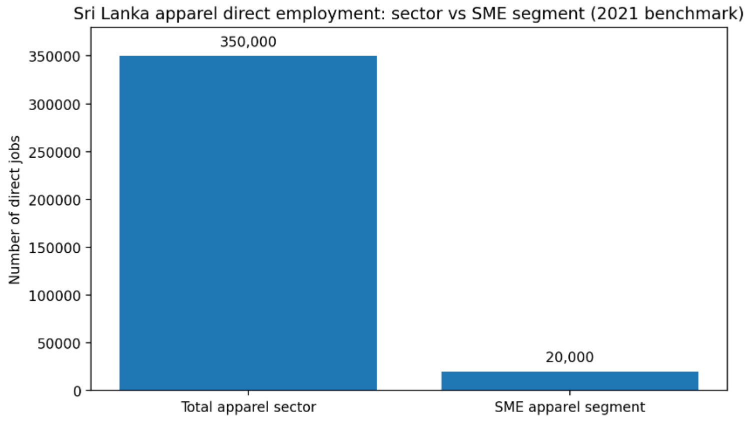
சிறு மற்றும் நடுத்தர அளவிலான ஆடைத் துறையின் சந்தை அணுகல் பிரச்சினைக்கு SLCGE Design Hub எவ்வாறு ஒரு பதிலாக அமைகிறது?

நிஷாந்த பக்மீகே
தலைவர் – இலங்கை ஆடை ஏற்றுமதியாளர்கள் சங்கம் (SLCGE)

இலங்கையின் ஆடைத் துறைக்கு சர்வதேச சந்தையில் நீண்ட வரலாறும் அங்கீகாரமும் இருந்தபோதிலும், அந்த வாய்ப்புகள் அனைத்து உற்பத்தியாளர்களுக்கும் ஒரே மாதிரியாகத் திறந்து விடப்படவில்லை. பெரிய ஏற்றுமதியாளர்களுக்கு நேரடி வாடிக்கையாளர் தொடர்புகள், வடிவமைப்பு மற்றும் வர்த்தக குழுக்கள், சர்வதேச வர்த்தக கண்காட்சிகளுக்கான அணுகல் மற்றும் சந்தை தகவல்களைப் பெறுவதற்கான வலுவான வலையமைப்புகள் உள்ளன. எனினும், பல சிறு மற்றும் நடுத்தர அளவிலான ஆடை உற்பத்தியாளர்களுக்கு சிறந்த உற்பத்தி திறன், திறமையான தொழிற் படை மற்றும் தரமான அமைப்புகள் இருந்தபோதிலும், சர்வதேச வாடிக்கையாளர் ஒருவரிடம் தங்கள் திறமையைக் காட்டுவதற்கான நிலையான தளம் இல்லாதிருப்பது ஒரு முக்கிய தடையாக உள்ளது.

இந்த சந்தை இடைவெளியை நிரப்புவதற்கான ஒரு முயற்சியாக, இலங்கை ஆடை ஏற்றுமதியாளர்கள் சங்கம் SLCGE Design Hub என்ற தூரநோக்கு சிந்தனையை முன்வைத்துள்ளது. 2026 மே 28 ஆம் திகதி இலங்கை ஆடை ஏற்றுமதியாளர்கள் சங்கம் அந்த முன்மொழிவை தொழில்துறை மற்றும் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு பிரதி அமைச்சர் சதுரங்க அபேசிங்க அவர்களிடம் சமர்ப்பித்தது. அதன் நோக்கம், தற்போது ஒரு நிர்வாக அலுவலகமாக பயன்படுத்தப்படும் SLCGE வளாகத்தை, உறுப்பு நிறுவனங்களின் தயாரிப்புகள் மற்றும் உற்பத்தி திறன்களை வெளிநாட்டு வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஒரே இடத்தில் அறிமுகப்படுத்தும் ஒரு தொழில்துறை மையமாக மாற்றுவதாகும். ஏற்றுமதி மேம்பாட்டு சபையுடன் இணைந்து இலங்கைக்கு வரும் வெளிநாட்டு வாடிக்கையாளர் குழுக்களை இந்த மையத்திற்கு அழைத்து வருவதும், பொருத்தமான உற்பத்தியாளர்களுடன் வணிக தொடர்புகளை உருவாக்குவதும் முன்மொழிவின் ஒரு பகுதியாகும்.

சந்தை அணுகலின் இடைவெளி



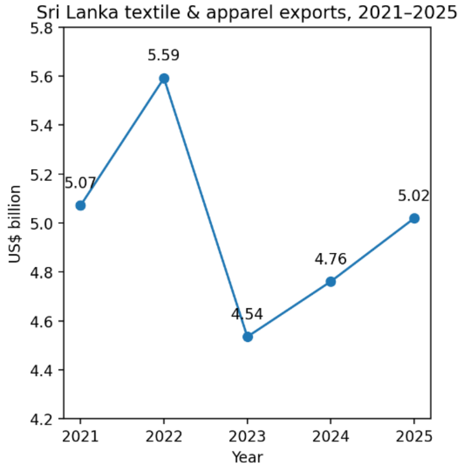
Source: JAAF analysis published by Daily FT (24 Aug 2021). SME estimate: 20,000 jobs; total sector: 350,000 jobs.

சிறு உற்பத்தியாளரின் முக்கிய பிரச்சினை எப்போதும் உற்பத்தி செய்ய இயலாமை அல்ல. பல நேரங்களில் பிரச்சினை என்பது பொருத்தமான வாடிக்கையாளரை அணுகுவதாகும். வெளிநாட்டு வாடிக்கையாளருக்கு உற்பத்தி திறன், குறைந்தபட்ச கட்டளை அளவு, தர சான்றிதழ்கள், விநியோக காலம், மாதிரி உருவாக்கும் திறன்,

இயந்திர உபகரணங்கள் மற்றும் முன்னாள் விநியோக பதிவுகள் போன்ற தகவல்கள் தேவைப்படுகின்றன. இவற்றை தனித்தனியாக பல நிறுவனங்களிடமிருந்து தேடுவது நேரத்தையும் செலவையும் அதிகரிக்கிறது. SLCGE போன்ற ஒரு தொழில்துறை சங்கத்தின் கீழ் அந்த தகவல்களை நம்பகமான முறையில் ஒரே இடத்தில் வழங்க முடிந்தால், பொருத்தமான விநியோகஸ்தரை அடையாளம் காண்பது வாடிக்கையாளருக்கு எளிதாக இருக்கும்.

2021 இல் ஒன்றிணைந்த ஆடை சங்கங்களின் மன்றம் சமர்ப்பித்த ஒரு பகுப்பாய்வின்படி, அப்போது ஆடைத் துறையில் இருந்த 350,000 நேரடி வேலைகளில் சுமார் 20,000 மட்டுமே சிறு மற்றும் நடுத்தர அளவிலான பிரிவுடன் தொடர்புடையதாக இருந்தன. அந்த நிறுவனங்களில் பெரும்பாலானவை பெரிய ஏற்றுமதியாளர்கள் மூலம் வணிகத்தைப் பெற்றதாகவும் அதில் குறிப்பிடப்பட்டிருந்தது. இவை 2021க்கு தொடர்புடைய தரவுகள் என்பதால், தற்போதைய எண்ணிக்கைகளாகக் கருதாமல், சிறு உற்பத்தியாளர்களின் சந்தை அணுகல் பிரச்சினையைக் காட்டும் ஒரு வரலாற்று அளவுகோலாகப் பயன்படுத்துவதே மிகவும் பொருத்தமானது.

ஏற்றுமதி சந்தையின் ஏற்ற இறக்கம்



Source: Joint Apparel Association Forum (JAAF), yearly export performance. This is a whole-sector series; official SME-only export time series is not routinely published.

இலங்கையின் ஜவுளி மற்றும் ஆடை ஏற்றுமதி தரவுகளும் புதிய சந்தைகளைத் தேட வேண்டிய அவசியத்தைக் காட்டுகின்றன. JAAF தரவுகளின்படி அந்த ஏற்றுமதி வருவாய் 2021 இல் 5.07 பில்லியன் அமெரிக்க டொலர்களாக இருந்தது, 2022 இல் 5.59 பில்லியன் வரை உயர்ந்தது. 2023 இல் அது 4.54 பில்லியன் வரை குறைந்து, 2024 இல் 4.76 பில்லியனாகவும், 2025 இல் சுமார் 5.02 பில்லியனாகவும் இருந்தது.

இத்தகைய சந்தையில் இருக்கும் வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் பழைய கட்டளைகளை மட்டுமே நம்பியிருப்பது, குறிப்பாக சிறு உற்பத்தியாளர்களுக்கு, நீண்டகால பாதுகாப்பு அல்ல. புதிய கட்டளைகள் கிடைப்பதன் மூலம் தொழிற்சாலையின் தற்போதைய திறனை மிகவும் திறம்பட பயன்படுத்த முடியும், நிலையான செலவுகள் அதிக உற்பத்தி அளவின் மீது பிரிக்கப்பட்டு ஒரு அலகின் செலவைக் குறைக்க முடியும். அதன் மூலம் ஊழியர்களைத் தக்கவைத்தல், தொழில்நுட்பம் மற்றும் இயந்திர உபகரணங்களுக்கு மறு முதலீடு செய்தல் மற்றும் புதிய வேலைகளை உருவாக்கும் திறன் ஆகியவையும் உயரும். அதேபோல் வெளிநாட்டு வாடிக்கையாளர்கள் வழங்கும் சிறிய அளவிலான ஆடை கட்டளைகளை நேரடியாக நோக்கிச் செல்ல முடிந்தால், அதன் மூலம் அதிக இலாபத்தைத் தக்கவைத்துக் கொள்ள முடியும், மேலும் அந்த இலாபம் சிறு மற்றும் நடுத்தர அளவிலான ஆடைத் தொழிற்சாலைகளில் புத்தாக்கத்துக்கும், சர்வதேச

தரங்களைப் பராமரிக்கத் தேவையான தொழில்நுட்ப திறன் மற்றும் உகந்த உற்பத்தி முறைகளுக்கு இணங்குவதற்கும் பெரும் உதவியாக இருக்கும். இதன் மூலம் சிறு மற்றும் நடுத்தர அளவிலான ஆடைத் தொழிற்சாலைகளின் உற்பத்தி திறனை விரிவுபடுத்திக் கொள்ளவும் முடியும்.

எனினும் இதில் தேசிய பொருளாதார வாதம் தெளிவாக இருக்க வேண்டும். ஏற்கனவே இலங்கையில் ஒரு தொழிற்சாலைக்கு இருந்த கட்டளை மற்றொரு உள்நாட்டு உற்பத்தியாளருக்கு மாற்றுவதால் மட்டும் நாட்டின் ஒட்டுமொத்த ஏற்றுமதி வருவாய் அதிகரிக்காது. Design Hub இன் மதிப்பு உருவாகுவது, புதிய வாடிக்கையாளர்கள், புதிய கட்டளைகள் மற்றும் கூடுதல் உற்பத்தியை நாட்டுக்குக் கொண்டு வர முடியும் போதே ஆகும்.

வேலைவாய்ப்புகள் மற்றும் பிராந்திய பொருளாதாரம்

ஆடைத் துறை இலங்கையில் ஒரு பெரிய வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கும் துறையாகும். சிறு மற்றும் நடுத்தர அளவிலான தொழிற்சாலைகளின் தனிச்சிறப்பு என்னவென்றால், அவை முக்கிய நகரங்களுக்கு மாத்திரம் மட்டுப்படுத்தப்படாமல் பிராந்திய பகுதிகளிலும் இயங்க முடியும். எனவே புதிய ஏற்றுமதி கட்டளைகள் அத்தகைய தொழிற்சாலைகளுக்கு சென்றால், அவை பிராந்திய வேலைவாய்ப்புகள் மற்றும் குடும்ப வருமானங்களை உயர்த்துவதற்கு பங்களிக்க முடியும்.

எனினும் Design Hub ஒன்றை அமைப்பதால் மட்டுமே வறுமை குறையும் என்ற எளிய முடிவுக்கு வர முடியாது. அதற்காக புதிய கட்டளைகள் கிடைத்து, உற்பத்தி உயர்ந்து, நிலையான அல்லது புதிய வேலைவாய்ப்புகள் உருவாகி, இறுதியில் குடும்ப வருமானம் மற்றும் வாழ்க்கைத் தரம் மேம்பட வேண்டும்.

2019 குடும்ப வருமானம் மற்றும் செலவு கணக்கெடுப்பின் அடிப்படையில் தயாரிக்கப்பட்ட இலங்கையின் முதல் உத்தியோகப்பூர்வ பல்பரிமாண வறுமை குறியீட்டின்படி, மக்கள்தொகையில் 16 சதவீதம் பேர் பல்பரிமாண வறுமையால் பாதிக்கப்பட்டிருந்தனர். அந்த விகிதம் நகர்ப்புற பகுதிகளில் 4.4 சதவீதமாகவும், கிராமப்புற பகுதிகளில் 16.6 சதவீதமாகவும், தோட்டப் பகுதிகளில் 51.3 சதவீதமாகவும் இருந்தது. மேலும் பல்பரிமாண வறுமையால் பாதிக்கப்பட்ட மக்களில் 80.9 சதவீதம் பேர் கிராமப்புற பகுதிகளில் வாழ்ந்தனர். இவை 2019 தரவுகள் என்பதால், தற்போதைய வறுமை விகிதங்களாகக் கருதாமல், பிராந்திய பொருளாதார வாய்ப்புகளை விரிவுபடுத்துவதன் முக்கியத்துவத்தைக் காட்டும் ஒரு பின்னணியாகப் பயன்படுத்த வேண்டும்.

வேலைவாய்ப்புகளின் எண்ணிக்கை மட்டும் இதில் போதாது. நிலையான ஊதியங்கள், நல்ல சேவை நிலைமைகள், பயிற்சி மற்றும் ஊழியர் பாதுகாப்பு ஆகியவையும் அதனுடன் இணைய வேண்டும். அப்போதுதான் ஏற்றுமதி வளர்ச்சிக்கும் பிராந்திய சமூக-பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கும் இடையே ஒரு நிலையான தொடர்பை உருவாக்க முடியும்.

கண்காட்சிக் கூடத்திற்கு அப்பால்

Design Hub இன் இயற்பியல் கண்காட்சி இடத்திற்கு கூடுதலாக ஒரு வலுவான தகவல் அமைப்பும் தேவை. ஒரு வாடிக்கையாளர் ஒரு தயாரிப்பைப் பார்த்த பிறகு, அதை உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனத்தின் திறன், குறைந்தபட்ச கட்டளை அளவு, விநியோக காலம், தர இணக்கத்தன்மை, பெற்றுள்ள சான்றிதழ்கள் மற்றும் மாதிரி உருவாக்கும் திறன் ஆகியவற்றை ஒரே நேரத்தில் அறிய முடிய வேண்டும்.

தயாரிப்புகளை விளையாட்டு ஆடைகள், குழந்தை ஆடைகள், சீருடைகள் மற்றும் பிற சிறப்பு பிரிவுகளின் அடிப்படையில் ஒழுங்கமைக்க முடியும், மேலும் இலங்கைக்கு வராத

வாடிக்கையாளர்களுக்காக ஒரு இணையதள தளத்தையும் உருவாக்க முடியும். இதன் பொருளாதார மதிப்பு என்னவென்றால், உற்பத்தியாளருக்கும் வாடிக்கையாளருக்கும் இடையே உள்ள தகவல் இடைவெளியைக் குறைத்து வணிக முடிவெடுப்பதை எளிதாக்குவதாகும்.

நிதி எவ்வாறு தேடுவது?

SLCGE முன்மொழிவை நடைமுறைப்படுத்த இப்போது தேவையானது ஒரு தெளிவான நீண்டகால நிதி மாதிரியாகும். 2027 வரவுசெலவுத் திட்டம் அதற்கு ஒரு வாய்ப்பாக இருந்தாலும், திட்டம் தொடர்ந்து அரசு நிதியை மட்டுமே நம்பியிருப்பது ஒரு நிலையான தீர்வாகாது.

2026 வரவு செலவு திட்டத்தில், இலங்கை ஏற்றுமதி மேம்பாட்டுச் சபைக்கு (EDB) தேசிய ஏற்றுமதி பிராண்ட் ஊக்குவிப்பு திட்டத்தின் கீழ் 2.5 கோடி ரூபாய் ஒதுக்கீடு செய்யப்பட்டுள்ளது. மேலும், கண்காட்சிகள், சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களுக்கான ஒத்துழைப்பு, டிஜிட்டல் சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் சர்வதேச வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக மற்றொரு 2.5 கோடி ரூபாய் ஒதுக்கப்பட்டுள்ளது.

இந்த பின்னணியில், Hub இன் ஆரம்பகட்ட வசதிகளுக்காக காலவரையறை கொண்ட அரசு அல்லது EDB இணை-நிதியுதவி ஒன்றை பரிசீலிக்க முடியும். நீண்டகால செயற்பாட்டு செலவுகளுக்காக, உறுப்பு நிறுவனங்களின் அளவின் அடிப்படையில் ஆண்டு பங்களிப்பு, தயாரிப்பு கண்காட்சி சேவைகள், பயிற்சி திட்டங்கள், சந்தை தகவல் சேவைகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர் இணைப்பு திட்டங்கள் மூலம் வருவாய் ஈட்ட முடியும். தொழில்நுட்ப நிறுவனங்கள், வங்கிகள், போக்குவரத்து மற்றும் விநியோக நிறுவனங்கள் மற்றும் ஐவுளி விநியோகஸ்தர்களின் ஆதரவும் ஒரு விருப்பமாகும். டிஜிட்டல்மயமாக்கல், சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மை மற்றும் திறன் மேம்பாட்டிற்கான வளர்ச்சி கூட்டாளர்களின் திட்டங்களையும் இணைத்துக் கொள்ள முடியும்.

இதன் அடிப்படை நிதி கருத்து எளிதானது. ஆரம்பகட்ட முதலீடும் நீண்டகால செயற்பாட்டுச் செலவும் ஒரே மூலத்திலிருந்து வழங்கப்பட வேண்டிய அவசியமில்லை. காலவரையறை கொண்ட ஆரம்பகட்ட ஆதரவைப் பெற்று, பின்னர் உறுப்பினர் பங்களிப்பு மற்றும் சேவை வருவாய்களை அதிகம் நம்பி இயக்க முடியுமா என்பதை ஒரு சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் மூலம் தீர்மானிக்க வேண்டும்.

இறுதியில் அளவிட வேண்டியது விளைவுதான்

Design Hub இன் வெற்றியை கட்டிடம் அல்லது கண்காட்சியில் வைக்கப்பட்டுள்ள ஆடைகளின் எண்ணிக்கையால் அளவிட முடியாது. அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட வாடிக்கையாளர்கள், சமர்ப்பிக்கப்பட்ட மாதிரிகள், வழங்கப்பட்ட விலைப்பட்டியல்கள், உறுதிப்படுத்தப்பட்ட கட்டளைகள், மேலதிக ஏற்றுமதி வருவாய் மற்றும் உருவாக்கப்பட்ட வேலைவாய்ப்புகள் போன்ற தரவுகளின் அடிப்படையில் அதன் விளைவுகளை மதிப்பிட வேண்டும். அதற்காக SLCGE தனது உறுப்பு நிறுவனங்களின் ஏற்றுமதி வருவாய், ஊழியர் எண்ணிக்கை, உற்பத்தி திறன் மற்றும் பிராந்திய விஸ்தரிப்பு குறித்த இரகசியத்தன்மையைப் பாதுகாக்கும் அடிப்படை தரவுத்தளத்தை உருவாக்க முடியும். அப்போது இந்த திட்டத்தின் விளைவுகளை ஆண்டுதோறும் அளவிட முடியும். இலங்கையின் சிறு மற்றும் நடுத்தர அளவிலான ஆடை உற்பத்தியாளர்களுக்கு உற்பத்தி திறன் உள்ளது; அவர்களுக்கு பெரும்பாலும் குறைபாடாக இருப்பது, உலக வாடிக்கையாளருக்குத் தெரியும் ஒரு நிலையான மற்றும் நம்பகமான வாய்ப்புக்களும் இல்லாதிருப்பதே. Design Hub திட்டத்தின் உண்மையான மதிப்பு, அந்த வாய்ப்பைத் திறந்து, புதிய வாடிக்கையாளர்களைக் கொண்டு வந்து, புதிய கட்டளைகளை உருவாக்கி, அவை பிராந்திய தொழிற்சாலைகளுக்கும் பாய்ந்து வர வாய்ப்பளிப்பதில் உள்ளது. அப்போது அதன் விளைவுகள் ஏற்றுமதி புள்ளிவிவரங்களுக்கு மட்டும்

மட்டுப்படுத்தப்படாமல், வேலைவாய்ப்புகள், குடும்ப வருமானங்கள் மற்றும் பிராந்திய பொருளாதார வளர்ச்சி வரை விரிவடையும்.