

سند سیاستی توسعه صنعت نساجی و پوشاک تا افق ۱۴۰۴ با رویکرد زنجیره ارزش



مجری پروژه:

مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

معاونت طرح و برنامه (دفتر سیاست گذاری و برنامه ریزی)

معاونت امور صنایع (دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی)

سایر همکاران:

- اتاق اصناف ایران
- اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- اتاق تعاون ایران
- دانشگاه صنعتی امیرکبیر
- انجمن صنایع نساجی ایران
- انجمن صنایع پوشاک ایران
- اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران
- اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران

فهرست

۳	مقدمه
۴	۱- تبیین وضع موجود
۵	۱-۱- تبیین زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک
۷	۱-۲- تحلیل زنجیره ارزش
۹	۱-۳- وضعیت صنعت در طول زنجیره
۱۰	۲- چالش های صنعت نساجی و پوشاک
۱۲	۳- چارچوب مفهومی تدوین سند
۱۲	سطح ۱- بنگاهی
۱۲	سطح ۲- بخشی
۱۲	سطح ۳- کلان
۱۲	سطح ۴- فراکلان
۱۴	۴- چارچوب سیاست های افقی و عمودی
۱۵	۵- هدفگذاری صنعت نساجی و پوشاک تا افق سال ۱۴۰۴
۱۵	۵-۱- اهداف کلی
۱۵	۵-۲- اهداف کمی
۱۶	۶- سیاست های گزینشی (عمودی) توسعه صنعت نساجی و پوشاک با نگاه تکمیل حلقه های زنجیره ارزش (تامین، تولید، توزیع)
۱۶	۶-۱- تکمیل حلقه های زنجیره ارزش (تامین، تولید و توزیع) نساجی و پوشاک
۱۷	۶-۲- توانمندسازی
۱۷	۶-۳- فناوری و ساخت داخل
۱۸	۶-۴- استاندارد سازی
۱۸	۶-۵- توسعه بازار
۱۹	۶-۶- سیاست های تجاری و تعرفه ای
۱۹	۶-۷- سیاست تامین مالی و سرمایه گذاری
۲۰	۶-۸- سیاست های تعیین نهاد تنظیم گری (رگولاتوری)
۲۱	۶-۹- اصلاح الگوی مصرف
۲۱	۶-۱۰- مشارکت های بین المللی در دوران پساتحریم
۲۲	۷- رویکردهای انقلاب صنعتی چهارم
۲۳	۸- الزامات سطح بنگاه
۲۳	۹- ذینفعان و بازیگران
۲۴	۱۰- ظرفیت های قانونی

مقدمه

در راستای سند چشم انداز توسعه کشور و در مسیر تدوین برنامه هفتم توسعه، ارائه هرگونه تصویر و برنامه ای از نقش و جایگاه صنعت پوشاک در بین سایر بخشهای صنعتی کشور، جهت تعیین و تضمین جایگاه واقعی صنعت پوشاک در توسعه اقتصادی کشور، نیازمند مطالعه وسیع و همه جانبه پیرامون تحولات گذشته و وضع موجود این بخش از صنایع کشور و مقایسه آن با وضعیت سایر کشورها و همچنین کشورهای نوظهور در این بخش میباشد از این سبب، ایجاد تصویری واقعی از این صنعت و آگاهی از ویژگی های ذاتی این بخش از صنایع کشور در مقایسه با سایر بخش های صنعتی به عنوان نخستین گام نقش بسیار مهمی را ایفا میکند. در اختیار داشتن چنین تصویری، که در برگیرنده ی ویژگی ها و نقاط قوت و ضعف رویکردها و روندهای گذشته و کنونی باشد، بدون تردید میتواند در اصلاح مسیر و یا ایجاد روندهای مثبت بلند مدت و یا رفع تنگناها و محدودیت های رشد این صنعت نقش موثری داشته باشد.

صنعت پوشاک بواسطه ارتباط مستقیم آن با زندگی روزمره و نیازهای اساسی خانوار، پس از مواد غذایی و مسکن در درجه سوم به لحاظ اهمیت قرار دارد. اگر چه پس از صنعتی شدن کشور و با تاسیس کارخانجات تولیدی و صنعتی، صنعت پوشاک از پیشینه تاریخی بالایی برخوردار است اما دستاوردهای آن با متوسط سهم بسیار ناچیز ۰,۲۶ درصدی از ارزش افزوده صنعتی و ۰,۱۴ درصدی از ارزش ستانده صنعتی طی سالهای ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۸، متناسب با قدمت آن نبوده است که این امر نتیجه تولید در مقیاس غیربهرینه و زیر ظرفیت و علیالخصوص پایین بودن بهره‌وری کل عوامل تولید ناشی از افزایش ظرفیت بیکار تولید بواسطه فشار تحریم‌های اقتصادی و سوء مدیریت در بخش صنعت، سهم بالای نیروی کار غیرماهر، افزایش نیروی کار مازاد و فرسودگی برخی از ماشین‌آلات و تجهیزات در این صنعت است.

لذا همان گونه که در بخش های مختلف اسناد بالادستی کشور مشخص شده، ایجاد ارزش افزوده بالا و تمرکز بر استفاده از ظرفیت های بالقوه مناطق مختلف کشور و همچنین مزیت های نسبی کشور در توسعه اقتصاد مولد و درون زا (با رویکردهای اشتغال و بهره‌وری، توسعه حوزه عمل مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور، افزایش صادرات و تکمیل زنجیره ارزش فرآورده های صنعت نفت و گاز (در اولویت های اساسی کشور قرار دارد. صنعت پوشاک صنعتی کاربر با هزینه اشتغالزایی پایین و وابستگی وارداتی کم در قیاس با سایر صنایع یکی از رشته صنعت های کلیدی و در زمره صنایع پیشران و دارای اولویت برای توسعه صنعتی کشور تعیین شده است که می تواند با توجه شرایط کنونی کشور و بازارهای هدف قابل دسترس، ضمن صرفه جویی ارزی قابل توجه و ارزآوری بسیار بالا، باشتاب قابل توجهی در دستیابی به اهداف توسعه صنعتی کشور، همچون گذشته با مشارکت بیش از ۹۹ درصدی بخش خصوصی گام بردارد.

در راستای اصلاح مشکلات برشمرده و وفق ماده (۴۶) قانون برنامه پنجساله ششم توسعه کشور، این سند در ذیل سند «سیاست های صنعتی ایران در افق ۱۴۰۴» در ۱۰ سرفصل تدوین شده است.

۱- تبیین وضع موجود

در کنار نقش استراتژیک این صنعت در تامین یکی از اقلام اساسی خانوار، ویژگی اشتغال‌زایی و پایین بودن هزینه ایجاد هر شغل در صنعت پوشاک موجب شده است این صنعت به‌عنوان یکی از کانون‌های ایجاد اشتغال صنعتی، همواره مورد توجه سیاست‌گذاران باشد. با وجود پایین بودن هزینه اشتغال‌زایی صنعت پوشاک (معادل ۷۱۶ میلیون ریال به ازای ایجاد هر شغل در سال ۱۳۹۷) مشاهده می‌شود این صنعت علی‌رغم ماهیت ذاتی خود سهم بسیار کمی در اشتغال کارگاه‌های صنعتی داشته و به‌طور متوسط حدود ۰٫۸ درصد شاغلان کارگاه‌های صنعتی در سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۸ در این صنعت مشغول به کار بوده‌اند. تمرکز بالا بر بازار داخل توأم با فقدان رویکرد صادرات‌گرایی در این بخش بواسطه پایین بودن متوسط سهم صنعت پوشاک از صادرات کارگاه‌های صنعتی (معادل ۰٫۰۷ درصد) و ناچیز بودن متوسط سهم صادرات به فروش (معادل ۸ درصد) طی سال‌های ۹۸-۱۳۸۳، همراه با تحدید بازارهای داخلی در نتیجه قاچاق پوشاک به کشور موجب شد علی‌رغم وجود پتانسیل‌های بالای تولید ناشی از استقرار صنایع بالادستی آن نظیر نساجی، پتروشیمی و... در کشور و پایین بودن وابستگی آن به نهاده‌ها، تجهیزات و ماشین‌آلات خارجی با متوسط سهم ۰٫۲۷ درصدی در فاصله سال‌های ۹۸-۱۳۸۳، این صنعت در خلق ارزش افزوده و اشتغال‌زایی چندان موفق نبوده است.

از منظر الگوی توزیعی ارزش افزوده و صادرات برحسب مقیاس بنگاهی، بنگاه‌های متوسط و بزرگ با بیش از ۲۵۰ نفر نیروی کار نقش کلیدی در این صنعت دارند. زیرا حدود ۱۰ درصد از بنگاه‌ها در زمره بنگاه‌های بزرگ صنعتی محسوب می‌شوند و خالق بیش از ۵۰ درصد از ارزش افزوده و صادرات این صنعت هستند.

از دیگر نکات حائز اهمیت در تحلیل این صنعت بر حسب مقیاس می‌توان به موارد زیر اشاره داشت:

- علی‌رغم سهم غالب بنگاه‌های کوچک مقیاس از کل بنگاه‌های فعال در تولید پوشاک (با متوسط سهم ۷۸٫۶ درصد) این بنگاه‌ها بواسطه توان مالی پایین، قادر به هزینه کرد در حلقه‌های بازاریابی، برندینگ، طراحی و مد و تولید محصول مطابق با نیاز مشتریان نبوده و از این رو سهم بسیار ناچیزی از ارزش افزوده و صادرات پوشاک (با متوسط سهم ۲۷٫۷ و ۴۱٫۶ درصد) را از آن خود کرده‌اند.

- ساختار دوگانه مجوزدهی تولید صنعتی و صنفی برای تولید پوشاک موجب بروز رانت و عدم توزیع عادلانه حمایت‌های دولتی میان تولیدکنندگان و نتیجتاً شکل‌گیری رقابت منفی میان تولیدکنندگان این محصول شده است.

زنجیره ارزش پوشاک در کشور متشکل از هشت بخش اصلی شامل بخش تامین، مد و طراحی، تحقیق و توسعه، برندینگ، تولید، بازاریابی، توزیع و فروش و خدمات پس از فروش است. با توجه به تحلیل زنجیره ارزش پوشاک کشور می‌توان با اطمینان حلقه مفقوده زنجیره ارزش را در این صنعت (توسعه بازار مدرن) عنوان نمود. با توجه به تعدد بنگاه‌های کوچک مقیاس در حلقه تولید، این صنعت شدیداً نیازمند تقویت

حلقه‌های ارزش آفرین یعنی مد و طراحی، تحقیق و توسعه و برندینگ است که در کشور مغفول مانده‌است. در بخش عرضه نیز بازاریابی و فروش در قالب تجارت سنتی (با محوریت بنکداران و بازار سنتی) بخش اعظمی از ارزش افزوده صنعت را نصیب دلالتان کرده است. رویکرد فروش سنتی علاوه بر عدم امکان استفاده از روش‌های نوین بازاریابی و فروش و عدم کسب ارزش افزوده بیشتر، موجب عدم رسوخ توانایی طراحان و مد در تولید کشور، عدم دریافت اطلاعات سلیقه و رفتار پوششی مصرف‌کنندگان و نتیجتاً عدم استقبال افراد جامعه از تولیدات داخلی و اقبال بسوی واردات شده است.

۱-۱- تبیین زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک

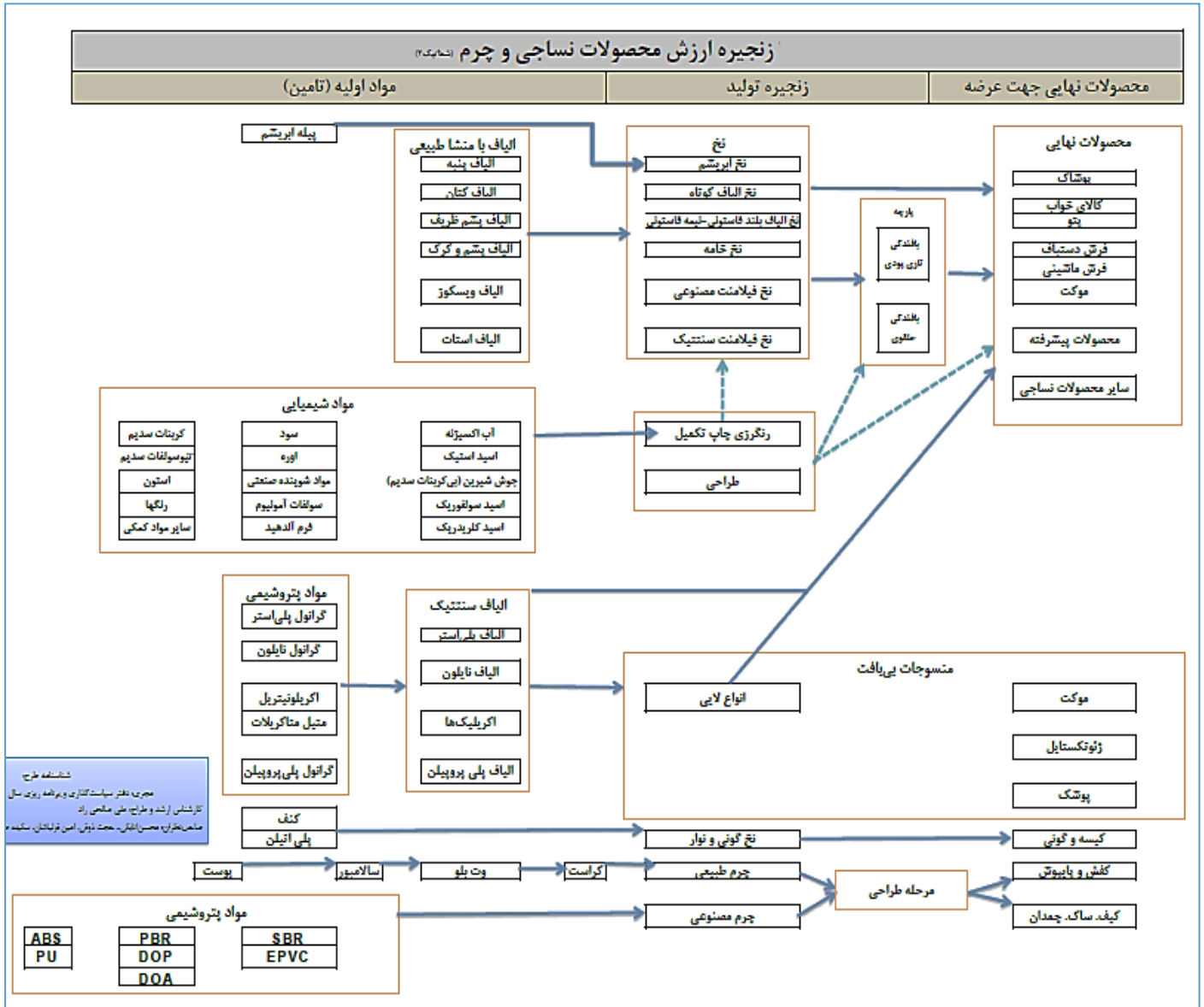
بنابر مطالعات جهانی صورت گرفته، سه مزیت جهانی صنعت پوشاک برای کشورهایی که تولید برای صادرات را به عنوان منابع درآمد ارزی خود هدف قرار می دهند، عبارتند از: هزینه سرمایه گذاری بسیار پایین، ارزش افزوده بالا و اشتغالزا بودن شدید این صنعت. مدل توسعه مورد نظر پیشنهادی در صنعت پوشاک، مدلی است که در آن تمامی اجزای مورد نیاز در ایجاد زنجیره های تأمین هیبریدی ناب و چابک و ایجاد مزیت های رقابتی پایدار در راستای تکمیل زنجیره ارزش مورد نظر قرار گرفته است. بنابراین در زنجیره ارزش پوشاک، توجه به دو بخش اساسی خدمات پیش از تولید (طراحی، تحقیق و توسعه، برندینگ و...) پس از تولید (توسعه بازار مدرن و عرضه) بایستی مورد توجه قرار گیرد. همچنین با تشخیص فعالیت‌های اصلی و پشتیبان در آنالیز زنجیره ارزش، مدل زنجیره ارزش زیر برای صنعت پوشاک بدست می آید. البته ذکر این نکته ضروریست که صنعت پوشاک ذیل زنجیره ارزش صنایع نساجی قرار دارد و خود به عنوان یک فعالیت اصلی در زنجیره ارزش آن بوده و دارای بالاترین ارزش افزوده در بین فعالیت‌های اصلی آن رشته صنعت می باشد. (شکل ۱)



شکل ۱. مدل زنجیره ارزش صنعت پوشاک

۲-۱- تحلیل زنجیره ارزش

امروزه با تغییر و تحولات صورت گرفته در سطح رفاه اجتماعی اکثر کشورهای دنیا تمایل به استفاده از کالای با کیفیت و متنوع به عنوان یک اصل شناخته شده است. در این میان پوشاک، به عنوان یکی از مهمترین اقلام مصرفی انسان پس از غذا از درجه اهمیت بسیار بالایی برخوردار می باشد. در زنجیره بلند تامین در صنعت پوشاک که از صنایعی مانند نفت و کشاورزی آغاز می گردد و تا بخش عرضه (بازار) امتداد می یابد (شکل ۳)، تولید و عرضه پوشاک آماده دارای بالاترین میزان درصد ارزش افزوده در این شاخه صنعتی می باشد. بر اساس تحلیل صورت گرفته در بین این بخش دارای ارزش افزوده (تولید و بازار)، کشورهای مختلف رویکرد متفاوتی را با توجه به مزیت های رقابتی خود اتخاذ نموده اند. کشورهای توسعه یافته و پیشرفته (مانند امریکا، ایتالیا، ژاپن، آلمان و...) رویکرد تولید در کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته و فروش و برندینگ توسط بنگاه های خود را پیش رو قرار داده اند. کشورهای کم تر توسعه یافته و توسعه یافته نیز در بخش های تولید سرمایه گذاری نموده اند تا با رسوخ تجربه و فناوری ناشی از تولید برای بنگاه های کشورهای توسعه یافته و همچنین شناخت ابعاد مختلف بازار، زنجیره ارزش خود را در آینده تکمیل نمایند. در ایران، با توجه به ظرفیت های بالای کشور در بخش مواد اولیه (کشاورزی و صنایع نفت و پتروشیمی)، محصولات واسط (نخ، پارچه، خرج کار، تکمیل و...)، ظرفیت بسیار بالای نیروی انسانی، منابع انرژی ارزان، بازار قابل توجه داخل و همچنین با توجه به سرمایه گذاری مناسب صورت گرفته در بخش های تولید مواد اولیه (صنایع پتروشیمی) و محصولات میان (صنایع نساجی) صنعت پوشاک می توان با اطمینان حلقه مفقوده زنجیره ارزش صنعت پوشاک را در تولید صنعتی (و نه تنها کارگاهی) و عرضه (توسعه بازار مدرن) این رشته صنعت عنوان نمود. در بخش صنعتی تولید پوشاک و فروش و بازرگانی این صنعت، علی رغم دارا بودن مزیت های نسبی بسیار فراوان و متناسب با شرایط اقتصادی و جغرافیایی کشور، تاکنون هیچگونه حمایتی صورت نگرفته است. در بخش تولید بالغ بر ۹۲ درصد تولید کشور به شکل تولید کارگاهی و مشاغل خانگی صورت می پذیرد که نشان دهنده شکل گیری کامل حلقه تولید میکرو در صنعت پوشاک می باشد. اما تغذیه این واحدها نیازمند توسعه صنایع کوچک و متوسط پوشاک کشور به شکل خوشه های هدفمند و تخصصی در قالب شهرک های ویژه پوشاک (OAPs) می باشد. همچنین جهت تسهیل در جذب سرمایه گذاران خارجی، تخصیص بخشی از اعتبارات و برنامه های مناطق آزاد و ویژه تجاری به صنعت پوشاک به همراه مشوقهای هدفمند راهگشا می باشد.



شکل 2. مدل زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک

۳-۱- وضعیت صنعت در طول زنجیره

با توجه به توانمندی بالای کشور در تولید زنجیره میانی محصولات صنعت نساجی (نخ، پارچه، خرج کار، تکمیل و...) به واسطه منابع انرژی ارزان، نیروی انسانی و سرمایه گذاری صورت گرفته میتوان وضعیت توانمندی صنعت در طول زنجیره را در سه سطح (توانمندی بالا **A**، توانمندی نسبی **B**، توانمندی پایین **C**) مطابق جدول زیر و در ۶ بخش (طراحی محصول، طراحی سیستم، طراحی فرآیند تولید، تامین امکانات تولید، توان تولید، تامین مواد اولیه) در نظر گرفت.

جدول ۱. وضعیت توانمندی صنعت در زنجیره تولید

نخ	رنگرزی	پارچه	برش	تکمیل (لایی و چسب)	دوخت	خرج کار	بسته بندی	سطح توانمندی
C	B	B	A	A	A	B	B	طراحی محصول
B	B	C	A	B	A	B	B	طراحی سیستم
B	B	C	A	C	A	B	B	طراحی فرآیند تولید
C	A	B	B	B	B	B	B	تامین امکانات تولید
A	A	C	B	B	B	A	A	توان تولید
A	A	B	A	A	A	A	A	تامین مواد اولیه

A	توانمندی بالا
B	توانمندی نسبی
C	توانمندی پایین

۲- چالش‌های صنعت نساجی و پوشاک

برخی از مشکلات صنعت پوشاک کشور ناشی از نواقص زنجیره ارزش این صنعت و مشکلات ساختاری درون صنعت بوده و برخی دیگر از مشکلات ناشی از سیاست‌گذاری‌های سطح بخشی و کلان کشور بوده که بر کلیه صنایع کشور از جمله صنعت پوشاک اثرگذار هستند. به‌طور خلاصه عمده چالش‌های این صنعت عبارتند از:

- مشکلات ناشی از سیاست‌گذاری‌های سطح بخشی و کلان کشور در حوزه نظام مالیاتی، بیمه، نرخ ارز و نحوه اعمال تعرفه‌های ترجیحی در توافقنامه‌ها؛
- ضعف انسجام سیاستی ناشی از دوگانگی نهاد سیاست‌گذار و قوانین بالاسری در صنف (قانون اصناف) و صنعت (قانون تجارت)؛ همچنین ضعف در نظام تشکیلاتی و تصمیم‌گیری‌های فرابخشی از مواد اولیه تا تولید و فروش
- عدم وجود سیاست‌های یکپارچه در متولیان صنعت نساجی و پوشاک؛
- ناهمخوانی کیفیت، انعطاف‌پذیری و تنوع محصولات تولیدی نساجی و صنایع تولیدکننده خرجکار با نیازمندی‌های صنعت پوشاک و مد جهانی؛
- محدودیت واردات مواد اولیه (خرجکار، پارچه و...) مورد نیاز برای صادرات پوشاک؛ و ضعف در دسترسی به مواد اولیه کیفی با قیمت‌های بالا به دلیل ضعف در حلقه‌های پیشین زنجیره اعم از (پشم، کرم ابریشم، پنبه، پوست و ...)
- پایین بودن بهره‌وری صنعت؛
- بالا بودن هزینه‌های تامین مواد اولیه ناشی از مشکلات سیاسی ناشی از تحریم؛
- استفاده از ماشین‌آلات قدیمی و فرسوده در تولید؛
- ضعف در تامین مالی صنعت نساجی و پوشاک و عدم استفاده بهینه از ظرفیت‌های بازار سرمایه به دلیل نبود شرکت‌های بزرگ؛
- تحدید اندازه بازار داخل، تنوع پایین سبد صادرات پوشاک ایران، تمرکز بالای مقاصد صادراتی و کاهش نرخ ماندگاری در بازارهای صادراتی؛
- ضعف در جذب سرمایه‌های خارجی و عدم هم‌پیوندی با زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای و جهانی؛
- ضعف توان فناورانه در حوزه‌های مهندسی دوخت، فرآیند تولید و تجهیزات تولید؛
- رقابت پذیری پایین کیفیتی نخ و پارچه تولید داخل بواسطه سرعت پایین صنعت نساجی کشور در تولید پارچه و نخ مطابق با تحولات صنعت مد جهانی؛
- محدودیت واردات مواد اولیه مورد نیاز (خرجکار، پارچه و...)؛
- ساختار دوگانه مجوزدهی در صنف و صنعت؛
- پایین بودن قدرت بازاری و توان موقعیت یابی در بازارهای جهانی و نتیجتاً تمرکز بالای مقاصد صادراتی و پایین بودن نرخ ماندگاری در کشورهای هدف؛

- ضعف در نظارت بر عرضه برندهای خارجی به صورت رسمی و نمایندگی برای توسعه رقابت پذیری و بالا بودن سهم واردات غیر رسمی (قاچاق) در بازار داخل؛
- اشکالات ناظر بر قانون نظام صنفی در واگذاری اختیارات کنترل ورود و خروج و نظارت بر بنگاهها به ذینفعان و امکان ایجاد انحصار ناشی از آن؛
- توزیع مویرگی پوشاک خارجی از طریق شبکه های اجتماعی و عدم نظارت بر آن؛
- ضعف در حلقه های مفقوده در زنجیره ارزش صنعت شامل مد و طراحی، برندینگ، تحقیق و توسعه و خدمات پس از فروش (شامل استرداد، تعویض، تعمیر و CRM)؛
- افزایش هزینه های توزیعی در شبکه توزیع خرده فروشی سنتی و فقدان فروشگاههای تخصصی؛

۳- چارچوب مفهومی تدوین سند

سطح ۱- بنگاهی

در این سطح ضمن پرداختن به مولفه‌های درونی موثر بر رقابت‌پذیری بنگاه‌های فعال از دو منظر هزینه و تنوع محصولی، به موقعیت‌یابی آن‌ها در زنجیره ارزش نیز پرداخته می‌شود. از این‌رو، در این بخش همراه با بررسی زنجیره ارزش صنعت از تامین مواد خام اولیه تا توزیع و خدمات پس از فروش، زنجیره ارزش بنگاهی تولیدکنندگان اصلی نیز بررسی می‌شود.

سطح ۲- بخشی

در این سطح مجموعه سیاست‌هایی که به صورت هدفمند زمینه‌های لازم برای رقابت‌پذیری صنعت را به وجود می‌آورد، ارزیابی و تحلیل می‌شود. در واقع می‌توان ابراز داشت که این سیاست‌ها عوامل موثر بر تسهیل فضای کسب و کار هستند که از طریق کارگزاران دولتی و اجتماعی در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی اتخاذ و اجرا می‌شوند. در این رابطه موضوعاتی نظیر الگوی آمیختگی زیرساخت‌ها (حمل و نقل، ارتباطات، انرژی و خدمات پایه)، سیاست‌های صادراتی و وارداتی، سامانه‌های نظارتی (استانداردهای زیست محیطی، ایمنی و فنی)، حمایت‌های مالی، اعتباری و گمرکی و سیاست‌های فناوری که در ارتقا قدرت رقابت‌پذیری نقش بسزایی دارند، بررسی می‌شوند.

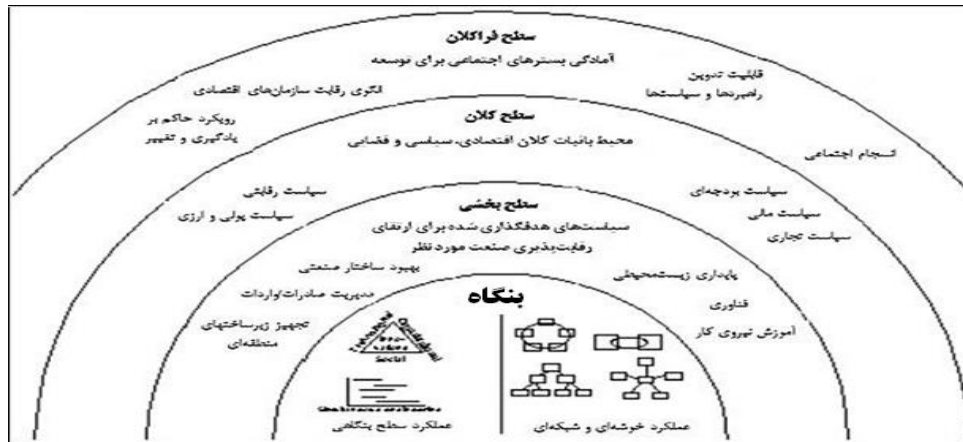
سطح ۳- کلان

در این سطح چارچوب‌های اقتصادی، سیاسی و تنظیمی حایل بر صنعت که بر رقابت‌پذیری آن اثرگذار هستند، مورد بررسی قرار می‌گیرد. الزامات مورد نیاز شامل چارچوب‌های کلان اقتصادی پایداری است که در عین عدم تحریف قیمت‌ها، شرایط باثبات ارزی، پولی و بودجه‌ای مناسبی را فراهم می‌کنند. علاوه بر آن، سیاست‌های رقابتی که تامین‌کننده شرایط رقابت منصفانه و ممانعت از بروز رفتارهای انحصاری (و نه لزوماً ساختارهای انحصاری)، کارایی عملکرد سیاست‌های ارزی و تجاری مشوق صادرات و مدیریت واردات می‌باشند نیز ارزیابی و تحلیل می‌شوند.

سطح ۴- فراکلان

این سطح مشتمل بر سه مولفه اصلی ۱. توافق اجتماعی در مورد اصول راهنمای بازار و جهت‌گیری بازار جهان، ۲. وجود الگوی تشکیلات قانونی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی که در عین تقویت بازیگران مربوطه، حامی نوآوری ملی، مزیت‌های رقابتی و رشد است، ۳. توانایی و تمایل به پیاده‌سازی راهبرد میان‌مدت- بلندمدت توسعه اقتصادی. از آنجا که در این سطح در واقع جهت‌گیری‌های اقتصادی، فرهنگی، صنعتی و سیاسی کشور در بوته بررسی قرار می‌گیرد، در این مطالعه از بررسی آن صرف نظر می‌شود.

شکل ۱- سطوح مختلف الگوی رقابت پذیری نظام مند

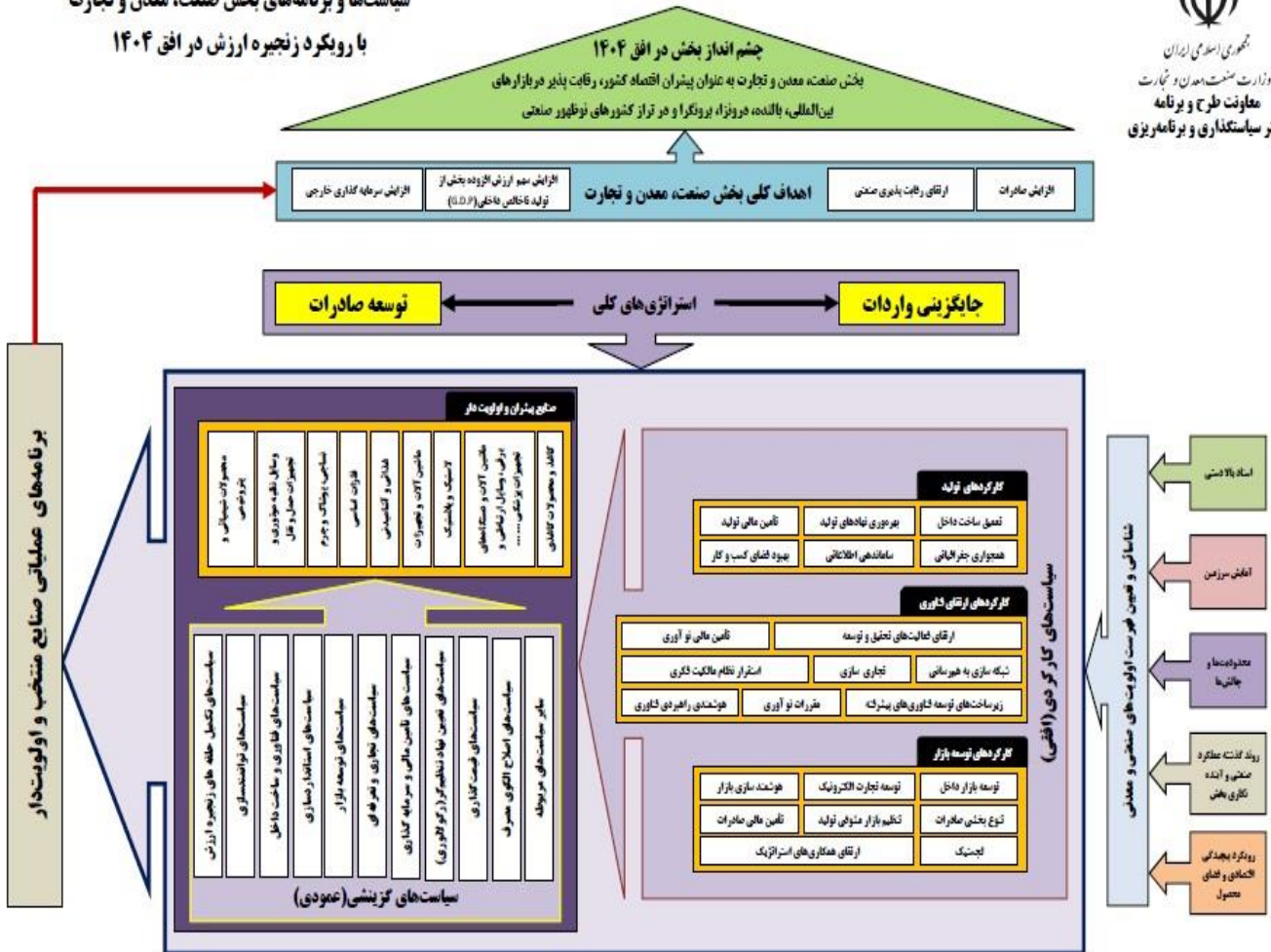


(1990s) Source: Jorg Meyer–Stamer Model

۴- چارچوب سیاست های افقی و عمودی



سیاست ها و برنامه های بخش صنعت، معدن و تجارت
با رویکرد زنجیره ارزش در افق ۱۴۰۴



۵- هدف گذاری صنعت نساجی و پوشاک تا افق سال ۱۴۰۴

۱-۵- اهداف کلی

۱. ارتقای رقابت پذیری صنعت نساجی و پوشاک مبتنی بر توسعه بومی فناوری های نوظهور و زیست بوم نوآوری باز متناسب با نیاز بازار و توانمندی های داخلی
۲. ارتقاء ارزش افزوده در صنعت نساجی و پوشاک
۳. توسعه متوازن زنجیره ارزش با تمرکز بر حلقه های طراحی، مد، برندینگ و تولید مواد اولیه
۴. جلوگیری از واردات غیر رسمی (قاچاق) و ارزبری در صنعت نساجی و پوشاک
۵. ارتقاء حجم و کیفیت تولیدات داخلی به منظور خوداتکایی در منسوجات و پوشاک مورد نیاز کشور
۶. افزایش حجم و تنوع منسوجات و پوشاک صادراتی و گسترش اندازه بازار خارجی
۷. توسعه جایگاه نمانام های ملی در بازارهای داخلی، منطقه ای و جهانی
۸. جلب مشارکت های بین المللی و جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی (مستقیم و مشترک)
۹. ساماندهی و نوین سازی شبکه توزیع

۲-۵- اهداف کمی

جدول ۲. اهداف کمی سند (برآورد تولید)

شرح	واحد سنجش	مصرف کشور	برآورد تولید سال ۱۳۹۹	هدف سال ۱۴۰۰	هدف سال ۱۴۰۱	هدف سال ۱۴۰۲	هدف سال ۱۴۰۳	هدف سال ۱۴۰۴
پوشاک	هزار تن	۴۵۰	۳۸۵	۴۲۳	۴۶۶	۵۱۲	۵۶۴	۶۲۰

جدول ۳. اهداف کمی سند (واردات و صادرات)

شاخص	واحد	(وضع موجود)	(وضع مطلوب) ۱۴۰۴
صادرات	پوشاک	میلیون دلار	۲۳۰
واردات	پوشاک	میلیون دلار	۱۵۰

ماخذ: وضعیت زنجیره پوشاک و کفش، وزارت صنعت، معدن و تجارت، خرداد ۱۴۰۰

۶- سیاست های گزینشی (عمودی) توسعه صنعت نساجی و پوشاک با نگاه تکمیل حلقه های زنجیره ارزش (تامین، تولید، توزیع)

۶-۱- تکمیل حلقه های زنجیره ارزش (تامین، تولید و توزیع) نساجی و پوشاک

۱. تقویت و توسعه ظرفیت های تولیدی واحدهای صنفی و صنعتی پوشاک
۲. یکپارچه سازی و ایجاد هماهنگی میان حلقه های طراحی و تولید؛
۳. تقویت حلقه طراحی و مد پوشاک از طریق تامین بخشی از هزینه های حضور در نمایشگاه ها، هفته های مد و جشنواره های معتبر بین المللی مد؛
۴. ایجاد پنجره واحد طراحی و تولید پوشاک با مشارکت وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، انجمن ها و اتحادیه های تولید و صادرات پوشاک با هدف تسریع فرآیندهای مجوزدهی؛
۵. تقویت همکاری های افقی و عمودی در زنجیره ارزش صنعت پوشاک متناسب با مزیت های منطقه ای و با تاکید بر حلقه های طراحی، تولید و بازاریابی؛
۶. تجمیع جغرافیایی شرکت های فعال در زنجیره ارزش صنعت با هدف تقویت همکاری های افقی و عمودی در قالب شهرک های صنعتی پوشاک؛
۷. تشویق ادغام های عمودی میان تولیدکنندگان محصولات نساجی و پوشاک و در اولویت قراردادن این بنگاه ها جهت دریافت حمایت های دولتی؛
۸. حمایت از ایجاد شهرک های صنعتی پوشاک؛
۹. حمایت از ایجاد مراکز تحقیقاتی در حوزه مدیریت R&D^۱، D&D^۲، R&D&I^۳ و خدمات فنی مهندسی با استفاده از نیروهای مجرب صنعت در راستای اتصال و هم پیوندی به زیست بوم نوآوری باز طبق مفهوم C&D^۴؛
۱۰. حمایت از فراگیری، بکارگیری و پیاده سازی هوش مصنوعی و اینترنت اشیا در فرآیندهای تولیدات کل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک در قالب شبکه یکپارچه جهت کم کردن هزینه، کاهش فرآیند و زمان تولید و تسریع در عرضه محصول به بازار هدف؛
۱۱. حمایت از افزایش و ارتقای ظرفیت های فناورانه و تولیدی بنگاهها در طول زنجیره ارزش از طریق "ایجاد و راه اندازی شبکه های نوآوری محلی، منطقه ای و شبکه های خلق دانش"، همچنین "سرمایه گذاری در مهارت های فنی و فناورانه جهت افزایش ظرفیت انتقال فناوری و مهندسی معکوس در زیست بوم نوآوری باز"؛
۱۲. توسعه فرآیندهای پایین دستی زنجیره ارزش در صنعت نساجی از طریق ایجاد پارک های تخصصی صنعت نساجی و پوشاک، خوشه های صنعتی، کارخانجات نوآوری ویژه صنعت نساجی و نیز

۱ Research and development

۲ design and development

۳ Research and Development and Innovation

۴ Connect and Development

قطب‌های رشد صنعت نساجی و پوشاک در نقاط منتخب کشور با تمرکز بر مزیت نسبی و رقابتی منطقه‌ای و ویژگیهای آمایشی؛
۱۳. استفاده از ظرفیتهای سازمانهای توسعه ای در راستای ارتقا و رشد کسب و کارهای نوپا (StartUp)، واحدهای تحقیق و توسعه و شرکتهای دانش بنیان فعال در زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک؛
۱۴. باز مهندسی فرایندها و رویه های فضای کسب و کار صنعت به منظور تسریع در تامین مواد اولیه، واسطه ای، اجزا و قطعات مورد نیاز و هم چنین ساماندهی و اصلاح رویه های نظارت بر توزیع و فروش کالا

۲-۶- توانمندسازی

۱۵. پشتیبانی از ایجاد مدارس تخصصی بین المللی طراحی و تاسیس خانه مد پوشاک به منظور طراحی و تولید پوشاک با رویکرد ایرانی - اسلامی؛
۱۶. حمایت از فعالیت ها و کارآفرینی مولد در صنعت نساجی و پوشاک و اعمال قوانین و مقررات سختگیرانه برای فعالیت های غیر مولد به منظور جلوگیری از فعالیت های غیر رسمی (قاچاق)؛
۱۷. حمایت از فعالیت شرکت ها و موسسات تخصصی خدمات طراحی و مد؛
۱۸. حمایت و تسهیل برگزاری جشنواره‌های ملی پوشاک بومی در هر فصل؛
۱۹. حمایت از توسعه تجارت الکترونیکی متناسب با نیاز بازار؛
۲۰. حمایت از ادغام و هم افزایی واحدهای صنفی کوچک مقیاس جهت رسیدن به مقیاس اقتصادی تولید
۲۱. ارتقای توان تولیدی بنگاه ها از طریق استفاده از مواد اولیه پیشرفته و ارگانیک در تولید، مکانیزاسیون فرآیند تولید با بکارگیری ERP، چاپ سه بعدی و پرو مجازی؛
۲۲. حمایت و تسهیل جذب و ارتقای فناوری در بنگاه‌های تولیدی فعال در صنعت نساجی و پوشاک؛
۲۳. حمایت از راهاندازی و تقویت مراکز تحقیق و توسعه در راستای تقویت توان طراحی و توسعه محصول در بنگاه های کوچک و متوسط؛
۲۴. ارائه مشوق های لازم (مشوق های مالیاتی و تخفیفات تامین اجتماعی) جهت هدایت و جذب سرمایه گذارهای داخلی و خارجی ؛
۲۵. حمایت از بنگاه های کوچک و متوسط در راستای تقویت تولیدات؛
۲۶. شناسایی و معرفی قوانین مورد نیاز در صنعت پوشاک؛

۳-۶- فناوری و ساخت داخل

۲۷. حمایت از ارتقای کیفی بخش طراحی از طریق بهره‌گیری از ظرفیت شرکت‌های دانش بنیان و استارت‌آپ‌ها برای داخلی‌سازی نرم‌افزارهای تخصصی تامین، تدارک، طراحی و مد؛

۲۸. ارتقای ظرفیت جذب فناوری در بنگاه‌های صنعت پوشاک؛

۴-۶- استاندارد سازی

۲۹. تدوین و تعیین استانداردهای لازم (از جمله سائز، سلامت، بهداشت) در تولید پارچه و پوشاک، مطابق با استانداردهای بین‌المللی؛

۳۰. بازنگری در تدوین نظام و فرایندهای استاندارد با توجه به موضوعات نوین و شرایط بومی؛

۳۱. توسعه و ساماندهی نظام جامع مالکیت فکری (صنعتی) در انتقال فناوری؛

۳۲. تقویت نقش دانشگاهها جهت خلق ایده‌های نوآورانه و انتقال دانش و فناوری به حوزه صنعت نساجی و پوشاک؛

۳۳. اطمینان بخشی از توسعه سیاستهای صنعتی مبتنی بر توسعه پایدار سبز به منظور حفاظت از محیط زیست از طریق استفاده از سیاستهای نوآوری صرفه جویانه در بنگاهها با توجه به محدودیت منابع و هدف گیری مصرف کنندگان با درآمد پایین؛

۳۴. همگام سازی نظام استاندارد و نقشه راه توسعه فناوری در کشور با یکدیگر و لحاظ تطابق استانداردها با نیازهای ملی و جهت دهی بنگاه ها به استانداردهای روزآمدتر از طریق اعمال سیاست های تشویقی و تنبیهی؛

۵-۶- توسعه بازار

۳۵. حمایت از توسعه مدل‌های کسب و کار مبتنی بر تولید جمعی (تولید تحت برند صنف برای صنعت)؛

۳۶. افزایش دسترسی به بازارهای صادراتی از طریق بهره‌مندی از ظرفیت موافقت‌نامه‌های منطقه‌ای دو و چندجانبه جاری (مانند پاکستان، ترکیه، افغانستان و اتحادیه اقتصادی اوراسیا) و همچنین انعقاد موافقت‌نامه‌های جدید با سایر همسایگان و شرکای تجاری (چین، هند، ازبکستان، عراق و ...) غرب آسیا ضمن تشویق حضور بنگاه‌ها در رویدادهای منطقه‌ای و بین‌المللی؛

۳۷. حمایت از متنوع سازی تولید و صادرات با توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های ایجاد شده در کشور در چارچوب فضای محصول و سطح پیچیدگی محصولات؛

۳۸. حمایت از ایجاد کنسرسیوم‌های صادراتی و حمایت از توسعه شرکت‌های خدمات مدیریت صادرات و بازاریابی؛

۳۹. حمایت از توسعه بازار کسب و کار مدرن از طریق ایجاد فروشگاه‌های تخصصی بزرگ و تقویت شبکه‌های فروش زنجیره‌ای و بورس‌های فروش پوشاک؛

۴۰. تعیین راهبرد مناسب در صنعت نساجی برای بهره‌مندی از طرح جامع همکاری ایران و چین در راستای توسعه بازار، تامین مواد اولیه و انتقال دانش، به ویژه در تولید ماشین‌آلات نساجی؛

۴۱. تدوین و اجرایی سازی راهبردهای نمانام سازی مشترک (Co-branding) با شرکت های برتر منطقه ای و بین المللی و بکارگیری فناوری اطلاعات و روش های بازاریابی نوین و دیجیتالی؛

۶-۶- سیاست های تجاری و تعرفه ای

۴۲. 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 سر به سر؛

۴۳. اجباری نمودن کد اصالت کالا و ثبت شناسه، اخذ و نصب شناسه کالا برای گروه کالایی منسوجات و پوشاک به منظور جلوگیری از واردات غیر رسمی (قاچاق) پوشاک؛

۶-۷- سیاست تامین مالی و سرمایه گذاری

الف) ایجاد:

۴۴. راه اندازی صندوق تخصصی پژوهش و فناوری خاص صنعت نساجی با تامین بخشی از سرمایه اولیه مورد نیاز آن از سوی دولت و استفاده از ظرفیت های این صندوق در جهت تامین بخشی از منابع مالی تعمیق ساخت داخل مواد اولیه و منسوجات با فناوری بالا؛

ب) سرمایه در گردش:

۴۵. ایجاد بسترهای مورد نیاز جهت بهره گیری بنگاه های فعال در صنعت نساجی از ابزارهای تامین مالی زنجیره ای (طرح گام و سکوک) و ابزارهای موجود در بازار سرمایه نظیر اوراق اختیار فروش تبعی، اوراق سلف موازی، اوراق استتصناع، اوراق منفعت، اوراق مرابحه و ...؛

۴۶. استفاده حداکثری از ظرفیت های بورس کالایی کشور در تامین مواد اولیه مورد نیاز صنعت نساجی؛

۴۷. اعطای تسهیلات مورد نیاز اصناف تولیدی به منظور استفاده حداکثری از ظرفیت تولیدی اصناف در جهت افزایش تولید و عرضه پوشاک؛

ج) بازاری و نوسازی:

۴۰. حمایت از بروزرسانی تجهیزات و خطوط تولیدی و تحقیقاتی در جهت احیاء و ارتقاء ظرفیت های موجود از طریق ابزارهای تامین مالی؛

۴۱. پرداخت ۳۰ درصد از هزینه های مربوط به بازاری و نوسازی واحدهای نساجی (بزرگ مقیاس) توسط دولت؛

۸-۶- سیاست های تعیین نهاد تنظیم گری (رگولاتوری)

۴۲. شورای سیاست گذاری صنعت نساجی و پوشاک به منظور سیاست گذاری و تنظیم گری در حوزه های سرمایه گذاری، تولید، تجارت و تنظیم بازار، متشکل از "وزارت صنعت، معدن و تجارت"، وزارت جهاد کشاورزی"، "وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی" "وزارت امور اقتصادی و دارایی"، "بانک مرکزی"، "معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری"، "شرکت ملی پتروشیمی ایران"، "نماینده کمیسیون صنایع و معادن مجلس"، "انجمن صنایع نساجی ایران"، "انجمن صنایع پوشاک ایران"، "اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران"، "اتاق اصناف ایران"، "اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران"، "اتاق تعاون ایران"، "انجمن طراحان لباس و پارچه ایران" و به ریاست وزیر صنعت، معدن و تجارت تشکیل می گردد.

- سایر نهادها و دستگاه های ذی مدخل و مسئول و مرتبط در امر نساجی و پوشاک، بنا بر موضوع در جلسات شورا حاضر شده و ارائه و اعمال نظر خواهند نمود.
- دفتر صنایع نساجی، پوشاک و سلولزی معاونت امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت به عنوان دبیرخانه شورای سیاست گذاری صنعت نساجی و پوشاک تعیین می گردد.
- اتخاذ هرگونه تصمیم و سیاست در حوزه نساجی و پوشاک (اعم از تعیین و تغییر تعرفه، ممنوعیت یا آزادسازی واردات و ...)، منوط به تایید و تصویب شورای سیاست گذاری بوده و تصمیمات آن لازم الاجرا است.
- تصویب مصوبات در شورا منوط به کسب حداکثر آرا حاضرین با حدنصاب حداقل $\frac{2}{3}$ اعضای شورا می باشد.

۴۳. سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) به عنوان بازوی اجرایی و عملیاتی به منظور اجرایی نمودن سند سیاستی توسعه صنعت نساجی و پوشاک تعیین می گردد و کلیه امور اجرایی و عملیاتی مربوط به حوزه های سرمایه گذاری و تولید و همچنین اجرای برنامه های توسعه ای زنجیره به این سازمان محول می گردد.

۴۴. سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران موظف به ایجاد زیرساخت های لازم به منظور تسهیل فعالیت های تولیدی در صنعت نساجی و پوشاک از طریق ایجاد شهرکها و خوشه های تخصصی و همچنین شهرکهای یکپارچه صنعت نساجی و پوشاک در کشور می باشد.

۹-۶- اصلاح الگوی مصرف

۴۵. فرهنگ سازی و ترغیب مصرف کنندگان داخلی به استفاده از تولیدات داخلی؛
۴۶. ممنوعیت خرید هرگونه منسوجات و پوشاک خارجی توسط دولت به طوری که ۱۰۰ درصد محصول خریداری شده می بایست ساخت داخل باشد؛
۴۷. بازآفرینی هویت ایرانی - اسلامی در طراحی و تولید پوشاک؛
۴۸. فرهنگ سازی برای تولید و مصرف پوشاک محلی و قومیتی؛

۱۰-۶- مشارکتهای بین المللی در دوران پساتحریم

۴۹. اعمال محدودیت برای واردات کالاهایی که در زمان تحریم برای اولین بار در کشور تولید شده (نظیر ماشین آلات و مواد اولیه پتروشیمیایی) در صورت تامین نیاز داخل؛
۵۰. مشارکت با شرکتهای خارجی طراحی و توسعه محصول و استفاده از ظرفیت این شرکتهای برای طراحی و تولید محصولات جدید؛
۵۱. تاسیس مراکز تحقیقاتی مشترک بویژه در حوزه های فناوری نوین؛
۵۲. همکاری با شرکتهای تولیدکننده بزرگ جهانی دارای شبکه گسترده مراکز طراحی، تولید و فروش جهانی مشروط به:
- انتقال فناوری های روز در زمینه تولید؛
 - اتصال به شبکه تامین شرکت های بزرگ و بین المللی؛
 - صادرات حداقل ۵۰ درصدی محصولات تولیدی با هدف رسیدن به صادرات ۷۰ درصدی؛
 - ایجاد واحد مهندسی برای طراحی منطبق با نیاز بازارهای در اختیار و آتی؛
 - ایجاد شبکه های جدید سرمایه گذاری و تامین مالی و روش های جدید فروش؛

۷- رویکردهای انقلاب صنعتی چهارم

- استفاده از فن‌آوریهای دیجیتال انقلاب صنعتی چهارم در تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک؛
- فراگیر نمودن بکارگیری و پیاده سازی هوش مصنوعی و اینترنت اشیا در فرآیندهای تولیدات کل زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک در قالب شبکه و پلتفرمهای یکپارچه به منظور یکسان سازی و تسریع در تصمیم گیری تولید، کاهش هزینه ها، فرآیندهای تولید و تسریع در عرضه محصولات به بازار هدف؛
- ایجاد بسترهای لازم جهت خلق و تشکیل کارخانجات هوشمند در صنعت نساجی و پوشاک که تمام اجزاء آن به یکدیگر متصل شده و داده های تولید شده توسط اجزاء در یک پلتفرم مشترک جمع آوری و پردازش شوند؛
- فراگیر نمودن بکارگیری و پیاده‌سازی یادگیری ماشین در فرایندهای تولید صنعت نساجی و پوشاک؛
- حمایت از اجرای برنامه های تجاری سازی محصولات مرتبط با فن‌آوریهای نوظهور در صنعت نساجی و پوشاک؛

۸- الزامات سطح بنگاه

- همگام سازی و ایجاد یکپارچگی بین ارکان مختلف تاثیرگذار در صنعت نساجی و پوشاک، نظیر سازمان استاندارد، بیمه‌ها، صنایع بالادستی و ...؛
- ایجاد هم افزایی بین امکانات داخلی در حوزه نساجی و پوشاک؛
- تشدید مقابله با قاچاق در مبادی ورودی و سطح عرضه؛
- رعایت ضوابط ابلاغی وزارت صنعت، معدن و تجارت از جمله:
 - رعایت استانداردهای تولید، ایمنی و عملکرد؛
 - استقرار و اجرای سیستم نظارت بر فرآیند تولید؛
 - رعایت استانداردهای زیست محیطی مصوب؛
 - استقرار نظام جامع کیفیت و عملکرد محصولات؛
 - تهیه و انتشار گزارش‌های ادواری و مقایسه‌ای از عملکرد واقعی با اهداف تعیین شده.

۹- ذینفعان و بازیگران

- وزارت صنعت، معدن و تجارت
- وزارت جهاد کشاورزی
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- بانک صنعت و معدن
- مرکز ملی شماره گذاری کالا و خدمات ایران (ایران کد)
- سازمان ملی استاندارد
- وزارت اقتصاد (شامل سازمان های امور مالیاتی و گمرکات)
- شرکت ملی پتروشیمی ایران
- اتاق اصناف ایران
- اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران
- اتاق تعاون ایران
- انجمن صنایع نساجی ایران
- انجمن صنایع پوشاک ایران
- اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران
- اتحادیه صنف تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران

- انجمن طراحان لباس و پارچه ایران
- انجمن صنفی کارفرمایان صاحبان برندهای پوشاک ایران
- اتحادیه تولید کنندگان تریکو و کشاف

۱۰- ظرفیت‌های قانونی

- مصوبه دولت در خصوص اصلاح آئین‌نامه و مواد ۱۴۷ و ۱۴۸ قانون مالیات‌های مستقیم (بند ۸ در زمینه هزینه‌های قابل قبول مالیاتی)
- ماده ۱۳۲ قانون مالیات‌های مستقیم (بند ح، خ و س)
- قانون طرح الحاقی موادی به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (ماده ۷ و ۱۹)
- قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر (مواد ۴، ۸، ۱۹، ۲۱، ۲۸، ۲۹، ۳۰، ۳۱ و ۳۸)
- قانون نظام صنفی و قانون بهبود فضای کسب و کار