ಮತ್ತು ಆಸ್ಪತ್ರೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸುವಂತಹದಾಗಿದ್ದು, ಇತರೆ ಸಾಮಾನ್ಯ ರೀತಿಯ ಉಡುಪುಗಳಿಗೆ ಅದು ಭಾರತ, ಬಾಂಗ್ಲಾದೇಶ, ಜರ್ಮನಿ, ಚೀನಾಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಎಷ್ಟೋ ಬಾರಿ ಅಮೆರಿಕದಲ್ಲಿ ನೆಲೆಸಿರುವ ಭಾರತೀಯರು ಇಲ್ಲಿರುವ ತಮ್ಮ ಸಂಬಂಧಿಗಳಿಗೆ ಬಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಉಡುಗೊರೆಗಳಾಗಿ ಕಳುಹಿಸಿದಾಗ ಅವುಗಳ ಮೇಲೆ 'ಮೇಡ್ ಇನ್ ಇಂಡಿಯ' ಟ್ಯಾಗ್ ಇರುತ್ತದೆ!

ಸಿದ್ಧ ಉಡುಪಿನ ಶಕ್ತಿಶಾಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

ಪ್ರತಿ ವರ್ಷ ವಿಶ್ವದಾದ್ಯಂತ ಮಾರಾಟಗೊಳ್ಳುವ ಸಿದ್ಧ ಉಡುಪು ಅಂದರೆ ರೆಡಿಮೇಡ್ ಉಡುಪುಗಳ ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟದ ಮೊತ್ತ 1.3 ಟ್ರಿಲಿಯನ್ ಡಾಲರ್‌ಗಳಷ್ಟಿದೆ. ಇದು ರಷ್ಯಾ ದೇಶದ ವಾರ್ಷಿಕ ಜಿಡಿಪಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು. ವಿಶ್ವದ 126 ಬಡ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳ ಒಟ್ಟು ಜಿಡಿಪಿಗೆ ಸಮ! ಬಟ್ಟೆಯ ಜೊತೆ ಪಾದರಕ್ಷೆ ಮತ್ತು ಫ್ಯಾಷನ್ ಜ್ಯುವೆಲ್ಲರಿ ವ್ಯಾಪಾರದ ಚಿಲ್ಲರೆ ವಹಿವಾಟನ್ನು ಸೇರಿಸಿದರೆ ಅದು 2 ಸಹಸ್ರಕೋಟಿ ಡಾಲರ್‌ನಷ್ಟಿದ್ದು, ಭಾರತದ ವಾರ್ಷಿಕ ಆರ್ಥಿಕ ಗಾತ್ರವಾದ 2.25 ಟ್ರಿಲಿಯನ್ ಡಾಲರ್‌ಗಳಿಗೆ ತೀರಾ ಹತ್ತಿರವಿದೆ. ಮಹಿಳೆಯರ ಸಿದ್ಧ ಉಡುಪಿನ ವ್ಯಾಪಾರದ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ 53ರಷ್ಟು ಅಂದರೆ 683 ಶತ ಕೋಟಿ ಡಾಲರ್‌ಗಳಷ್ಟಿದ್ದು, ಪುರುಷರ ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳ ಉಡುಪುಗಳ ವ್ಯಾಪಾರದ ಪ್ರಮಾಣ ಕ್ರಮವಾಗಿ 403 ಮತ್ತು 208 ಶತಕೋಟಿ ಡಾಲರ್‌ನಷ್ಟಿದೆ. ಎರಡನ್ನು ಸೇರಿಸಿದರೂ ಅದು ಮಹಿಳೆಯರ ಉಡುಪಿನ ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟಿನ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆಯೆ!

2021ಕ್ಕೆ ಸಿದ್ಧ ಉಡುಪಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮೌಲ್ಯ 1.4 ಟ್ರಿಲಿಯನ್ ಡಾಲರ್‌ನಷ್ಟಾಗಲಿದೆ ಎಂಬ ಮಾಹಿತಿಯಿದೆ. ಸಿದ್ಧ ಉಡುಪುಗಳ ಖರೀದಿ, ಬಳಕೆಯ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವದಲ್ಲಿ ಚೀನಾ 380 ಶತಕೋಟಿ ಡಾಲರ್ ವ್ಯಯಿಸಿ ಮೊದಲ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದರೆ, 370 ಶತಕೋಟಿ ಡಾಲರ್ ವ್ಯಯಿಸುವ ಅಮೆರಿಕ ಎರಡನೇ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಭಾರತೀಯರು ಫ್ಯಾಷನ್ ಸಾಮಗ್ರಿಯ ಮೇಲೆ 71 ಶತಕೋಟಿ ಡಾಲರ್ ಖರ್ಚುಮಾಡುತ್ತಿದ್ದು, ವಿಶ್ವದಲ್ಲಿ ಐದನೆಯ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದಾರೆ. 2018ರಲ್ಲಿ ಏಷ್ಯಾ ಪೆಸಿಫಿಕ್ ಭಾಗವು ವಿಶ್ವದ ಒಟ್ಟು ಸಿದ್ಧ ಉಡುಪಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಶೇ 45.6ರಷ್ಟು ಪಾಲು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಅತಿ ದೊಡ್ಡ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮೌಲ್ಯ ಹೊಂದಿತ್ತು. ಕಳೆದ ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಫ್ಯಾಷನ್ ಉದ್ಯಮ ಶೇ 21ರಷ್ಟು ಬೆಳವಣಿಗೆ ಕಂಡಿದೆ. 2019ರಲ್ಲಿ ಅದರ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಶೇ.3.5ರಿಂದ ಶೇ 4.5ರಷ್ಟಿತ್ತು ಎಂದು ಮೆಕಿಂನ್ಸೀ ಗ್ಲೋಬಲ್ ಕಂಪನಿ ವರದಿ ಮಾಡಿದೆ.

ಮುದ ನೀಡುವ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ಗಳು

ಇಡೀ ವಿಶ್ವವನ್ನೇ ಆವರಿಸಿರುವ ಉದ್ಯಮವೆಂದ ಮೇಲೆ ಆಕರ್ಷಕ, ಅನುಕೂಲಕರ, ಆಹ್ಲಾದ ನೀಡುವ ಬಟ್ಟೆಗಳ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ಗಳ ನಡುವೆ ಭಾರೀ