

تجربه حمایت دولت ترکیه از صنایع نساجی و پوشاک این کشور

بخش دوم

مهندس احسان سلطانی - پژوهشگر و کارشناس اقتصادی

۸- مشوق‌ها و حمایت‌های دولت از صنایع نساجی و پوشاک ترکیه

در طی دهه هشتاد میلادی، مشوق‌ها و پشتیبانی‌های گسترده دولتی از تولید نساجی و پوشاک موجبات توسعه گسترده صنایع نساجی را فراهم ساخت و در نتیجه تولیدکنندگان پارچه قدرتمند شدند. همچنین مداخلات دولت در فعالیت واحدهای تولیدی کاهش یافت و به منظور بهبود وضعیت اقتصادی، دولت به سمت سیاست‌های اقتصادی صادرات‌گرا حرکت کرد و مشوق‌های حمایت از سرمایه‌گذاری را فراهم کرد. مطالعات انجام شده حاکی از این است که در دهه هشتاد میلادی برای سرمایه‌گذاری در بیش از ۲ هزار کارخانه نساجی، بیش از ۵ تریلیون لیر یارانه از طرف دولت پرداخت شد.

بخش تولید صنعتی (صنعت-ساخت) بخش عمده کمک‌های دولت به تولیدکنندگان داخلی را دریافت می‌کند. در سال ۲۰۰۲ میلادی، ۶۵ درصد از کل مجوزهای مشوق سرمایه‌گذاری به این بخش اعطا شد. نساجی و پوشاک و پس از آن صنایع غذایی اکثریت این مجوزها را به خود اختصاص داده‌اند. این بخش همچنین ذینفع اصلی مزایای استفاده از امتیازات تعرفه‌ای برای صادرات و همچنین اعتبارات و تضمین‌های صادراتی است.

صنایع نساجی، پوشاک و چرم استفاده‌کنندگان عمده و ذینفعان اصلی مشوق‌های ارائه شده تحت برنامه تشویق سرمایه‌گذاری عمومی در دهه نود میلادی و بعد از آن محسوب می‌شوند. برنامه تشویق سرمایه‌گذاری عمومی شامل مواردی مانند معافیت از پرداخت عوارض گمرکی و مالیات بر روی ماشین‌آلات و تجهیزات وارداتی، معافیت مالیات ارزش افزوده روی ماشین‌آلات و تجهیزات

وارداتی و داخلی خریداری شده، تخصیص اعتبار از بودجه عمومی دولت و معافیت‌های خاص بر روی مالیات، عوارض و پرداخت هزینه‌های عملیات بانکی و هزینه‌های رسمی ثبت زمین و شرکت می‌گردد. در سال ۲۰۰۲ میلادی، سرمایه‌گذاران در صنایع نساجی و پوشاک سهم ۲۶٫۱ درصد از کل مجوزهای مشوق سرمایه‌گذاری را به خود اختصاص دادند، در شرایطی که این سهم در سال ۱۹۹۹ میلادی ۱۵ درصد و در سال ۲۰۰۱ میلادی ۱۰ درصد بود. برنامه‌های اعتباری و تضمین بانک اعتباری صادرات ترکیه در میان مهم‌ترین مشوق‌های فراهم شده جهت سرمایه‌گذاران نساجی و پوشاک به شمار می‌رفت.

در صنایع نساجی، توجه خاص به فعالیت‌های طراحی، تولید کلکسیون، تبلیغات و بازاریابی، به منظور به دست آوردن سهم بیشتری از بازارهای جهانی از طریق پشتیبانی از رقابت‌پذیری، استفاده از ظرفیت‌های بلااستفاده تولیدی و تنوع و تکثر بازارها مبذول می‌گردد. با توجه به دشواری ایجاد برندها در مدت زمان کوتاه، اولویت اصلی ایجاد تصویر کالاهای با کیفیت بالای ساخت ترکیه است. در برنامه پنج‌ساله هشتم ترکیه (۵-۲۰۰۱ میلادی)، اولویت سیاست‌گذاری دولت در جهت افزایش کیفیت محصولات نساجی و پوشاک بود. در طی این برنامه و بعد از آن دولت ترکیه مجموعه متنوع و کاملی از سازمان‌ها و نهادهای پشتیبان و ابزارهای سیاست‌گذاری برای پشتیبانی و حمایت از صنایع نساجی و پوشاک را تجهیز کرد (جدول‌های ۲ و ۳).

طرح عملیاتی دولت ترکیه برای حمایت از صنایع نساجی، پوشاک و چرم شامل ۲۸ مورد ابتکار عمل‌های بیشتر نسبت به بخش‌های

دیگر اقتصادی است. با توجه به «برنامه عمل استراتژیک برای صنایع نساجی، پوشاک و چرم»، در صورت انتقال تولیدکنندگان با حداقل ۳۰ کارکن از مناطق توسعه یافته به مناطق با اولویت توسعه، آنها تا سقف ۵۰ درصد تخفیف هزینه انرژی الکتریکی، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، معافیت حقوق و عوارض گمرکی، پشتیبانی تسهیلات بانکی، معافیت سهم کارفرمای حق بیمه اجتماعی، تخفیف مالیات شرکت، تخصیص زمین مجانی و سرمایه‌گذاری و اعتبار بانکی با بهره صفر برخوردار بودند. این طرح ضمن انتقال کارخانجات از استانبول و مناطق پیرامونی به نواحی شرقی فقیرتر و کمتر توسعه یافته، آنها را در برابر هزینه‌های بالای انرژی، قیمت‌های رو به رشد نهادهای تولید، نرخ‌های بالای سود بانکی و کشورهای آسیایی ارزان‌قیمت، رقابتی‌تر می‌کند.

۸-۱- طرح مشوق‌های سرمایه‌گذاری دولت ترکیه

طرح جدید مشوق‌های سرمایه‌گذاری به‌طور خاص برای تشویق سرمایه‌گذاری‌های با ظرفیت کاهش وابستگی به واردات کالاهای واسطه‌ای که برای بخش‌های استراتژیک کشور حیاتی هستند، طراحی شده است. بعضی از اهداف اصلی طرح جدید مشوق‌های سرمایه‌گذاری عبارتند از کاهش کسری حساب جاری ارزی، حمایت از سرمایه‌گذاری در مناطق کمتر توسعه یافته، افزایش سطح ابزارهای پشتیبانی از صنعت، ترویج خوشه‌سازی فعالیت‌های اقتصادی و صنعتی و حمایت از سرمایه‌گذاری‌هایی که موجب انتقال فن‌آوری می‌شوند. این طرح از ابتدای ماه ژانویه سال ۲۰۱۲ میلادی اجرایی شد. سیستم جدید

جدول ۲. سازمان‌ها و نهادهای دولتی پشتیبان صنایع نساجی، پوشاک ترکیه

محدوده مسئولیت‌پذیری	نهادهای دولتی
موضوعات سیاست‌گذاری	سازمان برنامه‌ریزی دولتی
موضوعات تجارت خارجی	امور خارجه
مشوق‌های سرمایه‌گذاری	خزانه‌داری
موضوعات مرتبط با بازار داخلی	وزارت صنعت و تجارت
توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط	دفتر پشتیبانی و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط
گسترش تحقیق و توسعه	هیئت تحقیقات علمی و فناوری ترکیه

مأخذ: گزارش دولت ترکیه

جدول ۳. ابزارهای سیاست‌گذاری نهادهای پشتیبان صنایع نساجی، پوشاک ترکیه

برنامه‌های پایه	نهادهای دولتی
مشوق‌های سرمایه‌گذاری، توسعه منطقه‌ای و بنگاه‌های کوچک و متوسط	خزانه‌داری
پشتیبانی از آموزش، تحقیق و توسعه و بنگاه‌های کوچک و متوسط	امور خارجه
اعتبارات و تضمین‌های صادراتی	بانک اعتبار صادراتی ترکیه
حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط	دفتر پشتیبانی و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط
معافیت‌های مالیاتی کلی و منطقه‌ای	وزارت دارایی
کمک‌های منطقه‌ای و حمایت‌های تحقیق و توسعه،	وزارت صنعت و تجارت
حمایت از تحقیق و توسعه	هیئت تحقیقات علمی و فناوری ترکیه

مأخذ: گزارش دولت ترکیه

قابل توجهی برای صنایع نساجی و پوشاک ترکیه به همراه دارد.

۸-۲- استراتژی توسعه صنعتی ترکیه

وزارت صنعت و تجارت ترکیه در گزارش استراتژی صنعتی ۱۴-۲۰۱۱ میلادی ترکیه (با تمرکز در جهت عضویت در اتحادیه اروپا) بر فرآیند بازسازی صنایع نساجی، پوشاک، چرم و محصولات چرمی و تشویق جابجایی فعالیت-های کاربر این صنایع از بخش‌های غربی به مناطق کمتر توسعه یافته شرق ترکیه تاکید کرده است. در این شرایط شهرهای استانبول و ازمیر به مراکز طراحی، مد و تامین مالی خوشه‌سازی نساجی و پوشاک در سراسر ترکیه تبدیل می‌شوند. در این استراتژی سرمایه‌گذاری‌های پشتیبان تولید دوست‌دار محیط زیست، گسترش تحقیق و توسعه، توسعه محصولات، مهارت‌های نوآوری و نوسازی و بازسازی واحدها جهت صنایع نساجی و پوشاک درخواست شده است. علاوه بر این بر سرمایه‌گذاری در تولید محصولات پتروشیمی و پنبه جهت تامین مواد اولیه مورد نیاز صنایع نساجی تاکید شده است.

نظر به رقابت شدید از طرف چین و کشورهای تولیدکننده ارزان‌قیمت (شامل هند، ویتنام و بنگلادش) در عرصه صنایع نساجی و پوشاک، ترکیه مزیت نیروی کار ارزان را از دست داده است. در نتیجه منطقی است که برای صنایع نساجی و پوشاک ترکیه تحقیق و توسعه و توسعه محصولات اهمیت داشته باشد تا بتواند با فشارهای رقابتی جهانی کنار بیاید. بنابراین لازم است که این صنایع با تغییرات ساختاری از موقعیت یک «کشور تامین‌کننده» به سمت یک اقتصاد «بازارساز» حرکت کنند. علاوه بر این، دولت و بخش خصوصی برای شروع تولید منسوجات با فناوری بالا و چندمنظوره از طریق فعالیت‌های مبتنی بر تحقیق و توسعه، باید متعهد شوند.

برای تغییر الگوی تولید در صنایع نساجی و پوشاک، با در نظر داشتن محصولاتی که تقاضای

سرمایه‌گذاری منطقه‌ای بر اساس تقسیم‌بندی مناطق شش‌گانه در ترکیه و با هدف توسعه مناطق کمتر توسعه یافته، مشوق‌هایی را به این مناطق، به ویژه در شرق و جنوب شرق ترکیه اعطا می‌کند. علاوه بر مشوق‌های ذکر شده، همراه با اصلاح قانون مشوق‌ها در ۵ اکتبر سال ۲۰۱۶ میلادی، سرمایه‌گذاری در بخش‌هایی از صنایع با فناوری متوسط و بالا می‌تواند از مزایای منطقه چهار (صرف نظر از محل آن) استفاده کند که صنایع ساخت ماشین‌آلات فرآوری نساجی، پوشاک و چرم در شمول آنها محسوب می‌شود. در مجموع با توجه به بهره‌مندی عمومی و همچنین مزایای تولید پنبه و وجود نیروی کار و از سوی دیگر مشوق‌های سرمایه‌گذاری در منطقه جنوب شرقی و دیگر مناطق کمتر توسعه یافته، این طرح منافع

مشوق‌های سرمایه‌گذاری از چهار طرح متفاوت تشکیل شده است و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی از دسترسی برابر به آنها برخوردار هستند.

۱- طرح مشوق‌های سرمایه‌گذاری عمومی

۲- طرح مشوق‌های سرمایه‌گذاری منطقه‌ای

۳- طرح مشوق‌های سرمایه‌گذاری مقیاس بزرگ

۴- طرح مشوق‌های سرمایه‌گذاری راهبردی

ابزارهای پشتیبانی در چارچوب طرح مشوق‌های

سرمایه‌گذاری شامل (۱) معافیت‌های مالیات ارزش

افزوده، (۲) معافیت‌های حقوق و عوارض گمرکی

وارداتی، (۳) تخفیف‌های مالیاتی، (۴) اجازه ذخیره

مالیات درآمد، (۵) پشتیبانی پرداخت حق بیمه

تامین اجتماعی (سهام کارفرما)، (۶) پشتیبانی نرخ

سود بانکی، (۷) تخصیص زمین و (۸) بازگشت

مالیات ارزش افزوده می‌شوند. طرح مشوق‌های

اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا به صادرکنندگان نساجی و پوشاک ترکیه مزایای مهم و کلیدی معافیت از پرداخت حقوق و عوارض گمرکی و از سوی دیگر حذف سیستم سهمیه‌ای برای صادرات به این اتحادیه را اعطا کرد. در نتیجه پس از الحاق به اتحادیه گمرکی، ۶۵ درصد از صادرات نساجی و پوشاک ترکیه به اتحادیه اروپا انجام می‌شد. در همین حال ترکیه موافقت‌نامه‌های سهمیه نساجی اتحادیه اروپا با کشورهای ثالث را اتخاذ کرد و تا سال ۲۰۰۵ بر روی منسوجات وارداتی از این کشورها سهمیه‌بندی‌ها را ادامه داد. همچنین تحت چارچوب تصمیمات اتحادیه گمرکی ترکیه با اتحادیه اروپا که از سال ۱۹۹۶ میلادی اجرایی شد، ترکیه سهمیه‌ای برای واردات برخی از محصولات نساجی و منسوجات تعیین کرد. در این راستا مجوزهای واردات بر روی ۲۰۱ خط تعرفه‌ای تولیدات در سطح کدهای چهار رقمی تعرفه استفاده گردید. علاوه بر این، اقدامات ضد دامپینگ ترکیه عمدتاً بر نساجی و پوشاک، فلزات اساسی، پلاستیک و لاستیک و دیگر تولیدات سبک اعمال می‌شد. به عبارتی در شرایطی که ترکیه از مزایای خاص اتحادیه گمرکی برای صادرات به اتحادیه اروپا برخوردار بود، از مضرات ناشی از آن نیز تا حد امکان اجتناب می‌کرد.

در سال ۲۰۰۲ میلادی، سهمیه‌بندی برای واردات انواع محصولات نساجی و پوشاک (۱۰۷۱ مورد بر حسب کدهای تعرفه هشت رقمی) از ۲۱ کشور صورت گرفت که از بین آنها ۱۶ کشور عضو سازمان تجارت جهانی بودند. برخی از اعضای سازمان تجارت جهانی (هنگ کنگ، چین، هند و تایلند) ابراز نگرانی کردند که این محدودیت‌ها با تعهدات ترکیه مطابقت ندارد و در ماه فوریه سال ۱۹۹۸ میلادی، هند درخواست تشکیل یک پانل برای رسیدگی به موضوع را کرد.

تا قبل از سال ۲۰۰۵ میلادی سیستم سهمیه‌ای برای صادرات نساجی و پوشاک کشورها (به ویژه برای صادرات به اقتصادهای توسعه یافته) وجود داشت. دولت ترکیه سهمیه‌های صادراتی نساجی و

و غیررسمی است و خرده‌فروشان بزرگ از سهم بازار قابل توجهی برخوردار نیستند. همچنین در مقایسه با اقتصادهای توسعه یافته، در اقتصادهای کمتر توسعه یافته و در حال توسعه بخش رسمی اقتصاد و بنگاه‌های کوچک و متوسط دارای سهم کمتری نسبت به مشاغل خرد و بخش غیررسمی هستند. در این اقتصادها اعمال سیاست‌گذاری‌های مالیات بر مصرف مانند اخذ مالیات ارزش افزوده با اشکال روبرو می‌شود و بخش اعظم آن به بخش‌های رسمی و به خصوص واحدهای تولیدی منتقل می‌گردد.

در این راستا یکی از حمایت‌ها و مشوق‌های خاصی که دولت ترکیه برای صنایع نساجی و پوشاک داخلی قائل شده است، تخفیف قابل ملاحظه مالیات ارزش افزوده می‌باشد. در شرایطی که نرخ عمومی مالیات ارزش افزوده بر روی خدمات و کالاها ۱۸ درصد در ترکیه می‌باشد و حتی برای اقلام مهمی مانند خودرو و خدمات فراغت استثنا وجود ندارد، نرخ مالیات ارزش افزوده برای محصولات نساجی، پوشاک و چرم، مواد غذایی اساسی، خدمات آموزشی و کتاب، وسایل و تجهیزات پزشکی و خدمات گردشگری ۸ درصد تعیین شده است. این نرخ برای محصولات کشاورزی خام، روزنامه‌ها و خودروهای دست دوم یک درصد است.

۸-۴- حمایت‌های تجاری دولت ترکیه از صنایع نساجی و پوشاک

بطور کلی صنایع نساجی و پوشاک ترکیه ذینفع اصلی مزایای استفاده از امتیازات تعرفه‌ای برای صادرات و همچنین اعتبارات و تضمین‌های صادراتی به شمار می‌رود. ترکیه تحت عنوان آمادگی برای ورود به اتحادیه اروپا، در سال ۱۹۹۶ میلادی به اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا ملحق شد. این یک گام کلیدی و اساسی به سوی عضویت کامل در اتحادیه اروپا است و اجازه می‌دهد که تقریباً هر نوع کالا بدون هر گونه محدودیت‌های گمرکی بین اتحادیه اروپا و ترکیه جابجا شود. با عقد اتحادیه گمرکی، ترکیه به طور کامل در تجارت با اتحادیه اروپا درگیر و متحد شد.

آنها به طور مداوم در جهان افزایش می‌یابد، لازم است که به جای افزایش ظرفیت‌های فعلی، تمرکز سرمایه‌گذاری‌های جدید بر بهبود محتوای فناوری‌های تولید باشد. در این زمینه از سرمایه‌گذاری‌های لازم با مشوق‌ها و حمایت‌های دولتی پشتیبانی می‌شود. در چارچوب تصمیم شورای وزیران، میزان حمایت از صنایع نساجی و پوشاک در مناطق مختلف تعیین می‌شود. علاوه بر این، از انتقال شرکت‌های مناطق یک و دو به استان‌های منطقه چهار پشتیبانی می‌گردد.

صنایع نساجی و پوشاک همچنین از حمایت‌های دفتر تجارت خارجی نخست‌وزیر برای پشتیبانی از تحقیق و توسعه، کمک‌های دولتی برای کاهش هزینه‌های زیست محیطی، حمایت از تحقیقات بازار، کمک‌های آموزشی، کمک‌های ایجاد اشتغال، پشتیبانی از ایجاد دفاتر خارجی، ثبت اختراع، افزایش بهره‌وری، پشتیبانی برای طراحی صنعتی و هزینه ثبت علائم تجاری، حمایت از نمایشگاه‌ها و پشتیبانی از تولیدات ترکیه برای تبدیل شدن به برندهای تجاری در بازارهای بین‌المللی برخوردار می‌شوند. علاوه بر این صنایع نساجی می‌توانند از برنامه‌های پشتیبانی موسساتی مانند خزانه‌داری، دفتر پشتیبانی و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط، هیئت تحقیقات علمی و فناوری ترکیه و بانک اعتبار صادراتی ترکیه نیز استفاده کنند.

در برنامه‌های کمک‌های دولتی، از سرمایه‌گذاری در صنایع نساجی برای دستیابی به یک ساختار سازگار با محیط زیست، حمایت می‌شود. در حوزه پروژه مرکز پشتیبانی طرح کارآفرینی آنا تولی جنوب شرقی، حمایت‌ها و تلاش‌های مستمری برای ایجاد خوشه‌های نساجی صورت می‌گیرد.

۸-۳- مالیات ارزش افزوده

در اقتصادهایی که بازرگانی داخلی آنها توسعه کافی پیدا نکرده است، بخش اعظم توزیع داخلی (عمده‌فروشی و خرده‌فروشی) متشکل و ساختاریافته نیست. در این اقتصادها بخش توزیع تحت تسلط تعداد زیادی از خرده‌فروشان کوچک

پوشاک خود را به مزایده نمی گذاشت. به جای آن، بخش بزرگتر از سهمیه بندی در بین شرکت‌هایی توزیع می شد که در سال گذشته در همان دسته کالایی صادرات داشتند و سهمیه‌های باقیمانده به صادرکنندگان جدید این دسته از کالاها اختصاص می یافت.

توافق نامه روی نساجی و پوشاک سازمان تجارت جهانی پیش از سال ۲۰۰۵ میلادی اجرا می شد. بر اساس این توافق نامه ترکیه فهرستی از محصولات شامل مراحل اول، دوم و سوم ادغام در گات را ارائه کرد و حق خود در استفاده از مکانیزم محافظتی گذار از توافق نامه را محفوظ داشت. ترکیه در جهت مقابله با سهمیه‌های صادراتی نساجی و پوشاک، اقدام به عقد توافقنامه‌های دوجانبه تجاری با آمریکا و کانادا در خصوص اقلام معینی از منسوجات و پوشاک کرد.

در سپتامبر ۲۰۱۱ میلادی، دولت ترکیه تعرفه‌های بر روی واردات پارچه و پوشاک را اجرا کرد. این اقدام برای حفاظت از صنایع نساجی و پوشاک داخلی طراحی شده بود. نرخ‌های اضافی تعرفه واردات تا ۲۰ درصد در خصوص چند محصول نساجی و ۳۰ درصد در خصوص پوشاک است. در ژانویه ۲۰۱۲ میلادی، افزایش تعرفه‌ها شامل واردات نخ‌ها با تعرفه اضافی ۱۰ درصد گردید.

این اقدامات بر روی واردات از همه کشورها تاثیر می گذارد، جز کشورهایی که دارای موافقت نامه تجاری آزاد با ترکیه و اتحادیه اروپا هستند.

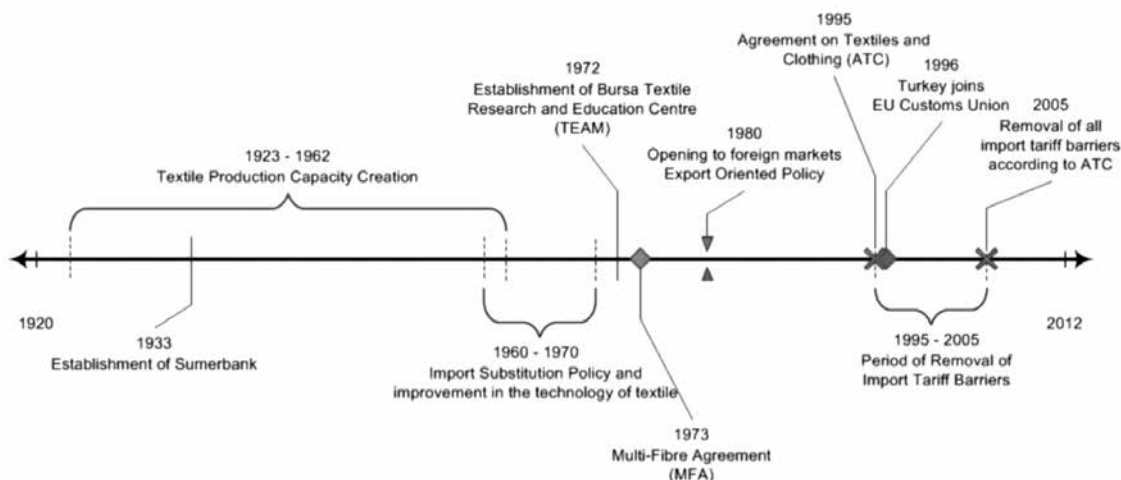
یکی از مؤثرترین مزایای رقابتی صنایع نساجی و پوشاک ترکیه این است که آنها قادر به پاسخ سریع و ارائه شرایط تحویل انعطاف پذیر هستند. صنایع نساجی و پوشاک ترکیه سفارشات را در زمان تحویل نسبتاً کوتاهی ارائه می کند که ابزار بسیار مهمی در تجارت بین المللی محسوب می شود. علاوه بر این، زمان‌های تحویل کوتاه اجازه می دهد که خرده فروشان با حداقل موجودی فعالیت کنند. زمان تحویل سریع به خصوص در رابطه با کالای مد (پوشاک) که دارای عمر محصول کوتاهی است، بسیار اهمیت دارد. با توجه به الگوی فعالیت خرده فروشان بزرگ پوشاک جهان مانند زارا و اچ اندام، بخش مهمی از بازار پوشاک اروپا به مد سریع اختصاص دارد که در نتیجه دسترسی مستقیم به بازار اروپا و تخصص در تحویل سریع اقلام کوچک به یکی از مزیت‌های رقابتی مهم صنایع نساجی و پوشاک ترکیه در مقایسه با کشورهای آسیایی، تبدیل شده است.

۸-۵- توافق نامه تجارت ترجیحی با ایران
توافقنامه‌های تجارت ترجیحی دو و چندجانبه

برای تسهیل تجارت بین دو یا چند کشور و کسب امتیازات تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای منعقد می شوند و نظر به گسترش آنها، هم اکنون نظام تجارت جهانی تحت تسلط توافقنامه‌های تجاری منطقه‌ای و ترجیحی قرار گرفته است. ترکیه یکی از کشورهایی به شمار می رود که به میزان قابل توجهی از این ابزار تجاری استفاده به عمل می آورد و تقریباً با همه کشورها توافقنامه تجارت ترجیحی منعقد کرده است. در اغلب این توافقنامه‌ها بر بازاریابی و اخذ امتیازات تجاری برای صنایع نساجی و پوشاک تاکید شده است.

توافقنامه تجارت ترجیحی ایران و ترکیه مثالی واضح از نقش حمایتی دولت ترکیه از صادرات نساجی و پوشاک این کشور محسوب می شود. بزرگترین بازنده توافقنامه تجارت ترجیحی ایران و ترکیه صنایع نساجی و پوشاک ایران به شمار می رود. بر طبق فهرست اقلام تعرفه‌ای توافقنامه، در صدر اقلامی که به ترکیه امتیاز داده شد، منسوجات و پوشاک با ۳۲ قلم کالایی (۲۶ درصد از کل) قرار دارد.

در طی سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۶ میلادی، صادرات اقلام تحت پوشش توافقنامه در زمینه منسوجات و پوشاک با ۲۹۴ درصد رشد به ۲۸۳ میلیون دلار افزایش یافت. عقد توافقنامه تجارت ترجیحی ایران



مأخذ: Turkey's Textiles and Apparel Cluster, Michael Porter

نمودار ۱۰. روند صادرات پوشاک (اقلام تحت پوشش توافقنامه تجارت ترجیحی) ترکیه به ایران (میلیون دلار)

بازتاب

می‌رفت. بنابراین سیاست‌های افزایش مخارج تحقیق و توسعه، تشویق کارآفرینی و توسعه محیط رقابتی در اولویت قرار گرفت.

۷-۸- برنامه تور کوالیتی

وزارت تجارت و صنعت ترکیه اولین و تنها برنامه پشتیبانی و مشوق علائم تجاری با منابع مالی دولتی تحت عنوان تور کوالیتی را از سال ۲۰۰۴ میلادی فعال کرد. این برنامه با هدف تقویت قدرت رقابت‌پذیری شرکت‌های ترکیه‌ای از طریق تشویق ایجاد علائم تجاری (برندهای) جهانی است. مطالعات اندازه‌گیری مزیت‌های نسبی نشان می‌دهد که مزیت نسبی و رقابت‌پذیری محصولات نساجی ترکیه در سطح اتحادیه اروپا طی سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۸ میلادی بهبود یافت. در ابتدا این برنامه از طراحان مد لباس ترکیه حمایت می‌کرد. در سال‌های ۲۰۰۴ و ۲۰۰۵ میلادی توسط برنامه تور کوالیتی از برگزاری هفته‌ها و شوهای مد ترکیه در روسیه، هلند، پاریس، نیویورک و ونیز حمایت شد (جدول ۴). از سال ۲۰۰۶ میلادی، برندهای شرکت‌ها نیز از برنامه تور کوالیتی سود بردند.

علائم تجاری (برندهای) ۳۰ شرکت در سال ۲۰۰۶ میلادی از این برنامه بهره‌مند شدند که ۱۲ مورد متعلق به بخش پوشاک است. در پایان سال

و ترکیه که یک سره به زبان صنایع کوچک و متوسط و به خصوص نساجی و پوشاک تنظیم شده بود، در تسریع صادرات منسوجات و پوشاک ترکیه بسیار تاثیرگذار بود. اجرای این توافقنامه موجب گردید ترکیه در طی سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ میلادی، از بالاترین میزان رشد صادرات نساجی و پوشاک به ایران برخوردار گردد، به صورتی که در طی فقط این دو سال صادرات نساجی و پوشاک ترکیه به ایران بیش از دو برابر و صادرات پوشاک ۶٫۵ برابر گردید. در طی دوره ۱۶-۲۰۱۳ میلادی صادرات پوشاک ترکیه به ایران، با ۲۸ برابر افزایش از ۱۲ به ۳۴۱ میلیون دلار افزایش پیدا کرد، یعنی این که هر سال بیش از نه برابر شد. در همین دوره صادرات اقلام پوشاک تحت پوشش توافقنامه ترجیحی با ۳۱ برابر افزایش از ۴ میلیون دلار به ۱۳۳ میلیون دلار صعود پیدا کرد (نمودار ۱۰).

۶-۸- پروژه خوشه مد و نساجی

به منظور حمایت از صنعت نساجی و پوشاک ترکیه، پروژه خوشه «مد و نساجی» بین سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۷ میلادی اجرا شد که توسط اتحادیه اروپا با بودجه ۱۷ میلیون یورو تامین مالی گردید. این پروژه هدف کلان افزایش رقابت‌پذیری بین‌المللی بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در صنایع نساجی و پوشاک ترکیه را تعقیب می‌کرد. انجمن نساجی و پوشاک استانبول ذینفع اصلی این پروژه بود.

اهداف اجرایی پروژه خوشه مد و نساجی شامل افزایش شبکه‌سازی مابین بنگاه‌های کوچک و متوسط در بخش نساجی و پوشاک و در سطوح محلی، ملی و اروپایی و همچنین ایجاد نهادها، سازمان‌ها و ساختارهای پشتیبان کسب و کار بود. در این راستا تقویت نهادها و ساختارهای پشتیبان دولتی و خصوصی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط در بخش نساجی و پوشاک دنبال گردید. بهبود موقعیت این بنگاه‌ها با افزایش قابلیت‌ها و توانایی‌های آنها برای تطابق و سازگاری با تغییرات تقاضا و سهم آنها در ایجاد بازار رقابتی، خلق اشتغال و توسعه کارآفرینی از دلایل اجرای پروژه خوشه مد و نساجی به شمار

جدول ۴. رویدادهای مد در ترکیه

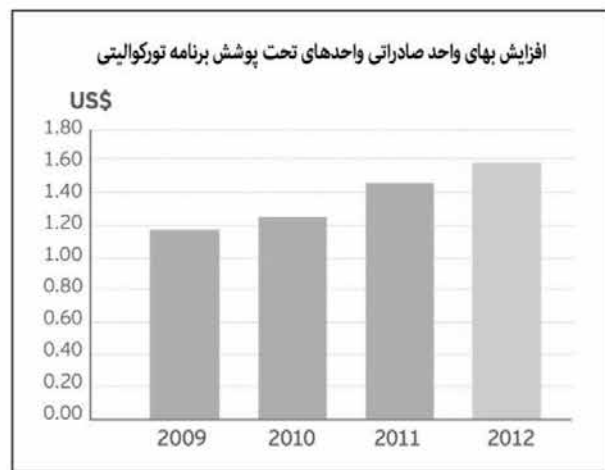
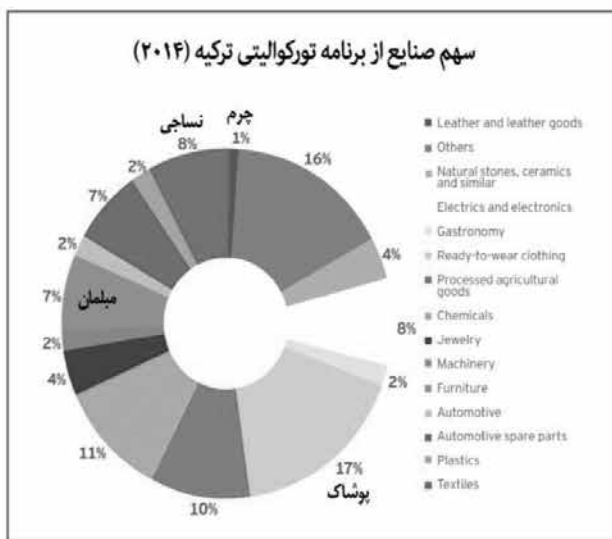
موضوع	برگزارکننده	نام رویداد
شو روم طراحان ترک جهت ارائه به مشتریان داخلی و بین‌المللی	آکادمی مد استانبول	Istanbul Fashion Lab (IFL)
ارائه طرح‌های تولیدکنندگان و طراحان مد به رسانه‌های داخلی و خارجی	انجمن صادرکنندگان نساجی و پوشاک استانبول	Istanbul Fashion Days
گردهمایی و شو مد طراحان داخلی و خارجی	موسسات خصوصی	Fashionable Istanbul
ارائه کلکسیون‌های تولیدکنندگان و طراحان به مشتریان داخلی و بین‌المللی	انجمن صادرکنندگان نساجی و پوشاک استانبول و سایر موسسات	Istanbul Fashion Week (IFW)
ترویج برندهای مد ترکیه	انجمن صادرکنندگان نساجی و پوشاک استانبول و سایر موسسات	Collection Premier Istanbul (CPI)
ارائه کلکسیون‌ها لوکس مد	موسسات خصوصی	Fashion Night Out Istanbul (FNO)

مأخذ: گزارش دولت ترکیه

برنامه برندینگ ملی صادراتی ترکیه (Turquality)



جهت نیل به هدف صادراتی ۵۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳، دولت ترکیه به سرمایه گذاری در جهت حمایت از تحقیق و توسعه، نوآوری طراحی و برندینگ از طریق برنامه (یارانه ای) تورکوالیتی اقدام کرد. در برنامه تورکوالیتی که در جهت ارتقاء میزان و وجهه کالاهای صادراتی ترکیه صورت می گیرد برای شکل گیری و رشد برندهای این کشور کمک های مالی تعلق می گیرد. گزارش ها حاکی از رشد سالانه ۷/۲ درصدی صادرات برندهای تحت پوشش این برنامه در سالهای اخیر به همراه افزایش ارزش بهای صادراتی واحد آنها است. صنایع نساجی و پوشاک ترکیه بالاترین میزان استفاده از این برنامه را داشته اند.



و توسعه در صنایع نساجی و پوشاک ترکیه از حدود ۹ میلیون دلار در سالهای ۲۰۰۳ و ۲۰۰۴ میلادی به حدود ۲۶ میلیون دلار در سالهای ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ میلادی افزایش یافت. با استمرار این روند مخارج تحقیق و توسعه در صنایع نساجی و پوشاک ترکیه به نزدیک ۶۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۳ میلادی بالغ گردید. در ده سال منتهی به سال ۲۰۱۳ میلادی، در مجموع ۳۴۰ میلیون دلار در صنایع نساجی و پوشاک ترکیه صرف مخارج تحقیق و توسعه شد. با وجود این که در اتحادیه اروپا، شرکت‌های نساجی سنتی ۲ تا ۳ درصد از گردش مالی و شرکت‌های نساجی تولیدکننده منسوجات با فناوری بالا ۸ تا ۱۰ درصد از گردش مالی خود را به تحقیق و توسعه و توسعه محصولات اختصاص می‌دهند، این نسبت در ترکیه کمتر از یک درصد است.

چهار دانشگاه برنامه چهارساله مانند دانشگاه فنی استانبول دارند. برنامه‌های آموزشی دوساله را می‌توان تحت عنوان برنامه‌های آموزشی عالی حرفه‌ای طبقه‌بندی کرد. دوره‌های کارشناسی ارشد در خصوص مد و مدیریت مد وجود ندارد. بر خلاف رویکرد مفهومی پروژه محور و آزادی عمل در تجربه مدارس مد اروپایی، سیستم ترکیه بیشتر اقتدارگرا، فنی‌تر و بسیار وابسته به نتایج امتحانات است. رشته طراحی نساجی و مد برای اولین بار در دانشگاه هنرهای زیبا میمار سینان در سال ۱۹۳۸ میلادی تاسیس شد. برنامه طراحی مد دانشگاه فنی استانبول با مشارکت انستیتوی فناوری مد نیویورک ایجاد گردید. تاسیس آکادمی مد استانبول به عنوان بخشی از پروژه خوشه مد و نساجی توسط اتحادیه اروپا تامین مالی شد. بر اساس داده‌های مرکز آمار ترکیه مخارج تحقیق

در حال فعالیت می‌باشد. اولین دانشکده نساجی در دانشگاه اژه در شهر ازمیر در سال ۱۹۷۲ میلادی تاسیس گردید. علاوه بر این بیش از ۱۰۰ موسسه آموزش عالی حرفه‌ای در خصوص تربیت تکنیسین فعال هستند در این کشور رویکردهای آموزشی متفاوتی به کار گرفته می‌شود، به عنوان مثال در بعضی دانشکده‌ها، پس از پایان سال اول دانشجویان موظف به سه روز کار در صنعت می‌شوند. آموزش و پرورش مد در ترکیه، در حال شکل گرفتن است. بسیاری از طراحان که در بخش طراحی مد کار می‌کنند فارغ التحصیلان دانشگاه های داخلی هستند که دارای رشته‌های طراحی مد و یا طراحی نساجی می‌باشند. شانزده دانشگاه و دو آکادمی در زمینه آموزش مد و طراحی مد در ترکیه فعالیت دارند. از این شانزده دانشگاه فقط

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

صنایع نساجی و پوشاک ضمن آن که در بین رشته‌های اقتصادی بالاترین نقش در توسعه اقتصادی کشور ترکیه را به عهده داشته، هم اکنون نیز به محور توسعه مناطق کمتر توسعه یافته جنوب شرقی و شرق کشور تبدیل شده است. فرآیند توسعه در اقتصادها به خودی خود اتفاق نمی‌افتد و نیازمند سیاست‌گذاری و حمایت دولت‌ها و به خصوص همکاری تنگاتنگ بین دولت و بخش خصوصی در جهت توسعه کشور است.

چنان چه ضمن بررسی روند توسعه صنایع نساجی و پوشاک ترکیه ملاحظه گردید، در طی یک روند هشتادساله دولت ترکیه به صورت مستمر به پشتیبانی خود از این صنعت ادامه داده است. این بسته جامع و کامل حمایت‌ها، مشوق‌ها و یارانه‌ها در طول زمان تکوین و تکامل پیدا کرده و با ملاحظات و شرایط زمانی انطباق یافته است. علاوه بر این جامعیت کافی از پشتیبانی‌ها و حمایت‌های دولتی در حوزه‌های متنوعی شامل سرمایه‌گذاری و تامین مالی، معافیت‌های عوارض و حقوق دولتی، موضوعات تجاری، نیروی انسانی، آموزش، تحقیقات، طراحی و مد، بازاریابی و شبکه‌سازی و خوشه‌سازی وجود دارد. موضوع قابل توجه این است که با وجود این که بخش مهمی از کمک‌ها و پشتیبانی‌های به عمل آمده از صنعت نساجی در قالب عام حمایت از صنایع کشور ترکیه بود، اما این صنعت بیش از دیگر رشته‌ها توانست تا از این کمک‌ها و مشوق‌ها استفاده کند. در یک جمع‌بندی کلی حمایت‌ها و پشتیبانی‌های دولت ترکیه از صنایع نساجی و پوشاک این کشور، به شرح زیر می‌باشد.

۱- عزم و اراده ملی برای توسعه صنایع نساجی و پوشاک با هشت دهه روند مستمر و منسجم حمایت و پشتیبانی دولت

۲- اولویت‌دهی به صنایع نساجی و پوشاک به عنوان محور توسعه و تاسیس بانک دولتی برای رشد و گسترش صنعت نساجی

۳- تخصیص اعتبارهای مستقیم و غیر مستقیم از

بودجه عمومی دولت

۴- کاهش تدریجی مداخلات مستقیم دولتی در صنعت و افزایش حمایت‌ها و پشتیبانی‌های مستقیم و غیر مستقیم دولتی

۵- تجهیز مجموعه متنوع و کاملی از سازمان‌ها و نهادهای پشتیبان و ابزارهای سیاست‌گذاری برای پشتیبانی و حمایت از صنایع نساجی و پوشاک

۶- اخذ کمک‌های مالی و فنی بین‌المللی مانند اجرای پروژه خوشه مد و نساجی توسط اتحادیه اروپا

۷- تخفیف خاص و قابل ملاحظه مالیات ارزش افزوده تولیدات نساجی

۸- آموزش عالی و حرفه‌ای، تامین نیروی انسانی ماهر و تحقیق و توسعه

۹- امکان استفاده از طرح‌های مشوق‌های سرمایه‌گذاری در سطوح عمومی و منطقه‌ای

۱۰- حجم سرمایه‌گذاری‌های بالا و به خصوص در ایجاد ظرفیت‌های تولیدی قدرتمند تجهیز شده توسط ماشین‌آلات و تجهیزات با آخرین فناوری‌ها،

با حمایت از طریق مشوق‌های متنوع سرمایه‌گذاری

۱۱- سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی

۱۲- سرمایه‌گذاری گسترده در جهت تامین مواد اولیه (پنبه) با کیفیت و قیمت رقابتی

۱۳- ایجاد مراکز صنعتی و ترویج خوشه‌های صنعتی نساجی و پوشاک و شبکه‌سازی مابین بنگاه‌های کوچک و متوسط و تامین مالی خوشه‌سازی

۱۴- انجام سرمایه‌گذاری‌های پشتیبان تولید دوستار محیط زیست، گسترش تحقیق و توسعه، توسعه محصولات، رشد مهارت‌های نوآوری و نوسازی و بازاریابی واحدها جهت صنایع نساجی و پوشاک،

تامین مالی خوشه‌سازی نساجی و تامین مواد اولیه در استراتژی صنعتی ۱۴-۲۰۱۱ میلادی ترکیه

۱۵- اجرای برنامه‌های حمایتی خاص مانند «برنامه عمل استراتژیک برای صنایع نساجی، پوشاک و چرم» جهت واحدهای تولیدی با حداقل ۳۰ کارکن که از مناطق توسعه یافته به مناطق با اولویت توسعه انتقال پیدا کنند، شامل تخفیف

هزینه انرژی الکتریکی تا سقف ۵۰ درصد، معافیت مالیات بر ارزش افزوده، معافیت حقوق و عوارض گمرکی، پشتیبانی تسهیلات بانکی، معافیت سهم کارفرمای حق بیمه اجتماعی، تخفیف مالیات شرکت، تخصیص زمین مجانی و سرمایه‌گذاری و اعتبار بانکی با بهره صفر

۱۶- پشتیبانی و تامین کمک‌های مالی جهت تحقیق و توسعه، تحقیقات بازار، آموزش، ایجاد اشتغال، ایجاد دفاتر خارجی، ثبت اختراع، افزایش بهره‌وری، طراحی صنعتی و هزینه ثبت علائم تجاری، شرکت در نمایشگاه‌ها، برندینگ تولیدات در بازارهای بین‌المللی و کاهش هزینه‌های زیست محیطی

۱۷- اتخاذ سیاست جایگزینی واردات و پس از آن توسعه صادرات

۱۸- سیاست تجارت خارجی هوشمند و کارشناسی شده با عقد قراردادهای توافقنامه‌های تجاری برای تسهیل صادرات منسوجات و پوشاک به کشورهای دیگر و در عین حال در صورت لزوم حمایت از تولیدات داخلی در برابر واردات

۱۹- تسهیل و توسعه صادرات نساجی و پوشاک از طریق ایجاد اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا، عقد توافقنامه‌های تجارت ترجیحی و استفاده از کلیه ابزارهای تجاری ممکن و از سوی دیگر دفاع تمام

قد از صنایع نساجی و پوشاک در برابر زیان‌ها و خسارات ناشی از واردات

۲۰- برنامه‌های حمایت از بازاریابی و برندینگ مانند برنامه تورکوالیتی با طیف گسترده‌ای از حمایت‌ها، کمک‌ها و مشوق‌ها (از هزینه ثبت برند تا فعالیت‌های بازاریابی و روابط عمومی، از باز کردن فروشگاه‌ها، انبارها، شعبه‌ها، دفاتر و نمایشگاه‌ها تا پرداخت هزینه‌های اجاره و مخارج

غرفه در نمایشگاه‌ها، از هزینه‌های دکوراسیون و حق امتیاز فروشگاه‌ها و هزینه گواهی‌های کیفیت تا همه هزینه‌های مربوط به فعالیت‌های برندینگ)

منابع در دفتر مجله موجود است.