

# همیشه خانوادگی



خلاصه این پژوهش را با اسکن این کیو آر کد ببینید.

## حمایت ۹۱ درصدی مردم از پوشاک ایرانی

نتایج نظرسنجی همشهری نشان می‌دهد که تهرانی‌ها حاضرند به خاطر حمایت از تولید داخل، پوشاک ایرانی بخرند

**سورق قاضی زاده**  
مدیر پژوهش

برنامه راهبردی دولت دست کم طی دهه‌های گذشته، حمایت از صنعت پوشاک برای مصارف داخلی است. بر اساس برنامه راهبردی صنعت، معدن و تجارت که در دولت نهم رونمایی شد و دولت دهم و پس از آن دولت‌های بعد بر آن تاکید کردند، صنعت پوشاک قرار است مصارف داخلی کشور را تامین کند. بر اساس این برنامه رشته فعالیت‌های صنعتی کشور به لحاظ اولویت تولید و بهره‌مندی از حمایت دولت‌ها به ۳ گروه عمده تقسیم می‌شود. گروه اول صنایعی که ارزش آوری بوده و توان رقابتی داشته و با هدف صادرات از حمایت دولت‌ها بهره‌مند خواهند شد. گروه دوم صنایعی که صرفاً با نگاه مصرف داخلی از حمایت دولت‌ها بهره‌مندی می‌برند و در نهایت صنایعی که چندان ارزش افزوده‌ای ایجاد نمی‌کنند و لازم است با واردات نیازهای کشور را تامین کرد. در این تقسیم‌بندی صنعت پوشاک در گروه دوم طبقه‌بندی شده است و حمایت دولت‌ها صرفاً برای تولید حداکثری برای تامین نیازهای کشور خواهد بود. اما در این میان استقبال مردم از این صنعت چگونه است؟

**بیان مسئله و طرح موضوع:** صنعت پوشاک طی سال‌های گذشته با حمایت دولت توانسته است بازار انحصاری در داخل به دست آورد. وضع قوانین گمرکی ۱۰۰ درصد برای واردات پوشاک خارجی از یک سو و الزام تولیدکنندگان داخلی به شناسنامه‌دار کردن کالاهای تولیدی و افزایش کیفیت محصولات از سوی دولت باعث شده است که پوشاک تولید داخل بیش از پیش در کشور رونق بگیرد. اما در سوی دیگر استقبال و رغبت مردم برای خرید پوشاک ایرانی چقدر است؟

بررسی نگرش و رفتار شناسی شهروندان تهرانی در خرید پوشاک ایرانی و خارجی، بیانگر این نکته است که میزان استقبال دست کم مردم تهران از صنعت پوشاک داخلی به چه میزان است. این نظرسنجی معیاری در اختیار سیاستگذاران عرصه صنعت قرار می‌دهد تا با توجه به تدوین سیاست‌های راهبردی در حوزه صنعت به ویژه پوشاک نسبت به رویکرد جامعه آگاهی نسبی داشته باشند. مرکز پژوهش همشهری، با توجه به ضرورت برنامه‌ریزی دقیق در حوزه صنعت پوشاک به سراغ رفتارشناسی شهروندان تهرانی رفته است تا سلیقه و نگرش آنان را نسبت به پوشاک ایرانی و خارجی ارزیابی کند. این نظرسنجی به روش پیمایش تلفنی و با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی و طبقه‌بندی شده در قالب مصاحبه با ۸۱۵ نفر از شهروندان تهرانی از تاریخ ۱۶ تا ۲۳ مهر ماه ۱۴۰۲ به اجرا درآمده است.



### مهم‌ترین یافته‌ها



از شهروندان تهرانی حاضر هستند به دلیل «حمایت از تولید داخلی» پوشاک ایرانی بخرند.



از شهروندان تهرانی همچنان از شیوه مراجعه حضوری برای خرید پوشاک استفاده می‌کنند و تنها ۸ درصد از طریق خرید اینترنتی پوشاک خود را تهیه می‌کنند.



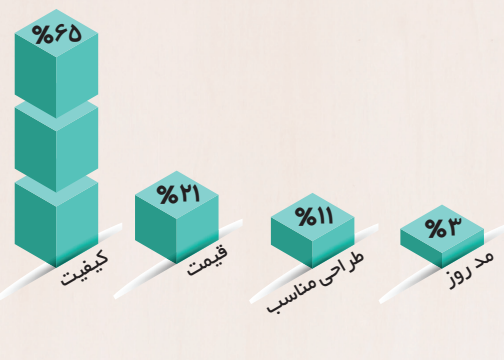
از پاسخگویان، دلیل انتخاب پوشاک خارجی را «کیفیت مناسب آن دانستند».



از پاسخگویان معتقدند که پوشاک ایرانی (زیاد و تاحدی) توانسته است با پوشاک خارجی رقابت کند.

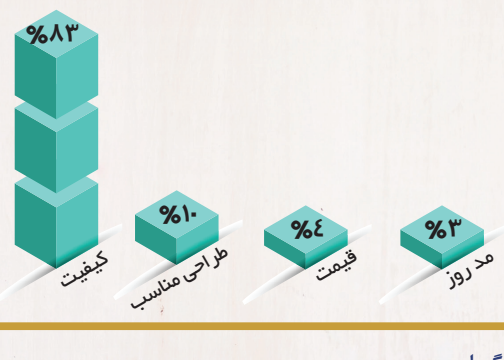
### مهم‌ترین معیار در انتخاب پوشاک ایرانی

از پاسخگویانی که در سوال اول انتخاب آنها پوشاک ایرانی بود، پرسیده شد، «در انتخاب پوشاک ایرانی کدام یک از معیارها برای شما اهمیت بیشتری دارد؟» برای ۶۵ درصد از پاسخ‌دهندگان موضوع «کیفیت» در انتخاب پوشاک از بیشترین اهمیت برخوردار بوده است، برای ۲۱ درصد «قیمت»، ۱۱ درصد «طراحی مناسب» و برای ۳ درصد از پاسخگویان «مد (به‌روز بودن)» در انتخاب پوشاک اهمیت زیادی دارد.



### مهم‌ترین دلیل برای انتخاب پوشاک خارجی

از شهروندان تهرانی که اعلام کرده بودند انتخاب آنها صرفاً پوشاک خارجی است پرسیده شد «مهم‌ترین دلیل آنان برای انتخاب پوشاک خارجی چیست؟» ۸۳ درصد از پاسخ‌دهندگان، موضوع «کیفیت» را مهم‌ترین دلیل برای انتخاب پوشاک خارجی اعلام کردند، ۱۰ درصد «طراحی مناسب»، ۴ درصد «قیمت» و ۲ درصد از پاسخگویان «مد (به‌روز بودن)» را علت انتخاب پوشاک خارجی اعلام کرده‌اند.



سن پاسخگویان در این تحقیق، ۴۸ درصد از پاسخگویان در گروه سنی ۳۰ تا ۴۹ سال و ۳۹ درصد دیگر ۵۰ سال به بالا بوده‌اند. ۱۳ درصد نیز در گروه سنی ۱۸ تا ۲۹ سال قرار داشتند.



برای خرید پوشاک، انتخاب شما پوشاک ایرانی است یا خارجی؟

در انتخاب پوشاک ایرانی کدام یک از معیارها برای شما اهمیت بیشتری دارد؟

پوشاک مورد نیاز خود را از چه طریقی تهیه می‌کنید؟

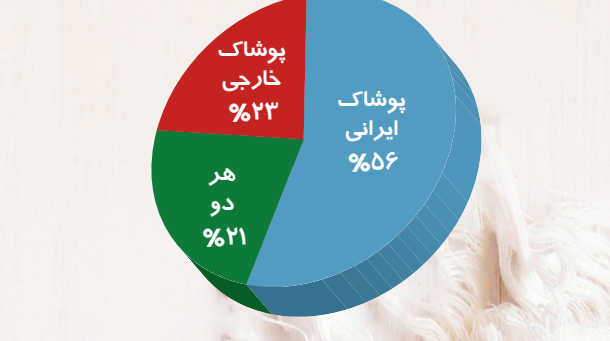
مهم‌ترین دلیل شما برای انتخاب پوشاک خارجی چیست؟

### هدف اصلی پژوهش

هدف اصلی این پژوهش اطلاع از سلیقه شهروندان تهرانی در انتخاب پوشاک و دلیل این انتخاب بوده است. اینکه پوشاک ایرانی انتخاب اصلی شهروندان تهرانی است یا پوشاک خارجی و دلیل این انتخاب چیست؟ یکی دیگر از اهداف این پژوهش تلقی شهروندان تهرانی از کیفیت تولیدات ایرانی است. پوشاک تولید داخل تا چه اندازه دارای کیفیت است و رضایت شهروندان را تامین کرده است، از اهداف فرعی این پژوهش الگوی خرید پوشاک بوده است. مهم‌ترین روش از دید آنها در خرید پوشاک ایرانی، یا مراجعه حضوری است یا استفاده از شیوه‌های آنلاین (برخط). همچنین دلیل ترجیح پوشاک خارجی نسبت به ایرانی از سوی شهروندان تهرانی از دیگر اهداف فرعی این پژوهش محسوب می‌شود.

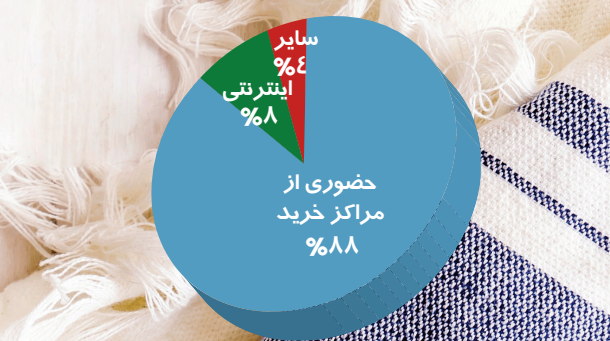
### خرید پوشاک ایرانی یا خارجی

در پاسخ به این پرسش که شهروندان تهرانی «در انتخاب پوشاک، پوشاک ایرانی یا خارجی را انتخاب می‌کنند؟» ۵۶ درصد پاسخ دادند که انتخاب آنان، پوشاک ایرانی است، ۲۳ درصد پوشاک خارجی و ۲۱ درصد هر دو یعنی هم پوشاک ایرانی و هم پوشاک خارجی را انتخاب می‌کنند.



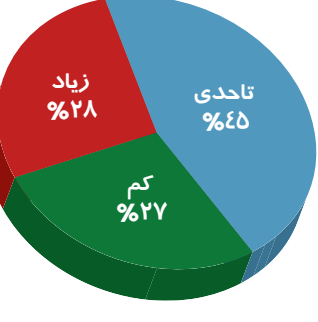
### روش خرید پوشاک (حضور یا اینترنتی)

شهروندان تهرانی در پاسخ به این سوال «پوشاک مورد نیاز خود را از چه طریقی تهیه می‌کنید؟» ۸۸ درصد اعلام کرده‌اند که حضوری و از مراکز خرید، پوشاک خود را تهیه می‌کنند، ۸ درصد از روش خرید اینترنتی (شبکه‌های اجتماعی) پوشاک خود را تهیه می‌کنند. ۴ درصد از پاسخگویان نیز از سایر روش‌ها همچون خیاطی به‌وسیله خودشان یا خرید از خارج از کشور، پوشاک خود را تهیه می‌کنند.



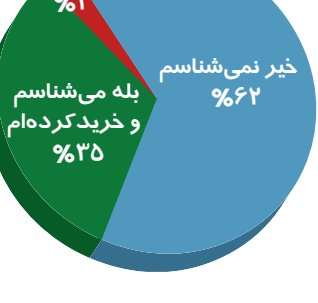
### تکمله

ارزیابی توان رقابت پوشاک ایرانی با پوشاک خارجی از نظر شهروندان تهرانی پوشاک ایرانی «تاحدی» توانسته است با پوشاک خارجی رقابت کند. ۲۸ درصد دیگر باور دارند که پوشاک ایرانی «در حد زیاد» در رقابت با پوشاک خارجی موفق بوده است. ۲۷ درصد دیگر هم توان رقابت پوشاک ایرانی با پوشاک خارجی را «کم» ارزیابی کرده‌اند. در مجموع ۷۳ درصد از پاسخگویان معتقدند که پوشاک ایرانی زیاد و تاحدی توانسته است با پوشاک خارجی رقابت کند.

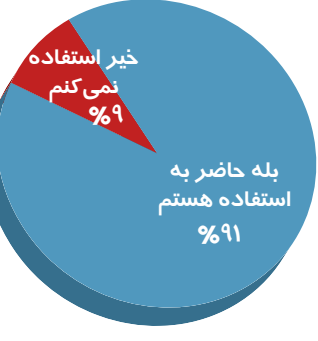


تجربه خرید یا شناخت برندهای مطرح ایرانی از شهروندان تهرانی در خصوص تجربه خرید آنان از برندهای مطرح ایرانی یا شناخت برندهای مطرح ایرانی سوال پرسیده شد. در مجموع ۳۸ درصد از پاسخگویان برندهای مطرح ایرانی را می‌شناختند که از میان آنها، ۳۵ درصد علاوه بر شناخت برندهای ایرانی از آن برندها هم خرید داشته‌اند. ۳ درصد نیز با وجود آن که برندهای مطرح را می‌شناختند، اما تجربه خرید از آنها را نداشته‌اند. ۶۲ درصد نیز برندهای مذکور را نمی‌شناختند.

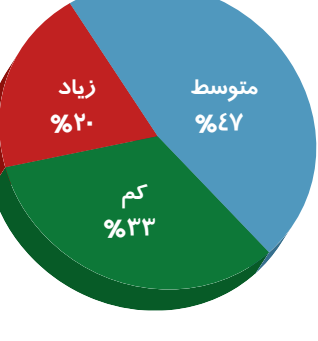
بله می‌شناسم ولی خرید نکرده‌ام



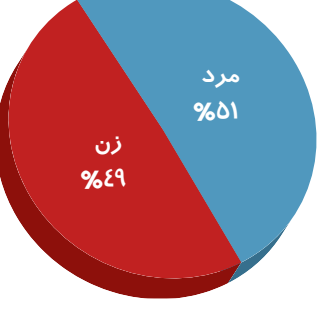
استفاده از پوشاک ایرانی به دلیل حمایت از تولید داخلی از شهروندان تهرانی پرسیده شد که آیا آنان حاضر هستند برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی، از پوشاک ایرانی استفاده کنند؟ ۹۱ درصد شهروندان تهرانی در پاسخ به این پرسش، نظر مثبت داشتند و تنها ۹ درصد آنها تمایلی به خرید پوشاک ایرانی با هدف کمک به تولیدکنندگان داخلی نداشتند.



میزان توجه به عرف جامعه در طراحی و تولید پوشاک ایرانی از شهروندان تهرانی میزان توجه به عرف جامعه در طراحی و تولید پوشاک ایرانی را در حد «متوسط» اعلام کرده‌اند. ۳۳ درصد میزان رعایت عرف جامعه را «کم» و ۲۰ درصد «زیاد» ارزیابی کرده‌اند.



جنسیت پاسخگویان از میان ۸۱۵ پاسخگو، ۴۹ درصد بانوان و ۵۱ درصد مردان بودند.



از شهروندان تهرانی، برای «کیفیت» مهم‌ترین معیار در خرید پوشاک ایرانی است و تنها ۲۱ درصد مهم‌ترین معیار خود را در خرید پوشاک ایرانی «قیمت» اعلام کرده‌اند.



از شهروندان تهرانی که پوشاک ایرانی می‌خرند، برندهای ایرانی را نمی‌شناسند و تنها ۳۸ درصد با نام برندهای ایرانی آشنایی دارند.



از شهروندان تهرانی، ترجیح می‌دهند که صرفاً از پوشاک تولید برندهای داخل کشور خرید کنند و ۲۱ درصد نیز ترجیح آنها هم پوشاک ایرانی و هم پوشاک خارجی است.