



واحد مطالعات آماری و راهبردی دبیرخانه  
انجمن صنایع نساجی ایران

۹۲

## تحلیلی جامع از صنعت نساجی و پوشاک ترکیه

تهیه، تنظیم و گردآوری: نگین سادات همتی




 @aiti.org.ir

 09129583657

 t.me/aiti1395

 www.aiti.org.ir

 26200196

 info@aiti.org.ir

تابستان ۱۴۰۳

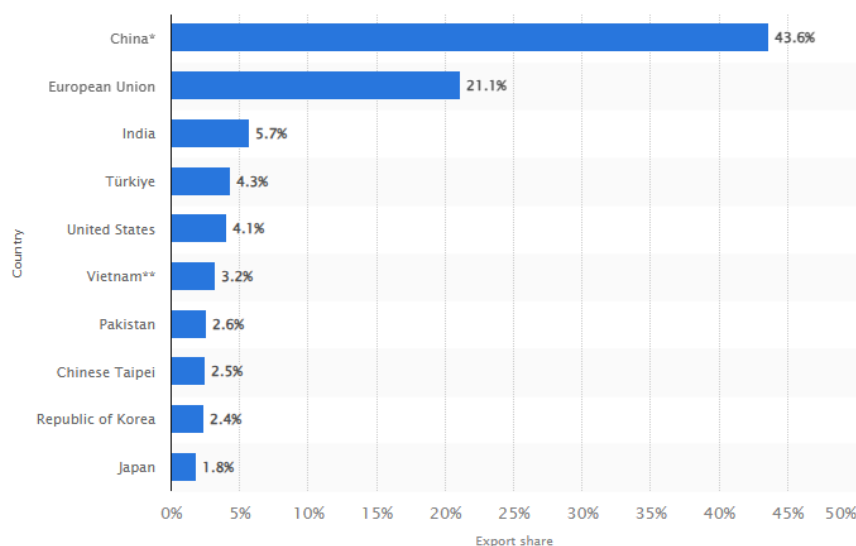
استفاده از مطالب این جزوه با ذکر مأخذ بلامانع است

## فهرست مطالب

بخش اول، جایگاه صنعت نساجی و پوشاک ترکیه در جهان.....	۳
مقدمه.....	۴
۱-۱- اقتصاد کشور ترکیه.....	۵
۱-۲- تولیدات صنعت نساجی و پوشاک ترکیه.....	۹
صنعت نساجی و پوشاک.....	۱۰
تولید ماشین آلات نساجی.....	۱۰
۱-۳- آمار صادرات و واردات منسوجات و پوشاک ترکیه.....	۱۲
منسوجات خانگی ترکیه.....	۱۶
صادرات ماشین آلات ترکیه.....	۱۶
۱-۴- مقایسه بخش نساجی ترکیه با سایر صنایع بزرگ ترکیه.....	۱۸
صنعت خودروسازی ترکیه.....	۱۹
بخش دوم، مسیر و عوامل رشد ترکیه در صنعت نساجی و پوشاک.....	۲۱
۱-۲- عوامل رشد ترکیه در صنعت نساجی و پوشاک.....	۲۲
۱-۱-۲- موقعیت استراتژیک.....	۲۲
۲-۱-۲- تولید مواد اولیه و ماشین آلات مورد نیاز.....	۲۳
۳-۱-۲- پیروی از استانداردهای بین المللی، پایداری و توافق سبز.....	۲۳
۴-۱-۲- توافق نامه های گمرکی با کشورهای مختلف.....	۲۴
۵-۱-۲- سرمایه گذاری در فناوری های پیشرفته و جدید صنعتی.....	۲۵
۶-۱-۲- مشوق های داخلی برای سرمایه گذاری در این بخش.....	۲۵
۲-۲- چالش ها و فرصت ها.....	۲۷
منابع و مراجع.....	۲۸

بخش اول  
جایگاه صنعت نساجی و پوشاک ترکیه در جهان

ترکیه به عنوان سومین تامین کننده منسوجات و چهارمین تامین کننده پوشاک جهان، در سال ۲۰۲۲، ۴/۳٪ از کل صادرات نساجی در جهان را به خود اختصاص داده و پس از چین، اتحادیه اروپا و هند، رتبه چهارم جهان را در صادرات منسوجات به دست آورده است (شکل ۱-۱). علاوه بر سال چالش برانگیز ۲۰۲۳ که به دلیل کاهش ارزش پول ملی و زمین لرزه مهیب ماه فوریه، با کاهش صادرات، کاهش اشتغال و افزایش هزینه‌ها همراه بود، این صنعت با مدیریت صحیح و استفاده حداکثری از توانایی‌های خود، به دلیل تنوع تولیدات، تضمین پایداری سبز و استفاده از فناوری‌های پیشرفته، چشم‌انداز خوش‌بینانه‌ای برای سال ۲۰۲۴ خود ترسیم کرده است و به دنبال ایجاد جایگاهی قوی‌تر در عرصه جهانی است [۲۱].



شکل ۱-۱- سهم صادرات جهانی صادرکنندگان پیشروی منسوجات در سال ۲۰۲۲ [۲]

HDI یا شاخص توسعه انسانی، شاخصی است که از مجموع امتیازهای یک کشور در پارامترهای امید به زندگی، سطح تحصیلات و تولید ناخالص داخلی سرانه آن به دست می‌آید، کشورهایی که امتیاز بیشتر از ۰/۸ را از این شاخص کسب می‌کنند، در مقایسه با باقی کشورها دارای سطح توسعه‌یافتگی بالاتری هستند. امتیاز HDI ترکیه از سال ۱۹۹۰ تاکنون به طور قابل توجهی افزایش داشته و در سال ۲۰۲۲ به ۰/۸۵۵ واحد رسیده است [۴].

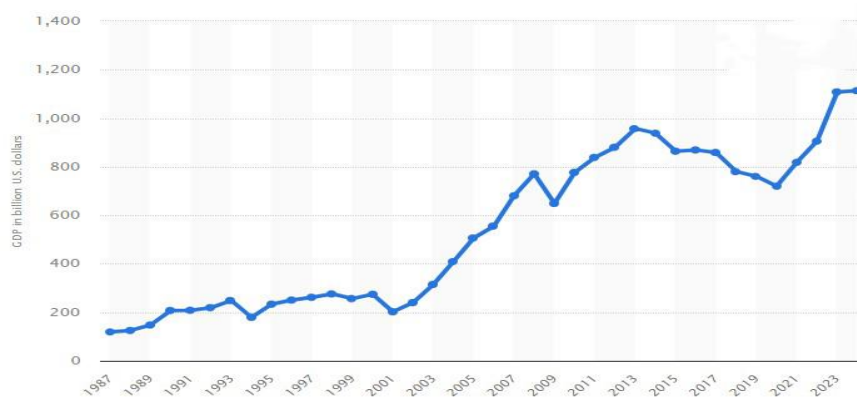
در این مطالعه تلاش شده است تا با ارائه آمار و ارقام مربوط به حجم تولید، واردات و صادرات ترکیه، در کنار اشاره به فرصت‌ها و چالش‌های مسیر جهانی شدن آن، جایگاه کنونی این کشور را در صنعت نساجی و پوشاک جهان نشان داده و به عواملی اشاره شود که به پیشرفت این کشور در این حوزه یاری رسانده‌اند.



Bloomberg

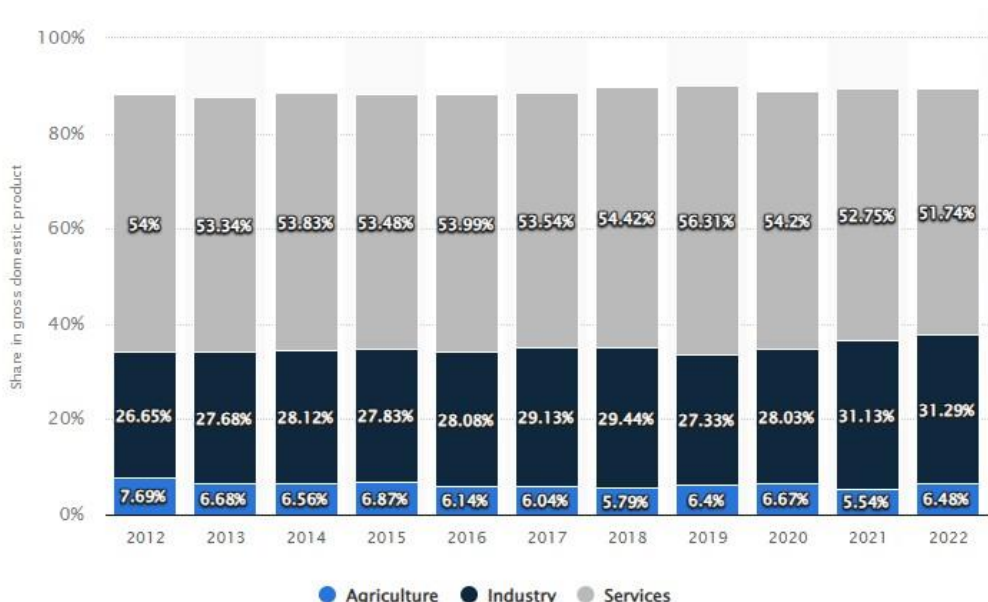
ترکیه بر اساس آمار صندوق بین‌المللی پول، ۱۷امین اقتصاد بزرگ جهان در سال ۲۰۲۳، یکی از اعضای مؤسس سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD)، عضو گروه جی ۲۰ و از اهداکنندگان مهم کمک‌های رسمی توسعه‌ای (ODA) است. این کشور همچنین پنجمین مقصد پربازدید توریستی در جهان بوده و بخش بزرگی از درآمد خود را در کنار گردشگری، از تولید محصولات کشاورزی، منسوجات، وسائل نقلیه موتوری، مصالح ساختمانی و لوازم خانگی با کیفیت به دست می‌آورد [۶و۵].

در سال ۲۰۲۳، تولید ناخالص داخلی ترکیه به حدود ۱۱۰۸/۴۵ میلیارد دلار آمریکا رسید. تولید ناخالص داخلی (GDP) مولفه‌ای است که از ارزش کل کالاها و خدمات تولید شده سالانه در یک کشور به دست آمده و قدرت اقتصادی آن را نشان می‌دهد [۷].



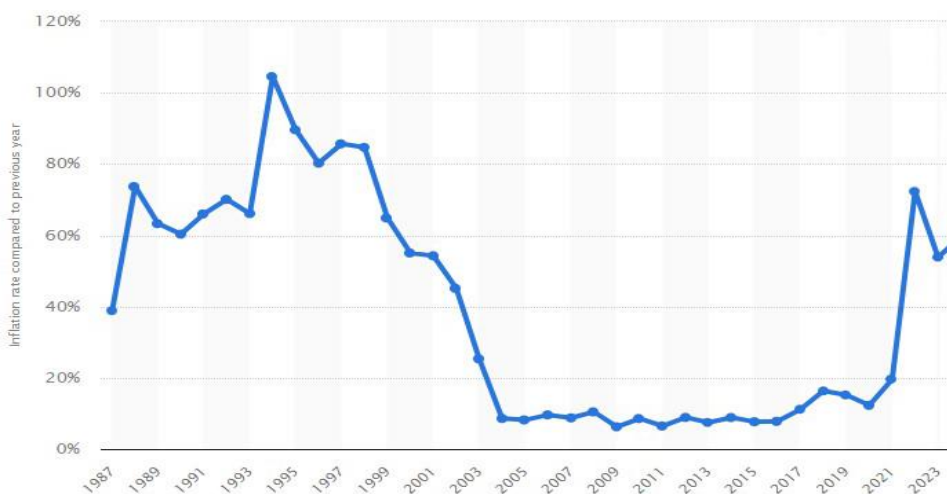
شکل ۱-۲- میزان تغییرات تولید ناخالص داخلی ترکیه از ۱۹۸۷ تا ۲۰۲۴ به میلیارد دلار [۸]

<sup>۱</sup> ODA یا کمک‌های رسمی توسعه، کمک‌های دولتی‌ای است که بودجه آن توسط سازمان OECD و برای بهبود توسعه اقتصادی و رفاه کشورهای درحال توسعه با درآمد کم، متوسط یا کمی بیشتر از متوسط تخصیص می‌یابد.

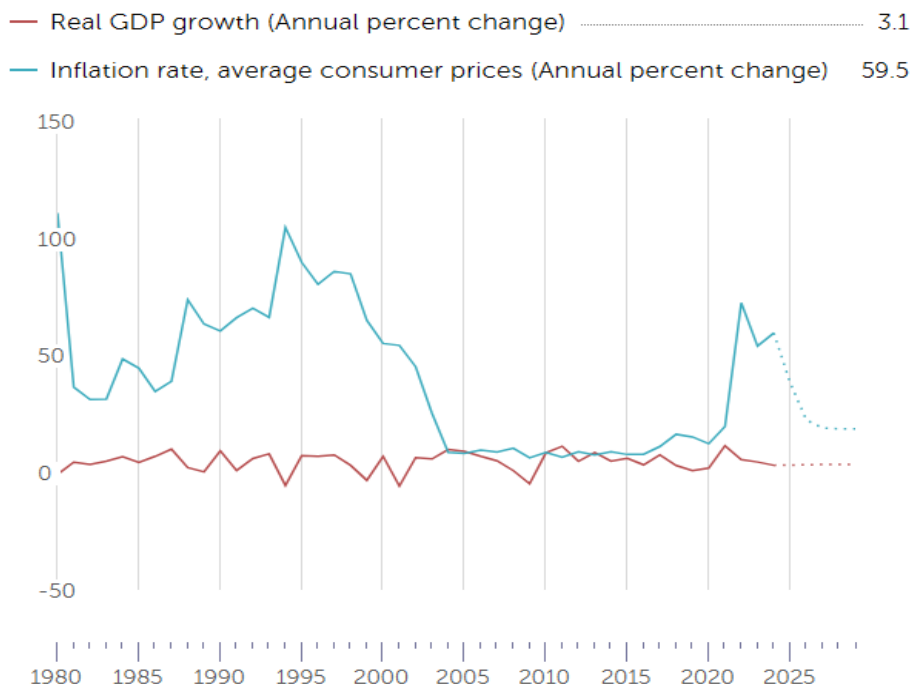


شکل ۱-۳- سهم خدمات، صنعت و کشاورزی از میزان تولید ناخالص داخلی ترکیه [۹]

همانطور که در نمودار ستونی شکل ۱-۳ مشاهده می‌شود، طبق آمار سال ۲۰۲۲ statista، ۵۱/۷۴ درصد از تولید ناخالص داخلی به بخش خدمات، ۳۱/۲۹ درصد از آن به صنعت و ۶/۴۸ درصد از آن به بخش کشاورزی تعلق دارد [۹]. با توجه به شیب صعودی نمودار ۱-۲ و آمار و ارقام موجود از این کشور، تخمین زده می‌شود تا سال ۲۰۳۰، ترکیه به یکی از کشورهایی تبدیل شود که دارای بالاترین تولید ناخالص داخلی در سراسر جهان هستند. با این وجود، میزان برخی از مولفه‌های اقتصادی این کشور نیز نگران کننده به نظر می‌رسند. نرخ تورم ترکیه در حال حاضر از بالاترین نرخ‌های تورم در جهان است. بر اساس آمار ststista در سال ۲۰۲۴، این مقدار به نزدیک ۵/۵۹٪ رسیده است. نمودار شکل ۱-۴، میانگین نرخ تورم ترکیه را از سال ۱۹۸۷ تا ۲۰۲۳ نشان می‌دهد. سیاست‌های مالی متمرکز بر رشد، مانند ترجیح دولت بر پایین نگه داشتن تا حد امکان نرخ‌های بهره (معروف به اردوغانومیکس)، منجر به تورم بالای این کشور در سال‌های اخیر شده است. قیمت مصرف کننده نیز نسبت به سال قبل نزدیک به ۶۹/۸٪ رشد داشته است. در شکل ۱-۵، میزان تغییرات نرخ تورم با رشد سرانه gdp واقعی این کشور تا ماه آوریل ۲۰۲۴ و بر اساس آمار صندوق بین‌المللی پول نشان داده شده است [۸ و ۱۱].

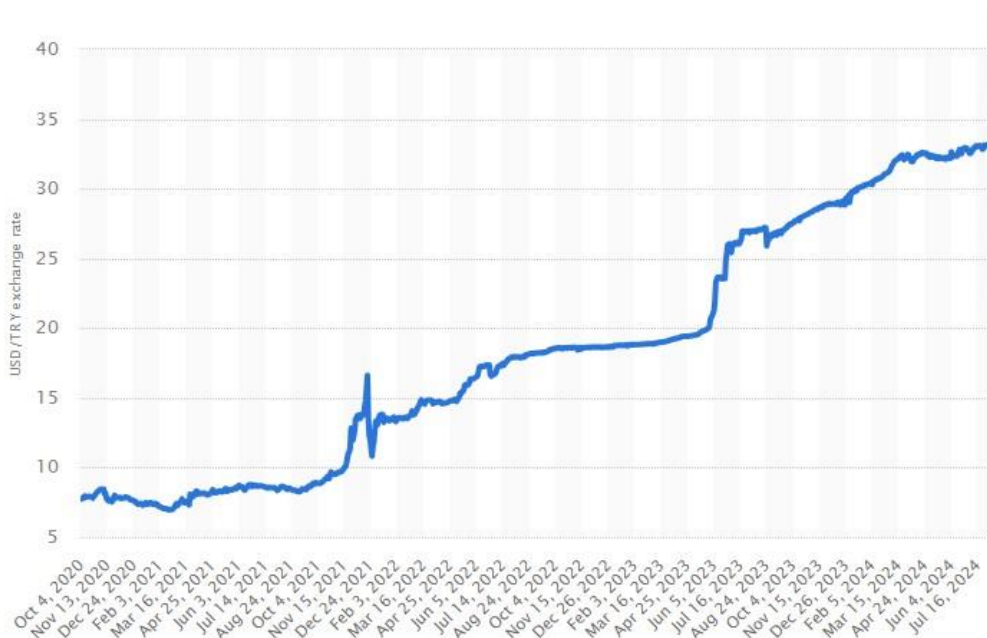


شکل ۱-۴- تغییرات نرخ تورم ترکیه در میان سال‌های ۱۹۸۷ تا ۲۰۲۳ [۱۱]



شکل ۱-۵- میزان تغییرات نرخ تورم با رشد سرانه تولید ناخالص داخلی واقعی ترکیه از ۱۹۸۰ تا ۲۰۲۴ [۱۲]

از دیگر مولفه‌های اقتصادی نگران‌کننده ترکیه در چند سال اخیر، افت شدید ارزش لیر این کشور در برابر ارزهای خارجی است. در سال ۲۰۱۸، یک دلار آمریکا با ۴/۵ لیر ترکیه برابری می‌کرد و امروز، هر دلار آمریکا به اندازه ۳۳/۹۶ لیر ترکیه ارزش دارد. متخصصان، این کاهش ۶۰۰ درصدی شش سال اخیر در ارزش لیر ترکیه را نتیجه طوفان‌های سیاسی در داخل کشور، از جمله تجربه ناموفق کودتا در ۲۰۱۶، بحران‌های اقتصادی و ریزش یکباره ارزش پول ملی در ۲۰۱۸ و همه‌گیری کرونا در ۲۰۲۰ می‌دانند. به دلیل سرکوب تورم پیش از انتخابات ترکیه و تلاش بانک مرکزی برای تثبیت نرخ ارز از طریق فروش ذخایر ارزی در ازای لیر، پیش‌بینی می‌شود که این روند نزولی همچنان ادامه یابد [۱۳].



شکل ۱-۶- نرخ مبالغه دلار آمریکا به لیر ترکیه از تاریخ ۴ اکتبر ۲۰۲۰ تا ۴ اوت ۲۰۲۴ [۱۴]

با وجود موارد این‌چنینی، نمی‌توان روند روبه‌رشد توسعه در این کشور را در چند دهه اخیر نادیده گرفت. ترکیه با دنبال کردن اصلاحاتی بلند پروازانه، از نرخ رشد اقتصادی بالایی در بین سالهای ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۷ برخوردار بود، خود را به یکی از کشورهای با "درآمد متوسط رو به بالا" ارتقاء داد و همچنین باعث کاهش نرخ فقر از بالای ۲۰٪ در سال ۲۰۰۷ به ۷/۶٪ در ۲۰۲۱ شد. نرخ رشد

تولید ناخالص داخلی واقعی نیز، بین سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۲۲، به طور متوسط ۵/۴٪ بود که باعث شد درآمد سرانه واقعی ترکیه در همین مدت بیش از دو برابر شود. این کشور در سال ۲۰۲۳ رشد اقتصادی بالای ۴/۵ درصدی را تجربه کرده است؛ اما انتظار می‌رود چشم‌انداز این رشد سالانه ترکیه را عواملی از جمله تورم بالا، مشارکت پایین نیروی کار و کاهش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی تهدید کنند. جدول ۱-۱ به طور خلاصه مولفه‌های اثرگذار بر اقتصاد جامعه ترکیه را نشان داده و برای کمک به درک بهتر آن، با ارزش کنونی همین مولفه‌ها در ایران مقایسه می‌کند [۵].

جدول ۱-۱- خلاصه‌ای از مولفه‌های اثرگذار بر اقتصاد جامعه ترکیه در مقایسه با ایران

ردیف	مولفه اقتصادی	ارزش مولفه در ترکیه	ارزش مولفه در ایران
۱	GDP	۱۱۰۸/۴۵ میلیارد دلار (۲۰۲۳)	۴۰۱/۵ میلیارد دلار (۲۰۲۳)
۲	GDP سرانه	۱۱۹۳۸/۸ دلار (۲۰۲۳)	۴۵۰۲/۵ دلار (۲۰۲۳)
۳	رشد سالانه GDP	۴/۵ % (۲۰۲۳)	۵ % (۲۰۲۳)
۴	جمعیت	۸۵/۸ میلیون نفر (۲۰۲۳)	۸۹/۲ میلیون نفر (۲۰۲۳)
۵	تورم	۵۳/۹ % (۲۰۲۳)	۴۴/۶ % (۲۰۲۳)
۶	بیکاری	۹/۴ % (۲۰۲۳)	۹/۱ % (۲۰۲۳)
۷	سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (% از gdp)	۱/۵ % (۲۰۲۲)	۰/۴ % (۲۰۲۲)

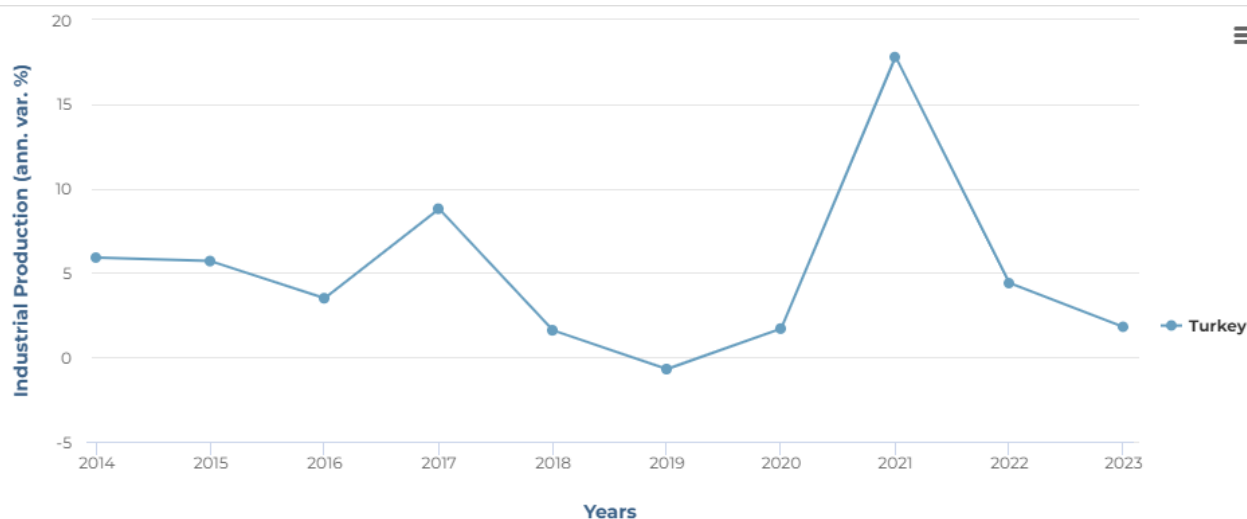
worldbank





aa.com.tr

ترکیه، اقتصادی در حال ظهور است که اغلب به عنوان کشوری تازه صنعتی شده طبقه بندی می شود. اقتصاد این کشور در دهه منتهی به سال ۲۰۲۲، به طور متوسط نرخ رشد ۵/۷ درصدی را در تولیدات صنعتی تجربه کرده است که از میانگین ۳/۲ درصدی اروپای شرقی در همین مدت، ۲/۵ درصد بیشتر می باشد. نمودار شکل ۱-۷، نرخ رشد تولیدات صنعتی ترکیه را (به درصد) از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۳ نشان می دهد. صنعت این کشور، که نزدیک به ۲۰٪ از نیروی کار ترکیه و تولیدات آن ۸۴٪ تولیدات این کشور را به خود تخصیص می دهد؛ به دلیل موقعیت ژئوپولیتیک، نیروی کار جوان و مشوق های دولتی برای سرمایه گذاران داخلی و خارجی، همچنان مستعد رشد و ارتقاء منظم دیده می شود [۱۶ و ۱۷].



Note: This chart displays Industrial Production (annual variation in %) for Turkey from 2014 to 2023.

Source: Macrobond.

شکل ۱-۷- رشد تولیدات صنعتی ترکیه به درصد و از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۳ [۱۷]

## صنعت نساجی و پوشاک

صنعت نساجی ترکیه از سال ۱۹۶۰ و از کارگاه‌هایی کوچک آغاز به کار کرد، اما به سرعت توسعه یافت و حالا شامل بیش از ۶۵ هزار شرکت، از کسب و کارهای کوچک خانوادگی گرفته تا شرکت‌های بزرگ و پویا است که ترکیه را در این حوزه، تبدیل به یک قدرت کم‌رقیب جهانی کرده‌است. به طور مشخص تا سال ۲۰۲۰، حدود ۵۰ هزار تولیدکننده پوشاک در ترکیه وجود داشته‌اند. این کشور با تمرکز و سرمایه‌گذاری بر نقاط قوت خود، در طی ۳۶ سال (از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۸) تولیدات صنعت نساجی و پوشاک خود را از کالاهایی با ارزش افزوده پایین، به محصولات تولید شده با ارزش افزوده بالا و مد روز تبدیل کرد. در سال ۲۰۲۳ میزان استفاده از ظرفیت‌های موجود در بخش نساجی این کشور ۷۱ درصد و در کل تولیدات آن، ۷۷ درصد بوده است. نیروی انسانی واجد شرایط و تحصیل کرده، خلاقیت در حوزه طراحی، انباشت دانش و سرمایه‌گذاری در فناوری‌های جدید، به همراه ظرفیت تولید پویا و انعطاف‌پذیر، توجه به کیفیت، رعایت استانداردها و سلامت محیط زیست، از جمله نقاط قوت صنعت نساجی و پوشاک ترکیه می‌باشند [۲ و ۷].

مراکز پیشروی نساجی ترکیه، به خصوص در تولید و صادرات پارچه، شهرهای استانبول (پارچه، پوشاک آماده و منسوجات خانگی)، بورسا (پارچه پنبه‌ای، حوله و منسوجات تارپودی)، دنیزلی (حوله، ملحفه و روتختی)، غازیانته (فرش، گلیم و پوشاک) و کهرامان‌ماراش (نخ، پارچه‌های حلقوی و پوشاک) هستند. گفته می‌شود ۶۱٪ از شرکت‌های پوشاک ترکیه در استانبول مستقر هستند [۱۸].

داده‌های تامین اجتماعی ترکیه نشان می‌دهد تا سال ۲۰۲۱، ۶۰۲ هزار و ۸۰۰ نفر در صنعت پوشاک این کشور مشغول به کار بوده‌اند. این رقم، در بین ۳ میلیون و ۹۶۲ هزار نفر شاغل ترک در صنایع مختلف تولیدی، نشان‌دهنده سهم ۱۵/۲ درصدی صنعت پوشاک از اشتغال و سهم ۲/۱۷ درصدی از کل اشتغال در ترکیه بوده است. اکثر مشاغل فعال در حوزه "پوشاک، نساجی و چرم" تا فروردین ماه ۱۳۹۹، شرکت‌هایی با ابعاد کوچک یا متوسط هستند و تعداد کارمندان آنها در حدود ۱/۱ میلیون نفر بوده است. لازم به ذکر است که تعداد بسیار زیادی از کارگران مهاجر از کشورهای سوریه، عراق، پاکستان، افغانستان و آذربایجان نیز بدون قرارداد رسمی در واحدهای پوشاک و نساجی ترکیه با حقوق‌های پایین مشغول به کار هستند که بسیاری از آنها، در سازمان تامین اجتماعی ثبت نشده‌اند؛ در نتیجه تعداد افراد شاغل در این صنایع از ارقام ذکر شده نیز فراتر می‌رود. تا سال ۲۰۲۱، تنها نزدیک به ۳/۶ میلیون سوری در وضعیت حفاظت موقت در ترکیه بوده‌اند [۱۹].

زلزله مهیبی که در فوریه ۲۰۲۳، در ترکیه اتفاق افتاد، با ابعاد ۷/۵ تا ۸/۵ ریشتر به همراه هزاران پس لرزه ۶/۷ ریشتری، برخی از مناطق تولیدی کلیدی را نیز تحت تاثیر خود قرار داد. بر اساس آمارهای رسمی، این زلزله ۵۰ هزار نفر تلفات، ۱۰۷ هزار نفر زخمی، ۱/۹ میلیون واحد مسکونی تخریب شده و ۳/۳ میلیون نفر آواره برای ترکیه به همراه داشته است. تنها در شهر هاتای، نزدیک به ۴۴۰ واحد تولید کننده کفش تخریب و ماشین‌آلات آنها در زیر آوار مدفون شدند. براساس گزارش مجمع صادرکنندگان ترکیه (TIM) در این سال صادرات نساجی این کشور با ۱۱/۳ درصد و صادرات پوشاک آن با ۱۰/۷ درصد کاهش همراه بوده است [۲ و ۲۰].

<sup>۲</sup> انباشت دانش موضوعی است که می‌تواند باعث توانمندی و قدرت یک سازمان در طی سال‌های کاری آن شود. این دانش می‌تواند شامل تجارب موفق یا ناموفق آن سازمان باشد و مدیران با هوشمندی خود تصمیم می‌گیرند چطور از این دارایی ارزشمند نهایت بهره را کسب کنند (danakm.com).

## تولید ماشین‌آلات نساجی

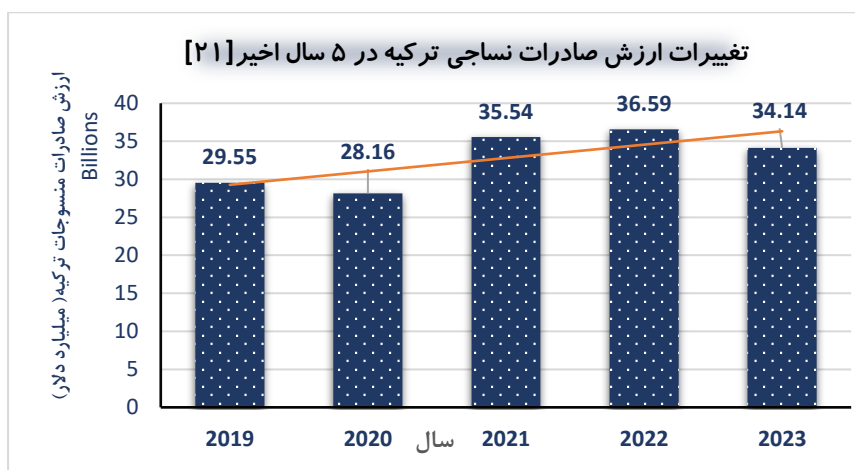
صنعت خودرو و ماشین‌آلات ترکیه در سال‌های اخیر گام‌های مهمی در مدیریت کیفیت، رقابت جهانی، تحقیق و توسعه و مدیریت فناوری و منابع انسانی برداشته است. تا سال ۱۹۸۰، تقریباً تمامی ماشین‌آلات نساجی ترکیه از خارج کشور وارد می‌شد. در این سال اما صنعت تولیدات ماشین‌آلات نساجی با تاسیس شرکت‌های کوچک یا متوسط و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های ساده آغاز به کار کرد. امروزه تولیدکنندگان ترک در تولید اکثر ماشین‌آلات نساجی از جمله ماشین‌آلات شست و شو، تمیز کردن، خشک، اتو، پرس، فیوزینگ، سفیدگری، رنگریزی، تکمیل و آغشته‌سازی نخ و پارچه خودکفا شده‌اند. این تولیدکنندگان از سال ۱۹۹۰ آغاز به استفاده از پتانسیل‌های صادراتی خود کرده و تا به امروز، به نزدیک به ۱۲۵ کشور و منطقه مختلف صادرات داشته‌اند. مواد اولیه بافندگی و محصولات مرتبط با کد تعرفه‌های ۸۴۴۵ و ۸۴۵۱، برجسته‌ترین صادرات ترکیه در این زمینه بوده و کشورهای دارای صنعت نساجی فعال از جمله هند، بنگلادش، پاکستان، ازبکستان، ایران، آلمان و مصر بخشی از بازار این صنعت ترکیه را تشکیل می‌دهند. توجه به عواملی همچون عملکرد فنی دستگاه‌ها، قابلیت‌های توسعه و سازگاری محصول و خدمات پس از فروش در شرکت‌های ترک تولیدکننده این قطعات، به افزایش حجم و سرعت صادرات آن منجر شده است. تولیدکنندگان ماشین‌آلات نساجی ترکیه در سال‌های اخیر مبالغ قابل توجهی را صرف فعالیت‌های تحقیق و توسعه کرده‌اند [۲۰ و ۲۶].

### ۱-۳- آمار صادرات و واردات منسوجات و پوشاک ترکیه



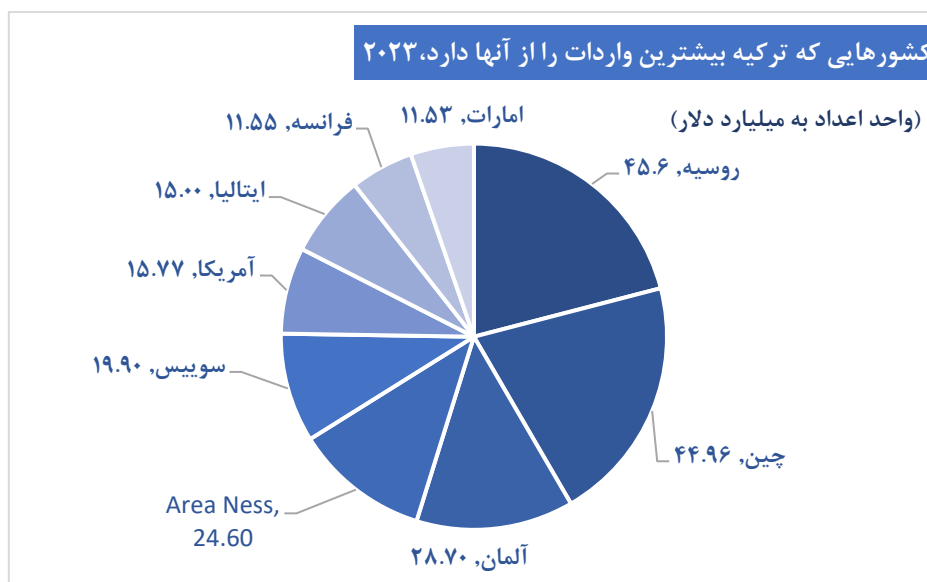
Textiletoday

آمارها نشانگر ۳ برابر شدن ارزش منسوجات و پوشاک صادراتی ترکیه از سال ۲۰۰۰ تا به امروز هستند. ارقام واردات و صادرات این کشور در طی سال‌های اخیر روندی صعودی را پیش گرفته است، با این حال تراز تجاری ترکیه که به معنای تعادل بین میزان صادرات و واردات این کشور است، چند سالی است روندی نزولی داشته و منفی است. ترکیه در سال ۲۰۲۳، بیش از ۳۶۱/۸ میلیارد دلار واردات داشته است که ۴ درصد از آن (یعنی نزدیک به ۱۳/۶۵ میلیارد دلار)، به کد تعرفه‌های مربوط به نساجی و پوشاک اختصاص داشته‌است. از سوی دیگر صادرات این کشور در همین سال ۲۵۵/۴ میلیارد دلار بوده که سهم منسوجات و پوشاک از آن ۱۳/۳۷ درصد (یعنی ۳۴/۱۴ میلیارد دلار) بوده است. همانطور که در نمودار ستونی زیر نشان داده می‌شود، ارزش صادرات ترکیه در حوزه نساجی در پنج سال اخیر با وجود همه‌گیری کرونا و زلزله‌ای که در آن رخ داد، ۱۵/۵۳ درصد صعود کرده‌است [۲۱ و ۲۲].

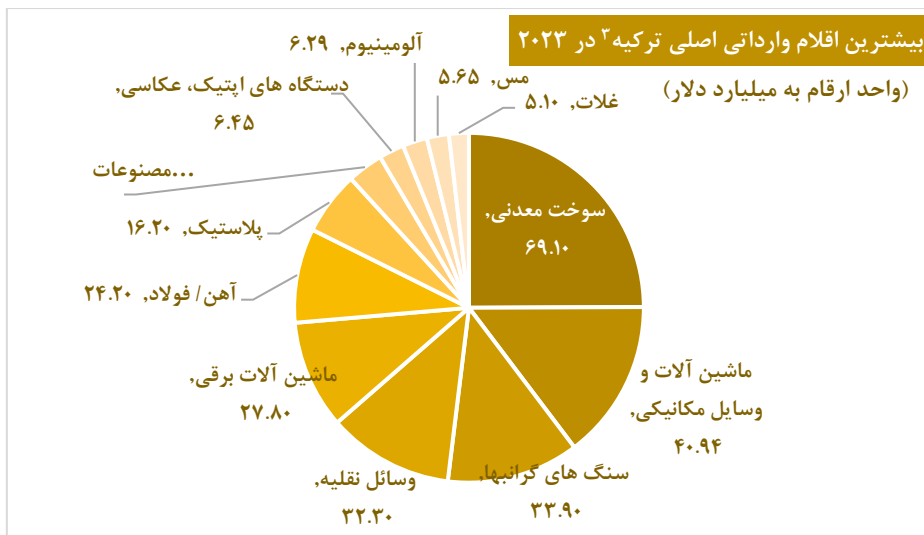


جدول ۱-۲- آمار واردات و صادرات ترکیه در ۵ سال منتهی به ۲۰۲۳ [۲۱]

۲۰۲۳	۲۰۲۲	۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	
۳۶۱/۸	۳۶۳/۷	۲۷۱/۴	۲۱۹/۵	۲۱۰/۳۵	<b>واردات کل</b>
۱۳/۶۵	۱۶/۰۶	۱۲/۰۷	۹/۵۶	۱۱/۱۱	سهم منسوجات و پوشاک از واردات
۴	۴/۴۲	۴/۴۵	۴/۳۶	۵/۲۸	سهم منسوجات و پوشاک از واردات (به درصد)
۱/۸۴	۲/۱۹۷	۲/۲	۱/۶۱	۱/۰۵	سهم ماشین آلات نساجی از واردات
۰/۵۱	۰/۶	۰/۸۱	۰/۷۳	۰/۵	سهم ماشین آلات نساجی از واردات (به درصد)
۲۵۵/۴	۲۵۴/۱۷	۲۲۵/۲۶	۱۶۹/۶۶	۱۸۰/۸۷	<b>صادرات کل</b>
۳۴/۱۴	۳۶/۵۹	۳۵/۵۴	۲۸/۱۶	۲۹/۵۵	سهم منسوجات و پوشاک از صادرات
۱۳/۳۷	۱۶/۳۹	۱۵/۷۸	۱۶/۶	۱۶/۳۴	سهم منسوجات و پوشاک از صادرات (به درصد)
۸۲۸/۱۴	۹۱۱/۱۳	۹۳۸/۴	۷۳۶/۵	۷۶۶/۳	سهم ماشین آلات نساجی از صادرات
۰/۳۲	۰/۳۶	۰/۴۲	۰/۴۳	۰/۴۲	سهم ماشین آلات نساجی از صادرات (به درصد)



منبع: ITC

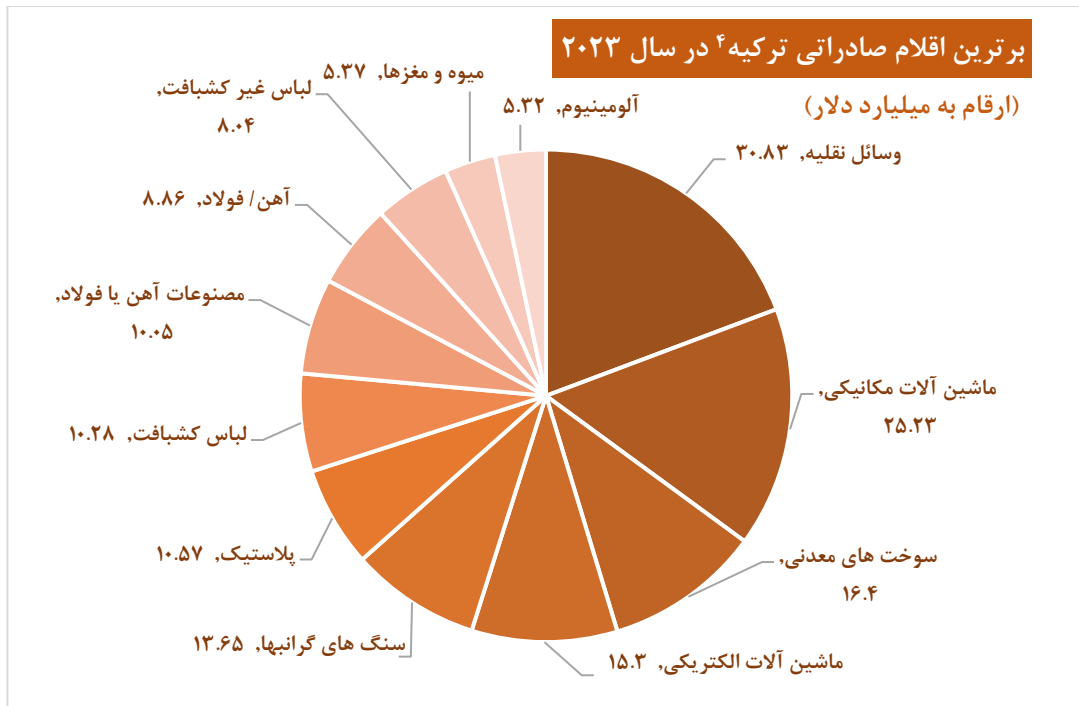


منبع: ITC

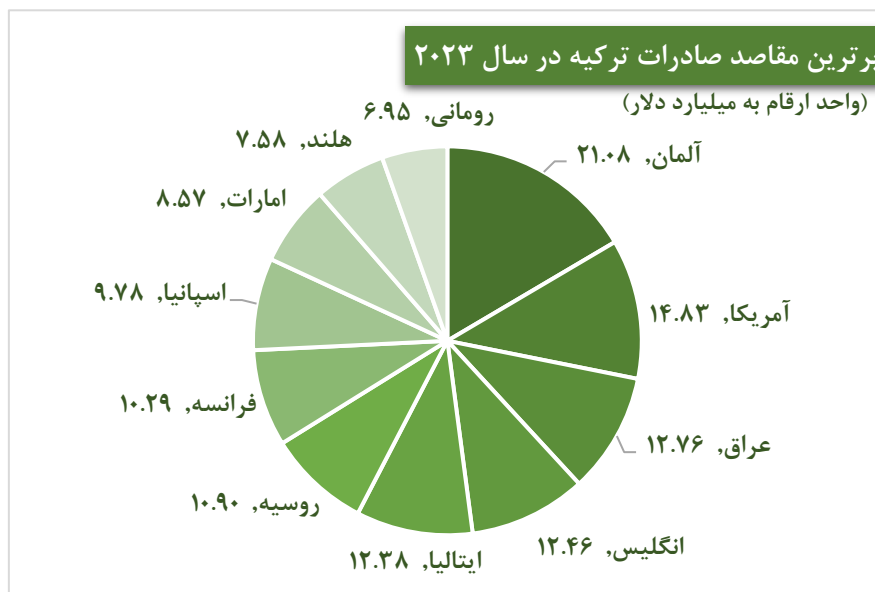
**جدول ۱-۳ سهم کد تعرفه های نساجی از واردات ترکیه در سال ۲۰۲۳ [۲۱]**

تعرفه	توضیح	ارزش	سهم از کل واردات (%)	سهم از واردات نساجی (%)
۵۰	ایریشم	۲۶/۶ میلیون دلار	۰/۰۱	۰/۲
۵۱	پشم	۳۵۰/۸ میلیون دلار	۰/۱	۲/۶
۵۲	پنبه	۲/۷۵ میلیارد دلار	۰/۷۶	۲۰/۱
۵۳	سایر الیاف طبیعی	۲۹۱ میلیون دلار	۰/۰۸	۲/۱
۵۴	الیاف مصنوعی (فیلامنت)	۲/۲ میلیارد دلار	۰/۰۶	۱۶
۵۵	الیاف مصنوعی (استیپل)	۱/۷ میلیارد دلار	۰/۴۶	۱۲/۲
۵۶	نمد و منسوجات بی بافت	۴۳۱/۶ میلیون دلار	۰/۱۲	۳/۲
۵۷	فرش و کفپوش	۸۳/۶ میلیون دلار	۰/۰۲	۰/۶
۵۸	پارچه تار-پودی	۱۷۹/۶ میلیون دلار	۰/۰۵	۱/۳
۵۹	منسوج صنعتی	۵۰۶/۵ میلیون دلار	۰/۱۴	۳/۷
۶۰	پارچه حلقوی	۵۶۰/۲ میلیون دلار	۰/۱۵	۴/۱
۶۱	لباس (کشپاف و قلاب باف)	۱/۲۹ میلیون دلار	۰/۳۶	۹/۴
۶۲	لباس (غیرکشپاف و قلاب باف)	۱/۶۷ میلیارد دلار	۰/۴۶	۱۲/۲
۶۳	سایر منسوجات آماده	۲۵۸/۴ میلیون دلار	۰/۰۷	۱/۹
۶۴	کفش	۱/۴۲ میلیارد دلار	۰/۳۹	۱۰/۴
	جمع	۱۳/۶۵ میلیارد دلار		

<sup>۲</sup> به ترتیب کد تعرفه های ۲۷، ۸۴، ۷۱، ۸۷، ۸۵، ۷۲، ۳۹، ۲۹، ۹۰، ۷۶، ۷۴، ۱۰ بیشترین میزان واردات ترکیه را در این سال به خود اختصاص داده اند.



منبع: ITC



منبع: ITC

<sup>۴</sup> به ترتیب کد تعرفه های ۸۷، ۸۴، ۲۷، ۸۵، ۷۱، ۳۹، ۶۱، ۷۳، ۷۲، ۶۲، ۸، ۷۶ بیشترین میزان صادرات ترکیه را در این سال به خود اختصاص داده اند.

جدول ۱-۴ سهم کد تعرفه‌های نساجی از صادرات ترکیه [۲۱]

تعرفه	توضیح	ارزش	سهم از کل صادرات (%)	سهم از صادرات نساجی (%)
۵۰	ابریشم	۱/۹۹ میلیون دلار	۰/۰۰۱	۰/۰۰۶
۵۱	پشم	۹۸/۶ میلیون دلار	۰/۰۴	۰/۲۹
۵۲	پنبه	۲/۰۹۹ میلیارد دلار	۰/۸۲	۶/۱۵
۵۳	سایر الیاف طبیعی	۶۴/۳ میلیون دلار	۰/۰۳	۰/۱۹
۵۴	الیاف مصنوعی (فیلامنت)	۱/۷۸ میلیارد دلار	۰/۷	۵/۲۲
۵۵	الیاف مصنوعی (استیپل)	۱/۶۶ میلیارد دلار	۰/۶۵	۴/۸۵
۵۶	نمد و منسوجات بی بافت	۱/۰۸ میلیارد دلار	۰/۴۲	۳/۱۶
۵۷	فرش و کفیوش	۲/۸ میلیارد دلار	۱/۱	۸/۲۴
۵۸	پارچه تار-پودی	۴۰۳/۳ میلیون دلار	۰/۱۶	۱/۱۸
۵۹	منسوج صنعتی	۳۳۸/۵۱ میلیون دلار	۰/۱۳	۰/۹۹
۶۰	پارچه حلقوی	۱/۹۳ میلیارد دلار	۰/۷۵	۵/۶۵
۶۱	لباس (کشپاف و قلاب باف)	۱۰/۲۷۸ میلیارد دلار	۴/۰۲	۳۰/۱۱
۶۲	لباس (غیرکشپاف و قلاب باف)	۸/۰۳۷ میلیارد دلار	۳/۱۵	۲۳/۵۴
۶۳	سایر منسوجات آماده	۲/۲۸۸ میلیارد دلار	۰/۹	۶/۷
۶۴	کفش	۱/۲۶۹ میلیارد دلار	۰/۵	۳/۷۲
	جمع	۳۴/۱۳۹ میلیارد دلار		

### منسوجات خانگی

بخش منسوجات خانگی ترکیه نیز از لحاظ تولید و صادرات روند روبه‌رشدی داشته است. این دسته از منسوجات ۳/۲٪ از کل صادرات ترکیه را تشکیل داده‌اند. به گفته رئیس انجمن منسوجات خانگی ترکیه (TETSIAD) درآمد صادراتی این بخش در سال ۲۰۲۲، به ۵ میلیارد دلار رسیده است. ملحفه، روتختی، حوله، روپوش، پرده و پتو بیشترین صادرات را در بین منسوجات موجود در این دسته داشته‌اند. کشورهای اروپایی مهم‌ترین بازار صادراتی منسوجات خانگی ترکیه هستند. اما به طور کلی، آلمان، انگلیس، فرانسه، آمریکا، هلند و روسیه بیشترین مقاصد صادرات منسوجات خانگی ترکیه بوده‌اند [۲].

### صنعت ماشین‌آلات ترکیه

ترکیه در سال ۲۰۲۲، صادراتی به ارزش ۲۲/۶۷ میلیارد دلار از ماشین‌آلات مختلف از جمله ماشین‌آلات نساجی به جهان داشته است (داده‌های مربوط به سال ۲۰۲۳ صنعت ماشین‌آلات و خودروسازی ترکیه، به تفصیل در بخش بعدی آمده‌اند). به گفته رئیس انجمن تولیدکنندگان ماشین‌آلات و اتوماسیون پوشاک (KOMID) شرکت‌های تولیدکننده ماشین‌آلات ترکیه، تولیدات خود را بین ۱۵ تا ۲۰٪ ارزان‌تر از ماشین‌آلات اروپایی ارائه می‌دهند [۲].



جدول ۱-۵- ارزش صادرات ماشین‌آلات نساجی ترکیه در ۲۰۲۳ [۲۱]

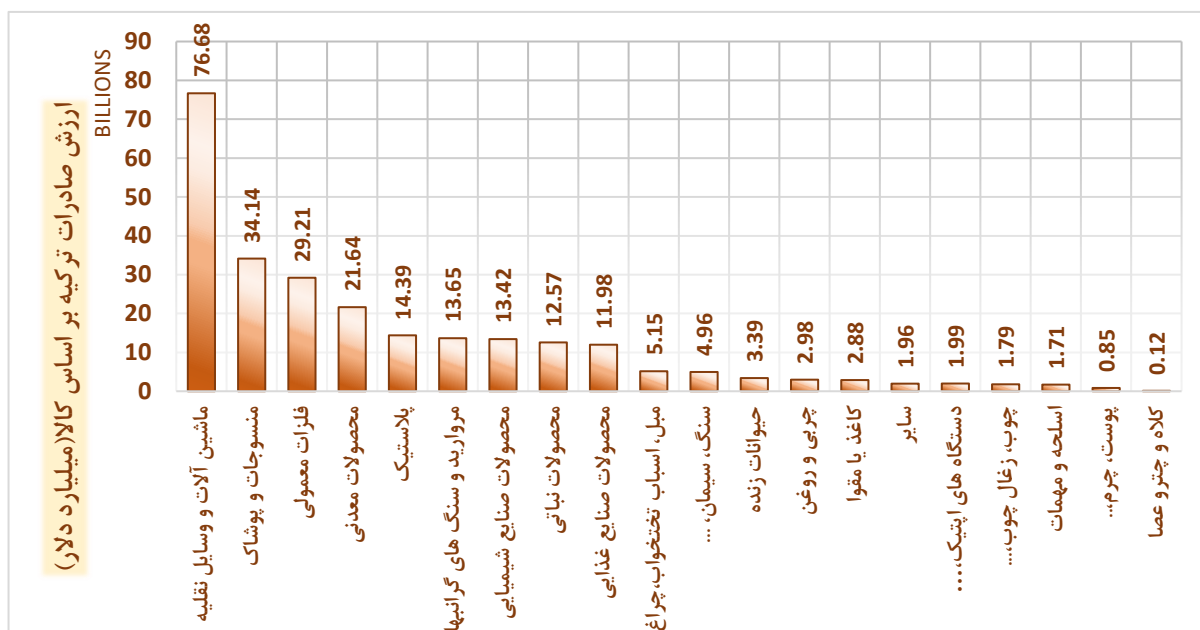
تعرفه	توضیح	ارزش
۸۴۴۴	ماشین‌های اکستروودینگ (Extruding)، کشش (Drawing)، تکسچرینگ (Texturing) یا برش مواد نسجی سنتتیک یا مصنوعی.	۵ میلیون دلار
۸۴۴۵	ماشین‌های حلاجی، ریسندگی، دولاکنی یا نختابی و سایر ماشین‌آلات و دستگاهها برای تولید نخهای نساجی	۳۲/۲ میلیون دلار
۸۴۴۶	ماشین‌های بافندگی تار پودی	۲۳/۱۵ میلیون دلار
۸۴۴۷	ماشین‌های بافندگی حلقوی، کشباف و...	۲۹/۱۲ میلیون دلار
۸۴۴۸	ماشین‌ها و دستگاه‌های کمکی برای ماشین‌های ۸۴۴۴ تا ۸۴۴	۵۴/۳ میلیون دلار
۸۴۴۹	ماشین‌ها یا دستگاه‌های تولید و تکمیل نمد و منسوجات بی بافت‌ها	۳/۶ میلیون دلار
۸۴۵۱	ماشین‌های رنگرزی، چاپ، تکمیل و آهار زدن، آغستن و یا اندودن نخها و یا پارچه‌ها	۶۸۰/۸ میلیون دلار
جمع		۸۲۸/۱۴ میلیون دلار

جدول ۱-۶- ارزش واردات ماشین‌آلات نساجی ترکیه در ۲۰۲۳ [۲۱]

تعرفه	توضیح	ارزش
۸۴۴۴	ماشین‌های اکستروودینگ (Extruding)، کشش (Drawing)، تکسچرینگ (Texturing) یا برش مواد نسجی سنتتیک یا مصنوعی.	۱۷۸ میلیون دلار
۸۴۴۵	ماشین‌های حلاجی، ریسندگی، دولاکنی یا نختابی و سایر ماشین‌آلات و دستگاهها برای تولید نخهای نساجی	۶۹۴/۵ میلیون دلار
۸۴۴۶	ماشین‌های بافندگی تار پودی	۲۱۴/۷ میلیون دلار
۸۴۴۷	ماشین‌های بافندگی حلقوی، کشباف و...	۲۲۸ میلیون دلار
۸۴۴۸	ماشین‌ها و دستگاه‌های کمکی برای ماشین‌های ۸۴۴۴ تا ۸۴۴	۱۸۷ میلیون دلار
۸۴۴۹	ماشین‌ها یا دستگاه‌های تولید و تکمیل نمد و منسوجات بی بافت‌ها	۴۱/۴ میلیون دلار
۸۴۵۱	ماشین‌های رنگرزی، چاپ، تکمیل و آهار زدن، آغستن و یا اندودن نخها و یا پارچه‌ها	۲۹۳/۷ میلیون دلار
جمع		۱/۸۳۸ میلیارد دلار

## ۱-۴ مقایسه بخش نساجی با سایر صنایع بزرگ ترکیه

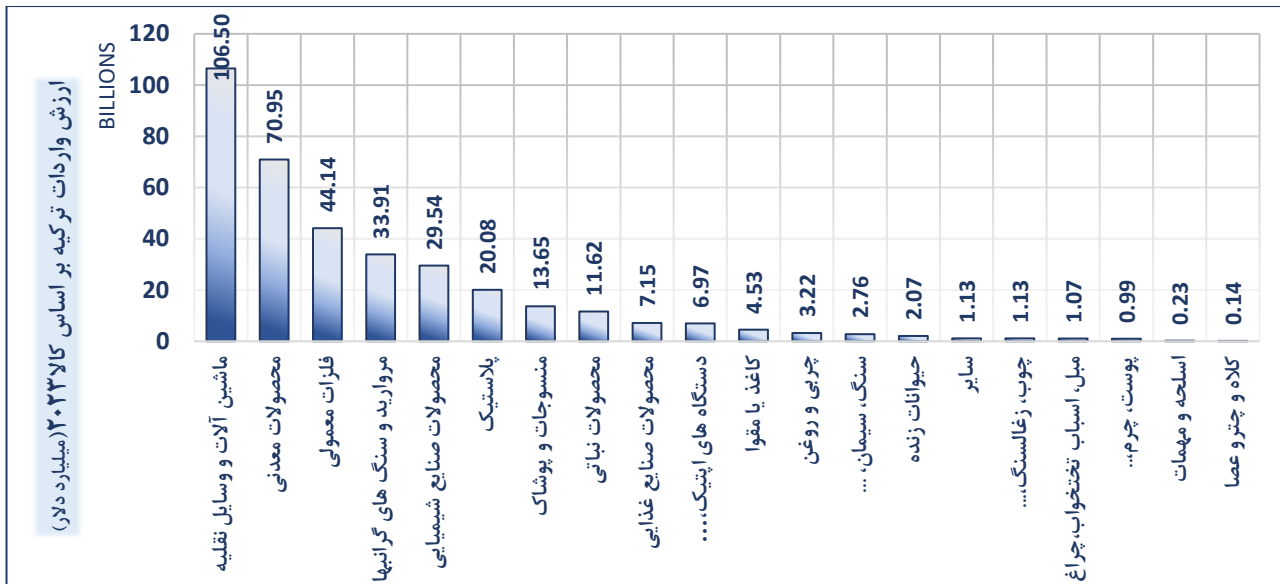
در نمودار شکل زیر، ارزش صادرات سال ۲۰۲۳ ترکیه، به تفکیک کالاهای صادر شده نشان داده شده است. مبنای طبقه‌بندی انجام شده در این نمودار و نمودار شکل بعد، نه کد تعرفه‌های برتر تجارت ترکیه (۲۷،۸۴،۷۱ و...)، بلکه بر اساس مقررات صادرات و واردات سال ۱۴۰۲ ایران و دسته‌بندی انجام شده در آن برای کد تعرفه‌های مختلف است.<sup>۵</sup> همانطور که در این نمودار مشاهده می‌شود، صنعت نساجی و پوشاک ترکیه (محصولات مربوط به کد تعرفه‌های ۵۰ تا ۶۴) با دارا بودن سهم ۱۳/۴ درصدی از کل صادرات این کشور در سال ۲۰۲۳، دومین صنعت کلیدی ترکیه، پس از بخش خودروسازی (وسائل نقلیه به ارزش ۳۶/۱۲ میلیارد دلار) و تولید ماشین‌آلات و وسائل مکانیکی (۴۰ میلیارد دلار) بوده است [۲۱].



منبع: ITC

همینطور با توجه به ارزش کالاهای وارداتی ترکیه در همین سال (شکل صفحه بعد) مشاهده می‌شود با وجود باقی ماندن واردات خودرو و ماشین‌آلات مکانیکی ترکیه در رتبه اول (وسائل نقلیه به ارزش ۳۷/۷۴ میلیارد دلار و ماشین‌آلات مکانیکی و برقی به ارزش ۶۸/۸ میلیارد دلار)، ارزش واردات منسوجات و پوشاک ترکیه با ۳/۷۷ درصد از مقدار کل واردات، رتبه ۷ام را در میان محصولات وارداتی ترکیه به خود اختصاص داده است [۲۱].

<sup>۵</sup> در این طبقه‌بندی، کد تعرفه‌های ۱ تا ۵ به حیوانات زنده، ۶ تا ۱۴ به محصولات نباتی، ۱۵ به چرمی‌ها، ۱۶ تا ۲۴ به محصولات صنایع غذایی، ۲۵ تا ۲۷ محصولات معدنی، ۲۸ تا ۳۸ به محصولات صنایع شیمیایی، ۳۹ و ۴۰ به مواد پلاستیکی، ۴۱ تا ۴۳ به پوست خام و چرم، ۴۴ تا ۴۶ چوب و زغال چوب، ۴۷ تا ۴۹ به خمیر چوب، کاغذ یا مقوا، ۵۰ تا ۶۴ به منسوجات و پوشاک، ۶۵ تا ۶۷ به کلاه، چتر، عصا و پر، ۶۸ تا ۷۰ به سنگ و سیمان، ۷۱ به سنگ‌های گرانبها از جمله مروارید، ۷۲ تا ۸۳ فلزات معمولی، ۸۴ تا ۸۹ به ماشین‌آلات مکانیکی و وسائل نقلیه، ۹۰ تا ۹۲ دستگاه‌های اپتیک و عکاسی، ۹۳ به اسلحه و مهمات و ۹۴ به مبل و اسباب رخت‌خواب و از ۹۴ به بعد به سایر کالاها تعلق دارد.



منبع: ITC

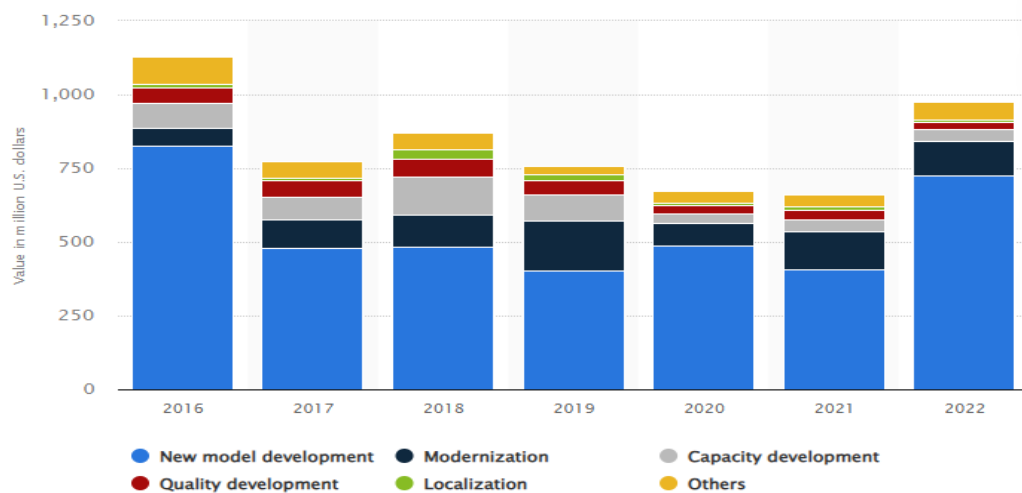
### صنعت خودروسازی ترکیه

همانطور که در جداول بالا نیز مشاهده شد، صنعت خودرو سازی و تولید ماشین آلات مختلف در ترکیه نقش مهمی در اقتصاد تولیدی این کشور ایفا می‌کند. در سال ۲۰۲۲، نزدیک به ۱/۳۵ میلیون وسیله نقلیه موتوری در ترکیه تولید شد که آن را به سیزدهمین تولیدکننده بزرگ خودرو در جهان تبدیل کرد. شرکت‌های ترک Otokar، TEMSA و BMC از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان ون، اتوبوس و کامیون در جهان هستند و شرکت Togg اولین شرکت خودروسازی تمام الکتریکی ترکیه است [۲۳].



شکل ۱-۸- تصویر نمونه‌ای از اتوبوس‌های ترک ساخته شده توسط برند اوتوکار [۲۳]

تا سال ۲۰۲۲، نزدیک به ۵۶ هزار و ۷۰۰ نفر شامل ۱۲/۳٪ خانم در این صنعت مشغول به کار بوده‌اند که بیشترین تعداد ثبت شده کارمندان این بخش، در بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ بوده است [۲۴].



شکل ۱-۹- ارزش سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در پروژه‌های مختلف بخش خودروسازی از ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۲ [۲۵]

همانطور که در شکل ۱-۹ به تفصیل نمایش داده شده است، تنها در سال ۲۰۲۲، ۷۲۷ میلیون دلار برای توسعه مدل‌های جدید و ۱۱۷ میلیون دلار در پروژه‌های نوسازی این بخش صنعتی ترکیه سرمایه‌گذاری شده است [۲۵].

بخش دوم

مسیر و عوامل رشد ترکیه در صنعت نساجی و پوشاک

## ۲-۱- عوامل رشد ترکیه در صنعت نساجی و پوشاک

در یک دهه گذشته، گسترش فروشگاه‌ها در کشورهای خارجی سرعت گرفته است؛ زیرا شرکت‌های خرده‌فروش بزرگ ترکیه، بخشی از سهام خود را به شرکت‌های سرمایه‌گذار بین‌المللی فروخته‌اند. تمایل این سرمایه‌گذاران بین‌المللی برای مشارکت با شرکت‌های ترک، نشان دهنده موفقیت شناخته شده کسب و کارهای ترک در صحنه جهانی است. توسعه زیر ساخت‌ها، به کارگیری فناوری‌های روز، توسعه دانش منابع انسانی و همچنین به کارگیری استانداردهای بین‌المللی در تولید، کنترل کیفیت و محیط زیست، همگی در این پیشرفت نقش داشته‌اند [۲۱].

آگاهی از مسیر طی شده توسط ترکیه، در جهت ارتقاء تولید و ارائه جهانی محصولات آن، برای کسب درکی درست از چگونگی رسیدن محصولات ترک به جایگاه امروزی آنها در بازار منسوجات و پوشاک، امری تعیین کننده است. نحوه تعامل این کشور با فرصت‌ها و موانع مسیر، می‌تواند چراغ راهی برای پیشرفت سایر کشورهایی باشد که به دنبال طی کردن مسیری مشابه می‌باشند. برای نیل به این هدف، در ادامه از برخی از عوامل موفقیت و موانع مسیر رشد این کشور گفته و تلاش شده است تا با استفاده از تمامی منابع در دسترس، تحلیلی صحیح از آن به دست آید.



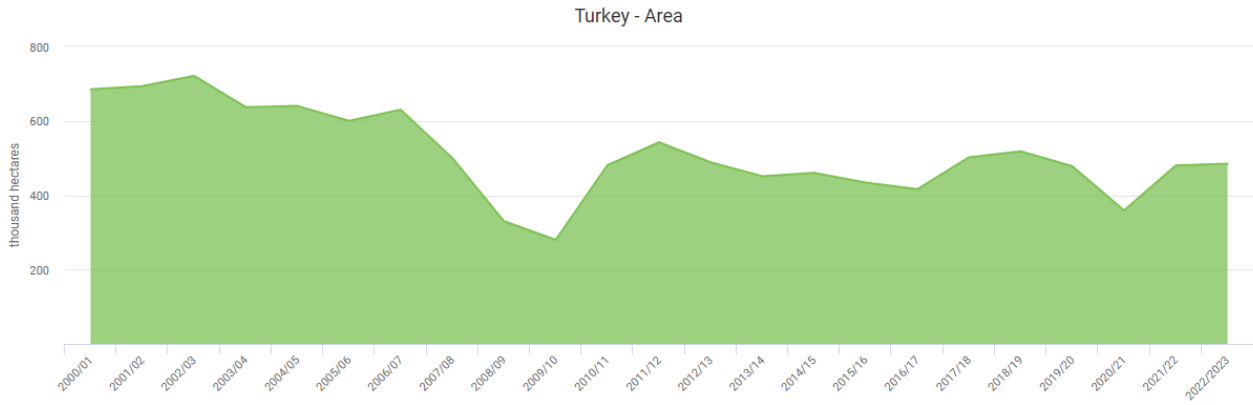
extim.de

## ۲-۱-۱- موقعیت استراتژیک

موقعیت استراتژیک و جغرافیایی مطلوب ترکیه میان آسیا و اروپا، باعث رونق تولید پوشاک در ترکیه شده و تولیدکنندگان ترک را قادر به صادرات کالاها با هزینه لجستیکی کمتر و سود بیشتر به بازارهای غربی به خصوص بازارهای اروپا کرده است.

## ۲-۱-۲- تولید مواد اولیه و ماشین آلات مورد نیاز

این کشور منبع غنی‌ای از مواد اولیه‌ای است که از آنها برای تولیدات خود استفاده می‌کند. از مهم‌ترین این مواد، پنبه است. ترکیه یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان پنبه (هفتمین صادر کننده پنبه در جهان) است. با این وجود، این کشور با واردات ۲/۷۶ میلیارد دلار پنبه در همین سال، به چهارمین واردکننده بزرگ پنبه خام در جهان نیز تبدیل شده است (OECD). ترکیه همچنین دارای بخش ریسندگی قوی و پیچیده‌ای است که این امکان را در اختیار صنعت این کشور قرار می‌دهد که نیازهای متنوع مشتریان خود را برآورده کرده و سیستم تولید پارچه آن انعطاف‌پذیرتر می‌کند.



شکل ۱-۹- تغییر سطح زیر کشت پنبه ترکیه در طی ۲۳ سال اخیر [۲۷]

## ۲-۱-۳- پیروی از استانداردهای بین‌المللی، پایداری و توافق سبز

افزایش تقاضای جهانی برای الیاف ارگانیک و محصولات تولید شده از آنها، ضرورت پیروی از استانداردهایی مشخص و بعضاً سخت‌گیرانه در تمام مراحل زنجیره تولید منسوجات را دوچندان کرده است. تولید محصولات ارگانیک، باکیفیت و دارای گواهی‌نامه استانداردهای معتبر به تولیدکنندگان این حوزه این امکان را می‌دهد که محصولات خود را در سطح خوبی به بازارهای مهم ارائه کنند.

برای تضمین وضعیت ارگانیک بودن محصولات نساجی، شرکت‌های بین‌المللی‌ای در سراسر جهان وجود دارند که در جهت ایجاد استانداردهای GOTS صلاحیت داشته و تلاش می‌کنند. GOTS یا "استانداردهای جهانی نساجی ارگانیک"، مهم‌ترین استاندارد مربوط به فرآیند تولید محصولات نساجی ساخته شده از الیاف آلی در سراسر جهان است. هدف گواهی GOTS ارائه یک اطمینان از وضعیت ارگانیک بودن محصولات نساجی به مصرف‌کنندگان نهایی است؛ به این معنا که آن منسوج، از مرحله برداشت اولیه تا بسته‌بندی نهایی در برابر محیط زیست و اجتماع به طور مسئولانه‌ای تولید شده است. کارگروه بین‌المللی استاندارد نساجی ارگانیک جهانی، از چهار سازمان عضو شناخته شده OTA (آمریکا)، IVN (آلمان)، انجمن خاک (بریتانیا) و JOCA (ژاپن) تشکیل شده است. این اعضا با استفاده از تجارب خود در حوزه کشاورزی ارگانیک، به همراه دیگر سازمان‌ها و کارشناسان بین‌المللی به GOTS کمک می‌کنند [۲۹ و ۳۰].

انجمن صادرکنندگان پوشاک استانبول (IHKIB) به طور فعال اصول قرارداد سبز اروپا را پیگیری کرده و بر رعایت استانداردهای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی (ESG) تاکید دارد. این تغییر به سمت پایداری، جایگاه ترکیه را در رقابت در بازارهای جهانی به ویژه اروپا که محصولات دوستدار محیط زیست در آن طرفداران زیادی دارند، حفظ می‌نماید. شرکت‌های پوشاک ترکیه از استانداردهای بین‌المللی پایداری دیگری، مانند استاندارد جهانی بازیافت (GRS) استاندارد بازیافتی RCS، استاندارد OEKO-100 که مربوط به مواد اولیه مضر برای طبیعت است و استاندارد ایزو (ISO) مرتبط با ارزیابی چرخه عمر کالاها (LCA) را پیروی می‌کنند. این کشور همچنین مطابق با مقررات اتحادیه اروپا در مورد ثبت، ارزیابی، مجوز و محدودیت استفاده از برخی از مواد شیمیایی (REACH) عمل می‌کند [۲۹ و ۳۰].

در مورد پنبه، ترکیه سال‌ها است که بر روی افزایش کشت و اتخاذ روش‌های پایدارتر سرمایه‌گذاری کرده است. از ۷۴۰ هزار تن محصول پنبه در طی سال ۲۰۲۱-۲۰۲۲، حدود ۱۰۰ هزار تن از استاندارد BCI<sup>۶</sup> پیروی می‌کردند. بر اساس آمار وزارت کشاورزی و جنگلداری ترکیه، تولید پنبه ارگانیک این کشور نیز با ۳۸ هزار تن تولید در سال ۲۰۲۳ در حال افزایش است. از دیگر موارد پرداخته شده در این زمینه، پروژه "پنبه ترک بدون GMO"<sup>۷</sup> است که توسط بورس کالای ازمیر و شورای ملی پنبه کلید خورد. بدون GMO بودن پنبه، به نحوی زیرمجموعه ارگانیک بودن آن است، به این معنا که هر ماده ارگانیکی بدون GMO بوده و دچار دستکاری ژنتیکی نشده است؛ اما هر ماده بدون GMO ای لزوماً تمامی مشخصه‌های ارگانیک بودن را ندارد. تمام پنبه تولید شده در ترکیه، بدون GMO می‌باشد و ترکیه بزرگ‌ترین تولیدکننده پنبه بدون GMO در جهان است. پنبه ارگانیک به پنبه‌ای گفته می‌شود که به صورت ارگانیک از گیاهان غیر اصلاح شده ژنتیکی، بدون مواد شیمیایی مصنوعی و پایدارکننده کشاورزی همچون کود، سوم و آفتکش‌ها رشد می‌کند [۲].

تولیدکنندگان کتان و کف ترکیه، علاوه بر GOTS و کلاس ۱۰۰ استاندارد OEKO-TEX، از استاندارد FLAX اروپا نیز پیروی می‌کنند. استاندارد FLAX، فرآیند تولید دوستدار محیط زیست با GMO و ضایعات صفر را تضمین می‌کند. طبق این استاندارد، فرآیند حذف الیاف (Scutching) به صورت ۱۰۰٪ مکانیکی، یعنی بدون هیچ گونه مواد شیمیایی صورت می‌گیرد و از تمام گیاه برداشت شده بدون ایجاد زباله استفاده می‌شود. محصولات دارای این گواهینامه، منشاء الیاف آنها و میزان پایداری محیطی‌شان قابل ردیابی است. شرایط تولید الیاف در این استاندارد توسط کنفدراسیون کتان و کف اروپا یا CELC تعیین شده و تمامی معاملات و مراحل فروش محصولات آن، به صورت جهانی قابل رصد هستند [۲۹ و ۳۰].

همچنین علامت CE<sup>۸</sup> بر روی یک محصول نیز شاخصی است که نشان می‌دهد استفاده از آن محصول برای هدف مورد نظر، آسیبی به فرد، محیط زیست و بافت گیاهی و جانوری پیرامون آن وارد نمی‌کند و محصول با کلیه الزامات بهداشتی، ایمنی، عملکردی و زیست محیطی اروپا انطباق دارند. دارا بودن این علامت برای تمامی محصولات اتحادیه اروپا و ترکیه الزامی است [۲۶].

## ۲-۱-۴- توافق‌نامه‌های گمرکی با کشورهای مختلف

سرعت فعلی توسعه این بخش در ترکیه، با تولید محصولات صادراتی به بازارهای آمریکا و اروپا آغاز شد. از سال ۱۹۹۶، زمانی که توافق‌نامه گمرکی ترکیه و اتحادیه اروپا اجرایی شد، امکان صادرات این کشور به بازار اتحادیه اروپا بدون هیچ گونه تعرفه‌ای به وجود آمد. در سال ۲۰۰۷ چین نیز شروع به صادرات بدون تعرفه به بازار اتحادیه اروپا کرد و به همین دلیل، ترکیه در دهه اخیر، برای رقابت با این رقیب بزرگ، تمرکز خود را به جای رقابت بر اساس قیمت، بر ارتقاء کیفیت منسوجات و افزایش ارزش افزوده کالاهایش قرار داده است [۱۵].

علاوه بر این، این کشور قراردادهای تجارت آزاد دیگری را نیز با سایر کشورها امضا کرده است. آلبانی، آذربایجان، بوسنی-هرزگوین، مصر، گرجستان، اسرائیل (که عملاً تا می ۲۰۲۴ برقرار بود)، لبنان، مالزی، مراکش، صربستان، سنگاپور، کره جنوبی، سودان، تونس، اوکراین، امارات، انگلیس و ونزوئلا از جمله این کشورها هستند [۲۰].

هیئت‌های تجاری‌ای از ترکیه به طور مداوم، با هماهنگی وزارت بازرگانی، مجمع صادرکنندگان ترکیه (TIM) و دبیرخانه عمومی انجمن‌های صادرکنندگان نساجی و پوشاک استانبول (iTHKiB) به کشورهای مختلف سفر کرده و در جریان برگزاری نشست‌های دوجانبه تجاری متعدد با هم‌تایان خود، با حضور نمایندگان شرکت‌های فعال در زمینه نساجی و مواد اولیه، پوشاک و فرش و سایر حوزه‌ها، به رایزنی و امضاء تفاهم‌نامه‌های مختلف پرداخته و سرمایه‌گذاران و پیمانکاران آن کشورها را تشویق به سرمایه‌گذاری و تحقق پروژه‌های بزرگ می‌کنند [۳۱].

<sup>۶</sup> Better Cotton Initiative (BCI)

<sup>۷</sup> genetically modified organism

<sup>۸</sup> Conformité Européenne



## ۲-۱-۵- سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پیشرفته و جدید صنعتی

علاوه بر جایگاه جغرافیایی، استفاده از فرایندهای تولید انعطاف‌پذیر، کیفیت و دوام بالا، طراحی منحصر به فرد و مقرون به صرفه بودن منسوجات و پوشاک ترکیه مزیت رقابتی دیگری برای صنعت این کشور محسوب می‌شود.

به گفته پرایس واتر هاوس کوپرز<sup>۹</sup>، شرکت خدمات مشاوره حرفه‌ای مدیریت و سرمایه‌گذاری بریتانیایی، پیش‌بینی می‌شود که تولید ناخالص داخلی ترکیه در سال ۲۰۲۳، ۱/۵ برابر و تا سال ۲۰۵۰ تا حدوداً ۲/۵ برابر رشد کند و این کشور تبدیل به یازدهمین اقتصاد بزرگ جهان شود. برای دستیابی به این هدف، باید قیمت هر کیلو از صادرات محصولات نساجی ترکیه (که در سال ۲۰۱۵ نزدیک به ۱/۴۴ دلار بوده است) به ۳/۷۳ دلار بر کیلوگرم، و برای بخش پوشاک آماده ۱۳/۲ دلار بر کیلوگرم شود و نقشه‌های راه به تفصیل تهیه شود. محققان ترک دریافته‌اند که مهم‌ترین عامل افزایش قیمت هر کیلو صادرات کالای نساجی یا پوشاک آماده، نسبت آن محصولات با بالابودن فناوری‌های تولید آن است. این نسبت در ترکیه حدود ۰/۴٪ و در کشورهای توسعه یافته به طور متوسط بین ۲۰ تا ۲۵٪ است. در نتیجه تمرکز ترکیه بر این است که مشابه آنچه در صنعت هوافضا و دفاعی آن اتفاق افتاد، با ایجاد اکوسیستمی نوآور میان هر دو بخش با فناوری‌های پیشرفته و بخش سنتی این هدف را محقق سازد.

Tablo 1. Ülkelerin kilogram başına ihracat değerlerinin 2001-2015 yılları arasındaki değişimi [5]

Ülke	2001	2015	Değişim (%)
Japonya	3.44	3.86	12.21
Almanya	1.98	3.68	85.86
İtalya	2.04	3.21	57.35
Güney Kore	1.41	2.70	91.49
ABD	1.74	1.98	13.79
Polonya	0.55	1.87	240.00
İspanya	1.28	1.79	39.84
Çin	0.96	1.55	61.46
Türkiye	0.69	1.44	108.7
Malezya	0.88	1.07	21.59

## ۲-۱-۶- مشوق‌های داخلی برای سرمایه‌گذاری در این بخش

وزارت بازرگانی ترکیه رنج گسترده‌ای از برنامه‌های حمایتی برای کسب و کارهای ترک ارائه کرده است از جمله پشتیبانی برای ورود به بازار (۵۰٪ تا سقف ۴ میلیون لیر ترکیه)، انجام تحقیقات در مورد بازار بین‌المللی (۱۰۰ هزار لیر ترکیه برای هر سفر)، پشتیبانی از شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی معتبر داخلی و خارجی (تا حداکثر ۵ نمایشگاه در سال و برای هر کدام تا سقف ۱/۳۵۷ میلیون لیر ترکیه)، انجام تبلیغات بین‌المللی در خارج از کشور (از ۴/۵ تا ۷/۲ میلیون لیر ترکیه)، ثبت علامت تجاری خارجی (تا ۱/۳۵ میلیون لیر به مدت ۴ سال)، حمایت از ایجاد واحد بازرگانی بین‌المللی در خارج از کشور (برای هر واحد ۳/۶۱۹ میلیون لیر) و به طور خاص، در حوزه زنجیره تامین جهانی (۵۰٪ تا سقف ۱۵ میلیون لیر و مدت دو سال) و پشتیبانی از پروژه‌های طراحی و توسعه محصول به طور مشخص در هزینه‌های استخدام، ابزار و تجهیزات، نرم افزار و وب سایت تا ۹ میلیون لیر [۳۲ و ۳۳].

علاوه بر وزارت بازرگانی ترکیه، موسساتی از جمله "شورای تحقیقات علمی و فناوری ترکیه" یا (TÜBİTAK) و "اداره پشتیبانی از شرکت‌های کوچک و متوسط" یا (KOSGEB) که زیر مجموعه وزارت صنعت و تکنولوژی ترکیه است، و برنامه‌های حمایتی منطقه‌ای برای سرمایه‌گذاری در بخش نساجی، حمایت‌های گسترده‌ای را برای فعالان این بخش در نظر گرفته‌اند. حمایت‌های ارائه شده در بخش نساجی تحت عناوین "پروژه محور" و "حمایت عمومی" تقسیم می‌شوند. برای مثال، بخشی از حمایت‌های پروژه محور TÜBİTAK شامل ۷۵٪ تمامی هزینه‌های پروژه‌های دارای نوآوری، تحقیق و توسعه پروژه‌های واجد شرایطی که به دنبال تولید

<sup>۹</sup> PricewaterhouseCoopers(PWC)

محصولات جدید، توسعه یا بهبود محصولات موجود، افزایش کیفیت یا اخذ گواهی‌نامه‌های استاندارد محصول یا توسعه فناوری‌های جدیدی که هزینه‌های تولید را کاهش می‌دهند هستند می‌شود. برای این بسته حمایتی ذکر شده هیچ محدودیت سقف هزینه‌ای وجود ندارد و تنها برای پروژه‌های با ارزش بالای ۵ میلیون لیر، پیش از تخصیص حمایت‌ها امکان‌سنجی به عمل آورد می‌شود. جزییات هر طرح حمایتی این چنین موسساتی در سایت آنها با ذکر جزییات شرح داده شده است [۳۳ و ۳۴]. تمامی این موارد به همراه سرمایه‌گذاری‌های گسترده اتحادیه اروپا از زمان توافق نامه آنکارا تا زمان تفاهم‌نامه‌های گمرکی مشترک آنها، دست به دست یکدیگر داده و باعث رشد و بالندگی صنعت نساجی این کشور شده‌اند.

## ۲-۲- چالش‌ها و فرصت‌ها

صنعت نساجی و پوشاک ترکیه، با وجود اهمیت و سابقه عالی آن، با موانع و چالش‌های متعددی روبه‌رو بوده است. با وجود نزدیکی به اروپا، صادرات ترکیه به این قاره کاهش یافته است، هرچند که پیش‌بینی می‌شود شرایط این صنعت در نیمه دوم سال ۲۰۲۴ بهبود یابد. برای اینکه ترکیه بتواند پیشرفت‌های سال‌های اخیر خود را حفظ کرده و به آن ادامه دهد، باید بتواند از چالش‌های مهمی عبور کند که انعطاف‌پذیری اقتصادی، مبارزه با فقر و پایداری سبز از جمله آنها هستند [۵].

از جمله این چالش‌ها، لزوم رقابت با کشور چین، کشوری که با تولیدات عظیم نساجی و نوآوری‌های فناورانه و فرآیندهای تولید بهینه خود شناخته می‌شود است. هادی کاراسو، رئیس انجمن تولیدکنندگان پوشاک ترکیه (TGSD) چندی پیش از تهدید شمردن پروژه "یک کمربند، یک جاده" چین برای صنعت پوشاک ترکیه گفته بود. براساس گفته‌های وی، این پروژه باعث راحت‌تر شدن دسترسی چین و محصولات ارزان قیمت آن به بازارهای اتحادیه اروپا و به خطر افتادن مزیت رقابتی مهم ترکیه، یعنی موقعیت استراتژیک و نزدیکی آن به بازار اروپا می‌شود. به همین دلیل با پیشروی بیشتر چین در این زمینه، ترکیه همانطور که پیشتر به آن اشاره شد، به دنبال تولید پوشاکی با طراحی خلاقانه‌تر برای گروه هدف پردرآمدتر افتاد؛ هرچند که این بازار ترکیه نیز تحت تاثیر منفی انعقاد قراردادهای تجارت آزاد اتحادیه اروپا با کره جنوبی و هند قرار گرفت. دولت ترکیه همچنان با طرح‌های حمایتی بیشتر خود از تولیدکنندگان داخلی به پشتیبانی از آنها در شرایط رقابتی بالای فعلی ادامه می‌دهد [۳۶].

از دیگر چالش‌های پیش‌روی ترکیه در ارتقاء جایگاه خود در این صنعت، مقابله با نوسانات اقتصادی جهانی، تغییر سریع در ترجیحات مصرف‌کنندگان، سرعت چرخه بازار و مد، تغییرات سریع فناوری‌های موجود به علاوه چالش‌هایی که در کنترل عوامل داخلی از جمله تخصص نیروی کار و هزینه‌های تولید است [۳۷].

افزایش هزینه‌های تولید نیز چالش بسیار مهمی برای بقای تولیدات آن است. کارگران ترک، تحت فشار حداقل دستمزد و نوسانات نرخ ارز هستند. رقابت سخت این کشور با تولیدکنندگان آسیایی نیز با افزایش هزینه‌های حمل و نقل به اروپا، دشوارتر شده است. با این وجود ترکیه برای بهبود شرایط، به دنبال بازارهای جدید است و برای تنوع بخشیدن به صادرات بر مناطق جدیدی مانند مکزیک، کلمبیا و استرالیا تمرکز می‌کند. این صنعت به طور فعال سفر هیات‌هایی را به بازارهای جدید و بالقوه سازماندهی می‌کند تا با آنها ارتباط برقرار کرده و فرصت‌های جدیدی را برای صادرات خود مهیا کند. مسئولان این کشور متوجه هستند که ترکیه برای حرکت به جلو، نیازمند پیروی از استراتژی‌های درست، تمرکز بر ارزش برند و تمایز در ارائه محصولات خود است. تاکید بر برندسازی، پیشرفت در حوزه الکترونیک و انطباق با تقاضاهای در حال تغییر بازار، موضوعی است که توجه به آن برای بقای رشد و بالندگی این صنعت در ترکیه الزامی است. ترکیه همچنین باید بر روی حداقل دستمزد کارگران خود در مقایسه با منطقه کار کند تا در عین حفظ نیروی کار و افزایش اشتغال، رقابت‌پذیری محصولات تولیدی‌اش نیز پا برجا بماند. احمد اوکسور، رییس انجمن صادرکنندگان منسوجات و مواد خام استانبول (iTHiB)، ضمن تصدیق مشکلات موجود ابراز امیدواری کرده است تا با اراده این کشور برای کاوش در بازارهای جدید، مزیت استراتژیک نزدیکی به اروپا و استقبال از برندسازی، ترکیه بتواند همگام با نوسانات بازار حرکت کرده و جایگاه خود را در رقابت با سایر کشورهای قدرتمند این حوزه در بلند مدت محفوظ بدارد [۳۵].

در حالی که راه پیش‌رو ممکن است هموار نباشد، صنعت نساجی و پوشاک ترکیه، از خود انعطاف‌پذیری و رویکردی فعال برای غلبه بر چالش‌ها و استفاده از فرصت‌های نوظهور نشان می‌دهد. موفقیت این تلاش‌ها همراه با موفقیت استراتژیک آن هم در نساجی و هم در پوشاک در شکل دادن به عملکرد آن در باقی مانده سال ۲۰۲۴ و پس از آن بسیار مهم خواهد بود [۳۵].

- [1] <https://www.statista.com/topics/4844/textiles-and-clothing-industry-in-turkey/>
- [2] <https://www.textiletoday.com.bd/a-comprehensive-analysis-of-turkish-textile-and-apparel-industry>
- [3] <https://www.statista.com/statistics/236417/share-of-the-leading-global-textile-exporters-by-country/>
- [4] <https://www.statista.com/statistics/877148/turkey-human-development-index/>
- [5] <https://www.worldbank.org/en/country/turkey/overview1#>
- [6] <https://www.imf.org/en/Countries/TUR>
- [7] <https://www.statista.com/statistics/263757/gross-domestic-product-gdp-in-turkey/>
- [8] <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-05-03/turkish-inflation-jumps-again-as-central-bank-hopes-peak-is-near>
- [9] <https://www.statista.com/statistics/255494/share-of-economic-sectors-in-the-gross-domestic-product-in-turkey/>
- [10] [https://en.wikipedia.org/wiki/Economy\\_of\\_Turkey](https://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_Turkey)
- [11] <https://www.statista.com/statistics/277044/inflation-rate-in-turkey/>
- [12] <https://www.imf.org/en/Countries/TUR>
- [13] <https://www.aljazeera.com/news/18/6/2023/why-is-the-turkish-lira-still-falling-in-value>
- [14] <https://www.statista.com/statistics/933940/exchange-rate-try-vs-usd-monthly/>
- [15] [https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/tr/Sectoral\\_Roadmaps\\_Textile\\_Sector\\_in\\_Turkey-re2.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/tr/Sectoral_Roadmaps_Textile_Sector_in_Turkey-re2.pdf)
- [16] [https://www.allaboutturkey.com/industry.html#google\\_vignette](https://www.allaboutturkey.com/industry.html#google_vignette)
- [17] <https://www.focus-economics.com/country-indicator/turkey/industry>
- [18] <https://www.turkishgoods.com/post/blog/a-comprehensive-guide-to-the-textile-centers-of-turkiye>
- [19] [https://www.temizgiysi.org/wp-content/uploads/03/2017/CP\\_TR.pdf](https://www.temizgiysi.org/wp-content/uploads/03/2017/CP_TR.pdf)
- [20] <https://ozentekstilmakineleri.com/tekstil-makineleri-ihracati/>
- [21] <https://www.trademap.org/>
- [22] <https://www.turkishgoods.com/post/blog/a-comprehensive-guide-to-the-textile-centers-of-turkiye>
- [23] [https://en.wikipedia.org/wiki/Automotive\\_industry\\_in\\_Turkey](https://en.wikipedia.org/wiki/Automotive_industry_in_Turkey)
- [24] <https://www.statista.com/statistics/1369843/turkey-number-of-automotive-industry-employees/>
- [25] <https://www.statista.com/statistics/1369378/turkey-investments-in-the-automotive-industry-by-project-type/>
- [26] <https://trade.gov.tr/data/5b8fd58313b8761f041fee92/463509df3a740ee554c4aaa268811bc6.pdf>
- [27] <https://www.cottonportal.org/cotton/en/cotton-content/cotton-statistics>
- [20] <https://www.idmib.org.tr/storage/38753/%C4%B0DM%C4%B0B-Faaliyet-Raporu-2023.pdf>

- [29] <https://www.filofibra.com.tr/tr/blog/european-flax-certificate>
- [30] <https://www.filofibra.com.tr/tr/blog/global-organik-tekstil-standartlari>
- [31] <https://www.tim.org.tr/en/tim-delegation-held-more-than-350-bilateral-business-meetings-in-kuwait>
- [32] [https://www.idmib.org.tr/files/downloads/dis\\_ticaret/devlet\\_destekleri/devlet\\_destek\\_materyalleri\\_v4.pdf](https://www.idmib.org.tr/files/downloads/dis_ticaret/devlet_destekleri/devlet_destek_materyalleri_v4.pdf)
- [33] <https://odsdanismanlik.com/tr/makaleler/tekstil-sektorune-yonelik-yatirim-tesvikler-ve-genel-destekler/>
- [34] <https://www.kobi-line.com.tr/tekstil-sektorune-verilen-devlet-hibe-tesvik-destekleri>
- [35] <https://www.fashionatingworld.com/new1-2/turkish-textile-apparel-industry-navigating-challenges-and-embracing-opportunities-in-2024>
- [36] <https://www.textiletoday.com.bd/overview-turkish-textiles-clothing-industry>
- [37] [https://en.wikipedia.org/wiki/Free\\_trade\\_agreements\\_of\\_Turkey](https://en.wikipedia.org/wiki/Free_trade_agreements_of_Turkey)
- [38] [https://www.researchgate.net/publication/362556754\\_Competitiveness\\_Analysis\\_of\\_Textile\\_Industry\\_of\\_Turkey\\_Revealed\\_Comparative\\_Advantage\\_Approach](https://www.researchgate.net/publication/362556754_Competitiveness_Analysis_of_Textile_Industry_of_Turkey_Revealed_Comparative_Advantage_Approach)
- [39] <https://www.allaboutturkey.com/industry.html#:~:text=Manufacturing20%is20%the20%most20%important,and20%chemical20%products2%C2%electrical20%equipment.>
- [40] <https://enerjiverimliligi.enerji.gov.tr/template/dist/pdf/20%2022y%C%4B11%C%4B20%1tekstil20%sekt%C%3B6r%C%3BC20%k%C%4B1yaslama20%raporu20%y%C%3B6netici%20%C%3B6zeti.pdf>
- [41] <https://www.temsad.com/icerik.php?dil=2&id=1588247897>