



## فرصت ها و چالش های جدید برای تولیدکنندگان پارچه در ترکیه

پشمی تاری بودی نیز چندان زیاد نیست. ترکیه برای رقابت قیمتی با چین بسیار تقلا کرده است در حالی که تولیدکنندگان ابریشم و لینن ایتالیا و فرانسه همچنان بر تولید محصولات با کیفیت بالا سلطه دارند. با این وجود شرکت های ترکیه ای با نگاهی به آینده موقعیتی برای خود به عنوان تولیدکنندگان ابریشم، لینن، پشم و پنبه ارگانیک فراهم کنند. کمپانی مرت ایپک واقع در شهر بیگری در نزدیکی از میر در غرب ترکیه حدود ۴۰۰۰ متر ابریشم و ۲۰۰۰ کیلوگرم لینن در ماه تولید می کند که ۹۰ درصد آن به صورت پارچه و ۱۰ درصد آن به صورت لباس صادر می شود. منبع تامین کتان برای تولید پارچه لینن کشورهای فرانسه و بلژیک است در حالی که نخ آن از چین تامین و به صورت پارچه بافته می شود.

تقاضا برای این پارچه های با کیفیت در سال های اخیر در نوسان بوده؛ میزان فروش در سال های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹، ۲۲۵ درصد افزایش داشته است. به گفته مدیر عامل کمپانی مرت ایپک، میزان فروش در پنج ماه اول سال مشابه سال ۲۰۱۹ بوده است. در مورد لینن نیز در تابستان سال آینده فروش بالاتری خواهیم داشت.»

سال گذشته با شیوع پاندمی کووید-۱۹ و کاهش تقاضا از سوی اتحادیه اروپا که بزرگ ترین بازار برای منسوجات ترکیه بود، صادرات این کشور کاهش پیدا کرد.

واردات پارچه های تاری بودی تهیه شده از پشم و سایر الیاف حیوانی به اتحادیه اروپا نیز از نظر ارزش و حجم به ترتیب ۳۱/۸ و ۲۲/۴ درصد کم شد. به گفته مدیر عامل کمپانی مطرح تولید پارچه بونسا در شهر چرکزکی، رفتار و عادات خرید افراد در نتیجه شرایط عدم ثبات ناشی از پاندمی تغییر کرده و اشتباهی مصرف کنندگان برای خرید و هزینه کردن برای کالاهای لوکس کم شده است.

ترکیه به دنبال این است که با کنار آمدن با تغییرات ناشی از پاندمی کووید-۱۹ در جهان مجدداً به ظرفیت های پیش از پاندمی خود برای تولید پارچه های با کیفیت بالا بازگردد.

بنا بر گزارش انجمن صادرکنندگان نساجی و مواد اولیه خام ترکیه (ITHIB)، این کشور با ۱۲ میلیارد دلار صادرات سالانه، پنجمین تامین کننده بزرگ منسوجات در جهان به شمار می رود. با این حال این کشور در تلاش است تا با جبران کاهش فروش به دلیل وجود رقبای چینی، موقعیت خود به عنوان یک تامین کننده مطرح پارچه های با کیفیت بالا و لوکس در جهان را بازگرداند.

با ضربه خوردن برندهای اروپایی در تامین منابع در دوران پاندمی و افزایش انتقال فعالیت آن ها به کشورهای نزدیک تر، تولیدکنندگان منسوجات با کیفیت بالا در ترکیه نیز در صدد برآمدن تا کسب و کار خود را به کشورهای نزدیک منتقل کنند. در واقع تولیدکنندگان ترکیه ای قصد دارند تا از افزایش تقاضا برای منسوجات پایدارتر در اروپا استفاده کرده و صادرات این محصولات به کشورهای اروپایی را افزایش دهند.

به گفته معاون سابق تولیدکنندگان پوشاک ترکیه و مالک کمپانی پامکس که تامین کننده پارچه های با کیفیت برای برندهای ایتالیایی نظیر آرمانی و برند آمریکایی رالف لورن می باشد، این کشور در زمینه تولید ابریشم بسیار قدرتمند بود اما به دلیل رقابت با چین دیگر یک تامین کننده مطرح ابریشم به شمار نمی رود.

او اضافه می کند که ترکیه در زمینه تولید پارچه های لوکس نظیر پشم و کشمیر نیز دیگر جایگاه سابق خود را ندارد. در حال حاضر تنها کارخانجات محدودی در ترکیه به تولید پشم می پردازند؛ چیزی حدود ۱۰۰۰ تن در سال که آن هم بیشتر در پتو، منسوجات خانگی و منسوجات کشفاف تخت به کار می رود. تعداد کارخانجات تولیدکننده پارچه های کشفاف حلقوی یا پارچه های

با افزایش مجدد تقاضای کشورهای اروپایی برای کالاهای لوکس، سرمایه گذاری در زمینه تولید پشم و پنبه ظریف نیز افزایش خواهد یافت. او عقیده دارد که مصرف کنندگان کالاهای لوکس باید به فروشگاه ها رفته و از نزدیک ظرافت پارچه را حس کنند. چنین محصولاتی برای فروش آنلاین مناسب نیستند.

او اضافه می کند پارچه های تهیه شده از الیاف سلولز تنسل کمپانی لنزینگ با توجه به مزیت های مربوط به پایداری خود قرار است در آینده برجسته تر شوند. کمپانی سلکوک ایپلیک اخیراً ۱۸ میلیون یورو بر روی تولید پارچه تنسل در کارخانه خود واقع در غازیاتپ در شرق ترکیه سرمایه گذاری کرده است.

پیش بینی می شود تولید پارچه کوپرو-پارچه سلولزی قابل بازیافت تهیه شده از لیتر پنبه بازیافتی-در ترکیه به دلیل مزایای زیست محیطی آن افزایش یابد. این پارچه زیست تجزیه پذیر بوده و دارای تاییدیه وگان است. بزرگ ترین تولیدکننده این برند لوکس پایدار در ترکیه کمپانی ایپکر در بورسا می باشد. کمپانی مرت ایپک هم این پارچه را تولید می کند.

تقاضا برای ابریشم از سوی برندهای مستقل که در دوران پاندمی برای فروش آنلاین شناخته و مطرح شده اند، افزایش یافته است. این برندها از ابریشم در منسوجات خانگی و لباس های راحتی استفاده می کنند. کمپانی مرت ایپک نیز حجم زیادی از ابریشم خالص را برای استفاده در روبالشی و ماسک های صورت به فروش می رساند.

ببزاری از الیاف مصنوعی در میان مصرف کنندگان کالاهای لوکس عامل ثبات در فروش پشم است. کمپانی مرت ایپک از پشم مریوس استرالیایی ۱۵ میکرون و پشم ارگانیک آلمانی در محصولات خود استفاده می کند.

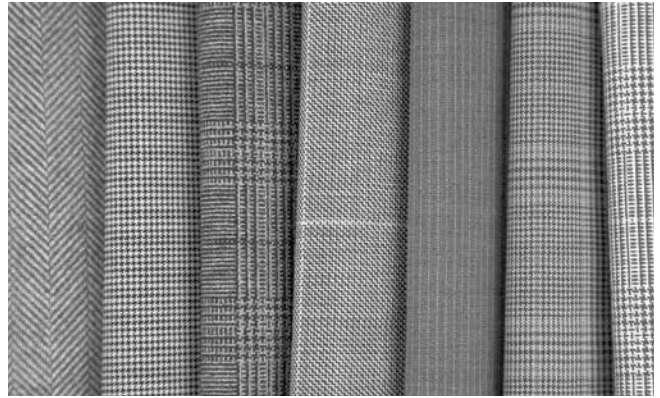
استفاده از پشم آلمان در محصولات برای مصرف کنندگان بازارهای اروپایی جذاب است. مرت ایپک همچنین برای رنگرزی پشم رنگرهای طبیعی تولید کرده است. رشد پشم به اندازه ابریشم یا لینن نیست اما در آینده نزدیک محبوبیت بیشتری پیدا خواهد کرد.

تمرکز این کمپانی برای صادرات، بیشتر بر روی کشورهای شمال اروپا به ویژه انگلستان، آلمان، فرانسه و اسکانندیناوی می باشد. آن ها برای ورود به بازار آمریکا منتظر فرصت مناسب هستند. هنوز پتانسیل های زیادی در اروپا وجود دارد. در حالی که اروپا همچنان مهم ترین مقصد صادراتی پارچه های ترکیه ای است، ایالات متحده آمریکا، روسیه و شرق دور نیز به عنوان بازارهای هدف در حال مطرح شدن هستند. صادر کنندگان پارچه در ترکیه برای رقابت پذیری بیشتر در سطح بین المللی باید علاوه بر افزایش قابلیت های تولید و طراحی، شبکه های فروش جهانی خود را نیز تقویت کنند.

**تهیه و تنظیم: شبنم السادات امامی رئوف**

**مرجع:**

Paul Cochrane, "New Challenges and Opportunities for Turkish Fabric Producers", WTIN, July 2021



او اضافه کرد که تقاضا برای پلی استر، نایلون و پلی استر بازیافتی از تقاضا برای پشم خالص یا پارچه های با کیفیت بالا که از ترکیبات الیاف طبیعی تهیه شده اند، بیشتر بوده است.

کمپانی یونسا علاوه بر پارچه و نخ فاستونی برای لباس به تولید پارچه مبلمان و پارچه های مورد استفاده در منسوجات خانگی نیز می پردازد. ظرفیت تولید کارخانه جامع و یکپارچه یونسا ۴۵۰۰ تن نخ فاستونی و بافت ۱۰ میلیون متر پارچه در سال می باشد. یونسا دوسوم پارچه تهیه شده از پشم خالص و ترکیبات پشمی (کشمیر، ابریشم، پنبه و ویسکوز) خود را صادر می کند.

مدیر عامل یونسا می گوید در حالی که تقاضا برای پارچه های با کیفیت بالا برای استفاده در پوشاک کاهش یافته، تمایل مصرف کنندگان به خرید منسوجات خانگی در دوران پاندمی باعث شد تا این بخش چندان تحت تاثیر بحران ناشی از پاندمی قرار نگیرد.

به گزارش انجمن تجار و صنعتگران منسوجات خانگی ترکیه (TETSIAD)، صادرات منسوجات خانگی این کشور در سال گذشته ۲/۴۹ میلیارد دلار بوده است. آلمان، آمریکا و انگلیس ۳۶/۳۳ درصد صادرات را به خود اختصاص داده اند که ارزش آن معادل ۹۰۴/۸ میلیون دلار می باشد. ارزش صادرات به ایتالیا و هلند نیز به ترتیب ۱۰۲/۷ و ۱۰۲/۷ میلیون دلار بوده است.

بسیاری از تولید کنندگان به دلیل شرایط پاندمی از رویکرد «صبر کن و ببین» برای سرمایه گذاری و ارتقای ماشین آلات خود استفاده کرده اند، در این میان کاهش ارزش لیر ترکیه نیز باعث شد تا واردات گران تر از قبل شود. اخراج رییس کل بانک مرکزی ترکیه توسط دولت در ماه مارس نیز یکی دیگر از مشکلات موجود بود.

در این میان بعضی از تولید کنندگان به سرمایه گذاری برای ارتقای خود ادامه دادند چون با واکسیناسیون گسترده در اروپا و رونق اقتصاد در این قاره، فروش آن ها نیز افزایش یافت. کمپانی یونسا نیز پس از سرمایه گذاری در واحدهای تکمیل، بافندگی و کنترل کیفیت بر روی مدرنیزه کردن خط تولید خود ۲/۳ میلیون یورو سرمایه گذاری کرد.

مدیر عامل یونسا پیش بینی می کند علی رغم عقب گردهای ناشی از پاندمی تغییرات مثبتی در تقاضا برای پارچه ها و الیاف با کیفیت بالا در میان مدت و بلند مدت حاصل شود.

بر اساس پیش بینی معاون سابق انجمن تولید کنندگان پوشاک ترکیه نیز