



بازار پوشاک آب‌رفت

شبکه توزیع پوشاک از بیماری رنج می‌برد و مصرف‌کننده از این وضعیت آسیب می‌بیند، چرا که سبید مصرفی خانوار کوچک شده و امکان خرید مانند گذشته را ندارد، بنابراین افراد میزان یا دفعات خرید خود را کم کرده‌اند. به گزارش نبض صنعت، عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران وضعیت شبکه توزیع، تأمین مالی، موانع صادرات و تأمین انرژی را از مهم‌ترین چالش‌های صنعت پوشاک در سال جاری عنوان کرد و گفت: هر روز شاهد شکل‌های مختلف و جدید قاجاق هستیم و قاجاق سهم قابل توجهی از این کیک کوچک شده را گرفته است. در این میان چشم‌اندازی هم برای مبارزه با قاجاق وجود ندارد.

وی بیان اینکه بزرگ‌ترین گلوگاه رشد صنعت پوشاک شبکه توزیع است، اظهار کرد: شبکه توزیع پوشاک از بیماری رنج می‌برد و مصرف‌کننده از این وضعیت آسیب می‌بیند، چرا که سبد مصرفی خانوار کوچک‌تر شده و امکان خرید مانند گذشته را ندارند، بنابراین افراد میزان یا دفعات خرید خود را کم کرده‌اند.

افتخاری برخی از راه‌های فروش قاجاق را قاجاق کالای استوک، کیلویی، بنگلاداشی و فروش‌های اینترنتی عنوان کرد و گفت: به نظر می‌رسد قاجاقی در امنیت است و بخش قابل توجهی از بازار را گرفته و با توجه به افزایش هزینه‌های تولید و کاهش سهم تولیدکنندگان ممکن است آینده تولید پوشاک دیگر صرفه اقتصادی نداشته باشد. در حال حاضر هم سوددهی تولید در کشور پایین‌تر از سود روز شمار بانک است.

عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران با اشاره به فعالیت بانک‌هایی که نام آنها در اقتصاد بانک نیست، تصریح کرد: کار این بانک‌ها این است که مثل جابزورقی سرمایه‌سطل جامعه را جمع و با آن سرمایه‌گذاری و ساخت و ساز می‌کنند. در اصل این بانک‌ها، بنگاه‌هایی هستند که اجازه تأمین مالی از مردم دارند. این بنگاه‌ها کل حجم نقدینگی را جذب و تورم ایجاد می‌کنند و وضعیت را به سمتی می‌برند که تولید صرفه اقتصادی نداشته باشد.

وی با بیان اینکه هیچ کارگری با رقمی که امسال برای دستمزد اعلام شده است حاضر به کار نیست، گفت: واحدهای صنعتی مجبورند مبالغ بالتری پرداخت کنند. علاوه بر این، افزایش اجاره‌ها و نرخ ارز هم باعث افزایش هزینه‌های تولید شده است. این وضعیت در کنار کاهش قدرت خرید مردم به تولیدکننده فشار می‌آورد. در این شرایط برای تعادل بازار با قاجاق افزایش پیدا می‌کند یا کیفیت کاهش داخلی کاهش می‌یابد. افتخاری با بیان اینکه عده‌ای می‌گویند در این شرایط به جای بازار داخل بر صادرات تمرکز کنید، تصریح کرد: این در حالی است که مکانیسم مناسبی برای صادرات وجود ندارد و حتی امکان باز کردن آل‌سی که اساس و پایه تجارت است نیز وجود ندارد و بعد هم مشکلات انتقال پول وجود دارد. مجموع این شرایط نگرانی‌هایی برای مهاجرت کارآفرینان و سرمایه‌گذاران ایجاد می‌کند. همانطور که در حال حاضر هم شاهد سرمایه‌گذاری و مهاجرت فعالان اقتصادی به ترکیه و دیگر کشورهای همسایه هستیم.

عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران قطعی برق و گاز و فصل تابستان و زمستان، تأمین مواد اولیه و نوسانات نرخ ارز را نیز از دیگر چالش‌های صنایع عنوان کرد و گفت: گارت اعتباری هر روش مناسبی نیست و محقق نشد، چرا که بانک پیشنهاد داد ۲۰ درصد سود بردارد و پول را نیز دو ماه بکشد که کند که برای تولیدکننده صرفه نداشته.

■ غفلت از صنعت پوشاک به رغم اشتغال بازار آوری بالا

بی‌تردید واردات پوشاک قاجاق به کشور ضربه سنگینی به صنعت پوشاک و تولید داخل وارد می‌کند و موجب نابودی و تعطیلی بسیاری از فرصت‌های شغلی می‌شود، این در حالی است که طی سال‌های اخیر با حمایت صندوق کارآفرینی امید از کارگاه‌های تولید پوشاک در کشور بیش از ۸ هزار فرصت شغلی به وجود آمده است.

امروزه صنعت پوشاک و نساجی از جمله بخش‌های عمده صنعت به شمار می‌رود که در اشتغال و درآمدزایی برای خانوارها به ویژه زنان نقش بسزایی دارد و در بحث صادرات نیز موجب ارزآوری برای کشور می‌شود.

صنعت پوشاک در تمام دنیا حائز اهمیت است و یکی از عوامل توسعه اقتصاد کشورهایی همچون بنگلادش، هند و پاکستان به شمار می‌رود. ترکیه در همسایگی ما یکی از کشورهای پیشخان در حوزه پوشاک است که یک سوم مشاغل فعال در این کشور را به خود اختصاص داده و ۲ میلیون نفر در آن مشغول به کار هستند.

طی سال‌های اخیر صندوق کارآفرینی امید با حمایت از کارگاه‌های تولید پوشاک و ایلسه بیش از ۸ هزار فرصت شغلی به وجود آورده است تا مناطق روستایی و شهری در رشد این صنعت سهیم شوند. این صندوق آمادگی دارد با همکاری صنوف و وزارت صمت زنجیره تأمین مالی پوشاک را در کشور راه‌اندازی کند.

مدیرعامل صندوق کارآفرینی امید در این باره می‌گوید: صنعت پوشاک در اقتصاد جهان سهم ۲/۵ درصدی دارد که این سهم در کشور ما و در تولید ناخالص داخلی برابر ۰/۴ درصد تا ۱/۲۵ درصد است.

وی ضمن اشاره به سهم صنعت پوشاک در سبد خانوارهای ایرانی می‌افزاید: طبق محاسبات، سهم پوشاک در خانوار شهری ۳ درصد و در خانوارهای روستایی ۵ درصد است.

رضایی با بیان اینکه در سال‌های اخیر هزینه‌ها در خانوار روستایی افزایش یافته است، می‌گوید: با نگاه به مدیریت واحدهای تولیدی در بخش پوشاک می‌بینیم که ۸۰ درصد این واحدها به صورت سنتی و ۲۰ درصد به صورت صنعتی تولید می‌شوند.

■ ۹۰ درصد شاغلان پوشاک از زنان هستند

برابر آمارها بیش از ۹۰ درصد شاغلان صنعت پوشاک از زنان تشکیل می‌دهند. از این رو می‌توان از این ظرفیت در تمام نقاط کشور به ویژه مناطق محروم و کم‌برخوردار که نرخ بیکاری بالایی دارند، استفاده کرد تا علاوه بر اشتغالزایی و کاهش نرخ بیکاری، بستر توسعه صادرات و ارزآوری برای کشور فراهم و از این طریق به توسعه اقتصاد خانوارها کمک شود.

بر اساس گزارش‌ها، هر یک میلیارد دلار واردات قاجاق به کشور موجب نابودی و تعطیل شدن بیش از ۱۰۰ هزار فرصت شغلی می‌شود و میزان واردات سالانه پوشاک قاجاق بیش از ۲ میلیارد دلار برآورد می‌شود، در حالی که اگر نیاز پوشاک کشور از طریق تولید داخل تأمین شود علاوه بر ۵۰۰ هزار نفری که کم‌برخوردار که نرخ بیکاری بالایی دارند، استفاده نیز در صنعت پوشاک مشغول به کار می‌شوند. به گفته مدیرعامل صندوق کارآفرینی امید به رغم اشتغالزایی بودن حوزه پوشاک، هم‌اکنون کمترین سرانه تولید و سرانه ایجاد اشتغال را در بخش‌های صنعتی در صنعت پوشاک داریم که لازم است به طور ویژه به آن توجه شود.



خرقه دروغین واردکنندگان پوشاک!

پوشاک ایرانی روی دست تولیدکنندگان مانده است، اما از جلوی هر فروشگاه‌ی که رد می‌شویم، فروشنندگان در حال اتوزدن لباس‌های مجاله قاجاق هستند این لباس‌ها که با قیمت ارزان‌تر از پوشاک ایرانی در سراسر ایران توزیع می‌شوند، بیش از گذشته بازار پوشاک ایرانی را با رکود و کساد روی‌رو کرده است. حالا واردکنندگان پوشاک با ارائه آمار دروغ قاجاق ۷۰ درصدی پوشاک، به دولت پیشنهاد آزادسازی واردات پوشاک و استفاده از عوارض گمرکی آن را می‌دهند. در حالی که آنها منفعت خود را می‌خواهند و به فکر افزایش درآمد دولت نیستند، زیرا در همین ادعا با آنکه تولید داخل ۸۰ درصد نیاز بازار را تأمین می‌کند، به غلط و دروغ آن را فقط ۳۰ درصد نیاز بازار معرفی می‌کنند.



منابع ارزی دولت از نیمه سال ۹۷ هم‌زمان با شعار سال «حمایت از کالای ایرانی» واردات پوشاک ممنوع شد. این تصمیم دولت به منظور حمایت از کالای ایرانی و کاهش خروج ارز از کشور اتخاذ شد، اما هم‌زمان آن تحریم‌های شدید آمریکا موجب شد تأمین مواد اولیه تولید اعم از پارچه، نخ، دکمه، لایی پارچه و حتی زیپ با مشکلاتی روی‌رو شود، به طوری که خیاطان و تولیدی‌های لباس در آن زمان با کمبود لایی پارچه مواجه شدند. براساس آمار منتشره ۹۰ درصد کمه‌های مصرفی در این صنعت از محل واردات تأمین می‌شد که در مقطعی واردات آن با چالش همراه بود، اما به تدریج تولیدکنندگان توانستند با استفاده از فضای ممنوعیت واردات پوشاک در مدت کوتاهی خود را با بازار وفق دهند و مشکلات تأمین مواد اولیه نیز مرتفع شد.

طراحی و مد، پایین بودن بهره‌وری، وجود تعرفه‌های ترجیحی در بازارهای صادراتی ایران رقیبا و ظرفیت پایین شرکت‌های تولیدی و کوچک بودن آنها از جمله دلایلی بوده که برخی مشکلات عمده پیش روی صادرات پوشاک ایران شده است. از همه مهم‌تر منافع واردکنندگان پوشاک که متأسفانه در این سال‌ها به منافع تولیدکنندگان داخلی غلبه کرده است. ■ مقایسه صنعت ایران و ترکیه

صنعت نساجی ایران و همتای ترکی آن تا همین چند دهه پیش وضعیتی تقریباً مشابه یکدیگر داشتند. حتی در دوره‌هایی صنعت نساجی ایران بسیار جلوتر از رقیب خود در کشور همسایه بود، با این حال وضعیت اقتصادی ایران و ترکیه طی ۳۰ سال اخیر و سیر تحول صنعت نساجی و پوشاک این دو کشور طی این مدت شب‌سب تا ترکیه از ایران در این صنعت جلو بیفتد. انظور که کارشناسان می‌گویند، یکی از عوامل تأثیرگذار در توسعه صنعت نساجی و پوشاک ترکیه توجه ویژه دولت به این صنعت و افزایش سرمایه‌گذاری در این بخش بوده است. واقعیت این است که فرهنگ‌های سرمایه‌گذاری در ترکیه به علت روند گسترده خصوصی‌سازی، بسیار مورد توجه سرمایه‌گذاران قرار گرفته و در این زمینه مشارکت سرمایه‌گذاران خارجی را نیز افزایش داده است. هرچند دولت ترکیه هم با افزایش فضای رقابتی برای تولیدکنندگان خود و هم از صاحبان سرمایه خرد حمایت کرده که یکی از دلایل توسعه این صنعت در این کشور به شمار می‌رود. حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی صورت گرفته در ترکیه بسیار بیش از ایران است و این مسئله گویایی بر توانمندی ترکیه در جذب سرمایه خارجی است.

حالا این شرایط را با وضعیتی که صنایع ایران با آن مواجه هستند، مقایسه کنید. در ایران با وجود اینکه صنعت نساجی از نظر اشتغالزایی پس از صنعت نفت قرار دارد، ولی همچنان با مشکلاتی نظیر بهره بانکی، قاجاق کالا، قدیمی‌بودن ماشین‌آلات و تکنولوژی، ضعف برندسازی و کمبود نقدینگی رنج می‌برد. ■ در صد ده کمه‌های لباس وارداتی است

در کنار وضعیت اسفناک صنعت نساجی، تولید پوشاک ایرانی نیز به موازات این صنعت در این سال‌ها با مشکلات فراوانی مواجه شده است. برخلاف صنعت نساجی، تولید پوشاک ایرانی از دهه ۷۰ تا کنون بسیار رشد کرده و برندهای ایرانی توانستند در بازار پوشاک سهم بسزایی داشته باشند، اما وابستگی پوشاک داخلی به مواد اولیه خارجی در یک دهه اخیر مشکلاتی را برای تولیدکنندگان به وجود آورده است. به دنبال کمبود

قصه بر غصه پوشاک ایرانی بیش از چهار دهه است که ادامه دارد. صنعت نساجی ایران از فرسودگی ماشین‌آلات رنج می‌برد و تولیدی‌های پوشاک ایرانی یا تعطیل شده‌اند یا فقط با ۳۰ درصد ظرفیت‌شان تولید می‌کنند. از همه بدتر اینکه رکود حاکم بر بازار و کساد آن موجب شده است پوشاک تولیدی روی دست تولیدکنندگان بماند. حال در چنین شرایطی اسفناکی برخی‌ها از آزادسازی واردات سخن می‌گویند و با فضا سازی علیه تولید داخل از ناتوانی پوشاک داخلی برای تأمین بازار خبر می‌دهند، این در حالی است که بیش از دو سال است پوشاک بنگلاداشی، تایلندی و یتنامی بازار پوشاک ایران را فتح کرده است، این سودجویان که به ظاهر دلسوز دولت و مردم هستند به جای اینکه مبارزه با قاجاق پوشاک را به طور جدی مطالبه کنند، طعمه «افزایش در آمد دولت

از محل آزادسازی واردات» را به میدان می‌آورند و مبارزه جدی با قاجاق را به حاشیه می‌برند. صنعت نساجی و پوشاک ایران جزئی از صنایع پیشرو کشور بود، اما این صنعت از دهه ۷۰ تا کنون به حال نزار افتاده است و هر نسخ‌های برایش می‌پیچند، حال این بیمار کهنسال را خوب نمی‌کند. تاریخ نساجی در ایران قدمتی بالا دارد و از سابقه‌ای ۴ هزار ساله در تولید سنتی و ۹۴ ساله در تولید صنعتی بهره‌مند است. برخی از کارشناسان این صنعت معتقدند که در این حوزه باید عطای این صنعت را به لقایش ببخشیم و خیال خودمان را با واردات راحت کنیم؛ چون تولید ایرانی قادر به رقابت با تولیدات خارجی نیست. در این خصوص کارشناسان می‌گویند اگر امروز فرصت حضور فعال در صنعت طراحی مد و پوشاک را از دست بدهیم، باید برای همیشه با این صنعت محافظاتی کنیم. همین تفکرات غالب هم باعث شده است تا روند وارداتی این حوزه از صادراتی آن پیشی بگیرد و بازار در اختیار خارجی‌ها قرار بگیرد. با این حال طرفداران پروپاقرص این صنعت که هر از گاهی فریاد اعتراضی سر می‌دهند که به داد «بیمار کهنسال» برسید، کم نیستند.

میان این دو گروه که کارآزنان عمدتاً به جنگ زرگری تولیدکننده و دولت برمی‌گردد، کارشناسان هم دقیقاً در دو سر همین دو طیف قرار دارند. نتیجه‌ای از این مشاجرات بی‌نتیجه هم آن می‌شود که صنعت نساجی کشور همسایه، یعنی ترکیه، در دست را پیدا می‌کند و اینچنان تولید که تمامی بازارها از کشورهای همسایه گرفته تا اروپا و آمریکا را از آن خود می‌کنند. در این حوزه هرگز در حالی صنعت مد و پوشاک ترکیه به رشد چشمگیری دست یافته که از برخی جهات، شباهت‌هایی با ایران دارد و هر دو کشور به مواد اولیه فراوان و نیروی کار تحصیلکرده و آماده دسترس می‌دارند، اما میان آنها یک تمایز آشکار وجود دارد که می‌تواند به عنوان یک الگوی کاربردی برای ایرانی‌ها به کار گرفته شود. در این زمینه ترکیه با استفاده از سیاست‌های تشویقی برای فعالان این صنعت توانست خود را در عرصه جهانی وارد کند. بزرگ لباس زیر، چهارمین صادرکننده بزرگ فرش و بزرگ‌ترین تولیدکننده پارچه‌چین است.

به طوری که هم‌اکنون نساجی و پوشاک بزرگ اتحادیه اروپا است (رتبه اول به چین تعلق دارد). به گفته «فاطمه گوینک» استاد دانشگاه نامیک کمال، ترکیه ۶/۶ درصد محصولات نساجی، ۸/۲ درصد پوشاک تولیدی خود را به کشورهای اتحادیه اروپا صادر می‌کند. در ۲۰۱۰ میلادی صادرات محصولات نساجی ترکیه به روسیه،

دو لباس نداشتند، بسیاری از لباس‌های تولید شده از بین رفت. بی‌رونتی بازار و کاهش تقاضا موجب شد تولیدکنندگان لباس یکی پس از دیگری به تعطیلی کشیده شوند و آن دسته از تولیدکنندگانی که سرمایه در گردش کافی داشتند، توانستند فقط با ۳۰ درصد ظرفیت‌شان، تولیدشان را ادامه دهند». به گفته تولیدکنندگان پوشاک، با فروکش شدن ویروس کرونا در سال ۱۴۰۰ قاجاق لباس‌های بنگلاداشی، تایلندی و تایوانی به صورت کولبری و مسافری رایج شد و از جلوی هر فروشگاه‌ی که رد می‌شدی، فروشنده‌ان در حال اتوزدن لباس‌های مجاله قاجاق بودند. این لباس‌ها که با قیمت ارزان‌تر از پوشاک ایرانی در سراسر ایران توزیع می‌شد، بیش از گذشته بازار پوشاک ایرانی را با رکود و کساد روی‌رو کرد. تمام این اتفاقات در کمتر از پنج سال کافی بود تا تولید پوشاک ایرانی زمین بخورد. به نظر می‌رسد دیگر مبارزه با قاجاق کالا هر از گاهی گزاشی از میزان کشف و ضبط پوشاک قاجاق ارائه می‌کند، اما واردات و توزیع این لباس‌های قاجاق طوری ساماندهی شده که در سراسر ایران عرضه می‌شود و به نظر می‌رسد دیگر همتی برای مقابله با این اجناس قاجاق وجود ندارد. به این ترتیب صنعت پر رونق پوشاک که سهم بسزایی در ایجاد اشتغال دارد در سال‌های واردات ممنوع نیز نتوانست از فرصت پیش‌آمده استفاده کند و به حاشیه رفت.

■ تأمین بیش از ۸۴ درصد نیاز پوشاک کشور از تولید داخل

به رغم تمام مشکلاتی که تولیدکنندگان ایرانی در چهار سال گذشته با آنها داشت و پنجه نرم کردند اما نتوانستند ۸۴ درصد نیاز بازار را تأمین کنند. براساس آماری که در خرداد سال گذشته منتشر شد، مصرف پوشاک کشور ۴۵۰ هزار تن در سال است که از این میزان ۲۸۰ هزار تن ۸۴/۴ درصد در داخل تولید می‌شد. نایب رئیس اتحادیه تولید و صادرات محصولات نساجی و پوشاک در این خصوص می‌گوید: «اگر بتوان در زمینه بازسازی و افزایش قدرت خرید مردم کمک کرد بدون شک میزان تولید می‌تواند افزایش پیدا کند، زیرا این ظرفیت در کشور به خوبی وجود دارد.»

مجید نامی با بیان اینکه متأسفانه مصرف سرانه پوشاک کشور از ۸ درصد به ۳ درصد کاهش پیدا کرده است، می‌افزاید: «پوشاک یک کالای بسیار قاجاق‌پذیر است، زمانی که واردات پوشاک آزاد بود کالا به وفور به صورت قاجاق وارد می‌شد و اکنون که واردات پوشاک ممنوع است، به وفور این کالا به صورت قاجاق وارد و در بازارهای داخلی به عرضه می‌شود.» وی تأکید می‌کند: «متأسفانه

ستاد مبارزه با قاجاق کالانظارت کافی در این زمینه ندارد و به عبارت بهتر، مبارزه با قاجاق در سال‌های اخیر در کشور مغفول واقع شده است.» نامی می‌گوید: «صادرات پوشاک در سال گذشته در کشور ۱۱۳ میلیون دلار بوده است که این میزان صادرات در مقایسه با بسیاری از کشورهای که در حوزه پوشاک در حال سرمایه‌گذاری هستند و هدف صادراتی دارند، خیلی کم است. عمده صادرات پوشاک ایران به کشورهای همسایه از جمله عراق، افغانستان، آسیای میانه و کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس است.»

■ چرا واردات پوشاک خارجی آزاد نمی‌شود؟

اخیراً ویدئویی در فضای مجازی در خصوص ضرورت آزادسازی واردات پوشاک دست‌به‌دست می‌شود که از به خطر افتادن منافع عده‌ای حکایت دارد. در این ویدئو صاحب‌یه شونده با ارائه آمار غلط تلاش می‌کند مخاطب خود را تحت تأثیر قرار دهد. وی توان تولید داخلی پوشاک را فقط ۳۰ درصد نیاز بازار می‌داند و می‌گوید: ۷۰ درصد باقیمانده نیاز مردم برای تهیه لباس از طریق قاجاق تأمین می‌شود. او می‌افزاید: مردم برای خرید پوشاک قاجاقی عمیلیار دلار بیش از قیمت واقعی اجناس پرداخت می‌کنند و هر خانواده چهار نفره سالانه ۱۵ میلیون تومان هزینه پوشاک می‌دهند، همچنین در این ویدئو با دلسوزی از اینکه در آمد هزار میلیاردی دولت از محل واردات پوشاک در این سال‌ها از دست رفته، تأکید می‌شود که با آزادسازی واردات در آمد خوبی عاید دولت می‌شود و در پایان با اصرار به اینکه مردم و دولت از ممنوعیت واردات پوشاک ضرر کرده‌اند، به مخاطب خود اقامی کند که آزادسازی واردات پوشاک امری ضروری است.

■ اتحادیه پوشاک خنثی‌ترین فعال صنعت پوشاک

اتحادیه‌ها و تشکله‌ها همواره منافع اعضا و ذی‌نفعان خود را دنبال می‌کنند، اما اتحادیه پوشاک که تنها منافع ذی‌نفعان خود را پیگیری نمی‌کند، بلکه رئیس این اتحادیه به ۱۶ سال است که تغییری نکرده که قطعاً تغییر و تحول و میدان دادن به نسل جوان و سایر اعضای فعال می‌توانست در این سال‌ها تحول‌آفرینی بی‌بدی ایجاد کند، اما با ثابت نگه‌داشتن رئیس اتحادیه و اعضای اصلی مانع از حضور سایرین شدند. سال‌هاست که مشکلات حل نشده صنعت پوشاک پابر جاس است و اراده‌ای برای رفع آنها نیست. سؤال اساسی فعالان بازار پوشاک این است که آیا رئیس اتحادیه از تعداد تولیدی‌هایی که در سال‌های اخیر به دلیل افزایش قاجاق با فقدان سرمایه در گردش شد، کنشیده است یا نه؟ او می‌گوید: «دارد؟ آخرین رایتزی که اتحادیه در راستای منافع اعضا قدم برداشته چیه بوده است؟»

فعالان بازار همچنین معتقدند، به دلیل خنثی بودن رؤسای اتحادیه پوشاک و عدم استفاده از فرصت‌های ممنوعیت واردات و کوتاهی در رایتزی‌ها و جلب حمایت‌های دولتی، بسیاری از تولیدکنندگان از صحنه تولید محو شدند. به عنوان مثال کاهش دوزها و تولید پوشاک با قیمت‌های نوزاد و بچه‌ها در این سال‌ها تولید را کنار گذاشته و ورشکست شده‌اند. این تولیدکنندگان به وجود مافیا در صنعت پوشاک ایران اشاره کرده و می‌گویند: قطعاً قاجاق سازمان یافته پوشاک بی‌کیفیت ازان خارجی از سوی افراد ذی‌نفوذی وارد و توزیع می‌شود. یکی از اعضای اتحادیه پوشاک که خواست نامش فاش نشود به «جوان» می‌گوید: «سال ۹۷ که واردات ممنوع اعلام شد، تعزیرات خبری ستاد مبارزه با قاجاق کالا با بازرسی باربری‌ها و رصد وی با طرح این سؤال که بازرسان اتحادیه مؤلفند بر عملکرد صنف خود نظارت کنند، کجا هستند و وظیفه قانونی چیست؟» می‌گوید: «متأسفانه تولید پوشاک خنثی‌ترین فعال این صنعت است که در راستای حمایت از فعالان صنف پوشاک هیچ اقدامی انجام نمی‌دهد و همین عملکرد ضعیف‌شان اعضای صنف پوشاک را مأیوس کرده است. تولیدکنندگان که از عدم فعالیت در این صنعت ناامید شده‌اند با فروش چرخ‌های صنعتی و ابزار تولیدی‌شان، وارد بازارهای مسکن، طلا و سکه شدند و به هیچ وجه دغدغه تولید و پوشاک ایرانی را دیگر ندارند.»

زنان اداره می‌شد و دولت با پرداخت وام به آنها فرصت رشد برای واحدهای کوچک صنعتی را فراهم کرد. در حال حاضر این کشور حدود ۱۸۰ هزار تولیدکننده پوشاک و ۲ هزار کارخانه نساجی در مقیاس بزرگ دارد که این واحدها ماشین‌ساز هستند و در هر کدام بیش از ۱۵۰ نفر فعالیت می‌کند که فروش سالانه‌شان ۱۵ میلیون دلار است. ■ استفاده از بحران اقتصادی و اوج‌گیری صادرات

ترکیه تصمیم دارد میزان صادرات خود را به ۵۰۰ میلیارد دلار برساند و جزو ۱۰ اقتصاد برتر دنیا تا ۲۰۳۳ شود که این تاریخ (۲۰۳۰) سالگردد. ۱۰۰ سالگردد و بیشتر است. کشور است. به‌طور حتم صنعت نساجی و پوشاک نقش مهمی برای دستیابی ترکیه به این هدف دارد. این صنعت بیش از ۱۰۰۰ میلیارد دلار در فناوری‌های هدفمند و پیشرفته سرمایه‌گذاری کرده که ۲۵ درصد عایدی صادرات و ۱۱ درصد درآمد خالص ملی به همراه داشته است.

تولیدکنندگان شرق دور و آسیای هنوز هم آزادانه از این مواد استفاده می‌کنند. یکی دیگر از نقاط قوت این صنعت نیروی کار بسیار ماهر همراه با قدرت انطباق و کارآفرینی آنهاست، اما همین مورد از نقاط ضعف صنعت نیز است، چرا که طی سال‌های اخیر مزیت استفاده از نیروی کار ارزان را از دست داده است. به طوری که متوسط دستمزد بر حسب ساعات کاری هفتگی در فصل ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۶ میلادی دو برابر شده است. دستمزدهای این کشور چهر تا پنج برابر بیش از چین، هند، تایلند و اندونزی است. همچنین مصرف انرژی گرانبه‌تر است. سرمایه‌گذاری آن در مقایسه با اروپا و آمریکا بیشتر است.

■ پرداخت وام‌های کوچک

تا همین اواخر کارخانه‌های کوچک کم‌هزینه که توسط خانواده‌ها اداره می‌شد یکی از ویژگی‌های بارز صنعت پوشاک ترکیه به شمار می‌رفت. بسیاری از آنها عملیات ساده برش و چاپ را بدون هیچ طرح اصلی انجام می‌دادند. برخی از این کسب‌وکارها توسط

به صورت مستقیم و ۶/۵ میلیون نفر به‌طور غیرمستقیم در آن شاغل هستند. ■ همخوانی با استانداردهای بین‌الملل

یکی از مزایای مهم محصولات نساجی ترکیه آن است که محصولاتش با استانداردهای اکولوژیک بین‌المللی همخوانی دارد. قوانین این کشور استفاده از رنگ‌های «کارسینوژنیک ازو» را که سرطان‌زاست در پوشاک و پارچه ممنوع کرده است، اما

۱۳/۳ میلیارد دلار می‌رسید که به این ترتیب در مجموع ارزش کل این صنعت در ترکیه ۲۱ میلیارد دلار را نشان می‌دهد. در ۲۰۰۹ میلادی نیز این کشور هفتمین صادرکننده محصولات نساجی و چهارمین صادرکننده بزرگ پوشاک در جهان بود که ۳/۷ درصد از صادرات جهانی این صنعت را در اختیار داشت. براساس آمار و گزارش‌های «بنیاد نساجان ترکیه»، این کشور دومین تولیدکننده بزرگ جهانی جوراب، سومین صادرکننده بزرگ لباس زیر، چهارمین صادرکننده بزرگ فرش و بزرگ‌ترین تولیدکننده پارچه‌چین است. در حال حاضر ترکیه دومین تهیه‌کننده بزرگ اتحادیه اروپا است (رتبه اول به چین تعلق دارد). به گفته «فاطمه گوینک» استاد دانشگاه نامیک کمال، ترکیه ۶/۶ درصد محصولات نساجی، ۸/۲ درصد پوشاک تولیدی خود را به کشورهای اتحادیه اروپا صادر می‌کند. در ۲۰۱۰ میلادی صادرات محصولات نساجی ترکیه به روسیه،



جمهوری آذربایجان و ازبکستان در مقایسه با صادرات به کشورهای دیگر بسیار بیشتر بود.

■ گوینک اشاره می‌کند که صادرات پوشاک

ترکیه وارد بازارهای جدیدی مانند عربستان سعودی و عراق شده است. بنابراین چندان عجیب نیست که صنعت نساجی و پوشاک بزرگ‌ترین بخش اقتصادی ترکیه محسوب می‌شود که به‌طور متوسط ۲/۵ میلیون نفر