



تهیه و تنظیم: مینا بیانی

بررسی و تحلیل سیاست‌های حاکم بر صنعت نساجی و پوشاک

گزارشی از برگزاری نشست راهبرد توسعه صنعت

اشاره:

معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران، اولین نشست از سلسله نشست‌های «راهبرد توسعه صنعت» را با تمرکز بر زنجیره ارزش نساجی و پوشاک با حضور تعدادی از نمایندگان تشکلهای بخش خصوصی در طبقه هشتم ساختمان مرکزی اتاق بازرگانی تهران برگزار کرد.

در این نشست ضمن آسیب‌شناسی و تحلیل سیاست‌های حاکم بر صنعت نساجی و پوشاک، پیشنهادات راهبردی برای توسعه این صنعت ارائه شد.

مطالعه راهبردهای توسعه زنجیره ارزش نساجی و پوشاک، ذیل برنامه راهبردی اتاق تهران در دستور کار معاونت بررسی‌های اقتصادی قرار گرفته است.

در ابتدای نشست، دکتر دیاکو حسینی - معاون بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران - پس از خوشامدگویی به میهمانان، عنوان داشت: حدود یک سال و نیم پیش بود که در پیامد انتخاب زنجیره‌های هدف اتاق تهران، یکی از زنجیره‌های مورد بحث صنعت نساجی و پوشاک بود و مطالعه‌ای در این زمینه توسط آقای دکتر عیسی منصوری و همکارانشان انجام گرفت. به گفته وی، با کمک مطالعات بنیادین به طراحی توسعه استراتژیک صنعتی برای ایران نزدیک خواهیم شد و یکی از قطعات این پازل را صنعت نساجی و پوشاک تشکیل می‌دهد و امیدواریم در نهایت اتاق بازرگانی تهران با اتکا به این مطالعات و اتفاق نظر نسبی حول محور موضوعات و اسناد مطالعاتی، به عنوان مشاور سه قوه اصلی کشور به نهادهای مرتبط در دولت و مجلس پیشنهاداتی ارائه دهد تا به تدوین استراتژی صنعتی منسجم و توافق شده درون زنجیره‌های اصلی صنعتی نزدیک شویم. دکتر امین مقدم - عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران و عضو هیئت مدیره اتحادیه

تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران - ابراز داشت: بحث اصلی این است که در صنعت بزرگ و پیشرانی که نسل دوم و سوم آن در حال تلاش و فعالیت هستند؛ همفکر و همراه باشیم.

وی به فقدان مطالعه راهبردی یکپارچه بین کل زنجیره نساجی و پوشاک اشاره کرد و گفت: خوشبختانه اولین زنجیره‌ای که در اتاق بازرگانی تهران جهت انجام مطالعات راهبردی مورد توجه قرار گرفته؛ صنعت نساجی و پوشاک است که اتفاق بسیار مبارک و ارزشمندی به شمار می‌آید. در گام بعد مقرر شد یک گروه حرفه‌ای و توانمند در زمینه انجام مطالعات راهبردی تعیین شود که با توجه به تجارب و دانش گسترده آقای دکتر منصوری و همکاران پیرامون زنجیره‌های صنعتی جلسات متعددی با ایشان برگزار گردید.

در ادامه، دکتر عیسی منصوری - پژوهشگر حوزه توسعه و مجری مطالعه توسعه زنجیره ارزش نساجی و پوشاک - با اشاره به گزارش کار مطالعه زنجیره ارزش صنعت نساجی و

پوشاک گفت: در حال حاضر دومین صادر کننده پوشاک دنیا، بنگلادش است و سهم موثری در اقتصاد این کشور دارد. سال ۲۰۱۳ مشتاق خان- از پژوهشگران حوزه اقتصاد نهادگرا و سیاست گذاری صنعتی - در یکی از مقالات خود اشاره کرد که بنگلادش حکمرانی خوب (GOOD GOVERNANCE) ندارد ولی چگونه موفق می شود در برخی صنایع به خصوص صنعت پوشاک به رشد قابل توجهی دست یابد؟

وی افزود: به تدریج الگویی در حوزه مباحث توسعه ای در دنیا تحت عنوان «تمرکز بر کانون های اثربخشی و کارآمدی» شکل گرفت و بر این اساس اگر کشوری در شرایط نامطلوب قرار دارد لزوماً نباید بر رفع تمام مسائل کشور تمرکز کنیم بلکه الگوی رایج در دنیا (به خصوص کشورهایی مانند ایران) این است که چند کانون به صورت محدود انتخاب و رفع چالش ها برای بهبود وضعیت کشور از این کانون ها آغاز شوند. در این

نساجی و پوشاک چشمگیر است. وی با اشاره به انجام مطالعه توسعه زنجیره ارزش نساجی و پوشاک یادآور شد: معمولاً گزارشات صنعتی در ایران به صورت کمی نوشته می شوند و تحلیل وضعیت موجود صورت می گیرد، مدل فکری غالب بر این گزارش ها هم به نحوی نیست که خروج مشخصی داشته باشد و نتایج، استنباط خود کارشناس است و از بطن گزارش، متدولوژی بر نمی آید به همین دلیل تصمیم گرفتیم گامی به جلو برداریم و پیشنهادات سیاستی نیز در انتها حاصل شود و به صورت مشخص به روی تحلیل سیستم های کسب و کار مبتنی بر الگوی سیستم دینامیک و زنجیره ارزش کار شد.

بنابر اذعان دکتر منصوری، برخلاف اغلب سندهای توسعه صنعتی که در انتها، دیدگاه فعالان زنجیره خواسته می شود، حین تدوین طراحی سیاست از مشارکت و همفکری ذی نفعان بهره مند می شویم. در این راستا جلسات بسیاری با حضور نمایندگان تشکلات، مراجع دانشگاهی، دولت و... برگزار کردیم تا ملاحظات

بالای ۱۰ نفر و ۴۰ درصد توسط بنگاه های خرد شکل می گیرد. در صنعت نساجی تبنگاه ها متوسط و بزرگ ولی واحدهای پوشاک، کوچک و خرد هستند ابطی ادامه داد: در ۳۰ سال اخیر، سهم نساجی و پوشاک از تولید ناخالص داخلی کشور نیز رو به کاهش است به طوری که نساجی از ۳/۲ درصد به ۰/۵ و پوشاک از ۱/۵ به نیم درصد رسیده در حالی که بیش از ۵۰ درصد تولید ناخالص داخلی کشورهایی مانند بنگلادش به این صنعت اختصاص دارد. سهم نساجی و پوشاک در ارزش افزوده صنعتی ترکیه ۱۵ درصد و در کشورهای هند و چین ۱۰ درصد می باشد.

وی گفت: طبق روایت مرکز آمار ایران، سهم پوشاک و کفش در سبد هزینه خانوار به طور مرتب کاهش یافته است یعنی از ۴/۲ درصد دهه ۹۰ به ۳/۲ درصد در سال ۱۴۰۲ رسیده ایم؛ در مقابل سهم مسکن، گوشت، میوه، سبزی و امثالهم در سبد خانوار افزایش پیدا کرده است؛ این ارقام نشان می دهد توان هزینه کرد خانوار به شدت کم شده و با کاهش محسوس هزینه کرد نساجی



راستا نقطه قوت بنگلادش، انتخاب صنعت نساجی و پوشاک به عنوان کانون توسعه است. این صنعت هم در مورد کشورهایی که به تازگی می خواهند در مسیر صنعتی شدن گام بردارند و هم در مورد کشورهایی که در انتهای مسیر صنعتی شدن هستند؛ موضوعیت دارد. دکتر منصوری با اشاره به تدوین سند سیاست صنعتی آمریکا تصریح کرد: در این سند، صنعت نساجی و پوشاک به عنوان یک صنعت قابل تأمل مورد توجه قرار گرفته است؛ لذا در مورد صنعت سادمای صحبت نمی کنیم و به لحاظ استراتژیک در دنیا اهمیت بسیاری دارد.

این صاحب نظر توسعه ادامه داد: همیشه یک بخش صنعتی شدن ایران ملازم بحث صنعت نساجی و پوشاک بوده به همین دلیل نسل های متعدد در این صنعت کار کرده اند و عمق دانش و تجربه مادر صنعت

آنان پس از تحلیل و نتیجه گیری، تقدیم دوستان شود. بخش بعدی نشست به ارائه گزارش «توسعه زنجیره ارزش نساجی و پوشاک» اختصاص داشت که محمد ابطی - عضو تیم پژوهش - در این زمینه ضمن ترسیم نمای کلی زنجیره ارزش پوشاک بیان داشت: متأسفانه طی ۳۰ سال اخیر، ارزش افزوده صنایع نساجی و پوشاک در کشور ما روند نزولی خود را طی کرده است. سهم نساجی از صنعت از ۱۴/۷ درصد به ۲/۵ درصد و بخش پوشاک نیز از ۵/۶ درصد به ۰/۹ درصد رسیده است. نکته قابل توجه این که در صنعت پوشاک ۱۵ تا ۱۶ درصد ارزش افزوده را بنگاه های بالای ۱۰ نفر به وجود می آورند یعنی بیش از ۸۰ درصد ارزش افزوده این صنعت توسط بنگاه های کوچک ایجاد می شود ولی در صنعت نساجی، وضعیت اندکی متفاوت است به طوری که ۶۰ درصد ارزش افزوده توسط بنگاه های

و پوشاک مواجهیم.

ابطی، متغیرهای درون ساختاری حاکم بر بازار نساجی و پوشاک ایران را به این شرح برشمرد:

* ممنوعیت واردات پوشاک

رشد بازار کالای استوک

* تعطیلی برخی واحدهای تولید و توزیع کوچک به دلیل افزایش هزینه ها (به خصوص اجاره، تأمین مواد اولیه، سربار تولید و ...)

* افزایش فروش آنلاین و مزون ها (وجود بیش از ۱۱۰ هزار صفحه اینستاگرامی عرضه پوشاک)

* گسترش تولید داخلی برای برندهای خارجی یا به عنوان برندهای خارجی

* کمبود نیروی کار ماهر و متخصص و کمبود مراکز ارتقای مهارت

* عدم امکان جذب سرمایه گذاری خارجی

حلقه در زنجیره	اجزا	واحد سنجش	جهان	ایران	سهم ایران از جهان (درصد)
پوشاک	انواع پوشاک	میلیارد دلار	۱۷۴۰	۹	۰/۵۲
منسوجات نهایی	منسوجات خانگی و کلاهی خواب(غیر از کفپوش)	میلیارد دلار	۲۰۰	۲	۰/۴۵
	منسوجات صنعتی	میلیارد دلار	۲۴۰		
	منسوجات بی‌بافت	میلیارد دلار	۵۰	۲۴/۰	۰/۴۸
پارچه	انواع پارچه تار پودی و حلقوی	هزارتن	۹۴/۰۰۰	۵۸۰	۰/۷
نخ	انواع نخ ریسیده و فیلامنت	هزارتن	۹۲/۰۰۰	۱۰۸۷ ^۱	۱/۲
الیاف	انواع الیاف بلند و کوتاه	هزارتن	۵۷/۰۰۰	۵۷۷ ^۲	۱/۲

۱- از ۱۰۸۷ هزارتن نخ مصرفی، ۵۱۳ هزارتن در زنجیره نساجی و پوشاک (غیر از کفپوش) استفاده می‌شود.

۲- از ۶۷۷ هزارتن الیاف، ۲۷۰ هزارتن در زنجیره نساجی و پوشاک (غیر از کفپوش) استفاده می‌شود.

شرایط داخلی کمک کند و سپس به‌عنوان سکویی برای ورود به بازارهای بین‌المللی عمل کند اما هزینه بالا و تعارض منافع ذی‌نفعان همچنان در آن بالا است. سناریوی سوم (رشد پایدار و صادراتمحور) پتانسیل بالایی برای رشد و اشتغال‌زایی دارد، اما به دلیل موانعی مانند تحریم‌ها و ناکارآمدی سیاست‌های داخلی، ممکن است به‌راحتی محقق نشود. بنابراین، گزینه پیش رو می‌تواند مسیری باشد که در میان مدت به‌صرفه باشد، اما به‌گونه‌ای طراحی و اجرا شود که در صورت ایجاد گشایش‌های پیش‌نیاز، به‌ویژه در حوزه روابط بین‌الملل، امکان تداوم قوی‌تر همین مسیر و استفاده از فرصت‌ها فراهم باشد.

پس از اتمام ارائه مقاله، از مدعوین خواسته شد نظرات و دیدگاه‌های چالشی خود را در مورد مطالب عنوان شده مطرح نمایند. مهندس مجیدنامی - رئیس هیئت‌مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران - در این مورد گفت: یکی از مواردی که در گزارش مذکور مورد اشاره قرار نگرفت، شفافیت اقتصادی است در حالی که یکی از بزرگ‌ترین مشکلات ما در زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک را تشکیل می‌دهد. همچنین واحدهای توزیعی (نیمه سازمان یافته یا غیر سازمان یافته) هم مدنظر قرار نگرفت که در بسیاری از موارد فاقد شفافیت اقتصادی هستند. وی اضافه کرد: در سال‌های گذشته عمدتاً دولت‌ها به تدویم سند راهبردی توسعه صنعتی می‌پرداختند و یکی از چالش‌های اساسی تمام اسناد فوق، عدم ضمانت اجرا بود. مهندس نامی از عدم حضور مسئولان مرتبط دولتی در این جلسه نیز انتقاد کرد.

مهندس سیدشجاع‌الدین امامی‌رئوف - دبیر انجمن صنایع نساجی ایران - بیان داشت: بهتر بود اتاق بازرگانی از بازیگران بیشتری در حوزه نساجی و پوشاک جهت حضور در این جلسه دعوت به عمل می‌آورد و جای انجمن صنایع پوشاک ایران، اتحادیه پوشاک (به‌عنوان نماینده اصناف) مسئولان دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت و معاونت برنامه‌ریزی وزارت صمت خالی است. وی با اشاره به وجود تعارض منافع میان بازیگران صنایع نساجی و پوشاک ادامه داد: این تعارض در سطحی قرار دارد که نمی‌توان در مورد نساجی طرح اولیه ارائه داد و انتظار داشت تمام تشکلات به جمع شدن دور یک میز علاقه‌ای داشته باشند!

۲۲۵/۸ دلار اعلام کرد که تا سال ۲۰۲۸ این رقم به ۲۵۰ دلار می‌رسد. همچنین ۹۵ درصد بازار پوشاک در بازار جهان را پوشاک غیرلوکس تشکیل می‌دهد و ۵۰ درصد بازار پوشاک دنیا در اختیار آمریکا، چین، انگلیس، آلمان و فرانسه قرار دارد. بخش دیگر این مقاله به مقایسه تطبیقی مصرف در زنجیره نساجی و پوشاک ایران و جهان طی سال‌های ۲۰۲۳-۲۰۲۲ اختصاص داشت. *از ۱۰۸۷ هزارتن نخ مصرفی، ۵۱۳ هزارتن در زنجیره نساجی و پوشاک (غیر از کفپوش) استفاده می‌شود. *از ۶۷۷ هزارتن الیاف، ۲۷۰ هزارتن در زنجیره نساجی و پوشاک (غیر از کفپوش) استفاده می‌شود. ابطی در بخش پایانی سخنرانی خود، ۴ سناریو برای توسعه زنجیره ارزش نساجی و پوشاک ایران ارائه کرد که عبارتند از: *سناریوی اول: ادامه وضعیت فعلی و رکود تدریجی *سناریوی دوم: توسعه داخلی و تقویت بازار داخلی *سناریوی سوم: رشد پایدار و صادرات محور *سناریوی چهارم: سناریوی ترکیبی به گفته ابطی، سناریوی دوم که با عنوان توسعه داخلی و تقویت بازار مصرف داخلی طرح شده است، به‌عنوان یک سناریوی میان‌مدت، می‌تواند به بهبود

*فرسودگی ماشین‌آلات به‌خصوص در بخش نساجی و عدم رسوخ فناوری‌های انقلاب چهارم صنعتی در کل زنجیره ارزش *تمایل بخش اصلی تقاضای بازار کشور (دهک‌های ۸ تا ۱۰ درآمد) به برند و کمبود برندهای معتبر داخلی *تمایل دهک‌های بالای درآمدی کشور به حضور در بازار پوشاک کشورهای همسایه (ترکیه و امارات) برای خرید پوشاک برند *ورود گسترده قاچاق و دست دوم (برآورد ۳۰ تا ۶۰ درصد بازار) *حضور برندهای خارجی (رسمی و قاچاق) بدون اتصال به زنجیره نساجی (تأمین) در کشور و نبود ارتباط بابرندهای بین‌المللی *کوچک شدن مقیاس تولید در بخش پوشاک و عدم امکان تطبیق بین نیازهای آنها با ظرفیت‌های و الزامات زنجیره نساجی کشور (کاهش / قطع ارتباط میان حلقه‌های زنجیره ارزش نساجی و پوشاک داخل کشور) *تمایل به تأمین مواد اولیه مصرفی صنعت پوشاک از خارج از زنجیره نساجی کشور (رسمی و قاچاق) *طراحی ضعیف و کم توجهی به مد و سلیقه مشتری وی میزان مصرف سرانه متوسط دنیا در سال ۲۰۲۳ را

به گفته مهندس سعید جلالی قدیری - دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران - موارد جامع و کاملی در این گزارش ارائه شد اما آقای مهندس نامی به نکته بسیار مهم شفافیت اقتصادی اشاره کردند و یکی از راهبردهای اساسی در صورت تشکیل یک نهاد فراگیر در صنعت نساجی و پوشاک همین موضوع می باشد. وی ادامه داد: باید موضوع مالیات بر ارزش افزوده پوشاک را در جهت ایجاد شفافیت پیش ببریم. همچنین به موضوع مواد اولیه نیز باید توجه بیشتری شود چون در دنیا، اغلب دولت ها بابت جلوگیری از خام فروشی تعرفه و عوارض صادراتی وضع می کنند این امر در زنجیره نساجی و پوشاک اثرگذار است.

مهندس قدیری تأکید کرد: در مورد سناریوهای توسعه زنجیره ارزش نساجی و پوشاک ایران هم باید بگویم قطعاً هیچ کسی به دنبال اجرای سناریوی اول و حفظ وضع موجود نیست و از بین رفتن تعارض منافع شدید و فضای یخ زده فعلی نیازمند تلاش، تمرین و حوصله بیشتر است.

مجتبی صیادیان - از اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تهران - پیشنهاد برگزاری جلسات مشترک میان اتاق تهران با مدیران ارشد فراسیون جهانی پوشاک (دارای ۶۶ کشور عضو و یکی از معتبرترین تشکلهای پوشاک دنیا) را مطرح نمود.

علی زینالو - رئیس کارگروه ریسندگی الیاف بلند انجمن صنایع نساجی ایران و مدیرعامل ریسندگی گیلان - اظهار داشت: علت رشد کشورهایی مانند ازبکستان و بنگلادش صرفاً سرمایه گذاری بخش خصوصی نیست بلکه دولت ها باید بستر مناسب را فراهم نمایند. مدتی پیش در جلسهای با یکی از نمایندگان مجلس، عنوان کردم دولت و مجلس، نساجی را صنعت نمی دانند. ایشان با صراحت این موضوع را تأیید کردند! چون دولت و مجلس اصولاً صنعت را فقط پتروشیمی، فولاد، خودروسازی و سیمان می دانند! بنابراین از اتاق های بازرگانی تهران و ایران و تشکلهای نساجی درخواست می کنم جلسات متعدد با وزرای اقتصادی کمیسیون صنایع مجلس برگزار نمایند تا در نهایت مسئولان قانع شوند که نساجی یک صنعت بسیار ارزشمند و حیثیتی برای کشور است.

محمد اتابکی - نایب رئیس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران و مدیرعامل پوشاک آیسلند - به مشکلات تولید اعم از نبود ارتباط

منطقی و مداوم میان صنعت و دانشگاه، تولیدکنندگان پوشاک و مواد اولیه، وابستگی و توجه بیش از حد به صنایع مادر و نادیده گرفتن صنایع کوچک، پایین بودن قدرت خرید مردم، بالا بودن قیمت تمام شده کالا اشاره کرد. وی تأکید کرد: رشد صنعت نساجی را باید از انتهای زنجیره یعنی پوشاک آغاز کنیم.

به اعتقاد مهندس عباس سرشارزاده - عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران و مدیرعامل حریر سمنان - وقتی از بحث «راهبرد» در صنعت نساجی ایران سخن می گوئیم، ابتدا باید شناختی از صنعت نساجی و قدرت آن داشته باشیم. واقعیت این است نباید حجم تولید کشورهایی مانند چین و ویتنام مبنای مقایسه ما قرار بگیرند چون نساجی ما در دنیا یک صنعت کوچک است که باید با کشورهای هم سطح خود مورد ارزشیابی قرار گیرد.

وی ادامه داد: در گزارشی که ارائه شد صنعت ترکیه را با ویتنام و بنگلادش و ویتنام در یک سید رقابتی قرار داده اند در حالی که باید بحث تولیدات استاندارد را در این مقایسه مورد توجه قرار داد. ۶۵ درصد صادرات بنگلادش تی شرت است یعنی محصولی با قیمت تمام شده پایین و ارزش افزوده بسیار کم!

این صنعتگر نساجی اذعان داشت: اگر در حال تعریف الگوی مشخصی برای صنعت نساجی ایران هستیم باید بپذیریم محصولات این صنعت نمی تواند وارد بحث تولیدات استاندارد شود که اگر وارد شود؛ بی شک بازنده خواهد بود. ما نمی توانیم وارد فضای رقابتی با کشورهایی با حقوق و دستمزد بسیار پایین، تیراژ تولید بسیار بالا و قیمت تمام شده خیلی خیلی کنترل شده شویم.

به گفته مهندس سرشارزاده، درست در جایی امکان رقابت داریم که حقوق و دستمزد در کالای تمام شده نقش بیشتر و مواد اولیه نقش کمتری داشته باشد. باید مد و تولید محصولات کژوال را در دستور کار قرار دهیم و با ایجاد ارزش افزوده در بخش زیبایی آفرینی به رقابت با بازارهای جهانی بپردازیم.

مهندس حسن نیلفروشنزاده - عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران و مدیرعامل نساجی قروه - نکته مشترک تمام صحبت های این جلسه را پایین آمدن قدرت خرید مردم و بالا بودن قیمت تمام شده محصولات ایرانی عنوان کرد و گفت: بسیاری از این موارد به مسائل سیاسی کشور مربوط می شود. وقتی تحت تحریم قرار دارید، قیمت تمام شده محصولات

وارداتی به تبع تحریم رشد می کند. وی به لزوم نوسازی و بازسازی ماشین آلات خطوط تولید و تشویق سرمایه گذاری خارجی نیز اشاره کرد.

افشین سالاردینی - نایب رئیس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران و مدیرعامل حریر الوان - لزوم همراهی و همکاری میان ذی نفعان صنعت نساجی و پوشاک را یادآور شد. بهترین راه برای توسعه این صنعت که به آن اعتقاد داریم و سال هاست در آن به فعالیت ادامه می دهیم؛ صادرات است و برنامه ریزی برای آینده باید در این بخش انجام شود.

دکتر امیرھوشنگ حکمتی - عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران - در سخنان خود به کمبود نیروی متخصص فارغ التحصیل دانشگاهی پرداخت و معتقد بود متأسفانه صنعت نساجی جذابیت خود را برای جلب دانشجویان از دست داده است.

حمیدرضا صفری - عضو کارگروه الیاف انجمن صنایع نساجی ایران و مدیر واردات گروه صنعتی ساین - ابراز داشت: در چرخه هر صنعتی ابتدا باید از رأس آن کار را شروع کرد اگر در رأس چرخه، ارزش افزوده را حبس کنیم به تبع انتهای زنجیره که بازار در آن نقش اصلی را ایفا می کند با مشکل مواجه می شود و رشد و توسعه مدنظر رخ نخواهد داد.

دکتر منصوری در جمع بندی پایانی نشست ابراز کرد: در یک برش کلی وقتی پیرامون صنعت (به معنای اعم آن) در کشور صحبت می کنیم دو نوع کنش و سبک می تواند اتفاق بیفتد. نخست این که مثلاً وقتی در مورد تلفن همراه معامله ای انجام می شود مبنای فروش به روی قیمت قرار می گیرد و هر فروشنده ای که محصول به قیمت کمتر عرضه می کند خریدار وی انجام می شود. سبک دوم این که اگر قرار باشد تلفن همراه، کیفیت و دوام خوبی داشته باشد دیگر با هر کسی حتی کاور گوشی را معامله نخواهیم کرد بلکه سراغ کسی می رویم که به کیفیت بالای محصولات وی اطمینان کامل داریم. این دو نوع شخصیت متفاوت صنعتی است. به نظر می رسد در کشور ما به دلیل نا اطمینانی اقتصادی به این نتیجه رسیده ایم که کدام شخصیت سود بیشتری برایمان دارد! به همین دلیل کسی که در سیستم بروکراتیک فساد می کند نیز چنین دیدگاهی دارد در حال حاضر مبنای امور، قیمت، بازار و سود است در حالی که طبق سابقه و قدمت در این صنعت حاصل «قیمت» نیست بلکه حاصل «اعتماد» می باشد.