

TEKSTİL İŞVEREN

SAYI: 429 • NİSAN 2017

Tekstil ve hazır giyimciden

'ETİK TİCARET' ATAĞI

SANAYİDE İNOVASYONA
AB DESTEĞİPOTANSİYEL FIRSAT:
NİTELİKLİ SANAYİ
BÖLGELERİPROF. DR. ERHAN
ASLANOĞLU YAZDI:
TÜKETİCİ GÜVENİ
VE EKONOMİDE
BÜYÜMEİHRACATÇIYA
YEŞİL PASAPORTHAZIR GİYİMDE
YOL HARİTASI:
UFUK 2030TEKSTİLCİNİN
MARKAJINDA:
GÜNEY KOREİTÜ'DEN ENGELLİLER
İÇİN TEKSTİL
TASARIM MERKEZİYERLİ MAKİNE
İÇİN GÜÇ BİRLİĞİLOJİSTİĞE
'HIZLI MODA' DOPİNGİERKEK GİYİMİNİN
GÜÇLÜ İSMİ:
HATİCE GÖKÇE

Tekstilde yeni boyut



Tekstil ve hazır giyim sektöründe Uzakdoğu'dan yapılan ithalatın yarattığı haksız rekabetten korunma önlemlerinin başlamasının üzerinden altı yıl geçti. Bu süreç içinde ilk dört yılda yaklaşık 180 bin kişilik istihdam artışı yaşandı. Hem istihdam artış oranları hem tekstil sektöründe açılan pazarlar bize haksız rekabetten korunma önlemlerinin işlevini yerine getirdiğini gösterdi. Fakat son 2 senede istihdamda belirgin bir düşüş başladı. Sektörümüzdeki istihdam, yaşanan kayıplarla 120 bin kişiye geriledi. Geline bu nokta bize, korunma önlemlerinin ciddi şekilde erozyona uğradığını, özellikle ithalatta

trafik sapmalarıyla ülkemiz yararına olan ek vergilerin aşılma istendiğini gösteriyor. Bununla birlikte, maliyet unsuruyla ihracat stratejilerini belirleyen ülkelerin, daha büyük dampedinglerle Türk sanayii ile haksız rekabet etmesi de söz konusudur. Ülkemiz ise artan girdileri ile dünya rekabet sahasında zemin kaybetmektedir.

Bu önemli konunun takipçisi olan hem ihracatçı birlikleri hem TOBB Tekstil Meclisi hem de sendikamız, ilgili Bakanlıklarımızla sürekli çözüm önerilerini paylaşmaktadır. Bu çalışmaların müspet sonuçlar çıkaracağını inanıyorum.

Öte yandan tüm dünyada sektörümüz, disiplinler arası çalışan bir sanayi haline geldi. Artan küresel talebi karşılamak üzere, yeni teknolojiler ve iş modellerinin sanayiye hızla aktarılmasının yolları aranıyor. Yenilikçi elyaflar ve tekstil malzemelerinin stratejik önemini kavrayan ABD, AB ve Çin, bu konuda hızla yeni iş platformları oluşturuyor.

ABD hükümeti tarafından önemli destekler sağlanan "Amerika'nın İleri İşlevsel Elyafları ve Kumaşları Girişimi" örnek alınan en önemli inisiyatif. AB ise on yılı aşkın bir süredir Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu'nun işlevini artırmaya çalışıyor. Bu platformun son toplantısında ülkemiz için önemli sayılacak iki vurgu yapıldı.

İlki, sanayiye kapsayan araştırma projelerinden ziyade, araştırma projeleri yürüten sanayi kuruluşlarına daha fazla ihtiyaç olduğuna dair yapılan vurgu.

İkincisi ise "mali kaynakların sadece ileri teknoloji sektörlerine yönlendirilmemesi, bunun yanı sıra imalatla istihdam yaratan mevcut sanayi sektörlerinin inovasyon ve katma değer seviyesini yükseltmelerine yardımcı olması için kullanılması gerekliliği".

Rekabet alanı genişleyen ve yarıştığı ülkelerin sayısının arttığı sektörümüzün, dünyada hâlâ söz sahibi olması için, öncelikle bu iki maddeyi gerçekleştirerek boyut atlaması gerektiğine inanıyorum.

Muharrem Kayhan
Yönetim Kurulu Başkanı



**Türkiye
Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası**

Metrocity A Ofis Blok Büyükdere Cad. No: 171 K: 19 34330 1. Levent - İstanbul
Tel: (0212) 344 07 77 (Pbx) Fax: (0212) 344 07 66-67
www.tekstilisveren.org.tr info@tekstilisveren.org.tr

Tekstil İşveren Dergisi

Nisan 2017 Sayı: 429

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Adına
İmtiyaz Sahibi
Muharrem Kayhan

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Av. Başar Ay

Yayın Kurulu
Av. Samim Ergeneli, Levent Oğuz, Mine Şenkul Ergüven
Lerzan Öztürk, Av. Çiğdem Subaşı
Av. Ömer Emre Kaynak, İrem Yılmaz
Gamze Kılınç

İdari Merkezi
Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası
Metrocity A Ofis Blok Büyükdere Cad. No: 171 K: 19 34330 1. Levent-İstanbul
Tel: (0212) 344 07 77 (Pbx),
Fax: (0212) 344 07 66-67,
www.tekstilisveren.org.tr



Yayına Hazırlayan
Doğan Burda Dergi Yayıncılık A.Ş.

Baskı
APA UNIPRINT
Basım San. ve Tic. A.Ş.
Hadımköy İstanbul Cad. Ömerli Mah. No: 159 34555 Arnavutköy-İstanbul
Tel: 90 212 798 28 40 Faks: 90 212 798 20 63

Yayın Türü:
Yerel, Aylık, Süreli
ISSN: 1307-6566

Bu dergi, Doğan Burda Dergi Yayıncılık A.Ş. tarafından, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası için hazırlanmıştır. Para ile dağıtılıp, satılamaz. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz. Dergide bulunan imzalı yazıların sorumluluğu yazarlara aittir.

Sanayicide hedef üretim ve ihracatı artırmak



Ekonomi Bakanlığı 2023'te Türkiye'nin dünya ticaretinden aldığı payı yüzde 1.5'e çıkarmayı hedeflerken, atılan adımlardan birisi de ihracatçıya yeşil pasaport verilmesi oldu. 2017 yılında yaklaşık 22 bin ihracatçı firma yetkilisine yeşil pasaport verilmesi planlanıyor. Sektörümüzde uzun bir süredir gerçekleşmesi istenen bu düzenleme, uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren sanayicilerimiz için gerçekten de önemli bir adım oldu. Hükümetimiz, ihracatın artırılması için gerekli önlemleri almaya devam ederken sanayicilerimiz de pazarlardaki payını artırmak ve sağlamlaştırmak için çalışmalarına tüm hızıyla devam ediyor. Sendikamızın Kayseri Sanayi Odası Tekstil Grubu Meslek Komitesi ile gerçekleştirdiği toplantıda Türkiye'ye, ABD ve İsrail arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması'na taraf olarak QIZ (Nitelikli Sanayi Bölgesi) kurma hakkı verilmesi ve ABD'ye gümrüksüz ihracat yapma fırsatı konusunu inceledik. Bu anlaşmanın gerçekleşebilmesi amacıyla ABD ve İsrail ile hangi çalışmaların yapılması gerektiği, QIZ'nin ülkemize sağlayacağı katkılar neler, tüm bu soruların cevaplarını sayfalarımızda bulabilirsiniz. Sendikamızın da içerisinde yer aldığı yeni bir çalışmanın satırbaşlarını da bu sayımızda sizinle paylaşıyoruz. Özellikle sektörümüzdeki çalışma koşullarına dair yabancı basında çıkan negatif haberlerin, sendikalaşmayı ve etiği gözeten Türk sanayicisini Avrupa nezdinde zora sokmasını önlemek amacıyla Türkiye Etik Ticaret Platformu oluşturuldu. Platformda hedef iş dünyası ve insan hakları konusunda farkındalığı artırmak, işyeri düzeyinde sosyal diyalogu geliştirmek. Brüksel'de düzenlenen Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu'nun 12. yıllık konferansında bu kez araştırma projelerinden önce araştırma projeleri yürüten sanayi kuruluşlarına duyulan ihtiyaca dikkat çekildi. Sendikamızın ve Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu'nun Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Denizer'in konferansla ilgili değerlendirmeleri de haberlerimiz arasında yer alıyor. İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde kurulan Engelliler İçin Tekstil Tasarım Merkezi'nin çalışmaları, Güney Kore ile ticaretimizi geliştirme yolları, yerli makine üreticilerinin ithalatı düşürme gayretleri, lojistik sektöründe tekstil ve hazır giyim sektörünün ihtiyaçlarına karşılık verebilmek için yapılan faaliyetler gibi ilginizi çekeceğine inandığımız pek çok konuyu sizlerle paylaşıyoruz. İyi okumalar...

Av. Başar Ay
Genel Sekreter



- 8** Kısa haberler
- 10** Aklımızda kalanlar
- 12** Dünyada çalışma hayatı
- 14** Yeşil pasaport tekstile doping etkisi yapar mı? İhracatçılara ticaret yaparken kolaylık sağlamak üzere yeşil pasaport verilmeye başlandı. Yeşil pasaport için başvuru sayısı, 45 günde 2 bini aştı.
- 20** Türkiye için yeni bir şans: Nitelikli Sanayi Bölgeleri Ortadoğu'da ilişkilerin yumuşatılması için ABD ve İsrail arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması'na, OIZ (Nitelikli Sanayi Bölgeleri) ile Türkiye'nin de taraf olması isteniyor.
- 26** Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu yazdı: Tüketici güveni ve ekonomide büyüme
- 30** Tekstil ve hazır giyimciden 'etik ticaret' atağı Sektördeki etik standartlara dair yabancı basında çıkan negatif haberlere karşı, iş dünyası ve STA'lar Etik Ticaret Platformu'nu oluşturdu.
- 34** Hazır giyim ufkü 2030'a taşıyor Türkiye Geyim Sanayicileri Derneği, 'UFUK 2030' çalışmasıyla hazır giyim sektörünü geleceğe taşıyacak dört stratejik hedef belirledi.
- 38** AB sanayide inovasyon projelerini bekliyor Brüksel'de düzenlenen Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu konferansında, projeleri yürüten sanayi kuruluşlarına duyulan ihtiyacın altı çizildi.
- 42** Güney Kore ihracat yelpazesini genişletecek Yüksek teknoloji kumaşlar alanında dünyanın önemli üreticilerinden olan Güney Kore, Türk tekstilcilerin markajına girmiş durumda.
- 48** 'Engel' tanımayan giysiler Engellilere uygun kolay giyilebilir/giydirilebilir kıyafet üretmek için Türkiye'de ilk kez, İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde Engelliler İçin Tekstil Tasarım Merkezi kuruldu.
- 52** Tekstil ve hazır giyimde yerli makine için güç birliği Tekstil ve hazır giyim sektöründe tekstil makinelerinin ağırlığı yurtdışından. Son dönemde ise "yerli ve milli" makine vurgusu yapılmaya başladı. Amaç, dışa bağımlılığı azaltmak.
- 56** Tekstil ve hazır giyim lojistiği 'hızlı moda'yla büyüyor Son yıllarda 'hızlı moda' kavramının öne çıkmasıyla tekstil ve hazır giyim sektöründe lojistiğin önemi de arttı. Son dönemdeki lojistik eğitimleri de hazır giyim sektörüne entegre edildi.
- 60** Erkek giyiminde farklı bir soluk: Hatice Gökçe Pek çok kişinin Tarkan için hazırladığı sahne kostümleriyle tanıdığımız moda tasarımcısı Hatice Gökçe, Türkiye'de "sofistike erkek giyimi" denildiğinde akla ilk gelen isimlerden biri.
- 64** İngilizce özetler
- 66** Fuar takvimi





Apple'ın değeri zirve yaptı

ABD'li teknoloji devi Apple, dünya genelinde piyasa değeri 800 milyar doların üzerine çıkan ilk şirket oldu. Şirketin hisse başına değeri, mayıs ayında yüzde 3.2'lik bir yükselişle 153.70 dolara kadar tırmandı. Böylece, piyasa değeri 815.08 milyar doları gören Apple, tarihte piyasa değeri 800 milyar doların üzerine çıkan ilk firma oldu. Apple'ın, yılın ilk çeyreğindeki geliri, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 4.5 artarak 52.9 milyar dolara çıkmıştı. Şirketin net kârı da aynı dönemde yüzde 4.8 artarak 11 milyar dolara yükselmişti. Amerikan firmaları arasında, bu yılın ocak-mart döneminde en büyük net kârı yakalayan şirket de Apple.



Mehmet Şimşek'ten "sabırlı olun" çağrısı

Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek, küresel ekonominin uzun süreden sonra ilk defa toparlandığını ve global açıdan bakıldığı zaman enflasyonun kontrol altında olduğunu kaydetti. Mayıs ayında yapılan Forum İstanbul 2017'de açıklamalarda bulunan Şimşek, Türkiye'de tüm kısa vadeli göstergelerin büyümenin hızlanacağına işaret ettiğini kaydetti. "Büyümede ufak bir sorununuz var. İç talep ağırlıklı büyüyor. Yeniden dengelenme sürecinin başlaması, güçlenmesi gerekiyor. Ümit ederiz ki dış talepteki büyüme bunu sağlar" diyen Şimşek, piyasalardaki normalleşmeye dikkat çekti. Başbakan Yardımcısı, enflasyonun çift haneye çıkmasıyla ilgili olarak da, "Bu kabul edilebilir bir durum değil" dedi, ancak sabırlı olmaya çağırdı. "Burada kur etkili oldu ama şimdi göreceli istikrar destekleyici noktada. Bizim ciddi tedbir almamız lazım. Alacağız inşallah" ifadelerini kullandı. Şimşek, işsizliği kalıcı şekilde azaltmak için de reform gerektiğini belirtti.

Türkiye için büyüme tahmini düşürüldü

Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD), Türkiye için 2017 yılı ekonomik büyüme tahminini 0.4 puan düşürerek yüzde 2.6'ya çekti. Raporda buna gerekçe olarak, kredi notunun indirilmesi, darbe girişiminden bu yana devam eden olağanüstü hal ve liranın dolar karşısında 2016'da yüzde 17 zayıflayarak enflasyonun şubat ayında beş yıldır ilk defa çift haneli rakamlara çıkmasına neden olması gösterildi. Ekonomik büyüme beklentisinin 2018 için yüzde 3 olduğu belirtilen raporda, "Türkiye'nin dış durumu zorluk oluşturmaya devam ediyor. Brüt dış finansman ihtiyacı gayrı safi yurt içi hasılanın neredeyse yüzde 25'ine denk geliyor ve ülkeyi küresel likidite şartlarına karşı hassas bir duruma sokuyor" denildi. Raporda, güvenlik ve jeopolitik risklerin turizm gelirleri ve yatırımlara negatif yöndeki yansımalarının da altı çizildi.



Cep satışlarında rekor beklentisi

Referandum sonrası kurlardaki gerileme, bazı telefon modellerinde fiyatların yüzde 15'e kadar düşmesine neden oldu. Mobil İletişim Araçları ve Bilgi Teknolojileri İş Adamları Derneği (MOBISAD) Yönetim Kurulu Başkanı Sinan Ekşi, bu nedenle satışlarda yüzde 35'e yakın artış yaşandığını belirtiyor. "Anneler Günü, ardından Babalar Günü ve karne döneminin rüzgârını da arkasına alacak olan cep telefonu satışlarında rekor beklentisi içerisindeyiz" diyen Ekşi, yılın başından bu yana telefon satışlarının aylık 1.2 milyondan 850 bin adede gerilediğini ifade ederek, yüksek vergiler nedeniyle kayıtdışı telefon satışında patlama yaşandığını kaydetti.



Özel sektörde çalışma saatleri değişiyor

İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerde yaşanan trafik sorunu, büyük şirketleri çalışma saatlerinde değişikliğe gitmeye itiyor. Avrupa ülkelerinde uygulanan esnek çalışma saatlerine dayalı model ile sabah saat 09.00 ile akşam saat 18.00 arasını kapsayan çalışma saatleri değişiyor. Trafikte harcanan zamanı azaltmayı ve çalışanların zamanlarını daha verimli kullanabilmesini amaçlayan bu modeli baz alan şirketler, mesai saatlerini 07.30-16.30, 8.30-17.30 ve 07.45-16.45 olarak değiştirmeye başladı. Coca Cola, DeFacto, Eczacıbaşı, Pegasus Havayolları, Turkcell, Vodafone da bu şirketler arasında yer alıyor.

S&P, Türkiye'nin notunu korudu

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Standard & Poor's (S&P), Türkiye'nin kredi notunu korurken, not görünümünün "negatif" olduğunu bildirdi. S&P, Türkiye'nin yabancı para cinsinden kredi notunun "BB", yerli para cinsinden notunun "BB+" seviyesinde teyit edildiğini, not görünümünün de "negatif" olduğunu açıkladı. S&P'nin açıklamasında, "Türkiye'nin esnek kur rejiminin ekonominin dış şoklara uyum göstermesini sağlamasının beklendiği" ifadesine yer verildi. ABD Doları'nın yüksek seviyede kullanılmasının düşük Türk Lirası'nın ekonomiye olan faydasını sınırladığı görüşünü paylaşan S&P, negatif not görünümüyle ilgili olarak, zayıf büyüme ve kur oynaklığının mali bozulmaya yol açabileceği uyarısında bulundu ve bunun beklentilerin ötesinde enflasyon baskısı yaratması riskine dikkat çekti.



Enflasyon arttı

Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) nisanda yüzde 1.31, Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi (Yİ-ÜFE) yüzde 0.76 arttı. Yıllık enflasyon tüketici fiyatlarında yüzde 11.87, yurt içi üretici fiyatlarında yüzde 16.37 oldu. Tüketici fiyatları bazında nisanda en yüksek fiyat artışı yüzde 61.03 ile domateste, en fazla fiyat düşüşü ise yüzde 47.99 ile patlıcanda görüldü. Domatesteki fiyat artışına, Rusya'nın ithalat sınırlaması koymasının ardından, üreticinin ekimi azaltması ve bunun da rekolte düşüklüğüne yol açması olduğu belirtiliyor.



En çok getiri külçe altından

Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi (Yİ-ÜFE) ve Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) ile indirgenildiğinde, nisan ayında en fazla reel getiri külçe altından sağlandı. Külçe altının reel getirisi, Yİ-ÜFE ile indirgenildiğinde yüzde 1.91, TÜFE ile indirgenildiğinde yüzde 1.35 olarak gerçekleşti. Yİ-ÜFE ile indirgenildiğinde yatırım araçlarından BIST 100 endeksi yüzde 0.83, devlet iç borçlanma senetleri (DİBS) yüzde 0.78 ve mevduat faizi yüzde 0.02 reel getiri sağladı. Buna karşılık Euro yüzde 0.98 ve dolar yüzde 1.23 ile yatırımcısına kaybettirdi. BIST 100 Endeksi üç aylık değerlendirmede Yİ-ÜFE ile indirgenildiğinde yüzde 9.34, TÜFE ile indirgenildiğinde ise yüzde 9.26 ile yatırımcısına en yüksek reel getiri sağlayan yatırım aracı oldu. Dolar ise Yİ-ÜFE ile indirgenildiğinde yüzde 5.52, TÜFE ile indirgenildiğinde ise yüzde 5.59 ile en çok kaybettiren yatırım aracı oldu, ancak altı aylık değerlendirmede en yüksek kazancı getirdi.



İşsizlik Fonu'ndan 5 milyon kişiye maaş

İşini kaybeden sigortalıların, işsiz kaldıkları dönemin belirli bir kısmında geçinebilmeleri için 2002'de kurulan İşsizlik Sigortası Fonu'ndan, 15 yılda 5 milyon 328 bin kişiye ödeme yapıldı. Fonun büyüklüğü 106 milyar liraya ulaştı. 15 yılda 8 milyon 249 bin kişinin başvurduğu fondan yararlanan 5 milyon 328 bin kişiye toplam 15 milyar 502 milyon 487 bin 525 lira ödeme yapıldı. Hizmet akdinin feshinden önceki son 3 yılda, 600 gün sigortalı çalışıp işsizlik sigortası primi ödeyenlere 180 gün, 900 gün sigortalı çalışıp işsizlik sigortası primi ödeyenlere 240 gün, bin 80 gün sigortalı çalışıp işsizlik sigortası primi ödeyenlere ise 300 gün süreyle işsizlik ödeneği veriliyor.



ABD pamuğundan beklenti yüksek

ABD Tarım Departmanı (USDA), ülkenin pamuk ihracatının, 2016-17'de bir önceki döneme göre yüzde 53 artışla 14 milyon balyaya çıkacağını öngörüyor. ABD'nin dünya ticaretindeki payının da yüzde 26'dan yüzde 39'a yükselmesi bekleniyor, ki USDA'nın Yabancı Tarım servisi tarafından yayımlanan Nisan 2017 tarihli 'Pamuk: Dünya Pazarları ve Ticaret' raporuna göre, bu değer son altı yıldaki en yüksek seviye. Raporda, küresel ticaretin yüzde 4'ten az artacağı da öngörülüyor. 2016-17 döneminde küresel pamuk tüketiminde az bir artış gözlemlendi. Üretimin normal seviyelerde artmasıyla küresel nihai stoklarda ise hafif bir artış kaydedildi. Küresel ticaret yine az bir oranda artarken, ABD ihracatı 800 bin balyaya kadar yükseldi ve ABD'de nihai stoklar azaldı.



H&M iklim için hedef büyüttü

İsveçli uluslararası perakende giyim firması H&M, 2040'a kadar tüm değer zincirinde iklim dostu olmayı amaçlıyor. 2030'a gelindiğinde, H&M ürünlerinde yalnızca geri dönüştürülmüş veya diğer sürdürülebilir kaynaklı malzemelerin kullanılması hedefleniyor (2016'da bu oran yüzde 26 seviyesindeydi). Şirketin 2016 yılı sürdürülebilirlik raporuna göre, H&M değer zincirinde sera gazı emisyonunu azaltmaya çalışacak ve böylece gezegenin iklim değişikliğine karşı iyileşme ve direnme yeteneğini güçlendirmeye katkıda bulunacak. Kaçınılmaz emisyonlara işaret eden H&M, bu kapsamda teknolojik yenilikleri de destekliyor. Firma, Ellen MacArthur Vakfı ve Stockholm Üniversitesi'ndeki Elastikiyet Merkezi ile küt kaynaklara daha az bağımlı tekstil ürünleri üreten ve kullanan sirküler bir sistem geliştirmek için araştırma projesi başlattı. H&M, geçen yıl İyi Pamuk Girişimi (Better Cotton Initiative) tarafından onaylanmış pamuğun en büyük küresel kullanıcısıydı.

Avrupa'da bütçe açığı ve kamu borcu azaldı

Avrupa İstatistik Ofisi'nin (Eurostat) açıkladığı verilere göre, 2016 yılında Euro Bölgesi'nin ve AB-28'in bütçe açığı ve kamu borcu, 2015 ile karşılaştırıldığında göreceli olarak azaldı. Euro Bölgesi'nde bütçe açığının GSYH'ye oranı 2015'de yüzde 2.1 iken, 2016'da yüzde 1.5'e düştü. AB-28'de ise bu oran yüzde 2.4'ten yüzde 1.7'ye geriledi. Euro Bölgesi'nde kamu borcunun GSYH'ye oranı da aynı dönemde yüzde 90.3'ten yüzde 89.2'ye, AB-28'de ise yüzde 84.9'dan yüzde 83.5'e düştü. Euro Bölgesi'nde ve AB-28'de kamu harcamaları 2015 ve 2016 arasında azalırken, devlet gelirleri Euro Bölgesi'nde düştü, AB-28'de ise sabit kaldı. 2016'da en çok bütçe fazlası veren ülke, artı yüzde 1.6 ile Lüksemburg. Bütçe açığı/ GSYH oranı en düşük ülke, yüzde -0.9 ile Danimarka. Ayrıca İspanya (yüzde -4.5), Fransa (yüzde -3.4), Romanya ve İngiltere (ikisi de yüzde -3) ise GSYH'nin yüzde 3'üne eşit ya da yüzde 3'ünden fazla bütçe açığına sahip. GSYH içindeki kamu borcu payı en düşük ülke, Estonya (yüzde 9.5); en yüksek ülke ise Yunanistan (yüzde 179).



Japonya'da enflasyon tahmini düşürüldü

Japonya Merkez Bankası (BOJ), enflasyon tahminini düşürürken, parasal teşvik politikalarını değiştirmede. BOJ'a göre, Japon ekonomisi ılımlı bir ilerlemeye yöneldi, ihracat ve sanayi üretimi de artış trendine girdi. Ancak, fiyatlar ve ekonomik faaliyetlere ilişkin riskler mevcut tabloyu olumsuz yönde etkiliyor. Üç aylık genel görünüm raporunda, nisan ayında başlayan 2017 mali yılındaki enflasyon gösterimini yüzde 1.5'ten yüzde 1.4'e düşürdü. 2018 yılı için ise yüzde 1.7 tahmini değişmedi. BOJ, bu yıl ve sonraki yıl için büyüme tahminlerinde küçük bir artış yaptı. 2017 yılı büyüme tahmini yüzde 1.5'ten yüzde 1.6'ya yükseltirken, 2018 yılı için yüzde 1.1'den yüzde 1.3'e çıkarıldı. 2019 için büyüme tahmini ise yüzde 0.7 olarak yapıldı.



Dış Ticaret Beklenti Anketi ne diyor?

Ekonomi Bakanlığı'nın bu yılın ikinci çeyreğine ilişkin Dış Ticaret Beklenti Anketi'ne göre, Türkiye'nin önde gelen ihracatçı firmaları, ikinci çeyrekte ihracatın artacağına dair beklenti içinde. İhracat Beklenti Endeksi, 2017 yılının ikinci çeyreğinde, ilk çeyreğe göre 15.9 puan artarak 124.9 seviyesine ulaştı. Endeks, ikinci çeyrekte geçen yılın aynı dönemine göre de 13.2 puan artış gösterdi. İthalat Beklenti Endeksi ise 1.7 puan artarak 112 seviyesine çıktı. Endeks, ikinci çeyrekte geçen yılın aynı dönemine göre de 8.9 puan artış kaydetti. Beklenti Endeksi'ni oluşturan sorulara verilen cevaplar ile sektörün ihracat ve ithalat beklentilerine ilişkin tahminlerde bulunuluyor.



IMF' küresel büyüme tahminini yükseltti

2017 yılında yatırım, imalat sanayi ve ticaretin canlanmasıyla küresel ekonomik büyümenin artacağını açıklayan IMF, tahminlerini de yükseltti. Büyümenin bu yıl yüzde 3.5, 2018'de de yüzde 3.6'ya çıkması bekleniyor. Geçen yıl bu değer yüzde 3.1'di. IMF, ABD, İngiltere, Almanya, İtalya, İspanya, Japonya gibi gelişmiş ekonomilere yönelik tahminlerini de yükseltti. IMF, jeopolitik gerilimin artması ve kredi kullanımının yaygınlaşması nedeniyle, gelişmekte olan ekonomilerin ise savunmasız kalmaya devam ettiğini belirtti. Özellikle Çin'de kredi büyümesine bağımlılığın azaltılmasında zorluklar yaşanıyor. Gelişmekte olan pazarlar için ocak ayında yapılan 2017 (yüzde 4.5) ve 2018 (yüzde 4.8) tahminleri değiştirilmedi.

Tekstil atığına karşı yeni çözüm: Fiberizer v.2

Tekstil sanayiinin en önemli problemlerinden biri, atık yönetimi. New York'taki İnsan Ekolojisi Koleji'nden bir tasarım ve araştırma ekibi, tekstil atığı ile başa çıkmak için bir çözüm geliştirdi. Ekibin geliştirdiği 'Fiberizer v.2' isimli makine, eski giysileri alıp, yeniden kullanılabilir kumaşa dönüştürüyor. Elyaf Bilimi ve Hazır Giyim Tasarımı bölümünden Prof. Dr. Tasha Lewis liderliğindeki ekip, bu bölümün yanı sıra Tasarım ve Çevre Analizi, Fizik, Mekanik ve Uzak Mühendisliği, Malzeme Bilimi ve Mühendisliği öğrencilerinden oluşuyor. Proje, özellikle kullanılamayacak kadar küçük ve hasar görmüş tekstil atıklarını hedef alıyor.



Bangladeşli tekstilciye ABD pamuğu tanıtıldı

Uluslararası Pamuk Konseyi'nin (CCI) ihracat teşvikleri kolu, Bangladeşli tekstil şirketlerinden 12 üst düzey yönetici ile ABD Pamuk Üretim Kuşağı'nı dolaşarak, grubun Amerikan pamuğunu yakından tanımasını sağlayacak bir ticari çalışma başlattı. Nisan ve Mayıs 2017'de gerçekleştirilen ziyaretlerde, Bangladeşli heyet, CCI ön toplantısı ve ICE Futures semineri ile turlarına New York'tan başladı ve devamında Kuzey Carolina'daki pamuk araştırmalarını inceleyerek, Batı Teksas'taki bir pamuk tarlasını ve çırçır tesisini ziyaret etti. Heyet pamuk kuşağının dört temel bölgesinde önemli sanayii kuruluşları ve ihracatçıları ile de buluştu. Bangladeş, ABD pamuğunun dokuzuncu en büyük pazarı.





İstihdama dönük reformlar sonuç veriyor

2017 Ortak İstihdam Raporu'na göre, AB üyesi 26 ülkede işsizlik düşüş gösterdi. 2015 yılında toplam işsiz sayısı 22.9 milyon iken, 2016'da 2 milyon azalarak 20.9 milyona indi. İşsizliğin azaltılmasında ekonomik iyileşme rol oynadı, ancak bu değişim devam eden reformlar sayesinde mümkün oldu. Peki, hangi ülkede, ne yapılıyor?

- İstihdamda vergi yükünün azaltılması için gelir vergisi azaltılıyor (Belçika, Estonya, İrlanda, Hollanda) veya sosyal güvenlik katkı payları azaltılıyor (Belçika, Fransa, Finlandiya).
- İstihdamı desteklemek için işe alımda teşvik veriliyor (Danimarka, İrlanda, Fransa, Güney Kıbrıs, Macaristan, Malta, Hollanda, Avusturya, Slovenya ve Slovakya).
- Engelliler gibi dezavantajlı grupların işgücü piyasasına entegrasyonu için teşvik-kota veriliyor (Güney Kıbrıs, Lüksemburg, Malta, Hollanda).
- Sosyal kuruluşlar ve genç müteşebbisler dahil, girişimciye finansal destek veriliyor (Macaristan, Letonya, Yunanistan).
- Kamu istihdam hizmetleri kapsamında, uzun süreli işsizlere destek veriliyor (Fransa, İspanya, Danimarka, Finlandiya).



OECD ülkelerinde istihdam yükseldi

İstihdamın çalışma çağındaki nüfusa oranı olarak tanımlanan istihdam oranı, OECD ülkelerinde 2016'nın dördüncü çeyreğinde yüzde 0.2 puan artışla yüzde 67.2'ye yükseldi. Ülkeler itibarıyla incelendiğinde, istihdam oranı, bir önceki çeyreğe kıyasla yüzde 0.5 puan artışla Kanada'da yüzde 72.9, yüzde 0.2 puan artışla Euro Bölgesi'nde yüzde 65.7, İngiltere'de yüzde 73.7, ABD'de yüzde 69.5 ve yüzde 0.1 puan artışla Japonya'da yüzde 74.7, Güney Kore'de yüzde 66.3, Türkiye'de yüzde 50.5 oldu. Aynı dönemde istihdam oranı Meksika'da yüzde 0.4 puan azalarak yüzde 61'e düştü.

Beyaz yakalı sayısı artacak

Beyaz Yakalılar Dünya Konferansı için bir araya gelen IndustriAll Global İşçi Sendikası'na üye 18 ülkeden temsilciler, sanayinin gitgide otomatikleşmesi sebebiyle beyaz yakalı işçilerin örgütlenmesinin önemini vurguladı. 28 işçi sendikası 22'si kadın olmak üzere toplam 52 katılımcı, 19-20 Nisan 2017 tarihlerinde Cenevre'de buluştu. Fransız Metal İşçileri Federasyonu CFE-CGC'den Sektör Eş Başkanı Anne-Catherine Cudennec, dijital dönüşüm sürecinden geçilirken işçi sendikalarının tüm işçilerin ihtiyaçlarına cevap vermesi gerektiğini belirtti. İsveç işçi sendikası Unionen'den Eş Başkan Martin Linder, beyaz yakalı işçi sayısının artacağını, eğer bu işçileri sendikalarda örgütleyemezlerse sendikaların başarılı olamayacağını ifade etti. İngiliz işçi sendikası Unite'in temsilcisi Steve Kerr de eskiden çoğunlukla mavi yakalı işçileri etkileyen sorunların şimdi beyaz yakalı işçileri etkilediğini vurguladı: "Artık profesyonel işlerin Doğu Avrupa gibi daha ucuz ülkelere kaydığını görüyoruz. Eskiden, beyaz yakalı işçiler, işsizlik onları etkilemeyeceği için örgütlenmeye ihtiyaç duymuyorlardı. Ancak şimdi ihtiyaç var." Konferansa katılanlar bir eylem planı hazırlanması için önerilerini sundu. İlk adım olarak, beyaz yakalı işçilerin kapsamlı bir haritası çıkarılacak.



Üç Rus sendikası birleşti

Rusya'nın üç büyük sendikası birleşerek Rusya Sanayi İşçileri Sendikası'nı (Rosprofprom) kurdu. Rusya Tekstil İşçileri Sendikası ile Rusya Fen İşçileri Sendikası, 18 Nisan 2017'de düzenledikleri olağanüstü kongrede Rusya Savunma Sanayii İşçileri Sendikası ile birleşme kararı aldı. Rusya Savunma Sanayii İşçileri Sendikası, iki sendikanın katılımı ile yeniden örgütlenmeye gidiyor. Başarılı birleşme sürecinin neticesinde, yaklaşık 400 bin işçiye temsil eden Rusya Sanayi İşçileri Sendikası kurulmuş oldu. Rosprofprom Başkanı Andrey Chekmenyov, işçi sendikasının daha büyük bir yapıya kavuşmak suretiyle sendikal çalışmaları daha etkin şekilde gerçekleştirebileceğini ümit ettiğini belirtti. Chekmenyov, yerel örgütlerin konumlarını önemli derecede iyileştirmeleri gerektiğini vurguladı. Rusya'da 42 sektörel işçi sendikası bulunuyor.



Ücretlinin vergi yükü azalmaya devam ediyor

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün (OECD) Nisan 2017'de yayımlanan 'Ücretlerin Vergilendirilmesi 2017' başlıklı raporuna göre, OECD ülkelerinde işgücü geliri üzerindeki vergi yükü son üç yılda azalmaya devam etti; 2016 itibarıyla ortalama olarak işgücü maliyetinin yüzde 36'sına karşılık geliyor. Vergi yükü 2015'e kıyasla hafifçe azalsa da 20 OECD ülkesinde artış ve 14 OECD ülkesinde ise düşüş kaydedildi. 2013'ten beri ortalama vergi yükünde görülen azalma, kısmen, işgücü geliri üzerindeki vergilerin azaltılmasına dönük reformlar ile açıklanabilir. 2016'da Belçika ve Avusturya'daki reformların sonucu olarak vergi yükünde önemli düşüş yaşandı.



Liderlere 'sosyal adalet' çağrısı

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Genel Müdürü Guy Ryder, dünya liderlerine çağrıda bulunarak, çalışma hayatının geleceğini şekillendirirken dikkate alınması gereken hususların insanîyet, sosyal adalet ve barış olduğunu, aksi takdirde tehlikeli bir yere doğru gidileceğini vurguladı. ILO'nun 6-7 Nisan 2017 tarihlerinde Cenevre'de düzenlediği 'Çalışma Hayatının Geleceği İçin Küresel Diyalog' konulu toplantıda, hükümetler ve sosyal ortaklar arasında sosyal diyalogun, herkesi kapsayacak bir çalışma dünyası inşa etmekte temel alınması için güçlü bir çağrı yapıldı. ILO toplantısına önde gelen iktisatçılar, akademisyenler, hükümet temsilcileri ile işçi ve işveren örgütlerinden oluşan sosyal ortaklar dahil 700'ün üzerinde kişi katıldı. Warwick Üniversitesi'nden Lord Robert Skidelsky, çalışma dünyasının geleceğiyle ilgili çözümlerin piyasa gelişmelerine bırakılmayacağını belirtti.

AP'den 'hazır giyim' önergesi

Avrupa Parlamentosu, 27 Nisan 2017'de, hazır giyim sektörüne ilişkin AB girişimi ile ilgili bir önerge metni yayınladı. Önerge ile Avrupa Komisyonu'na, AB'nin ve ticaret ortaklarının insan haklarına ve yüksek sosyal ve çevresel standartlara uymaları için bir çağrı yapıldı. Hazır giyim sektörünün de bağlayıcı bir yasa ile kurumsal sosyal sorumluluğu yaygınlaştırması istendi. Önerge metninde, ekonomik kalkınmanın sosyal adalet ve iyi yönetim politikaları ile birlikte ele alınması gerektiği, küresel değer zincirlerinin karmaşık yapısının tamamlayıcı politikalar gerektirdiği, dünya genelinde tekstil ve hazır giyim sektöründe yaklaşık 60 milyon kişiye istihdam yaratıldığı, gelişmekte olan ülkelere tekstil imalatçıların keskin küresel rekabete bağlı olarak uluslararası toptan ve perakende ticarete agresif satınalma uygulamalarına maruz kaldığı belirtildi. Ayrıca, Uluslararası Çalışma Örgütü'nün Çalışma Hayatında Temel Haklar ve İlkeler Deklarasyonu'nun üye devletlere getirdiği yükümlülükler hatırlatıldı.



Güvenilir veriler hayatları kurtarmaya yardımcı olur



Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), 28 Nisan Dünya İş Sağlığı ve Güvenliği Günü'nde, iş sağlığı ve güvenliği alanındaki iyileştirme/geliştirme ihtiyacının aciliyetini bir kez daha vurguladı. ILO Genel Müdürü Guy Ryder, "Daha iyi verilere sahip ülkeler, Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi çerçevesinde yoksulluğa son verme, gezegeni koruma ve herkese refah sağlama yönündeki küresel eylem planı taahhütlerini yerine getirme, uygulama ve raporlama konusunda daha iyi bir konumda yer alacak" dedi. Tahminlere göre, her yıl işyerlerinde 2.3 milyondan fazla ölümcül olay ve yaralanmalara yol açan 300 milyon kaza meydana geliyor. Ancak tahminler, sorunun gerçek boyutlarını ve iş kazaları ile mesleki hastalıkların çalışanlar, aileler ve ekonomiler üzerindeki gerçek etkilerini gerektirdiği gibi yansıtmıyor. Bunun için daha yeterli ve doyurucu ulusal verilere gereksinim var.



OECD'de 38 milyon işsiz

OECD işsizlik oranı, Şubat 2017'de değişmeyerek yüzde 6.1'de kaldı. OECD ülkelerinde toplam 38 milyon kişi işsiz. Bu sayı, kriz öncesinde Nisan 2008'deki işsiz sayısından 5.4 milyon kişi fazla. Euro Bölgesi'nde işsizlik oranı Şubat ayında yüzde 0.1 puan azalarak yüzde 9.5 oldu. Euro Bölgesi'ndeki ülkelerde ise ya aynı seviyede kaldı ya da düşüş gösterdi. En büyük düşüş oranları Letonya, İtalya ve İspanya'da gerçekleşti. İşsizlik oranı Letonya'da yüzde 9.3, İtalya'da yüzde 11.5 ve İspanya'da yüzde 18'e düştü. Avrupa dışındaki ülkelere bakıldığında ise işsizlik oranı, Kanada'da yüzde 6.6, Japonya'da yüzde 2.8, Meksika'da yüzde 3.4, ABD'de yüzde 4.7'ye indi. Güney Kore'de yüzde 4 ve Avustralya'da yüzde 5.9'a yükseldi. OECD ülkelerinde genç işsizlik oranı ise Şubat ayında yüzde 12.3'e indi. Euro alanında ise genç işsizliği yüzde 0.4 puan azalarak yüzde 19.4'e geriledi.

YEŞİL PASAPORT TEKSTİLE DOPİNG ETKİSİ YAPAR MI?

Türkiye'nin ihracatını artırmak ve ticaret yaparken kolaylık sağlamak üzere ihracatçılara yeşil pasaport verilmeye başlandı. Yeşil pasaport için başvuru sayısı, 45 günde 2 bini aştı. Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe giren uygulamanın orta ve uzun vadede Türkiye'nin ihracatına katkı sağlaması bekleniyor.



Ihracatı artırmak ve ihracatçılara yurtdışına çıkışlarında kolaylık sağlamak üzere yeni bir kanun çıkarıldı. Bakanlar Kurulu'nun 23 Mart'ta yürürlüğe giren İhracatçılara Hususi Damgalı Pasaport Verilmesine İlişkin Esaslar Hakkında Kararı'na göre, belirlenen

Uygulama ile işveren ve çalışan vize stresinden kurtulmuş olacak.

kriterlere uyan ihracatçılara hususi damgalı (yeşil) pasaport veriliyor.

Bu kapsamda, son üç yıllık ihracatı ortalama;

- 1-10 milyon ABD Doları arasında (10 milyon dolar dahil) olan firmaların bir,
- 10 milyon doların üzeri ile 25 milyon dolar

arasında olan firmaların iki,
 • 25 milyon doların üzeri ile 50 milyon dolar arasında olan firmaların üç,
 • 50 milyon doların üzeri ile 100 milyon dolar arasındaki firmaların dört,
 • 100 milyon doların üzerinde olanların ise beş yetkilisi yeşil pasaport alabilecek.

Firma sahiplerine ve profesyonel çalışanlarına yönelik yapılan uygulama ile işveren ve çalışan vize stresinden kurtulmuş olacak.

Engelleri kaldırmak hedefleniyor

Ekonomi Bakanlığı, ihracat performansının sürdürülebilir şekilde daha yükseğe taşınmasını ve Cumhuriyet'in

100'üncü kuruluş yıldönümü olan 2023'te dünya mal ticaretinden alınan payın yüzde 1.5'e çıkarılmasını hedefliyor.

Bu kapsamda atılan adımlardan biri olarak, 2017 yılında yaklaşık 22 bin ihracatçı firma yetkilisine yeşil pasaport verilmesi planlanıyor. Hususi damgalı pasaport imkânı ile ihracatçıların işlemlerini kolaylaştırarak önlerinin açılması, ihracatçıların dünyanın her noktasında daha aktif ve daha görünür olması, orta ve uzun vadede Türkiye'nin ihracatının artırılması amaçlanıyor.

Belirlenen kriterlere uyan ihracatçılara, dolandırıcılık, sahtecilik, güveni kötüye kullanma, hileli iflas, ihaleye fesat karıştırma, edimin ifasına fesat karıştırma,

suçtan kaynaklanan mal varlığı değerlerini aklama veya kaçakçılık suçlarından mahkûm olmaması kaydıyla, iki yıl süreyle hususi damgalı pasaport verilebilecek. Ancak ihracatçıların eş ve çocuklarına yeşil pasaport verilmeyecek.

En fazla yeşil pasaport verilecek il yaklaşık 6 bin 800 pasaport ile İstanbul olurken, onu İzmir, Bursa, Gaziantep, Ankara ve Kocaeli'nin izleyeceği belirtiliyor.

Kapsam genişler mi?

Kanunun uygulanması aşamasına geçilince, bir takım eksikliklerin olduğu görüldü. Türkiye'de birçok ihracatçı firma, KDV'yi daha rahat alabilmek için dış ticaret firması üzerinden çalışıyor. Ancak çalışanlar bu firma üzerinde olmadığı için uygulamadan yararlanılamıyor. Bunu düzeltmek için Türkiye İhracatçılar Meclisi'ne (TİM) yazı yazıldı, düzeltme metni de Ekonomi Bakanlığı'na gönderildi. Bu yanlışlık nedeniyle, bine yakın kişinin yeşil pasaport alamadığı belirtiliyor.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle, ihracatçıya yeşil pasaport uygulaması ile "atılım yılı" ilan edilen 2017'de ihracatçıların vize için zaman

En fazla yeşil pasaport verilecek il yaklaşık 6 bin 800 pasaport ile İstanbul.

harcamalarına gerek kalmayacağını söylüyor.

Uygulama ile ihracat bağlantısı için yurtdışına seyahat ihtiyacı duyulduğunda hemen yola çıkılabileceğine dikkat çeken Gülle, "Tekstil ihracatçısı için kapılar ardına kadar açıldı. Yurtdışına ihracat bağlantısı kurmak için yapılan iş seyahatlerinde bir gün bile çok kritik. Bu uygulama ile vakit kaybının önüne geçildi" diyor.

Gülle, uygulamanın zaman içinde daha fazla ihracatçıyı kapsayacak hale getirilmesini, dış ticaret sermaye şirketleri üzerinden ihracat yapan firmaları da kapsamasını ümit ettiklerini söylüyor.

Yeşil pasaport ne kazandıracak?

- İhracatçının önündeki vize engelleri kaldırılmış olacak.
- İhracatçılar daha esnek seyahat ederek, daha kolay pazarlama yapabilecek.
- Orta-uzun vadede ihracata olumlu etki yapması hedefleniyor.



Yeşil pasaport nedir?

Yeşil pasaport, bordo pasaporttan farklı olarak en fazla 5 yıl geçerlilik süresine ve daha fazla dolaşım gücüne sahip olan bir pasaport türü. Yeşil pasaport sahipleri dünyanın 160 ülkesine vizesiz ya da kapıda veya online vize ile kolayca gitme avantajına sahip oluyor. Kıyaslama yapmak gerekirse; bordo pasaport 102 ülkeye, Amerikan pasaportu 174, Rus pasaportu 105, İsrail pasaportu 147, Çin pasaportu ise 52 ülkede dolaşım kolaylığı getiriyor.

İlk etapta İTHİB üyesi 702 firmadan toplam bin tekstil ihracatçısı yeşil pasaport sahibi olacak.

Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Mehmet Büyükekşi de uygulama ile ihracatın yaklaşık yarısının gerçekleştirildiği Avrupa Birliği ülkeleri başta olmak üzere, dünyadaki birçok noktaya zaman kaybı olmadan ulaşılabilceğini vurguluyor. Dünya çapında 6 kıtada 200'ün üzerinde ülke ve bölgeye ihracat yaparak Türk bayrağını tüm dünyada dalgalandıran ihracatçıların bu uygulama ile desteklendiğine dikkat çeken Büyükekşi, “Hükümetimizin desteğini güçlü bir şekilde arkalarında görmeleri muhakkak ki ihracatımıza olumlu bir etki yaratacak” diyor.

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Mustafa Şenocak da uygulamanın kısa süreli vize sorununu ortadan kaldıracağını belirtiyor. İhracatçıların yeşil pasaportu çok uzun yıllardan beri talep ettiğini hatırlatan Şenocak, “Özellikle Asya bölgesindeki bazı büyük ülkeler çok kısa süreli vizeler veriyordu. Bazen konjonktürel nedenleri bahane ederek hiç vize vermedikleri de oluyordu. Bu sorunlar ortadan kalkmış olacak” diyerek, memnuniyetini dile getiriyor. İhracatçıların artık daha rahat hareket edebileceklerine dikkat çeken Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu



Başkanı İbrahim Burkay ise uygulamanın, sektörlerin hedef pazarlarının çeşitlenmesine de imkân sağlayacağını söylüyor.

“Kısa vadede ihracatı artıramayabilir”

TOBB Türkiye Konfeksiyon ve Hazır Giyim Sanayi Meclis Başkanı ve Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Başkanı Şeref Fayat, “Yeşil pasaportu iki yıl alıp statüyü korumak için aynı ihracatı

yapmaya zorlanmak var işin ucunda. Zaten bu statüdeki işveren iki-üç yıllık vizeler alabiliyor” diyor, ancak firmaların profesyonel çalışanlarına yapılan uygulamanın, işvereni ve çalışanı rahatlatıldığını kaydediyor.

“Ankara Anlaşması ile bu hakkımız var” diyen Fayat, “Avrupa Birliği tarafından bu hakkımız ne yazık ki gasp ediliyor. İhracatımızın ağırlıklı kısmını ilk bin firma yapıyor. Uygulama, pazarlamacı-satıcıda işe yarar. Pazarlama faaliyetlerinde çok büyük katkı sağlayacaktır ancak ‘ihracatı artırır’ demek, kısa vadede biraz ütöpik

İl Hususi damgalı pasaport müracaatı, İçişleri Bakanlığı ve Ekonomi Bakanlığı’nca belirlenen talep formu aracılığıyla yapılıyor.

olur” görüşünü dile getiriyor. Fayat’a göre, “kapılar açılır, pazarlamalar yapılır ve zamanla yeni müşteriler gelebilir”.

Nasıl uygulanacak?

İhracatçı firmaların sahipleri, ortakları ve çalışanları hususi damgalı pasaport alabiliyor. Firmanın sahip veya ortaklarının tüzel kişi olması halinde, bu tüzel kişiliğin sahipleri, ortakları veya çalışanlarına da hususi damgalı pasaport alma hakkı veriliyor. Hususi damgalı pasaport müracaatı, İçişleri Bakanlığı ve Ekonomi Bakanlığı’nca belirlenen talep formu aracılığıyla yapılıyor. İhracatçı birlikleri, müracaat sahibinin firma yetkilisi olduğuna ve talep formunu imzalayan firmayı temsil

İhracatçının elini rahatlatacak

Yeşil pasaport uygulaması ihracatçılarımızın elini rahatlatacak bir uygulama. Zaman zaman vize sorunları nedeniyle iş seyahatlerinin iptali ya da ertelenmesi gündeme gelebiliyordu. Dünyanın birçok ülkesine rahatça gitmeyi sağlayacak olan bu uygulama orta ve uzun vadede pazarlama yapmayı kolaylaştıracağı için ihracata da olumlu katkı yapacaktır. Devletin ihracatçıların sıkıntılarını görüp böyle bir uygulamaya gitmesi, ihracatçıların yanında olduğunu göstermesi bakımından önemli. İhracatın geliştirilmesi için ülkeler arası ikili ilişkilerin de geliştirilmesi büyük önem taşıyor. İkili ilişkileri geliştirerek daha fazla ihracat yapmak mümkün olacaktır.

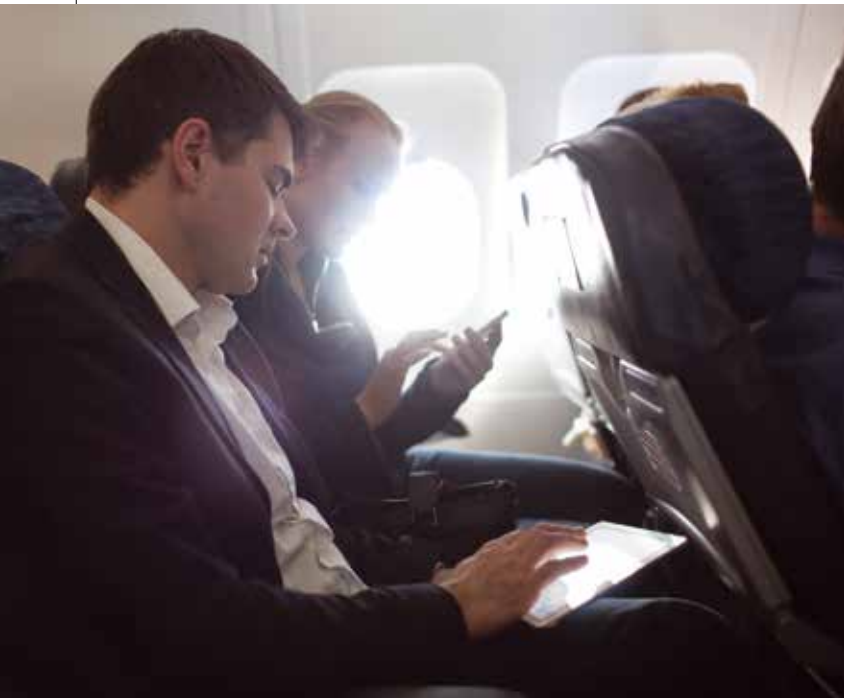
MEHMET BÜYÜKEKŞİ / TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ BAŞKANI Motivasyon kaynağı olacak

Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak, hükümetimize ihracatımızın önünün açılması için geçtiğimiz yıl arz ettiğimiz 22 maddelik öneri arasında yer alan ‘ihracatçılara yeşil pasaport verilmesi’ konusu bizim için büyük önem arz ediyordu. Uygulama kapsamında yaklaşık 10 bin firmamıza 14 bine yakın yeşil pasaport verilmesi planlanıyor. En fazla yeşil pasaport verilecek ilimiz yaklaşık 6 bin 800 pasaport ile İstanbul. Onu İzmir, Bursa, Gaziantep, Ankara ve Kocaeli izliyor. Verilen destek ihracatçılarımıza büyük bir motivasyon kaynağı olacak.

ve ilzama yetkili kişi-kişilerin anılan yetkiye haiz olduklarına dair ibraz edilen belgeleri inceliyor. İmzalanan talep formu, bölge müdürlüğünün imzasına sunuluyor. Ama dikkat; talep formunda eksik, yanlış, yanıltıcı beyana yer verilmesi halinde doğabilecek hukuki sorumluluk,

talep formunu imzalayan müracaat sahibi firma yetkilisi, firmayı temsile yetkili kişiler ve ihracatçı birliği yönetim kurulu başkanı veya onun yetkilendireceği başkan yardımcısına ait sayılıyor.

Yeşil pasaport alan firma yetkilileri, yeşil pasaport alabilme şartlarından herhangi birini taşımadıkları sonradan anlaşılırsa, 15 gün içinde yeşil pasaportunu iade edecek. Pasaportun geçerlilik süresi içinde bu şartlardan herhangi biri kaybedilse de aynısı geçerli olacak. İade yükümlülüğünü yerine getirmeyen firma yetkilileri ile bildirim yükümlülüğünü yerine getirmedeği tespit edilen diğer firma yetkililerine 10 yıl süreyle yeşil pasaport verilmeyecek.



UÇAKTA BİLGİSAYAR YASAĞININ ETKİSİ

Bilindiği üzere ABD, Ortadoğu ve Afrika’da 10’dan fazla ülkeden Amerika’ya yapılan uçuşlarda yolcu kabinlerine elektronik cihazların alınmasını yasakladı. ABD’ye seyahat eden yolcuların DVD oynatıcı, tablet, dizüstü bilgisayarlarını kabine almaları yasaklanırken bu cihazların bagaja verilmesi koşulu getirildi. Cep telefonları yasak kapsamında değil. 21 Mart’ta başlayan yasağa İstanbul’dan ABD’ye yapılacak uçuşlar da dahil. Peki, bu durum sektörü nasıl etkiler? Sektör temsilcileri, bu uygulama ile ABD’ye seyahat eden işadamlarının, söz konusu uzun uçuş boyunca kendi bilgisayarlarından işlerini yapmalarını engellediğini dile getiriyor. Bu gibi yasaklayıcı uygulama ve tutumların uzun ömürlü olmadığına dikkat çekilirken, önümüzdeki dönemde Trump yönetiminin uygulamayı kaldırmasının beklendiğini vurguluyorlar. Konuyla ilgili olarak havayolu şirketleri de kendi çözümlerini üretmeye başladı. THY, kabinlere dizüstü bilgisayar almanın yasak olduğu ABD ve İngiltere uçuşlarında isteyen yolculara dizüstü bilgisayar verileceğini açıkladı.

Türkiye için yeni bir şans NİTELİKLİ SANAYİ BÖLGELERİ

Ortadoğu'da gerilen ilişkilerin yumuşatılması için ABD ve İsrail arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması'na, OIZ (Nitelikli Sanayi Bölgeleri) ile Türkiye'nin de taraf olması isteniyor. Böyle bir anlaşma yapılması halinde, Türkiye-İsrail yakınlaşacak, Türk tekstil ve hazır giyim sanayii Bangladeş, Çin, Mısır gibi rakipleri karşısında ABD pazarında daha rekabetçi konuma gelebilecek. Konuyu, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Denizer ile konuştuk.



Kayseri'deki toplantı 5 Nisan 2017 tarihinde yapıldı.

Ülkemizin çevresinde yaşanan gelişmeler, Suriye'deki savaş ve Ortadoğu'daki kanışıklıklar nedeniyle bölgede sular ısınmış durumda. Bu durum ekonomik ve politik ilişkilere de yansıyor. Ancak bu zorlu süreç de kendi içinde fırsatlar barındırıyor. Türkiye'ye, daha önce Mısır ve Ürdün gibi ülkelere uygulandığı gibi, ABD ve İsrail arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması'na (STA) taraf olarak QIZ (Nitelikli Sanayi Bölgeleri) kurma hakkı verilmesi ve ABD'ye gümrüksüz ihracat yapma fırsatı doğdu. Anlaşmanın

yapılması için İsrail ve ABD'de hükümet nezdinde lobi çalışmaları yapılması gerekiyor. Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS) temsilcilerinin 5 Nisan 2017 tarihinde Kayseri Sanayi Odası Tekstil Grubu Meslek Komitesi ile bulunduğu toplantıda da konu gündemdeydi. Sendikamızın Yönetim Kurulu Üyeleri Nevzat Seyok, Nadir Yürüktümen, Mustafa Denizer ve Genel Sekreterimiz Başar Ay'ın katıldığı toplantıda, Mustafa Denizer, Türk tekstil ve hazır

giyim sanayiinin dünyadaki yerini, ülkemizdeki gücünü, beklentilerini, sorunlarını ve çözüm yollarını içeren bir sunum yaptı. Denizer'in en çok üzerinde durduğu konu ise dünyanın en büyük ikinci tekstil ve hazır giyim pazarı ABD'ye girmenin en makul yolu olduğu düşünülen QIZ sistemiydi. Türkiye'nin bu hakkı alması halinde, şu anda 18 milyar dolar olan hazır giyim ihracatının bir yıl gibi kısa bir sürede 25 milyar dolar seviyesine taşınabileceğini vurgulayan Denizer ile yapılması gerekenleri konuştuk.

QIZ neden önemli?

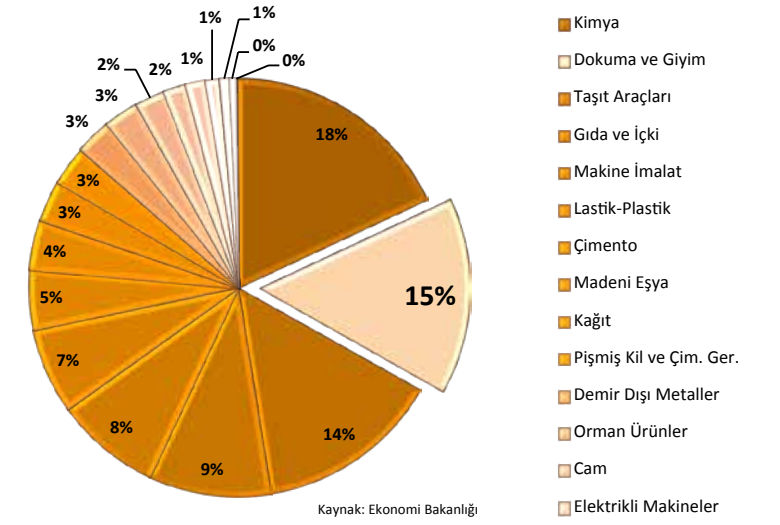
Türkiye için bu kadar önemli olan tekstil ve hazır giyim sektörünün rakipleriyle rekabet edebilmesi için sunulan çözüm önerileri arasında QIZ Anlaşması da yer alıyor. QIZ'nin sektör açısından önemi nedir?

Sektörümüz ülkemizde, dünyada söz sahibi olan en önemli sanayi. Ancak dünyanın en büyük ikinci pazarı olan ABD'nin 100 milyar doların üzerindeki ithalatından sadece yüzde 1'lik pay alıyor. ABD'ye ihracatımızı artırmak için QIZ çok önemli.

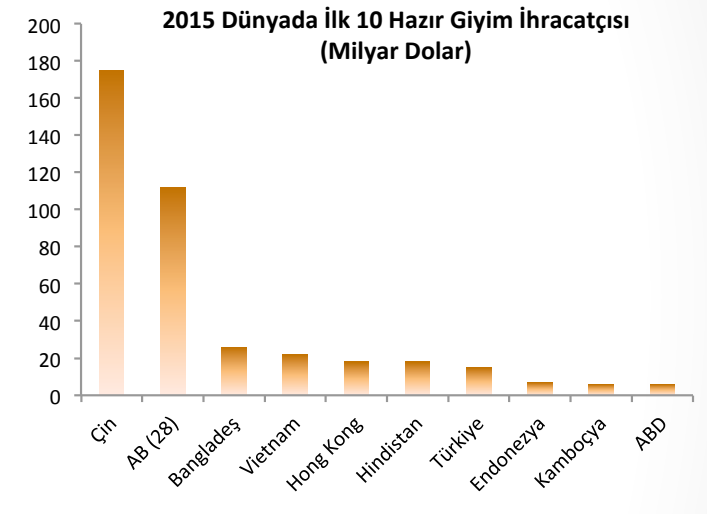
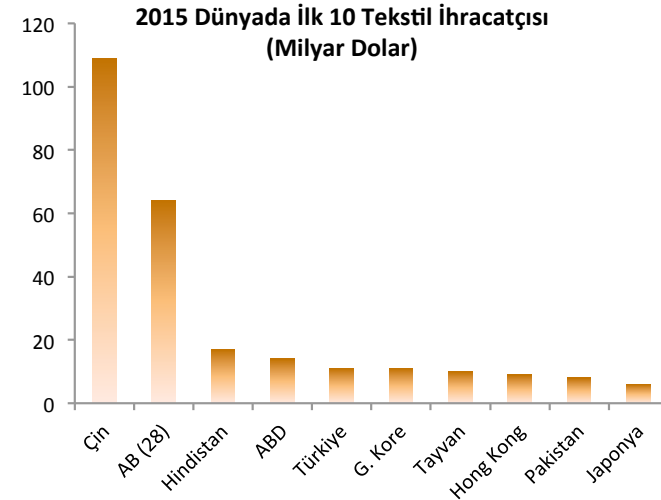
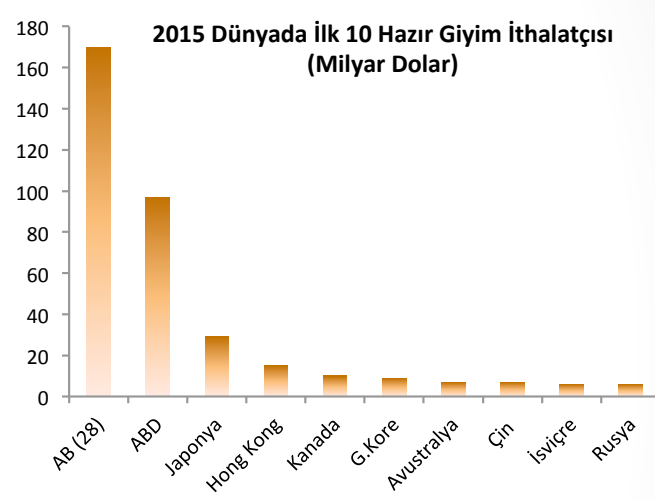
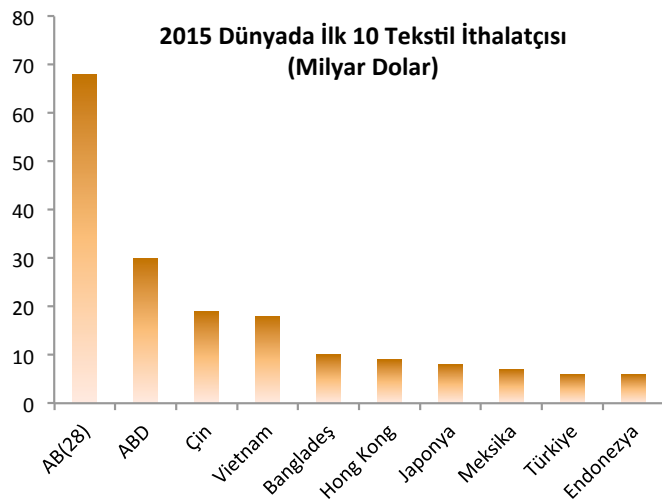
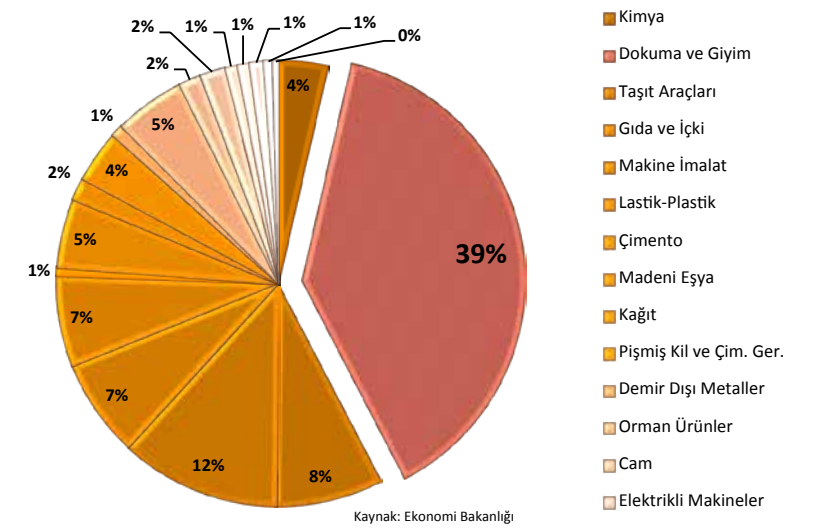
QIZ Anlaşması nedir? Türkiye ile QIZ yapılırsa, tekstil sektörüne, diğer sektörlerle ve ülke ekonomisine nasıl katkılar yapmasını bekliyorsunuz?

QIZ, 1996 yılında ABD Kongresi tarafından Ortadoğu'daki barış sürecinin ekonomik olarak desteklenmesi amacıyla hazırlanan kanun çerçevesinde oluşturuldu. QIZ bölgesinde yer alan üretici firmalar, QIZ Anlaşması'nda öngörülen oranda İsrail girdisi kullanarak elde ettikleri nihai

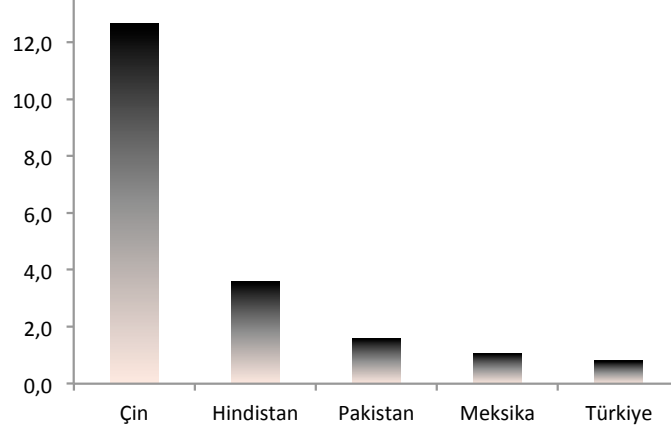
2012-2016 İmalat Sanayii Yatırım Tutarına göre Sektörel Dağılımı %



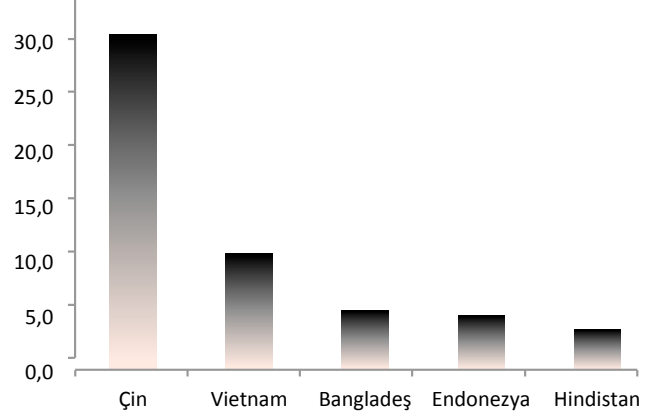
2012-2016 İmalat Sanayisinde Yatırım Teşviklerle Yaratılan İlave İstihdamın Sektörel Dağılımı %



2015 ABD İlk 5 Tekstil Tedarikçisi (Milyar Dolar)



2015 ABD İlk 5 Hazır Giyim Tedarikçisi (Milyar Dolar)



QIZ Anlaşması, politik olarak sıkıntılı olan ülkeleri yakınlaştırmak için yapıyor. Barış ortamına katkı sağlansın isteniyor.

ürünler için ABD pazarına gümrüksüz giriş hakkı elde ediyorlar. Biz, Türkiye'nin QIZ Anlaşması yapması için çalışmalar yürütüyoruz. Bizim istediğimiz, İsrail Serbest Ticaret Anlaşması'nın kullanılmasıyla ilgili bir talep. ABD'ye gümrüksüz mal satmak anlamına gelen bu anlaşma, tekstil, cam sanayii, tarım gibi pek çok konuyu kapsıyor. İsrail-ABD'nin anlaşması var. Yüzde 35'lik katma değer yaratma adına, anlaşmada ABD, İsrail ve üçüncü bir ülke olsun, diyorlar. ABD mal alıyor, üçüncü ülke üretiyor, İsrail de "anlaşmaya karşılık benden mal al" diyor. Üçüncü ülke olarak, ABD'ye gümrüksüz mal satabiliyorsunuz. İlk QIZ Anlaşması, 1998 yılında Ürdün, 2005 yılında da Mısır ile gerçekleştirildi.

QIZ Anlaşması ne kadar süreliğine yapıyor?
Anlaşmada bir zaman sınırlaması yok.
Neden üçüncü bir ülkeye böyle bir kolaylık sağlanıyor?

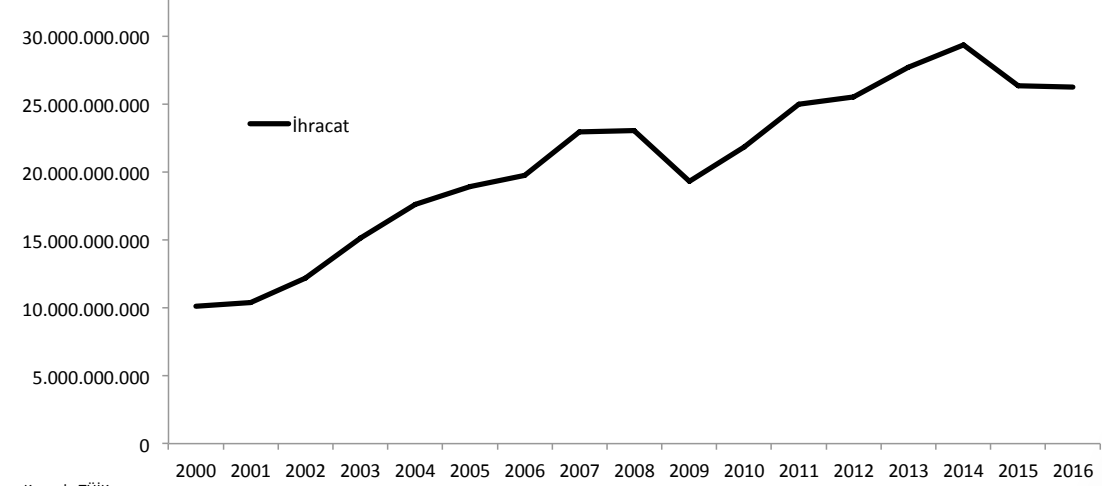
QIZ Anlaşması, politik olarak sıkıntılı olan ülkeleri yakınlaştırmak için yapıyor. İnsanlar birbirlerinin ülkelerine gidip gelsin, barış ortamına katkı sağlansın isteniyor. İki ülke arasında ekonomik kazanç olursa, politik olarak da işler o denli yolunda gidiyor. Yani ülkeler arasındaki ilişkiler de bu yolla geliştirilmiş oluyor.

Hükümet pozitif bakıyor

"Türkiye için bir şans doğdu" dersek, yanlış olur mu?

Geçmişte bölgemizde komşuluk ilişkilerinde şimdiki kadar sıkıntılı bir süreç yoktu. Bu anlaşmaya taraf olunması durumunda son dönemde bozulan ilişkiler ve ticari ilişkilerin düzeleceği söylenebilir. Şu andaki sıkıntılı ortamı yumuşatmak için, İsrail ile ticaretimizi artıralım diye QIZ Anlaşması'nı gündeme getirdik.
Bu konuda hükümetin yaklaşımı nasıl?
Hükümetimiz bu konuya pozitif bakıyor. Önümüzdeki dönemde İsrail'e yapılacak ilk ziyarette bu konuların ele alınması planlanıyor. Geçmişten farklı olarak şu anda Suriyeli göçmen sorunu var. Doğuda Suriyelilerin yoğun olduğu bölgede Nitelikli Sanayi Bölgesi oluşturulursa, burada belirli oranda Suriyeli işçi çalıştırılabilir. Böylece ABD tarafı da elini taşın altına koyup Suriyeli göçmenler konusunda bir adım atmış olur.

Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayinin 2000-2016 Dönemi İhracatı (Dolar)



Kaynak: TÜİK

Nitelikli Sanayi Bölgeleri uygulaması nasıl olacak? Ne gibi avantajlar sağlayacak?

İsrail'den yüzde 11 oranında mal almak demek, İsrail sınırları içindeki Filistin'den de mal almak anlamına geliyor. Bu da, Filistin'e Türkiye'den veya başka ülkelere yatırım gitmesi ve Filistin halkına istihdam sağlanması anlamını taşıyor. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin (TOBB) Filistin'in Cenin bölgesinde bir sanayi bölgesi yatırımı mevcut. Türkiye'nin QIZ hakkını alması halinde bu bölge kalkındırılarak yüzde 11'lik ürün Filistin topraklarından ithal edilebilir, böylece Filistin halkına yardım etme şansımız da olur.

ABD ile ticarete katkısı

QIZ'nin Türkiye'ye ne gibi katkıları olur? ABD ile ticarete nasıl bir avantaj sağlamasını bekliyorsunuz?

Türkiye ile yapılması olası QIZ Anlaşması'nın üç katkısı olacaktır: Filistin tarafına yapılacak katkı, Türkiye'deki Suriyelilere iş fırsatı yaratması ve ticareti geliştirmesi. İsrail'den ürün alma zorunluluğu kapsamındaki ürünler Filistin'den ithal edilince, tekstilde yüzde 20-35 arasında olan ABD'nin gümrük vergileri ortadan kalkmış olacak. Bu da Türkiye'yi Bangladeş, Vietnam, Pakistan, Çin gibi konfeksiyon üreten rakip ülkelere maliyet olarak avantajlı konuma getiriyor. Ülkemizin onlarla rekabet edebilir hale geleceği, hatta daha da avantajlı olacağı söylenebilir.

Bu durum ekonomiye nasıl yansır?

Türkiye'nin şu anda 17 milyar dolar olan konfeksiyon ihracatını, QIZ Anlaşması'nın yapılması halinde, bir yıl gibi kısa bir sürede 25 milyar dolara taşıyabiliriz. Bu da, Türkiye'de direkt olarak 100-200 bin kişinin, dolaylı olarak 1 milyon kişinin ekstra gelir elde etmesi anlamını taşıyor. Türkiye tekstil sanayii en çok katma değer üreten, en fazla cari fazla veren sektör olduğu için buradan sağlanacak ekstra ihracatın cari açığı önlemede ciddi katkısı olacaktır.

ABD'nin en yüksek gümrük vergileri özellikle tekstil sektörüne yönelik vergiler. Sektörümüz dünyada çok rekabetçi bir sektör. Emek yoğun bir sektör. En büyük istihdam da tekstilde. QIZ Anlaşması ile rekabet edebilirliğimizi geliştirme fırsatını yakalayabileceğiz.

Sizce ne zaman sonuç alınır?

Bu ABD Kongresi'nden geçmesi gereken bir karar. Bu kararın ABD Kongresi'nden geçmesi için işadamları ve STK'larca, İsrail ve Türkiye tarafından lobi faaliyetleri yapılması gerekiyor. Öncelikle İsrail ve Türk hükümetleri görüşmelere başlamalı. Burada asıl amaç Ortadoğu'da ülkeler arasında ekonomiyi geliştirip barışı sağlamak. Partnerin hem tekstilci hem de İsrail'e yakın, ABD ile ticaret yapabilecek bir ülke olması gerekiyor. Bu anlamda Türkiye öne çıkıyor. STK'lar ve işadamları olarak olayın önemini hükümetimize anlattık. Bundan sonraki süreçte ise hükümetimizin QIZ için adım atmasını bekliyoruz.

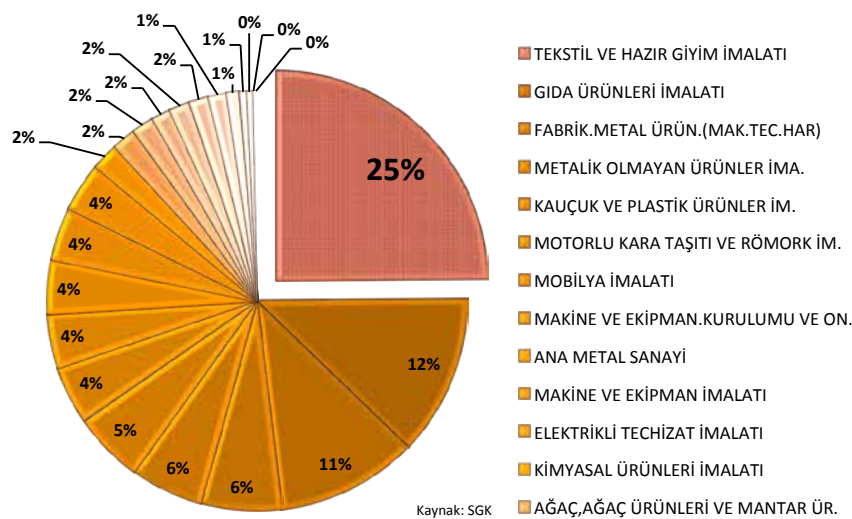
4 maddede QIZ

- QIZ (Nitelikli Sanayi Bölgeleri), 1996 yılında ABD Kongresi tarafından Ortadoğu'daki barış sürecinin ekonomik olarak desteklenmesi amacıyla hazırlanan kanun çerçevesinde oluşturuldu.
- QIZ bölgesinde yer alan üretici firmalar, QIZ Anlaşması'nda öngörülen oranda İsrail girdisi kullanarak elde ettikleri nihai ürünler için ABD pazarına gümrüksüz giriş hakkı elde ediyorlar.
- İlk QIZ Anlaşması 1998 yılında Ürdün, 2005 yılında da Mısır ile yapıldı.
- Böyle bir anlaşmanın Türkiye'de bölgesel farklılıkların azaltılmasına yönelik uygulamaya konulan ekonomik ve siyasi politikalara katkı sağlayacağı vurgulanıyor.

Her platformda anlatıldı

Dünyanın en büyük ikinci tekstil ve hazır giyim pazarı olan, 100 milyar doların üzerinde ithalat yapan ABD pazarında Türkiye'nin sadece yüzde 1'lik pay aldığını hatırlatan TTSİS Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Denizer, yüksek vergiler ile korunan bu pazara girmek için farklı stratejiler üretilmesi gerektiğini, QIZ'nin de bunlardan biri olduğunu vurguluyor. Denizer, QIZ'yi her türlü ortamda anlattıklarını, sanayi odalarında sunum yapıp işadamlarını konuyla ilgili şevklendirip hükümet nezdinde desteklerini sağlamak üzere çalıştıklarını da vurguluyor. Bu amaçla, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri, Kayseri Sanayi Odası ve iş dünyasının toplantılarında konunun önemi anlatılmış durumda.

İmalat Sanayi Aralık 2016 İstihdamın Sektörel Dağılımı %



Kaynak: SGK

TÜKETİCİ GÜVENİ VE EKONOMİDE BÜYÜME

Bir ekonomide talep olursa üretim, üretim olursa gelir, gelir olursa tekrar talep olur. Yani ekonominin çarklarının dönmesi için en önemli faktörlerden birisi talep olmasıdır. Talep yaratan dört temel unsur bulunuyor; bunlar tüketici talebi, firmaların yatırım talebi, devletin talebi ve dış talep, yani ihracat. Talep yaratan bu unsurlardan en güçlüsü tüketim talebi. Örneğin; Türkiye ekonomisinde toplam talebin yüzde 70'i tüketim talebi ve bunun yüzde 55-57 civarı iç talebe yönelik. Yani tüketim talebinin gidişatını anlamak, toplam talep ve buna bağlı olarak üretim ve büyüme oranının seyrini görmek açısından son derece önemli.



PROF. DR. ERHAN ASLANOĞLU
PİRİ REİS ÜNİVERSİTESİ EKONOMİ VE FİNANS BÖLÜMÜ

Tüketim talebinin en önemli göstergelerinden biri tüketici güven endeksleri. 1950'li yıllarda ABD'de yayınlanan telefon mülakatına dayanan Michigan Üniversitesi Tüketici Güven Endeksi bu tür anketlerin ilk örneği. Daha sonra, 1970'li yıllarda yine ABD'de

Conference Board isimli bir kurum tarafından yüz yüze mülakatlara dayanarak hazırlanan bir anket yayınlandı. O tarihlerden bu güne dünyanın birçok ülkesinde benzer anketler yayınlanıyor. Türkiye'de de bunun ilk örneği 2002 yılında yayınlanmaya başlayan CNBC-e Tüketici Güven Endeksi. Bu endeks yöntem olarak büyük oranda

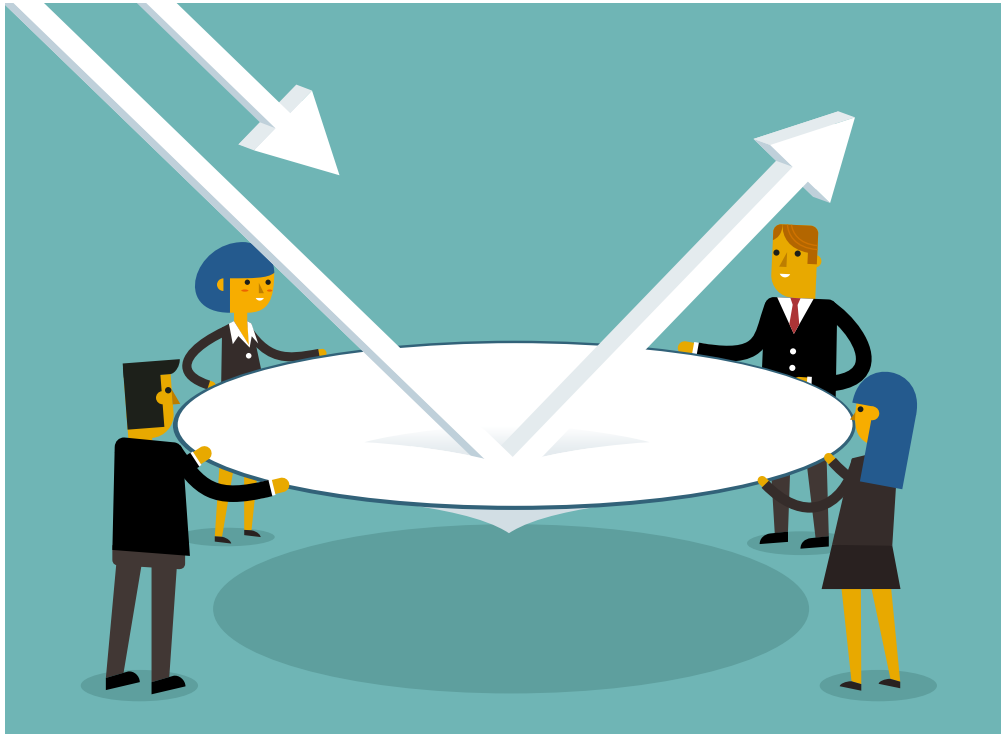
Michigan Üniversitesi anketini örnek alıyor. CNBC-e televizyon kanalının kapanmasının ardından 2015 yılından itibaren endeks Bloomberg HT Tüketici Güven Endeksi adıyla yayınlanıyor. Diğer taraftan TCMB ile TÜİK'in ortaklaşa hazırladığı Tüketici Güven Endeksi 2004 yılından bu yana düzenli olarak yayınlanmakta. Bloomberg HT anketi ön endeksi ile daha erken yayınlanıyor, TCMB-TÜİK anketi ise daha fazla soru içeriyor ve daha detaylı bilgiye sahip. İki endeks yüzde 90 korelasyon ile hareket ediyor ve büyüme konusunda öncü bir niteliğe sahip. Tüketici güveninin hareketli ortalamasının artması ya da azalması genellikle 3 ile 15 ay arasında bir gecikme ile büyüme trendine yansıyor. Yıllar itibarıyla inişli çıkışlı seyir izleyen endekslerin son aylarda tekrar yukarı yönlendiğini izliyoruz.



Türkiye'de tüketici güvenini etkileyen birçok faktör bulunuyor. Siyasi ve jeopolitik gelişmeler, enflasyon, işsizlik oranı, döviz kurları, faizler, hisse senedi piyasasındaki hareketler bu faktörler arasında öne çıkıyor. Fakat yapılan akademik çalışmalar Türkiye ekonomisinde tüketici güvenini sistematik olarak en çok etkileyen faktörün döviz kurları olduğunu ortaya koyuyor (Çelik, S. ve Aslanoglu, E., Uzun, S. 2010)*. Döviz kurları içerisinde de bir numarada dolar kuru bulunuyor. 2016 yılının ikinci yarısında başta siyasi ve jeopolitik gelişmeler ve terör olayları olmak üzere finansal piyasalarda yaşanan düşüşler tüketici güvenine olumsuz yansımıştı. Hem Bloomberg HT hem TCMB ve TÜİK tüketici güven endeksleri sert bir şekilde düşüş göstermişti. Özellikle Ekim 2016 sonrası döviz kurlarındaki artış, düşüşün önemli nedenlerinden biri olmuştu.

Yılın başında tüketici güveni yükselişe geçti

Ocak 2017 dönemi sonrası tüketici güveninin yükselişe geçtiğini görüyoruz. Ocak ayının sonlarına doğru TCMB'nin geç likidite penceresi kanalını kullanarak ortalama fonlama maliyetini yükseltmeye başlaması TL'nin cazibesini artırmaya başladı. 3.90'ların üzerine giden dolar kurunun hızla gerilemeye başladığını gördük.



TCMB'nin bu politikanın dozunu artırarak takip eden aylarda da sürdürmesi reel kur endeksinin dip seviyelerden dönmesine olanak tanıdı. Dolar kurunun 3.50-3.70 arasında dengeye oturması tüketici güveninin toparlanmasına önemli katkıda bulunmuş görünüyor.

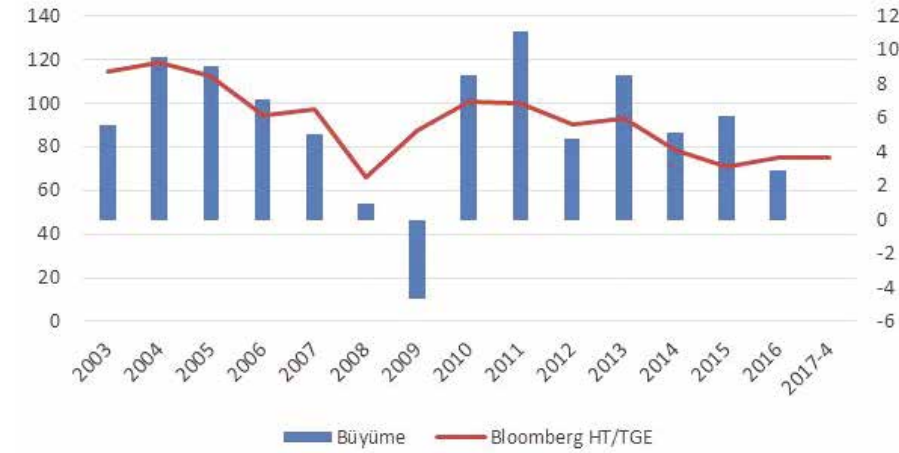
Türk Lirası'nın görelî toparlanmasının tek nedeni TCMB'nin politikası değildi. Emtia fiyatlarının 2016 yılının sonlarına doğru toparlanmaya başlaması bu ürünleri üreten ülkelerin büyüme

oranlarını olumlu etkilemeye başladı. Başta söz konusu ülkeler olmak üzere genel olarak yükselen ekonomilere sermaye girişini artırdı. Bu artış eğilimine Türkiye ekonomisi de dahil oldu. Diğer taraftan Trump'ın ekonomi politikalarının korkulduğu kadar korumacı yönde olmaması, başta Fransa olmak üzere AB seçimlerinin genel olarak merkezdeki parti ve adayları iktidara taşınması, uzun süre sonra da olsa Çin ekonomisinden büyüme ivmesinde artış sinyalleri gelmesi küresel risk iştahını artırmaya başladı.

Dolayısıyla, içeriye olan sermaye girişleri TL'deki görelî istikrara ve tüketici güvenindeki artışa katkıda bulundu. Diğer taraftan son birkaç ayda jeopolitik risklerin ve terör olaylarının 2016 yılının ikinci yarısına göre kısmen azalmaya başlaması da Türkiye ekonomisinde tüketici güveninde izlenen artışa katkıda bulunmuş görünüyor.

Endeksleri oluşturan soruların detaylarına baktığımızda önemli bazı noktalar öne çıkıyor. Örneğin, beş sorudan oluşan Bloomberg HT Tüketici Güven Endeksi'nin son sorusu içinde bulunduğumuz dönemin buzdolabı, televizyon gibi dayanıklı tüketim malları

TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİ VE BÜYÜME (%)



ile otomobil ve konut alımı için uygunluğunu soruyor. Tek başına bu soruya verilen olumlu olumsuz yanıt farkından Tüketim Eğilim Endeksi hesaplanıyor. Bu soruya verilen yanıtlar geçtiğimiz yılın son çeyreği ile bu yılın ilk iki ayında genelde yukarı yönlü seyretti. Fakat özellikle son iki ayda görece sert

Diğer taraftan vergi indirim sürelerinin uzatılması ve kur etkisinin azalması ile enflasyonda düşüş beklentisi tüketim eğilimini içinde bulunduğumuz dönemde azaltmış olabilir. İç talebin büyümeye ne oranda katkı verebileceğini daha doğru analiz edebilmek için Bloomberg HT Tüketim Eğilim Endeksi'nin

2000'lerin başında azalan tüketici güveni büyümeyi de aşağıya çekiyor. Kriz sonrası ekonomi politikaları ve görece gücünü koruyan TL etkisiyle tüketici güveni artmaya başlıyor.

düşüş göstermeye başladı. Başta konut olmak üzere dayanıklı tüketim mallarına getirilen güçlü vergi indirimleri ve döviz kurlarındaki artış beklentisi bu eğilimi artıran önemli faktörler arasında gösterilebilir. Talebin bir miktar öne alınması da söz konusu olabilir.

önümüzdeki aylardaki seyrini iyi izlemek gerekiyor.

Tüketici Güven Endeksleri'nin ekonomik büyümeyi gecikmeli de olsa gösterdiğini vurgulamıştık. TCMB – TÜİK endeksi ile güçlü korelasyonu olan Bloomberg HT Tüketici Güven Endeksi'nin yıllık ortalama değişimi

ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi soldaki grafik gösteriyor. İki veri arasındaki ilişki net bir şekilde izlenebiliyor.

Global büyüme hızı kesecek gibi

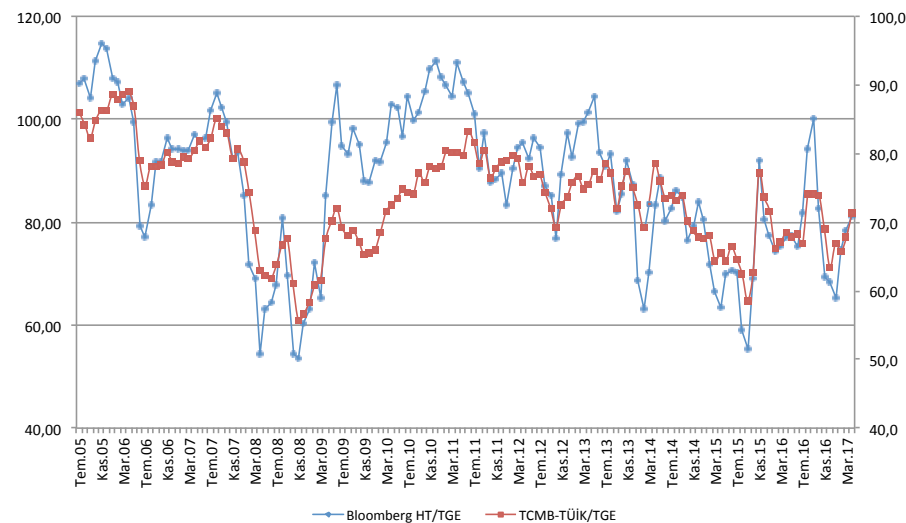
2000'li yılların başında azalan tüketici güveni büyümeyi de aşağıya çekiyor. Küresel kriz sonrası uygulanmaya başlanan ekonomi politikaları ve görece gücünü koruyan TL etkisiyle tüketici güveni artmaya başlıyor. Bir süre sonra büyüme tekrar geliyor. Güçlü iç talep ivmesi ve kredi büyümesi ile devam eden büyüme, tüketici güveninin düşmeye başlamasından sonra artışını sürdürüyor. Tekrar aşağıya dönüyor. Son döneme baktığımızda bu yıl ilk dört aylık tüketici güven ortalamasının geçtiğimiz yıl ortalamasına yakın seyrettiğini görüyoruz. Bu veri büyümenin geçtiğimiz yıl ortalaması olan yüzde 3 civarında seyrettiğine işaret ediyor.

Fakat bu yılın Şubat ayı sonrası yukarı hareketlenen tüketici güveni bu yönünü korsa büyümenin geçen yılın üzerinde gideceğini söyleyebiliriz. Tüketici güveni mevcut seviyesine göre çok artmasa bile dış talep, maliye politikası ve Kredi Garanti Fonu'nun etkisiyle büyümenin geçtiğimiz yılın üzerine çıkması ihtimali yüksek görünüyor.

Fakat dünya ekonomisinden gelen öncü veriler global büyümenin bu yılın sonlarına doğru hız keseceğine işaret ediyor. Normal koşullarda kamunun ekonomiye olan desteği de Eylül sonunda bitecek ya da azalacak. Bu durumda büyüme ivmesinin korunması ve artması için tüketici güveninin mutlaka artması gerekecek. Aksi takdirde kamunun büyümeye verdiği desteğin devam etmesini bekleyebiliriz.

(*) Çelik, S. , Aslanoglu, E., Uzun, S., 2010, "The relationship between consumer confidence and Financial Markets: Variables in Turkey Durind the Global Economic Crisis", Topics in Middle Eastern and North African Economies, 9-1.

TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİLERİ



TEKSTİL VE HAZIR GİYİMCİDEN ‘ETİK TİCARET’ ATAĞI

Türk tekstil ve hazır giyim sektörü için avantaj yaratan hızlı ve esnek tedarik yapısı, aynı zamanda sektördeki denetimsiz yapıyı da körüklüyor. Bu döngü de haksız rekabeti yaratıyor. Özellikle, sektördeki etik standartlara dair yabancı basında çıkan negatif haberler, sendikalaşmayı ve etiği gözeten Türk sanayicisini Avrupa nezdinde zora sokuyor. İş dünyası ve STK’lar bu algıya karşı Etik Ticaret Platformu’nu oluşturdu.

Türk tekstil ve hazır giyim sektörü şu sıralar hem Uzakdoğu’nun ücret-işgücü ve imalat maliyeti ile hem de Batı’nın Ar-Ge, teknoloji ve inovasyona dayalı üretimi ile rekabet ediyor. Bu rekabetçi ortamda Türkiye ise hem kaliteli üretimi hem de hızlı temin süresi ile varlığını korumayı başarıyor. Fakat sipariş baskısı (siparişlerin kısa sürede gerçekleştirilmesine yönelik talepler) ve siparişlerin düzensizliği gibi satın alma gruplarının yarattığı baskılar, birçok firmayı maliyet tutturma konusunda zorluyor.

Dolayısıyla şirketler, özellikle konfeksiyon üretiminde, maliyetleri mümkün olduğunca düşürebilmek için daha ucuz işçilik maliyetiyle çalışmaya gayret gösteriyor. Satın

Satın alma gruplarının yarattığı baskılar, birçok firmayı maliyet tutturma konusunda zorluyor.

alma uygulamalarındaki bu hususlar, birtakım sorunları da beraberinde getiriyor. Son dönemde yabancı basında çıkan haberlerin yarattığı olumsuz etkiler de özellikle Avrupa cephesinde hissedilmeye başladı.

Bu haberler, her ne kadar Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün imajıyla ilgili negatif bir algı yaratsa da aslında sektörün yıllardır kendi içinde yaşadığı haksız rekabeti de gözler önüne seriyor.

Türkiye’deki işletme sayısı ile bu işletmeleri denetlemekle görevli

müfettiş sayısı, herhangi bir sektörün denetim altında olabilmesini mümkün kılmıyor.

“Yeni bir tavır almalıyız”

Sektörün tüm paydaşlarının bir araya gelerek konunun tartışılması ve ivedilikle bir çözüm yolu bulunması gerektiğini belirten Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Yönetim Kurulu Üyesi Bülent Alkanlı, zaten son derece kırılgan ve denetimsiz olan sektörlerinin, Suriye’de çıkan iç savaş yüzünden daha da kontrolsüz bir hal aldığını hatırlatıyor.

Bülent Alkanlı, Türkiye’nin, dünya hazır giyim ticaretindeki varlığının en önemli nedeni olan coğrafi konumu ve yetişmiş işgücü kapasitesinin yanı sıra altyapı yatırımları ile özellikle

Avrupa için vazgeçilmez bir iş ortağına dönüştüğünü aktarıyor.

“Sektörümüzden talep edilen hızlı, esnek tedarik yapısı, işlerimizin yıllardır artmasını sağlarken, aynı zamanda bugün mevcut olan dağınık, düzensiz, denetimsiz yapının da körükleyicisidir” diyen Alkanlı, bu düzensiz yapının değişmesi için hem meslek örgütlerinin hem devletin hem de yabancı ve yerli müşterilerin farklı bir tavır alması gerektiğini söylüyor.

Alkanlı’ya göre, bir iç denetim mekanizması oluşturulması,



satın alma pratiklerinin gözden geçirilmesi ve haksız rekabetten beslenen düzensiz yapıya karşı hem işletmelerin hem de nihai tüketicinin bilinçlendirilmesi için çalışmalar başlatılması gündeme taşınmalı.

Merdiven altı işletmelerin varlığının sektörün mücadele etmesi gereken bir gerçek olduğunu dile getiren Alkanlı, “Bu işletmelerin beslenmemesi için gereken bilinçlendirme çalışmaları hayata geçirilmeli” diyor.

Merdiven altı işletmeler

Bülent Alkanlı, dış basında Türk tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik etik tartışmalar yaratılsa da bu konuda bir muğlaklık olmadığını, yerli ya da yabancı müşterilerin kanunlarla belirlenmiş çerçeve dışında bir talebi olmadığını söylüyor.

“Fakat bu taleplerin bir işletme için birden fazla denetim kurumu tarafından kontrol ediliyor olması işletmeler üzerinde gereksiz bir baskı oluşturuyor ve bir denetim yorgunluğuna yol açıyor” diyen Alkanlı, “Yine tüm paydaşların bir araya geleceği bir platformda bu konu mutlaka tartışılmalı ve denetim mekanizmaları için bir fikir birliğine gidilmeli” önerisinde bulunuyor.

Bu konuda yeni adımlar atılmıyor değil.

Yeni platform ne getiriyor?

29 Kasım 2016'da İstanbul Divan Oteli'nde sendikamızın da dahil olduğu birçok çatı kuruluş, çocuk işçiliği ile mücadele, çalışan haklarına katkı ve Suriyeli mülteci krizine çözüm aramak üzere bir platform oluşturmak amacıyla bir araya geldi. Toplantıya, markalar, ihracat ve sanayi birlikleri, tedarikçiler, işçi sendikaları, STK'lardan temsilciler ve uluslararası delegelerden oluşan yaklaşık 110 kişi katıldı. Ethical Trade Initiative'in (Etik Ticaret Girişimi) de şekillenmesine yardımcı olduğu Türkiye Etik Ticaret Platformu'nun temel amacı; söz sahibi çatı kuruluşlar, markalar ve satın alma gruplarını bir araya getirerek ilgili bakanlıkların desteğiyle ortak bir çalışma yürütmek.

Birleşmiş Milletler İş Dünyası ve İnsan Hakları İlkeleri'nin uygulanmasını destekleyen platformda, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ile hazır giyim ihracatçılarını temsilen Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) ve Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS) gibi işveren temsilcisi yapılar da yer alıyor.

Platformun bir fırsat olduğunu belirten İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Jale Tuncel, “Türkiye Etik Ticaret Platformu aracılığıyla iş dünyası ve insan hakları konusunda farkındalığı artırmak, işyeri düzeyinde sosyal diyalogu geliştirmek ve sektördeki sorunların kök nedenleri üzerine tüm paydaşlarla birlikte çalışmak hedefleniyor” diyor.

“Yabancı alım gruplarının payı büyük”

Türkiye yılda ortalama 17 milyar dolarlık ihracatı ile hazır giyimde dünyanın en büyük 7'nci, Avrupa Birliği'nin en büyük 3'üncü tedarikçisi konumunda. İhracatımız içinde yabancı alım grupları önemli bir paya sahip. Jale Tuncel, bu rakamlardan

“Şirketlerin kayıtdışı ekonomiye dayanan tercihleri maliyetlerin düşük olmasına, kurallara ve yönetmeliklere uyanlar açısından ise üretimin maliyetli olmasına neden oluyor.

yola çıkılarak, yabancı alım gruplarının Türkiye'nin güçlü ihracat yapısının sürdürülebilirliğinde büyük öneme sahip olduğunu söylüyor.

“Ülkemiz, son zamanlarda Çin, Hindistan, Pakistan ve Mısır gibi ülkelerdeki düşük işgücü maliyetleriyle mücadele etse de çoğunlukla konumunun getirdiği avantajlar ve daha iyi kalite-fiyat kombinasyonları dolayısıyla, uluslararası alıcılar tarafından tercih ediliyor” diyen Tuncel, “Sonuç olarak, Türkiye'nin sektörde gerek kalite gerekse maliyet açısından büyük avantajları var. Bu yüzden Türkiye hâlâ merkez konumunu devam ettiriyor” şeklinde konuşuyor. Tekstil sektöründeki tek sendikalı etiket imalatı şirketi olan Harmancı Etiket'in Yönetim Kurulu Başkan



Yardımcısı ve TTSİS Yönetim Kurulu Üyesi Orhan Harmancı, emek ağırlıklı sektörde çalışanların ihtiyaçlarının iyi anlaşılması ve sendika ile işbirliği içinde bunların hayata geçirilmesinin çalışanlara ve müşterilere karşı bir yükümlülük olduğunu altını çiziyor. “Sektörümüzdeki sendikalı tek

firma olmak bizi gururlandırır da bu konuda hâlâ tek olmamız bizi üzüyor” diyen Harmancı, bugüne kadar Toplu İş Sözleşmesi süreçlerinde veya diğer zamanlarda, TTSİS'nin tekstil işçileri ile her zaman yakın ilişkiler içerisinde olduğunu belirtiyor. Harmancı, “Tekstil işçilerinin gelişen ve değişen ihtiyaçlarının gözetilerek uygulanmaya gayret edilmesi, sektöre artı değer katıyor” diyor.

‘Düşük fiyat, yüksek kalite’ talebi

Global markaların sendikalı işçi-işveren ilişkisine son derece olumlu baktığı bilinen bir gerçek. Orhan Harmancı, bu bağlamda, büyük markaların, konfeksiyon üreticilerine sipariş yerleştirme süreçlerindeki en büyük odağının, en yüksek kaliteyi,

en düşük fiyata ve en hızlı şekilde almak istemeleri olduğuna dikkat çekiyor. Ancak ‘en düşük fiyat’ talebi, çoğu zaman konfeksiyoncu ve tedarik zincirini fiyat kısı kacına sokuyor.

“Emek yoğun bir sektörde en düşük fiyata ulaşım işçilik maliyetlerinizin de azaltılmasından geçiyor. Sendikalı bir işyeri olduğunuz zaman, işçilik maliyetlerinizi aşağıya çekmeniz her zaman bir alt sınırı olduğu için bu noktada uygulanması gereken, verimliliklerin artırılmasıdır. Aritmetiği son derece basit, ancak uygulaması yeri geldiğinde oldukça zor bir süreçten söz ediyoruz” diyen Harmancı, bu denklemin iyileştirmenin yolunun da işletmelerin süreç iyileştirmeleri bakış açısı ile yaratıcı olmasından geçtiğine vurgu yapıyor.

Sendikası imalatçılar ile rekabet zorunluluğuna değinen Harmancı, büyük markaların yaptığı denetimlerde sendikalı üretici olmanın faydalarını gördüklerini belirtiyor: “Global işçi-işveren normlarına uyumlu kalabilmenin orta ve uzun vadede sektörde global oyuncu olarak kalabilmeye büyük katkısı olacaktır. Sendikanın işçilerimize yönelik tariflediği ücret politikaları, büyük markaların adil ücret politikalarını da desteklemektedir.”

ORHAN HARMANCI / TTSİS YÖNETİM KURULU ÜYESİ - HARMANCI ETİKET YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI

Etikte gidilecek yolumuz var

10 yıl öncesine kadar ‘etik’ kavramı tekstil sektöründe bir şey ifade etmezken, değişen küresel ekonominin ve büyük markaların etkisi ile daha dikkat edilir bir hale geldi ve sürdürülebilir politikaların temel çıkış noktası oldu. Etik kavramının gerçek anlamda yerleştirilebilmesi için daha çok yol alınması gerekiyor; daha çok eğitime ve bilinçlendirmeye ihtiyaç var. Bu noktada ulusal yasa ve yönetmeliklere uyumluluk, küresel firmaların Türkiye’deki tedarik zinciri kurallarına uyumluluğu ve tüm bunların sürdürülebilir olmasının getireceği faydaların devlet politikalarıyla desteklenmesi için çalışmalar yapılması gerektiği inancındayız. Her ne kadar 10 yıl öncesine göre etik kavramını daha iyi işliyor olsak da Batı’nın mevcut konjonktürü çerçevesinde istenilen noktaya ulaşmaya daha yolumuz var.



BÜLENT ALKANLI / TGSD YÖNETİM KURULU ÜYESİ

Türkiye ‘alternatif’ değil, ‘ortak’ olarak görülmeli

Yabancı satın alma grupları sektörümüzün ana sipariş kaynağı ve işletmelerin kapasitesinin çoğunluğunu dolduruyor. Türkiye’de sektörümüzün varlığı bu grupların alımlarına devam etmesi ile mümkün. Bu yüzden yapılacak tartışmaların önemli maddelerinden biri, yabancı satın alma gruplarının sektörümüzü fırsat alımı yapılacak bir alternatif olarak görmemesi ve ülkemizi uzun soluklu bir ortak olarak görmesi olmalıdır. Türkiye’den 300 adet mali hem altı haftada alıp hem de fiyat baskısı oluşturmaması, söz konusu firmanın yedinci haftada elinde nasıl bir sipariş olacağını bilememesi, sektörün düzensizliğinin baş sorumlusu. Bu yüzden sektörümüz bir yandan sunduğu esnekliği kaybetmeden, diğer taraftan yabancı satın alma gruplarının ortağı olabilmenin yollarını bu satın alma grupları ile beraber aramalı.



JALE TUNCEL / İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ

Sosyal uygunluk denetimleri çeşitlilik göstermektedir

Ülkelerin ulusal iş kanunları ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) standartlarına göre, çalışanların haklarını güvence altına almak ve çalışma koşullarını iyileştirmek hükümetlerin sorumluluğunda olsa da müstakil kurum ve aktörler de özel denetleme sistemleri ve programları ile aktif değerlendirici ve/veya denetleyici konumunda yer almaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektöründe çalışma standartlarını iyileştirmek için SA8000, SEDEX, WRAP, BSCI vb. gibi çeşitli sosyal uygunluk belgelendirme sistemleri ile, Adil Çalışma Derneği (FLA), Adil Hazır Giyim Derneği (FWF), Etik Ticaret Girişimi (ETI) ve Temiz Kıyafet Kampanyası gibi sosyal uygunluk girişimleri gelişmiştir. İhracatçılarımız sosyal uygunluk açısından; ülkenin ulusal mevzuatına uyum denetimleri, uluslararası belgelere yönelik denetimler ve markaların kendi kalite ve standartlarına yönelik denetimlerden geçmektedirler. Her bir sosyal denetim mekanizmasının beklenti ve hassasiyetleri değişkenlik göstermektedir. Sosyal denetimlerin çeşitlilik gösteriyor olması sektörümüzün karşılaştığı zorluklar arasında yer almaktadır.

HAZIR GIYIMIN UFKU 2030'A TAŞINIYOR

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, 'UFUK 2030' çalışmasıyla hazır giyim sektörünü geleceğe taşıyacak dört stratejik hedef belirledi. UFUK 2010 ve UFUK 2015'in ardından hazır giyimcilerin yeni yol haritasına baktık.

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD), istihdamda, net ihracatta, katma değerde ülke ekonomisinin öncülüğünü yapan hazır giyim sektörünün yeni yol haritasını çıkardı. TGSD Başkanı Şeref Fayat, Dr. Can Fuat Gürlesel ve TGSD Yönetim Kurulu'nca hazırlanan 'UFUK 2030' programı paralelinde, Türkiye'deki sanayi kolları arasında hazır giyim, ufkunu 2030'lara taşıyan ilk sektör olması dikkatlerden kaçmadı. Küresel hazır giyim pazarının her geçen yıl daha da büyüdüğünün altını çizen Fayat, yüzde 2 büyümeye beklentisiyle dünya hazır giyim harcamalarının 2030'da 2.3 trilyon dolara, hazır giyim ihracatının da 607 milyar dolara ulaşmasının öngörüldüğünü bildiriyor.

Her yıl yüzde 4 büyümeye

TGSD Başkanı
Şeref Fayat



Sektörün geleceği konusunda iyimserliğini koruduğunu vurgulayan Şeref Fayat, 'Türkiye'de hazır giyim harcamalarının yıllık yüzde 4 ve yüzde 6 büyümeye öngörüsü üzerinden iki farklı projeksiyon yaptıklarını belirtiyor. İyimser senaryoyu gerçekleştirme hedefiyle yola devam edeceklerini anlatan Fayat, şöyle devam ediyor:

“Olağan koşullarda

Türkiye'de hazır giyim harcamaları 2023'e kadar her yıl ortalama yüzde 4 büyüyerek, 26.4 milyar dolara ulaşacak. Yüzde 6'lık bir büyümeyi yakalamamız durumunda ise rakam 30 milyar doların üzerine çıkacak. Referans senaryoyu esas alırsak, ihracatımız 2023'te 25 milyar dolar civarında olacak. İyimser senaryoya göre ise dünya hazır giyim ticareti yılda yüzde 4 büyüyerek, Türkiye'nin bu ticaretten aldığı pay yüzde 5'e çıkacak. Bu projeksiyonun gerçekleşmesi halinde, hazır giyim ihracatımız 30.8 milyar dolara ulaşacak. Biz hem iç tüketimde hem ihracatta 30 milyar dolar çitasını geçmek için sektörün yol haritasını yeniden çizdik. Tüm olumsuzluklara rağmen hedefe ulaşabilmek için imkânlarımızı seferber edeceğiz.”

Dönüşüm hissedilecek

Hiç şüphesiz Türk hazır giyim sektörünün ortaya konulan stratejik ve sayısal hedeflere ulaşabilmesi için

10 yeni program

UFUK 2030 çerçevesinde geliştirilen program önerileri şöyle:

- Nitelikçi Üretici Belgelendirme Sistemi Programı
- Yeni Nesil Yatırım Destekleri Programı
- Yenilikçi Tekstil Ürünleri Üretimi ile Girdilere Erişimin Kolaylaştırılması Programı
- Teknoloji Geliştirme Programı
- Markalaşma Destek Programları
- Eğitim Kalitesini ve İstihdam Olanaklarını İyileştirme Programı
- Yeniden Avrupa Pazarı Programı
- Test Akreditasyon ve Laboratuvar Altyapı Geliştirme Programı
- Sürdürülebilirlik Destek Programı
- Yeni Nesil Ticaret İşbirliği Anlaşmalarına Katılım Programı

UFUK 2030'dan...

2015	
Dünya hazır giyim ihracatı	451 milyar dolar
Dünya hazır giyim harcamaları	1,7 trilyon dolar
Hazır giyim modern perakende harcamaları	1,3 trilyon dolar
Türkiye hazır giyim ihracatı	15,1 milyar dolar
Türkiye hazır giyim harcamaları	19,3 milyar dolar
Türkiye'nin dünya ihracatındaki payı	Yüzde 3,4
2023	
Dünya hazır giyim ihracatı	571 milyar dolar (*)
Dünya hazır giyim harcamaları	2,2 trilyon dolar (*)
Türkiye hazır giyim ihracatı	22,9 milyar dolar (**)
Türkiye hazır giyim harcamaları	26,4 milyar dolar (***)
2030	
Dünya hazır giyim harcamaları	2,7 trilyon dolar (*)

(*): HER YIL ORTALAMA YÜZDE 3 BÜYÜME OLURSA.

(**): DÜNYA İHRACATI YÜZDE 3 BÜYÜR, TÜRKİYE'NİN PAYI YÜZDE 4'E ÇIKARSA.

(***): HAZIR GIYIM HARCAMALARI HER YIL ORTALAMA YÜZDE 4 ARTARSA.

kamu sektörü, özel sektör ve firmaların önümüzdeki döneme ilişkin önemli bir dönüşüm gündemi bulunuyor. Bu çerçevede kamu sektöründen uygulanması talep edilen yeni program önerileri geliştirildi.

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği, bu programların uygulanması halinde, Türk hazır giyim sektörünün stratejik hedeflerine ve referans senaryolardaki sayısal hedeflerine ulaşabilmesini bekliyor.

Bu çerçevede 10 yeni program önerisinin geliştirildiğine ve bu programların temelini “hazır giyim sektöründe 2030 yılına kadar oluşacak küresel eğilimlere uyum sağlama” hedefinin oluşturduğuna dikkat çeken Fayat, “Küresel eğilimlerin bir bölümü Türk hazır giyim sektörü için uygun koşullar yaratacakken, bir bölümü de olumsuz koşullar yaratacak” diyor.

UFUK 2010 ve UFUK 2015

UFUK çalışmalarının amacı, Türk hazır giyim sektörüne yol göstermesi. İkincil amaç ise çalışmalar ile ortaya konulan sayısal hedeflere ulaşılması. Bu çerçevede TGSD, UFUK 2010 ve UFUK 2015 çalışmalarını da gerçekleştirmişti.

UFUK 2010 çalışmasının temel hedefi, 2005 yılında başlayan dünya ticaretindeki serbesti ile Çin rekabetinin etkisine karşı sektörün dönüşümü için yol haritası belirlemek olurken, Çin rekabetinin



göğüslenmesinin ardından UFUK 2015 çalışması ile de yine yeni bir dönüşüm için yol haritası ortaya konulmuştu.

Ekonomi ve Strateji Danışmanlık Hizmetleri Başkanı Dr. Can Fuat Gürlesel, geriye dönüp bakıldığında UFUK 2010 ve 2015 çalışmalarının sektör için doğru stratejik hedefler koyduğunun anlaşıldığını ifade ediyor. “Bu çerçevede ortaya konulan yol haritaları dönüşüm için oldukça faydalı oldu. Dönüşümü başarı ile gerçekleştiren çok sayıda firma nitelikli tedarikçi ve markalar haline geldi” diyen Dr. Gürlesel, çalışmalarda sayısal hedefler için üçer senaryo hazırlandığını dile getiriyor. Her iki çalışmanın referans senaryolarının

sayısal hedeflerinin bir ölçüde altında kaldığını aktaran Gürlesel, sayısal hedeflere ulaşılması için talep edilen kamu desteklerindeki gecikmeli uygulamaların ve UFUK çalışmalarının kapsadığı dönemlerde karşılaşılan küresel ekonomik kriz ile Türkiye’de son yıllarda yaşanan



Ekonomi ve Strateji Danışmanlık Hizmetleri Başkanı Dr. Can Fuat Gürlesel

sıkıntıların etkili olduğunu aktarıyor.

Yeni nesil teşviklere ihtiyaç var

2016 yılında ise artık geleneksel hale gelen UFUK çalışması yenilendi ve UFUK 2030 başlığı ile daha geniş bir ufuk hedeflendi. Küresel ve sektörel eğilimler 2030 yılına kadar olan süreç için değerlendirildi. Dr. Can Fuat Gürlesel, Türk hazır giyim sektörü için ise 2023 yılına yönelik olarak stratejik hedeflere, sayısal hedeflere ve destek programlarına yer verildiğini söylüyor.

“UFUK 2030 çalışması üç bölümden oluşuyor: İlk bölümde dünya ve Türk hazır giyim sektöründeki 2008-15 dönemi gelişmeleri ayrıntılı olarak değerlendiriliyor. İkinci bölümde hazır giyim sektöründe 2030 yılına kadar olan dönemde yaşanacak eğilimler inceleniyor ve öngörülerde bulunuluyor. Üçüncü bölümde ise Türk hazır giyim sektörü için öngörülere ve önerilere yer veriliyor” diyen Gürlesel, dönüşüm sürecinde kamu, sektör ve firmalara da önemli görevler düştüğünü hatırlatıyor.

Gürlesel bunun yanında, Türk hazır giyim sektörünü küresel eğilimlere



hazırlayacak yeni nesil teşviklere ihtiyacın olacağını vurgulayarak, üretimi ve istihdamı artırmaya yönelik kapasite artışları teşvikleri değil, yenilikçiliğe, sürdürülebilirliğe, pazarlara erişime, markalaşmaya yönelik desteklerin gerektiğini kaydediyor. “Bugünkü meslek liselerinin, üniversitelerin 2030’daki eğilimi karşılayacak nitelikte bir işgücü yetiştirme kapasitesi sınırlı” diyen Gürlesel, artık bu sektörde sayı olarak istihdamın artışından çok, yüksek katma değeri sağlayacak istihdama yöneldiklerini dile getiriyor.

TGSD Başkanı Şeref Fayat ise dernek olarak UFUK projelerine başladıkları 2003 yılından bu yana kamudaki tüm ilgili birimler ile yakın bir ilişki ve işbirliği içinde bulunduklarına işaret ediyor. “UFUK 2010 çalışmamız Türkiye’de kamu tarafından bir sanayi için hazırlanan ilk sanayi strateji belgesinin çıkış noktası oldu. 2007 yılında Tekstil, Hazır Giyim ve Deri Sanayi Strateji Belgesi yayınlandı. Bu strateji belgesi daha sonra yenilendi ve bu kez UFUK 2015 çalışmasını temel aldı” diyen Fayat, UFUK 2030 çalışmasının da kamunun uygulama belgeleri için yine önemli bir referans oluşturacağını sözlerine ekliyor.

Dört stratejik hedef

UFUK 2030 çalışması ile Türk hazır giyim sektörü için dört stratejik hedef ortaya konuldu:

- Akıllı, Sürdürülebilir, Yenilikçi Hızlı Moda Tedarikçisi
- Yenilikçi, İnovatif, Özgün Tasarım ve Koleksiyonlara Dayalı Erişilebilir Bölgesel Markaları ile İhracat
- Yenilikçi Ürünler ile Müşteri İhtiyaçlarını Karşılaman Organizasyonu ve Pazarlama Hizmetleri
- Türkiye’nin Bölgesel ve Yerel Markaları, Gelişmiş Organize Perakende Pazarı ve Moda Etkinlikleri ile Bölgesel Moda ve Alışveriş Merkezi

AB sanayide inovasyon projelerini bekliyor

Geçtiğimiz mart ayında Brüksel'de düzenlenen Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu konferansında, Avrupa tekstil ve hazır giyim sanayiinde devam eden araştırmalar masaya yatırıldı. Avrupa Birliği yetkilileri sanayiye kapsayan araştırma projelerinden ziyade, araştırma projeleri yürüten sanayi kuruluşlarına duyulan ihtiyacın altını çizdi.

Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu'nun 12'nci yıllık konferansı, 30-31 Mart tarihlerinde Brüksel'de gerçekleştirildi. Konferansta, Avrupa tekstil ve hazır giyim sanayiinde devam eden ortak araştırmalar değerlendirildi ve geleceğe dönük olarak Avrupa Birliği desteği için ihtiyaç ve fırsatlar AB yetkilileri ile müzakere edildi. Avrupa'da tekstil araştırmaları, ileri elyaf araştırmalarından sürdürülebilirliğe, dijitalleşmeye ve yüksek katma değerli piyasalarda yeni tekstil uygulamalarının geliştirilmesine kadar çok geniş bir alanı kapsıyor. Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu'nun yıllık konferansında sunulan 28 Avrupa projesinin faaliyetleri ve bugüne kadar alınan sonuçlar da bunu ortaya koyuyor.

Konferansta, başlıca araştırma ve inovasyon programları HORIZON 2020, COSME, LIFE+ ve INTERREG kapsamında gerçekleştirilen tekstille ilgili araştırmalar ele alındı. 28 proje, Stratejik İnovasyon ve Araştırma Gündemi'nin (SIRA) dört konu başlığına bölünerek paralel oturumlarda sunuldu. Bu konu başlıkları;

- 'Akıllı, yüksek performanslı malzemeler',
- 'İleri dijital imalat, değer zincirleri ve iş modelleri',
- 'Döngüsel ekonomi ve kaynak verimliliği',
- 'Yüksek katma değerli çözümler'.

Sanayide inovasyona AB fonu

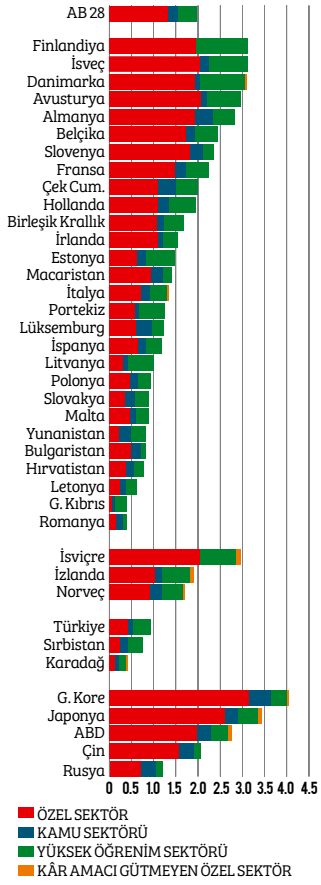
Endüstriyel teknolojiler, KOBİ'lerde araştırma ve inovasyon, küme ve bölgesel inovasyon politikalarından sorumlu AB yetkilileri, şimdiye kadarki uygulamalardan alınan dersleri ve tekstil ve hazır giyim sektörüne ilişkin politika tercihlerini de katılımcılarla birlikte müzakere ettiler.



Toplantıya sendikamız Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Denizler de katıldı.

Ar-Ge harcamalarının GSYH içinde payı %

SEKTÖRLER VE ÜLKELER İTİBARIYLA, 2014



Avrupa Komisyonu KOBİ'ler için Uygulama Ajansı Bölüm Başkanı Bernd Reichert, HORIZON 2020 KOBİ destek araçları için AB'nin beklentilerini açıkladı. Söz konusu projede aşırı talep alınıyor, buna bağlı olarak düşük başarı oranları kaydediliyor. Reichert, araştırma projelerine destek sağlamak değil, teknolojik veya teknolojik olmayan inovasyona dayalı olarak büyüme isteği gösteren ve önemli pazar fırsatları sunan KOBİ'lerin büyümesi için fon desteği sağlama arayışında olduklarını vurguladı. Çok fazla proje önerisi aldıklarını kaydeden Reichert, ancak bunların sanayide inovasyona yönelik olmaktan ziyade, araştırma projeleri olduğunu belirtti.

Avrupa Komisyonu İç Piyasa, Sanayi, Girişimcilik ve KOBİ'ler Genel Müdürlüğü, Büyüme için İnovasyon Politikaları ve Yatırım Bölüm Başkanı Mark Nicklas, Endüstriyel Modernizasyon için İhtisas Platformu'nda başlatılan ilk tematik ortaklıklar arasında tekstil inovasyonunun yer aldığını görmekten memnuniyet duyduklarını ifade etti. Nicklas, platformun sadece ileri teknoloji sektörlerine odaklanmaması, bunun yanı sıra imalatla istihdam yaratan mevcut sanayi sektörlerinin inovasyon ve katma değer seviyesini yükseltmelerine yardımcı olması

gerektiğini vurguladı.

Avrupa Komisyonu, Araştırma ve İnovasyon Genel Müdürlüğü, İmalat ve Endüstriyel Teknolojiler Kıdemli Uzmanı John Cleuren, sanayiye kapsayan araştırma projelerinden ziyade, araştırma projeleri yürüten sanayi kuruluşlarına daha fazla ihtiyaç olduğunu belirtti. Son yıllarda tekstil araştırmaları ve inovasyon alanında birçok ilerlemeye şahit olundu. Ancak, araştırmacılar ve teknoloji geliştirenlerin sanayinin inovasyon ihtiyaçlarını hedeflemesi ve daha fazla piyasa odaklı çalışmaları bekleniyor.

Çin ve Asya ülkeleri aray kapatıyor

Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu Başkanı Paolo Canonico, tekstil inovasyonunda Avrupa'nın küresel liderlik konumunu muhafaza etmesi için Avrupa Birliği'nin desteğine ihtiyaç olduğunu belirtti. Canonico, Avrupa'nın halen tekstil teknolojisinde dünya lideri olduğuna, ancak Çin ve diğer Asya ülkelerinin agresif şekilde hareket ettiklerine ve hızla aray kapatmakta olduklarına işaret etti. AB programları açısından, araştırma ve inovasyonu destekleyen çeşitli projeler kapsamında fon desteği imkânlarının devam etmesi sonucuna varıldı.

Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu Genel Sekreteri Lutz Walter da HORIZON 2020'den sonra gelecek AB araştırma ve inovasyon programı hakkında başlayan tartışmalara ilişkin olarak bilgi verdi. Walter, temel araştırma ve sanayi araştırmaları arasındaki ve aynı zamanda farklı sanayi sektörleri arasındaki fon desteği rekabetinin çok şiddetli olacağını belirtti. Bu kapsamda, sektörlerin multidisipliner yaklaşım ile çalışması ve gelecekteki pazarlar için malzeme ve çözüm tedarikçisi olarak kritik rollerini güçlü şekilde savunmaları gerekecek. Yenilikçi elyaflar ve tekstil malzemelerinin stratejik önemi hakkındaki bakış açısının değişimi için, ABD hükümeti tarafından desteklenen Amerika'nın İleri İşlevsel Elyafları ve Kumaşları girişimi örnek alınabilir. Yenilikçi tekstil çözümleri için artan küresel talebi karşılamak üzere, yeni teknolojiler ve iş modelleri sanayiye hızlı şekilde aktarılmalı. Mark Nicklas, sektörün değişimi kabul etmesi ve rekabet gücünü artırmak için değişime uyum sağlama kapasitesini göstermesi gerektiğini belirtti. Bu süreçte, akıllı bölgesel destek politikaları temel bir rol oynayacak. Halen 15 AB tekstil bölgesini kapsayan Regiotex girişimi bu ilerlemeye öncülük ediyor.

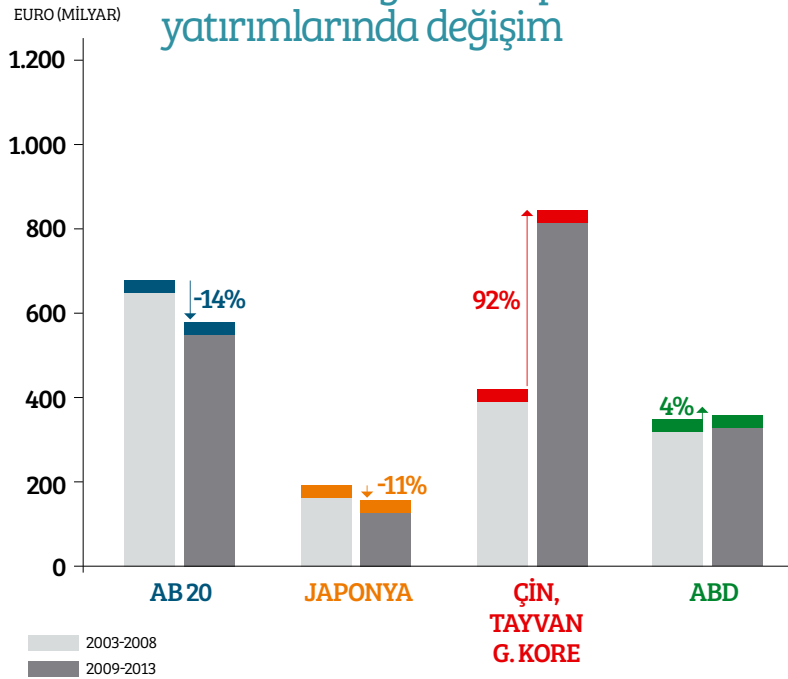
MUSTAFA DENİZER / TTSİS YÖNETİM KURULU ÜYESİ - AVRUPA TEKSTİL TEKNOLOJİ PLATFORMU YÖNETİM KURULU ÜYESİ

Üniversitelerin işin içine girmesi lazım

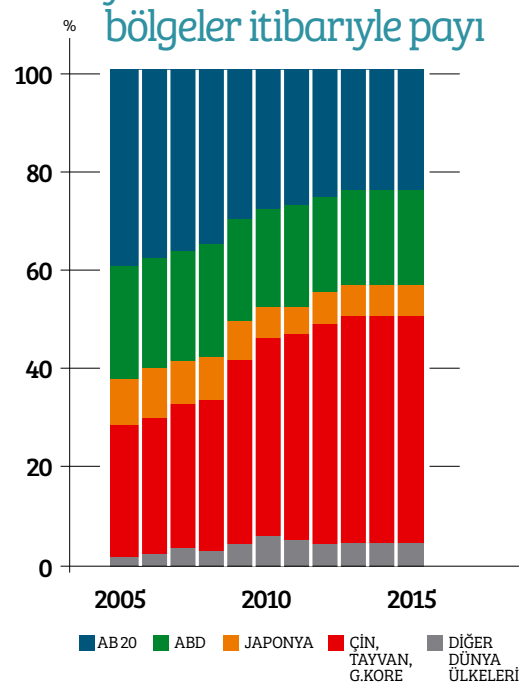
Toplantıda ağırlık, Sanayi 4.0'a verildi. Bundan sonraki dönemde teknolojinin hem dizayn hem ürün geliştirme tarafında tekstile katkılarının ve etkilerinin ne olacağı konuşuldu. Artık olay, Ar-Ge ve Ür-Ge üzerine... Türkiye'ye de baktığımız zaman, son zamanlarda Ar-Ge ve Ür-Ge merkezlerine verilen katkılarının AB'nin 2020 hedefleri arasında olduğunu görüyorsunuz. Avrupa içindeki kümelenmeler ve bu konuda beklenen yenilikler de tartışılıyor. Türkiye bu konuda işi, AB ile paralel olarak, fabrika bazına indiriyor artık. Bakanlık, çıkarılan kanunlar, teşvik ve destekler de bizi aynı doğrultuda ilerletiyor. Ama bu kapsamlı bir iş tabii ki. Üniversitelerin işin içine çokça girmesi lazım. Şöyle bakalım: Tekstildiden tekstille ilgili yenilik beklemek yanlış. Bu çok önemli. Tekstilci zaten ürün geliştiriyor. Ama yeni bir inovasyondan söz ettiğiniz zaman, tekstilcilerin diğer branşlarla iç içe olması lazım ki onu tekstile nasıl uyarlayacaklarını beraberce oturup kararlaştırsınlar. Mesela, elektronik bölümü ile tekstil yan yana gelecek ki, elektronik bölümünün tekstilden alabileceği neler var, görülsün. Tıp bölümündeki, tekstilin ne olduğunu bilmediği için belki bazı ürünlerde tekstil kullanma ihtimalini tekstilciyle görüşerek yapmalı. Peki, bu kadar kulvarı kim bir araya getirebilir? Üniversiteler. Aynı kampüs içindeki değişik branşları yan yana getireceksiniz ki birbirlerinden neler öğrenebileceklerini görsünler.



2003-2008 ve 2009-2013 dönemi arasında bölgelerin toplam imalat yatırımlarında değişim



Dünyada imalat yatırımlarının bölgeler itibarıyla payı



Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu kapanış oturumu

GÜNEY KORE İHRACAT YELPAZESİNİ GENİŞLETECEK

Güney Kore ve Türkiye, aralarındaki kilometrelere rağmen iyi ilişkiler geliştiren iki ülke. Ancak bu ilişkilerin ticarete yeterince yansıdığını söylemek zor. Yüksek teknoloji kumaşlar alanında dünyanın önemli üreticilerinden olan Güney Kore, son dönemde özellikle Türkiye'deki tekstilcilerin markajına girmiş durumda. Sanayiciler iki ülke arası ticareti artırmak için yeni projeler üzerinde çalışıyor.





Ekonomisi, teknoloji şirketleri, eğitim modeliyle sıradışı bir başarı öyküsüne sahip bir ülke Güney Kore... 1960'ların sonuna kadar tarıma dayalı, az gelişmiş bir ekonomiye sahipken ihracata dayalı endüstrileşme modelini izleyerek dünyanın sayılı ekonomilerinden biri haline geldi. Kore Savaşı'nın ardından ekonomisini ayağa kaldırarak pek çok ülke için rol model olmayı başardı. Türkiye-Güney Kore ilişkileri ise çok eskilere dayanıyor. Özellikle Kore Savaşı'nda Türkiye'nin Güney Kore'ye asker göndermesinden bu yana iki ülke arasındaki ilişkiler hep olumlu ilerlemiş. Ancak bu dostane ilişkinin ticari ilişkilere istenilen düzeyde yansadığını söylemek mümkün değil.

2009-16 yılları arasında Güney Kore ile Türkiye'nin arasında dış ticaret hacmi yüzde 106 arttı ve 2016'da yaklaşık 7 milyar dolara ulaştı. Bunun 519 milyon dolarını ihracat, 6.4 milyar dolarını ise ihracat oluşturdu. Yani Türkiye bu ülkeye

sattığı her 1 dolarlık mal karşılığı yaklaşık 12 dolarlık ithalat yapıyor. İki ülkenin ticaretinde serum, aşı, motorlu taşıtların aksam ve parçaları, karayolu taşıtları için aksam parça ve aksesuarları gibi pek çok farklı ürün grupları bulunsa da son dönemde özellikle tekstil ve hazır giyim sektörü Güney Kore'yi markajına almış durumda.

Son beş yılda Güney Kore ile tekstil ve hazır giyim ticareti yüzde 38 artış gösterdi ve 322 milyon dolara ulaştı. Son dönemde özellikle ihracat artışı yönünde olumlu bir trend söz konusu. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle, 2016 yılında Güney Kore'ye gerçekleştirilen tekstil ve hammaddeleri ihracatının yüzde 1.7 arttığını, ithalatın ise yüzde 0.4 oranında gerilediğini söylüyor.

Teknolojik ürünler ön planda

Güney Kore, yüksek teknolojiye sentetik kumaşlar üreten bir ülke. Türkiye ise

Avrupa pazarına yakınlığı, esnek ve hızlı üretim özellikleriyle öne çıkıyor. Tekstil ve hazır giyim sektörünün temsilcileri iki ülkenin farklı özelliklerinin birbirini tamamlayacağını düşünüyor. Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Şeref Fayat, Türkiye'nin, Güney Kore'nin yüksek teknolojiye sentetik kumaşlarını ithal edip, Türk hazır giyim endüstrisinde kullanarak tüm dünyaya pazarlayabileceğini ve ihracat yelpazesini genişletebileceğini ifade ediyor. Küresel pek çok önemli markaya hazır giyim üretimi yapan Türkiye, Güney Kore için büyük öneme sahip ve Türkiye'yi hazır giyim konusunda bir üretim üssü olarak görüyor.

Tekstil ve hazır giyim sektörü iki ülke arasındaki ticareti artırmak için son yıllarda önemli çalışmalar yürütüyor. Bu konuda ilk adımı 2013 yılında TGSD attı. Dernek, Güney Kore'nin endüstri merkezi Daegu bölgesi temsilcisi Daegu Gyeongbuk Textile Industries Association (DGTIA) ile Eylül 2013'te Karşılıklı İyi Niyet Anlaşması



İSMAİL GÜLLE / İTHİB BAŞKANI

Ar-Ge'ye yatırım gerekli

Güney Kore'nin ekonomik başarısının bir nedeni de gerçekleştirdiği Ar-Ge yatırımlarından kaynaklanıyor. Günümüzde gelişmiş ülkelerin Ar-Ge harcamalarının milli gelire oranı yüzde 2.47'ken, Güney Kore'de bu oran yüzde 3.7. Türk sanayicileri olarak Güney Kore'nin bu alandaki tecrübelerinden en üst seviyede faydalanmalı, üretim ve bilgi altyapımızı sürekli güncellemeliyiz. Üretim alışkanlıkları ve ekonomik gelişimine bakıldığında Türkiye için örnek teşkil edebilecek bir yapıya sahip Güney Kore Ar-Ge harcamalarını nasıl değerlendiriyor? Üretime teşvik sistemini nasıl geliştiriyor? gibi sorulara cevap arayarak kendi ülkemize uygulamalıyız. Bu sayede yıllardır mevcudiyetini koruyan dostane ilişkilerimiz geliştikçe ticari ilişkilerimiz de gelişecektir.



TAMER SAKA / DEİK/TÜRKİYE-KORE İŞ KONSEYİ BAŞKANI

Detaylı bir rapor hazırlanıyor

Türkiye'nin Güney Kore ile ekonomik ilişkilerini daha dengeli bir hale getirmesi gerekli. Bunun için de sadece ticaret açığına odaklanmak yerine, ekonomik ilişkileri tüm boyutlarıyla bir bütün olarak ele alarak hedefe yönelik çalışmalar yapılması gerekiyor. Bu kapsamda, Türkiye'nin Güney Kore için hangi ürünlerde ne kadar ihracat potansiyeli bulunduğunun tespit edilmesi, hizmet sektöründe hangi alanlarda Türk firmaları için imkânlar olduğunun belirlenmesi ve 2013 yılında yürürlüğe giren Serbest Ticaret Anlaşması'ndan en etkin şekilde nasıl fayda sağlanabileceğinin ortaya konulmasına dönük çalışmalar yapılmalı. Türkiye'nin Güney Kore'den gerçekleştirmekte olduğu ithalatın ekonomimize daha yüksek katma değer sağlayacak şekilde nasıl yapılabileceğinin belirlenmesi ve yatırımların karşılıklı olarak geliştirilmesi öncelik kazanmalı. DEİK bünyesinde faaliyet gösteren Türkiye-Kore İş Konseyi olarak, şu anda tüm bu alanları ve daha fazlasını kapsayan detaylı bir çalışma hazırlıyoruz. Bunu haziran ayında kamuoyu ile paylaşacağız.

(MOU) imzaladı. Bu anlaşma uyarınca TGSD ve DGTIA, ihtiyaç duydukları konularda işbirliği yapıyor.

İşbirliği çerçevesinde 2014 ve 2016'da TGSD Yönetim Kurulu ve üyelerinden oluşan heyetler Güney Kore'yi ziyaret etti. Bu ziyaretlerde Güney Kore'nin hem yüksek teknolojiye iplik ve kumaş hem de fast fashion (hızlı moda) anlamında hayli ileride olduğunu gözlemlediklerini söyleyen TGSD Başkanı Fayat, "Türkiye'nin bu kumaşlara ve teknolojiye ulaşmak için daha fazla gayret göstermesi gerekiyor. Daegu yalnızca hazır giyim üreticilerinin değil,

TÜRKİYE-GÜNEY KORE HAZIR GİYİM VE TEKSTİL DIŞ TİCARET VERİLERİ (DOLAR)

	2013 İhracat	2014 İhracat	2015 İhracat	2016 İhracat	2013 İthalat	2014 İthalat	2015 İthalat	2016 İthalat
Tekstil iplikleri	1,937,874	2,465,855	3,486,926	1,842,780	95,329,735	104,323,144	96,661,951	96,697,766
Pamuklu mensucat	3,327,913	3,746,064	4,410,071	4,661,656	810,253	497,531	815,873	1,236,549
Sentetik veya suni flamentler ve devamsız liflerden mensucat	1,845,710	1,776,570	1,984,498	1,770,808	40,328,464	65,785,948	69,082,181	79,145,793
Dokumaya elverişli diğer maddelerden dokunmuş mensucat (ipek, yün, keten vb.)	1,198,270	1,569,097	1,236,361	764,216	442,442	433,409	375,772	185,059
Örme mensucat	292,700	589,666	224,939	435,805	88,427,492	90,045,598	75,610,404	67,646,923
Kordelalar, etiketler, armalar, tüller vb.	346,077	493,931	557,738	334,949	1,903,619	2,401,444	1,944,048	2,497,606
Özel iplikler ve dokunmamış mensucat (keçe, vatka, sicim, ip, şapka taslakları, eknik eşya)	567,614	178,898	298,183	204,345	22,503,602	24,907,312	24,263,197	19,007,364
Dokumaya elverişli maddelerden diğer hazır eşya ve takımlar	739,093	568,761	487,858	794,458	2,645,608	1,977,709	1,634,245	1,610,274
TEKSTİL TOPLAMI	10,255,251	11,388,842	12,686,574	10,809,017	252,391,215	290,372,095	270,387,671	268,027,334
Erkek/erkek çocuklar için örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarlar	2,857,030	2,310,623	2,426,396	2,324,135	84,924	91,364	117,060	98,916
Kadın/kız çocuklar için örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarları	3,946,120	2,979,161	2,961,196	6,771,464	193,248	149,431	111,666	72,110
Erkek/erkek çocuklar için örme giyim eşyası	185,125	1,249,748	693,288	404,335	20,679	4,142	9,452	10,303
Kadın/kız çocuklar için örme giyim eşyası	737,559	1,061,893	994,393	1,214,597	50,872	31,037	80,969	35,280
Örülmüş olsun olmasın diğer giyim eşyası	3,857,743	4,491,869	4,186,508	3,163,449	272,382	710,574	533,937	581,740
Giyim eşyası iç aksesuar ve giyim eşyası parçaları (çorap, mendil, eldiven vb.)	629,188	682,808	800,500	621,863	3,656,772	3,345,224	2,385,935	1,603,509
Tekstil dışında kalan giyim eşyası, şapka vs.	322,589	568,816	235,169	429,899	103,042	306,223	149,978	922,430
HAZIR GİYİM TOPLAMI	12,535,354	13,344,918	12,297,450	14,929,742	4,381,919	4,637,995	3,388,997	3,324,288
TEKSTİL+HAZIR GİYİM TOPLAMI	22,790,605	24,733,760	24,984,024	25,738,759	256,773,134	295,010,090	273,776,668	271,351,622

mağazacılarımızın da mutlaka görmesi gereken bir merkez” diyor.

İkili anlaşmaların etkileri neler?

2014 yılında Güney Kore Tekstil Sanayii Federasyonu ile İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) arasında da iki ülkenin tekstil sanayileri arasında işbirliği imkânlarını geliştirmek amacıyla bir “niyet mektubu” imzalandı. Bu anlaşma ile Güney Kore ve Türkiye arasında teknoloji ve know-how transferi, ortak yatırımlar, insan kaynakları ve tanıtım alanlarında işbirliği fırsatları da dâhil olmak üzere tüm işbirliği imkânları incelendi.

Bu anlaşma çerçevesinde, Güney Kore'nin özellikle tekstil sanayiinde ileri teknoloji ürünler üretme konusundaki tecrübelerinden faydalanmayı hedeflediklerini söyleyen İTHİB Başkanı İsmail Gülle, “Diğer taraftan Türkiye'nin sahip olduğu esnek ve hızlı üretim, özgün tasarım kabiliyetimiz ile Güney Kore'nin ileri teknoloji ürünlerini harmanlayarak



Teknik tekstilin gelişmesi için Ar-Ge yatırımı yapmak gerekiyor. İsmail Gülle'ye göre Güney Kore'nin ekonomik başarısının bir nedeni de gerçekleştirdiği Ar-Ge yatırımları.

her iki ülkenin dünya ticaretinde aldığı payı yükseltmeyi hedefledik. Gerçekleştirdiğimiz anlaşma esasında teknoloji yatırımı ve katma değerli ürünlerin üretilmesi hususunda bir iyi niyet anlaşması olduğu için, anlaşmanın etkileri orta ve uzun vadede kendini daha net bir şekilde gösterecek” diyor. Bu anlaşmanın da etkisiyle önümüzdeki yıllarda iki ülke arasındaki tekstil ve hazır giyim ticaretinin yükselen bir ivmeyle artması bekleniyor.

Odak noktası teknik tekstiller

Tekstil ve hammaddeleri sektörünün en önemli alt ürün gruplarından biri olan teknik tekstiller alanında Güney Kore'nin bilgi birikiminden faydalanmak da sektörün önceliklerinden biri. 2016 yılında Türkiye'nin teknik tekstil ihracatı yüzde 2.2 artarak 1.5 milyar dolar değerinde gerçekleşti. 2017 yılının 1-29 Mart dönemindeki ihracatımız ise yüzde 3 artarak 123 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. İhracatın bu ivme ile devam etmesi durumunda, 2017

yılı teknik tekstil ihracatında yüzde 5-7 arası bir artış bekleniyor. Teknik tekstilin gelişmesi için Ar-Ge yatırımı yapmak gerekiyor. İsmail Gülle'ye göre Güney Kore'nin ekonomik başarısının bir nedeni de gerçekleştirdiği Ar-Ge yatırımları. Türkiye'deki sanayiciler de bu konuda boş durmuyor. Tekstil sektöründe gerekli Ar-Ge ve inovasyon atılımını yapabilmek, teknolojik ürünler üretiminde de Türkiye'de öncü olabilmek adına sektörde faaliyet gösteren beş tekstil ve hammaddeleri ihracatçı birliği İTHİB, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği, Ege Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği, Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri ve Uludağ İhracatçı Birlikleri, Alman RWTH Aachen Üniversitesi Tekstil Teknoloji Enstitüsü ile işbirliğine gitti. İTA İstanbul Ar-Ge Merkezi'ni (İstanbul Tekstil Araştırma-Geliştirme ve Eğitim A.Ş.) kuran birlik, tekstil ve hazır giyimdeki ilk Ar-Ge, inovasyon merkezi olan İTA İstanbul ile Sanayi 4.0'ın Türkiye tekstil sektörüne entegrasyonunu gerçekleştirmeyi hedefliyor.



Engelli bireylerin giyimine yönelik atölye çalışması

‘Engel’ tanımayan giysiler

Engellilere uygun kolay giyilebilir/giydirilebilir kıyafet üretmek için Türkiye’de ilk kez, İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde Engelliler İçin Tekstil Tasarım Merkezi kuruldu. Küçük bir fabrika gibi çalışan merkezde, pratik ve göze hoş görünen numuneler oluşturuldu. Şimdi sıra markalarla işbirliği yapıp üretime geçmekte.

Engelli bireylerin sokağa çıkmaları, toplumsallaşmaları, kendilerini özgür, bağımsız ve güçlü hissetmelerinde giysilerin önemi büyük. Ancak ülkemizde engelliler giyim konusunda fazla seçeneğe sahip değiller ne yazık ki. Bu noktada iyi haber İstanbul Teknik Üniversitesi’nden (İTÜ) geldi. Üniversite bünyesinde, hedefi dünya pazarı olan yeni bir sektör doğuyor: Engelsiz tekstil.

Üniversitenin Tekstil Mühendisliği Bölümü’nde kurulan Engelliler İçin Tekstil Tasarım Merkezi’nde, açıldığı 2015’ten bu yana son derece titiz bir çalışma yürütülüyor. Şu ana dek, merkez öncülüğünde el ele veren fizyoterapistler, psikologlar, ürologlar ve moda tasarımcıları, gönüllü olarak, engelli bireylerin ihtiyaçlarını dikkate alarak tasarımlar üretti.

Proje koordinatörü olan İTÜ Tekstil Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi

Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy, “Projemizde önemseydiğimiz noktalar; insanları toplumdan ayırmadan kolay giyilebilir/giydirilebilir, kolay ütülenebilir, leke tutmayan, daha rahat, konforlu, üşütmeyecek, terletmeyecek, engelli kişilerin metabolizmasına uygun, estetik giysiler yapmak” diyor.

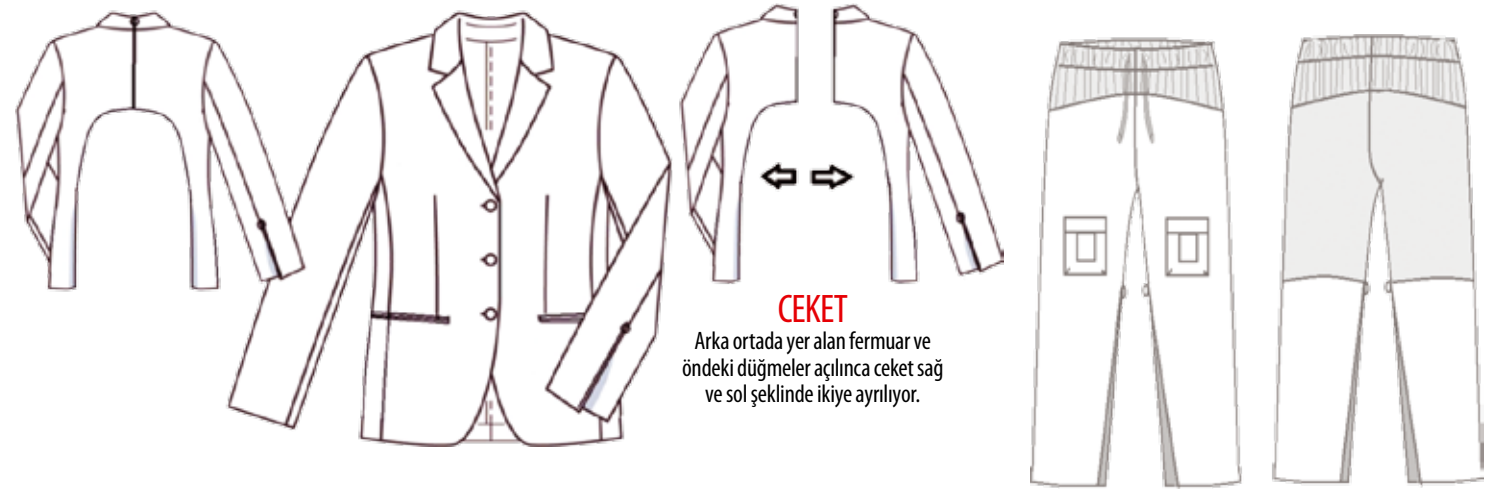
Prof. Dr. Gürsoy, amaçlarının sadece hazır giyim ve moda tasarımı değil, özel kumaş tasarımı olduğuna da dikkat çekiyor. Merkez küçük bir fabrikadan farksız. İpliği alıp kumaş yapabiliyor, boyayabiliyor, basabiliyor, dikebiliyor, hatta testini de burada gerçekleştirebiliyorlar.

Proje nasıl başladı?

Gürsoy, proje fikrinin, engelli oranının yüksek olduğu İstanbul’un Sancaktepe bölgesinde yapılan bir giysi yardımı esnasında geliştiğini anlatıyor:

“Programda tekerlekli sandalyede oturan iki genç çocuğu seçtiler. Herhalde en kolay giyinebilen onlardı. Ama onlar giyinmeye başlayınca ben kendimden utandım ve bir tekstil mühendisi olarak, teknik üniversitedeki bir hoca olarak kendimi sorumlu hissettim. Çocuklar kiloluydu ve giydirdiğimiz şey de sadece mont ve ayakkabıydı. 20-25 dakika sürdü onları hazırlamak. Tepetaklak düşüyorlardı. Burada yaşadıklarımı fakültede meslektaşlarımla paylaştıktan sonra bu fikri olgunlaştırdık.”

11 Mart 2014’te çalıştay düzenlenerek, projenin yapılabilirliği ve sürdürülebilirliği tartışıldı. İstanbul Kalkınma Ajansı’na yapılan proje başvurusunun kabul edilmesiyle de Engelliler İçin Tekstil Tasarım Merkezi kurularak, 2014 Eylül itibarıyla hayata geçti. Ve merkezin açılışı Ekim 2015’te yapıldı.



CEKET

Arka ortada yer alan fermuar ve öndeki düğmeler açılınca ceket sağ ve sol şeklinde ikiye ayrılıyor.

PANTOLON

Beli lastikli, bel ve arka örme kumaş, ön ve arka alt denim kumaş, ön diz yukarısında cepler. İç paçada dize kadar fermuarla açılınca genişliyor.



PANTOLON

Yan dikişteki çift taraflı fermuar ile ön ve arka tamamen iki parça şeklinde ayrılıyor.

GÖMLEK

Arka orta dikişsiz, üst üste biniyor. Yaka arkasında velcro bant ile tutturuluyor.



TRENÇKOT

Ön uzun, arka kısa. Tekerlekli sandalye kullananlar için.

Fon arayışı

Engelliler İçin Tekstil Tasarım Merkezi şu an gönüllülük esasıyla, sosyal bilinçle çalışıyor. Ancak proje koordinatörü Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy, merkezin sürdürülebilirlik noktasında fona ve maaşlı çalıştırılabilecek uzmanlara ihtiyacı olduğunu belirtiyor. Gürsoy, “Bizim için ciddi ama büyük firmalar için çok ciddi olmayan bütçelerden söz ediyorum” diyerek, bu konuda sanayicilerden ve markalardan destek beklediklerinin de altını çiziyor.

Proje destekçileri

Proje, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Sancaktepe Belediyesi, Türkiye Spastik Çocuklar Vakfı, İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği desteği ile yürütülüyor.



Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy

Ufak dokunuşlar

Projenin adını açıklayıcı olması ve toplumsal bilinç oluşturmak amacıyla 'Engelliler İçin Tekstil Tasarım Merkezi' koyduklarını, daha sonra 'Evrensel Tasarım'a dönüştürdüklerinin altını çizen Nevin Çiğdem Gürsoy, amaçlarının sadece engellilere özel giysi yapmak olmadığını söylüyor.

"Evrensel Tasarım ifadesiyle, engelli birey ihtiyaçlarını da dikkate alarak

Atölye çalışmalarında uzmanlar ve tasarımcılar bir araya geldi.



yapılacak tasarımları anlatıyoruz. Yani tasarımları herkes gibi olacak. Çok ufak dokunuşlarla, mesela bir pantolon tasarımında onun da ihtiyacını düşüneceksin" diyor Gürsoy, şöyle devam ediyor:

"Tekerlekli sandalyede yaşayan bireylerin, özellikle kış aylarında ciddi üşüme problemleri yaşadıklarını fark ettik. Metabolizmalarını, koşan, yürüyen bir bireye göre daha farklı çalışıyor, daha kolay üşüyorlar. Onların pantolonlarında ihtiyaç duydukları kumaşın ısı özellikleri diğerlerinden farklı."

Prof. Dr. Gürsoy, söz konusu tasarımların aslında moda olduğunu ve herkes tarafından kullanılabilir olduğunu altını çiziyor: "Önden

baktığınızda tasarım herkesinki gibi... Engelli bireyler de kendini ifadenin bir yolu olan giysilerini geniş bir ürün yelpazesi arasından seçebilsin ve engelsiz bireyler ile aynı mağazalardan giyinebilsinler istiyoruz. Evrensel tasarım ürünleri engelli/engelsiz bütün bireylerden beğeni toplayacaktır."

Omuzda fermuar, sıkmayan çorap

Çalışmalarda Sancaktepe ve Metin Sabancı Spastik Çocuklar Merkezi pilot bölge olarak seçildi. Bir yıl boyunca haftalık ziyaret toplantıları gerçekleştirdiklerini söyleyen Prof. Dr. Nevin Çiğdem Gürsoy, buradan elde edilen görüş, öneri ve şikâyetlerle İTÜ'de atölye çalışması düzenlediklerini belirtiyor.

Gürsoy, "Altı masa vardı. Her masada bir tasarımcı, fizyoterapist ve engelli yakını yer aldı. Farklı disiplinleri olabildiğince eşit dağıtmaya çalıştık. Giyinip soyunmadaki zorluklar, hareket esnasında giysilerde açılma, giysilerin tahriş etmesi, giysilerde aşınma, bedenlerin tam gelmemesi, estetik olmaması gibi en sık karşılaşılan sorunlar ele alındı" diyor.

Bütün bu çalışmaların sonucunda, engelli bireylerin kolay giyebilmesi için kolları ve omuzları fermuarlı ceket, yandan fermuarlı pantolon, önü kot

Engelliler İçin Tekstil Tasarım Merkezi, İTÜ Tekstil Mühendisliği Bölümü'nde.



pantolon görünümlü eşofman, çıt çıtlı atlet, kaymayan ve bilekleri sıkmayan uzun çorap gibi giysiler tasarlandı. Tekerlekli sandalye kullanan bireyler için ön kısmı arka kısmından uzun pelerin görünümlü mont da tasarımlar arasında yer aldı.

Sıra markalarla işbirliğinde

Şu ana dek tasarımların numuneleri dikildi. Bundan sonraki süreçte, merkez, tekstil firmaları ve markalarla işbirliği içerisinde çalışmayı planlıyor.

Bu noktada sanayicilerin desteğinin de önemine değinen Gürsoy, "Bu sosyal projenin de ötesinde bir şey. Tekstilde Evrensel Tasarım olgusunu Türkiye'de yerleştirmeye çalışacağız. Türkiye, bu alanda küresel ihtiyaçları göz önüne alarak üretim yaptığında, dünya pazarında da pay sahibi olacaktır. Bizim hedefimiz dünya pazarı" diyor.

Sadece engelliler değil, yaşlılar ve obezler de...

Kendisinin de engelli bir birey olduğunu ifade eden engelsizkariyer.com kurucusu, yazar ve engellilerle iletişim uzmanı Mehmet Kızıldaş da projenin destekçilerinden. 10 milyon engellinin yaşadığı Türkiye'de giyim konusunda çok az seçeneklerinin olduğunu ve birçok zorluk yaşadıklarını söyleyen Kızıldaş,



ENGELLİ BİREYLER GİYSİLERİNİ DEĞİŞTİRİRKEN BU ZORLUĞU HER GÜN YAŞIYOR.

Onların hayatını kolaylaştıracak giysiler tasarlamak için bir araya geliyoruz.

bu projeye yeni bir sektörün de oluşacağını altını çiziyor.

Kızıldaş, "Aslında bu ürünler her insanın hayatını kolaylaştıracak" diyor: "Dünya Sağlık Örgütü artık yaşlıları da engelli sayıyor. Aşırı kilolu olmak da bir engel, çok zayıf olmak da. Ayrıca geçici yaralanma ve sakatlanmalar, süregelen hastalıklar da engel sayıldığı için dünyada 1 milyar insanın engelli olduğu kabul ediliyor. İplik ve kumaş üreticileri ya da düğme, fermuar, çıtçıtlı gibi yan sanayi üreticileri de bu pazardan pay alabilir. Umarım farklı markalar bunu benimser ve harekete geçer."

Beklentileri, mağazalardaki hamilelere özel reyonlar gibi, engelli bireyler için de reyonlar yaratılması.

Pratiklik ön planda tutulmalı

Merkezin çalışmalarına destek veren tasarım direktörü Ayşin Bicioğlu ise hem bir engelli annesi hem de giysi tasarımcısı. "Sorunları yaşadığım için daha net anlayıp tasarımcı olduğumdan çözüm getirebiliyorum" diyor Bicioğlu, şık ve fonksiyonel giysiler giyebilmenin engeli bireylerin de hakkı olduğunu söylüyor.

"Oğlum şu anda 13 yaşında ve tekerlekli sandalyede, gün geçtikçe de büyüyor. Kullanabildiği objeler, ürünler gibi kıyafetleri de ona özel olmalı. Hem onun hayatını kolaylaştırmalı hem de bakımını üstlenmiş olan kişilerin" diyor Bicioğlu, teknik detayları anlatıyor:

"Giysilerin ülkelere göre yapılmış kalıpları vardır. Beden ölçüsü, bacak ölçüsü ülkeden ülkeye değişir ve bu standarttır. Fakat maalesef şehir planlamada olduğu gibi kıyafetlerde de her şey normal insan standardına uygun düşünülmüş, tasarlanmış ve üretilmiştir. Hiç tekerlekli sandalyedeki bir bireyin giyinmesine yardımcı olmaya çalıştınız mı bilmiyorum. Düğmelerin, arka ceplerin, ceketlerin, paltoların ne kadar büyük problem yarattığını farketmeniz şaşırsınız."

Tekerlekli sandalyedeki bireylerin pantolonlarındaki ağ düşüklüğü ve göbek bölgesi çalışması ayakta duran bireylerle aynı olmamalıdır. Normal ayakkabı giyen bir bireyin çorap ihtiyacı ile ayakkabı içerisinde atel kullanmak zorunda olan bireyin ihtiyacı bambaşkadır. Burada pratiklik ve tek başına giyinebilme ön planda tutulmalı ve kullanıcının konforuna her zaman dikkat edilmelidir."

İşin, üretim ve bunu kitlelere ulaştırabilme kısmında duraksadığını belirten Bicioğlu, "İyi niyetle başlayan işler kenara kaldırılmak veya yıllarca bekletilmek zorunda kalıyor. Bu konu çözülebilirse hem ülkemiz hem de dünya için örnek bir proje olarak sonuçlanır" şeklinde konuşuyor.

Tekstil ve hazır giyimde YERLİ MAKİNE İÇİN GÜÇ BİRLİĞİ

Tekstil ve hazır giyim sektöründe tekstil makinelerinin ağırlığı yurtdışından. Son dönemde ise “yerli ve milli” makine vurgusu yapılmaya başladı. Amaç, Türkiye'nin üretim ve ihracatta öncü sektörlerinde makinede dışa bağımlılığın azaltılması. Son dönemde tekstil makinesi ithalatı düşüş trendine girerken, bir de işbirliği geldi.

Tekstil ve hazır giyim, Türkiye’de “istihdam”, “imalat” ve “ihracat” denildiğinde akla ilk gelen sektörlerden biri, hatta belki de ilki. 2016 yılında 25 milyar dolarlık ihracat rakamına ulaşan sektör, halihazırda otomotivden bile fazla hacme sahip. Ancak tekstil ve hazır giyimin makine tarafına baktığımızda, Türkiye'nin net olarak dışa bağımlı olduğunu görüyoruz.

Tekstil makinelerinin yaklaşık yüzde 80'i yurtdışı kaynaklıyken, sektörün önde gelen aktörleri bu durumu tersine çevirmek için önemli adımlar atmaya başladı. Tekstil ve hazır giyimde verimliliğin artırılması, makinede dışa bağımlılığın azaltılması ve ülke ekonomisine önemli katkı sağlanması hedefleniyor. Sadece makineler için değil, makinelerin çalışması için gerekli yedek parçaların, elektronik kartların, otomasyonların yerli makineciler tarafından üretilmesi amaçlanıyor.

TEMSAD ve MHGF'den işbirliği

Tam da bu noktada, geçtiğimiz aylarda Moda Hazır Giyim Federasyonu (MHGF) ile Tekstil Makine ve Aksesuar Sanayicileri Derneği (TEMSAD) önemli bir işbirliğine imza attı. Ülke ekonomisine önemli katkı sağlayacak bu süreç, MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk ve TEMSAD Başkanı Adil Nalbant'ın attığı imzalarla başladı. Buradaki öncelikli amaç, sektörün ihtiyacı olduğu düşünülen, sektörde kullanılan makinelerin Türkiye’de üretilmesi ve kullanılması.

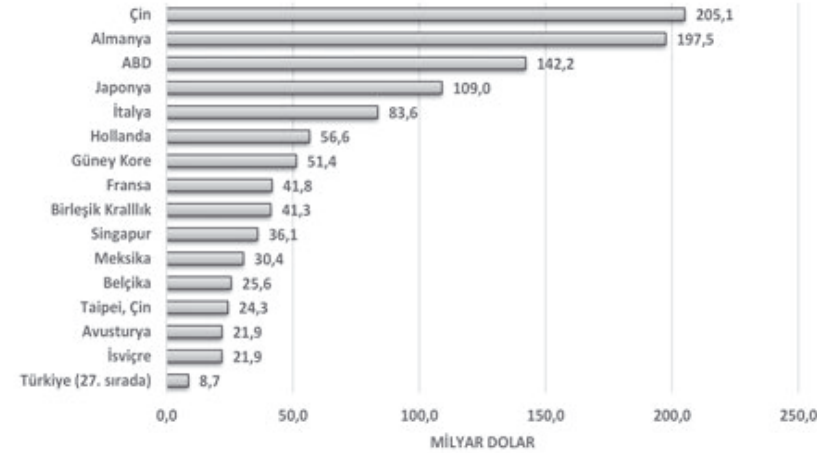
İşbirliği ve anlaşmaların sonrasında, iki aylık bir süre zarfında yedi ayrı



Üretim hangi illerde yoğun?

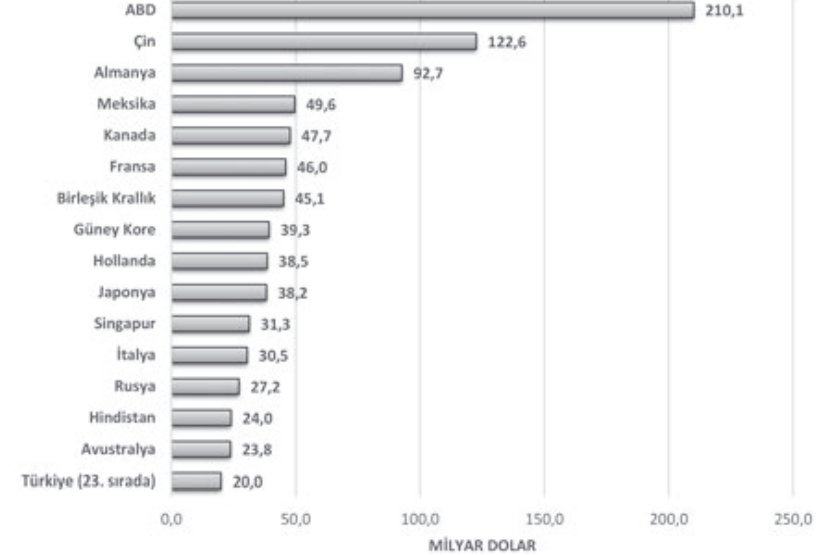
Türkiye’de makine imalat sanayi, bazı illerin çevresine yoğunlaşmış vaziyette. Bunlar; İstanbul, Bursa, Kocaeli, Trakya dahil Marmara Bölgesi, İzmir, Eskişehir, Ankara, Konya ve Gaziantep. Çukurova bölgesi de bu kapsama giriyor. Tekstil makineleri söz konusu olduğunda Gaziantep öne çıkıyor (halı dokuma dahil).

En çok makine ihracatı yapan 15 ülke



KAYNAK: TRADEMAP, 2015 (HS 2012-PRODTR 2010 DÖNÜŞÜMÜ YAPILARAK HESAPLANMIŞTIR. RE-EXPORT DEĞERLERİ İHRACAT DEĞERİNDEN ÇIKARILMIŞTIR)

En çok makine ithalatı yapan 15 ülke



KAYNAK: TRADEMAP, 2015 (HS 2012-PRODTR 2010 DÖNÜŞÜMÜ YAPILARAK HESAPLANMIŞTIR.)

tekstil üretim fabrikasını gezerek, tekstil sanayicilerinin ihtiyaçlarını ve dışarıdan temin ettikleri makine ve ekipmanları yerinde gördüklerini aktaran TEMSAD Başkanı Nalbant, bu kapsamda, “kendi bünyemizde nasıl bir çalışma yapabiliriz?” sorusunu kendilerine sorduklarını söylüyor.

“Bu işbirliği ile MHGF’nin 24 üye derneğinin temsil ettiği tekstil, hazır giyim, moda, deri, deri konfeksiyon ve ayakkabı sanayilerinde üretimde kullanılan makine ve aksesuarların verimliliğinin artırılması için aparatların, bazı parça ve sarf malzemelerinin üretilmesi ve servis desteğinin sağlanması hedef olarak belirlendi” diyen Nalbant, Türkiye’nin üretim ve ihracatta öncü söz konusu

sektörlerinde makinede dışa bağımlılığın azaltılması, yerli makine üretiminin artırılmasının desteklendiğini söylüyor.

1.3 milyar dolarlık makine ithalatı

Türkiye’nin 2016 ihracatının yaklaşık 142 milyar dolar olduğunu kaydeden MHGF Başkanı Hüseyin Öztürk, “Bunun yaklaşık 25 milyar doları tekstil ve hazır giyim. Ardından 23.9 milyar dolar ile otomotiv, 13.9 milyar dolar ile kimyevi maddeler sektörleri geliyor. Özkaynağıyla hareket eden bir sektör olarak birinciliğimizi koruyoruz. Üretimde, ihracatta, istihdamda böylesine önemli bir sektörün makine ithalatı 2014 yılında 2.2 milyar dolar, 2015 yılında ise 1.3 milyar dolar civarında. TEMSAD ile yaptığımız işbirliğiyle bir taraftan tekstil ve hazır giyim ile birlikte diğer imalat sektörlerinin de makine ihtiyaçlarını yerli üreticilerden karşılamasına dikkat çekmek, diğer taraftan bu alanda ithalata bağımlılığımızı ortadan kaldırmak ve yerli makine üretimini desteklemek istiyoruz” diyor.

Açık inovasyonla iki sektörün bir araya gelerek, birbirlerinin ihtiyaçlarını daha net ve seri şekilde anlamalarına zemin hazırlayacaklarını söyleyen Öztürk, “Özellikle Endüstri 4.0’a geçiş için dönüşüm sürecini başlatmayı amaçlıyoruz” diye konuşuyor.

Teşvikler yüz güldürüyor

Tekstil ve hazır giyim sektörünün Türkiye’nin en fazla dış ticaret fazlası veren sektörü olarak Türk ekonomisinin önemli unsurlarından biri olduğunu dile getiren Orta Anadolu Makine ve Aksamları İhracatçıları Birliği Başkanı Adnan Dalgakıran, tekstilde yerli makine kullanımının hükümetin teşvikleri ile artırılmasının memnuniyet verici olduğunu ifade ediyor.

“Hükümet aracılığıyla yerli makine alımına uygulanan faiz destekleri gibi yapıcı teşvikler, geleneksel imalat sanayiini güçlendirirken yerli işletmelerin ileri teknolojiyle buluşmasını ve çift yönlü bir gelişim ortamı yaratılmasını sağlayacak” diyen Dalgakıran, “Tekstil ve hazır giyim sektöründe verimliliğin artırılması üretim sırasında kullanılan makinelerin de kalitesiyle doğru orantılı. Türkiye’nin makinecileri son derece gelişmiş ve modern

standartlarda üretim yapıyor. ABD ve AB ülkeleri başta olmak üzere Batı pazarının sıklıkla tercih ettiği nitelikteki Türk makineleri dünyanın 200 kadar ülkesinde alıcı buluyor” şeklinde devam ediyor.

İhracat artıyor, ithalat düşüyor

Tekstil makinelerinin 2016’da toplam makine sektörü içinde en fazla verim ve artış sağlayan sektör olduğunu hatırlatan TEMSAD Başkanı Adil Nalbant, tekstil makineleri ihracatının 2015’te 423 milyon dolar iken, 2016’da 512 milyon dolara çıktığını ve yüzde 24’lük artış sağladığını belirtiyor. “Bütün makine sektöründe en fazla ihracatı tekstil makinecileri olarak biz yapmış bulunuyoruz” diyen Nalbant, 512 milyon doların 350 milyon dolarını, tekstil boya apre makinelerinde gerçekleştirdiklerini belirtiyor. Nalbant, “Bu sektördeki arkadaşlarımız dünyanın her yerine makine satabiliyor. Dünyanın en ünlü markalarıyla tekstil makinelerinde rekabet edebiliyor” diyor.

65’inci Hükümet’in 23 Cazibe Merkezi Programı’yla tekstil makinelerinin ithalatı yerine Türkiye’de üretilmesinin daha da önem kazandığını kaydeden Nalbant, yeni makinelerin alınması ve revizyonlarının yerli üretimle karşılanması adına bir dizi önlem alınması konusuna vurgu yapıyor.

Tekstil makineleri ithalatına bakıldığında ise 2015’te 1 milyar 360 milyon dolar, 2016’da ise 1 milyar 342 milyon dolarlık bir rakam söz konusu. Yani ithalatta yüzde 1.3’lük bir azalış göze çarpıyor.

Makine sanayiine daha çok iş fırsatı

200’den fazla ülkeye ihracat yaptıklarını belirten Makina İmalatçıları Birliği (MİB) Genel Sekreteri Nail Türker, müşteri taleplerine göre yeni makine modelleri ve özellikleri geliştirdiklerini söylüyor. Türker, yerli makine imalatçılarından makine almayan yerli müşteri/iş ortaklarının, yeni makinelerinde görmek istedikleri özellikleri yabancı imalatçıya iletirken, onların gelişimine yardımcı olduğunu da aktarıyor.

“Ancak, yerli ve milli imalat makineleri kullanmayı tercih eden tekstil ve hazır giyim sektörünün yerel ve milli imalatçıları, makine sanayiimize daha fazla iş ortamı yaratacak ve ek olarak makine imalat sektöründe istihdamın da artmasına



ADNAN DALGAKIRAN/ORTA ANADOLU MAKİNE VE AKSAMLARI İHRACATÇILARI BİRLİĞİ BAŞKANI

Yerli makine için teknoloji ve işgücüne sahibiz

Makine sektörünü temsil eden tek birlik olarak, Türkiye’nin sanayileşmesinde itici gücün Türk makine sektörü olduğu görüşündeyiz. Yerli makine üretimi, sektörün güçlenmesini, ülkemizin ihracat hacminin büyümesini, üretimin artmasıyla dışa bağımlılığımızın azalmasını, üreten ve güçlü bir Türkiye olmamızı sağlayacaktır. Bu bağlamda ‘yerli makine’ vurgusunu çok anlamlı buluyoruz. Biz kendi üretimini her kalemiyle kendi ürünlerimizle layıkıyla yapabilecek teknolojiye ve nitelikli iş gücüne sahibiz. Yerli sanayiciye yerli makine yakışır.

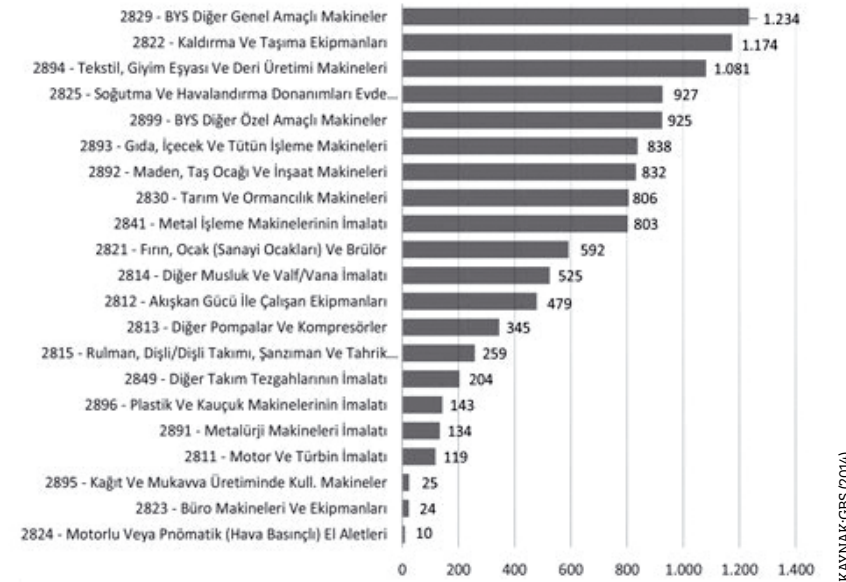


HÜSEYİN ÖZTÜRK / MODA HAZIR GIYIM FEDERASYONU BAŞKANI

İthalat gerileyecek

Tekstil Makine ve Aksesuar Sanayicileri Derneği ile imzaladığımız protokolle beraber, geçen yıl 1 milyar 342 milyon dolara çıkan tekstil makineleri ithalatının, gelecek yıl 200 milyon dolar civarında gerileyeceğine inanıyoruz. 2019-20 yıllarında ise makine ithalatının 1 milyar dolar civarına geleceğini düşünüyorum.

Makine sanayi girişimlerinin dağılımı



KAYNAK:GBS (2014)

katkıda bulunacaktır” diyen Türker, makine imalatı ile tekstil ve hazır giyim sektörleri aralarındaki işbirliği sayesinde makinelerini ve ürünlerini geliştirme imkânlarını yerel ve milli seviyede ortaya çıkaracaklarının altını çiziyor. Türker, “Bu işbirlikleri sonucunda farklı ürün özellikleri ile küresel rekabette fiyat avantajından başka avantajlar elde edebilecekler” şeklinde konuşuyor.

Tekstil ve hazır giyim lojistiği ‘hızlı moda’yla büyüyor

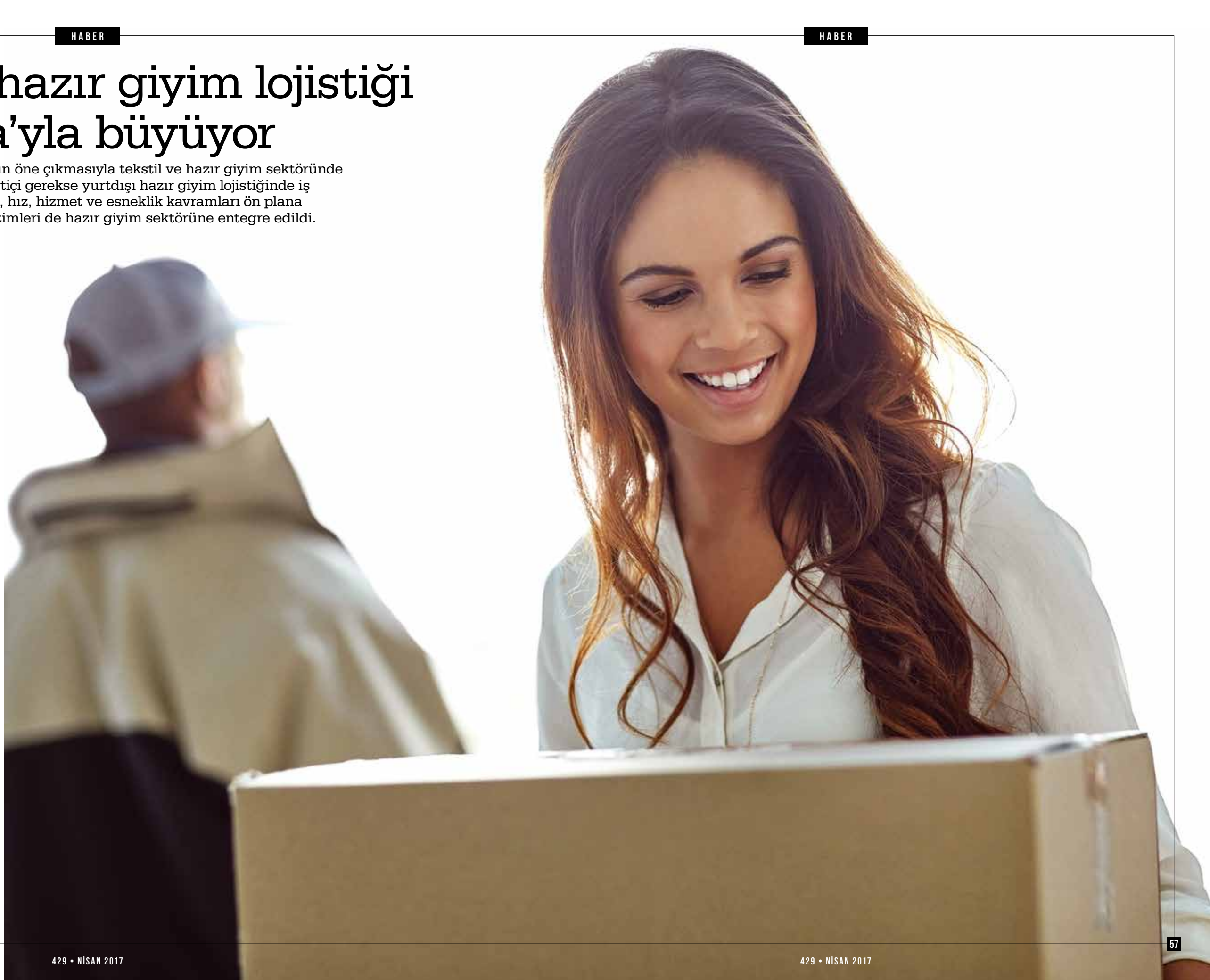
Son yıllarda ‘hızlı moda’ kavramının öne çıkmasıyla tekstil ve hazır giyim sektöründe lojistiğin önemi de arttı. Gerek yurtiçi gerekse yurtdışı hazır giyim lojistiğinde iş yapış şekilleri değişim gösterirken, hız, hizmet ve esneklik kavramları ön plana çıkıyor. Son dönemdeki lojistik eğitimleri de hazır giyim sektörüne entegre edildi.

Modadaki trendler ve teknoloji hızla değişiyor. Bu kapsamda Türk tekstil ve hazır giyim sektörü de teknolojik gelişmelere anında reaksiyon gösterip adapte olabilen, en köklü sektörlerin başında geliyor. Daha önce vitrinlerin mevsimden mevsime değiştiği sektörde, artık vitrinler neredeyse ürün konulduğu hafta değiştiriliyor. Bu yeni trendlerle hayatımıza giren ‘hızlı moda’nın, tüm dünyada tekstil ve hazır giyim sektöründe iş yapış şekillerini değiştirdiği gözlemleniyor. Zira tedarik ve malın alıcıya hızla tesliminde lojistik sektörünün önemi de günden güne artıyor. Bu bağlamda, Türk hazır giyim sektörünün en önemli avantajları; kalite ve yüksek katma değerli üretim yeteneği, pazarlara yakınlığı, kısa sürede üretim yapabilmesi ve hızlı teslimat kapasitesi. Zira bu alandaki en önemli eğilimler, üretim ve teslim sürelerinin daha da kısalması yönünde. Alıcılar ürünlerin mağazalarına kadar teslimini talep ederken, Türk markaları da yurtdışındaki mağazalarına kendi ürünlerini hızlı biçimde ve sürekli olarak taşımayı istiyor.

48 saatte teslimat

Sektör olarak, lojistik altyapıda Türkiye’nin coğrafi konumunun avantajlarını fazlasıyla kullandıklarını aktaran İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, dünyanın neresinden gelirse gelsin, talepleri hızla üretime alıp, süreç tamamlandıktan sonra 48 saat içinde teslim edebildiklerini aktarıyor.

“Üretimde en son teknolojiyi kullanabilecek, en güncel trendlere göre dünyanın en kaliteli iplikleri ve kumaşlarıyla hızla hazırlayabilecek altyapıya sahibiz” diyen Gülle, bu durumun Türkiye’yi, Çin, Hindistan,



Bangladeş gibi ucuz işgücüne sahip Asya devletlerinden bir adım öne taşıdığını söylüyor. Tekstil ve hazır giyim sektörü, tedarik zincirindeki en önemli unsur olan işgücü hususunu da öncelikli gündem maddelerinden biri olarak ele alıyor.

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Şeref Fayat, hazır giyim sektörünün lojistik alımlarında önceliğinin hız, hizmet kalitesi, esneklik, farklı pazarlara erişim olanakları ve fiyat olduğunu dile getiriyor.

“Lojistik hizmetlerde geliştirilmesi gereken alanlar hız, küçük parti ve esneklik ihtiyacını karşılayacak daha uygun fiyatlı ve verimli hizmet olanakları sunulması

ile özellikle Türk markalarının ihracat yaptığı yakın ve komşu pazarlardaki varlıklarını artırmaları, daha geniş kapsamlı hizmetler sunmaları” diyor Fayat, özellikle bu ülkelerdeki gümrük

işlerinin aşılmasının önemini aktarıyor.

Hızlı moda nedeniyle hazır giyim firmaları çok sık ürün yeniliyor. Fayat, bu nedenle, hazır giyim firmalarının satın alma, yan sanayi tedarik, iç bünyede üretim, atölyelerde üretim, kalite kontrol-ütü-paket ve dağıtım ile ürünlerin vitrinlere taşınmasına, ardından da ürünlerin toplanıp outlet'lere ve depolara taşınmasından oluşan süreci sürekli, çok hızlı ve zincir bir yapı içinde yönettiğini aktarıyor. Lojistik hizmetlerin giderek sofistike hale geldiğini ve ayrı bir uzmanlık gerektirdiğini belirten Fayat, “Bu nedenle önümüzdeki dönemde hazır giyim firmaları lojistik hizmetlerde artan oranda dış kaynak kullanacaktır” şeklinde konuşuyor.

Şirketlerin kendi envanterlerindeki araçlarla, özellikle yurtiçi lojistik ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştığını söyleyen İsmail Gülle, işin içine yurtdışı lojistik faaliyetleri girdiğinde ise bu oranın

yok denilecek seviyelere indiğini aktarıyor. Gülle, “Yurtdışı ayağı olan bir lojistik süreci, çok ciddi bir tecrübe ve network (ağ) gerektiriyor. Bu bağlamda bizim de konuya yaklaşımımız her zaman için uzmanlık gerektiren işlerin ehil ellere bırakılması yönünde olmuştur” diyor.

Lojistik firmaları ne diyor?

Deri ürün ve tekstil lojistiği konusunda hizmet veren Sertrans Logistics CEO'su Nilgün Keleş, tekstil sektöründe 28 yıllık taşıma tecrübelerini hatırlatarak, bu alanda uzmanlığın, ihtiyaca özel, hızlı, esnek, alternatifli ve katma değerli lojistik hizmetinin önemine işaret ediyor.

Ekol Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Musul ise tekstilde “sheep to shop” (koyunun yününden mağazanın rafına kadar) denilen tüm aşamalarda yer aldıklarını belirtiyor. Uluslararası taşımacılıkta nakliye süresini kısaltmaya dönük çalışmaları

olduğunu belirten Musul, “Özellikle İspanyol markaların Türkiye'den yaptıkları alımların önündeki en büyük engel olan nakliye süresini kısaltmak amacıyla, üç yıldır İzmir'den İspanya'ya 48 saatte hizmet veren feribotumuzla destek oluyoruz. Mersin Serbest Bölgesi'nde üretilen bir tekstil ürünü, neredeyse 72 saatlik bir sürede Avrupa'daki en uç noktalara ulaştırılıyor” diyor. Dünyanın önde gelen ev tekstili ve deri fuarlarına konsolide fuar ürünüyle destek veren DHL Express ise tekstilin sadece Türkiye ekonomisi değil, kendileri için de kilit sektörlerden biri olduğuna işaret ediyor. “Tekstil ihracatçılarının kendi işlerine odaklanması, lojistikle ilgili tüm süreçleri bize devretmesini sağlıyoruz” açıklamasını yapan DHL Express Türkiye, sektörü yakından tanımanın ve sektör oyuncularının ihtiyaçlarını anlayabilmenin önemini vurguluyor.

SORUNLARA KARŞI HANGİ ÖNLEMLER ALINIYOR?

Tekstil ve hazır giyim firmalarıyla konuştuğumuzda, lojistik hizmetinde yüksek kaliteli hizmet kadar bazı sıkıntılı durumların da yaşanabildiğini görüyoruz. Firmalar tarafından, sorumluluk konusundaki kalite sorunu, ürünlerin taşınırken ambalajının zarar görmesi, bilgi akışının sağlıklı yürümemesi, navlun fiyatlarındaki fırsatçılık, araç olmadığında yüksek fiyat verilmesi gibi sıkıntılar dile getiriliyor. Peki, Türkiye'nin önde gelen lojistik firmaları bu sorunlara karşı ne gibi önlemler alıyor?

AHMET MUSUL / EKOL LOJİSTİK YÖNETİM KURULU BAŞKANI

Lojistikte altyapı güçlü, sorunlar spesifik



Hasar, genel olarak açıklanabilecek bir konu değil, çünkü burada birden fazla değişken söz konusu. Fakat bunun dışında, gerek bilgi akışının sağlanması, gerek sorumluluk konusundaki kalite sorunu olsun, firmalar sistemimiz üzerinden sevkiyatlarıyla ilgili anlık bilgileri istediği yerde ve istediği zamanda alabiliyor. Dolayısıyla mal kabul aşamasından mal çıkış aşamasına, lojistikteki tüm süreci şeffaf bir şekilde sunabiliyoruz. Bunu sunan tek şirket de değiliz. Lojistik sektörünün altyapısı oldukça güçlü ve Endüstri 4.0'ın süreçlere entegre olması bu altyapıyı daha da güçlendiriyor. Dolayısıyla sektörde yaşanan bazı sorun ve şikâyetlerin spesifik olduğunu düşünüyorum.

İBRAHİM DÖLEN / BORUSAN LOJİSTİK GENEL MÜDÜRÜ

Bilgi akışı vazgeçilmez bir unsur



Avrupa'nın büyük hazır giyim markalarının tedarikçilerine, verdikleri sevkiyat siparişlerinin geçildiği aşamada devreye girip malların hazırlanması, ihracat depolarımıza çekilmesi ve sevkiyat öncesi tüm paketleme, hasar, kalite kontrollerinin gerçekleştirildikten sonra öz mal veya anlaşmalı tedarikçi araçlarına yükleme, tüm rota boyunca takip gibi süreçlerde varlık gösteriyoruz. Özellikle bilgi akışı bizim açımızdan vazgeçilmez bir unsur; çalıştığımız tüm hazır giyim ihracatçıları için talep edilen çok önemli bir kavram. Diğer bir bilgi akışı da taşıma araçlarının her aşamasının GPS, konum bilgileri ile sistemlerimize aktarılması ve müşterilerimizin bilgilendirilmesi şeklinde oluyor. Navlun fiyatları konusundaki dalgalanmaların önüne geçebilmek için yıllık anlaşmalı tedarikçi firmalarla çalışmayı tercih ediyoruz. Böylelikle yıllık kontratlı çalıştığımız hazır giyim ihracatçısı müşterilerimiz, sabit fiyatlarla taşıma maliyetlerini kontrol altında tutabiliyorlar.



Erkek giyiminde farklı bir soluk: HATİCE GÖKÇE

Pek çok kişinin Tarkan için hazırladığı sahne kostümleriyle tanıdığı moda tasarımcısı Hatice Gökçe, Türk moda dünyasında “sofistike erkek giyimi” denildiğinde akla ilk gelen isimlerden biri. Yaklaşık 20 yıldır moda dünyasının içinde olan tasarımcı, profesyonel olarak 17 yıldır erkek giyimine odaklanmış vaziyette. Tasarımcı ile bu yolculuğunu ve tasarımcı kimliğini konuştuk.

Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı bölümündeki eğitimini tamamlar tamamlamaz kendi ismini taşıyan bir atölye açan Hatice Gökçe, “Türkiye’de sosyal baskıyla şekillenmiş erkek giyim profiline yeni bir soluk olmak” amacıyla yola çıktığını söylüyor. Moda dünyasının hızlı öğüten sistemine “kendine özgü bir dünya inşa etme” güdüsüyle direnç gösterdiğini belirten tasarımcı, trendleri takip etmektense zamansız tasarımlar yaratıyor. Kalıcılık onun için en önemli unsur. Yurtdışında da takip edilen ve birçok yabancı müşterisi bulunan Gökçe, tasarımcı kimliğinin yanı sıra Moda Tasarımcıları Derneği’nin kurucu üyesi. Ayrıca, önemli kuruluşlara moda tasarım danışmanlığı hizmeti de sunuyor. Farklı toplumsal ve kişisel olgular ile nesneleri kıyafetlerinde bir araya getiren tasarımcının, Unique Design’dan, En İyi Tasarım’a kadar çeşitli ülkelerden aldığı pek çok ödülü de bulunuyor.

Tasarımlarınızı hazırlarken nelerden ilham alıyorsunuz?

Hatice Gökçe, tasarımlarını hazırlarken doğa ve teknolojiye ilham aldığını söylüyor.



Hatice Gökçe, iki yıldır Tarkan için de kostümler hazırlıyor.

Doğadan ve teknolojiden. Her ikisi de aynı derecede ilham veriyor.

Bu ilham kaynakları nasıl bir koleksiyona dönüşüyor?

Bir konsept ile başlıyor ve kullanacağımız malzemenin yönlendirmesi ile hareket ediyoruz. Yeni yüzeyler her zaman ilgimizi çekiyor. Doğa, bu konuda inanılmaz zengin. 2D çizimler boyutlandırılırken kullandığımız malzeme de ayağa kalkmış oluyor. Kalıp en önemli konu bu süreçte. Tabii renk kullanımı da koleksiyona hayat veren bir diğer unsur.



Alternatif giyimin tercih edilmediği bir dönemde bu mesleğe girdim. Zaman içinde erkek giyimi ülkemizde hayli gelişti.

Bir tasarımcı olarak nasıl bir çizginiz var?

Trendleri takip etmektense zamansız tasarımlar yapmak, modanın sürdürülebilirliğine katkıda bulunmak başından beri ana ilkem. Konu ne olursa olsun, tasarım süreci başlarken yaptığım ilk şey, “daha önce ne yapılmış ve ben bu yapıların üzerine daha farklı ne ekleyebilirim” ya da “daha güncel ne yapabilirim”e bakmak oluyor.

Bu sebeple ciddi bir araştırma süreci yürütmek en önemli adımım. Sonrası kendiliğinden akıp gidiyor. Kumaş seçimi ve mutlaka aklımda olan koleksiyon tamam ile birlikte heyecan ve telaşla ilerliyoruz. Alternatif bir giyim seçeneği sunuyorum.

Tasarımlarınız zaman içinde değişti mi?

Şimdi düşününce, geçmişten bugüne, sanırım sunum biçimlerim değişti.

Neden erkek giyimi?

Kadın ve erkek koleksiyonlarınız var ancak ağırlığı erkek giyimine vermiş durumdasınız. Sizi erkek giyimine çeken neydi?

Bunun en temel sebebi, çizgimin yatkınlığı ve bu alanın boş olması. Türkiye’de sosyal baskıyla şekillenmiş erkek giyim profiline yeni bir soluk olmak ve alternatif giyim tarzının benimsenmesini sağlamak amacıyla yola çıktım. İşin ticari tarafından önce, öncüsü olmayan bir alana el attığımın bilincini hep taşıdım. Alternatif giyimin tercih edilmediği bir dönemde, pazarı oldukça dar olan ve ticari bulunmayan bir zamanda bu mesleğe girdim. Zaman içinde erkek giyimi ülkemizde ve dünyada hayli gelişti. Ben de bu gelişmeye katkıda bulunduğumu düşünüyorum.

Sizi en çok Tarkan için hazırladığınız sahne kostümleriyle tanıyoruz. Onu giydirirken nelere dikkat ediyorsunuz?

19 Mayıs 2015’de verdiği bir konserinden bu yana beraber çalışıyoruz. Büyük bir yıldızla çalışmak ciddi ve sorumluluk isteyen bir konu. Tasarladıklarınız hem rahat hem hafif olmalı hem de sahneye yakışmalı. Sahnedeki performansı en üst seviyeye çıkaracak tasarımlar olmalı. Ve elbette iyi fotoğraf vermeli.



Ünlü isimlerle çalışmanın sizi zorlayan yanları var mı?

Ben sahnenin çok büyüğü bir alan olduğunu düşünüyorum. Bu büyüğü alanın üzerinde böylesine önemli isimlerin zamansız giysiler giymesi gerektiğine inanıyorum. Tasarımlarımı, ‘tek, biricik, eşsiz’ kavramları üzerinden hareketle hazırlıyorum. Kullandığım aksesuarları kumaşlar üzerinde farklı bir desen ya da biçimde, sadece o kişi için tasarlıyorum. Kalcılık en önemli

Son zamanlarda Türkiye’den kullandığımız kumaş oranı arttı. Tasarımcılara çok iyi servis veren firmalar var.

unsur benim tasarım anlayışım için. Günü kurtaran değil, iz bırakan tasarımlar olmasına dikkat ediyorum. Ünlü isimlerle çalışırken de bütün bu süreçlerde stres elbette ki oluyor ancak üretim süreci bizim atölyede son derece keyifli geçiyor.

Size göre bir tasarımı ne iyi kılar?

Bütünlük benim için en önemli unsur. **Tasarımlarınızda hangi kumaş ve dokuları, hangi renkleri kullanmayı tercih ediyorsunuz?** Tasarımda kumaş benim için çok önemli, çünkü bize özgü olmalı. Bazen istediğim kumaşı bulamadığımda ona müdahale ediyorum. Çeşitli



tekniklerle ona yeni bir biçim, doku, yüzey kazandırmaya çalışıyorum. Doğal kumaşlar yanında teknolojik kumaşlarla da koleksiyonlarımı hareketlendiriyorum. Koyu renkleri kullanmayı seviyorum ama mesela yaz koleksiyonumda pembe ve beyaz dışında renk yoktu, böyle şaşırtmayı da seviyorum. Ama mutlaka bir temamız oluyor başlarken. Bir tema üzerinden gidip anlatmak istediğimizi en doğru şekilde nasıl ifade edebiliriz, bunun peşinde



ve diğer altı meslektaşım derneği kurduk. Altı yıl görevde kaldıktan sonra bir başka tasarımcı gruba devrettik.

Türk tasarımcı olmanın avantaj ve dezavantajları hakkında neler söylemek istersiniz?

Türkiye’den hareketle dünya modasında var olmaya çalışıyorsanız bu bir dezavantaj. Ama Türk tasarımcı olmak her zaman avantaj. Güçlü tarihi zenginliklerin verdiği güç de önemli bir itici güç.



Hatice Gökçe

THE EU AWAITS INNOVATION PROJECTS IN INDUSTRY



In the European Textile Technology Platform conference that was held in Brussels on 30th and 31st March, the ongoing research in the European textile and apparel industry were discussed in details. In the meeting, the European Union authorities outlined the necessity to the industrial corporations that conduct the research projects which are industry innovation driven rather than the research projects. The textile research in Europe covers a broad range from advanced fibre materials research to sustainability, digitisation and to the development of new textile applications in markets with high added values. Mustafa Denizer, the Member of the Board of Directors of Turkish Textile Employers' Association (TTSİS) and the Member of the Governing Board of European Textile Technology Platform who attended the meeting says: "Research and Development and Product Development are the key factors now. Considering with respect to Turkey, we see that the contributions recently granted to R&D and P&D centres are among the 2020 objectives. Now, Turkey is degrading the issue to the factory basis on this subject. However, the universities must be substantially involved in the issue."

UNION OF FORCES FOR LOCAL MACHINERY

The textile and apparel industry that reached an export amount of 25 billion USD in 2016 currently has a larger volume than even the automotive industry. However, in terms of the perspective of machines in textile and apparel industry, we see that Turkey is clearly foreign dependent. The 80 percent of the textile machinery is of foreign origins. However, an emphasis of "domestic and national" machinery has started to be made recently. Not only the machines, but also the spare parts, electronic cards, automations that are required for the operation of the machines are aimed to be manufactured by local machinery manufacturers. Within this scope, Fashion and Apparel Federation (MHGF) and Textile Machinery and Accessories Industrialists' Association (TEMSAD) put signatures under a significant cooperation. The primary objective is manufacturing and using the machines, which are considered to be needed by the industry and which are used in the industry, in Turkey.



TEXTILE AND APPAREL LOGISTICS IS GROWING WITH 'FAST FASHION'

In our day, when almost all showcases change and fashion is in fast moving consumption, the logistics industry is of substantial importance in supply and fast delivery of goods to buyers. While the techniques of doing business vary whether in domestic or foreign apparel logistics, the concepts of speed, service and flexibility come into prominence. Along with the geographic location of Turkey having importance in this sense, the recent logistics trainings have as well been integrated into the apparel industry. Istanbul Textile and Raw Materials Exporters Association (İTHİB) Chairman of the Board of Directors İsmail Güllü states that they have the capability to receive the demands, notwithstanding where they are received from, fast into production and following the completion of this process, to deliver within 48 hours. Turkish Clothing Manufacturers Association (TGSD) Chairman Şeref Fayat says: "The logistics activities have an ever increasing share in the apparel industry, and they are transforming into a critical function."



A BRAND NEW BREATH IN MENS CLOTHING: HATİCE GÖKÇE



Fashion designer Hatice Gökçe who is known by many with the stage costumes that she has prepared for Tarkan is one of the names that are remembered when the subject matter is "sophisticated men's clothing" in Turkish fashion world. Being in the fashion world for approximately 20 years, the designer has been professionally focused on men's clothing for 17 years. Hatice Gökçe who opened a workshop with the same name as hers just upon completing her education in Mimar Sinan University Faculty of Fine Arts Department of Textile and Fashion Design says that she started her journey with the purpose of "being a new breath in the men's clothing profile that has shaped with social pressure in Turkey". The designer who states that she shows resistance against the fast grinding system of the fashion world with the motive of "building a unique world" creates timeless designs rather than tracking the trends. Being followed internationally as well, Gökçe has many foreign customers.



HAZİRAN

São Paulo Prêt À Porter Spring/Summer Exhibition

06/06/2017-08/06/2017
Giyim
Sao Paulo/Brezilya

ISDEF - International Defence and HLS Expo

06/06/2017-06/08/2017
Savunma Sanayii, Güvenlik Ekipmanları
Tel Aviv/İsrail

Pitti Immagine Uomo

13/06/2017-16/06/2017
Giyim
Floransa/İtalya

Furniture & Interior

14/06/2017-16/06/2017
Mobilya - Dekorasyon
Almatı/Kazakistan

IFFT - Interior Life Style

14/06/2017-16/06/2017
Mobilya, İç Dizayn
Tokyo/Japonya

IFSEC International

20/06/2017-22/06/2017
Güvenlik
Londra/İngiltere

Heimtextil India

20/06/2017-22/06/2017
Ev Tekstili
Yeni Delhi/Hindistan

ICFF- Int. Contemporary Furniture Fair

21/06/2017-24/06/2017
Ev Tekstili, Mobilya, Ağaç Mamülleri
New York/ABD

M-TECH - Mechanical Components & Materials Technology Expo

22/06/2017-23/06/2017
Makine, Makine Ekipmanları ve İşleme Teknolojileri
Tokyo/Japonya

Pitti Immagine Bimbo

22/06/2017-24/06/2017
Erkek Giyim
Floransa/İtalya

Tendence

24/06/2017-27/06/2017
Dekorasyon, Mobilya
Frankfurt/Almanya

Capsule Paris Men's

25/06/2017-27/06/2017
Hazır Giyim, Aksesuar
Paris/Fransa

Pitti Immagine Filati

28/06/2017-30/06/2017
Moda
Floransa/İtalya

TEMMUZ

India International Garment Fair

30/06/2017-02/07/2017
Hazır Giyim
New Delhi/Hindistan

Ethical Fashion Show Berlin / Greenshowroom (Summer)

04/07/2017-06/07/2017
Hazır Giyim, Aksesuar
Berlin/Almanya

HGH India

04/07/2017-06/07/2017
Ev Tekstili
Mumbai/Hindistan

Interpol World

05/07/2017-07/07/2017
Güvenlik Teknolojileri
Singapur/Singapur

Fashion Goods & Accessories Expo (Under Giftex)

05/07/2017-07/07/2017
Hazır Giyim ve Aksesuar Ürünleri
Tokyo/Japonya

Plastasia

08/07/2017-11/07/2017
Plastik
Yeni Delhi/Hindistan

MRket Show Ny

16/07/2017-18/07/2017
Tekstil, Ayakkabı
New York/ABD

Home Textiles Sourcing (HTS)

17/07/2017-19/07/2017
Tekstil
New York/ABD

Spinexpo

18/07/2017-19/07/2017
İplik, Örne Kumaş
New York/ABD

The 2nd International Machine Woven Carpet and Moquette Exhibition of Iran - Tabriz

18/07/2017-22/07/2017
Halı
Tebriz/İran

Australian International Furniture Fair (AIIF)

20/07/2017-23/07/2017
Mobilya
Melburn/Avustralya

Yarnex

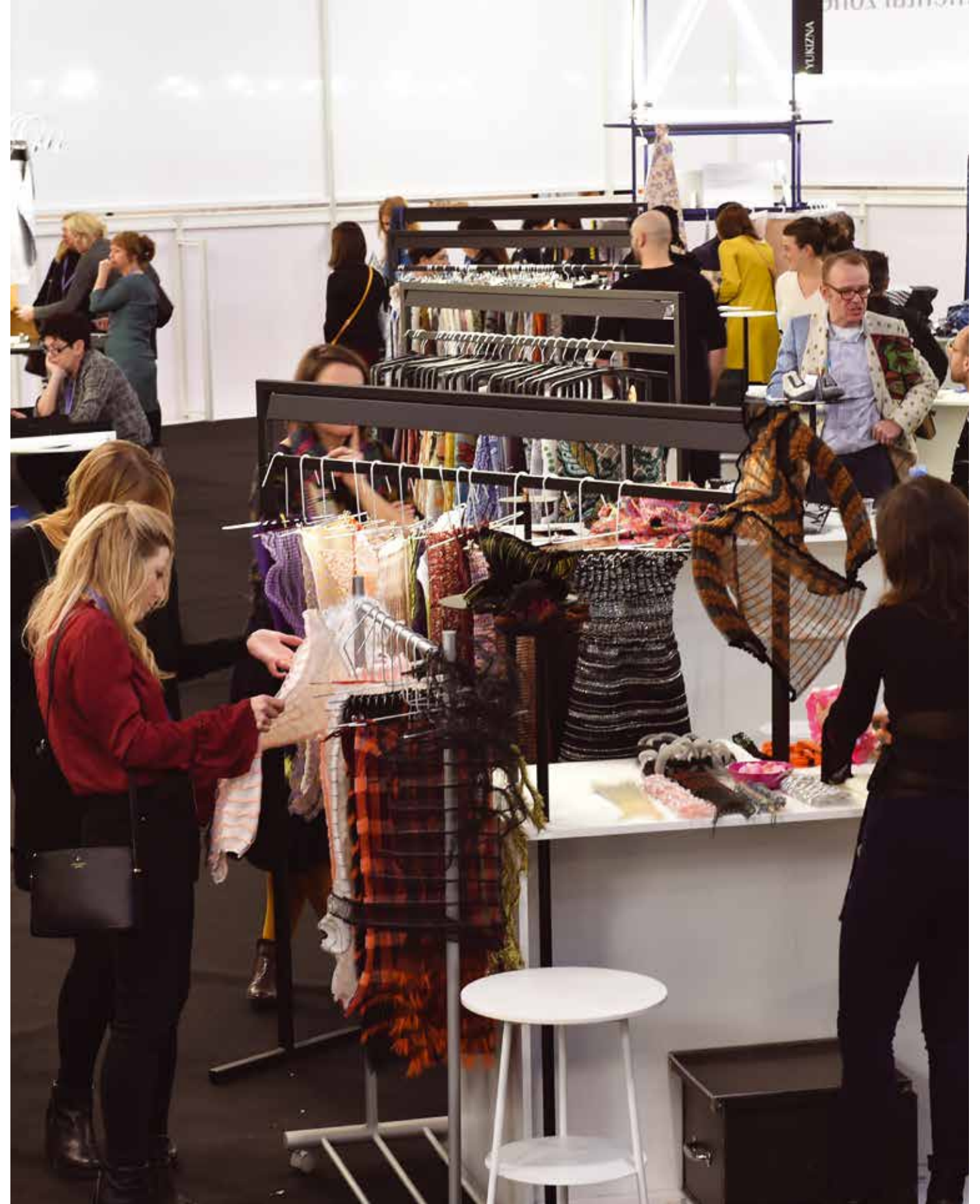
20/07/2017-22/07/2017
Tekstil ve İplik
New Delhi/Hindistan

Pure London

23/07/2017-25/07/2017
Bay Bayan Hazır Giyim, Çocuk Giyim, İç Çamaşır, Aksesuar, Ayakkabı
Londra/İngiltere

Innatex

29/07/2017-31/07/2017
Tekstil, İplik, Ev Tekstili
Frankfurt/Almanya





**Türkiye
Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası**

Metrocity A Ofis Blok Büyükdere Cad. No: 171 K: 19 34330 1. Levent - İstanbul
Tel: (0212) 344 07 77 (Pbx) Fax: (0212) 344 07 66-67
www.tekstilisveren.org.tr info@tekstilisveren.org.tr