتغال صنعتی همیشه مورد توجه باشد. صنعت پوشاک، صنعتی کاربربا هزینه اشتغالزایی پایین و وابستگی وارداتی کم در قیاس با سایر صنایع، اما سهم ناچیز از اشتغال و ارزش افزوده صنعتی را داراست. تمرکز بالا بر بازارهای داخلی و داشتن نقص‌هایی در زنجیره ارزش آن، همراه با تهدید بازارهای داخلی از ناحیه قاچاق اجناس خارجی، و ضعف در نگاه صادراتی موجب شده این صنعت از توان رقابتی چندانی برخوردار نباشد و با سهمگیری کاهنده از اقتصاد مواجه شده است. در طی سه دهه گذشته، بخش اعظمی از صادرات و تولید پوشاک به ترکیه اختصاص پیدا کرده و این در حالی است که دست ایران از این بازار کوتاه مانده و فرصتهایی اشتغالزایی را از دست داده است. هدف از پژوهش حاضر معرفی اجمالی زنجیره ارزش صنعت نساجی کشور و شناسایی برخی از چالش‌های تکمیل این زنجیره در کشور است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی از ابعاد مختلفی از جمله اشتغالزایی و ارزش آفرینی، دستاوردهای بسیاری برای کشور دارد. که در صورت جایگزینی صادرات محصولات نساجی به جای مواد اولیه پتروشیمی مصرفی در این صنعت، به طور متوسط ارزش حدود پنج برابری عاید کشور میشود. در این پژوهش با استفاده از روش تحلیل، مشخص شد که توانایی رقابت در صنعت نساجی، تحت تاثیر زنجیره‌های از علل ساختاری در طول یک بازه زمان صورت گرفته است که متاسفانه این علل در ایران به صورت جدی نمود پیدا نکرده است.

واژگان کلیدی: پوشاک، آسیب شناسی، زنجیره تولید، زنجیره ارزش



## مقدمه

صنایع نساجی و پوشاک در زمره قدیمی‌ترین، بزرگ‌ترین و فراگیرترین صنایع در جهان به شمار می‌روند. نگاهی به شاخص‌های عملکردی این صنایع در جهان گویای قابلیت‌های بالای آن در تامین اهداف اشتغال‌زایی و ارزآوری صادراتی است. با این توصیف، به خوبی می‌توان صنایع نساجی و پوشاک را به عنوان یکی از صنایع راهبردی در مسیر تحول صنعتی کشورهای در حال توسعه قلمداد کرد. نمود عینی این مساله را نیز می‌توان در شواهد تجربی برآمده از سهم بالای صنایع نساجی و پوشاک در مسیر گذار صنعتی کشورهای مختلف جهان به ویژه در سطوح پایین تر درآمدی مانند ویتنام، هندوستان و اندونزی ردیابی کرد. در ایران صنایع نساجی و پوشاک ضمن برخوردار بودن از ظرفیت‌های بالقوه متعدد همچون ظرفیت‌های کنونی پتروشیمی (الیاف مصنوعی) و دسترسی به بازار بزرگ داخلی، همواره مورد تاکید سیاست‌گذاران نیز قرار داشته است و بدین روی انتظار میرفته است تا از توان رقابت‌پذیری بالایی در هر دو بازار داخلی و خارجی برخوردار باشد. با اینحال در عمل، سهم این فعالیت در ایران کاهش یافته است. به بیان آماری در سال ۱۳۷۰ سهم ارزش افزوده صنعت نساجی و پوشاک از تولید ناخالص داخلی معادل ۶.۴۱ درصد بود، اما هم‌اکنون این صنعت با سهم ۰.۸۲ درصد خارج از صنایع کلیدی ارزش‌زای کشور قرار گرفته و برنامه‌ریزی‌ها و هدف‌گذاری سیاست‌گذار نیز تاثیر شایانی در بهبود شرایط کسب و کار این صنعت نداشته است. این سهم روبه‌نزول نه تنها در توان رقابت این رشته فعالیت صنعتی با سایر صنایع - در سهم‌گیری از تولید ناخالص داخلی - مشهود است، بلکه در کاهش اندازه تقاضای آن در هر دو بازار داخلی و خارجی نیز قابل ردیابی می‌باشد. (شفیعی وهمکاران، ۱۴۰۰: ۱۳) با توجه به اهمیت موضوع، در مقاله حاضر زنجیره ارزش صنعت نساجی که از سابقه تاریخی طولانی در ایران برخوردار است و اشتغال‌زایی بالایی دارد، از ابعاد مختلف بررسی شده است. (میرجلیلی وهمکاران، ۱۳۹۹: ۵) در این راستا در ابتدا در خصوص مفهوم زنجیره ارزش و اهمیت تکمیل آن در صنعت نساجی توضیحاتی ارائه شده است. سپس ارکان زنجیره ارزش صنعت نساجی مشخص و وضعیت این ارکان تحلیل و بررسی شده است. و در بخش بعدی برخی مشکلات توسعه زنجیره ارزش در صنعت نساجی کشور مشخص شده و در نهایت راهکارهایی برای بهبود وضعیت موجود ارائه شده است.

## پیشینه تحقیق

در بحث ارزش زنجیره تولید و ارزش تامین مقاله خاصی نیست پیشینه این تحقیق از سه مورد کتاب با نام «راهکارهای توسعه و تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک در ایران» نوشته افسانه شفییی وهمکاران که در سال ۱۴۰۰ در ۲۰۰ صفحه نگارش شده است که در این کتاب به طور کامل و مفصل در مورد صنعت نساجی اعم از پوشاک، فرش و ... را مورد بررسی قرار داده و کشورهای موفق که در زمینه صنعت پوشاک در رشد کشورشان موثر بوده اند را از ابعاد مختلفی بررسی کرده است و در نهایت به ارائه راهکارهایی در این زمینه پرداخته است. مقاله بعدی مربوط به گزارشی است که خانم فاطمه میرجلیلی وهمکاران در سال ۱۳۹۹ بانام «ضرورت تکمیل زنجیره ارزش در صنعت نساجی و ارائه راهکارها» نوشته شده که به تعریف، مفهوم و تحلیل و مشکلات زنجیره ارزش و زنجیره تامین پرداخته است و به تهدیدها و فرصتهای بازار پوشاک پرداخته است. و مقاله آخر با نام «تاثیر شیوه انباشت سرمایه بر عملکرد نهادی و توسعه صنعتی مطالعه موردی: صنعت نساجی ایران و ترکیه» است نویسنده مقاله زهرا کریمی موعاری و معصومه محمودیان که به تحلیل بازار سرمایه و پوشاک ایران و ترکیه پرداخته است. در مورد زنجیره ارزش مقالاتی است اما در مورد پوشاک و آسیبهای بازار پوشاک نیست.



## روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش بصورت کتابخانه‌ای و تحلیل محتوا می‌باشد. ابتدا مطالعات کتب، مقالات، مجلات، و پایان‌نامه‌ها انجام شد و سپس شروع به تحلیل تحقیقات انجام شده کرده است.

## مفهوم زنجیره ارزش

زنجیره ارزش مجموعه‌ای از فعالیتهایی است که در یک صنعت خاص به منظور ارائه کالای ارزشمند برای بازار انجام میشود. این مفهوم از طریق مدیریت مشاغل حاصل میشود و اولین بار توسط مایکل پورتر در سال ۱۹۸۵ در کتاب «مزیت رقابتی: ایجاد و حفظ عملکرد عالی» مطرح شده است. (Porter, 1985). این مفهوم متشکل از سلسله اقداماتی است که سبب افزایش ارزش محصول و رضایت مشتری میشود. زنجیره ارزش ابزاری برای درک بهتر مزیت رقابتی بنگاه، تشخیص حلقه‌های ارزش افزا یا کاهنده هزینه‌ها و شناخت کامل تر تعامل بنگاه با فروشندگان و مشتریان و سایر بنگاهها در صنعت محسوب میگردد. (شفیعی وهمکاران، ۱۴۰۰: ۱۵). به عبارتی در تحلیل زنجیره ارزش تمامی فعالیتهایی که در ایجاد ارزش نهایی اثرگذارند در دو بخش فعالیتهای اصلی و فعالیتهای پشتیبانی به شرح زیر تقسیم می‌شوند: فعالیت‌های اصلی شامل تدارکات منابع تولید، عملیات تولید، تدارکات محصولات و خدمات، بازاریابی، فروش و خدمات پس از فروش و فعالیت‌های پشتیبانی نیز عبارت از تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز، مدیریت منابع انسانی، توسعه فناوری، سیستم تأمین (بعد نرم افزاری) است. تحلیل وضعیت موجود حاکی از آن است که در لایه‌های مختلف زنجیره ارزش صنعت نفت و گاز کشور چه در بعد ملی و چه در بعد بنگاهی مفاهیم فوق به خوبی مورد توجه قرار نگرفته است. به همین منظور خیلی از مجتمع‌های پالایشی و پتروشیمی و همچنین رشته صنعت‌های موجود در صنایع تکمیلی مرتبط با نفت و گاز قدرت ایجاد مزیت رقابتی جهت رقابت با کالاهای وارداتی و یا صادرات را ندارند. هرچند محیط کسب و کار نیز از حیث ساختاری، قانونی و رفتاری از یک محیط ایدئال فاصله دارد و این مشکلات نیز در کاهش بهره‌وری بنگاهها مؤثر است. بررسی وضعیت کسب و کارها در ایران بیانگر آن است که توزیع بنگاهها در زنجیره ارزش عمدتاً در بخش تولید و فراوری و به ویژه فروش متمرکز شده است. این در حالی است که توزیع ارزش در زنجیره کسب و کار در بخش‌های ایده‌پردازی، ترکیب مواد و طراحی محصول یا خدمت و بازاریابی و فروش و نحوه عرضه آن به مصرف‌کننده نسبت به بخش تولید بیشتر است. (میرجلیلی وهمکاران، ۱۳۹۹: ۵)

## اهمیت تکمیل زنجیره ارزش

با تکمیل زنجیره ارزش و افزایش پیچیدگی فرایند تولید و تولیدات، محصولاتی با ارزش آفرینی بیشتر تولید میشود. به عبارتی با حرکت به حلقه‌های انتهایی زنجیره ارزش و نوآوری به منظور تولید محصولات جدید، زمینه تحرک بخشی و تولید محصولات رقابتی در صنایع کشور فراهم میشود. (میرجلیلی وهمکاران، ۱۳۹۹: ۷). با توجه به نوع زنجیره ارزش، توسعه آن به روشهای گوناگونی قابل انجام است که تمامی این روش‌ها در چهار گروه قابل طبقه‌بندی می‌باشد:

ارتقای فرایندی: افزایش کیفیت فرایندها از طریق بهبود ساختار تولید و توزیع به گونه‌ای که بنگاه به طرز موثری بهتر از رقبای عمل نمایند فرایندها می‌تواند شامل فرایندهای داخلی نظیر گردش سرمایه و ضایعات و فرایندهای درون زنجیره نظیر تحویل به موقع با هزینه کمتر باشد.

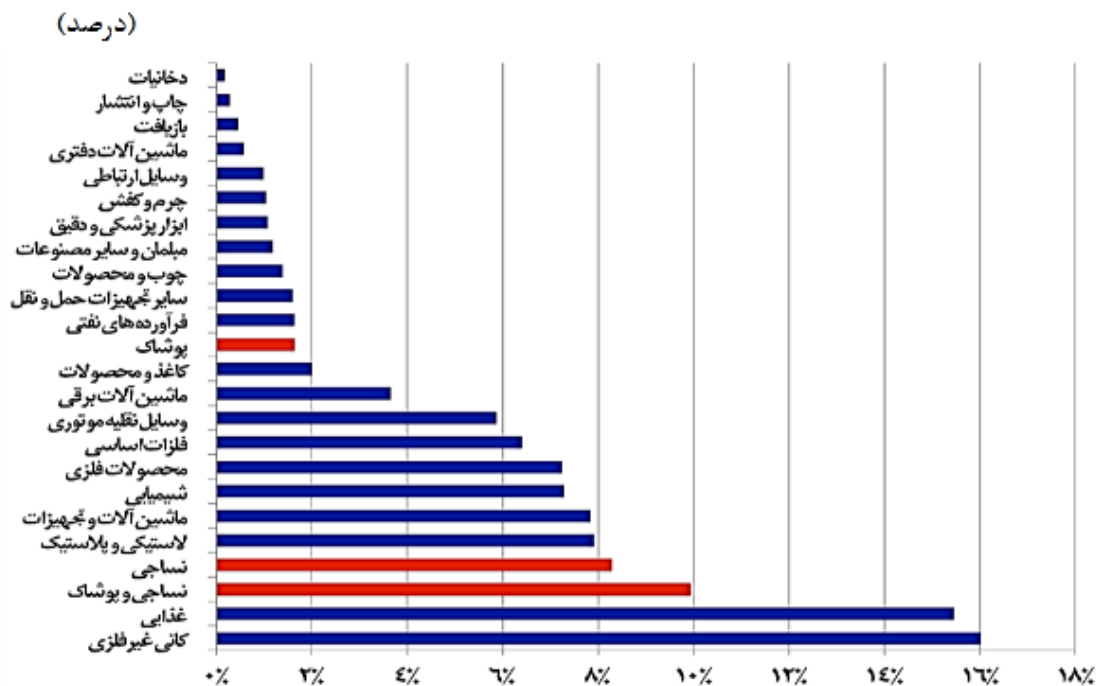


ارتقای محصولی: شامل طراحی، ساخت و توزیع محصول جدید با ارزش افزوده بیشتر و یا بهبود محصولات قبلی با سرعت بیشتر نسبت به رقبا است. این امر شامل تغییر فرایند توسعه محصول هم از نظر فرایندهای داخلی و هم از نظر ارتباط بین حلقه‌های مختلف است. ارتقای عملکردی: شامل افزایش ارزش‌افزوده از طریق ابداع، راه‌اندازی و تغییر فعالیتهای کسب و کار نظیر برون‌سپاری، لجستیک، و غیره و یا حرکت و تمرکز بر فعالیتهای دیگر زنجیره (از طراحی تا تولید) است.

ارتقای زنجیره: شامل حرکت به سمت یک زنجیره ارزش جدید است. برای نمونه می‌توان به حرکت شرکتهای ایتالیایی از تولید محصولات نساجی به تولید ماشین‌آلات نساجی اشاره کرد. (شفیعی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۵) هر یک از روشهای برشمرده، به نحوی هر دو سوی عرضه و تقاضای بازار را مورد نظر قرار میدهد. با این حال، تمرکز بالاتر ارتقای فرآیندی بر سمت عرضه و ارتقای محصول بر سمت تقاضا بیشتر است. لذا، بکارگیری توامان آنها می‌تواند بر هر دو سمت عرضه و تقاضای رشته فعالیت مورد نظر تاثیر مثبت داشته باشد. دو رویکرد آخر (ارتقای عملکردی و ارتقای زنجیره) ماهیت عمومی‌تر داشته و عمدتاً تمرکز خود را بر ارزش افزوده حاصله قرار می‌دهد. (شفیعی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۷)

### تکمیل زنجیره ارزش و اشتغالزایی بیشتر

برپایه آمار مجوزهای بهره‌برداری واحدهای صنعتی وزارت صنعت، معدن و تجارت در دوره ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۷ در مجموع، ۱۴۵ هزار واحد صنعتی با اشتغال ۲ میلیون و ۸۵۰ هزار نفر و سرمایه‌گذاری ۷۹۰۰ هزار میلیارد ریال به قیمتهای ثابت سال ۱۳۹۵ به بهره‌برداری رسیده است. در این دوره ۱۱ هزار و ۷۰۰ واحد صنعتی نساجی و پوشاک (سه‌م ۸/۳ درصد از کل صنعت) با اشتغال ۷۵۲ هزار نفر (سه‌م ۹/۸ درصد) و سرمایه‌گذاری ۴۲۳ هزار میلیارد ریال (سه‌م ۶/۱ درصد) تحت بهره‌برداری قرار گرفت.





همانطور که از نمودار مشخص است صنایع نساجی و پوشاک نسبت به صنایع مواد و محصولات شیمیایی که در زنجیره ارزش صنعت نساجی نقش تأمین کننده مواد اولیه را دارد و در حلقه های اول قرار میگیرد، اشتغالزایی بیشتری برای کشور به همراه دارند و به عنوان صنایع کاربر محسوب میشوند. لذا از منظر اشتغالزایی نیز تکمیل زنجیره ارزش حائز اهمیت است. (میرجلیلی و همکاران، ۱۳۹۹: ۸)

### الگوهای تحلیل زنجیره ارزش و ارتباط آن با زنجیره تامین

مفهوم زنجیره ارزش دارای ابعاد مختلفی است. اولین بعد که به آن «ساختار ورودی - خروجی» نیز اطلاق میشود. به معنای مجموعه ای از محصولات و خدمات است که به صورت به هم پیوسته از فعالیتهای اقتصادی مولد ارزش افزوده پیوند می یابد. از این منظر، تعاریف ارائه شده از «زنجیره ارزش» را در مقام مقایسه با «زنجیره تامین» ارزش افزوده قرار می دهند و سپس الگوهای مختلف آن را با این سنجه گذاری مورد تحلیل قرار میدهند. این الگوها را میتوان در سه گروه طبقه بندی کرد: ۱- الگوهایی که در آن زنجیره ارزش تعریف محدودتری از زنجیره تامین داشته و در واقع بخشی از زنجیره تامین محسوب میشود؛ ۲- الگوهایی که در آن زنجیره تامین به عنوان مفهوم هم تراز با زنجیره ارزش در نظر گرفته میشود؛ ۳- الگوهای که در آن زنجیره ارزش مفهومی بسیار وسیع تر از زنجیره تامین دارد که در واقع شامل زنجیره تامین است.

زنجیره تامین تعاریف مختلفی دارد، اما طبق یک تعریف جامع ارائه شده توسط اپیکس (APICS) (مرجع جهانی در برنامه های صدور گواهینامه زنجیره تامین) چنین تعریف میگردد:

شبکه ای جهانی که وظیفه تحویل کالا/ خدمت (محصول) از مواد اولیه به مشتری نهایی طی یک جریان مهندسی شده از جریان اطلاعات، توزیع فیزیکی محصول و مالی برعهده در این تعریف دامنه زنجیره تامین، از مرحله مواد اولیه تا مشتری نهایی عنوان شده است. با مبنا قرار دادن این تعریف، اکنون نوبت به تعیین جایگاه زنجیره ارزش در برابر زنجیره تامین میرسد. در ساده ترین نگاه زنجیره ارزش به عنوان بخشی از زنجیره تامین در نظر گرفته میشود، که در آن با توجه به کاربرد برخی نهاده های تولیدی و مواد اولیه در صنایع مختلف، مبنای تعیین زنجیره ارزش جایی در نظر گرفته میشود که تدارک نهاده ها به صنعت مورد نظر آغاز میشود و تا مرحله مصرف کننده نهایی در آن صنعت دارد. (شفیعی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۷)

### تفاوتهای ماهوی زنجیره ارزش نساجی و پوشاک

زنجیره ارزش نساجی از نوع تولیدکننده محور و زنجیره ارزش پوشاک از نوع خریدارمحور است ارزش تولیدکننده محور عبارت از زنجیره های است که در آن تولیدکننده نقش محوری در هماهنگی و تنظیم شبکه و زنجیره دارد. صنایع سرمایه بر و متکی بر فناوری بالا نظیر نساجی، ساخت خودرو، هواپیما، رایانه، نیمه هادی ها و یا ماشین های سنگین در این گروه قرار میگیرند. زنجیره ارزش خریدار محور زنجیره ای است که در آن خرده فروشان، بازاریابان و برندها نقش محوری در تنظیمات شبکه دارند. این نوع زنجیره عمدتاً در کشورهای جهان سوم برخوردار از نیروی کار ارزان شکل میگیرد. بنابراین، این زنجیره در صنایع خریدارمحور که نیروی کار نقش پررنگی در آن دارد از قبیل کالاهای مصرفی، پوشاک، اسباب بازی، لوازم خانگی مصرفی و کم دوام، لوازم الکترونیکی مصرفی و بسیاری از تولیدات دستی توسعه می یابد. (شفیعی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۸)



در مطالعه حاضر ضمن پذیرش ضرورت تکمیل زنجیره فیزیکی (یا به عبارتی زنجیره تامین) در صنایع نساجی و پوشاک، اهمیت ارتقای فرایندی نیز در بخش ساخت مورد تاکید قرار دارد. این دو بُعد از ارتقای زنجیره در حالی مورد توجه قرار دارد که در کنار آن خدمات متصل به تولید (در هر دو مرحله قبل و بعد از تولید) نیز مورد تاکید خواهد بود. (شفیعی و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۰)

## صنعت پوشاک

صنعت پوشاک در ایران از اوایل دهه پنجاه شمسی با ایجاد سه کارخانه فعالیت خود را آغاز کرد. تلاش برای توسعه این صنعت به صادرات پوشاک ساخت ایران به بازارهای اروپایی از اوایل دهه هفتاد میلادی منجر شد. این صنعت پس از یک دوره رونق در دهه هفتاد و اوایل دهه هشتاد با چالش‌های فراوانی از نیمه دوم دهه هشتاد به بعد مواجه شد و با هجوم واردات سهم آن در اقتصاد ایران کاهش یافت. به صورتی که مقدار صادرات پوشاک کشور از بیش از ۲۰۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۲ به کمتر از ۶۰ میلیون دلار در سال ۱۳۸۹ کاهش یافت. این روند رو به افول صنعت پوشاک سبب آسیبهایی در حلقه‌های اصلی زنجیره ارزش پوشاک کشور شد که اهم آن به شرح زیر است:

۱- سرمایه‌گذاری در صنعت بالادستی نساجی (پارچه‌لباسی) و همچنین پوشاک در حد لازم و کافی انجام نشده و در نتیجه زیرساخت صنعتی رقابتی وجود ندارد. با توجه به ضعف تأمین مالی و دست‌اندرکاران سرمایه‌گذارهای انجام شده از کیفیت و قدرت رقابت پایینی برخوردار است.

۲- واردات پوشاک (ارزان قیمت با دامپینگ) از کشورهای تولیدکننده ارزان قیمت صدمات بالایی به صنعت پوشاک کشور وارد کرده است.

۳- ضعف ساختاری شبکه توزیع و قاچاق موجب شد تا بازار ایران از پوشاک (با برندهای تقلبی) اشباع شود که رقابت با آنها دشوار است.

۴- ساختار اقتصادی کشور موجب شده تا واردات تسهیل و از کمترین پرداخت مالیات و عوارض برخوردار شود و در همین حال فشار روی تولیدکنندگان (به ویژه صنایع اشتغالزا) افزایش پیدا کند.

۵- بخش طراحی و مدپوشاک متناسب با نیاز صنعت رشد پیدا نکرده است.

۶- مواد اولیه با کیفیت و باقیمت‌های رقابت پذیر برای صنعت پوشاک تأمین نمیشود.

۷. بخش چشمگیری از تولید پوشاک کشور به صورت غیررسمی فعالیت میکند.

۸- شبکه توزیع ارتقا نیافته و هزینه بالایی به صنعت تحمیل میکند. به دلیل ضعف تولید، بخش توزیع و فروش به سمت پوشاک خارجی متمایل شد و این مسئله خود عامل تشدید عدم رقابت پذیر صنعت پوشاک کشور است.

۹- نتایج حاصل از سیاست‌گذارهای اقتصادی و صنعتی کشور به رغم برنامه‌های دولت برای حمایت از صنایع کوچک و متوسط به رشد صنایع منبع محور در کشور منجر شده است و سهم صنایع ساخت محور از جمله صنایع نساجی و پوشاک در شاخص‌های اقتصادی از جمله صادرات غیرنفتی رشد چندانی نداشته است.



۱۰- دسترسی به سرمایه خارجی و بازارهای صادراتی اصلی (کشورهای توسعه یافته) وجود ندارد. (میرجلیلی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۸)

### مشکلات توسعه زنجیره ارزش در صنعت نساجی

با وجود سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در صنعت نساجی ایران، این صنعت در بخش‌های مختلف زنجیره ارزش آن دچار گلوگاه و حلقه‌های مفقوده مهم و قابل ملاحظه‌ای است. در بخش اولیه زنجیره شامل تأمین الیاف یا پلیمرهای سنتزی، نه تنها سرمایه‌گذاری درخورد و متناسب با ظرفیتهای نساجی کشور انجام نشده، بلکه ظرفیتهای موجود نیز طی دو دهه گذشته تا حدی فرسوده شده و کارایی لازم را از دست داده‌اند. در بخش فرایند تولید نیز کاهش سرمایه‌گذاری و فرسودگی ماشین‌آلات در اغلب بخش‌های این صنعت و به ویژه تولید پارچه لباسی و حلقه‌های نهایی از ارزش افزایی این صنعت کاسته است. در انتهای این زنجیره نیز که به وارد شدن محصولات نهایی همچون پوشاک به بازار نیاز است؛ حجم بالای واردات غیررسمی و قاچاق لطمات زیادی به این صنعت وارد کرده است. (میرجلیلی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۸)

### چالش‌های تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی در بخش تأمین مواد اولیه

با توجه به اینکه سهم عمده قیمت تمام شده کالای نهایی مرتبط با مواد اولیه مصرفی است، لذا نیاز است در بخش زنجیره تأمین بنگاه‌های فعال در این صنعت از یک اطمینان خاطر در قیمت، کمیت و کیفیت مواد اولیه برخوردار باشند که متأسفانه این موضوع با مشکلات زیادی مواجه است. چراکه بخشی از این مواد از خارج کشور تأمین میشوند که همین موضوع سبب شده است هزینه‌های تأمین را افزایش می‌دهد. در خصوص مواد اولیه‌ای که در داخل نیز تأمین میشود بعضاً با کمبود برخی مواد اولیه و افزایش رقابت در بورس کالا مواجه می‌شوند.

### چالش‌های تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی در بخش فرایند تولید

بر اساس برآورد سرمایه‌گذاری به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۵ سرمایه‌گذاری در صنایع نساجی کشور از ۱۳ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۶۸ به ۳۰ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۷۲ صعود کرد، اما از آن پس به شدت کاهش یافت به ۵/۹ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۷۹ سقوط کرد. طی دهه هشتاد سرمایه‌گذاری در صنایع نساجی به تدریج رشد پیدا کرد و به ۲۸ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۸۹ افزایش یافت. در سال ۱۳۹۱ میزان سرمایه‌گذاری به شدت سقوط کرد و به ۹/۵ هزار میلیارد ریال رسید. این روند تا سال ۱۳۹۲ ادامه یافت و در سالهای ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۵ بهبود پیدا کرد و سرمایه‌گذاری در این صنعت در سالهای ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷، به ترتیب به ۱۴ و ۱۶ هزار میلیارد ریال رسید. رشد سرمایه‌گذاری صنایع نساجی در نیمه اول دهه هشتاد ناشی از اجرای طرح بازسازی و نوسازی صنایع نساجی است. (میرجلیلی و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۲)

### ساختار بازار تولید پوشاک

عدم بهره‌گیری از صرفه‌های مقیاس در تولید و در نتیجه کاهش قدرت رقابت‌پذیری و استقامت در مقابل شوک‌های محیطی به واسطه:



۱- کوچک بودن ظرفیت فعال واحدهای تولیدی؛

۲- سهم بالای بنگاه‌های کوچک و متوسط در صنعت پوشاک (۱۰ درصد واحدهای کمتر از ۵۰ نفر کارکن در سال ۱۳۹۶)

۳- عدم امکان برخورداری واحدهای خرد زیر ۱۰ نفر در صنعت پوشاک از حقوق مالکیت فکری و سایر مشوق‌ها؛

۴- خلأ هدف‌گذاری و چشم‌انداز در سطح بنگاه‌های صنعت (بنگاه‌های کوچک از سیاست کیفیت و قیمت نازل و بنگاه‌های بزرگ از سیاست کیفیت بالا و برندینگ بهره‌بردار می‌کنند)؛

۵- پایین بودن موانع ورود به صنعت و در نتیجه درجه بالای عدم تمرکز در صنعت و عدم امکان بهره‌برداری از صرفه‌های مقیاس؛

۶- غلبه ساختار مالکیت فردی بر ساختار مالکیت شرکتی و در نتیجه پایین بودن ظرفیت بنگاه‌ها در بهره‌برداری از روش‌های نوین تامین مالی و حقوقی و ...؛

۷- ماهیت غیرسازمان یافته بخش بزرگی از واحدهای پوشاک فعال؛

۸- دوگانگی واحدهای صنفی و کارگاه‌های صنعتی در تولید پوشاک: ماهیت ترکیبی صنف و صنعت در بخش پوشاک؛

۹- فعالیت تعداد زیادی از صنوف بدون مجوز در بخش پوشاک. (شفیعی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۶۲)

### زیرساخت‌های پشتیبان صنعت پوشاک

شبکه توزیع (عمده‌فروشی و خرده‌فروشی) به شدت سنتی، ناکارآمد، سازمان نیافته و متفرق و هزینه و سهم بالای آن از زنجیره‌های تامین پوشاک بدون ارائه خدمات دارای ارزش افزوده لازم؛ محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی در طراحی محصولات و عدم آزادی عمل طراحان؛ عدم اجرای نظام رهگیری واردات کالا در کشور به منظور جلوگیری از قاچاق (شفیعی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۶۳)

### درسهای کاربردی از تجربیات کشورهای منتخب در توسعه صنایع نساجی و پوشاک

عمده‌تمرکز کشورهای که در صنعت پوشاک موفق بوده‌اند این است که، حتی با وجود وابستگی وارداتی در بخش مواد اولیه نساجی، بر قسمتهای انتهایی زنجیره ارزش یا به عبارتی تقویت جایگاه برند ملی و افزایش سهم از بازارهای داخلی و صادراتی بوده است. به منظور افزایش سهم از تقاضای بازار، در تمامی کشورهای موفق به خدمات متصل به این صنایع مشتمل بر صنعت مد و طراحی فروشگاه‌ها (Merchandising) نیز توجه می‌شود. برای تقویت واحدهای فعال در حلقه بازاریابی و فروش حمایت‌های ویژه اختصاص می‌یابد. به منظور دستیابی به شرایط توسعه صنایع نساجی و پوشاک، در تمامی کشورهای موفق تلاش شده است از ابزارهای تشویقی به نحو مشروط استفاده شود. عمده این شروط در برگیرنده صادراتی شدن بنگاه‌ها و همچنین بهره‌مندی بالاتر از ابزارها و روش‌های نوین (به ویژه از طریق سرمایه‌گذاری خارجی) است. یکی از مهمترین ابزارهای مورد استفاده در حمایت از صنایع نساجی و پوشاک کشورهای مورد بررسی، حمایت از ایجاد ساختارهای دست‌جمعی (سازماندهی واحدهای کوچک مقیاس در مناطق





متمركز) و ایجاد خوشه‌های نساجی و پوشاک بوده و در این ارتباط، هرگونه حرکت واحدها به سمت ساختارهای برشمرده، مشمول معافیت‌های زمانبندی شده (و گاه نامحدود) مالیاتی بوده است. در بخش ساماندهی عوامل تولید، بیشترین تمرکز بر توسعه نیروی انسانی متخصص قرار داشته و زمینه‌های مختلفی از ارتقای آموزش‌های حرفه‌ای و بکارگیری متخصصان دانشگاهی و بین‌المللی در این صنایع مورد توجه بوده است. به منظور تقویت جایگاه برندهای فعال در حوزه نساجی و پوشاک کشورهای موفق در بازارهای صادراتی، برخی مشوق‌های مالیاتی به آن دسته واحدهایی اختصاص می‌یابد که اقدام به ایجاد پارک‌های فناوری صنعت نساجی در نقاط خارج از کشور نمایند در مراحل نخستین توسعه صنایع نساجی و پوشاک کشورهای مورد بررسی، توسعه واردات تجهیزات مورد نیاز و ارائه مشوق جهت نوسازی ماشین‌آلات مربوطه (حتی در شرایط پیگیری راهبرد جایگزینی واردات برای سایر مصنوعات)، از جمله اقدامات لاینفک دولت کشورهای موفق به شمار میرفته است به منظور ارتقای ارزش افزوده توأم با حلقه بازاریابی و فروش محصولات نساجی و پوشاک، دولت از هر دو روش بازاریابی سنتی و مدرن (الکترونیکی) به نحو توأمان و با هدف برندسازی ملی حمایت به عمل آورده است. عمده این حمایت‌ها نیز به صورت تدارک زیرساخت‌های پشتیبان بوده است.

### شناسایی عوامل اثرگذار داخلی و خارجی بر عملکرد صنعت نساجی و پوشاک.

در مجموع نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت مقابل صنعت نساجی و پوشاک کشور را میتوان به شرح موارد زیر برشمرد:

نقاط قوت:

سطح پایین آب‌بری و انرژی‌بری در مقایسه با متوسط صنعت؛ سهم پایین هزینه‌های جبران خدمات از قیمت تمام‌شده محصولات با وجود؛ ماهیت اشتغال زای صنعت نساجی و پوشاک؛ جایگاه بالاتر هزینه‌های تبلیغات در پرداخت‌های غیرصنعتی به نسبت متوسط صنعت؛ سهم بالاتر ساختارهای دسته‌جمعی در مقایسه با متوسط صنعت؛ توفیق برخی تولیدکنندگان در ورود به مرحله صادرات از طریق پیمانکاری برای تولیدکنندگان پوشاک خارجی.

نقاط ضعف:

فشار بالای ناکارآمدی ناشی از ماشین‌آلات و تجهیزات قدیمی و فرسوده؛ سطح بالای وابستگی به مواد اولیه وارداتی در مقایسه با متوسط صنعت؛ اتکای بسیار زیاد تولیدکنندگان به بازار داخلی و تاثیرپذیری شدید از نوسانات ارزی؛ ضعف توان رقابت‌پذیری محصولات تولیدی به لحاظ کیفیت و قیمت تمام‌شده؛ بهره‌مندی ضعیف از صرفه‌های حاصل از مقیاس و تجمع با وجود تعدد ساختارهای دستجمعی و برخورداری از بنگاه‌های بزرگ مقیاس؛ سطح پایین بهره‌وری در صنعت نساجی و پوشاک؛ عدم کفایت هزینه‌های صرف شده برای خدمات متصل به تولید به منظور تقویت زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک؛ چالش‌های تامین مواد اولیه مصنوعی از بازار داخل؛ عدم به‌هم‌رسانی واحدهای نساجی و پوشاک (ناتوانی صنعت پوشاک در تحریک صنعت نساجی)

فرصت‌ها:

نقایص فرصت‌های تامین مواد اولیه شیمیایی با استفاده از ظرفیتهای تولید داخل در فرایند برنامه‌ریزی‌های توسعه صنایع پایین دست پتروشیمی؛ عدم وجود محدودیت‌های منطقه‌های و جغرافیایی برای مکان‌یابی صنایع نساجی و پوشاک، امکان ایجاد واحدهای



نساجی و پوشاک در کلیه مناطق جغرافیایی کشور؛ برنامه ریزیهای گسترده بخش دانش بنیان به منظور ارتقای فن آوریهای تولید در صنعت نساجی و پوشاک؛ راه اندازی رشته های تحصیلی در حوزه های مختلف صنعت نساجی و پوشاک.

تهدیدها:

درجه تمرکز بالا در بازار برخی از مواد اولیه صنعت نساجی و پوشاک؛ تاثیرپذیری شدید هزینه تمام شده محصولات نساجی و پوشاک به واسطه شوکهای قیمتی؛ سهولت بالای قاچاق و نفوذ آن در مجاری توزیع رسمی کشور؛ برخورداری صنعت از مشوقهای کمتر نسبت به کشورهای رقیب؛ عدم توزیع عادلانه یارانه در طول زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک (بی بهره گی صنعت نساجی از یارانه اعطایی دولت در حلقه تولید مواد اولیه مصنوعی در صنایع پتروشیمی).

### نتیجه گیری

صنعت نساجی در ایران از قدمت طولانی برخوردار بوده و یکی از مهمترین بخشهای اشتغال زاست. توجه به این صنعت به ویژه در شرایط کنونی کشور که رفع بحران بیکاری و افزایش درآمدهای ارزی حاصل از صادرات غیرنفتی از مهمترین اهداف اقتصادی کشور است، اهمیت خاصی دارد. رفع چالشهای تکمیل زنجیره ارزش در این صنعت موجب استفاده کارآتر از منابع کشور و ارزش آفرینی بیشتر این صنعت خواهد شد. به همین منظور در ادامه راهکارهایی برای تحقق این امر ارائه شده است. - تدوین و اجرای برنامه راهبردی صادراتی صنایع نساجی و پوشاک، - تأسیس کنسرسیوم های صادراتی در راستای تسهیل حضور تولیدکنندگان صنایع نهایی در نمایشگاههای بین المللی با هدف بازاریابی محصولات داخلی از جمله انواع فرش و پوشاک، تقویت و ایجاد مؤسسات فراهم کننده خدمات توسعه کسب و کار (مانند خدمات مهندسی، مشاورهای، طراحی، بازاریابی و برندینگ) و حمایت از همکاریهای مشترک بین مؤسسات داخلی و مؤسسات معتبر خارجی در زمینه های خدماتی مانند مشاوره، تحقیقات و بازاریابی، - پشتیبانی از ایجاد شبکه خرده فروشی منسوجات و پوشاک ایرانی در سطح ملی و منطقه های، - حمایت از ایجاد برندهای تجاری در حوزه صنعت پوشاک و تدوین و اجرای کامل قانون درج شناسنامه کالا بر منسوجات و پوشاک، مبارزه با ورود کالاهای قاچاق و به ویژه با برندهای جعلی، مقابله با کم اظهاری، بد اظهاری و تخلفات گسترده دیگر (واردات منسوجات و پوشاک) در گمرک ها و ساماندهی و تجمیع و تمرکز واردات منسوجات و پوشاک (گمرکهای تخصصی) و هم چنین - توسعه صنایع نساجی و پوشاک بر مبنای تمرکز بر تقویت و تکمیل خوشه های موجود در سطح مناطق کشور و حمایت از ایجاد و توسعه ساختارها و مؤسسات پشتیبان خوشه، بازسازی و نوسازی صنایع نساجی و پوشاک به منظور جایگزینی ماشین آلات فرسوده و انرژی بر و توسعه ظرفیتهای تولیدی و صادراتی براساس فناوریهای روز، سرمایه گذاری در تولید پارچه لباسی (به ویژه تار پودی - پشتیبانی و ارائه مشوق هابرای توسعه بخش رسمی (واحدهای صنعتی) تولید پوشاک - تقویت ظرفیتهای قانونی برای حمایت از صنعت مد با هدف ایجاد محتوای فرهنگی و مد مبتنی بر تقاضای بازار در منسوجات و پوشاک کشور، حمایت از مالکیت معنوی و برگزاری جشنواره ها و نمایشگاههای نساجی، پوشاک و مد. امید است با ارایه راهکارهای موجود گامی در جهت اصلاح تولید ملی برداشته باشیم .



## منابع

- ۱- راهکارهای توسعه و تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک در ایران، افسانه شفیعی، مجید جلیلی، فاطمه خارکش - تهران، انتشارات سبزان ۱۴۰۰
- ۲- ضرورت تکمیل زنجیره ارزش در صنعت نساجی و ارائه راهکارها، فاطمه میرجلیلی، سعیدشجاعی، احسان سلطانی - مطالعات انرژی، صنعت و معدن (گروه صنعت) ۱۳۹۹
- ۳- تاثیر شیوه انباشت سرمایه بر عملکرد نهادی و توسعه صنعتی مطالعه موردی: صنعت نساجی ایران و ترکیه « زهرا کریمی موغاری و معصومه محمودیان فصلنامه علمی و پژوهشی زمستان ۱۳۹۵، سال هجدهم شماره ۴