

# TÜRKİYE' DE TEKSTİL-HAZIR GİYİM SEKTÖRLERİ VE REKABET GÜCÜ

FatihMANGIR<sup>1</sup>

Ahmet AY<sup>2</sup>

## ÖZET

Tekstil ve hazır giyim sektörü dünya ekonomilerinin gelişim ve kalkınma sürecinde en önemli ve en eski sanayi dallarından biridir. Emek yoğun üretim teknolojisine dayandığı için gelişmekte olan ülkelerde rekabet avantajları doğmuş bu yüzden dünya da kısıtlayıcı tedbirlerin çok sık uygulandığı sektör olmuştur. Emegin bol olduğu ülkelerinin sağladığı maliyet avantajı, bu sektörde küresel rekabetin daha yoğun yaşanmasına neden olmuştur. Avrupa'nın en büyük üretim kapasitesi ile yirmi yıldır ülke ihracatının lokomotifini olan Türk Tekstil (ve Hazır Giyim / Konfeksiyon) Sanayi sağladığı milli hasıla ve yarattığı istihdam bakımından ülke ekonomisinin temel direklerindenidir. Böylesi bir ortamda bu payın koruyabilmesi için sektörde önceliklerin ve mevcut durumun iyi bir şekilde tespit edilmesi ve rekabet süreci içinde kalite ve teknoloji avantajların etkin kullanabilmesi gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Rekabet gücü, Tekstil, Hazır Giyim

## TEXTILE AND CLOTHING INDUSTRIES IN TURKEY AND POWER OF COMPETITION

### ABSTRACT

The Textiles and clothing industries are the oldest and most essential industry of the world economies' developing and growth process. Since textile and clothing industries depend on product of labor, the developing countries have gained competition advantages but this also led to increasing restrictions have been applied in this sector. The cost advantages for the labor abundant countries have caused intensive global competition in this sector. Being the locomotive sectors of export and creating value and employment for national income, textile and clothing sectors are the main pillar of Turkish economy and own to the largest share of production capacity in European Union. In order to save this share in this situation, priorities and current profile of the sector has to be underlined and quality and technological advantages should be assessed efficiently.

**Key Words:** Competition, Textile, Clothing Industry

### 1. GİRİŞ

Tekstil ve hazır giyim sanayi, ülke ekonomilerinin büyüme stratejilerinde önemli bir yere sahip sektörleridir. Küreselleşmeyle birlikte ekonomiler büyümelerin de yer alan sektörlerde değişen kompozisyon, ortaya

<sup>1</sup> Dr. Selçuk Üniversitesi, İ.İ.B.F, İktisat Bölümü, fmangir@selcuk.edu.tr

<sup>2</sup> Doç.Dr., Selçuk Üniversitesi, İ.İ.B.F, İktisat Bölümü, ahmetay@selcuk.edu.tr

tekstil ve hazır giyim sanayilerinin liderliğini koymuştur. Türkiye ekonomisi ve sanayisi içinde önemli bir yere sahip olan bu sektörün değişen dünya rekabet şartlarına uyum sağlamaya çalışmaktadır. 1990'lı yıllarda Gümrük birline giriş, 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz ve 2008 yılına kadar korunma önemi kapsamında büyük üretim ve ihracat potansiyeline sahip olan Çin'e karşı uygulanacak kotaların tamamen kalkması Türk tekstil ve hazır giyim sektörü için önemli kilometre taşları olmuştur. Türkiye'ye yaşanan ve yaşanılacak ekonomik gelişmelere karşı ihracatta önemli bir ekonomi olmak için sahip olduğu avantajları doğru kullanılmalıdır. Sektörün sorunları ve mevcut rekabetin anlaşılması için Türk ihracatındaki tekstil ve hazır giyim sektörünün analizinin yapılması gereklidir.

**Tablo 1. Türk Tekstil ve Hazır giyim Kronolojisi**

Yıl	Kilit Gelişmeler
1923	Yeni Türkiye Cumhuriyeti: 8 fabrika ve KİT sisteminin getirilmesi
1933	Sümerbank'ın kurulması
1960	Sanayileşmenin başlaması
1970	Küresel tekstil ve hazır giyim sanayi gelişmiş ülkelerden gelişmekte olanlara kaymaya başlaması
1974	Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA)
1980	İhracata dayalı büyüme stratejileri/İhracat oranında artış.
1981	Tekstil ve hazır giyim üretiminin çeşitli şehirlerde yaygınlaşması.
1982	Tekstil ve hazır giyim üretiminin İstanbul ve çevresinde yaygınlaşması
1984	AB'nin Türkiye' ye miktar kısıtlaması uygulaması.
1985	Tekstil ve hazır giyim sanayinde özel sektör yatırımlarının artması.
1990	Yıllık %12.2 oranında büyüme ile en hızlı büyüyen sektör.
1994	Türk ekonomisinde ekonomik kriz.
1995	Sümerbank'ın özelleştirilmesi.
1995	Sektörün mikrodan mezo ve makro organizasyonlara geçişi
1995	Tekstil ve Giyim Anlaşması (ATC)
1996	Gümrük Birliği Anlaşması
1996	Türk tekstil ve hazır giyim firmalarının toplam sayısının 15.000'i geçmesi
1999	Sanayinin toplam ihracatta en yüksek paya erişmesi
2000	Türk ekonomisinde ekonomik kriz
2001	Sektördeki oyuncuların karlılığının azalması
2005	Dünya hazır giyim tüketiminin 930 milyar ABD dolarını geçmesi
2006	Dünya hazır giyim ihracatının 1 milyar ABD dolarını geçmesi
2007	Tekstil ve hazır giyim sektörünün ihracat hacminde en yüksek noktaya ulaşması

**Kaynak:** Eraslan vd. , 2008

## 1. Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Türkiye İhracatındaki Yeri

Türkiye ekonomisinde dışa açılma süreciyle birlikte ekonomide dışa kapalı ithal ikamecilik politikası yerini ihracata dönük stratejik uygulamalara bırakmış ve bu uygulamalarla birlikte ihracat ve ithalat miktarlarında artış kaydedilmiştir. Özellikle İhracat ekonominin dışa açılabilmesi ve dünya ekonomileri ile entegre olabilmesi için başlatılan teşvik uygulamalarının sonucunda ( ekonomik kriz dönemleri hariç) iyi bir performans göstermiştir. 1980’de 2,9 Milyar dolar olan ihracat hacmi yaklaşık 4,5 kat artmış ve 1990 yılında 13 Milyar dolar Seviyelerine gelmiş; Ancak, Çeşitli iç ve dış faktörlerin olumsuz etkisiyle 1990–1993 döneminde artış hızı yavaşlamış, anılan dönem boyunca ancak 15 Milyar dolar düzeyine gelebilmiştir (Şenol, 2007: 2).

**Tablo 2. Türkiye’nin Dış Ticaret Veri ve Göstergeleri (1980–2001) (Milyon Dolar)**

Yıllar	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Açığı	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı %
1980	2.910	7.909	-4.999	36.8
1981	4.703	8.993	-4.230	52.6
1982	5.746	8.843	-3.097	65.0
1983	5.728	9.235	-3.507	62.0
1984	7.134	10.757	-3.623	66.3
1985	7.958	11.343	-3.385	70.2
1986	7.457	11.105	-3.648	67.1
1987	10.190	14.158	-3.968	72.0
1988	11.668	14.335	-2.273	81.0
1989	11.625	15.792	-4.167	73.6
1990	12.959	22.302	-9.343	58.1
1991	13.593	21.047	-7.454	64.9
1992	14.715	22.871	-8.156	64.4
1993	15.349	29.429	-14.080	52.2
1994	18.106	23.270	-5.160	77.8
1995	21.637	35.709	-14.072	60.6
1996	23.224	43.627	-20.402	53.2
1997	26.246	48.657	-22.412	53.9
1998	26.974	45.921	-18.947	58.7
1999	26.588	40.691	-14.103	65.3
2000	27.774	54.502	-26.728	50.9
2001	31.186	40.506	-9.320	77.0

**Kaynak:** İSO, Türkiye Ekonomisi 2002, ISSN 1303–4030, s. 106.

1980 yılındaki Türkiye ve dünya sektörel ihracat yapısı incelendiğinde, ihracat içerisinde iki ürün grubunun ön plana çıktığı gözlemlenmektedir. Türkiye’nin ihracatında en büyük payı %65’lik oranla alan tarım ürünlerini %12 oranıyla tekstil ürünleri takip etmektedir.

Ancak daha sonraki dönemlerde ihracatta tarımın payı azalırken tekstil sektörünün payı artış göstermiştir. Bunun nedenleri olarak, Avrupa Birliği ile 1 Ocak 1996 tarihinde Gümrük Birliği’nin gerçekleştirilmesi sonucunda Avrupa

Kömür Çelik Topluluğu ile topluluğun yetki alanına giren ürünleri kapsayan serbest dolaşım başlanması, sanayi ürünleri ithalatından alınan vergi ve fonların azaltılması, ithalatta gözetim ve korunma önlemlerine, kota uygulamalarına, dahil de ve hariçte işleme rejimine, haksız ticari uygulamalarına gidilmesi, tekstil ithalatına ilişkin düzenlemelerin yapılması gösterilebilir (Karluk, 2002:339). Yapılan bu uygulamalardan sonra tekstil ve hazır giyim sektörünün ihracattaki payı 2000'li yıllarda % 37'lere yükselmiştir.

**Tablo 3. 1980, 1990, 1999 ve 2000 Yılı Dünya ve Türkiye İhracatının Sektörel Dağılımı (Yüzde Paylar)**

	1980		1990		1999		2000	
	Dünya	Türkiye	Dünya	Türkiye	Dünya	Türkiye	Dünya	Türkiye
<b>1.TARIM ÜRÜNLERİ</b>	15,0	64,6	12,2	25,5	9,9	16,7	9,0	13,9
1.1.Gıda Ürünleri	11,2	51,1	9,5	22,4	8,0	15,4	7,2	12,8
1.2.Hayvansat Ürünleri	3,8	13,6	2,9	3,0	2,0	1,3	1,9	1,1
<b>2.MADENCİLİK ÜRÜNLERİ</b>	28,5	9,5	14,2	6,8	10,2	4,1	13,1	4,2
2.1.Maden Cevheri	2,1	6,9	1,6	2,7	1,0	1,6	1,0	1,8
2.2.Yakıtlar	25,7	2,0	10,5	2,3	7,3	1,5	10,2	1,2
2.3.Demir dışı metaller	2,6	0,5	2,1	1,8	1,8	1,2	1,9	1,3
<b>3.SANAYİ ÜRÜNLERİ</b>	55,1	25,8	70,5	67,7	76,5	79,0	74,9	81,7
3.1.Demir-Çelik	3,9	1,0	3,1	11,5	2,3	6,5	2,3	6,7
3.2.Kimyasal Ürünler	7,7	1,6	8,7	5,8	9,6	4,2	9,5	4,5
3.3.Diğer Yarı Mamul Sanayi Ürünleri	4,1	3,6	7,8	5,2	7,6	7,7	7,3	8,2
3.4.Makine ve Ulaşım Araçları	29,8	2,9	35,8	6,6	41,9	18,9	41,5	20,7
3.4.1.Otomotiv Ürünleri	6,4	1,7	9,4	1,2	10,0	5,4	9,2	5,5
3.4.2.Büro ve Haberleşme Cihazları	2,9	0,1	8,8	2,0	14,1	5,1	15,2	5,7
3.4.3.Diğer Mak. ve Ulaşım Arac.	20,5	1,0	17,6	3,4	17,8	10,4	17,1	11,5
3.5.Tekstil	2,8	11,8	3,1	11,1	2,7	13,1	2,5	13,8
3.6.Hazır Giyim (Deri dahil)	2,0	4,5	3,2	3,6	3,4	24,5	3,2	13,7
3.7.Diğer Tüketim Malları	4,2	0,5	8,9	1,9	9,0	4,1	8,8	4,6
<b>4.DİĞER ÜRÜNLER</b>	1,4	0,0	3,1	0,0	3,4	0,2	3,0	0,2
<b>TOPLAM</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Kaynak:** <http://www.dtm.gov.tr/ead/strateji/Strateji.doc>

Günümüzde, tekstil ve hazır giyim sektörü, gayri safi yurt içi hasıla, imalat sanayi ve toplam sanayi üretimindeki pay, ihracat, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, istihdam, yatırımlar, dışa açıklık ve makro-ekonomik büyüklükler açısından düşünüldüğünde Türkiye'nin en önemli sektörlerinden biri konumundadır. İhracatta sektörünün önemli bir kısmını oluşturan tekstil sektöründe de artış devam etmiş, 1998 yılında 2,631 milyar \$ olan tekstil ihracatı 2007 sonuna gelindiğinde 9,5 milyar dolara seviyesine çıkmıştır. Gerçekleşen bu artışa rağmen, tekstil artış hızı ihracat artış hızının gerisinde kalmıştır. Şöyle ki tekstil ihracatının genel ihracat içerisindeki payı 1998 yılında %9,4 iken bu oran 2007 yılında %6,2'ye düşmüştür (ITKİB, 2006). Türkiye'nin tekstil ihracatı 2008 yılında 6.8 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (ITKİB,2008).

**Tablo 4. Tekstil Sektörü İhracatı**

	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Tekstil Sektörü Toplam İhracatı (milyar \$)</b>	<b>5,6</b>	<b>6,8</b>	<b>7,4</b>	<b>8,0</b>	<b>9,5</b>
<b>Yüzde Değişim (%)</b>	<b>25%</b>	<b>22%</b>	<b>9%</b>	<b>8%</b>	<b>17%</b>

**Kaynak:** DTM (2007)

Ancak düşüşe rağmen, son yıllarda dünya hazır giyim sektöründe yaşanan durgunluk, petrol fiyatlarındaki artışlar yeni rekabet ortamından kaynaklanan zorluklar ve ana pazarımız olan AB ekonomisinde görülen durgunluk dikkate alındığında, tekstil ihracatında görülen performans olumludur.

Ancak, yaşanan devalüasyon dikkate alındığında çok tatmin edici olduğu söylenemez. 2001 yılında yaşanan kriz ve devalüasyonun olumsuz etkisi sonrası hazır giyim ve konfeksiyon ihracatındaki artış %2,1 olarak gerçekleşmiştir.

Tekstil sektörü ihracatında en önemli payı tutan Hazır giyim ve konfeksiyon mamullerinde ise, 2006 yılı ilk çeyreğinde 3,3 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleşirken 2007 yılında gerçekleşen hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 3,7 milyar \$ olup tekstil sektörünün yaklaşık yarısı bu mamullerden oluşmuştur.

**Tablo 5. Genel İhracat Performansı İçinde Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatının Payı**

	Ocak-Mart 2006	Ocak- Mart 2007	Değişim (%)
<b>Türkiye Genel İhracatı</b>	18.503.534	23.155.998	25.1
<b>Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatı</b>	3.307.874	3.720.704	12.5
<b>Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatının Payı</b>	17.9	16.1	
<b>Sanayi Ürünleri</b>	15.879.524	20.059.002	26.3
<b>Hazır giyim Konfeksiyon İhracatının Sanayi Ürünleri İhracatındaki Payı</b>	20.8	18.5	

**Kaynak:** DTM (2007)

Hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında görülen artışa rağmen Türkiye genel ihracatındaki pay 2006 yılı ile karşılaştırıldığında % 17.9'dan % 16.1'e gerilemiş yine sanayi ürünleri ihracat payı içerisinde 2006 yılında 20.8 olan ağırlığı 2007 yılında %18.5 olarak gerçekleşmiştir. 2008 yılı ihracat istatistiklerine göre Türkiye'den gerçekleştirilen hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 15.7 milyar dolardır (İTKİB, 2008). 2009 Haziran-Ocak ayı dönemi içerisinde ise 6.2 milyar dolar hazır giyim ihracatı gerçekleşmiştir (İTKİB, 2009)

Sektörde yaşanan gelişmelerin daha iyi anlaşılması için Türkiye'nin tekstil ihracatında önemli yer tutan ülkelerle yapılan ticaretin incelenmekte fayda bulunmaktadır. Avrupa birliği ülkeleri Türkiye'nin uzun yıllardır bir numaralı tekstil ihracat pazarıdır (Oran, 2004). İTKİB 2007 raporuna göre, AB-27 ülke grubuna 2007 yılında, 3,5 milyar dolarlık tekstil ihracatı gerçekleştirilmiştir.

2006 yılına kadar Avrupa birliği ülkelerinde en çok İtalya ile ihracat yapılırken 2006 ve 2007 yıllarında Almanya bu ülkenin önüne geçerek 863.888.732 milyon \$ bir ihracat hacmi yakalanmıştır. Bu ülkeyi daha sonra Rusya, İtalya ve A.B.D ülkeleri takip etmektedir.

**Tablo 6. Başlıca ülke Grupları ile Tekstil İhracatı**

Ülkeler	2006	2007	Pay (2007) %
Almanya	814.287.756	863.888.732	9
Rusya federasyonu	569.464.514	762.295.452	8
İtalya	660.595.533	752.311.469	8
A.B.D.	595.407.085	621.428.424	7
Romanya	363.757.505	456.998.864	5
İngiltere	422.530.333	442.217.379	5
Fransa	323.609.201	375.147.337	4
Polonya	262.416.784	345.412.348	4
İspanya	267.307.237	305.229.480	3
Bulgaristan	261.102.959	264.563.175	3
Diğerleri	3.526.566.572	4.274.890.108	45
<b>Toplam</b>	<b>8.067.045.479</b>	<b>9.464.382.768</b>	<b>100</b>

**Kaynak:** DTM (2007)

2007 yılında ülkemiz 8,73 Milyar Dolar tekstil ihracatı ile dünya ihracatının yüzde 3,7'sini karşılamaktadır (Uzunoglu ve Ünal, 2008:3).

2008 yılında tekstil sektöründe başlıca ülke grupları arasında Ab-27 ve diğer Asya ülkeleri hariç diğer tüm ülke gruplarında artış kaydedildiği görülmektedir. Ancak yine de AB-27 ülke grubu ile 3.4 milyar dolarlık bir ihracat gerçekleşmiş böylece AB'nin toplam tekstil ihracatındaki payı %49,6 olarak gerçekleşmiştir (İTKİB,2008)

Türk hazır giyim sektörü, dünya piyasalarının en önemli tedarikçilerinden biridir. Hazır giyim sektörü için 1996 yılı başı AB ile GB'ye geçiş, yeni bir gelişim noktası olmuştur. GB'ne girmenin hazır giyim sektörü üzerinde kapasite artışı ve teknolojik gelişim ve makine yatırımlarının artışı gibi olumlu etkileri olmuştur. Bu dönem hızlı sanayileşmeyi ve üretim teknolojisinin de uluslararası standartları yakalamayı da beraberinde getirerek Türkiye ekonomisini bu sektörde iddaalı hale getirmiştir.

2007 yılında ülkemizin dünya hazır giyim ihracatındaki payı yüzde 4,1 olup, yapılan ihracatın değeri 14 Milyar Dolar'dır.

**Tablo 7. Türkiye İhracat Payları**

	2007 (Milyar Dolar)	Dünya İhracatında Payı (%)
Çin	115,2	33,4
,Avrupa Birliği (27)	103,4	29,9
Hong Kong	28,8	8,3
Türkiye	14	4,1
Bangladeş	10,1	2,9
Hindistan	9,7	2,8
Vietnam	7,2	2,1
Endonezya	5,9	1,7
Meksika	5,1	1,5
A.B.D.	4,3	1,2

**Kaynak:** İTKİB (2008)

Dünya hazır giyim ihracatında AB, Çin, Hong Kong, Türkiye, Meksika, Hindistan ve ABD ilk sıralarda bulunmaktadır. Çin, AB bir bütün olarak ele alındığında bile, hazır giyim ihracatında 1. sıraya yükselmiştir. Türkiye ise 2007 yılı göstergelerine göre Hong Kong'tan sonra gelmektedir. Bunun en önemli nedeni olarak tekstil ve hazır giyim sektöründe kullanılan emek ücretleri ve üretim maliyetleri gösterilmektedir.

Ülkeler bazında 2007 yılı örme hazır giyim ithalatında A.B.D. (%26), Almanya (%8), İngiltere (%7), Japonya (%7), Hong Kong (%6), Fransa (%6), İtalya (%5), İspanya (%4), Belçika (%3), Hollanda (%2) ve Kanada'nın (%2) ilk sıralarda olduğu görülmektedir. Örülmemiş hazır giyim ithalatında da benzer şekilde A.B.D. (%23), Almanya (%9), İngiltere (%7), Japonya (%7), Fransa (%6), Hong Kong (%5), İtalya (%5), İspanya (%4), Belçika (%3), Hollanda (%2) ve Kanada (%2) ilk sıralarda yer almıştır. 2007 yılı itibarıyla dünya toplam hazır giyim ithalatının %76'sını (247 milyar dolar) AB(27), A.B.D. ve Japonya gerçekleştirmiştir (Sevim,2009:16): .

Hazır giyim sektörü ihracatında payının azalmasına rağmen Almanya en çok miktarda ticaret yapılan ülke olma sırasını korumaktadır. Almanya'nın payı 1996'da %47,3'ten 2008'de %24,5'e kadar gerilemiştir. Türkiye 2008 yılı hazır giyim ihracatının %75'ini ilk 10'da yer alan Almanya (%24,5), İngiltere (%14,7), Fransa (%7,1), Hollanda (%7,0), İspanya (%6,8), İtalya (%5,5), Danimarka (%3,5), A.B.D. (%2,2), İsveç (%1,9) ve Belçika'ya (%1,8) gerçekleştirmiştir (İTKİB, 2008).

## **2. Tekstil ve Hazır Giyim İhracatın Başlıca Sorunları**

Tekstil ve hazır giyim sektörünün başarılı olabilmesi ve sağlıklı bir yapıya kavuşması için bu sektöre ait sorunların iyi analiz edilmesi, çözüm önerilerinin tespitinde önemli bir adım olacaktır.

Tekstil ve hazır giyim sektörünün iç ve dış faktörlerden kaynaklanan sorunlarını İGİAD şu şekilde özetlemektedir (İGİAD, 2009):

- ✓ Bilhassa Gümrük Birliği sonrasında yapılan aşırı yatırımın neden olduğu kapasite fazlalığı,
- ✓ Firmaların öz sermayelerinin yetersizliği,
- ✓ Finansmanın ise kısa vadeli ve pahalı olması,
- ✓ Sanayide kullanılan enerjinin rakip ülkelerden pahalı olması,
- ✓ İşçiliğin giderek pahalı hale gelmesi,
- ✓ Pamuk başta olmak üzere istikrarlı hammadde fiyatlarının oluşmaması,
- ✓ Yurt dışı pazarlarda dağıtım kanallarına sahip olamama,
- ✓ Hem tekstil, hem de hazır giyimde moda ve marka oluşturma konusundaki başarısızlık,
- ✓ Ar-Ge ye yeterince önem verilmemesi,
- ✓ Teknik ve kalifiye eleman gereği için eğitim konusunda sektörün büyümesine paralel bir gelişme olmaması,
- ✓ Sektörde kayıt dışılığın artması ve bunun da haksız rekabete yol açması,

Bu sorunlardan hareketle Tekstil ve hazır giyim sektöründe genel olarak yapısal, maliyet ve finansman, Ar&Ge, marka ve pazarlama, kotaların kalmasıyla yaşanan Çin faktörü ana başlıklarında toparlanabilir.

## 2.1. Maliyet ve Finansman Sorunları

Maliyetlerle ilgili ilk temel sorun ihracatçıların iç piyasadan tedarik ettikleri hammadde mal ve hizmetlerin fiyatları devamlı artmaktadır. Maliyetler artarken, döviz kurlarının düşmesi ihracatçıları zor durumda bırakmaktadır. En son tespitlere göre, hazır giyim sektörünün toplam maliyetinin % 54'ünü ham madde maliyetleri oluşturmaktadır. Bu durumda, dövizde yaşanan dalgalanmalar sektördeki fiyat istikrarına etkilemekte ve hammadde fiyatlarındaki yüksek artışlara neden olmaktadır. Bu yüzden hammadde ve ara

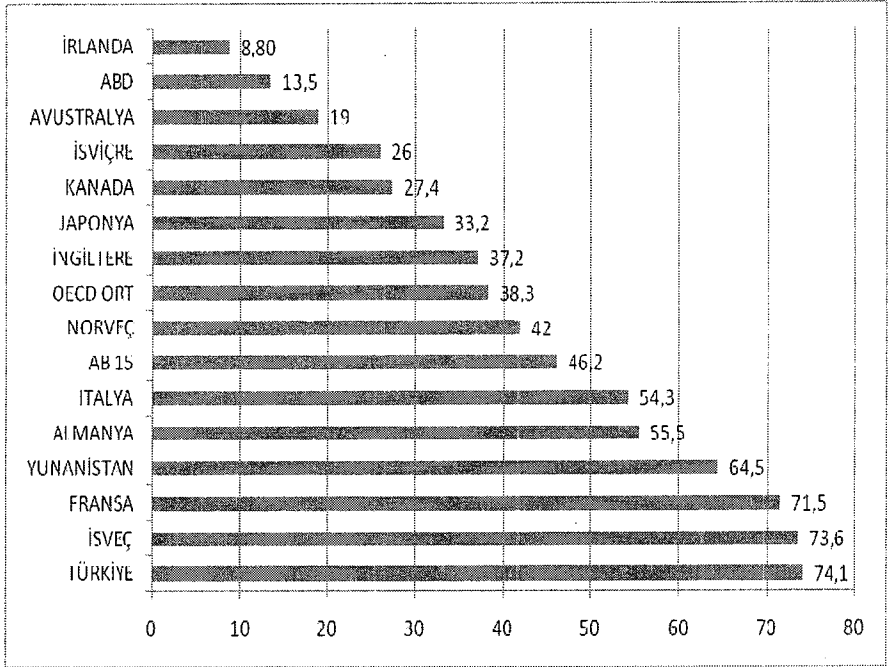
malı konusunda yaşanan güçlükler, sektörün maliyetlerini arttırmakta, ithalatçılara sabit fiyat garantisi vermelerini engellemekte ve vaatlerin zamanında yerine getirilmesini güçleştirmektedir.

Bunun yanında, sektörün ikinci önemli maliyet kalemi, işçilik giderleridir. Türkiye kesintilerin net ücrete oranı açısından Avrupa ülkeleri içinde en yüksek orana sahiptir. Asgari ücret üzerinden yapılan hesaplama göre çalışanın işverene maliyeti içinde, SSK işçi ve işveren payı, gelir vergisi stopajı ve diğer kesintilerin oranı % 4'dir (TİM, 2007). Bu oran İrlanda'da %9, Lüksemburg'da %9, İngiltere'de %18,2, Portekiz de ise %23,4'tür



(ADSİAD,2008). Maliyetlerin üreticilere olan yükünün yüksekliği sektörü kayıt dışına çalışmaya itmektedir.

**Şekil 1. Bazı Ülkelerde İstihdam Üzerindeki Yükler (Kesintilerin Net Ücrete Oranı %)**



Kaynak: OECD Labour Statistics,2008

Bu sorunlar dışında, sektör için son derece önemli boyutlara ulaşan diğer sorunlar, girdi niteliğindeki enerji kullanım maliyetlerinin, dünya fiyatlarının üzerinde olması ve taşıma maliyetlerinin yüksekliğidir. Sektörün ( özellikle iplik, kumaş ve terbiye açısından) temel maliyet kalemleri içerisinde yer alan enerji, özellikle elektrik fiyatlarının dünya fiyatlarının çok üzerinde seyretmesi Türk mallarının yabancı pazarlarda rekabet avantajını törpüleyen bir unsur durumundadır (İTKİB,2008).

**Tablo 8. Sektörel Stratejiler; Üretimde Rekabet Koşullarının Rakip ve Çevre Ülkelerle Eşitlenmesi**

ÜLKELER	KURUMLAR VERGİSİ ORANI %	İSTİHDAM YÜKLERİ ÇIPLAK ÜCRETİN YÜZDESİ	ORTALAMA İŞGÜCÜ MALİYETİ ÇIPLAK ÜCRET DOLAR/SAAT	ENERJİ FİYATLARI SANAYİ KİLOVAT SAAT/DOLAR
ROMANYA	16.0	21.0	1.60	0.96
ARNAVUTLUK	23.0	30.7	1.10	0.65
MISIR	20.0	25.0	0.85	0.21
ÖZBEKİSTAN	15.0+8.0	31.0	0.60	0.25
POLONYA	19.0	41.9	3.80	0.70
ÇİN	33.0	35.0	0.60	0.55
HİNDİSTAN	33.7	16.8	0.67	0.80
BANGLADEŞ	37.5	0.0	0.28	0.40
TUNUS	35.0	21.8	2.05	0.45
VIETNAM	28.0	17.0	0.28	0.35
ENDONEZYA	10.0-30.0	10.0	0.55	0.40
TÜRKİYE	30.0(1)	42.8	2.88	1.07

**Kaynak:** TGSD (2008), Ufuk 2015 (2009), [www.tgsd.org.tr](http://www.tgsd.org.tr)

Ayrıca sektör, finansman ve kredi maliyetleri nedeniyle önemli sorunlar yaşamaktadır. Buna karşılık, enflasyon oranının yüksek olması ve döviz kurları artış oranının üzerinde gerçekleşmesi, işletme sermayesinin yeni yatırımlara dönüştürülmesini engellemektedir (WTO, 2001).

## 2.2. Nitelikli İş Gücü Sorunları

Hazır giyim sektöründe, üretim ve kalite kontrol birimlerinde özellikle, teknik lise mezunu nitelikli ara eleman ve tekniker ihtiyacı yüksektir. Buna rağmen bu ihtiyaç karşılanamamaktadır. İş gücünün vasıfsız olması, üretim verimliliğini düşürmekte, maliyetleri yükseltmektedir.

Bu durumun giderilebilmesinde, mesleki ve teknik eğitim veren liselerin eğitim programlarının geliştirilmesi ve okul-sanayi işbirliği içerisinde öğrencilere deneyim kazandırılması, önemli rol oynayacaktır.

Yine sektör, moda özelliği taşıyan ürünlerin yaratılmasında çok önemli olan stilist, modelist ve desenci açısından yetersizdir. Son yıllarda bu konuya önem verilerek, eleman yetiştirecek kursların sayısı artmasına rağmen, Türk hazır giyim sektörünün ihtiyacının çok daha kısa sürede giderilmesi gerekmektedir.

## 2.3. Araştırma/Geliştirme-Kalite-Verimlilik Sorunları

Küreselleşen dünya da ekonomik sektörler de rekabet edebilmek için ARGE yapmak bir zorunluluktur. Özellikle teknoloji de ayakta kalabilecek, etkin ve etkili üretime katkıda bulunabilecek AR-GE çalışmaları rekabet gücünü artırıcı bir özellik taşımaktadır. Bu bağlamda teknoloji üretimi için bir şey yapmayan ülkeler üretimde taklit etme yoluna gitmektedirler. Çünkü teknoloji

üreten ülkeler çeşitli kanunlarla korunmakta ve böylece teknoloji satabilen büyük firmalar yaratabilmektedirler.

Dünya ekonomilerinde üretimde kaliteyi yükseltebilmek adına AR-GE çalışmalarına ağırlık verilmekte, üretimde araştırma merkezlerinin sayısı artmakta ve çeşitli laboratuvarlar oluşturularak sektörler geliştirilmeye çalışılmaktadır.

Türk tekstil ve hazır-giyim sanayinin dünyadaki konumu kaliteli ancak yüksek fiyatlı olmayan ürün kategorisindedir. Sanayinin Uzakdoğu'da gerçekleştirilen düşük fiyatlı büyük üretimle rekabet etmesi imkânsızdır. Sanayinin rekabet gücü kaliteli ve farklı ürün üretebilme kabiliyeti ile bağlantılıdır. Farklı ürün üretebilmesi için ise tekstil işleme ve boyama süreçleri Ar-Ge'ye yönlendirilecek kaynak ve vasıflı işgücüne ihtiyaç duymaktadır (Erarslan vd., 2008: 295). Bu nedenle sektörün Ar-Ge odaklı stratejiler geliştirmesi büyük bir ihtiyaçtır.

AR-GE uygulamaları Çin gibi ülkelere daha fazla olsa da yaygınlaştırılması hususunda dikkat edilmesi gereken genel hususlar aşağıda özetlenmiştir:

- ✓ Firmalar da AR-GE bilincinin oturması için gerekli yatırımlarda bulunmak,
- ✓ Şirketler de Ar&Ge ve teknolojik gelişmeleri izleyen birimlerin tam anlamıyla oluşturulması ve KOBİ mantığıyla hareket etmektan kaçınmak,
- ✓ AR-GE uygulamalarının başlatılması için gerekli projelerinin oluşturulması,
- ✓ AR-GE teşvik mevzuatının tam olarak anlaşılması, toplumda Araştırma ve Geliştirme kavramlarının anlaşılması,
- ✓ AR-GE projelerinin iyi yönetilmesi ve seçilmesi. Projelerin uzun süreli tutulması,
- ✓ Ulusal bir dokümantasyon sistemi oluşturmak ve yönlendirici bir organizasyonların artması,
- ✓ Profesyonel danışman ve danışmanlık şirketlerinin kullanılması.

Diğer şirketlerle iletişimin geliştirilmesi ve dolayısıyla Ar-Ge uygulamalarında bulunan firma örneklerinden yararlanması

#### **2.4. Yatırım-Teknoloji Sorunları**

Sektörde, yatırım yerleri daha ziyade büyük yerleşim merkezlerinde yoğunlaşmıştır. İşgücü, enerji, vs, gibi faktörler dikkate alındığında bu bölgelerin yatırım yeri olarak değerlendirilmesi rantabl olmamaktadır. Dolayısıyla bu bölgelerde yeni işletmelerin kurulması ve salt kapasite artırıcı yatırımlar teşvik edilmemelidir. Bunun yerine; kaliteli yeni ürün tipleri geliştirilip, üretim ve

verimliliği artıran, esneklik kazandıran, küçük partileri işleyebilen, özel niş ürünleri üreten, başta yüksek performanslı teknik tekstiller olmak üzere bilgi yoğun ürünleri üreten, enerji, su, kimyasal madde ve hammadde kullanımında tasarruf, geri kazanım ve tekrar kullanım sağlayan, çevre dostu üretimi destekleyen, Ar- Ge, Ür-Ge ve yenilikçilik yeteneklerini geliştiren, yeniden yapılanma, yerleşim, yurtiçi ve yurtdışı şirket evlilikleri sonucu gerekli olacaktır.

## 2.5. Çin Faktörü

1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü (WTO) Tekstil ve Giyim Eşyası Antlaşması'yla 10 yıllık bir geçiş süresi vermiş ve Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) 2005 yılının başlamasıyla birlikte dünya ekonomisine serbesti getirme konusunda çalışmalarını tamamlayarak tekstil kotalarının dünya çapında kaldırılmasını gerçekleştirmiştir. Kotalarının kalkması tüm ülkeleri özellikle gelişmekte olan ülkeleri etkileyecektir. Çünkü 2003 yılında tek başına dünya tekstil ihracatı toplamı olan 400 milyar dolarlık ihracatı yapan A.B.D bu miktarın yarısını ithal etmiştir (Eğilmez, 2005). Ve kotalar kaldırılırsa A.B:D bile tek başına büyük bir Pazar olacaktır. Kotaların kaldırılmasından en fazla olumlu etkiyi sağlaması beklenen ülke Çin olup, en büyük üretim avantajı olan ucuz emek ile rekabette diğer ülkeler büyük bir üstünlük sağlayacaktır. Kısa vade de bu ucuz işgücü kaynağı ile üretim maliyetlerini düşürecek olan “Çok Uluslu Şirketler” daha sonra, bir milyarı aşan bu pazarın gelir düzeyinin de artması ile birlikte bu piyasalara ürünlerini satmaya başlayacaklardır (Ekşioğlu, 2004).

Çin üzerinde kotaların kaldırılmasının Türkiye gibi ülkelerde ilk etkisi tekstil ürünleri ihracatında düşüş ve bunun sonucunda reel ücretlerin gerilemesidir.

DPT'nin raporuna göre, kotaların tamamen kalkmasıyla tekstilde önümüzdeki 10 yılda ciddi bir küçülme gerçekleşecek ve 600 bin kişinin de işsiz kalacağı belirtilmektedir (DPT, 2007).

Çin faktörü 2005 yılından itibaren etkisini hissettirecekken Türk Malalarının uluslar arası piyasalarda avantaj elde edebilmek için sermaye yoğun ürünlerin üretimine geçerek, Çin' de kaliteli üretim yaparak maliyetleri azaltmak ve en önemlisi de Markalaşma mantığını oturtmaktır (Ekşioğlu, 2004).

**Tablo 9. Türkiye'nin Üretim Maliyetleri Rekabeti**

	TÜRKİYE	ÇİN	HİNDİSTAN	İTALYA	POLONYA	FAS	TUNUS	MEKSİKA
Arsa Fiyatı Dolar/m <sup>2</sup>	30	5	10	100-150	100	30-40	50	60-80
İnşaat maliyeti Dolar/m <sup>2</sup>	500	300-400	300-399	600	700	450	250	400-499
Elektrik Cent/kwh	03.Ağu	02.Oca	02.Ağu	01.Haz	01.May	Oca.54	01.Eyl	01.Ağu

Su								
Cent/m3	95	45	60	30-90	85	60	70	80
Nakliye								
Dolar/ton	1600	2200	2000	1100	1000	1900	2000	1400
İşçi Ücreti								
Dolar/saat	Şub.14	0.61	0.6	16.65	Şub.52	Oca.92	Oca.89	Oca.51
Maliyet								
ABD=100	51-53	33-35	33-35	127	56-58	40-43	40-43	38-39
Maliyet	++	++++	++++	Farklı	++	+++	+++	+++
Rekabet				ürün				
Edebilirlik				grubu				

**Kaynak:** Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, Türk Hazır Giyim Sektörü Ufuk 2010 Yol Haritası Global Hedefler Ve Politikalar, Ocak-2004

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği tarafından yapılan kıyaslama analizinde Türkiye'nin ÇİN'e karşı en zayıf durumda olduğu kriter "Üretim Maliyetleri" dir. Bu durum Çin'le olan rekabet ortamında sanayicimizin en zor durumda olduğu kriter olmakla beraber hükümet düzeyinde makro değişiklikler-sanayici lehine- yapılmadığı sürece, Türk sanayicisinin dünya ülkeleriyle rekabet edebilme şansı kalmamaktadır.

## 2.6. Hukuksal Sorunlar

İhracat İle ilgili gümrük, kambiyo, banka, sigorta, taşımacılık işlemlerindeki bürokrasi tüm firmaları olduğu gibi hazır giyim ihracatçılarına da olumsuz etkilemektedir. Ayrıca kota uygulamasını getirmiş olduğu, kota tahsisindeki ve kotalı ürün ihracatındaki ilave işlemler, hazır giyim ve tekstil sektörü ihracatını güçleştirmektedir. Gerek genel ihracat, gerekse kotalı ihracat işlemlerinin azaltılması konusunda, henüz bir başarıya ulaşamamıştır.

Kota, anti-damping soruşturmaları ve vergileri gibi korumacı politikalar, tekstil ve hazır giyim sektörünü, gerek ihracat hacmi olarak ve gerekse ihracat bürokrasisi nedeniyle kısıtlamaktadır. Bununla birlikte kotaların, katma değeri yüksek hazır giyim ürünlerinin ihracatını artmasına ve kota kapsamı dışına çıkabilmek için, az da olsa ürün çeşitlemesi yapılmasına yol açtığını da belirtmek gerekmektedir. Diğer yandan kota uygulaması, sektörün gelişme açısını belirsizleştirmekte, yatırım politikaları belirlenmesini zorlaştırmaktadır. Ancak kota uygulayan AB ülkeleri ve ABD'nin bir geçiş süresi içerisinde kotaların kaldırılması konusundaki tavırları olumludur. Bununla birlikte, bu ülkelerin, kota uygulaması dışında, gelişmekte olan ülkelere gönüllü ihracat kısıtlamaları gibi diğer ticareti sınırlayıcı önlemleri empoze etmeye ve anti-damping soruşturmalarını sıkça gündeme getirmeye yönelik eğilim taşıdıkları anlaşılmaktadır (Satici, 2002).

## GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

İhracata dayalı ekonomik büyüme stratejisini uygulamaya başlamasıyla ihracatın en önemli sektörü haline gelen tekstil ve hazır giyim sektörü oldukça önemli bilgi ve tecrübeler elde etmiştir. Ancak uzun süreler fason üretim ile ihracat yapması kendine has moda yaratmaması, ürünün değerinin ve satış fiyatının düşük olmasına neden olmuştur.

Tekstil ve hazır giyim sektörü, ürün geliştirme, tasarım, üretim, yan sanayi, lojistik, finansman, toptan ağı ve perakendede tam entegrasyon sağlayabildiği için global perakende sektörünün değişim ve trendlerine uyum kabiliyeti olumlu olmuş ancak, tüm güçlü yönlerine rağmen pazarlama, yurt dışı tanıtım ve marka bilincinin tam oturmaması ile uzun süreli teknoloji, AR&GE ve eğitim politikası eksikliği sektör için büyük problem olmuştur.

Türk hazır giyim sektörünün de, kota kısıtlamalarının kaldırılması ile birlikte daha da şiddeti artacak olan bu rekabette varlığını sürdürebilmesi, kendi markasını yaratmasına bağlıdır. Bunun için sektör, önce marka yaratmanın gereklerini yerine getirmelidir.

Türk tekstil ve hazır giyim sanayii yapısı gözden geçirildiğinde, dünyadaki yeni rekabet ortamında önemli oranda pazar kaybedildiği, üretim, karlılık, firma sayısı ve istihdamda gerileme yaşandığı bir durum söz konusudur. Tüm bu gelişmelere yaşanan son küresel krizde eklendiğinde, tekstil ve hazır giyim sanayinin toplam istihdam ve firma sayısı kan kaybetmeye devam etmektedir. Sonuç olarak sektör küresel anlamda sürdürülebilir bir rekabet gücüne sahip olması için sektörel uzmanlaşma ve hızlı teslim gibi çeşitli alanlarda sahip olduğu rekabet gücünü ve gelişme potansiyelini sürdürmelidir. Ve bu avantajlarını maliyet, kalite ve çeşitliliği ile en etkin şekilde birleştirmeli ve AB pazarında sahip olduğu payı sürekli kılarken yeni pazarlarda niş ürünler ile yükselen bir büyüme eğilimi elde etmesi hedeflenmelidir. Bunu başardığında, rekabet ettiği ülkelere karşı üretim miktarı ve istihdamı azalsa da ihracat ve yaratılan katma değer sürdürülebilecektir.

## KAYNAKÇA

- ADSİAD (2008), Tekstil Sektöründe Sorunlar Ve Çözüm önerileri Raporu, [www.adsiad.org.tr/ozeldosyalar/tekstil\\_sorunlar.doc](http://www.adsiad.org.tr/ozeldosyalar/tekstil_sorunlar.doc) (23.09.2009)
- DPT (2007), Dokuzuncu Kalkınma Planı: Tekstil, Deri ve Giyim Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu
- Ekşioğlu Onur Ozan (2004), “Çin’ e karşı Markalaşma ve yeni yüzyılda rekabet”, Ekonomik Ve Sosyal Kalkınma Hareketi, <http://kalkinma.org/>
- Erarslan İ. Hakkı, Bakan İsmail ve Kuyucu Helvacıoğlu Aslı Deniz (2008),“ Türk Tekstil Ve Hazır giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik

Düzeyinin Analizi”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi** Yıl:7 Sayı:13 Bahar 2008 s.265-300

İGİAD (2009), Tekstil Sektörü Değerlendirme Raporu, [www.igiad.com](http://www.igiad.com)

İSO, Türkiye Ekonomisi 2002, ISSN 1303-4030, s. 106.

İTKİB (2007), Yeni Rekabet Ortamında Türk Tekstil Ve Hazırgiyim Sektörü, <http://www.itkib.org.tr> (12.08.2009)

İTKİB (2008), Tekstil, Konfeksiyon, Deri Ve Halı İhracatında Sorunlar Ve Çözüm Önerileri, <http://www.itkib.org.tr> (12.08.2009)

İTKİB (2008), Türkiye’de Ve Dünya’da Teknik Tekstiller Üzerine Genel Ve Güncel Bilgiler, <http://www.itkib.org.tr> (12.08.2009)

Karlık Rıdvan (1996); **Uluslararası Ekonomi, Teori ve Politikalar**, Beta Yayınevi, İstanbul.

OECD Labour Statistics,2008

Satıcı Oğuz (2002), T.M.M.O.B. 10. Yıl Paneli

Sevim Ümit (2009), **Hazır Giyim**, Dış Ticaret Müsteşarlığı, İGEM Yayınları

Şenol Çoşkun (2007), “Türkiye’nin İhracatı Üzerine Bir Değerlendirme”, **Gümrük Dünyası Dergisi**, Sayı 52

TGSD (2008), **Ufuk 2015** (2009), [www.tgsd.org.tr](http://www.tgsd.org.tr) (15.07.2009)

TİM (2007), “İhracatın Sorunları Ve Çözüm Önerileri”, <http://www.tim.org.tr> (15.07.2009)

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, **Türk Hazır Giyim Sektörü Ufuk 2010 Yol Haritası Global Hedefler Ve Politikalar**, Ocak-2004

Uzunoglu Hande ve Ünal İlknur (2008),” **Türk Hazır Giyim ve Tekstil Sektörünün 2008 Yılı Rekabet Durumu**”, AR&GE Bülten Kasım

WTO (2001) **International Trade Statistics, Hazır Giyim Sektörünün Dünyadaki Gücü**

