



مارس ٢٠٢٣

قطاع الأزياء، قطاع الفرص

تحليل لسلسلة القيمة في قطاع الأزياء السعودية
ولنصّة بيانات الأزياء المستقبلية

المحتويات

٤	الملخص التنفيذي
٦	١. الأهداف الاستراتيجية لهيئة الأزياء السعودية
٩	٢. سلسلة القيمة في قطاع الأزياء السعودي: نظرة عامة على الجوانب المؤثرة والتوجهات
٢٨	٣. بيانات قطاع الأزياء في المجالات الاقتصادية الرائدة في صناعة الأزياء
٣٢	٤. الفرص الرئيسية لسلسلة اللقمة قطاع الأزياء في المملكة
٣٤	٥. ملاحظة على المنهجية المتبعة
٣٦	٦. المراجع

١٩	الجدول ١: عدد الطالبات المقبولات في برامج الأزياء بحسب الجامعة، ٢٠٢١
٣٠	الجدول ٢: مخزون البيانات المعياري للدولة
٣٥	الجدول ٣: مصادر بيانات تحليل الأثر
٧	الرسم البياني ١ : الركائز الاستراتيجية السبعة لهيئة الأزياء
٨	الرسم البياني ٢ : المبادرات الرئيسية لهيئة الأزياء
١٠	الرسم البياني ٣: سلسلة القيمة في قطاع الأزياء
١١	الرسم البياني ٤: مبيعات قطاعات الأزياء الفرعية في المملكة العربية السعودية (US\$m)
١١	الرسم البياني ٥: نمو الاستهلاك الخاص (%)، ٢٠٢٠
١٢	الرسم البياني ٦: الرسم البياني لتجارة الألبسة بين ٢٠١٢-٢٠٢١
١٢	الرسم البياني ٧: الرسم البياني لتجارة الأحذية في المملكة بين ٢٠١٢-٢٠٢١
١٣	الرسم البياني ٨: الرسم البياني لتجارة المجوهرات، ٢٠١٢-٢٠٢١
١٣	الرسم البياني ٩: الرسم البياني لتجارة حقائب اليد والإكسسوارات الجلدية، ٢٠١٢-٢٠٢١
١٣	الرسم البياني ١٠: أعلى ١٠ وجهات لتصدير الملابس، ٢٠١٦-٢٠٢٠
١٣	الرسم البياني ١١: أعلى ١٠ وجهات لاستيراد الملابس، ٢٠١٦-٢٠٢٠
١٤	الرسم البياني ١٢: قيمة التصنيع المضافة للألبسة والمنسوجات
١٤	الرسم البياني ١٣: حجم الشركة، ٢٠١٨
١٤	الرسم البياني ١٤: التوظيف في صناعة الألبسة، ٢٠١٤-٢٠٢١
١٥	الرسم البياني ١٥: الرسم البياني لتجارة المنسوجات الاصطناعية في المملكة، ٢٠١٢-٢٠٢٠
١٥	الرسم البياني ١٦: الرسم البياني لتجارة الأنسجة المحبوكة في المملكة، ٢٠١٢-٢٠٢١
١٦	الرسم البياني ١٧: الرسم البياني لتجارة الأنسجة الطبيعية في المملكة، ٢٠١٢-٢٠٢١
١٦	الرسم البياني ١٨: الرسم البياني لتجارة المنسوجات النسائية في المملكة، ٢٠١٢-٢٠٢١
١٧	الرسم البياني ١٩: الرسم البياني لتجارة القطن في المملكة، ٢٠١٢-٢٠٢١
١٧	الرسم البياني ٢٠: تجارة الزيوت المعدنية، ٢٠١٢-٢٠٢١
١٧	الرسم البياني ٢١: الرسم البياني لتجارة الجلود، ٢٠١٢-٢٠٢١
٢٢	الرسم البياني ٢٢: إيرادات الملابس في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٤-٢٠٢٦
٢٣	الرسم البياني ٢٣: صادرات دول مجلس التعاون من الألبسة، ٢٠١٧-٢٠٢١
٢٣	الرسم البياني ٢٤: واردات دول مجلس التعاون من الألبسة، ٢٠١٧-٢٠٢١
٢٤	الرسم البياني ٢٥: الميزان التجاري لقطاع الألبسة في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١
٢٤	الرسم البياني ٢٦: الميزان التجاري للأحذية في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١
٢٤	الرسم البياني ٢٧: الميزان التجاري للمجوهرات ومدخلاتها في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١
٢٥	الرسم البياني ٢٨: الميزان التجاري لحقائب اليد والإكسسوارات الجلدية في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١
٢٥	الرسم البياني ٢٩: القيمة المضافة لتصنيع الألبسة والمنسوجات في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٦-٢٠٢٠
٢٥	الرسم البياني ٣٠: القيمة المضافة لتصنيع الألبسة والمنسوجات في دول مجلس التعاون الخليجي، بالدولار الأمريكي
٢٦	الرسم البياني ٣١: الميزان التجاري للمنسوجات الاصطناعية في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١
٢٦	الرسم البياني ٣٢: الميزان التجاري للأقمشة المحبوكة في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١
٢٧	الرسم البياني ٣٣: الميزان التجاري للقطن في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١
٢٧	الرسم البياني ٣٤: الميزان التجاري للجلود الخام الثقيلة والخفيفة والأخرى في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١
٢٩	الرسم البياني ٣٥: فئات المرئيات



المخلص التنفيذي



ويسلط تحليلنا للوضع الحالي الضوء على مستوى الفرص المتوفرة سواء على صعيد الأزياء الراقية عالمياً أو المتخصصة في سوق المملكة المحلي، بالإضافة إلى مستوى الفرص التي يوفرها ارتفاع الطلب في سلسلة القيمة الأولية في مرحلة تكوين الأفكار والتصاميم الأولية وتطوير منتجات الأزياء وتصنيعها.

وفي سبيل اغتنام هذه الفرص، ستحتاج المملكة إلى تطوير قدراتها في سلسلة القيمة الأولية وتطوير المنتجات، لا سيما في صناعة الملابس والمنسوجات. إذ يشير التحليل إلى نسبة الاعتماد الكبيرة على استيراد المواد الخام والمنتجات المكتملة الإنتاج. وفي حين تتوفر حالياً بعض القدرات المرتبطة بالجلود الخام والمنسوجات الاصطناعية، لكن الفرص لا تزال غير مستغلة إلى حد كبير في ظل محدودية استخدام التكنولوجيا المتقدمة والتعاون مع جهات التصميم المتخصصة. ولا شك بأن تطوير هذه القدرات سيساهم في تعزيز مستوى المرونة والفعالية في السوق والمنتجات على حدٍ سواء، الأمر الذي سيسمح للشركات والعلامات التجارية بتنويع مصادرها وتقليل احتمالية المخاطر في سلسلة التوريد.

وإضافة إلى ما سبق، يحلل هذا التقرير التوجهات الرئيسية المتعلقة بأداء القطاع والسوق، كما يسلط الضوء على أداء القطاع المحلي وفرص النمو المتاحة إلى حد الآن. ويسعى التقرير أيضاً إلى دعم أهداف هيئة الأزياء في مبادراتها الاستراتيجية لتطوير قواعد بيانات قطاع الأزياء، إذ تسعى الهيئة إلى بناء فهم يستند إلى البيانات الرئيسية عن قطاع الأزياء في المملكة. وتمثل النتائج الرئيسية لهذا المشروع في إصدار مجموعة من المنشورات والأبحاث القطاعية؛ مثل (المملكة العربية السعودية: تقرير حالة الأزياء) إلى جانب منصة رقمية للجهات المعنية ليتمكنوا من الوصول إلى بيانات القطاع من خلالها. وتهدف الهيئة من خلال هذه النتائج إلى إطلاع الجهات المعنية المحلية والدولية بشكل أفضل على الإمكانيات الكبيرة المتوفرة داخل المملكة وبالتالي دعم نمو القطاع.

تمتلك المملكة العربية السعودية فرصاً واعدة لدعم جهود تحقيق أهداف رؤية ٢٠٣٠ من خلال تطوير سلسلة القيمة المتكاملة لقطاع الأزياء، التي تستند إلى السوق المحلي الواسع في المملكة، وموقعها الجغرافي الاستراتيجي، وأهميتها الثقافية الكبيرة.

أطلقت رؤية المملكة ٢٠٣٠ خلال عام ٢٠١٦ بهدف تنويع مصادر اقتصاد المملكة ورفع معدل الناتج المحلي الإجمالي غير النفطي من ١٦٪ إلى ٥٠٪ وتعزيز مساهمة القطاع الخاص في الناتج المحلي الإجمالي من ٤٠٪ إلى ٦٥٪. كما تهدف الرؤية إلى رفع نسبة مشاركة المرأة في سوق العمل من ٢٢٪ إلى ٣٠٪.

أما بالنسبة لمنظومة قطاع الأزياء، فقد تم تحديدها بناءً على التعاريف المتداولة عالمياً للأنشطة الاقتصادية المرتبطة بقطاع الأزياء بصورة مباشرة أو غير مباشرة. حيث يُعرف القطاع من الناحية الاقتصادية على أنه سلسلة قيمة متكاملة لأنشطة التصميم والبيع بالتجزئة والتطوير والإنتاج والحفاظ على المنتجات المرتبطة بسوق الملابس، والأحذية والمجوهرات وغيرها، متضمناً كافة المواد الخام والمكونات ذات الصلة المستخدمة للأزياء التقليدية والحديثة. وبالتالي، تم اعتماد النظرة الاقتصادية الشاملة لقطاع الأزياء ضمن هذه التقرير لتوافق مع البحوث العالمية واستراتيجية هيئة الأزياء، حيث تشمل الدراسة على الأنشطة المساهمة في قطاع الأزياء والعناصر التي قد تتعدى بمفهومها التعريف الثقافي للأزياء.

ومن المتوقع أن تساهم منظومة الأزياء اقتصادياً بمعدل ١,٤٪ في الناتج المحلي الإجمالي للمملكة العربية السعودية، وستساهم بقرابة ١٢,٥ مليار دولار من القيمة الإجمالية في عام ٢٠٢٢، وتُعزّز هذه القيمة بشكل أساسي من خلال الاستهلاك وأنشطة البيع بالتجزئة والجملة.

وتشير التقديرات إلى أن منظومة الأزياء ستساهم بنسبة ١,٨٪ من إجمالي القوى العاملة السعودية بتوفير ٢٣٠ ألف فرصة وظيفية^٣. وتبلغ نسبة مشاركة القوى العاملة النسائية في منظومة العمل ٥٢٪، بينما يبلغ معدل السعودة في الوظائف الأساسية ضمن القطاع ٦٦٪، حيث تكون القوى العاملة في القطاع من ٩٠,٠٠٠ وظيفة مباشرة و ١٤٠,٠٠٠ وظيفة غير مباشرة^٤.

ومن المتوقع أيضاً أن تصل مبيعات التجزئة على الصعيد المحلي إلى ٣٢ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٥، بزيادة قدرها ٣٠٪ عن إجمالي المبيعات في ٢٠٢١ البالغ ٢٤ مليار دولار^٥. كما تعد الأزياء الفاخرة محركاً مهماً للنمو، إذ حققت مبيعاته نمواً بنسبة ١٩٪ في عام ٢٠٢١ بعد توجيه الإنفاق إلى داخل المملكة إثر قيود السفر، ودعم تمكين المرأة، ونمو التجارة الإلكترونية^٦.

الأهداف الاستراتيجية لهيئة الأزياء





تهدف هيئة الأزياء إلى تطوير قطاع أزياء مزدهر في المملكة العربية السعودية.

وتتمثل رؤية الهيئة في بناء قطاع مستدام وشامل ومتكامل في كافة عناصر سلسلة القيمة، فضلاً عن تعزيز المواهب والخبرات والكفاءات المحلية في المملكة. وقد وضعت هيئة الأزياء سبع ركائز استراتيجية هي التعليم والإبداع، وتطوير المنتجات، والتصنيع وسلسلة الإمداد، والتجزئة، والاستدامة، والسرد ورواية القصص والفعاليات، وممكنات القطاع.

الرسم البياني ١ : الركائز الاستراتيجية السبع لهيئة الأزياء

التعليم والابتكار

إثراء أنظمة التعليم الخاصة بقطاع الأزياء لتصبح المملكة الوجهة الأولى للابتكار في هذا المجال على مستوى المنطقة



تطوير المنتجات

تعزيز التنافسية والوصول إلى مواد جديدة للارتقاء بمنظومة تطوير المنتجات السعودية في قطاع الأزياء



التصنيع وسلسلة التوريد

تعزيز التوطين وجاذبية أنظمة التصنيع والتوزيع في قطاع الأزياء



التجزئة

تطوير بيئة جذابة للشركات العاملة ببيع الأزياء بالتجزئة لتتمكن من تعزيز عملياتها محلياً وعالمياً



السرد والرواية والفعاليات

الترويج لهوية الأزياء السعودية وتعزيز جاذبيتها عبر المنصات والفعاليات الإعلامية المبتكرة



الاستدامة

تمكين المملكة من أن تصبح رائدة في مجال الاستدامة والأزياء المحترمة على مستوى المنطقة



ممكنت القطاع

تعزيز مستوى دمج الأنظمة والوصول إلى بيانات السوق والاستثمارات والشركات لتمكين نمو القطاع



يبين الرسم البياني ٢ أدناه ١٤ مبادرة مختلفة تقوم الهيئة من خلالها بتنفيذ استراتيجيتها، بينما يركز هذا التقرير على دعم تحقيق المبادرة الاستراتيجية رقم ١١، والتي تهدف إلى تطوير قواعد بيانات قطاع الأزياء. وفي حين تسعى الهيئة إلى بناء فهم يستند إلى البيانات القوية لدى قطاع الأزياء في المملكة.

الرسم البياني ٢ : المبادرات الرئيسية لهيئة الأزياء

١. تطوير وإثراء برامج التعليم والتدريب في قطاع الأزياء ٢. تطوير مساحات مبتكرة للأشخاص الموهوبين والمهتمين بقطاع الأزياء	التعليم والابتكار
٣. تمكين تصميم إجراءات تطوير المنتجات في قطاع الأزياء والارتقاء بها	تطوير المنتجات
٤. دعم تطوير التصنيع المحلي وأنظمة التوزيع والارتقاء بها	التصنيع وسلسلة التوريد
٥. تمكين بائعي التجزئة في قطاع الأزياء من النمو	التجزئة
٦. إطلاع الجماهير على أعمال وإنجازات هيئة الأزياء وقطاع الأزياء والمصممين عبر وسائل الإعلام ٧. إنشاء منصات وإقامة فعاليات لدعم قطاع الأزياء	السرد والرواية والفعاليات
٨. تمكين الاستدامة في قطاع الأزياء ٩. التواصل مع مختلف المراكز العالية لتطوير مواد جديدة وصون الحرف والأقمشة التقليدية	الاستدامة
١٠. تسهيل الوصول إلى الاستثمارات في القطاع ١١. تطوير قواعد بيانات خاصة بالقطاع ١٢. وضع بيئة تشريعية حاكمة للقطاع ١٣. تطوير وتعزيز شبكة من الشركاء من القطاعين العام والخاص والأطراف الثالثة لدعم القطاع ١٤. تطوير مشاريع وبرامج لسلسلة القيمة لدعم استراتيجية القطاع	ممكنات القطاع

وينقسم التقرير إلى أربعة أقسام؛ الأول يوجز منهجيتنا في مواءمة تحليل سلسلة القيمة مع الركائز الاستراتيجية السبع لهيئة الأزياء، كما يعرض مدى توفر البيانات عند النظر إلى هذين الجانبين، ويتناول القسم الثاني جوانب الأداء والتوجهات الرئيسية في قطاع الأزياء في المملكة عبر كل عنصر في سلسلة القيمة، بينما يقدم القسم الثالث ملخصاً موجزاً للنتائج التي توصلنا إليها من خلال المقارنة المعيارية للقطاع في أربعة بلدان مختلفة، ويُبرز القسم الرابع الفرص الرئيسية لسلسلة القيمة الخاصة بقطاع الأزياء في المملكة بحسب ما تشير إليه البيانات.



.٢

سلسلة القيمة في قطاع الأزياء السعودي: نظرة عامة على الجوانب المؤثرة والتوجهات

نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي
٢٣,٥٨٥ دولاراً

وتمثل منظومة الأزياء
١,٤٪

من الناتج المحلي الإجمالي في المملكة

منظومة الأزياء في المملكة تساهم بمعدل

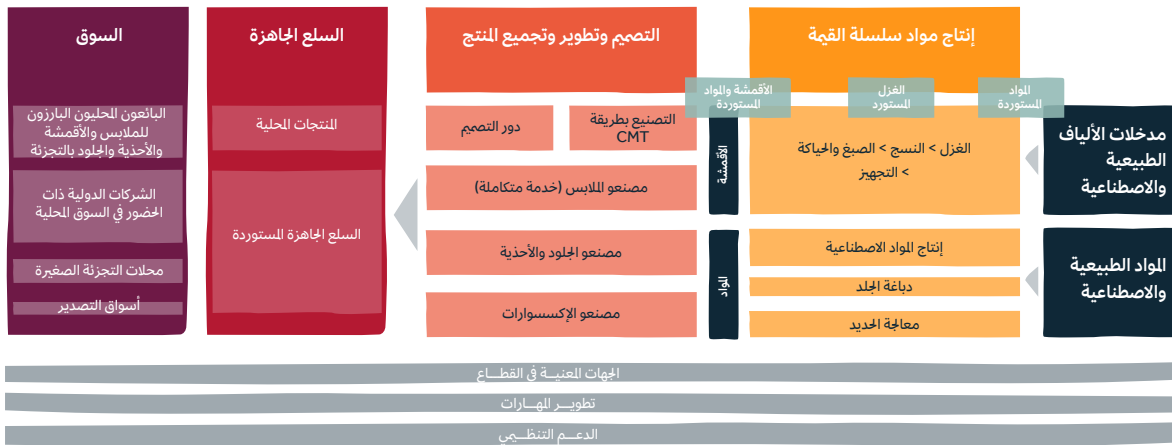
١,٨٪

من إجمالي القوى العاملة في المملكة

تحتل المملكة العربية السعودية المرتبة ١٩ على لائحة أكبر الاقتصادات على مستوى العالم، حيث يبلغ نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي ٢٣,٥٨٥ دولاراً. ويساهم قطاع النفط في دفع عجلة الاقتصاد حيث يمثل ٨٠٪ من عائدات التصدير^١ و٤٣٪ من الناتج المحلي الإجمالي للمملكة^٢. ويشهد الاقتصاد حالياً، مدفوعاً برؤية ٢٠٣٠، تحولاً هيكلياً كبيراً يهدف إلى الحد من اعتماد المملكة على النفط وتنويع مصادر اقتصادها.

وتمثل منظومة الأزياء (كما هو موضح أدناه) ١,٤٪ من الناتج المحلي الإجمالي في المملكة، علماً أن ٦٠٪ من قيمتها تكمن في جاني التجزئة والجملة من سلسلة القيمة («السوق») كما هو موضح في الرسم البياني أدناه^١. وتشير التقديرات إلى أن منظومة الأزياء في المملكة تساهم بحوالي ٢٣٠,٠٠٠ فرصة عمل، أي بمعدل ١,٨٪ من إجمالي القوى العاملة في المملكة^٢، وتتوزع فرص العمل هذه على النحو التالي: ٩٠,٠٠٠ منها في وظائف الأزياء الأساسية أو المباشرة، و ١٤٠,٠٠٠ في مهن الأزياء غير الأساسية أو غير المباشرة^١.

الرسم البياني ٣: سلسلة القيمة في قطاع الأزياء



توضح الأقسام الفرعية التالية الجوانب المحركة لسلسلة القيمة الخاصة بقطاع الأزياء السعودي، وذلك بالاستناد إلى البيانات المتاحة ووسائل الإعلام والمقالات الأكاديمية. ويسلط تحليلنا للوضع الحالي الضوء على مستوى الفرص المتوفرة سواء على صعيد الأزياء الراقية عالمياً أو المتخصصة في سوق المملكة المحلي، بالإضافة إلى مستوى الفرص التي يوفرها ارتفاع الطلب في سلسلة القيمة الأولية في مرحلة تطوير الأفكار والتصميم، وتطوير المنتجات، وتصنيع منتجات الأزياء التي لم تُعتمد إلى حد الآن.

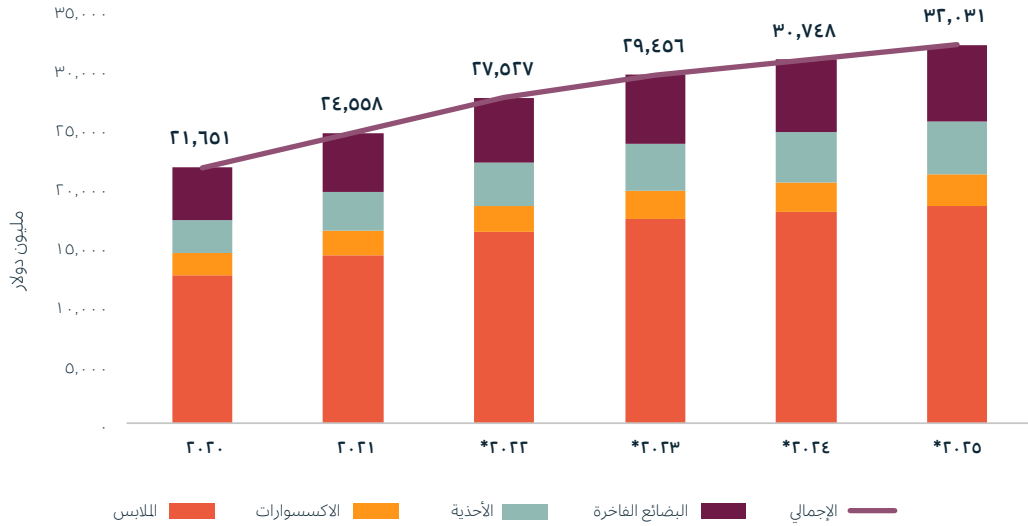


٢.١ سوق قطاع الأزياء

تتمتع المملكة العربية السعودية بقطاع أزياء مزدهر فُدرت قيمته بحوالي ٢٤,٦ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠٢١^١. ومن المتوقع أن يزداد الطلب على منتجات الأزياء بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ ١٣٪ من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٥، أي بنحو إجمالي قدره ٤٧,٩٪ خلال هذه الفترة. وكما هو موضح في الرسم البياني أدناه، من المتوقع أن تشهد منتجات الملابس والإكسسوارات والأحذية والسلع الفاخرة نمواً كبيراً، علماً أن نمو قطاع السلع الفاخرة قد يصل إلى ٣٠٪ من عام ٢٠٢٢ إلى ٢٠٢٥.

^١ يشمل التأثير الاقتصادي المساهمة المباشرة وغير المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي. وتم استخدام مجموعة من المصادر الاقتصادية الفتوحة والمصادر الخارجية للحصول على هذه التقديرات. وتم التحقق منها عبر تحليل مقارنة لسبع دول مختلفة، علماً أنه قد تم الإشارة إلى كافة المصادر في لائحة المراجع المتوفرة في نهاية التقرير.

الرسم البياني ٤: مبيعات قطاعات الأزياء الفرعية في المملكة العربية السعودية (US\$m)



المصدر: شركة ستاتيستا (٢٠٢١)

انخفض استهلاك القطاع الخاص بنسبة

٦٪

خلال ذروة جائحة كورونا في عام ٢٠٢٠،
مقابل نسبة

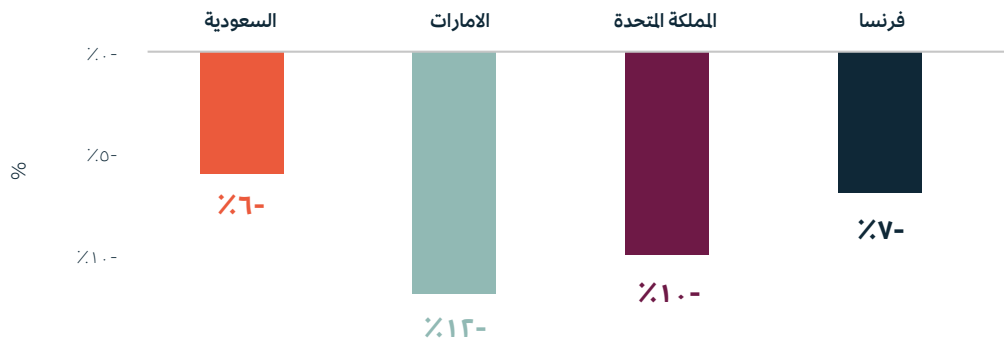
١٢٪

في الإمارات العربية المتحدة

يضم سوق المملكة العربية السعودية العديد من الشركات القابضة المهمة في مجال البيع بالتجزئة، وتحمل هذه الشركات العديد من التراخيص لتوزيع العلامات التجارية المتوسطة والفاخرة، ولكن من الظاهر أنها لا توزع ما يكفي من المنتجات الخاصة بمنتجي الملابس والأحذية والمجوهرات في السعودية، وتعتمد بشكل رئيسي على المنتجات النهائية المستوردة.

ويظهر أيضاً أن المستهلك السعودي أكثر مرونة مقارنة بالمستهلكين في الدول المشمولة في المقارنة المعيارية ودول الإقليم؛ إذ انخفض استهلاك القطاع الخاص بنسبة ٦٪ خلال ذروة جائحة كورونا في عام ٢٠٢٠، مقابل نسبة ١٢٪ في الإمارات العربية المتحدة و ١٠٪ في المملكة المتحدة و ٧٪ في فرنسا^١، الأمر الذي يشير إلى التوجه المحلي الأقوى في سوق المملكة مقارنة بالإمارات العربية المتحدة على سبيل المثال، والتي تعتمد على مشتريات السياحة الأجنبية.

الرسم البياني ٥: نمو الاستهلاك الخاص (%)، ٢٠٢٠



المصدر: وحدة الاستخبارات الاقتصادية لدى الإيكونوميست (٢٠٢٢)

٢.٢ البضائع المكتملة

من عام ٢٠١٢ إلى عام ٢٠٢١ ارتفعت صادرات الملابس بنسبة

١١٪

ومع ذلك، زادت الواردات خلال هذه الفترة بنسبة

٤٢٪

من ٢,٧ مليار دولار إلى ٣,٨ مليار دولار

نمت صادرات الأحذية بنسبة

٢١٨٪

من عام ٢٠١٢ إلى عام ٢٠٢١

نمت صادرات الأحذية بنسبة ٢١٨٪ من عام ٢٠١٢ إلى عام ٢٠٢١ على الرغم من انطلاقها من قاعدة منخفضة بلغت ٥,١ مليون دولار أمريكي في بداية الفترة. وفي عام ٢٠٢١، تم تصدير ما تبلغ قيمته ١٦,٤ مليون دولار، في حين تم استيراد ٨٨١ مليون دولار، أي زيادة بنسبة ٤٣٪ عن مستويات الاستيراد لعام ٢٠١٢.

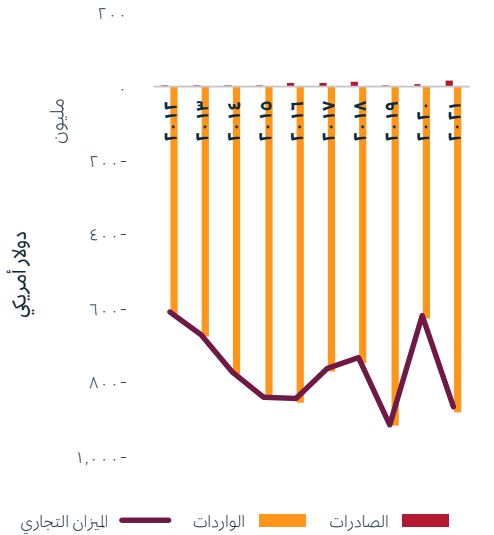
يوضح الرسم البياني ٨ أن مكونات تصنيع المجوهرات، مثل اللؤلؤ، والأحجار الكريمة والمعادن، كانت وارداتها عالية مقارنة بالصادرات، وقد حدث تحول كبير في الصادرات كما هو واضح في السنتين الأخيرتين. ومع ذلك، فإن مبرر الارتفاع الكبير في الصادرات لعام ٢٠٢٠ غير واضح في المنشورات/البحوث العامة أو الأكاديمية ويتطلب مزيداً من البحث.

كما أن حقائب اليد والإكسسوارات الجلدية كانت وارداتها عالية مقارنة بالصادرات بوجود عجز تجاري قدره ٤٥٣ مليون دولار أمريكي في عام ٢٠٢١.

تعتمد مصادر البيع بالتجزئة بشكل كبير على المنتجات المستوردة، الأمر الذي أدى إلى عجز في تجارة الملابس بقيمة ٣,٨ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠٢١، وعجز في تجارة الأحذية بقيمة ٨٦٥ مليون دولار أمريكي^١. ويذكر أن صادرات الملابس ارتفعت بنسبة ١١٪ من عام ٢٠١٢ إلى عام ٢٠٢١، أي من ١١٨ مليون دولار إلى ١٣٠ مليون دولار. ومع ذلك، زادت الواردات بنسبة ٤٢٪ خلال هذه الفترة من ٢,٧ مليار دولار إلى ٣,٨ مليار دولار^٣.

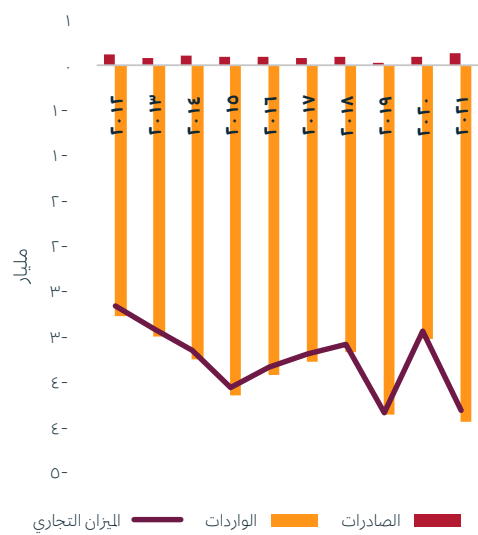


الرسم البياني ٧: الرسم البياني لتجارة الأحذية في المملكة بين ٢٠١٢-٢٠٢١



المصدر: رمز (HS): ٦٤ UN Comtrade (٢٠٢٢)

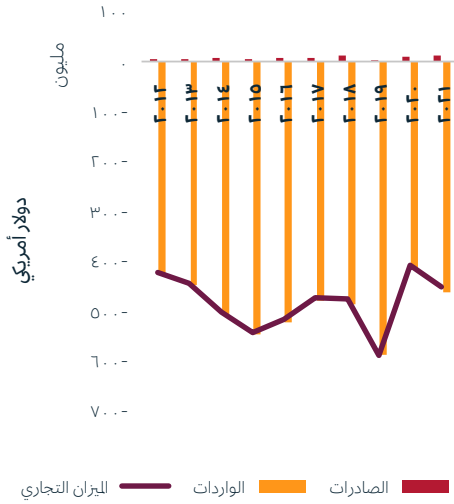
الرسم البياني ٦: الرسم البياني لتجارة الألبسة بين ٢٠١٢-٢٠٢١



رمز (HS): ٦١, ٦٢ UN Comtrade (٢٠٢٢)

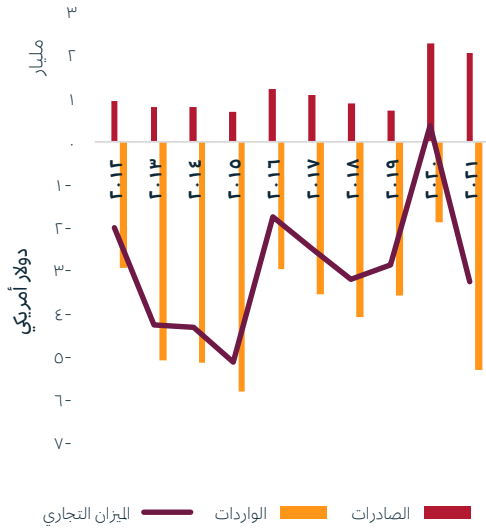
^١ تشكل «الأحذية» فئة واسعة تضم مختلف أنواع الأحذية الرياضية والصنادل والأحذية العالية وغيرها.

الرسم البياني ٩: الرسم البياني لتجارة حقائب اليد والإكسسوارات الجلدية، ٢٠٢١-٢٠١٢



المصدر: رمز (HS): UN Comtrade (٢٠٢٢)

الرسم البياني ٨: الرسم البياني لتجارة المجوهرات، ٢٠٢١-٢٠١٢

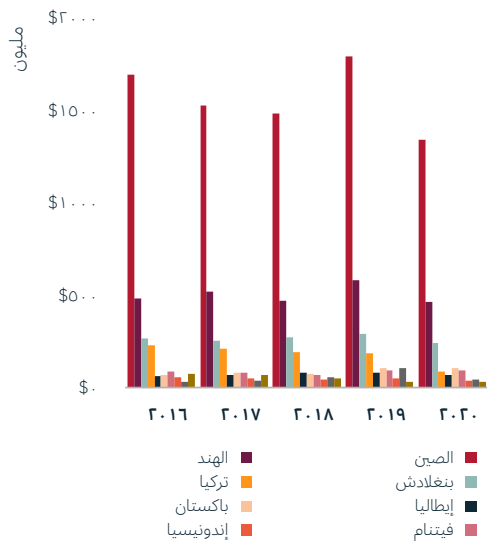


المصدر: رمز (HS): UN Comtrade (٢٠٢٢)

وعند النظر بشكل مفضل إلى بيانات التصدير في المملكة العربية السعودية، يظهر أن فئة التصدير الأكثر نجاحاً ترتبط برمز (HS) ٦٢١١، والذي يشمل البدلات الرياضية، وملابس السباحة، وغيرها من الملابس (غير المحبوكة)، ويشمل أيضاً الأثواب والعبايات المصنوعة من المواد الاصطناعية (رمز HS: ٦٢١١٣٣١٠) والقطن (رمز HS: ٦٢١١٣٢١٠).

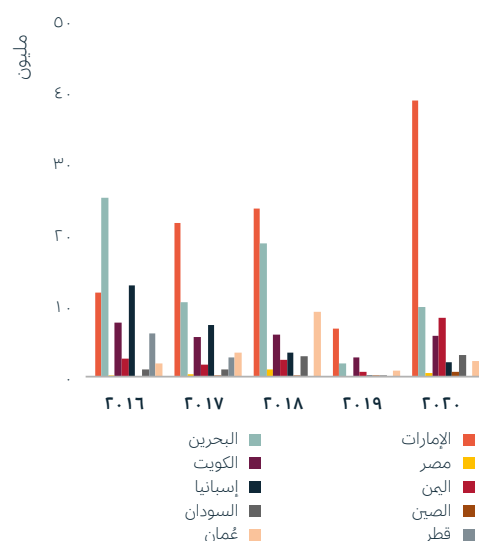
وكما هو مبين في الرسم البياني أدناه، فإن أكبر الأسواق التي تصدر المملكة منتجات الملابس إليها هي الدول المجاورة في الإقليم، حيث تعد الإمارات العربية المتحدة أهم وجهة لتصدير الملابس في المملكة (٣٨ مليون دولار)، تليها البحرين (٩,٩ مليون دولار). في حين كانت الصين أهم مصدر لاستيراد منتجات الملابس في المملكة على مدى السنوات الخمس؛ حيث بلغ مستواها لعام ٢٠٢٠ ما يصل إلى ١,٣ مليار دولار، متقدمة على الهند (٤٦٣ مليون دولار) وبنغلاديش (٢٤٤ مليون دولار).

الرسم البياني ١١: أعلى ١٠ جهات لاستيراد الملابس، ٢٠٢٠-٢٠١٦



المصدر: UN Comtrade (٢٠٢٢)

الرسم البياني ١٠: أعلى ١٠ جهات لتصدير الملابس، ٢٠٢٠-٢٠١٦

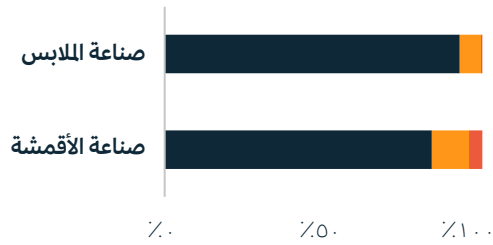


المصدر: UN Comtrade (٢٠٢٢)

٢.٣ تصميم المنتجات وتطويرها وتجميعها

لا تتوفر بيانات كثيرة حول مخرجات إنتاج المملكة لمنتجات الأزياء، ولكن تشير أبحاث البنك الدولي (٢٠٢٢) إلى أن القيمة المضافة من تصنيع الملابس والمنسوجات داخل المملكة تقارب ٢,١ مليار دولار، علماً أن القيمة المضافة للسوق لقطاع الملابس والمنسوجات قد انخفضت بشكل كبير منذ أن وصلت إلى ذروتها البالغة ٣,٢ مليار دولار في عام ٢٠١٦.

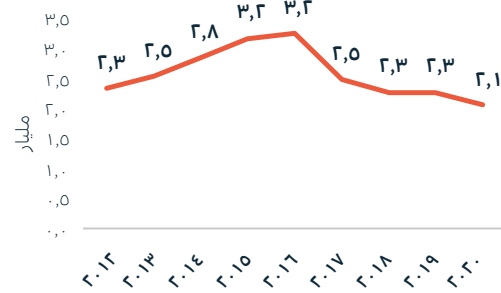
الرسم البياني ١٣: حجم الشركة، ٢٠١٨



■ أقل من ٥ موظفين ■ ١٩-٥٠ موظف ■ أكثر من ٢٠ موظف

المصدر: GASTAT (٢٠١٨)

الرسم البياني ١٢: قيمة التصنيع المضافة للألبسة والمنسوجات

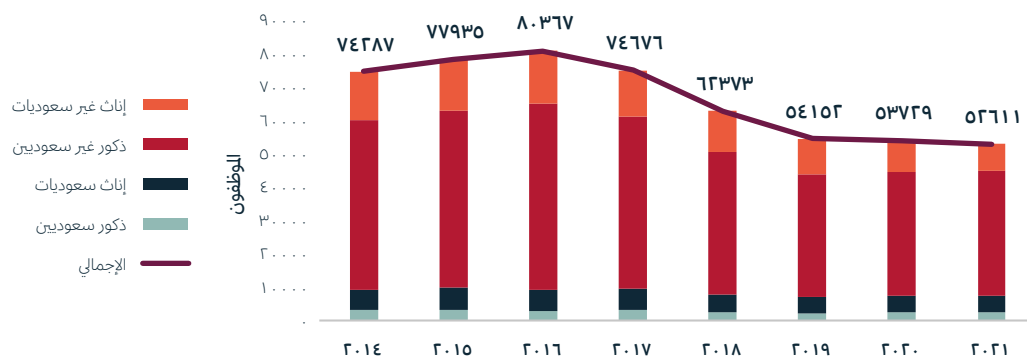


المصدر: البنك الدولي (٢٠٢٢)

في حين لم يُجرى أي استطلاع حديث للقطاع، إلا أن نتائج دراسة أجريت عام ٢٠١٨ تشير إلى وجود ٣٢,٩٨٢ مصنعاً للملابس في المملكة. ولا يتركز هذا النشاط على الشركات الكبيرة فقط، حيث أن هناك ٩٣٪ من مصنعي الملابس لديهم أقل من ٢٠ موظفاً موطفاً (كما يوضح الرسم البياني ١٣). ويشير ذلك إلى أن قطاع الملابس في المملكة يعد نشاطاً ضئيلاً نسبياً في العديد من الشركات الصغيرة.

تشير البيانات الصادرة عن البنك المركزي السعودي إلى أن ٥٢,٦١١ شخصاً يعملون في صناعة الملابس اعتباراً من عام ٢٠٢١ (مصنفون على أنهم «مشتركون في العمل»)^{١٥}، علماً أن هذا العدد انخفض من ٧٤,٢٨٧ في عام ٢٠١٤ كما يشير الرسم البياني ١٤ أدناه. ويتناسب الانخفاض في مستوى العمالة مع انخفاض القيمة المضافة لصناعة الملابس بحسب الرسم البياني ١٢.

الرسم البياني ١٤: التوظيف في صناعة الألبسة، ٢٠٢١-٢٠١٤



المصدر: SAMA (٢٠٢٢)

٢.٤ إنتاج مواد سلسلة القيمة



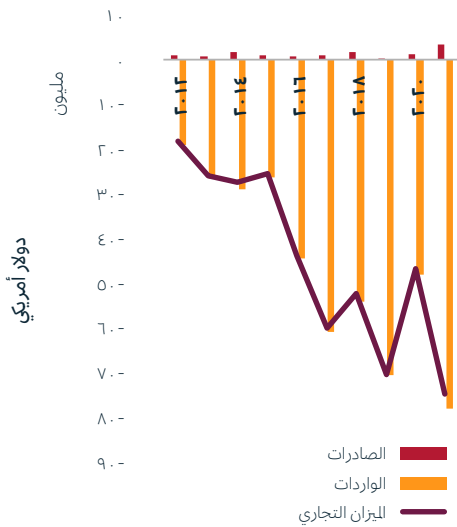
تسلط قاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية الضوء على مستوى اعتماد سلسلة القيمة السعودية على استيراد المنسوجات المحبوكة، والاصطناعية، والمنسوجة، والطبيعية، علماً أن الطلب الأكبر يأتي على المنسوجات الاصطناعية من بين هذه الفئات الأربع، تليها المنسوجات المحبوكة، والمنسوجة، والطبيعية بالترتيب.

يوضح الرسم البياني ١٦ أن نسبة إنتاج المنسوجات المحبوكة في المملكة قليلة، إلى جانب زيادة العجز التجاري على المنسوجات المحبوكة بنسبة ٣٠٧٪ خلال الفترة ٢٠١٢-٢٠٢١.

ومستمر في الواردات خلال هذه الفترة. ومن الواضح أن هناك صلة بين سلسلة قيمة الأزياء وقطاع البتروكيماويات الرئيسي في المملكة، الأمر الذي يحتاج إلى مزيد من الدراسة.

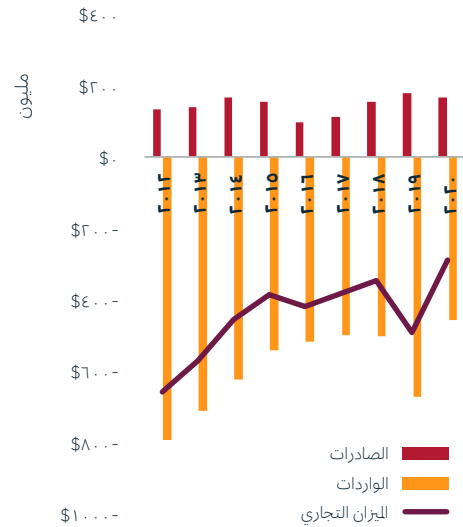
ويبين الرسم البياني أدناه أنه في حين أن المملكة لديها بعض القدرات في مجال المنسوجات الاصطناعية، إذ صدرت بقيمة ١٦٨ مليون دولار في عام ٢٠٢٠، كان هناك عجز تجاري كبير

الرسم البياني ١٦: الرسم البياني لتجارة الأنسجة المحبوكة في المملكة، ٢٠١٢-٢٠٢١



المصدر: رمز (HS): UN Comtrade ٦٠ (٢٠٢٢)

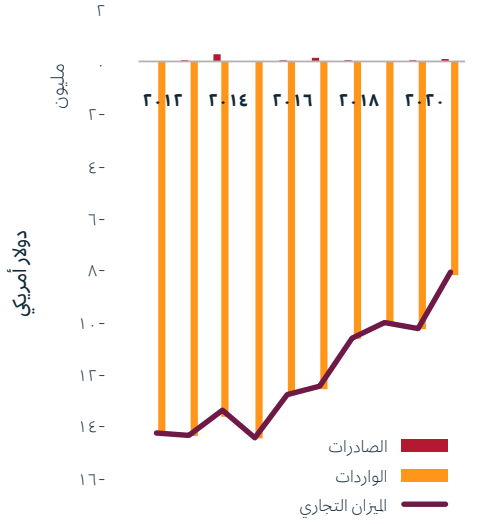
الرسم البياني ١٥: الرسم البياني لتجارة المنسوجات الاصطناعية في المملكة، ٢٠١٢-٢٠٢٠



المصدر: رمز (HS): UN Comtrade ٥٤,٥٥ (٢٠٢٢)

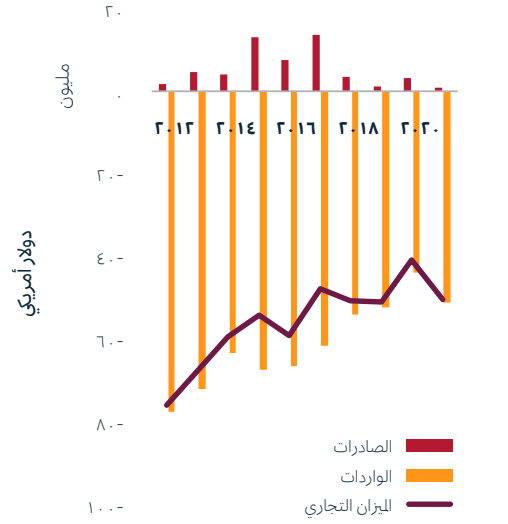
توضح الرسوم البيانية ١٧ و ١٨ أدناه أن هنالك مستوى إنتاج قليل داخل المملكة فيما يتعلق بالمنسوجات الطبيعية والمنسوجة؛ إذ تعتمد سلسلة القيمة بشكل كبير على المنسوجات المستوردة. وقد شهدت المنسوجات المنسوجة انخفاضاً في الواردات بنسبة ٤٣٪ خلال هذه الفترة، ولا تزال العوامل المسببة لذلك غير واضحة وتتطلب مزيداً من الدراسة.

الرسم البياني ١٨: الرسم البياني لتجارة المنسوجات النسائية في المملكة، ٢٠٢١-٢٠٢٠



المصدر: رمز (HS): ٥١١١,٥١١٢,٥١١٣ | UN Comtrade (٢٠٢٢)

الرسم البياني ١٧: الرسم البياني لتجارة الأنسجة الطبيعية في المملكة، ٢٠٢١-٢٠٢٠



المصدر: رمز (HS): ٥٢,٥٣ | UN Comtrade (٢٠٢٢)

٢.٥ المواد الخام

يظهر أن المادتين الخام الرئيسيتين في تصنيع الملابس هما القطن والمواد المشتقة من النفط مثل البولي أميد.

ويوضح الرسم البياني ٢٠ أن واردات القطن انخفضت بشكل ثابت من ٢٠١٢ إلى ٢٠٢١، مع انخفاض القطن بنسبة ٥٢٪ خلال الفترة^{١٦}. ولا بد من إجراء مزيد من الدراسة للتأكد من العناصر المسؤولة عن انخفاض الطلب على القطن، فقد يكون بسبب تصنيع «المنسوجات التقنية» بدلاً من إنتاج الأزياء من القطن، إذ توجد بعض الأدلة على محدودية قدرات الحياكة والنسيج. ومع ذلك، تشير البيانات التجارية قبل عام ٢٠١٦ إلى حضور كبير في إنتاج الملابس داخل المملكة. ومن الممكن أن يكون هذا الأمر مسؤولاً عن واردات القطن، خاصة إذا كانت الشركة مسؤولة عن أكثر من مرحلة من مراحل الإنتاج.

يمثل النفط

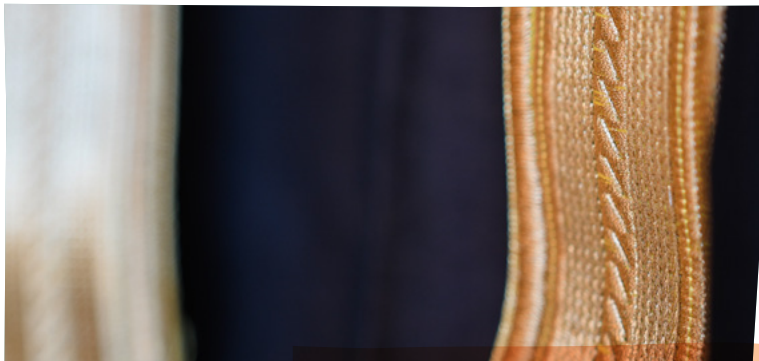
٨٠٪

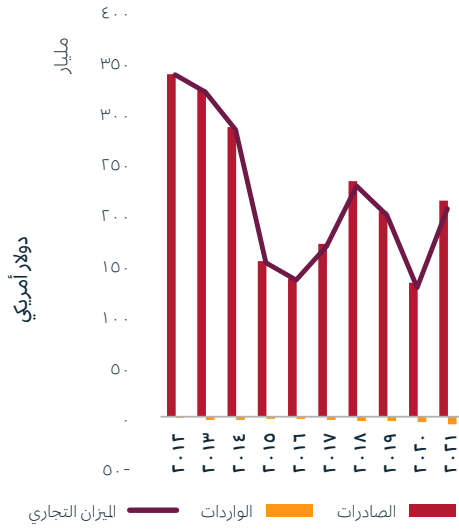
من صادرات المملكة

انخفضت واردات القطن بين ٢٠١٢ و٢٠٢١ بنسبة

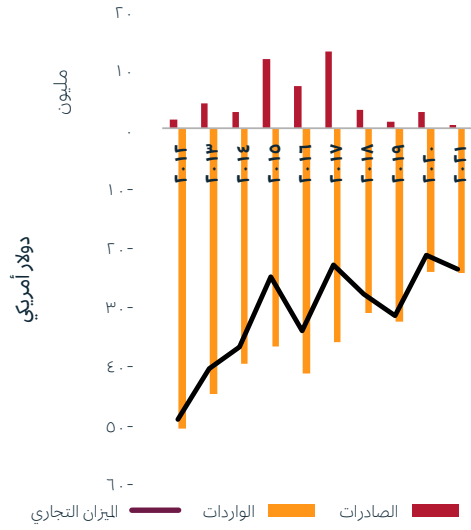
٥٢٪

يعد النفط، الذي يشكل مكوناً رئيسياً في الأقمشة الاصطناعية مثل البوليستر، والأكريليك، والنايلون، عنصراً أساسياً في اقتصاد المملكة العربية السعودية، إذ يمثل ٨٠٪ من صادرات المملكة؛ فقد بلغت قيمة صادرات الزيوت المعدنية (بما في ذلك النفط الخام) ٢١٠ مليار دولار في عام ٢٠٢١، علماً أن المملكة حققت فائضاً تجارياً قدره ٢٠٥ مليار دولار كما هو ظاهر في الرسم البياني أدناه.



الرسم البياني ٢٠: تجارة الزيت
المعدنية، ٢٠١٢-٢٠٢١

المصدر: UN Comtrade (٢٠٢٢)

الرسم البياني ١٩: الرسم البياني لتجارة القطن
في المملكة، ٢٠١٢-٢٠٢١

المصدر: رمز (HS) | ٥٥١٠ : UN Comtrade (٢٠٢٢)

بلغت أعلى قيمة لصادرات
الجلود الخام في ٢٠١٣١٢٠
مليون دولار

تشير البيانات التجارية المبينة في الرسم البياني ٢١ إلى أن المملكة لديها قدرات جيدة في معالجة الجلود الخام وإنتاجها؛ إذ لم تستورد المملكة أيًا من هذه المنتجات تقريباً خلال الفترة من ٢٠١٢ إلى ٢٠٢١، وتراوحت الصادرات من أعلى قيمة في ٢٠١٣ بلغت ١٢٠ مليون دولار إلى أقلها في ٢٠٢٠ بقدر ٣٦ مليون دولار (تليها الزيادة في ٢٠٢١ لتصل إلى ٤٥ مليون دولار).

الرسم البياني ٢١: الرسم البياني لتجارة الجلود، ٢٠١٢-٢٠٢١



المصدر: UN Comtrade (٢٠٢٢)

٢.٦ البيئة الممكنة

٢.٦.١ الاستثمار



يعتمد قطاع الأزياء على الظروف الاقتصادية داخل المملكة، وبالتالي من المهم تقييم البيئة الممكنة المحيطة بسلسلة القيمة.

ويعد الاستثمار الأجنبي، خارج نطاق إنشاء وبناء مراكز تجارية محدوداً داخل سلسلة القيمة^{١٧}. ومع ذلك، فإن إعادة هيكلة الاقتصاد الكلي في المملكة والاتفاقيات الدولية الأخيرة تسلط الضوء على فرصة سانحة. فقد تحسنت ثقة المستثمرين بشكل ملحوظ، وفقاً لتقرير سهولة ممارسة أنشطة الأعمال، حيث احتلت المملكة

المرتبة ٦٢ في عام ٢٠٢٠، وهو ارتفاع من المرتبة ٩٢ في عام ٢٠١٩^{١٨}. وفي حين أن هناك بيانات محدودة عن توجهات الاستثمار الأجنبي أو المحلي، وقعت المملكة العربية السعودية والولايات المتحدة في يوليو هذا العام ١٣ اتفاقية استثمارية، بما في ذلك اتفاقيات بشأن تصنيع المنسوجات^{١٩}.

٢.٦.٢ التعليم

لقد أجرت الهيئة تقيماً شاملاً للقوى العاملة في سلسلة قيمة الأزياء والوضع الحالي لجانبة التعليم، وذلك باستخدام بيانات وزارة التربية والتعليم ووزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية لعام ٢٠٢٢. ووجد هذا التقييم أن إجمالي القوى العاملة في منظومة الأزياء بلغ ٣٣٠,٠٠٠، بمشاركة ٥٢٪ من الإناث في القوى العاملة السعودية في مجال الأزياء ونسبة

سعودية بلغت ٦٦٪ في وظائف الأزياء الأساسية. وتبين الدراسات أن زيادة مشاركة الإناث في القوة العاملة يمكن أن يكون لها آثار إيجابية على مستوى الرفاهية. وإلى جانب زيادة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، يمكن أن تكون الأزياء عاملاً تمكينياً لتحسين مستوى التنوع في القوى العاملة وتمكين المرأة ورفاهيتها.

وكان التركيز الأكبر للموظفين في مكة المكرمة، والرياض، والمنطقة الشرقية (٧٨٪)، علماً أن معظم الموظفين حاصلين على مستوى تعليم ثانوي أو أقل. ووجد تحليل أجرته وزارة التعليم أن ١٢ مؤسسة تعليم عالٍ تقدم ٢٢ برنامجاً لمنظومة الأزياء؛ حيث سجل ١,٦١٥ طالباً فيها في عام ٢٠٢١ كما هو واضح في الجدول أدناه.

٦٦٪

سعوديين

٣٤٪

غير سعودي

نسبة سعودية القوى العاملة في منظومة الأزياء

الجدول ١: عدد الطالبات المقبولات في برامج الأزياء بحسب الجامعة، ٢٠٢١

الجهة	٢٠٢١
جامعة الباحة	٥٨
جامعة القصيم	١٧٦
جامعة بيشة	٦٧
جامعة جدة	١٩٣
جامعة الملك عبدالعزيز	٢٣٧
جامعة الملك خالد	٥٨
جامعة الحدود الشمالية	٦٨
جامعة الأميرة نورة	٢١٤
جامعة تبوك	٥٦
جامعة الطائف	٢٦٠
جامعة أم القرى	١٣٢
جامعة طيبة	٩٦
المجموع الكلي	١,٦١٥

المصدر: وزارة التعليم (٢٠٢٢)

البرامج الجامعية في مجال الأزياء
قادرة على استيعاب

٣,٨٥٠
طالبة
٩٤٪

من هذه البرامج تُقدّم على
مستوى درجة البكالوريوس

الواضح ما إذا كان هذا التركيز بسبب رغبة الطالبات أو الاحتياجات الحالية للقطاع؛ حيث انخفاض الإنتاج والتصنيع قلل الحاجة إلى التدريب على تطوير المنتجات وتصنيعها. وعلاوة على ذلك، فالمعلومات محدودة حول كمية ونوعية المواد التعليمية على المراحل الدراسية المتعلقة بالتسويق، والتخطيط، والشراء، والترويج المرئي في قطاع الأزياء. ويتطلب كلا الجانبين مزيداً من الدراسة والاستكشاف.

تُقدّم معظم هذه البرامج (٩٤٪) على مستوى درجة البكالوريوس، واعتباراً من عام ٢٠٢١، حظيت برامج الأزياء بالقدرة على استيعاب ٣,٨٥٠ طالبة، وهي تركز في الغالب على جانب التصميم وتغطي أيضاً جوانب الأزياء والمجوهرات والمنسوجات. وبالتالي، يصب التركيز الرئيسي لهذه البرامج في الغالب على الميادين الإبداعية، وليس على المهارات التصنيعية أو تلك المتعلقة بالجوانب التقنية لتطوير المنتجات. ومن غير

٢.٧ التوجه نحو استدامة الأزياء



إلين ماك آرثر (٢٠١٧) أن قطاع الملابس يضغط على البيئة في أربعة جوانب هي: إنتاج الألياف، وإنتاج الملابس، والاستخدام، وفترة ما بعد الاستخدام^{٢٥}.

وبناءً على تحليل ودراسة فرص الاستدامة للبوليستر^{٢٦} في مرحلة الإنتاج والتصنيع، هناك توصيتان رئيسيتان قدمتا لها أكبر قدر من التأثير: (١) الحد من الوقود الأحفوري بصفته مصدراً للطاقة ومصدراً للمواد، و(٢) الإدارة الصحية للنفايات لضمان إعادة التدوير^{٢٧}.

في حين أن مستوى الإنتاج منخفض في المملكة العربية السعودية، إلا أن التوصيتين تمثلان فرصة جيدة في حال بدأت المملكة بالإنتاج.

الحراري، مع تعويض أي انبعاثات متبقية من خلال الحلول التكنولوجية أو الطبيعية^{٢٨}. ومن الواضح أن الحل الأخير هو الخيار الأنسب داخل المملكة التي تعهدت بزراعة ٤٥٠ مليون شجرة وتجديد ثمانية ملايين هكتار من الأراضي بحلول عام ٢٠٢٣^{٢٩}.

خُددت منهجية «الاقتصاد الدائري للكربون» باعتبارها استراتيجية الاستدامة الأكثر ملاءمة لهذا التحول الصفري^{٣٠}، إذ تتبع هذه الاستراتيجية منهجية «التقليل وإعادة الاستخدام وإعادة التدوير والإزالة» لإدارة انبعاثات الكربون^{٣١}.

وقد بدأت المملكة العربية السعودية في تنفيذ هذه المنهجية؛ إذ تلائم الأهداف الوطنية الأخيرة، وبالنظر إلى نقطة التقاء سلسلة قيمة لقطاع الملابس وأسس الاستدامة، توضح مؤسسة

تتوقع هيئة الأزياء بأن تصبح المملكة لاعباً عالمياً في مجال الاستدامة والأزياء الأخلاقية. وبعد إجراء تحليل للبيانات المتاحة داخل المملكة، لوحظ وجود فجوة في بيانات الاستدامة حول منظومة الأزياء. ومع ذلك، تسلط البيانات النوعية الضوء على أن الخطة الاستراتيجية لبناء قطاع أزياء مستدام سيكون لها دوراً كبيراً داخل المملكة.

أعلنت المملكة في أكتوبر ٢٠٢١ عن مسيرة انتقالها نحو صافي الانبعاثات الصفري بحلول عام ٢٠٦٠^{٣٢}، وذلك ضمن مبادرة السعودية الخضراء. ويشير صافي الانبعاث الصفري إلى الانخفاض المطلق في انبعاثات غازات الاحتباس

١. خفض الاعتماد على الوقود الأحفوري كمصدر للطاقة

تعد أنشطة الغزل والنسيج والحياكة والصباغة والطباعة والتشطيب أنشطة كثيفة الاستهلاك للطاقة، وإنتاج الملابس من ناحية أخرى يعد مستهلكاً منخفضاً نسبياً للطاقة والمياه. وعندما تبدأ الشركات في التحول إلى طاقة الوقود غير الأحفوري لتقليل هذه البصمة، فإنها ستؤدي إلى أنشطة ذات تكلفة عالية. وإذا كان لدى بلد ما شبكة طاقة غير قائمة على الوقود الأحفوري وتعمل بالفعل، فإن هذا يشكل فرصة جيدة للشركات. إن نظام الطاقة المتجددة في المملكة العربية السعودية يجعلها موقعاً جذاباً لمنتجات المنسوجات والملابس للاستثمار لأنها بيئة مواتية محتملة لتصنيع الأخضر.

٢. الإدارة الصحيحة للمخلفات

تعد إدارة النفايات جانب تركيز مهم لاستراتيجية الاستدامة في المملكة العربية السعودية، والبحوث الناشئة ضمن سلسلة قيمة الأزياء تدعم هذه المنهجية. وقد تم التأكيد على أهمية الإدارة الصحيحة للنفايات في كل مرحلة من مراحل الإنتاج في التحليل، وبالتالي في حين أن مستوى الإنتاج الحالي يعد منخفضاً، فإن مرحلة ما بعد الاستخدام للملابس توفر أكبر فرصة للحد من البصمة الكربونية للأزياء داخل المملكة.



إعادة تدوير الملابس لإنتاج ألياف قابلة للاستخدام يمنع إرسال النسيج الزائد إلى مواقع دفن النفايات، مع تقليل كمية الألياف الجديدة التي تحتاج إلى الدخول في سلسلة القيمة^{٣٢}.

كما تقدم هيئة الأزياء أيضاً فعالية تبادل القطع والملابس «سواب شوب» لتشجيع المستهلك المستدام، وذلك في مؤتمر مستقبل الأزياء السنوي لعام ٢٠٢٢.

كما تكتسب إعادة استخدام الملابس شعبية من خلال بعض المنظمات مثل «كسوة» التي تشترك مع مختلف الجمعيات الخيرية^{٣٩}. وتعد «كسوة» منشأة في المملكة العربية السعودية تسهل جمع وتنظيم وإعادة توزيع الملابس المتبرع بها للمحتاجين^{٣٠}. ومن أجل الوصول إلى المستخدمين العاديين وتشجيع التبرعات، تستخدم المنظمة أيضاً تطبيقاً إلكترونياً لجمع تبرعات الملابس من القطاعين العام والخاص.

تقوم «كسوة» أيضاً بإعادة تدوير الملابس التالفة، كما تقوم بفصل الملابس وفقاً لنوع المادة ولونها، ثم تقسمها مرة أخرى إلى ألياف يمكن استخدامها للملابس الجديدة^{٣١}. إن

يُنظر إلى منهجية "الاقتصاد الدائري للكربون" التي تستخدم خطوات "التقليل وإعادة الاستخدام وإعادة التدوير والإزالة" على أنها اتجاه عام في مراحل ما بعد الاستخدام للملابس داخل المملكة العربية السعودية.

وقد لوحظ بالفعل حضور أنشطة إعادة استخدام وإعادة تدوير الملابس في المملكة، وقد أعلن المركز الوطني لإدارة النفايات (موان) في منتصف عام ٢٠٢٢ أنه سيبدأ في إعادة تدوير ملابس الإحرام بعد انتهاء الحجاج منها في كل عام^{٣٨}.

٢.٨ السوق الإقليمية

إن المملكة العربية السعودية هي عضو في مجلس التعاون الخليجي، وهو مجلس اقتصادي إقليمي للتجارة الحرة يهدف إلى تعزيز التنسيق والدمج والربط بين الدول الأعضاء وهي: المملكة العربية السعودية وقطر وعمان والكويت والبحرين والإمارات العربية المتحدة.

يعد الإنفاق في بعض دول مجلس التعاون الخليجي من بين الأعلى على مستوى العالم للفرد الواحد، ففي دبي في دولة الإمارات العربية المتحدة، والتي تُعد عاصمة التسوق في المنطقة^{٣٣}، ارتفع الإنفاق على السلع الفاخرة بفضل ارتفاع أسعار النفط، والنمو الاقتصادي ونمو السوق المحلي. ولتسليط الضوء على الأهمية المتزايدة للإمارات العربية المتحدة فيما يتعلق بالمشتريات

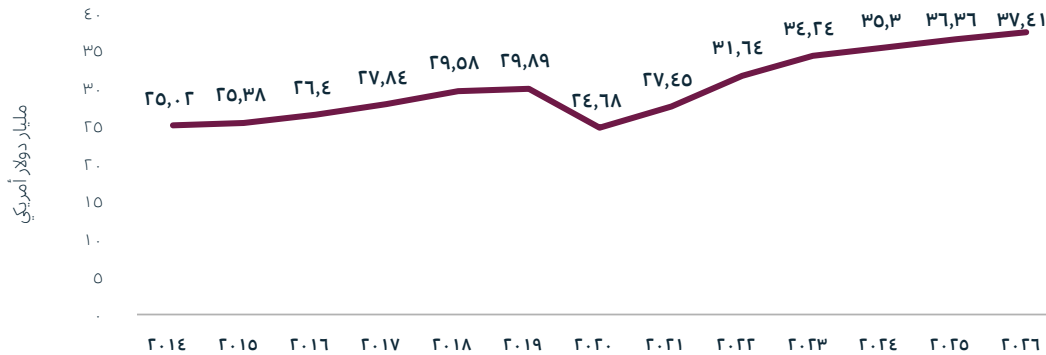
الفاخرة، حيث ارتفعت مبيعات العلامة التجارية ريتشمونت في المنطقة بنسبة ٥٣٪ للسنة المنتهية في ٣١ مارس ٢٠٢٢، مما يجعلها رابع أكبر منطقة في مبيعات مجموعة ريتشمونت، متفوقة على اليابان. ويتعارض نمو الإنفاق على السلع الفاخرة في المنطقة مع الاتجاهات العالمية، وقد وصف بأنه «بصيص أمل» للإيرادات الإجمالية للعلامات التجارية الفاخرة للسنة المالية ٢٠٢٣-٢٠٢٢.

وقد بلغت قيمة مشتريات الأزياء الفاخرة في دول مجلس التعاون الخليجي ٩,٧ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠٢١، مع تحقيق المملكة العربية السعودية نموًا بنسبة ١٩٪. ومن المتوقع أن تقود المملكة النمو الإقليمي لقطاع السلع الفاخرة، والتي يُقدَّر أن تصل قيمته إلى ١١ مليار دولار أمريكي بحلول عام ٢٠٣٠. وتبين أن أهم ميزتين يبحث عنهما المستهلك السعودي للسلع الفاخرة تمثلان بأن تكون

السلع ذات إصدار محدود وأن تكون مدرجة ضمن مجموعات أزياء الشرق الأوسط^{٣٦}.

إن قطاع الأزياء المعاصرة والفاخرة الجاهزة للارتداء في الشرق الأوسط أخذ في النمو، مدفوعًا بالنمو في القوى العاملة النسائية المحترفة^{٣٧}. وتقدر (Fashion Forward Dubai ٢٠١٩) أن الأزياء المصنوعة إقليميًا قد تمثل ما يصل إلى ٣٠٪ من الأزياء الجاهزة للارتداء بحلول عام ٢٠٢٥. ويشير تحليل المستهلكين أيضًا إلى أن المستهلكين في المنطقة يتطلعون إلى الجمع بين الأزياء المحتشمة والعلامات التجارية المحلية لتعكس ثقافتهم بشكل أفضل، علمًا أن الملابس المحتشمة ما تزال محررًا أساسيًا للصناعة الإقليمية^{٣٨}. ويشير تقرير لمنصة Statista (٢٠٢٢) إلى ارتفاع بنسبة ٥٢٪ بين عامي ٢٠٢٠-٢٠٢٦ في إيرادات قطاع الأزياء في المنطقة كما هو موضح أدناه.

الرسم البياني ٢٢: إيرادات الملابس في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٤-٢٠٢٦



المصدر: Statista (٢٠٢٢)

١٤,٦٪ من إجمالي قطاع التجزئة في عام ٢٠٢٠، ونمت إلى ٢٠,٤٪ في عام ٢٠٢١ بسبب قيود فيروس كوفيد. وتسلسل هذه المقارنة الضوء على قدرة التجارة الإلكترونية على زيادة حصتها من السوق بشكل كبير إذ

الإمارات العربية المتحدة. وقد نمت حصة التجارة الإلكترونية من إجمالي قطاع تجارة التجزئة من أقل من ٢٪ إلى ٨٪ في المنطقة. أما في الولايات المتحدة الأمريكية على سبيل المقارنة، فقد شكّل قطاع التجزئة ما نسبته

ويُعد قطاع التجارة الإلكترونية من القطاعات المزدهرة، إذ حقق نموًا بنسبة ٣٢٪ على مستوى منطقة دول مجلس التعاون الخليجي منذ عام ٢٠١٥، إذ تُعد المملكة العربية السعودية السوق الأكبر في هذا السياق، تليها

٢٠٢١، في حين استوردت ما قيمته ١٠,٦ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠٢١ (باستثناء البحرين والكويت اللتين لم تنشرا أية أرقام ذات صلة لعام ٢٠٢١)^{٤٤}. وتشير مراجعة البيانات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي إلى ارتفاع الاعتماد على السلع المستوردة تامة الصنع، حيث أفترت جميع دول مجلس التعاون الخليجي عن وجود عجز تجاري في قطاع الملابس. وتعد دولة الإمارات العربية المتحدة أكبر مصدر للألبسة، حيث بلغت قيمة صادراتها ٣,٢ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠٢١ متفوقة على نظرائها في المنطقة، تليها المملكة العربية السعودية والتي بلغت قيمة صادراتها في العام ذاته ١٣٠,٩ مليون دولار أمريكي (الرسم البياني ٢٤).

وعلى الرغم من تفوق الإمارات العربية المتحدة في سباق الصادرات، تشير البيانات المتعلقة بالواردات (الرسم البياني ٢٤) أن المملكة العربية السعودية هي منافس قوي جدًا في هذه السوق، إذ بلغت واردات الإمارات العربية المتحدة من الألبسة ٤,٩ مليار دولار، في حين بلغت واردات المملكة العربية السعودية ٣,٩ مليار دولار من العام ذاته^{٤٥}.

ومع ذلك، فقد أدى ارتفاع مستويات التضخم وضعف الثقة في القوة الاقتصادية إلى قيام الأسر متوسطة ومنخفضة الدخل بتقليص إنفاقها، حيث أبلغ أكثر من ٥٠٪ من المستهلكين في كل من الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية عن رغبتهم بخفض الإنفاق^{٤٢}.

ووجد الاستطلاع أيضًا أن المستهلكين الأصغر سنًا «حساسون للأسعار ويمتتون بدكاء رقمي عال ويمسؤولية اجتماعية كبيرة» وبالتالي يتطلعون إلى دعم العلامات التجارية التي تتمتع بمستوى معين من المصداقية البيئية والأخلاقية. وقد لوحظ وجود طلب كبير على التعبئة والتغليف المستدامين في كافة جوانب الاستطلاع^{٤٣}.

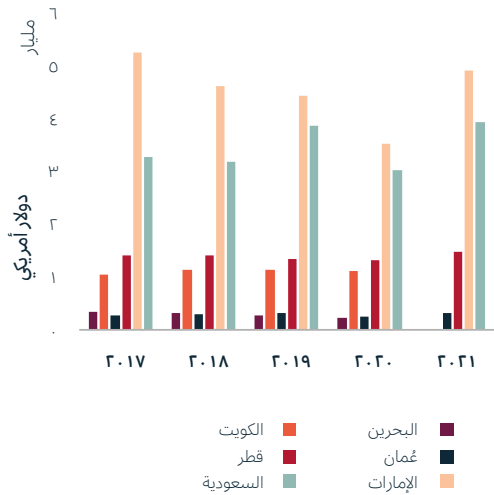
وصدّرت دول مجلس التعاون الخليجي إجمالي ٣,٥ مليار دولار أمريكي في قطاع الألبسة في عام

أنها ما تزال بعيدة كل البعد عن تحقيق إمكاناتها الكاملة. إضافة لذلك، يُمكن الوصول الواسع إلى شبكة الإنترنت في المنطقة تطوير قطاع التجارة الإلكترونية حيث تصل نسبة الوصول إلى شبكة الإنترنت إلى ٩٩٪ في الإمارات العربية المتحدة و٨٩٪ في المملكة العربية السعودية^{٣٩}.

ولحماية حقوق المستهلك، اتفقت الحكومة السعودية ومسؤولون من دول مجلس التعاون الخليجي على الإطار الاستراتيجي الموحد للتجارة الإلكترونية. وتشمل المبادئ التوجيهية الاتفاق على تبادل المعلومات وتعزيز الشفافية وتيسير التجارة الإلكترونية عبر الحدود وتوحيد قواعد حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية.

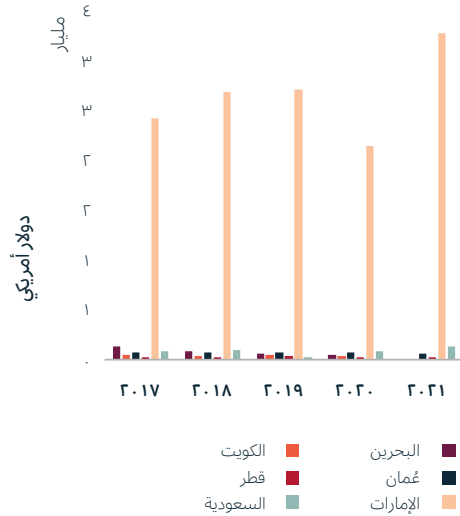
ووجد استطلاع لآراء المستهلكين في الشرق الأوسط أجرته شركة ماكينزي (٢٠٢٢) أنه في الفترة من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٢، ارتفعت نسبة الأفراد الذين شملهم الاستطلاع ممن يتسوقون لشراء المنتجات عبر الإنترنت بنسبة ١٠٠٪، حيث يتلقى ٤٢٪ منهم شحنات من البقالة والإلكترونيات والملابس مرة واحدة على الأقل في الأسبوع.

الرسم البياني ٢٤: واردات دول مجلس التعاون من الألبسة، ٢٠١٧-٢٠٢١



المصدر: رموز (HS): ٦١، ٦٢. | قاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية (٢٠٢٢)

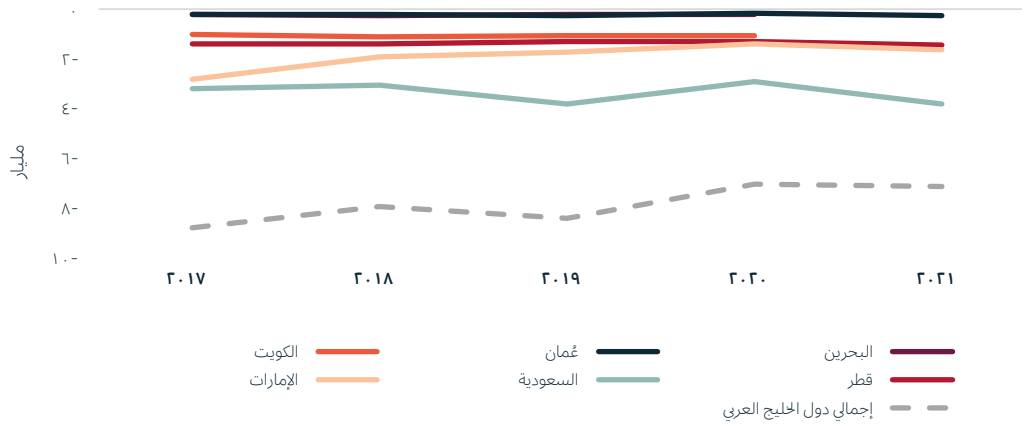
الرسم البياني ٢٣: صادرات دول مجلس التعاون من الألبسة، ٢٠١٧-٢٠٢١



المصدر: رموز (HS): ٦١، ٦٢. | قاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية (٢٠٢٢)

وعليه، تُعد المنطقة مستورداً صافياً للألبسة بعجز تجاري إجمالي يبلغ ٧,١ مليار دولار في عام ٢٠٢١ كما هو موضح في الرسم البياني أدناه.

الرسم البياني ٢٥: الميزان التجاري لقطاع الألبسة في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١

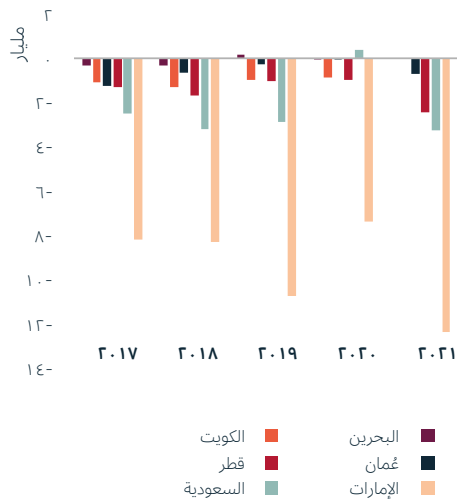


المصدر: رموز (HS): ٦١, ٦٢. | قاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية (٢٠٢٢)

كما هو موضح في الرسم البياني أدناه، نمت صادرات المملكة العربية السعودية من الألبسة بنسبة ٦٠٪ خلال الفترة ٢٠١٧-٢٠٢١، متفوقة على الصادرات المنافسة في المنطقة. كما شهدت دولة الإمارات العربية المتحدة نموًا في صادرات الألبسة (٣٩٪) بالإضافة إلى انخفاض في الواردات بنسبة ٤٪.

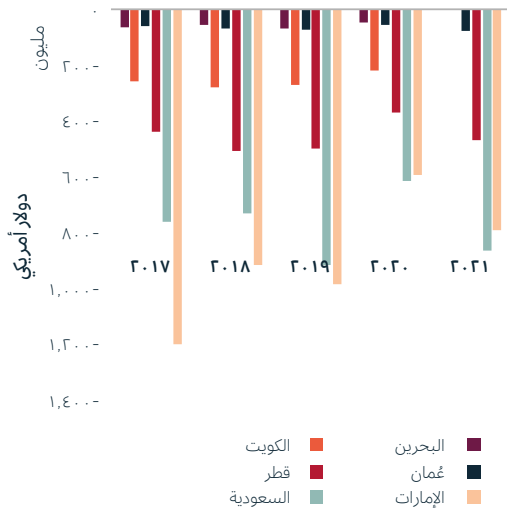
وعلى غرار الألبسة، تعتمد دول مجلس التعاون الخليجي اعتمادًا كبيرًا على الواردات من المجوهرات ومدخلاتها كما هو موضح في الرسم البياني ٢٧. وقد شهدت المملكة العربية السعودية زيادة بنسبة ٩١٪ في الصادرات خلال هذه الفترة، متفوقة على جيرانها الإقليميين مع نمو صادرات قطر بنسبة ٤٩٪ والإمارات العربية المتحدة بنسبة ٣٢٪. إضافة لذلك، نمت واردات المنطقة بنسبة ٣٢٪^{٤٦} خلال هذه الفترة، مما يشير إلى وجود طلب قوي ومستمر على المجوهرات في جميع أنحاء دول مجلس التعاون الخليجي.

الرسم البياني ٢٧: الميزان التجاري للمجوهرات ومدخلاتها في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١



المصدر: رمز (HS): ٧١. | قاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية (٢٠٢٢)

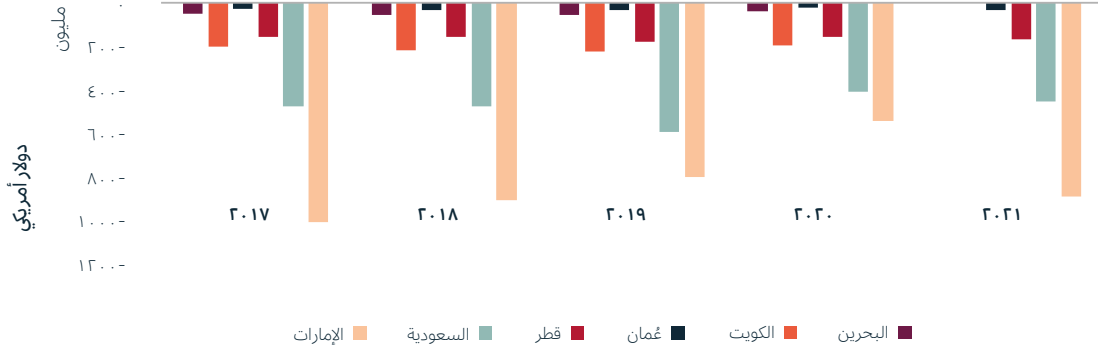
الرسم البياني ٢٦: الميزان التجاري للألبسة في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١



المصدر: رموز (HS): ٦٤. | قاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية (٢٠٢٢)

وفيما يتعلق بحقائب اليد والإكسسوارات الجلدية (الرسم البياني ٢٩)، سجلت كل من المملكة العربية السعودية وقطر والإمارات العربية المتحدة نموًا في الصادرات خلال هذه الفترة، حيث نمت صادرات المملكة العربية السعودية بنسبة ٥٠٪ والإمارات العربية المتحدة بنسبة ٣٣٪ وقطر بنسبة ٢٩٪. وانخفضت واردات المملكة العربية السعودية بنسبة ٤٪ والإمارات بنسبة ٤٧٪. وشهدت جميع الدول عجزًا تجاريًا في حقائب اليد والإكسسوارات الجلدية، حيث تعتمد دول المنطقة اعتمادًا كبيرًا على الواردات لتلبية الطلب في هذا القطاع.

الرسم البياني ٢٨: الميزان التجاري لحقائب اليد والإكسسوارات الجلدية في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١

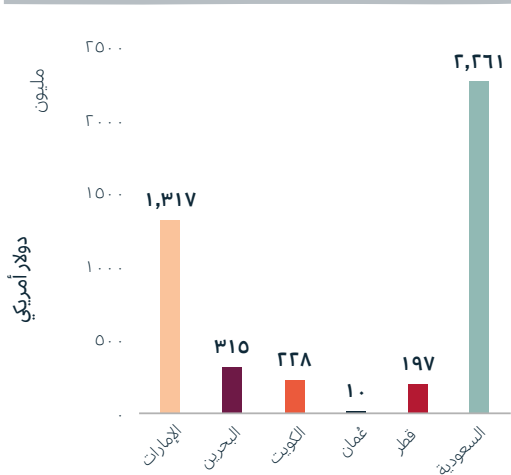


المصدر: رمز (HS): ٤٢. | قاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية (٢٠٢٢)

٢.٨.١ التصميم وتطوير المنتجات وتجميعها

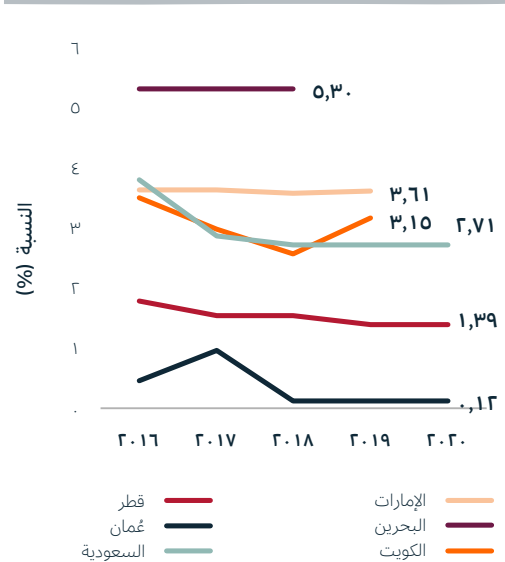
وفقاً للبنك الدولي (٢٠٢٢)، تمتلك البحرين، من بين جميع دول مجلس التعاون الخليجي، أعلى نسبة مساهمة في قطاع الملابس والمنسوجات إلى إجمالي القيمة المضافة للتصنيع في الدولة (٥,٣٪). حيث تعد نسبة مساهمة البحرين أكبر بكثير من النسبة التي تملكها دولة الإمارات العربية المتحدة (٣,٦١٪). ومع ذلك، عند النظر في الكمية الفعلية للقيمة المضافة لتصنيع الألبسة والمنسوجات، تنصدر المملكة العربية السعودية بين دول مجلس التعاون الخليجي؛ إذ تبلغ القيمة المضافة للتصنيع في القطاع في المملكة العربية السعودية ٢,٣ مليار دولار، متقدمة بمليار دولار على الإمارات العربية المتحدة (١,٣ مليار دولار أمريكي)، بينما تحتل البحرين المرتبة الثالثة بفارق كبير عند ٣١٥ مليون دولار أمريكي.

الرسم البياني ٣٠: القيمة المضافة لتصنيع الألبسة والمنسوجات في دول مجلس التعاون الخليجي، بالدولار الأمريكي



المصدر: البنك الدولي (٢٠٢٢)

الرسم البياني ٢٩: القيمة المضافة لتصنيع الألبسة والمنسوجات في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٦-٢٠٢٠



المصدر: البنك الدولي (٢٠٢٢)

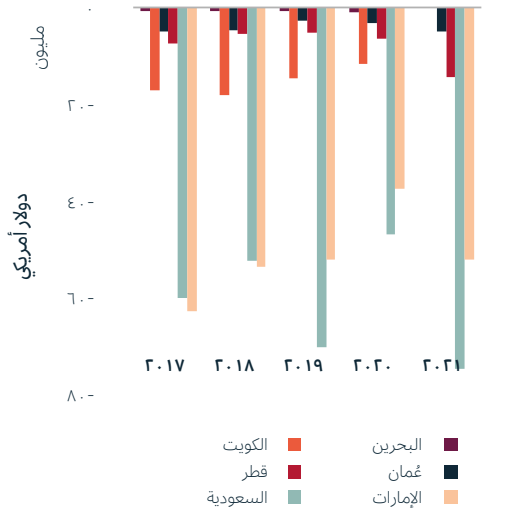
تشير مجلة Vogue Business (٢٠٢٢) إلى أن المصممين في الشرق الأوسط غالباً ما يواجهون تحدي في الوصول إلى رأس مال كافي لتأسيس أعمالهم وتوسعة نطاقها في قطاع الأزياء، ما يفرض قلة الإنتاج. وقد لوحظ أن توريد الشركات المصنعة لإنتاج الألبسة عالية الجودة على نطاق واسع يشكل تحدياً داخل المنطقة.^{٤٨}

تتوفر معلومات محدودة عن مساهمة قطاع الأزياء في التوظيف وتطوير المنتجات والتجميع داخل دول مجلس التعاون الخليجي.

٢.٨.٢ مواد سلسلة القيمة

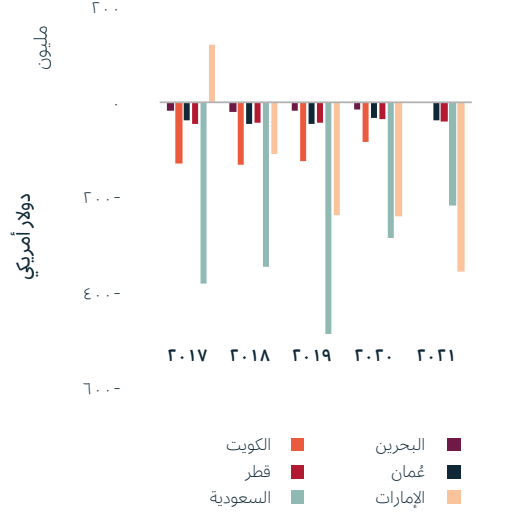
تشير مراجعة البيانات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي من عام ٢٠١٧ إلى عام ٢٠٢١ للمنسوجات المحبوكة، والاصطناعية، والطبيعية إلى الاعتماد الكبير على المنتجات المستوردة والقدرات المحدودة داخل المنطقة على إنتاج المنسوجات المحبوكة والطبيعية. ويبدو أن هناك مستوى معيناً من القدرات على إنتاج المنسوجات الاصطناعية (الرسم البياني ٣١)؛ حيث صدرت الإمارات العربية المتحدة ما قيمته ٨٧٣ مليون دولار أمريكي من هذه المنسوجات في عام ٢٠٢١ وصدرت المملكة العربية السعودية ما قيمته ٢٦٥,٦ مليون دولار أمريكي منها. وانخفضت صادرات الإمارات العربية المتحدة من المنسوجات الاصطناعية بنسبة ٢٨٪ خلال هذه الفترة، في حين ارتفعت صادرات المملكة العربية السعودية بنسبة ١٣٢٪. ولوحظ العكس في سياق الأقمشة المحبوكة (الرسم البياني ٣٢)، حيث تعتمد جميع دول مجلس التعاون الخليجي على كميات كبيرة من الأقمشة المحبوكة المستوردة.

الرسم البياني ٣٢: الميزان التجاري للأقمشة المحبوكة في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١



المصدر: رموز (HS): ٦٠. | قاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية (٢٠٢٢)

الرسم البياني ٣١: الميزان التجاري للمنسوجات الاصطناعية في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١



المصدر: رموز (HS): ٥٤. | قاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية (٢٠٢٢)

٢.٨.٣ المواد الخام

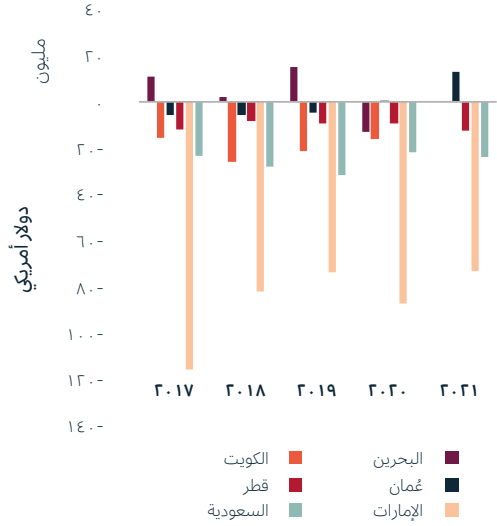
وفيما يتعلق بالمواد الخام المستخدمة في صنع الألبسة، فإن دول مجلس التعاون الخليجي غنية بالنفط؛ حيث مثلت ما يقرب من ثلث الإنتاج العالمي في عام ٢٠٢٠، ما يسلط الضوء على ميزة نسبية محتملة فيما يتعلق بإنتاج المنسوجات الاصطناعية. ومع ذلك، هناك أدلة محدودة على إنتاج القطن، والذي يمثل أحد المواد الأساسية لصناعة الأزياء. وتشير مراجعة الموازين التجارية للقطن في المنطقة إلى الاعتماد الشديد على الواردات، كما هو موضح في الرسم البياني ٣٣.

الرسم البياني ٣٤: الميزان التجاري للجلود الخام الثقيلة والخفيفة والأخرى في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١



المصدر: رمز (HS): ٤١. | قاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية (٢٠٢٢)

الرسم البياني ٣٣: الميزان التجاري للقطن في دول مجلس التعاون الخليجي، ٢٠١٧-٢٠٢١



المصدر: رموز (HS): ٥٢. | قاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية (٢٠٢٢)

يسلط الرسم البياني ٣٥ الضوء على الاختلافات بين دول مجلس التعاون الخليجي من حيث الجلود الخام الثقيلة والخفيفة والأخرى. ويظهر الرسم البياني أدناه أن المملكة العربية السعودية هي الأفضل أداءً في هذه الفئة؛ إذ تملك أكبر فائض تجاري من بين جميع اقتصادات دول مجلس التعاون الخليجي وتعد المساهم المهيمن على صعيد الصادرات الإقليمية.

٢.٨.٤ البيئة الممكنة

اعتُبرت التغيرات التي طرأت على السياسات الاقتصادية في المنطقة عاملاً أساسياً لتمكين نمو قطاع الأزياء. وقد سمحت كل من دبي وأبو ظبي للشركات الأجنبية بتملك عملياتها المحلية ملكية تامة، مما سمح لهذه الشركات بالسيطرة على متاجرها وعملياتها بشكل مباشر والاطلاع على كافة أنشطتها ضمن إطار عملياتها الدولية. وفي حين أن ذلك قد عزز فاعلية التجارة، فقد ربط المنطقة أيضاً على نحو وثيق بسلاسل القيمة العالمية وشبكاتها الإنتاجية العالمية، والتي يهيمن عليها منتجون في الشرق (بنغلاديش والصين والهند)، وأخصائيوون يتمتعون بقدرات إنتاجية متقدمة في أماكن؛ مثل فرنسا، وإيطاليا، والمملكة المتحدة، وتركيا.



بيانات قطاع الأزياء في الدول الرائدة في صناعة الأزياء

٤٣



يستعرض هذا القسم النتائج المستخلصة من مقارنة معيارية للبيانات والمنصات المستخدمة في عدد من الدول الرائدة ضمن سلسلة قيمة قطاع الأزياء. وقد تم تقييم هذه المنصات في ضوء خمسة عوامل رئيسية هي: الهدف والوظيفة، وبيانات القطاع المتبادلة، والأخبار والمعلومات، والأعضاء وأصحاب المصلحة ذوي الصلة، ونموذجهم التجاري. ويهدف هذا التقييم إلى فهم أفضل الممارسات العالمية واستخلاص الدروس والاعتبارات اللازمة لإنشاء مركز بيانات لهيئة الأزياء مستقبلاً في المملكة العربية السعودية.

٣.١ الدول المختارة للمقارنة المعيارية

لذلك التي تتمتع بها المملكة العربية السعودية، مع وجود حضور دولي متزايد في دائرة الأزياء والتصميم. وأخيراً، يأتي الاقتصاد المقارن من الفئة الرابعة والذي يُعد وجهة عالية للباحثين عن الأزياء الفاخرة ومتوسطة التكلفة. وتتملك هذه الفئة عدة علامات تجارية محلية حققت شهرة عالية في السنين الأربعين المنصرمة. كما أن لهذه الدول دور فاعل في الاستدامة، والأبحاث، والتطوير على طول سلسلة القيمة للقطاع.

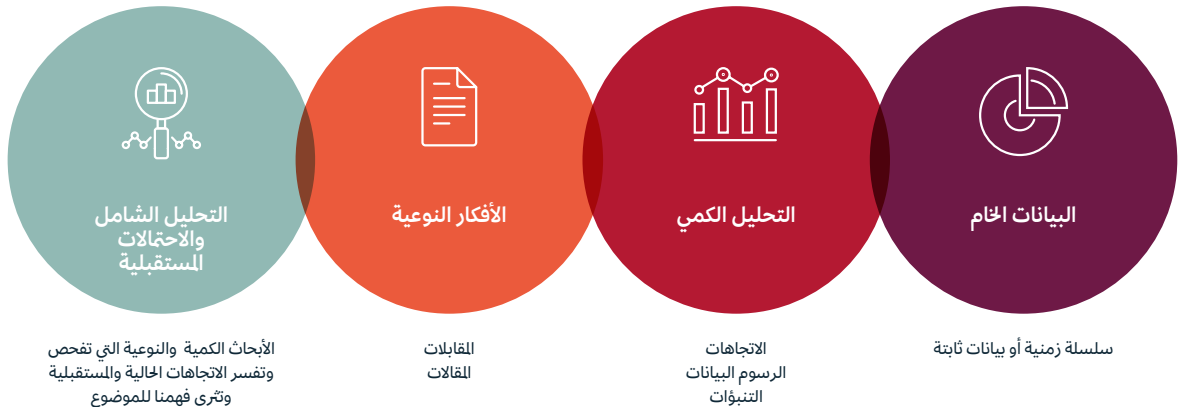
العالي في مجال تصنيع الألبسة، وتتملك نزعة قوية تجاه التصدير، ويستهدف بالأخص أسواق التجزئة متوسطة التكلفة. ويكون قطاع الأزياء في اقتصادات هذه الفئة قد شهد تطوراً سريعاً ومتناسقاً على مدى العقدين الماضيين، مع تركيز متزايد على تطوير العلامات التجارية المحلية. أما الدول المقارنة من الفئة الثالثة، فقد أُختيرت بصفتها وجهة إقليمية للأزياء؛ حيث تملك الاقتصادات في هذه الفئة سمات ديموغرافية وأخرى تتعلق بالدخل مشابهة

تم اختيار الدول الرائدة في قطاع الأزياء كإقتصادات للمقارنة بناءً على مكانتها الفذة ضمن صناعة الأزياء العالمية وصنفت إلى أربع فئات: الدول المقارنة من الفئة الأولى هي دول رائدة في مجال الأزياء الفاخرة، وتتمتع بقدرات تقنية عالية في صناعة الأقمشة وقدرات حرفية وتصميمية عالية، كما تملك قطاعاً استثنائياً للتعليم العالي يدعم سلسلة القيمة. الدول المقارنة من الفئة الثانية تمثل اقتصادات رائدة على الصعيد الإقليمي وفعالة على الصعيد

٣.٢ تحليل البيانات وأنواعها

كما هو موضح في الرسم البياني ٣٥، توجد أربع فئات من تحليل البيانات: البيانات الخام كالسلاسل الزمنية والبيانات الثابتة، التحليل الكمي كالاتجاهات والرسم البيانية والتنبؤات، التحليل النوعي كاللقاءات والمقالات، التحليل الشامل والتوقعات المستقبلية؛ وهي الأبحاث الكمية والنوعية والتي تفحص وتفسر الاتجاهات الحالية والمستقبلية.

الرسم البياني ٣٥: فئات المرئيات



ومن خلال مراجعة المنصات في ضوء الركائز الاستراتيجية السبع للهيئة، تبين أن هناك تحيزاً قوياً نحو السرد ورواية القصص والأحداث. وعند مراجعة أنواع الأفكار المقدمة، تبين أنه لا تستند أي منصة على البيانات الخام أو التحليل الكمي وحده؛ إذ تتمتع المنصات الـ ١٣ بتحيز قوي للمرئيات النوعية والتقارير الشاملة عن الأحداث.

٣.٣ مخزون البيانات المتوفرة

يوضح الجدول أدناه نقاط البيانات المشتركة بين المنصات المشمولة بالمقارنة المعيارية.

الجدول ٢: مخزون البيانات المعياري للدولة

البيانات المتوفرة	الفئة
<ul style="list-style-type: none"> المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي البيانات التجارية – الصادرات والواردات والميزان التجاري المبيعات – الألبسة والأحذية والإكسسوارات وحقائب اليد القيمة المضافة للتصنيع التوظيف التعليم – عدد الخريجين حسب الشهادة مقارنة قطاع الأزياء بالقطاعات الأخرى [صناعة المركبات، الخدمات، البترول، الزراعة وغيرها] المواقع الجغرافية لشركات الأزياء الأسواق الأساسية - التجزئة الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع الأزياء الأخبار المختصة بمجال الاستثمار الوجود الإعلامي للأزياء السعودية أثر الفعاليات كمؤتمر مستقبل الأزياء التعليم – المؤسسات والمواقع والدورات المقدّمة الحوافز وبرامج المنح الدعم الممثل بوجود حاضنات للأعمال كتيبات تصنيف الأزياء وإرشادات الغسيل والكتيبات الفنية تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات للقطاع 	١. بيانات القطاع
<ul style="list-style-type: none"> كتيّب يستعرض مجموعات العلامات التجارية والمصممين الصاعدين الفعاليات المقبلة دليل أصحاب المصلحة – بالترتيب الأبجدي، حسب فئة سلسلة القيمة، مع روابط للموقع الإلكتروني طلبيات التوظيف في القطاع – المعلمون، المصورون، عارضو الأزياء، المصممون، صناع الأنماط، فنيو الأقمشة، المتدربون دعم الاستثمار – السياسات ومعلومات الاتصال 	٢. الأنشطة الترويجية للقطاع

٣.٤ النموذج التجاري لمنصات بيانات قطاع الأزياء

تم دراستها كانت متنوعة، فقد لوحظ أن النموذج الأكثر تطبيقاً يتمثل باستخدام رسوم العضوية.

معلومات التحليل الشامل والتوقعات المستقبلية، إلى جانب خدمات التسويق والفعاليات، كانت متاحة حصراً عبر الاشتراك بالمنصة. ومع أن النماذج التجارية للمنصات التي

يختلف النموذج التجاري وصلاحيات الوصول لبيانات السوق حسب كل منصة، فمثلاً تتوفر معظم معلومات التحليل الكمي والنوعي لمستخدمي هذه المنصات مجاناً. أما بخصوص



٣.٥ الاعتبارات الرئيسية لإنشاء منصة لبيانات الأزياء في المملكة مستقبلاً

نظام العضوية حسب حجم الشركة. رابعاً، يعد تصميم المنصة وآلية عملها من الاعتبارات ذات الأهمية، فقد أدت جوانب مثل عدم وجود روابط إلكترونية فعالة أو الاستغناء عن جماليات التصميم المختلفة في المنصات، إلى تقليل فعاليتها ومستوى جودة تجربة المستخدم بشكل عام.

أخيراً، من الواضح أن الركائز الاستراتيجية السبع للهيئة تشكل إطاراً قيماً يمكن أن يستند إليه في تصميم منصة لبيانات الأزياء في المملكة؛ حيث تستند المنصات الأخرى التي تم دراستها إلى وجود إطار موضوعي قوي في تصميمها.

ثانياً، لوحظ لدى أبرز المنصات دمج في عدد من المزايا المختلفة للمستخدمين، خاصة فيما يتعلق بالوصول إلى الفعاليات والورش وتصاريح الوصول الحصرية إلى أسابيع الموضة العالية. بالإضافة إلى تقديم البيانات المتاحة كجزء من تقديم قيمة إضافية أكبر إلى «مجتمع» أزياء فعال.

ثالثاً، كان النموذج التجاري المطبق في كثير من المنصات نموذجاً «هجيناً»؛ حيث يتم إتاحة معلومات مثل الأخبار وإحصاءات السوق دون عضوية، وإتاحة مزايا أخرى كالتحليل الشامل (التقارير والتوقعات) بعضوية مدفوعة. وقد اختلف النموذج التجاري من منصة إلى أخرى ولكن الخيار الأكثر شعبية هو

وضحت المقارنة المعيارية عدد من الاعتبارات الرئيسية التي يلزم دراستها عند إعداد أي خطط مستقبلية لإنشاء منصة لبيانات الأزياء في المملكة:

أولاً، لا يوجد منصة متكاملة وذات مزايا تنافسية تقدم بيانات عن كامل سلسلة قيمة قطاع الأزياء في المملكة. ورغم وجود منصات تعمل بمثابة بوابات إلى الشرق الأوسط، فإن البيانات التي يتم مشاركتها من خلالها تعتبر محدودة نسبياً وترتكز معظمها على عرض الأنشطة الترويجية والفعاليات.

٤.
الفرص الرئيسية
لسلسلة قيمة
قطاع الأزياء في المملكة



صرح جيلدو زينيا، الرئيس التنفيذي لمجموعة زينيا الإيطالية للأزياء الفاخرة مؤخراً أن "هونغ كونغ الجديدة هي دبي، تليها المملكة العربية السعودية".

وبيما كان يشير على وجه التحديد إلى السلع الفاخرة، فمن الواضح أن حجم سوق المملكة وموقعها الجغرافي الاستراتيجي وأهميتها الثقافية الكبيرة على مستوى العالم يمهد الطريق أمامها كي تغدو مركزاً استثنائياً للأزياء. لكن السؤال الذي يطرح نفسه يمثل بمدى قابلية المملكة العربية السعودية لتطوير سلسلة القيمة الخاصة بها في مجال الأزياء استجابة لهذه الفرصة.

١

الارتقاء بالمملكة العربية السعودية لتصبح الوجهة الرائدة لبيع الأزياء بالتجزئة في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي، وتشجيع المواطنين السعوديون على التوجه نحو المزيد من الاستهلاك المحلي، فضلاً عن الاستحواذ على حصة أكبر من الاستهلاك السياحي في المنطقة.

٢

تطوير العلامات التجارية المحلية التي تجسد السمات الثقافية الفريدة للمملكة ومكانتها الثقافية الدولية الرائدة.

٣

بناء منظومة متكاملة قائمة على التصميم لتطوير المنتجات المتقدمة، والتصنيع وإتاحة المواد والفرص المتعلقة بسلسلة القيمة واللازمة لتسريع الإنتاج، وتعزيز فاعليته في المملكة وعالمياً.

٤

توطين الإنتاج على نطاق واسع لفئات محددة من المنتجات التي تقدم وفرة كبيرة عند إنتاجها بنطاق واسع و/أو التي تتفرد بها المملكة العربية السعودية، (على سبيل المثال خامات أقمشة السجّل جيرسي والأثواب).

٥

ترسيخ مكانة المملكة كمنتج رائد للأزياء الصديقة للبيئة في العالم، لا سيما من خلال التدوير، وتصميم الأنسجة المستدامة والاصطناعية، وتصنيع الغزل والأقمشة، وبالتالي سد الفجوة بين الميزة النسبية للمملكة في إنتاج الخام القائمة على المواد المشتقة من النفط مثل البولي أميد ومنظومة إنتاج الأزياء.



.٥

توضيح بخصوص المنهجية المستخدمة في إعداد هذا التقرير

وشملت المصادر التي تمت مراجعتها من وزارة التعليم السعودية، ووزارة الاستثمار، السعودية ووزارة التجارة السعودية، وقاعدة بيانات الأمم المتحدة الإحصائية لتجارة السلع الأساسية، والبنك المركزي السعودي، والهيئة العامة للإحصاء، إلى جانب أخبار الاستثمار، ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو)، ووحدة الاستخبارات الاقتصادية، وصندوق النقد الدولي والبنك الدولي.

استخلصت ثلاثة من نقاط البيانات الرئيسية المذكورة من تحليل الأثر الشامل الذي أجرته هيئة الأزياء. الجدول أدناه يشمل وصف للمنهجية المطبقة على هذه النقاط.

الصناعة المحلية حتى الآن وإبراز فرص النمو والتخفيف^{٥١}.

وفي الفترة من أغسطس إلى أكتوبر ٢٠٢٢، تم إجراء بحث مكتبي للبيانات التجارية وغيرها من البيانات المتاحة للعامة لتحديد مدى توفر بيانات عن قطاع الأزياء في المملكة العربية السعودية ومستوى جودتها. وقد تم جرد البيانات التي تم جمعها لإدراجها في تقرير حالة قطاع الأزياء في المملكة ومنصة بيانات الأزياء عبر الإنترنت وسيتم استخدامها في آلية مشاركة أصحاب المصلحة.

وقد لوحظت ثغرات تتعلق بجمع البيانات وستناقش أثناء عمليات المتابعة مع أصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص.

يعتمد هذا التقرير على منهجية بحث متنوعة تشمل جمع مصادر البيانات الكمية والنوعية وتحليلها ودمجها لاستخلاص فهم شامل للتوجهات الرئيسية لقطاع الأزياء في المملكة العربية السعودية.

ويعتبر هذا النهج أنسب أشكال البحث؛ لأنه يجمع بين نقاط القوة في جميع أنواع البحث لتقديم تفسير متكامل للنتائج فيما يتعلق بحالة القطاع. ودمج المرنّيات النوعية لإتمام التحليلات الكمية للاتجاهات الرئيسية فيما يتعلق بأداء الصناعة والسوق، يهدف البحث إلى تسليط الضوء على مواضيع تتعلق بأداء

الجدول ٣: مصادر بيانات تحليل الأثر

#	البيانات/المدخل	المصادر
١	المساهمة الاقتصادية (نسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي)	تحليل للأثر الاقتصادي يستقي بياناته من المصادر التالية: • وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية للبيانات المتعلقة بالتوظيف • الهيئة العامة للإحصاء للبيانات الاقتصادية • المعلومات العامة ومصادر الأطراف الثالثة لتقدير مستوى إنتاجية القوى العاملة في قطاع الأزياء والمساهمة غير المباشرة للأنشطة الاقتصادية للقطاع في الناتج المحلي الإجمالي • تحليل سبعة دول مقارنة لتحسين التقديرات المتعلقة بالإنتاجية
٢	بيانات التوظيف (٢٣٠ ألف وظيفة، منها نسبة مئوية مسعودة)	وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية
٣	بيانات التعليم (أعداد الطلاب)	بيانات وزارة التعليم حول الدورات الخاصة بمجال الأزياء (وفقاً لتعريف الوزارة)

إن فهم ما تحتاجه هذه الشركات الرائدة لتحقيق استراتيجية نموها أمر بالغ الأهمية لفهم كيف يمكن للشركات الأخرى في سلسلة القيمة تحقيق النمو أيضاً، وكيف يمكن للمؤسسات الداعمة، بما في ذلك الحكومة، أن تسهل النمو على أفضل وجه. وحيثما تم تحديد ثغرات في البيانات المتاحة، تمت الإشارة إليها ضمن التقرير.

معقدة. ويدعو إطار سلاسل القيمة العالمية إلى نظرة شاملة للنشاط الاقتصادي حيث لا توجد شركة تعمل بمعزل عن قطاعها، ولا تعمل القطاعات بمعزل عن التكنولوجيا العالمية، أو الديناميات القياسية، أو المنافسة الدولية، أو عوامل الاقتصاد الكلي. ويتيح لنا تحليل سلاسل القيمة العالمية فهم العلاقات بين الشركات في قطاع معين، وتحديد الشركات الرائدة التي تضع المعايير، وتحكم سلسلة القيمة.

تم تطبيق تحليل سلسلة القيمة العالمية (GVC) لفهم مجموعة الأنشطة ذات القيمة المضافة داخل سلسلة قيمة الأزياء في المملكة العربية السعودية بشكل كامل. يركز نهج سلاسل القيمة العالمية على كل عنصر من العناصر المرتبطة بتحويل منتجات الأزياء من تصميم أولية إلى منتجات سوقية، وبالتالي حساب كل خطوة من خطوات إضافة القيمة وتحديد الخطوات داخل ديناميكيات عالمية



المراجع



- ¹ Kingdom of Saudi Arabia. Vision 2030. Available for download: <https://www.vision2030.gov.sa/v2030/overview/>
- ² Kingdom of Saudi Arabia Ministry of Human Resources and Social Development (2022) and Kingdom of Saudi Arabia General Authority of Statistics (2022)
- ³ Kingdom of Saudi Arabia Ministry of Human Resources and Social Development (2022)
- ⁴ Kingdom of Saudi Arabia Ministry of Human Resources and Social Development (2022)
- ⁵ Statista (2021)
- ⁶ Statista (2021)
- ⁷ Kingdom of Saudi Arabia General Authority of Statistics (2022) Internal Trade Q2. Available: <https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/ITR%20Q22022E.xlsx>
- ⁸ Kingdom of Saudi Arabia General Authority of Statistics (2022) Quarterly GDP by Institutional Sectors 2010-2022. Q2. Available: <https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/Quarterly%20GDP%20by%20Institutional%20Sectors%202010-2022EN.xlsx>
- ⁹ Kingdom of Saudi Arabia Ministry of Human Resources and Social Development, 2022
- ¹⁰ Kingdom of Saudi Arabia Ministry of Human Resources and Social Development (2022)
- ¹¹ Statista (2021)
- ¹² Economist Intelligence Unit (2022)
- ¹³ UN Comtrade (2022) Data Download facility. Available: <https://comtrade.un.org/data>
- ¹⁴ GASTAT (2018)
- ¹⁵ Kingdom of Saudi Arabia Central Bank (2022)
- ¹⁶ UN Comtrade (2022)
- ¹⁷ Kingdom of Saudi Arabia Ministry of Investment (2022)
- ¹⁸ World Bank (2019) Ease of doing business report. Available: https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf
- ¹⁹ National News (2022) Macron to meet Saudi Crown Prince in Paris as kingdom seeks to diversify its economy. Available: <https://www.thenationalnews.com/mena/2022/07/28/macron-to-meet-saudi-crown-prince-in-paris-as-kingdom-seeks-to-diversify-its-economy/>
- ²⁰ Saudi Green Initiative, (2021) His Royal Highness the Crown Prince announces the Kingdom of Saudi Arabia's aims to achieve net zero emissions by 2060. Available: https://www.saudigreeninitiative.org/pr/SGI_Forum_Press_Release-EN.pdf
- ²¹ World Bank. (2022). What You Need to Know About Net Zero. Available: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2022/05/23/what-you-need-to-know-about-net-zero>
- ²² Saudi Green Initiative, (2021) His Royal Highness the Crown Prince announces the Kingdom of Saudi Arabia's aims to achieve net zero emissions by 2060. Available: https://www.saudigreeninitiative.org/pr/SGI_Forum_Press_Release-EN.pdf
- ²³ Ibid.
- ²⁴ CCE Guide. (2020) Guide to the Circular Carbon Economy. Available : <https://www.cceguide.org/guide/>.
- ²⁵ Ellen MacArthur Foundation .(2017) A new textiles economy: Redesigning fashion's future. Available: <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>
- ²⁶ Palacios-Mateo, C., van der Meer, Y. and Seide, G., 2021. Analysis of the polyester clothing value chain to identify key intervention points for sustainability. Environmental Sciences Europe, 33(2).
- ²⁷ Palacios-Mateo, C., van der Meer, Y. and Seide, G., 2021. Analysis of the polyester clothing value chain to identify key intervention points for sustainability. Environmental Sciences Europe, 33(2).
- ²⁸ Indonesia Window (2022) Saudi Arabia launches program on Hajj Ihram Cloth Recycling. Available: <https://indonesiawindow.com/en/saudi-arabia-launches-program-on-hajj-ihram-cloth-recycling/>

²⁹ S, S.K. (2021). Saudi charitable organizations endorse Vision 2030 sustainability goals through recycled clothing. The Global Economics. Available at: <https://www.theglobaleconomics.com/2021/10/11/saudi-charitable-organizations>

³⁰ Ibid

³¹ Hameed, N.(2021). Saudi charities Create Sustainable Friendly Fashion. Arab News. Available: <https://www.arabnews.com/node/1945376/saudi-arabia>

³² Ibid.

³³ Chalhoub Group (2022) GCC Personal Luxury in : a story of early recovery and growth. Market Report.

³⁴ Ibid.

³⁵ Ibid.

³⁶ Ibid.

³⁷ Vogue Business (2019). The Middle East embraces ready-to-wear. Available: <https://www.voguebusiness.com/fashion/middle-east-ready-to-wear-arab-fashion-kage-mrs-keepa>

³⁸ Who What Wear (2021). The Complete Guide to Modest Fashion, from a Modest dresser. Available: <https://www.whowhatwear.com/modest-fashion>

³⁹ McKinsey, (2019) A closer look at the fashion industry in gulf Cooperation council markets. Available: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/a-closer-look-at-the-fashion-industry-in-gulf-cooperation-council-markets>

⁴⁰ PWC (2020) How GCC e-commerce can lay the foundations for sustainable growth. Available: How GCC e-commerce can lay the foundations for sustainable growth | Strategy& Middle East (pwc.com).

⁴¹ National News (2022). Gulf shoppers trim spending and turn to online retailers to save cash. Available: <https://www.thenationalnews.com/uae/2022/09/07/gulf-shoppers-trim-spending-and-turn-to-online-retailers-to-save-cash/>

⁴² Ibid.

⁴³ Ibid.

⁴⁴ UN Comtrade (2022) Data Download facility. Available: <https://comtrade.un.org/data>

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Vogue Arabia (2022) How modest fashion is evolving and being embraced by women all around the world. Available: <https://en.vogue.me/fashion/modest-fashion-global-importance-evolution-dulce-by-safiya-chador/#:~:text=Nonetheless%2C%20modest%20fashion%20is%20projected,propel%20modesty%20to%20the%20mainstream>

⁴⁹ UN Comtrade (2022) Data Download facility. Available: <https://comtrade.un.org/data>

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Kaplinksy, R. and Morris, M (2006) The Structure of supply chains and their implications for export supply. African Economic Research Consortium.

هيئة الأزياء
Fashion Commission

