



صنعت نساجی ایران همیشه در اوج

اشاره:

صنایع نساجی و پوشاک از جمله صنایع پر قدمت در اقتصاد ایران است که در حال حاضر به سبب تناقضات مشاهده شده در آمار عملکرد آن، برای سیاستگذاران کشور دوگانه صعود یا سقوط را به همراه داشته است. به عنوان اولین گزاره تناقض آمیز در این صنعت، می توان به روند سهم گیری آن از ارزش افزوده صنعتی کشور اشاره داشت که از حدود ۲۵ درصد در سال ۱۳۷۰، هم اکنون به کمتر از ۵ درصد رسیده است. این در حالی است که متوسط توان خلق ارزش افزوده در آن بسیار بالاتر از متوسط صنعت است. اگر چه این کاهش را نمی توان به افول صنعت ربط داد و بیشتر ناشی از توجه دولتمردان به حوزه صنایع پایین دستی نفت گاز و پتروشیمی و سرمایه گذاری های سنگین در این حوزه دانست. حال آنکه به لحاظ متوسط ارزش دلار بر کیلو گرم، عملکرد این صنایع به مراتب بالاتر از متوسط بخش صنعتی کشور است (به ترتیب ۶ دلار و ۲ دلار برای پوشاک و نساجی در برابر ۱ دلار متوسط بخش صنعتی). موضوع دیگر به سهم ۸,۳ درصدی این صنایع از بنگاه های بالای ۵۰ نفر صنعت بازمی گردد. در حالی که سهم ارزش افزوده حاصل از این بنگاه ها در برابر سایر بنگاه های بالای ۵۰ نفر بخش صنعتی کشور، کمتر از ۲,۳ درصد است. در مقابل، بنگاه های زیر ۱۰ نفر کارکن در این صنعت در برابر سایر بنگاه های زیر ۱۰ نفر کارکن در کل بخش صنعتی کشور، سهمی بالغ بر ۱۴,۸ درصد از ارزش افزوده حاصل از فعالیت این گروه از بنگاه های تولیدی را به خود اختصاص می دهند. این عملکرد قابل توجه در حالی مورد نظر قرار می گیرد که بنگاه های مذکور به صورت صنفی، انفرادی و عمدتاً غیر نظام مند فعالیت می کنند و مادامی که این بخش از صنایع نساجی و پوشاک سازماندهی نشود، نمی توان از این صنعت انتظار بهره مندی کامل از ظرفیت های ایجاد شده در آن را داشت. آخرین مورد تناقض به حوزه سیاست گذاری این صنعت بازمی گردد. در واقع، بازار صنایع نساجی و پوشاک در حالی تحت پوشش بالاترین حمایت های تعرفه ای قرار دارد که به میزان زیادی آسیب پذیری بازار داخلی آن از جانشین های وارداتی (به صورت قاچاق) نیز گزارش می شود.

با این ترتیب، ضمن کاهش هزینه های تأمین مواد اولیه و واسطه ای در این صنایع، زمینه سازماندهی واحدهای زیرمقیاس و تقویت ساختار رقابت در این بازار نیز فراهم می گردد.

جایگاه صنایع نساجی و پوشاک در بخش صنعتی ایران

صنایع نساجی و پوشاک یکی از صنایع با دامنه ای بسیار وسیع و متنوع است که با بهره مندی از سهم ۷ درصدی از تعداد کارگاه های صنعتی از جمله صنایع مهم کشور به شمار می رود.

باینحال، آنجا که بحث به سهم از تعداد شاغلان صنعتی بازمی گردد، این عملکرد در سطح پایین تر و معادل ۶,۵ درصد است. با توجه به ماهیت کاربر صنایع

با مقیاس کوچک بنگاهی و ضعف تحقیق و توسعه و موارد مشابه از اولویت دوم برخوردار است؛ چرا که در رابطه با این موارد، زمینه سازی برای حرکت های دسته جمعی می تواند تا حد زیادی از چالش مقیاس جلوگیری کند.

در بحث راهکارهای توسعه صنایع نساجی اگرچه اقدامات همزمانی را باید به انجام رساند، مهم ترین موضوع جهت اصلاح وضع موجود بهره مندی از یک زنجیره تحت مدیریت یکپارچه از مرحله تأمین مواد اولیه تا فروش در بازارهای داخلی و صادراتی است. این امر می تواند با استفاده از ایجاد هلدینگ تأمین و توزیع محصولات نساجی و پوشاک، یا ساختارهای جمعی مشابه محقق شود.

بررسی چالش های صنایع نساجی و پوشاک کشور حاکی از وجود انواعی از مشکلات در برابر تولیدکنندگان این بخش است.

البته با پرداختن به مشکلات این صنعت در قالب یک رویکرد نظام مند، مشخص می شود که فشارهای رقابتی از هر دو سمت «عرضه» و «تقاضا» بر بدنه این صنایع وارد می شود. در سمت عرضه، عدم توازن زنجیره تأمین مواد اولیه و تجهیزات مانعی در برابر توسعه پایدار این صنعت به شمار می رود و در بخش تقاضا نیز چالش از دست رفتن بازار داخل به واسطه کالاهای قاچاق معضل است.

در واقع، مادامی که این دو معضل همزمان بر بدنه این صنعت فشار وارد می کند، دغدغه داشتن در رابطه



نساجی و پوشاک، این شکاف عملکردی میان سهم از تعداد کارگاه‌های فعال و تعداد شاغلین، می‌تواند در نتیجه تولید زیر ظرفیت در بنگاه‌های فعال در این صنایع رخ داده باشد که نتیجه آن کاهش توانایی بنگاه‌های این دو صنعت در ایجاد اشتغال است.

با توجه به سهم این صنایع از ارزش نهاده‌های مصرفی (معادل ۱٫۸ درصد) و همچنین سهم از ارزش ستانده حاصله (معادل ۲ درصد)، می‌توان دریافت که در مقایسه با سهم این صنایع از تعداد کارگاه‌ها و شاغلین صنعتی، حجم فعالیت به مراتب پایین‌تر است و این دلیل دیگری مبنی بر تولید زیر ظرفیت است. شدت این مسئله در صنایع پوشاک به نسبت نساجی شدیدتر است.

به‌طور دقیق‌تر، ارزش محصولات تولیدی و نهاده‌های مصرفی در صنایع پوشاک در مقایسه با تعداد شاغلان صنعتی در این صنعت بسیار پایین‌تر است.

این در حالی است که صنعت مذکور به‌لحاظ آنکه لکوموتیو صنعت نساجی به شمار می‌رود، از اهمیتی دوچندان برای توسعه و تقویت برخوردار است.

عملکرد صنایع نساجی و پوشاک در بخش صنعتی ایران برحسب الگوی توزیع بنگاهی

اگرچه بررسی عملکرد کارگاه‌های صنعتی در صنایع نساجی و پوشاک می‌تواند سنجه‌های مناسبی از مسائل مبتلا به در این رشته فعالیت صنعتی به‌دست دهد، بدون توجه به الگوی توزیع بنگاهی تحلیل‌ها از کفایت لازم برخوردار نخواهد بود.

صنایع نساجی و پوشاک با بهره‌مندی از سهم ۷ درصدی از کل بنگاه‌های صنعتی بالای ۱۰ نفر کارکن، تنها معادل ۲٫۶٪ از ارزش‌افزوده صنعتی حاصل از این گروه از بنگاه‌ها را بخود اختصاص می‌دهد. البته برحسب کل تولید صورت گرفته در این صنایع (اعم از صنفی و صنعتی)، سهم ارزش‌افزوده حاصله تا ۴٫۸ درصد از کل ارزش‌افزوده صنعتی کشور قابل افزایش است.

این بهبود عملکرد در حالی موردنظر قرار می‌گیرد که اطلاعات دقیقی از تعداد بنگاه‌های خرد (زیر ۱۰ نفر کارکن) در این صنعت موجود نیست و این خود منجر به به‌سخت شدن فرآیند مدیریت و سیاست‌گذاری در این صنعت می‌شود.

صادرات و واردات گمرک

باوجودی که صنایع نساجی و پوشاک به‌لحاظ رقم کل ارزش‌آوری یک صنعت ضعیف صادراتی محسوب می‌شود، به‌لحاظ ظرفیت‌های بالقوه ارزی (که از محاسبه ارزش هر کیلوگرم به دلار محصول صادراتی به‌دست می‌آید)، صنعت مهمی است.

ارزش نسبی کالای صادراتی در صنایع پوشاک و نساجی در مقایسه با سایر صنایع منبع‌پایه بسیار بالاتر است (به ترتیب ۱۱ دلار، ۶ دلار و ۲ دلار برای فرش، پوشاک و نساجی) که مبین ظرفیت‌های بالقوه این صنعت برای ارزش‌آوری در صورت سیاست‌گذاری صحیح است.

مهم‌ترین قلم صادراتی در هر دو گروه بنگاه‌های بین ۱۰ تا ۴۹ نفر و بالای ۵۰ نفر مربوط به محصولات ریسندگی، بافندگی و تکمیل منسوجات است که یک کالای کاملاً واسطه‌ای محسوب می‌شود.

در زمینه پوشاک که یک محصول نهایی محسوب می‌شود، عملکرد صادراتی بسیار ضعیف است و آنچه که این عملکرد را ضعیف‌تر می‌سازد آن است که سهم بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر در آن حتی از بنگاه‌های بین ۱۰ تا ۴۹ نفر هم کمتر است.

در واقع، انتظار می‌رفت بنگاه‌های بزرگ در زمینه صادرات پوشاک بسیار فعال‌تر از این میزان عمل کنند. در مجموع می‌توان گفت عملکرد صادراتی بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر در رابطه با سایر محصولات نساجی (قالی و قالیچه و سایر منسوجات آماده) به مراتب بهتر از عملکرد آنها در «تجزیه ارزش نساجی و پوشاک» است.

بهترین عملکرد نسبی بنگاه‌های فعال در این صنعت در برابر سایر بنگاه‌های دارای مقیاس مشابه در صنعت، از منظر ارزش ستانده حاصله، مربوط به بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن است. این مسئله به نحو شدیدتر در رابطه با ارزش‌افزوده حاصل از تولیدات بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن نساجی و پوشاک در مقایسه با سایر بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن فعال در بخش صنعتی کشور قابل مشاهده است.

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

عملکرد صادراتی

در مقابل صادرات رسمی ۴۹۴٫۵ میلیون دلاری کشور، حجم واردات برابر با ۱۶۶۶٫۲ میلیون دلار بوده که نشان‌دهنده تراز تجاری منفی کشور به‌میزان ۱۱۷۱٫۷ میلیون دلار است.

البته باید توجه داشت که این عملکرد بدون در نظر گرفتن حجم تجارت غیررسمی در کشور است و با برآورد میزان حجم قاچاق نزدیک به ۴ میلیارد دلاری در صنعت نساجی، کسری تراز تجاری کشور در صنعت نساجی رقمی بیش از ۵ میلیارد دلار است. شدت مسئله قاچاق در رابطه با برخی حلقه‌ها بیشتر است. به‌طور نمونه برخی انواع پارچه‌های تاری و پودی (که با کسری ساختاری مواجه هستند) بسیار قاچاق‌پذیر هستند، در حالی که الیاف صنعت نساجی تقریباً هیچگاه قاچاق نمی‌شوند.



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

ارزش تولید، فروش و صادرات مستقیم صنایع نساجی و پوشاک

به‌عنوان یک مؤلفه مهم در تعیین وضعیت پایداری عملکرد صنعتی، پرداختن همزمان به شاخص‌های ارزش تولید، ارزش فروش و ارزش صادرات اطلاعات خوبی به‌دست می‌دهد.

صنایع نساجی به‌لحاظ سهم از فروش در بازار صادراتی تقریباً در تمامی سال‌ها از اهمیت پایین‌تری در بخش صنعتی کشور به نسبت سهم از ارزش تولید صنعتی کشور برخوردار بوده است.

با توجه به اینکه بخشی از ارزش فروش محصولات نساجی و پوشاک در بازار داخل نیز از مجرای فروش کالاهای قاچاق حاصل شده است، می‌توان دریافت بازار نفوذ شده محصولات نساجی تولید داخل به نسبت ظرفیت‌های تولید آن کوچک‌تر است. این امر زمینه تولید زیر ظرفیت را پدید می‌آورد. روند مذکور در صنعت پوشاک کشور نیز مشاهده می‌شود.

تحولات خدمات غیرصنعتی پرداختی صنایع نساجی و پوشاک

با مقایسه سهم صنایع نساجی و پوشاک از خدمات غیرصنعتی، به‌عنوان شاخصی از گستره زنجیره ارزش در این صنعت (مشمول بر تحقیق و توسعه، بازاریابی، فروش، حمل‌ونقل، ...) می‌توان دریافت که در این صنایع در مقایسه با میانگین بخش صنعتی کشور، پرداخت خدمات غیرصنعتی افت بیشتری را تجربه کرده است.

این مهم می‌تواند نشان‌دهنده نامساعدتر شدن فضای کسب‌وکار این صنعت و در نتیجه چرخش هزینه کرد بنگاه در بخش تولید و فعالیت‌های مرتبط با آن باشد. کاهش سهم صنایع نساجی و پوشاک از ارزش خدمات غیرصنعتی پرداختی کل صنعتی اگرچه ممکن است در نتیجه فشار هزینه‌های تولیدی در مقابل هزینه‌های غیرتولید و متصل به تولید رخ داده باشد، در نهایت،

عملکرد بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن به مراتب بالاتر از حالتی است که صرفاً کارگاه‌های صنعتی بالای ۱۰ نفر مورد نظر قرار گیرند.

با توجه به روند کاهش سهم این صنعت از عملکرد صنعتی کشور، کاهش سهم آن از مواد اولیه کل صنعت (از ۶٫۶ درصد در سال ۱۳۸۱ به ۱٫۸ درصد در سال ۱۳۹۸) قابل انتظار است، اما چنانچه به سهم این صنعت از مواد اولیه خارجی مورد استفاده در بخش صنعتی کشور توجه شود، مشخص می‌گردد که بار هزینه‌های وارداتی در این صنعت به نسبت کاهش تقاضای آن از مواد اولیه کاهش نیافته است.

بخش عمده‌ای از این مسئله به‌واسطه عدم توازن زنجیره تأمین در این صنایع رخ داده است. با توصیف به‌عمل آمده، آسیب‌پذیری صنایع نساجی و پوشاک از شوک قیمت مواد اولیه و واسطه‌ای وارداتی، در مقایسه با کاهش اندازه فعالیت در این صنایع، کاهش نیافته است.

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

در واقع، شرایط عوامل تولید در حلقه‌های ابتدایی زنجیره برای تولیدکنندگان این صنعت، در معرض نوسانات بازارهای جهانی است. با این توصیف، مسئله ناترازی در زنجیره تأمین این فعالیت صنعتی از دیگر موضوعاتی است که باید به‌صورت جدی مورد نظر قرار گیرد.

تحولات عملکرد تجاری در صنایع نساجی و پوشاک

عملکرد صنایع نساجی و پوشاک در بخش صنعتی

ایران طی سه دهه اخیر

سهم از ارزش افزوده صنعتی

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

البته دلیل دیگر نیز مربوط به تضعیف توان رقابت‌پذیری هزینه‌ای و کیفی محصولات این رشته فعالیت صنعتی و نتیجتاً کاهش توان سهم‌گیری و فروش در بازار است. در نهایت و با وجود کاهش سهم‌بری از اقتصاد کشور، همچنان صنایع نساجی و پوشاک در جایگاه برتر به لحاظ توان ارزش‌زایی قرار دارد.

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

نکته مهم دیگر که در زمینه توان خلق ارزش افزوده صنایع نساجی و پوشاک باید مورد نظر قرار داد آن است که توان خلق ارزش افزوده این صنایع با لحاظ

کلیدی در برابر رقبای منطقه‌ای و جهانی آن وارد می‌شود.

نقایص اشکالات ناشی از انگیزه پایین ارتقای

بهره‌وری در شرکت‌ها

انگیزه پایین ارتقای بهره‌وری عوامل تولید در شرکت‌ها در نتیجه عوامل مختلف رخ داده است: کاهش حاشیه سود در این صنعت، ضعف بهره‌مندی از نیروی انسانی خلاق و با بهره‌وری بالا و همچنین فرسودگی تجهیزات و ماشین‌آلات.

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

چالش‌های مرتبط با محیط کسب‌وکار واحدهای نساجی و پوشاک

چالش‌های ناشی از نقایص زنجیره تأمین

کمبود مواد اولیه و واسطه‌ای

از آنجایی که مواد اولیه مصرفی در تعیین قیمت تمام کالای نهایی نقش به‌سزایی دارند، توجه به قیمت، کمیت و کیفیت مواد اولیه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

پنبه داخلی به دلیل طول الیاف کوتاه از کیفیت کمتری برخوردار است. همچنین، به دلیل فقدان استفاده از فناوری مدرن و دانش روز، کشت پنبه در ایران به تدریج از صرفه اقتصادی خارج شده و تولید آن روند نزولی دارد و لذا از جمله ضرورت‌های پیش رو، اصلاح نژاد پنبه تولیدی در جهت آبربری کمتر و

به‌عنوان مؤلفه دیگر در زمینه خدماتی‌سازی، می‌توان به تبلیغات و آگهی اشاره داشت. تاکید بسیار بالاتر تولیدکنندگان این صنعت بر امور تبلیغات و فروش به نسبت متوسط صنعت است. این مهم البته می‌تواند نشان‌دهنده فشار بالای هزینه‌های فروش در صنایع نساجی و پوشاک

به‌واسطه عواملی نظیر فشار قاچاق، کاهش قدرت خرید مصرف‌کننده و ... نیز باشد. به‌طور نمونه، طی سال‌های ۱۴۰۱-۱۴۰۰ و با اوج‌گیری روند تورمی در کشور حلقه پایانی زنجیره ارزش صنایع نساجی با یک بحران فروش مواجه شده است و در صورت عدم توجه سیاستی به آن، این رکود و افت فروش در انتهای زنجیره خیلی زود به بقیه حلقه‌ها هم منتقل خواهد شد.

لذا، بنگاه‌ها با افزایش هزینه‌کرد در امور بازاریابی و فروش، درصدد مقابله با این شرایط برمی‌آیند. اما باید مشخص شود که چه میزان از این هزینه‌کرد بر مقوله توسعه برندینگ (نوعی از سرمایه‌گذاری آتی) متمرکز شده است و چه میزان صرفاً به واسطه تورم هزینه‌های فروش تحمیل شده است.

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

می‌تواند با محدود کردن زنجیره ارزش در این صنایع، موجبات کوچک شدن اندازه فروش در بازار و تشدید مشکلات مطرح در بند قبل را رقم بزند.

آسیب‌شناسی صنعت نساجی و پوشاک

چالش‌ها و موانع موجود بر سر راه صنعت نساجی و پوشاک را می‌توان در سه سطح تقسیم کرد: الف- چالش‌ها و نواقص موجود در محیط داخلی (زنجیره ارزش) ب- چالش‌های برآمده از عملکرد محیط خارجی نزدیک (مشکلات ساختاری صنعت نساجی و پوشاک)؛ ج- چالش‌ها و مسائل ناشی از محیط خارجی دور (سیاستی).

چالش‌های ناشی از ضعف عملکرد در زنجیره ارزش داخلی شرکت‌های نساجی و پوشاک

نقایص زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک به‌واسطه جایگاه ضعیف خدماتی‌سازی در این صنعت یکی از سنجه‌های مناسب در تعیین شدت خدماتی‌سازی، توجه به پرداخت‌های غیرصنعتی در صنعت مورد نظر است.

به نحو مندرج در بخش قبل، سهم صنایع نساجی و پوشاک از کل پرداخت‌های غیرصنعتی در مجموعه صنعت کشور به کمتر از یک درصد رسیده است که با توجه به سهم این صنعت از ارزش‌افزوده صنعتی، رقم بسیار ناچیزی است. در واقع، در صنایع نساجی و پوشاک، عمده تمرکز بنگاه‌ها بر قسمت‌های فیزیکی زنجیره ارزش (تأمین مواد اولیه، تولید و فروش) است. این در حالی است که توزیع ارزش در زنجیره کسب‌وکار متکی بر انواعی از خدمات به ویژه در بخش‌های ایده‌پردازی، ترکیب مواد و طراحی محصول یا خدمت و بازاریابی و فروش و نحوه عرضه آن به مصرف‌کننده نسبت به بخش تولید قرار دارد.

سهم پایین هزینه‌های تحقیق و توسعه و طراحی در عمده زیربخش‌های صنایع نساجی و پوشاک در مقایسه با بخش صنعتی کشور موید یک عارضه جدی در زنجیره خدماتی‌سازی در این صنعت است.

در واقع، به‌جز حلقه آماده‌سازی و ریسندگی الیاف مصنوعی، سایر حلقه‌های زنجیره تولید صنعت نساجی و پوشاک از ارقام پایین هزینه‌کرد در تحقیق و توسعه نسبت به متوسط صنعت (۱,۳ درصد) برخوردار هستند. این موضوعی است که تأثیر مستقیم آن بر توان موقعیت‌یابی محصولات این رشته فعالیت



تولید محصول بیشتر و باکیفیت بالاتر مطرح می‌گردد. در مورد پنبه وارداتی نیز با وجود کاهش تعرفه‌های وارداتی، همچنان افزایش نرخ ارز، محدودیت‌های فنی واردات پنبه و کاهش تمایل صادر کنندگان پنبه به ایران، همگی موجب افزایش هزینه تولید منسوجات می‌گردد.

در مورد پشم نیز به‌عنوان دیگر ماده اولیه طبیعی باید گفت که بخش زیادی از پشم داخلی برای تولید قالی، گلیم و منسوجات دستیافت مصرف می‌شود و سهم عمده الیاف پشم مصرفی کشور برای تولید پارچه از طریق واردات تأمین می‌شود.

در خصوص مواد اولیه مصنوعی نیز، این صنعت با دو مشکل مشابه مواجه است: اولاً میزان تولید پلیمرهایی که در داخل تولید می‌شوند، کمتر از نیاز کشور است و لازم است تأمین حداکثری نیاز صنایع و همچنین مدیریت عرضه محصولات از طریق بورس کالا، در دستور کار قرار گیرد.

ثانیاً آن دسته از پلیمرهایی که در کشور تولید نمی‌شوند و لذا وابسته به واردات هستند. در این خصوص نیز لازم است اقدامات و برنامه‌ریزی‌های لازم جهت تکمیل زنجیره ارزش آنها در صنایع بالادست یعنی پتروشیمی صورت گیرد.

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

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

یکی از دلایل بروز کمبود و نقایص در زنجیره، عدم توازن در الگوی توزیع سود در زنجیره این صنایع است. این مسئله با تأثیر مستقیم بر انگیزه سرمایه‌گذاری در حلقه‌های مختلف زنجیره، موجب استمرار بخشی به شرایط کمبود/مازاد در برخی حلقه‌ها می‌شود.

یک نمونه عملی در این ارتباط، به حلقه پارچه بازمی‌گردد که در مقایسه با بخش ریسندگی بیشتر در معرض قاچاق قرار دارد و نتیجتاً از بازدهی سرمایه پایین‌تری برخوردار است.

در واقع، از آنجا که در تولید این محصولات، طراحی، برندینگ، تحقیق و توسعه و ... ضعیف عمل شده است، و فشار محصولات قاچاق بالا بوده است، در نتیجه حاشیه سود تولیدکنندگان داخلی کاهش یافته است.

ضعف فناوری تولید و دسترسی پرهزینه به تجهیزات و ماشین‌آلات روز دنیا

در شرایطی که متوسط عمر بیش از هفتاد درصد ماشین‌آلات مورد استفاده در کشور ۳۰ سال است،



صنعت نساجی به‌دلیل عدم بهره‌مندی از فناوری‌های جدید و به‌روز و همچنین دانش فنی، در مقایسه با صنعت نساجی دنیا عقب‌تر بوده و قدرت رقابت آن در حال تضعیف است.

نگاهی به سیر تحولات تشکیل سرمایه در تولید نشان می‌دهد که روند به‌شدت نوسانی و در اغلب موارد، سیر نزولی تشکیل سرمایه در بخش صنعت نساجی، حاکی از فرسوده شدن فناوری تولید در این بخش و زوال تولید صنعتی است.

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

این روند نزولی به‌طور مشابه برای صنعت پوشاک نیز مشاهده می‌شود، به‌طوری که سهم ۰,۲ درصدی این صنعت در سال ۱۳۸۱ به ۰,۱ درصد در سال ۱۳۹۸ رسیده است.

در نهایت، لازم به ذکر است که در برخی موارد بنگاه از تجهیزات و فناوری‌های به‌روز برخوردار است، اما به‌دلیل عدم وجود نیروی انسانی آموزش دیده، متخصص و خلاق امکان بهره‌مندی از کلیه ظرفیت‌های تجهیزات وجود ندارد.

ضعف صنایع پشتیبان زنجیره ارزش صنایع نساجی و پوشاک

صنایع رنگرزی و چاپ و تکمیل از جمله صنایع پشتیبان صنایع نساجی و پوشاک به‌شمار می‌روند که در حال حاضر به‌واسطه وابستگی وارداتی، نیازمند بازنگری در مسیر برنامه‌ریزی‌های توسعه صنایع نساجی و پوشاک هستند.

همچنین یکی از فرصت‌های پیش روی صنایع رنگرزی و چاپ استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه و تولید مواد جدید و پیشرفته مورد استفاده در این صنایع است.

ضمناً از آنجا که برخی از لوازم جانبی تولید پوشاک تحریم است، تولیدکنندگان هنگام تولید پوشاک با مشکلاتی مانند کمبود و گرانی پارچه و برخی دیگر از اقلام ضروری صنعت پوشاک (اصطلاحاً خرج کار) مواجه هستند.

در کنار چالش‌های حلقه تأمین صنایع نساجی و



رقابت‌پذیری صنایع نساجی و پوشاک در بازارهای جهانی و نتیجتاً تمرکز بالای مقاصد صادراتی و کاهش نرخ ماندگاری در بازارهای صادراتی می‌گردد. چالش‌ها و موانع ناشی از شبکه عرضه سنتی و سازمان‌نیافته محصولات نساجی و پوشاک در بازار بررسی ارقام مربوط واحدهای صنعتی و ترکیب آن مبین سهم ۱۸ درصدی اصناف فعال در حوزه نساجی و پوشاک از کل اصناف تولیدی کشور دارد که بالغ بر ۱۲۰ هزار واحد می‌شود.

اشکال اصلی فعالیت واحدهای مذکور در این صنعت آن است که آنها مجهز به ابزارها و روش‌های نوین نبوده و به صورت سنتی فعالیت می‌کنند. این مسئله منجر به سخت‌تر شدن مسیر سازماندهی و نظارت بر فعالیت واحدهای مذکور گردیده و در عین حال امکان عرضه کالاهای قاچاق در شبکه را نیز میسر می‌سازد. مجموع این موارد، منجر به کوچک‌تر شدن بازار داخلی برای تولیدات داخل و همچنین تنگ‌تر شدن فضای رقابت در این صنایع می‌شود.

چالش‌های ناشی از نقایص الگوی ساختار بازاری حاکم

ضعف ساختاری حوزه صنف و صنعت به ویژه در رابطه با واحدهای زیرپله‌ای تولیدی و توزیعی پوشاک در حلقه توزیع صنایع پوشاک ایران تعداد زیادی از بنگاه‌ها فعال هستند که می‌توانند منجر به ایجاد فضای رقابتی در بازار شوند، با توجه به آنکه حدود ۷۵ درصد از سهم توزیع پوشاک در بازار متعلق به واحدهای نیمه‌سازمان‌یافته انفرادی و ۱۵ درصد نیز به واحدهای غیرسازمان‌یافته انفرادی زیرپله‌ای و

مراتب پایین‌تر است. این مسئله به نحو شدیدتری در بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر با اتکای پایین‌تر به درآمدهای صادراتی قابل ردیابی است. این مسئله به چند جهت محل اشکال است:

یک. اتکای بالای برندهای برتر (که عمدتاً مربوط به بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر کارکن به بالا است) به بازار داخل و انگیزه محدود صادراتی
دو. اتکای بالاتر بنگاه‌های زیر ۵۰ نفر کارکن به درآمدهای صادراتی در حلقه‌های میانی زنجیره تأمین نساجی و پوشاک.

اشکال این مسئله از آنجاست که این واحدها امکان و توان مالی لازم جهت صرف هزینه در حلقه‌های بازاریابی، برندینگ، طراحی و تولید مطابق با نیاز و سلیقه مشتریان را نداشته و از این منظر، کمتر از پتانسیل موجود در ایجاد ارزش افزوده در امر صادرات بهره‌مند می‌شوند.

ضمناً به واسطه ماهیت نیمه‌نهایی عمده محصولات صادراتی در این واحدها، متوسط دریافتی به ازای هر واحد کالای صادراتی در سطح پایین‌تری از پتانسیل‌های این صنعت خواهد بود.

سه. با عنایت به سهم غالب بنگاه‌های زیر ۵۰ نفر در صنایع نساجی (۷۰ درصد) و پوشاک (۸۵ درصد)، عملکرد انفرادی این واحدها در ورود به بازارهای صادراتی و انگیزه پایین برای تشکیل گروه‌های اقتصادی با منافع مشترک، نه تنها موجب کاهش قدرت چانه‌زنی این واحدها می‌شود، بلکه به قدرت برند ملی نیز در کلان مسئله آسیب‌وار می‌کند.

نتیجه تمام اشکالات برشمرده، کاهش توان

پوشاک، کاستی‌ها و چالش‌های حلقه‌های طراحی، مد و برندینگ نیز حائز اهمیت است که در بخش زنجیره ارزش به آن اشاره گردید.

چالش‌های ناشی از نقایص عملکرد در برابر تقاضای بازار

چالش‌ها و موانع ناشی از قدرت پایین رقابت‌پذیری در بازار داخل به ویژه در برابر کالاهای قاچاق صنایع نساجی و پوشاک کشور با وجود برخورداری از حمایت‌های تعرفه‌ای به سبب فشار کالاهای قاچاق، بخشی از بازار داخل را از دست داده‌اند.

در تبیین علل رخداد این مسئله باید به وضعیت نامطلوب سه مقوله اساسی رقابت‌پذیری شامل «گرایش به برند»، «قیمت و مقایسه اقتصادی» و «شاخص‌های کیفی» که تأثیر مستقیمی در انتخاب مشتری برای خرید محصولات داخلی در برابر رقبا خارجی دارد، توجه داشت.

در واقع، حتی اگر به لحاظ شاخص‌های کیفی و برند، تولیدات داخل توان رقابت با مشابه خارجی را داشته باشد، از منظر قیمت پایین‌تر کالاهای قاچاق که در معرض هیچگونه مالیات قرار ندارد، شرایط رقابت برای تولیدات داخل بسیار سخت است.

چالش‌ها و موانع ناشی از گرایش پایین صادراتی کاهش توان رقابت‌پذیری محصولات تولیدی (از نظر قیمت تمام شده، کیفیت محصولات تولیدی و تنوع پایین سبد صادرات پوشاک ایران) چالش مهمی است که صنایع نساجی و پوشاک نه تنها در بازار داخلی که در بازار جهانی نیز با آن مواجه است.

علاوه بر این، گرایش پایین صادراتی در بنگاه‌های بزرگ نیز عامل دیگری که مشکل فوق را تشدید می‌کند، نمایش عملکرد این مسئله با محاسبه نسبت درآمدهای صادراتی به کل درآمدهای فروش در هر دو گروه بنگاه‌های زیر ۵۰ نفر و بالای ۵۰ نفر - به عنوان سنجه‌ای از مقیاس بنگاهی - به انجام رسیده است.

بنگاه‌های بین ۱۰ تا ۴۹ نفر اتکای بالاتری به درآمدهای صادراتی در مقایسه با بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر کارکن دارند و این عملکرد عمدتاً در رابطه با حلقه‌های ریسندگی و بافندگی است. در واقع، در حلقه پوشاک که بالاترین توان خلق ارزش افزوده مورد انتظار است، اتکای صادراتی در این بنگاه‌ها به



پوشاک با برند خارجی، به صورت غیرمجاز فعالیت می کنند. در این واحدها نه تنها کالای قاچاق عرضه می شود، بلکه حتی استانداردهای فنی و بهداشتی همچون شستشوی لباس به صورت نامناسب انجام می شود.

این مسئله با توجه به کمتر بودن هزینه های فعالیت در این واحدها به نسبت واحدهای مجاز، منجر به نابرابر شدن شرایط رقابت در این صنعت می گردد.

چالش های ناشی از عملکرد محیط سیاستی

در این بخش کلیه موضوعاتی که خارج از کنترل بنگاه ها و از طریق لایه سیاست گذار تحمیل می شود، مورد توجه قرار می گیرد. مهم ترین آنها عبارت از موارد زیر است:

مشکلات ناشی از نظام تعرفه بندی محصولات نساجی و پوشاک

مشکلات ثبت برند به ویژه به واسطه تعدد نهادهای متولی

فشار ناشی از تحریم بر همکاری های تجاری و اقتصادی با زیرگراں حوزه نساجی و پوشاک هزینه های مربوط به بیمه کارگران صنایع نساجی و احتساب آن تحت عنوان مشاغل سخت.

سیاست های صنعت نساجی و پوشاک

به منظور تعیین سیاست های اجرایی ناظر بر صنایع نساجی و پوشاک ضروری است نه تنها به مشکلات مبتلابه این صنعت پرداخته شود، بلکه با توجه به شرایط اقتضایی حاکم بر این اقتصاد که طی سالیان متمادی آن را ناگزیر از دستیابی به الزامات اقتصاد مقاومتی قرار داده است، به تعیین راهکارها پرداخت. این الزامات طبق سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی عبارتند از: درون زار، برون نگر، پیشرو، پویا و متکی به دانش و فناوری. با عنایت به الزامات برشمرده.

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

جمع بندی

صنایع نساجی و پوشاک طی دو دهه اخیر با کاهش سهم شدید از تولید صنعتی کشور مواجه شده است و این کاهش سهم از دو منظر محل توجه جدی سیاست گذاری است: اولاً، سهم این صنایع از مواد اولیه

مقابل شوک های محیطی می شود.

ضعف بهره مندی از صرفه های تجمع: پراکندگی آمایشی واحدها

از نظر پراکندگی جغرافیایی، دو استان یزد و اصفهان بیشترین تمرکز واحدهای صنعت نساجی را به خود اختصاص می دهند (۴۲ درصد کل صنعت).

در صورتی که برحسب اشتغال و سرمایه اختصاص یافته، سهم این دو استان به ترتیب معادل ۲۸ و ۳۱ درصد است که نشان دهنده تعدد واحدهای کوچک مقیاس در این دو استان است.

اما از نظر پراکندگی واحدهای پوشاک، بیشترین تمرکز واحدها متعلق به استان تهران و بعد از آن، مناطق آزاد و ویژه اقتصادی است.

سهم این واحدها از سرمایه اختصاص یافته و اشتغال، به ترتیب معادل ۵۳ و ۴۴ درصد است که حاکی از سهم بیشتر بنگاه های بزرگ مقیاس در این واحدها است.

آمار ارائه شده حاکی از آن است که تناسبی میان استقرار واحدهای نساجی و پوشاک وجود نداشته و لذا تعداد محدود بنگاه های بزرگ مقیاس امکان بهره مندی از صرفه های ناشی از مقیاس را محدود می کند.

آثار ناشی از این پراکنش نامتوازن، در افزایش هزینه تمام شده صنایع نساجی و پوشاک و در نتیجه، کاهش قدرت رقابت پذیری صادراتی نمایانگر می شود.

فعالیت های واحدهای غیرمجاز با تولیدات ارزان و بی کیفیت

بخشی از واحدهای عرضه کننده پوشاک به ویژه

بدون مجوز اختصاص دارد، می توان نتیجه گرفت که بخش عمده توزیع به صورت انفرادی و بدون توسعه فروشگاه های تخصصی عرضه محصولات انجام می شود.

ضعف بهره مندی از صرفه های مقیاس در واحدهای بزرگ

بخش مهمی از صنایع پوشاک کشور مربوط به تولید صنفی خرد است و از نظر وضعیت عرضه پوشاک نیز بخش مهمی از پوشاک کشور در واحدهای نیمه سازمان یافته (فعال در بازار) عرضه می شود و سهم نسبتاً کمی (حدود ۱۰ درصد) در قالب زنجیره های و برندشاپ های تخصصی توزیع می شود.

البته در مورد صنایع نساجی، شرایط مناسب تر است و سهم واحدهای خرد و عرضه غیر سازمان یافته به نسبت پوشاک بسیار کمتر است.

در حالی که متوسط شاغلین هر بنگاه در بخش صنعت پوشاک ۶۱،۹ نفر است، متوسط شاغلین هر بنگاه صنعت پوشاک ۳۴،۴ نفر است که نشان دهنده کوچک تر بودن مقیاس بنگاه های صنعت پوشاک است.

رقم مذکور اگرچه در رابطه با صنایع نساجی نیز معادل ۶۳،۷ نفر است که تقریباً در محدوده متوسط صنعت قرار دارد، اما در دو دهه قبل در سطح بسیار بالاتر از صنعت (و معادل ۷۳،۶ در برابر رقم ۶۲،۴ نفر) قرار داشته است.

کوچک بودن ظرفیت فعال واحدهای تولیدی و سهم بالای بنگاه های کوچک و متوسط در صنعت پوشاک موجب عدم بهره گیری از صرفه های مقیاس در تولید و در نتیجه کاهش قدرت رقابت پذیری و استقامت در

در مجموع و به لحاظ نسبی گرایش بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر در این صنعت به سمت صادرات کالاهای واسطه‌ای به نسبت نهایی بالاتر است.

در تبیین چالش‌های کلیدی حاکم بر صنایع نساجی و پوشاک، مجموعه‌ای از موارد برحسب محیط داخلی، محیط خارجی نزدیک و دور این صنایع بررسی شد و برونداد کلیه این موارد به ۵ چالش کلیدی به شرح موارد زیر منتهی گردید:

* هزینه تمام‌شده بالای محصولات تولیدی

* کاهش توان ارزآوری محصولات نساجی و پوشاک

* ناپایداری فعالیت واحدهای نساجی و پوشاک در بازار

* کاهش توان خلق ارزش افزوده در طول زمان

* ضعف رقابت‌پذیری کیفی محصولات

در پاسخ به مشکلات برشمرده، مجموعه سیاست‌های اجرایی به تفکیک محیط داخلی، محیط خارجی نزدیک و دور به شرح موارد مندرج در بخش الف و ب است.

الف. سیاست‌های اجرایی ناظر بر محیط خارجی نزدیک و محیط داخلی

به تناسب راهبردهای احصاء شده و برحسب مسائل استخراج شده، صرفاً سیاست‌های اجرایی مربوط به محیط داخلی و محیط خارجی نزدیک ارائه شده است و در نهایت نیز به سیاست‌های اجرایی مربوط به محیط خارجی دور پرداخته خواهد شد.

ب. سیاست‌های اجرایی ناظر بر مشکلات محیط خارجی دور

اصلاح نظام تعرفه‌بندی محصولات نساجی و پوشاک ایجاد پنجره واحد ثبت برند

بازنگری در الزامات بیمه کارگران صنایع نساجی و احتساب آن تحت عنوان مشاغل سخت

نفوذ شده محصولات تولید داخل این صنایع به نسبت ظرفیت‌های تولید آن کوچک‌تر است. این امر زمینه تولید زیر ظرفیت را پدید می‌آورد.

در همین ارتباط، سهم پایین‌تر صنایع مذکور از تعداد شاغلین صنعتی به نسبت تعداد کارگاه‌های فعال، دلیل دیگری بر تولید زیر ظرفیت در بنگاه‌های فعال در این صنایع است. اصلاح این امر به ویژه در رابطه با صنایع پوشاک که لکوموتیو صنعت نساجی نیز به‌شمار می‌رود، از اهمیتی دوچندان برخوردار است. نکته دیگر که می‌تواند بر شدت این مسئله بیافزاید، کاهش سهم صنایع نساجی و پوشاک از ارزش خدمات غیرصنعتی پرداختی کل صنعتی است که اگرچه ممکن است در نتیجه فشار هزینه‌های تولیدی در مقابل هزینه‌های غیرتولید و متصل به تولید رخ داده باشد، در نهایت، می‌تواند با محدود کردن زنجیره ارزش در این صنایع، موجبات کوچک‌تر شدن اندازه فروش در بازار و تشدید مشکلات ناشی از تولید زیر ظرفیت را رقم بزند.

به عنوان نکته مهم دیگر در حوزه صادراتی، سهم محصولات دخیل در زنجیره ارزش نساجی تا پوشاک، کمتر از یک‌سوم کل ارزش صادرات در این صنایع است و عمده آن مربوط به محصولات ریسنجی، بافندگی و تکمیل منسوجات است که یک کالای کاملاً واسطه‌ای محسوب می‌شود.

در زمینه پوشاک که یک محصول نهایی محسوب می‌شود، عملکرد صادراتی بسیار ضعیف است و آنچه که این عملکرد را ضعیف‌تر می‌سازد آن است که سهم بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر در آن حتی از بنگاه‌های بین ۱۰ تا ۴۹ نفر هم کمتر است.

در واقع، انتظار می‌رفت بنگاه‌های بزرگ در زمینه صادرات پوشاک بسیار فعال‌تر از این میزان عمل کنند.

وارداتی به نسبت کاهش سهم آنها از تولید صنعتی کاهش نیافته است.

این امر به معنای تشدید اثر نقایص زنجیره تأمین این صنایع به‌ویژه در تولید انواع پارچه‌های تار پودی، انواع نخ سیستم پنبه‌ای و الیاف مصنوعی (علی‌الخصوص نخ‌های ظریف)، نخ اسپندکس، الیاف پنبه و ویسکوز، و تأثیر این کمبود بر هزینه‌های فعالیت در این صنایع است.

ثانیاً، با وجود کاهش سهم و فشار ناشی از وابستگی وارداتی، صنایع نساجی و پوشاک همچنان در جایگاه برتر به لحاظ توان خلق ارزش افزوده صنعتی قرار دارد. در این ارتباط نسبت ارزش افزوده به ارزش ستانده برابر با ۴۵٫۲ (پوشاک) و ۳۳٫۱ درصد (نساجی) در برابر رقم ۲۶٫۱ درصدی متوسط صنعت موید این ادعا است.

بنگاه‌های صنعتی فعال در بخش نساجی و پوشاک در حال حاضر معادل ۲٫۶٪ از ارزش افزوده صنعتی را بخود اختصاص می‌دهد و با لحاظ عملکرد بخش صنعتی، این سهم تا ۴٫۸ درصد از کل ارزش افزوده صنعتی کشور قابل افزایش است. معنای دیگر این آمار اهمیت بالای بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن در این صنعت است.

در روش تحلیلی دیگر و به‌عنوان یک سنجه مقایسه‌ای از عملکرد بنگاه‌های فعال در این صنعت در برابر سایر بنگاه‌های دارای مقیاس مشابه در صنعت، می‌توان دریافت که بهترین عملکرد بنگاهی در صنایع نساجی و پوشاک مربوط به بنگاه‌های خرد (زیر ۱۰ نفر کارکن) با سهم ۱۴٫۱ درصدی از ارزش افزوده صنعتی حاصله توسط کل بنگاه‌های خرد است. این عملکرد بالا در حالی موردنظر قرار می‌گیرد که اطلاعات دقیقی از تعداد بنگاه‌های خرد (زیر ۱۰ نفر کارکن) در این صنعت موجود نیست و این خود منجر به سخت شدن فرآیند مدیریت و سیاست‌گذاری در این صنعت می‌گردد.

در حال حاضر، صنایع نساجی و پوشاک به‌لحاظ سهم از فروش در بازار صادراتی تقریباً در تمامی سال‌ها از اهمیت پایین‌تری در بخش صنعتی کشور به نسبت سهم از ارزش تولید صنعتی کشور برخوردار بوده است. با توجه به اینکه بخشی از ارزش فروش محصولات نساجی و پوشاک در بازار داخل نیز از مجرای فروش کالاهای قاچاق حاصل می‌شود، می‌توان دریافت بازار

